

**T.C.**  
**NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**TURİZM TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN**  
**EKONOMETRİK BİR ANALİZİ**

**CEYHUN CAN ÖZCAN**

**DOKTORA TEZİ**

**DANIŞMAN:**  
**PROF.DR. MUHSİN KAR**

**KONYA-2013**



T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

DOKTORA TEZİ KABUL FORMU

Öğrencinin	Adı, Soyadı	Ceyhun Can ÖZCAN
	Numarası	138109013002
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İktisat ABD.
	Programı	Doktora
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Muhsin KAR
	Tezin Adı	Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan “Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi” başlıklı bu çalışma 23/12/2013 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından Doktora Tezi olarak kabul edilmiştir.

Sıra No	Danışman ve Üyeler		
	Unvanı	Adı ve Soyadı	İmza
1	Prof. Dr.	Muhsin KAR	
2	Prof. Dr.	Abdülkadir BULUŞ	
3	Prof. Dr.	Raif PARLAKKAYA	
4	Doç. Dr.	Mehmet MUCUK	
5	Yrd. Doç. Dr.	Yasin BİLİM	



T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



### Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	Ceyhun Can ÖZCAN		
	Numarası	138109013002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İktisat ABD.		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
Tezin Adı	Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi			

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Ceyhun Can ÖZCAN



T.C.  
NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



## ÖZET

Öğrencinin	Adı Soyadı	Ceyhun Can ÖZCAN		
	Numarası	138109013002		
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İktisat ABD.		
	Programı	Tezli Yüksek Lisans		
		Doktora	X	
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Muhsin KAR		
Tezin Adı	Turizm Talebini Etkileyen Faktörlerin Ekonometrik Bir Analizi			



Turizm sektörünün önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Ülkeler bu sektörün ekonomik faydalarından yararlanmak için politikalar geliştirmekte ve daha fazla turistini ülkelerine gelmesi için çaba sarf etmektedirler. Bu noktada turizm talebini belirleyen faktörlerin belirlenmesi hem özel sektör hem de kamu sektöründeki politika yapımcılar açısından önem arz etmektedir.

Bu tezin amacı en fazla turist çeken ilk 10 ülkedeki ve Türkiye'deki turizm talebini etkileyen faktörlerin neler olduğunu belirlemek ve elde edilen bulgular ışığında kesişen ve ayrışan noktalar dikkate alınarak politika önerilerinde bulunmaktır.

Tez, 1995-2011 dönemini kapsayan veri seti yardımıyla panel birim kök, panel eşbütünleşme, panel hata düzeltme tahmincilerini kullanarak; gelir, fiyat ilişkisi, arz kapasitesi, döviz kuru ve politik istikrar değişkenlerinin turizm talebi üzerinde etkili olup olmadıkları belirlenmeye çalışılmaktadır.

Ampirik analizlerden elde edilen bulgular, oluşturulan modellerdeki değişkenlerin turizm talebi üzerinde beklenen etkileri gösterdiğine dair kanıtlar sunmaktadır. En fazla turist çeken ilk 10 ülkeye yönelik turizm talebi ile Türkiye'ye yönelik turizm talebinin belirleyicilerinin büyük ölçüde örtüştüğü görülmektedir. Bulgular makro ekonomik değişkenlerin turizm sektörü üzerinde önemli ölçüde belirleyici role sahip olduğunu göstermektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Talebi, Turizm Sektörü, Panel Veri, Eşbütünleşme, Turizmin Talebinin Belirleyicileri, Türkiye

 <b>KONYA</b>	<p>T.C.  <b>NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ</b>  Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü</p>	 <b>SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ</b>
---	---	---

## ABSTRACT

<b>Author's</b>	Name and Surname	Ceyhun Can ÖZCAN		
	Student Number	138109013002		
	Department	Economics		
	Study Programme	M.A.		
		Ph.D.	X	
	Advisor/Supervisor	Prof. Dr. Muhsin KAR		
Title of the Thesis/Dissertation	An Econometric Analysis for Determinants of Tourism Demand			

**Importance of tourism sector has been increasing day by day. Countries develop policies to maximize the economic effects of this sector and try to pay more attention to attract more tourists to their countries. In this vein, it is very important to empirically investigate the determinants of tourism demand for the policy makers both in public and private sectors.**

**The aim of this thesis is to examine the factors that affect the demand for tourism both in the most attractive first 10 countries and Turkey for tourist and to propose policy implications from the light of empirical findings that may have a common and unique feature.**

**The thesis, by employing panel unit root, panel cointegration, panel error cointegration approach and by utilizing the data for the period 1995-2011, tries to determine whether income, price stability, supply capacity, exchange rate and political stability has any impacts on demand for tourism.**

**Results obtained from the analysis provide empirical evidence that variables employed in the models influence the demand for tourism as expected. Determinants of the demand for tourism in the most attractive 10 countries and Turkey for tourist are, to a great extend, common. Findings show that macroeconomic variables have an important role in determining demand for tourism.**

**Keywords: Demand for Tourism, Tourism Sector, Panel Data, Cointegration, Determinants of tourism, Turkey**

## ÖNSÖZ

Böyle bir çalışmanın ortaya çıkmasında çok büyük katkıları olan, yoğun işleri arasında dahi benden yardımını esirgemeyen, danışmanım sayın Prof. Dr. Muhsin KAR'a sonsuz teşekkür ederim.

Bugüne kadar sağlamış olduğu hoşgörüden ve yardımlarından dolayı Doç. Dr. Selim KAYHAN ve Doç. Dr. Şaban NAZLIOĞLU'na diğer ilgili bütün hocalarıma, akademisyen arkadaşlarıma teşekkürü bir borç bilirim. Bu tezin uygulama aşamasında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından sağlanan veriseti kullanılması nedeniyle UNWTO'ya teşekkür ederim.

Ayrıca her zaman yanımda olduğu gibi bu çalışmamda da yanımda olan ve benden hiçbir şeylerini esirgemeyen aileme ve yakın arkadaşlarıma sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

*Her zaman “Doktor” olmamı isteyen “Anneme” sevgilerimle.....*

Ceyhun Can ÖZCAN  
KONYA-2013

## SİMGELER VE KISALTMALAR

ARDL	: Kendine Bağlaşımı Gecikmesi Daęıtılmıő Model
CCE	: Ortak İlişki Etkiler Tahminci
CCEMG	: Ortak İlişki Etkiler Ortalama Grup Tahminci
CCEP	: Ortak İlişki Etkiler Havuzlanmış Tahminci
CD	: Yatay Kesit Bağımlılığı Testi
DOLS	: Dinamik En Kùçük Kareler Tahminci
EKK	: En Kùçük Kareler Tahminci
FMOLS	: Tam Uyarlanmış En Kùçük Kareler Tahminci
MG	: Ortalama Grup Tahminci
PMG	: Havuzlanmış Ortalama Grup Tahminci
PTR	: Panel Eşik Regresyon Modeli
PSTR	: Panel Yumuőak Geçiş Regresyon Modeli
VAR	: Vektör Kendine Bağlaşımı Regresyon Modeli
VECM	: Vektör Hata Düzeltme Modeli
UNWTO	: Birleşmiő Milletler Turizm Örgütü
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
İTO	: İstanbul Ticaret Odası
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
GSMH	: Gayri Safi Milli Hasıla
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
KBGSYH	: Kişi Başi Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
GMM	: Genelleştirilmiő Momentler Metodu
LSDV	: Kukla Değişkenli En Kùçük Kareler
GLS	: Genelleştirilmiő En Kùçük Kareler

## ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 1. 1. Uluslararası turizme katılan kişi sayısı ve turizm gelirleri .....	21
Çizelge 1. 2. Uluslararası turizm hareketleri (2012).....	23
Çizelge 1. 3. Dünyada en fazla turist sayısına sahip ülkeler (2012).....	25
Çizelge 1. 4. Dünyada en fazla turizm gelirin e sahip ülkeler (2012) .....	25
Çizelge 1. 5. Planlı dönem öncesinde Türkiye turizmine ilişkin veriler (1950 – 1962). 27	
Çizelge 1. 6. Türkiye'nin konaklama ve arz kapasitesi .....	30
Çizelge 1. 7. Turizm geliri, ziyaretçi sayısı, ortalama harcama.....	31
Çizelge 1. 8. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı .....	32
Çizelge 1. 9. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı.....	33
Çizelge 1.10. Yıllarında Türkiye'ye gelen yabancıların milliyetlere göre dağılımı .....	35
Çizelge 2.1. Gereksinimlerle güdüler arasındaki ilişkiler.....	55
Çizelge 4. 1. Uluslararası turizm talebini konu alan literatür taraması (Model I) .....	80
Çizelge 4. 2. Tek bir ülkeye yönelik turizm talebini konu alan literatür taraması (Model II) .....	84
Çizelge 4. 3. Model I ve II Örnekleme Ülkeler .....	85
Çizelge 3. 4. Değişkenlerin Açıklanması.....	85
Çizelge 4. 1. Panel birim kök testleri (Model I) .....	87
Çizelge 4. 2. Panel eşbütünleşme testleri(Model I) .....	89
Çizelge 4. 3. Panel eşbütünleşme ilişkisi tahmini(Model I) .....	90
Çizelge 4. 4. Panel birim kök testleri (Model II) .....	93
Çizelge 4. 5. Panel eşbütünleşme testleri (Model II).....	94
Çizelge 4. 6. Panel eşbütünleşme ilişkisi tahmini (Model II).....	96



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. 1. Turizmin gelişmesine etki eden faktörler .....	20
Şekil 1. 2. Uluslararası turist sayısı tahmini 2030 .....	22
Şekil 1. 3. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler turist sayısı tahmini 2030 .....	23
Şekil 1. 4. Uluslararası turizm hareketleri tahmini 2030 .....	24
Şekil 1. 5. Turizm geliri, ziyaretçi sayısı .....	31
Şekil 1. 6. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı ve turizm gelirlerinin ihracata oranı .....	33
Şekil 1. 7. Turizm gelirleri ve dış ticaret açığı ilişkisi (1996-2012).....	34
Şekil 1. 8. Turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmadaki payı (1996–2012) .....	34
Şekil 1. 9. İhracat ve turizm gelirleri arasındaki ilişki (1964–2012) .....	35
Şekil 1.10. Turizme yönelik toplam talebi oluşturan temel faktörler .....	38
Şekil 1. 11. Turizm talebinin dünya destinasyonlarındaki yönü.....	40
Şekil 1. 12. Turizm talebini etkileyen faktörler .....	42

## İÇİNDEKİLER

Tez Kabul Formu .....	i
Bilimsel Etik Sayfası.....	ii
ÖZET .....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ .....	v
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	vi
ÇİZELGELER LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ .....	viii
İÇİNDEKİLER .....	ix
GİRİŞ .....	11
BİRİNCİ BÖLÜM .....	14
TURİZM KAVRAMI ve TARİHSEL GELİŞİMİ.....	14
1.1. Turizm.....	14
1.2. Turist.....	16
1.3. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi .....	18
1.4. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi .....	26
1.4.1. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye’de Turizm .....	26
1.4.2. Planlı Dönemde Türkiye’de Turizmin Gelişimi .....	27
İKİNCİ BÖLÜM.....	37
TURİZM TALEBİNİN BELİRLEYİCİLERİ .....	37
2.1. Turizm Talebi.....	37
2.2. Turizm Talebinin Özellikleri .....	40
2.3. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler.....	41
2.3.1. Ekonomik Faktörler .....	42
2.3.1.1. Gayrisafi Yurtiçi Hasıla ve Kişi Başı Gelir .....	43
2.3.1.2. Gelir Dağılımı .....	44
2.3.1.3. Turistik Ürünlerin Fiyatı ve Turizm Talebinin Fiyat Esnekliği. ....	44
2.3.1.4. Turizm Sektörünün Mevcut Durumu (Arz Kapasitesi).....	45
2.3.1.5. Döviz Kuru.....	45
2.3.1.6. Uzaklık .....	46
2.3.1.7. Reklam ve Tanıtım.....	46
2.3.1.8. Sağlık ve Nüfus.....	47
2.3.1.9. Ulaşım Sistemi ve Altyapısı.....	48
2.3.1.10. Konjonktürel Durum (Ekonomik Dalgalanma) .....	48
2.3.2. Sosyo-Kültürel Faktörler.....	49
2.3.2.1. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar .....	49
2.3.2.2. Boş Zaman .....	50
2.3.2.3. Kentleşme Düzeyi .....	50
2.3.2.4. Kültür Düzeyi.....	51
2.3.2.5. Toplumsal Değer Yargıları ve Din.....	51
2.3.3. Demografik Faktörler.....	52
2.3.3.1. Yaş .....	52
2.3.3.2. Cinsiyet .....	52
2.3.3.3. Aile Yapısı .....	53
2.3.3.4. Meslek.....	53
2.3.3.5. Eğitim.....	54
2.3.4. Psikolojik Faktörler.....	54

2.3.4.1. Motivasyon.....	55
2.3.4.2. Algılama.....	57
2.3.4.3. Öğrenme.....	57
2.3.4.4. Tutum.....	57
2.5. Siyasi ve Yasal Faktörler .....	58
2.6. Turizm Talebi ve Turizm Politikaları .....	60
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM .....	62
EKONOMETRİK METODOLOJİ.....	62
3.1. Panel Eşbütünleşme Analizi.....	62
3.1.1. Panel Birim Kök Testleri .....	62
3.1.2. Panel Eşbütünleşme Testleri .....	67
3.1.3. Panel Eşbütünleşme İlişkisi Tahmin Yöntemleri.....	72
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM.....	78
TURİZM TALEBİNİN AMPİRİK ANALİZİ .....	78
4.1. Uluslararası Turizm Talebi Literatür İncelemesi (Model I).....	78
4.2. Tek Ülkeye Yönelik Turizm Talebi Literatür İncelemesi (Model II).....	82
4.3. Veri Seti .....	85
4.4. Dünya Turizm Talebine Yönelik (Model I) Ekonometrik Sonuçlar.....	87
4.4.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları .....	87
4.4.2. Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları .....	89
4.4.3. Panel Eşbütünleşme İlişkisi Tahmini .....	91
4.5. Türkiye Turizm Talebine Yönelik (Model II) Ekonometrik Sonuçlar ....	93
4.5.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları .....	93
4.5.2. Panel Eşbütünleşme Testleri .....	94
4.5.3. Panel Eşbütünleşme İlişkisi Tahmini Sonuçları.....	97
SONUÇ .....	101
KAYNAKLAR .....	107
ÖZGEÇMİŞ .....	118

## GİRİŞ

Ekonomik faaliyetlerde ki çarpan etkisi ile dünyanın en büyük sektörlerinden biri olan turizm endüstrisi; ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı dev yatırım ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan, yeni istihdam alanları açan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, siyasal bakımdan da önemli toplumsal ve insancıl fonksiyonların gerçekleştirilmesini kolaylaştıran bir niteliğe sahiptir. 1990'lı yıllardan itibaren hız kazanan küreselleşme eğilimi ile birlikte turizm sektöründe yaşanan gelişmeler özellikle dikkatleri bu sektör üzerine çekmeyi başarmıştır.

İktisadi, sosyal ve siyasi boyutları olmasına rağmen ülke ekonomileri üzerindeki etkileri dikkate alındığında turizm sektörünün günümüzde daha çok iktisadi yönü ön plana çıkmaktadır. Söz konusu ekonomik etkiler ise turizmi, gelişmişlik derecesi ne olursa olsun bütün ülkelerin yararlanmak için büyük çaba gösterdiği bir sektör haline getirmektedir. Özellikle ödemeler dengesine olan katkısı ve doğurduğu ekonomik canlılıktan dolayı, pek çok ülke için turizmi cazip bir hale getirmekte olup kalkınma ve büyüme planlarında turizm geniş bir yer edinmektedir.

Ayrıca turizm bölgelerarası ekonomik dengesizliğin giderilmesi, yeni iş alanlarının açılması sayesinde işsizliğin azaltılması, tarım, ulaştırma, hizmetler ve turizmle doğrudan ve dolaylı olarak ilgili bulunan diğer ticari faaliyetlerin canlılık kazanmasının yanısıra üretimin artırılması gibi parasal olmayan etkileri de oldukça önemlidir.

Dünya turizm sektörüne ait temel göstergelere göre 2012 yılında turizm, dünya GSYH' sının %9'unu oluşturmaktadır. Bir ülkeyi ziyaret eden her bir turist o ülkede 11 farklı iş alanı yaratmaktadır. Diğer taraftan turizm sektörü dünya çapında 1,3 trilyon dolar ihracat hacmi meydana getirmekte olup dünya ihracatının %6'sı turistik mal ve hizmetlerden oluşmaktadır. Bugün 1 milyar civarındaki turist sayısının ise 2030 yılında 1,8 milyara ulaşması öngörülmektedir. 2030 yılına kadar turizm sektöründe gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere göre iki kat daha hızlı büyüyeceği tahmin edilmektedir. Ayrıca, 2030 yılına kadar kültür turizminin, uluslararası turizmden daha fazla büyüme kaydedeceği tahmin edilmektedir (UNWTO, 2013).

Turizm, Türk ekonomisinin de vazgeçilmez temel sektörlerinden birisi haline gelmiştir. Ülke kalkınmasında lokomotif sektörlerden biri olan turizm sektörü; dış ticaret açığı, enflasyon ve işsizliğe çare arayan Türkiye'de, hükümetlerin üzerinde

önemle durduğu bir alandır. Nitekim bu alanlardan atılan adımlara bağlı olarak turizmin Türkiye'nin GSMH'sı içindeki payı, 1980 yılında %0,6'dan 2012 yılında %3,7'ye; turizmin ihracat geliri içindeki payı aynı yıllar için %11,2'den %19,2'ye; dış ticaret açığını kapama payı ise %6,5'den %43,7'e çıkmıştır. Ayrıca, turizm sektörü ülke genelinde 3 milyondan daha fazla bir istihdam yaratmış durumdadır.

Sağlıklı değerlendirmeler yapabilmek ve doğru politikalar uygulayabilmek için turizm sektörü ülkedeki diğer ekonomik sektörler gibi güvenilir verilere dayanan doğru tahminlere ihtiyaç duymaktadır. Çünkü Ucuz havayolu taşımacılığının her geçen gün güçlendiği, pazarlama kanallarından online satışların önem kazandığı, kitle turizminin yavaş yavaş yerini bireysel seyahatlere bıraktığı 2000'li yıllarda turizm talebinin duyarlılığı artmıştır. Boş uçak, gemi, otobüs koltukları, satılmayan otel odaları ve paket turlar ile diğer turizm aktivitelerinin, daha sonra satılmak üzere stoklanması, turistik ürünlerin dayanıksızlık özelliğinden dolayı mümkün değildir. Tüm bu faktörler doğru planlamaların yapılması adına, bu sektördeki talebi belirleyen faktörleri daha da önemli hale getirmektedir.

Güvenilir ve doğru talep tahminleri ve politikaları başta konaklama, ulaştırma ve seyahat işletmeleri olmak üzere turizm sektörü ile ilgili bütün faaliyetlerin etkili bir şekilde planlanabilmesi için gereklidir. Makro anlamda turizm talebinin belirlenmesine yönelik gerçekçi tahminler yapmak, uzun vadeli turizm gelişme planlarının yapılmasında da önemli bir rol oynamaktadır.

Ülkemizde toplam turizm arzındaki hızlı gelişimin gelecekte de devam etmesi halinde, toplam talep ile ilgili tedbirlerin alınması da zorunlu olacaktır. Başka bir ifade ile arz talep dengesinin sağlanması gereklidir. Bu nedenle bilimsel temele dayanan yöntemlerle turizmdeki gelişmelerin tahmin edilmesi, merkezi ve yerel kamu yönetiminin ve arz sahiplerinin politikalarına ışık tutacaktır. Dolayısıyla, çalışmanın nihai amacı aşağıda belirtilen üç temel soruya (hipoteze) cevap aramaktadır:

(i) Dünyada en çok turist çeken ilk 10 ülkenin turizm talebinin belirleyicileri nelerdir?

(ii) Türkiye'ye yönelik turizm talebinin belirleyicileri nelerdir?

(iii) Elde edilen bulgulara göre dünyadaki turizm talebi belirleyicileri ile Türkiye'de turizm talebinin belirleyicileri ortak mıdır? Bu sonuçlar ışığında Türkiye için nasıl bir turizm politikası önerisi getirilebilir?

Tezde belirlenen bu hipotezler test etmek amacıyla yukarıda belirlenen iki hipoteze ilişkin model 1995–2011 yıllarını kapsayan veri setleri, panel veri analizi yöntemiyle sınanmıştır. Çalışmada onbir farklı ekonometrik tahminci kullanılarak modeller test edilmiştir.

Bu anlamda çalışmada ilk olarak turizm faaliyetleri teorik anlamda açıklanmaktadır. Öncelikle dünyada yaşanan önemli turizm gelişmeleri arkasındanda Türkiye’de yaşanan gelişmeler kronolojik olarak irdelenmektedir. Eldeki veriler çizelge ve grafikler yardımı ile çalışmanın birinci bölümünde sunulmaktadır.

İkinci bölümde turizm talebini belirleyen faktörler ve bu faktörlerin hangi yönlü, nasıl bir etki bıraktıkları Teorik ve ampirik çalışmalar taranarak aktarılmaktadır.

Üçüncü bölümde analizlerde kullanılacak olan ekonometrik metodolojiye ilişkin çerçeve çizilmektedir. İlk olarak çalışmada panel veri analiz yöntemlerine ilişkin metodolojiaçıklanmaktadır. Bölümün ilerleyen kısmında ise panel birim kök ve panel eşbütünleşme testlerinin metodolojik altyapısına yer verilmektedir.

Çalışmanın dördüncü bölümünde oluşturulan modellere ait literatür taramasına yer verilmektedir. En çok turist çeken ilk on ülkeye yönelik turizm talebi(Model I) ile ve Türkiye’ye yönelik turizm talebi (Model II) fonksiyonlarında kullanılacak olan bağımlı ve bağımsız değişkenler, verilerin nereden temin edildiği ve bu verilere ilişkin teorik beklentiler açıklanmaktadır. Analizden elde edilen bulgular ve politika önerileri yer almaktadır. Ayrıca bu bölümde kurulan modellerden elde edilen ampirik bulgular ve bu bulgulardan varılan çıkarımlar tabloleştirilerek sunulmaktadır.

Sonuç kısmında çalışmadan elde edilen bulgular teorik çerçeve ile harmanlanarak politika önerilerinde bulunmaktadır. Her iki modelden elde edilen ampirik sonuçlar örtüşen ve ayrışan yanları ile ele alınmaktadır. Türkiye’ye ilişkin turizm talebini belirleyen faktörlerin makro ekonomik anlamda eko-politiği yapılmaktadır.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM KAVRAMI ve TARİHSEL GELİŞİMİ

#### 1.1. Turizm

Milyonlarca insan her yıl, sürekli yaşadıkları yerlerden geçici sürelerle başka bölgelere veya ülkelere hareket halindedirler. Bu hareket sırasında, konaklama, ulaşım ve altyapı olanaklarından faydalanmaktadırlar. Turizm faaliyeti modern topluma özgü bir olay olarak ifade edilse de bir yerden bir yere hareket, insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır. İnsanoğlu yüz yıllar boyunca çeşitli gerekçelerle buldukları yerler dışında başka yerlere hareket etmişlerdir. Daha sonra sürekli hale gelen bu hareketler farklı dillerde farklı kavramlarla ifade edilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak, ilgiler “turizm” sözcüğü üzerinde toplanmıştır (Dinçer, 1993).

Turizm kavramı köken olarak, Latince dönme anlamına gelen “tornus” sözcüğünden doğmaktadır. İngilizcede “touring” deyimi ile “tour” sözcükleri bu kelime kökünden türemiştir. Bugün kullandığımız turist kelimesi, seyyah kelimesinin karşılığı olan traveller’ın yerine, 1800’lerin başında Samuel Pegge tarafından kullanılmıştır. Turizm kelimesi ise, 1811 yılında ilk kez İngiltere’nin spor dergisi tarafından kullanılmıştır. “Seyyah” kelimesinin karşılığı “turist” olarak kabul edilmektedir. “Seyahat” kelimesi ise “turizm” anlamına gelmektedir (Bulut, 2001: 72; Unur, 2002: 1; Demir, 2010: 3).

1905 yılında Guyer-Feuler tarafından ilk kez tanımı yapılan turizm, “gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının mükemmel hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına imkan tanıyan modern döneme özgü bir olaydır” şeklinde ifade edilmiştir. (Kozak ve ark., 2013: 5 ).

Turizm kavramına ilişkin bugüne kadar birçok tanım yapılmış olmasına rağmen, görüş birliğinden bahsetmek mümkün olmamaktadır. Turizmin son derece geniş, çok yönlü ve karmaşık bir yapıya sahip olması bu kavramın tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Farklı disiplinler ve araştırmacılar turizm konusunda farklı yaklaşımlar göstermektedirler. Örneğin, iktisatçılar turizmi bir “endüstri” olarak

görürken, pazarlamacılar “pazar” olarak ifade etmektedirler. Çevreci bilim adamları ise turizmin çevresel etkileri üzerinde dururken, toplumbilimciler turizmin sosyolojik yönleri ile ilgilenmektedirler. Turizm kavramının içeriğini belirlemek üzere yapılan araştırmalar XX. yy başlarına kadar uzanmaktadır. Konuya farklı açılardan yaklaşan araştırmacılar geliştirdikleri tanımlarla literatüre katkı yapmışlardır. Sözkonusu tanımlar temelde 5 grup altında incelenmektedir. Bunlar işlevsel tanımlar, disiplinler tanımlar, yapısal tanımlar, bütünsel ve teknik tanımlardır (Çuhadar, 2006: 9).

Turizm “her insanda değişik derecelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma isteklerinden ortaya çıkan psikolojik kaynaklı yer değiştirme faaliyeti” olarak işlevsel yaklaşım içinde yer almaktadır. İşlevsel yaklaşım ise insanların turizm olayına katılmalarına etki eden motivasyonlar ve turizm ile ilgili faaliyetlerin insanlar için taşıdığı anlamlar üzerinde odaklanmaktadır. Turizmin sosyo-ekonomik yönünü vurgulandığı disiplinler yaklaşım içinde yapılan tanımlarda; “başka bir ülkeden, şehir veya bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketlerin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümü” olarak ifade edilmiştir (Schmoll, 1977: 11; Çuhadar, 2006: 10).

Bütünsel yaklaşım, turizmin çok yönlülüğünü kabul eden ve turizmi disiplinler arası bir faaliyet olarak ele alan bir yaklaşımdır (İçöz ve ark., 2002: 4). Turizm; sosyoloji, iktisat, psikoloji, işletme, politika vb. sosyal bilim dallarının yakından ilgilendiği çok yönlü kavramdır. Turizm olayının disiplinlerarası ve karmaşık yanı, konunun tam ve doğru olarak anlaşılabilmesi açısından tüm değişkenleri ile bir arada ele alınmasını gerektirmektedir. Bu noktada değişik bilim dallarından faydalanılarak, disiplinlerarası bir çalışma ve sistem anlayışı içinde turizm konularının ele alınması gerekmektedir (Barutçugil, 1986: 3; Çuhadar, 2006: 10).

Walter Hunziker ve Kurt Krapf (1941) turizmi disiplinlerarası bir bütünlük içerisinde ele alan ilk yazarlar olmuştur. Hunziker ve Krapf’ın tanımı, uluslararası düzeyde genel kabul gören haliyle UNWTO yeniden düzenlenmiştir. Bu düzenleme ile turizm; “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan gereksinimlerini karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve gittikleri yerlerde genellikle turizm işletmelerinin ürettiği ürün ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünüdür” olarak literatürde yer almıştır (Kozak ve ark., 2013: 5). Ayrıca bu tanım farklı turizm örgütleri tarafında kabul gören tanım olma özelliği de taşımaktadır



Teknik tanımlar ise bazı turizm örgütlerinin, Dünya Turizm Örgütü'nün, (UNWTO) turizmin uluslararası ekonomideki yeri ve önemini ölçme amacıyla yapılan tanımlardan oluşmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), turizm istatistiklerinde uluslararası bir homojenlik oluşturmak amacıyla turizmi; “insanların tatil, eğlence, iş ve diğer amaçlarla her zaman yaşadıkları olağan çevreleri dışındaki yerlere, gelir elde etmeye yönelik faaliyetlere bağlı kalmaksızın ve ardışık bir yıldan fazla olmayacak şekilde seyahat etmeleri ve konaklama aktiviteleridir” şeklinde ifade etmiştir (UNWTO, 2005).

Turizm “ülke içi” ve “ülkelerarası” olmak üzere iki ayrı gruba ayrılmıştır. Bu sınıflandırmaya göre; iç turizm, “belli bir ülkede ikamet eden kişilerin aynı ülkede ancak her zamanki ikametgahı dışında kalan yerlere seyahatlerini içeren aktiviteler”; dış aktif turizm, “yabancı ziyaretçilerin ülkeye yapmış oldukları seyahatler”; dış pasif turizm, “bir ülkede ikamet eden insanların başka bir ülkeye yapmış oldukları seyahatler”, dahili turizm “ülkeye gelen yabancı ziyaretçiler ile ülke dışına seyahat eden vatandaşların aktiviteleri”, ulusal turizm, bir ülkede ikamet eden insanların ülke içine ve dışına yapmış oldukları seyahatler”, uluslararası turizm ise, “dış aktif turizm ve dış pasif turizmi kapsayan aktiviteler” şeklinde tanımlanmaktadır (UNWTO, 2005; Çuhadar, 2006).

## 1.2. Turist

Turizm insan temelli bir faaliyettir. “psikolojik tatmin” sağlanması insanı turizm faaliyetine yönlendiren temel etkidir. Turist kimi amaçlarla bir yeri ziyaret eden kişi olarak tanımlanmıştır (Gordon, 2012).

Turist, turizm faaliyetine katılan ve yönlendiren, sürekli yaşadığı yeri ticari kazanç dışındaki nedenlerle geçici olarak terk ederek seyahat eden ve gittiği yerde konaklayan, psikolojik anlamda tatmin arayan, harcama kısıdı ve zamanı ile tüketimde bulunan kişi veya kişiler olarak tanımlanabilir (Usta, 2001: 10).

Turist aynı zamanda, “belli bir zaman dilimi için seyahat eden, ziyaret edilen yerde 24 saatten fazla konaklayan, zamanı, maddi kapasitesi ve ekonomik gücü sınırlı olan, rahat arayan, gelenekçi, temizlik ve belli düzeyde konfor arayan, maceraperest olmayan kişidir” şeklinde tanımlanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 40).

Tanımlardan hareketle turist kavramının temel ve olmazsa olmaz özellikler; turizm olayının öznesi olması yani gerçekleştirilmesi, sürekli yerleşme amacı olmadan

ticari kazanç gözetmeksizin ve kimi nedenlerle seyahat etmesi, psikolojik tatmine dayanan ve seyahatince ekonomik olarak tüketici sayılan, satın alma gücü ve zamana sahip olmasıdır (Usta, 2001: 10).

Turizm kavramındaki gibi, literatürde turistin de araştırmacılar ve uluslararası örgütler tarafından yapılmış çok sayıda tanımına rastlanmaktadır. Yapılan araştırmalara göre 80'den fazla turizm ve seyahati konu alan çalışmanın incelenmesi sonucunda "turist" ve "ziyaretçi" konularında 43 farklı tanıma rastlandığı belirtilmektedir. Günümüze uygun ilk turist tanımı 1933 yılında F.W. Ogilvy tarafından yapılmıştır; "*turist, sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl için ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimsedir*" (Çuhadar, 2006: 10).

Uluslararası anlamda ilk turist tanımı, "Milletler Cemiyeti İstatistik Uzmanları Komitesi" tarafından 1937 yılında yapılmıştır: "Turist, ikametgâhının bulunduğu ülkeden başka bir ülkeyi en az 24 saat süreyle ziyaret eden kişidir." (Bahar ve Kozak, 2012: 32). Bu tanıma göre, aşağıdakiler turist olarak kabul edilmektedirler:

- Zevk, ailevi nedenler, sağlık vb. nedenlerle seyahat edenler,
- Bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif nedenlerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler,
- İş sebebi ile seyahat edenler,
- 24 saatten daha az süreyle kalsalar bile, deniz gezileri ile gelenler turist sayılırlar.

Aşağıdakiler ise turist olarak kabul edilmezler:

- Bir ülkeye iş sözleşmesi ile veya böyle bir sözleşme olmaksızın gelip, iş yapmak veya bir işte çalışmak amacıyla gelenler,
- Bir ülkeye devamlı olarak yerleşmek amacıyla gelenler,
- Yurtlardaki veya okullardaki öğrenciler ve gençler,
- Bir sınır bölgesinde ikamet edenler ve başka bir ülkede yaşayıp komşu ülkeye çalışmak için gelenler,
- Seyahatleri 24 saati aşsa bile bir ülkeden mola vermeksizin gelip geçenler, turist olarak kabul edilmezler.

### 1.3. Dünyada Turizmin Tarihsel Gelişimi

Turizm faaliyetleri özellikle, sanayi devriminden sonra ortaya çıkan gelişmelere bağlı olarak ivme kazanmıştır. Bu süreçte, boş zamanın artması, eğitim, kültür ve gelir düzeyinin artması, kentleşme ve şehir yaşamına bağlı yorgunlukların ve rahatsızlıkların artması, hak ve özgürlük alanlarında yaşanan gelişmeler önemli olmuştur.

Bu konuda araştırma yapan bilim adamları, turizmin tarihsel geçmişini yazıyı ve tekerleği bulan Sümerlere kadar götürmektedirler. Sümerlerin ticareti ilk başlatanlar, Fenikelilerin de bugünkü anlamda ilk gezginler olduğu söylenmektedir. Tarihin akışı içerisinde insanlar çeşitli nedenlerle sürekli yaşadıkları bölgelerden başka bölgelere seyahat etmişlerdir. Bu seyahatlerin çoğu ticari ve dinsel amaç taşırken, bazıları da sağlık amaçlı olmuştur.

Diğer yandan Eski Mısır, M.Ö. 3000 yıllarında gezginlerin en fazla ziyaret ettikleri yerlerin başında gelmekteydi. Gezginler Mısır'a, piramitleri ve diğer eserleri görmeye geliyorlardı. Yapılan bu ziyaretler dolayısıyla Mısır'daki konaklama tesislerinin nitelikleri iyi bir düzeye ulaşmıştı. Babil Krallığı'nda Hammurabi'nin yasalarında yiyecek-içecek satışlarına ilişkin düzenlemeler de yer almaktadır. Modern anlamda turizm olayı Eski Yunan'da daha yoğun ve belirgin olarak görülmeye başlamıştır. Örneğin, M.Ö. 700 yıllarında Olimpiyat Oyunları'nın başlamasıyla oyunlar sırasında bu ülkeye çok sayıda turist geldiği bilinmektedir. Tarihe baktığımızda, meraktan dolayı seyahat edenler arasında ilkçağların bize göstereceği kişiler, belki de yalnız Herodot ve Paunias olacaktır. Tarihçi ve coğrafyacı Herodot, M.Ö. 480-421 arasında ülkesinin ilk turistlerinden birisi olmuştur. Herodot, ziyaret ettiği yerlerin geleneklerini ve göreneklerini öğrenmeye çalışmıştır (Kozak ve ark., 2013: 27).

Tarihte çağdaş turizmin önkoşullarından olan ulaşım ile ilgili ilk düzenli yolları ve ulaştırma araçlarını kullanıma sokan Romalılardır. Romalılar, bugünkü anlamda turizm faaliyetine yüksek bir katılım sağlamışlardır. Romalılarda olimpiyat oyunlarına, Mısır'daki piramitlere ve sağlık amacıyla da kaplıcalara dönük yaygın bir seyahat eğilimi bulunmaktaydı. Roma İmparatorluğu'nun geniş bir coğrafyaya hükmetmesi, seyahatleri yaygınlaştıran en önemli unsur olmuştur.

Ortaçağ'da turizme damgasını vuran en önemli unsur, dini yerlerin ziyaret edilmesidir. Dini turizm bu çağda, hem Avrupa hem de Ortadoğu'da kendisini göstermiştir.

17. ve 18. yüzyıllarda aristokrat sınıfında yer alan aileler çocuklarını bir ila üç yıl arasında değişen sürelerde iyi planlanmış eğitim seyahatlerine gönderirlerdi. Bu seyahatlere daha sonraları “Grand Tour” adı verilmiştir (Akoğlan ve Maviş 1998; Kozak ve ark., 2013: 27).

İleriki yıllarda yönetici konumuna ulaşacak olan bu çocukların, gidilen yörelerde özel ilişki kurmanın da dahil olduğu pek çok konuda kendilerini yetiştirmeleri sağlanırdı. Rönesans’la birlikte, sanatsal çalışmaların yoğunluk kazandığı merkezlere yönelik seyahatlerin arttığı gözlenmektedir. Özellikle İtalya’ya yönelen bu seyahatlerde insanlar, kültürel turizmin tipik örneklerini vermişlerdir. Her yıl İtalya’ya ortalama 300-400 öğrencinin eğitim amacıyla geldiği anlaşılmaktadır.

Öte yandan, Ortaçağ’da Türk kavimlerinde de turizm hareketlerinin yaygınlık kazanmaya başladığı görülmektedir. Özellikle, Anadolu Selçuklu Devleti, seyahat edenlerin hizmetine dönük olmak üzere kervansarayları inşa ederek, çağdaş turizm tesislerinin ilk örneklerini hizmete sunmuştur. Develerle yapılan seyahatlerde her gün batımının olduğu yerde inşa edilen kervansaraylar, seyahat halindeki insanların konaklama ve yiyecek-içecek gereksinimlerini karşılayacak şekilde yapılmışlardı. Daha sonraları aynı kervansaraylar Osmanlılarda da kullanılmıştır. Osmanlılar egemenlikleri altına aldıkları geniş topraklar üzerinde seyahat edenlerin kullanımına başta yollar ve köprüler olmak üzere pek çok olanak sunmuşlardır. Bu dönemde Evliya Çelebi’nin Seyahatnamesi, döneminin toplumlarının kültürleri hakkında oldukça ayrıntılı bilgiler sunmaktadır (Kozak ve ark., 2013: 28).

Ticaret, din ve sağlık gibi etkenlerin etkisiyle ve bazen de macera arayanların tekelinde gelişme gösteren turizm, günümüzdeki çağdaş durumuna Sanayi Devrimi ile birlikte ulaşmıştır. Sanayi Devrimi ile birlikte insan yaşamında da önemli birtakım değişimler gerçekleşmiştir. Sanayi Devrimi’nin insanlar üzerindeki etkileri şu şekilde açıklanabilir:

- Düzenli olarak artan gelir ile birlikte, insanların satın alma gücü artış göstermiştir. Böylece bireylerin yaşam düzeylerinin yükselmesi sonucu turizme ayrılan pay da artmıştır.
- Teknolojik gelişmeler sayesinde üretim için gerekli olan çalışma süresi düzenli olarak azalmıştır. Çalışma süresindeki azalış boş zamanları artırmıştır.
- Satın alma gücündeki artışı, tüketim alışkanlıklarındaki değişiklikler izlemiştir.

- Sanayi Devrimi ile birlikte çalışanların sayıca artması ve izleyen yıllarda kapitalist sistemin rakibi olarak işçi sınıfına dayalı rejimlerin önce kuramda, sonra da uygulamada kendilerini göstermeleri, çalışanlara ücretli tatil ile birlikte pek çok hakkın verilmesine neden olmuştur (Kozak ve ark., 2013: 30).

Tarih içinde pek çok olayda yaşandığı gibi, olaylar ile sonuçları arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Turizm olayı da Sanayi Devrimi ile yaşanmaya başlayan gelişmelerle çok yakın bir ilişki içindedir. Tarihte bilinen ilk paket turun 1841 yılında Thomas Cook tarafından 570 kişinin bir festivale götürülmesi ile gerçekleştirilmesi de rastgele bir olay değildir (Kozak ve ark., 2013: 27). Dikkat edilirse Thomas Cook'un gerçekleştirdiği bu paket turun tarihi ile Sanayi Devrimi'nin yaşandığı yıllar örtüşmektedir. Thomas Cook'un bu ilk paket tur deneyi, rastgele bir çalışma olsaydı, 1865'te yine aynı kişi tarafından ilk tur organizatörlüğü ortaya çıkarılmaz; izleyen yıllarda Amerika'da "American Express Company" (1848) ve 1896 yılında "Wagons - Lift" isimli firmalar turizme dönük olarak çalışmalarına başlamazlardı. Sonuç olarak, Sanayi Devrimi, çağdaş turizmin doğması ve gelişmesi için gerekli altyapıyı hazırlamış ve zaman içerisinde turizm hareketlerini hızlandıran önemli bir etken olmuştur (Kozak ve ark., 2013: 31).

Ayrıca çok yönlü olarak gelişen uluslararası ilişkiler, ülkelerin entegrasyonlar oluşturmak suretiyle sınırları ortadan kaldırmalarıyla seyahatlerin kolaylaşması, bazı ülkelerde meydana gelen yapısal değişimlerle yurt dışına çıkışlara ve ülkeye girişlere izin verilmesi, barış ortamının sağlanarak güvenliğinin artması, turizmin gelişmesinde etkili olan diğer faktörler olarak sayılabilir. Yukarıda başlıklar halinde verilen, dünyada turizmin gelişmesine etki eden faktörleri aşağıda ki gibi şematize ederek özetlemek mümkündür:



Şekil 1. 1. Turizmin gelişmesine etki eden faktörler (Kozak, 2012: 43)

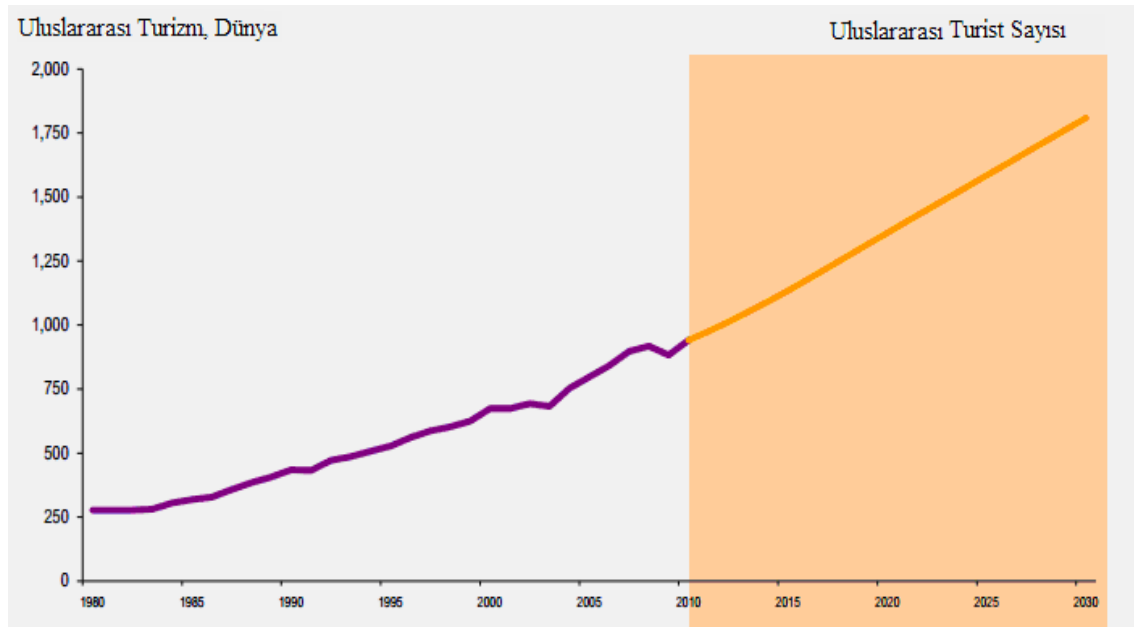
Turizm faaliyetlerinde 1974 ile 1980 yılları arasında geçici bir durgunluk yaşansa da, dünyada turizm faaliyetlerinin ortalama yıllık büyüme hızı, 1980–2000 yılları arasında %6,8 gibi yüksek bir seviyededir. Toplam uluslararası ticaret içinde turizmin payı, gelişme eğilimine bağlı olarak, bu dönemin sonunda %15 seviyelerine ulaşmıştır. 1990'lı yıllar dünya turizminin istikrarlı olarak büyümeye devam ettiği, ancak rekabet ortamının giderek yoğunlaştığı bir dönem olmuştur. 1990'lı yılların sonuna gelindiğinde hizmetler sektörü içinde turizm birinci sıraya yükselmiştir. Sektörün bu dönemdeki hızlı büyümesinde ve rekabetin giderek hız kazanmasında; dünya ekonomisinde globalleşme sürecinin başlangıcı olan ve 1980 sonrasında yaşanan mali liberalleşme akımları; Doğu-Avrupa ülkelerindeki siyasi rejimlerin hızla liberal yapılara dönüşerek, seyahat özgürlüğü önündeki kısıtlayıcı engellerin kalkması gibi siyasi ve ekonomik temel tercihlerdeki değişiklikleri belirleyici etkiye sahiptir. Bu değişimle birlikte, özellikle enformasyon ve ulaştırma teknolojilerinde yaşanan beklenenin de ötesindeki hızlı değişim, ekonomik ve siyasi nedenlerle genişlemiş olan seyahat talebine rekabet ortamı yaratmış, çok farklı gelir gruplarındaki tüketiciler için seyahat talebini etkin hale getirmiştir (TÜBİTAK, 2003: 19-20; Çuhadar, 2006: 20).

**Çizelge 1. 1. Uluslararası turizme katılan kişi sayısı ve turizm gelirleri**

Yıllar	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Artış Oranı	Turizm Gelirleri (Milyar\$)	Artış Oranı
1950	25.3	-	2.1	-
1960	69.3	173,9	6.8	223,8
1970	165.8	139,2	17.9	163,2
1980	286.5	73	105.4	588,8
1990	455.9	159,1	264.1	250,5
1991	461.1	1,1	277.9	5,2
1992	502.2	8,9	317.1	14,1
1993	515.3	2,6	322.9	1,8
1994	535.8	4	356	10,2
1995	550.4	2,7	404.6	13,6
1996	580.2	5,4	438.8	8,4
1997	601.5	3,7	442.9	0,9
1998	621.4	3,3	445.2	05
1999	643.3	3,5	455	2,2
2000	687.3	6,8	473.4	4
2001	684.1	-0,5	459.5	-2,9
2002	702.6	2,7	474.2	3,2
2003	691	-1,5	525	10,7
2004	763	10,7	622	18,4
2005	802	5,1	680	9,3
2006	847	5,6	745	9,5
2007	901	6,4	858	15,1
2008	919	2,0	941	10,1
2009	892	-2,9	852	-9,4
2010	949	6,4	930	8,7
2011	995	4,8	1.042	12
2012	1.035	4	1.075	3,1

Kaynak: UNWTO (2013)

Çizelge 1.1, yıllara göre uluslararası turizme katılan kişi sayısını ve turizm gelirlerindeki değişimleri göstermektedir. Dünya genelinde uluslararası turizme katılanların sayısı 1950 yılında 25,3 milyon kişi iken bu rakamlar, 1980 yılında 286 milyona, 1990 yılında 458 milyona, 2000 yılında ise 687,3 milyon kişiye ulaşmıştır. 1950 yılından bu yana dünyada uluslararası turizme katılan kişi sayısının 25,3 milyon kişi olduğu dikkate alınır, 62 yılda dünya turizm hareketlerinin yaklaşık olarak 40 kat arttığı görülmektedir ki bu oran büyük bir gelişmenin göstergesidir. Aynı zamanda bu artışın süreceğinin de kanıtıdır. Günümüzde 1 milyar sınırını aşan turist sayısı; Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2030 yılı raporuna göre 2030 yılında 1,8 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (bkz. Şekil 1.1).



Şekil 1. 2. Uluslararası turist sayısı tahmini (2030) (UNWTO, 2011)

Turist sayısındaki artışa paralel olarak uluslararası turizm gelirleri de hızlı bir artış göstererek 1950 yılında 2,1 milyar dolar iken, 2012 yılına gelindiğinde 500 kat artarak 1,075 trilyon dolara ulaşmıştır.

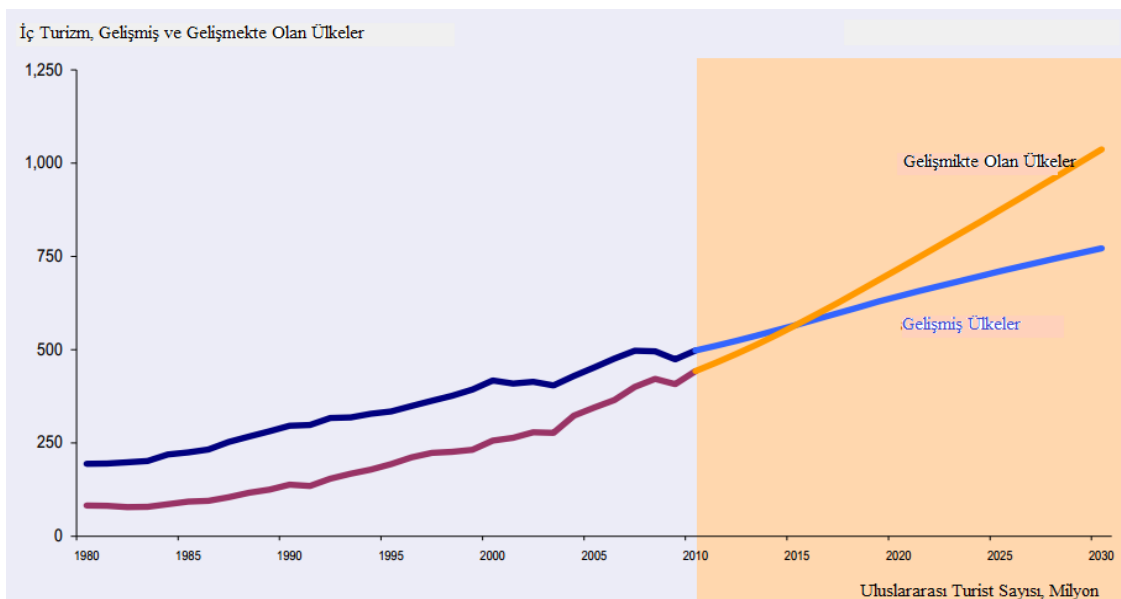
2000 yılına kadar hızlı bir büyüme gösteren dünya turizmi sırasıyla 2001, 2002 ve 2003 yıllarında, 11 Eylül saldırıları, Irak savaşı, SARS salgını ve küresel ekonomik kriz gibi nedenlerin etkisiyle son dönemdeki en yavaş büyüme hızını yakalamıştır. Dünya Turizm Örgütü verileri incelendiğinde bu yıllarda turizm göstergelerinde yapısal bazı kırılmaların olduğu görülmektedir (bkz. Çizelge 1.1).

Çizelge 1. 2. Uluslararası turizm hareketleri (2012)

	Uluslararası Turist Sayısı Bölgelere Göre (milyon)								Pazar Payı (%)	Değişim (%)		Ort. Yıllık Büyüme(%)
	1990	1995	2000	2005	2009	2010	2011	2012		2011	11/10	
Dünya	436	529	677	807	892	949	995	1.035	100	4,8	4,0	3,6
Avrupa	251.9	303.4	388.8	449.7	477.6	497.1	520.5	539.8	52,1	4,7	3,7	2,6
Asya ve Pasifik	58.7	86.4	114.2	153.2	181.0	206.4	222.5	236.4	22,8	7,8	6,3	6,4
Amerikalar	99.3	108.5	130.8	136.5	147.3	156.3	164.2	171.5	16,6	5,1	4,4	3,3
O.Doğu	8.2	9.3	14.1	22.9	32.2	34.5	33.8	31.7	3,1	-2,1	-6,2	4,8
Afrika	9.8	11.5	14.9	19.3	25.6	28.1	29.8	30.8	3,0	6,1	3,3	6,9
Orijini belli Olmayan	7.9	10.3	14.0	25.4	28.2	26.5	24.1	25.0	2,4			
Aynı Bölgeden	350.3	423.4	532.4	630.7	688.0	728.3	769.3	799.8	77,3	5,6	4,0	3,5
Diğer Bölgelerden	77.6	95.7	130.3	151.0	175.6	194.2	201.6	210.4	20,3	3,8	4,4	4,9

Kaynak: UNWTO (2013)

Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan ve turizm faaliyetleri hakkında genel bir değerlendirmenin yapıldığı Tourism Highlights raporuna göre, 2012 yılında uluslararası turist sayısı 1 milyar sınırını aşarak 1,035 milyar kişiye ulaşmıştır. Bu sayının bölgelere göre dağılımı ise çizelge 1.2’de sunulmuştur. Çizelgeye bakıldığında dünya turizminde en büyük payı Avrupa’nın aldığı (%52,1) görülmektedir. Avrupa’yı ise Asya-pasifik bölgesi izlemektedir. Yine UNWTO’nun 2030 tahminlerine göre Avrupa ve Asya-Pasifik ülkelerinin oransal payının artacağı düşünülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere göre pazardan daha yüksek pay alacağı da yine raporda yer alan çarpıcı bilgiler arasında yer almaktadır. (bkz Şekil 1.2)



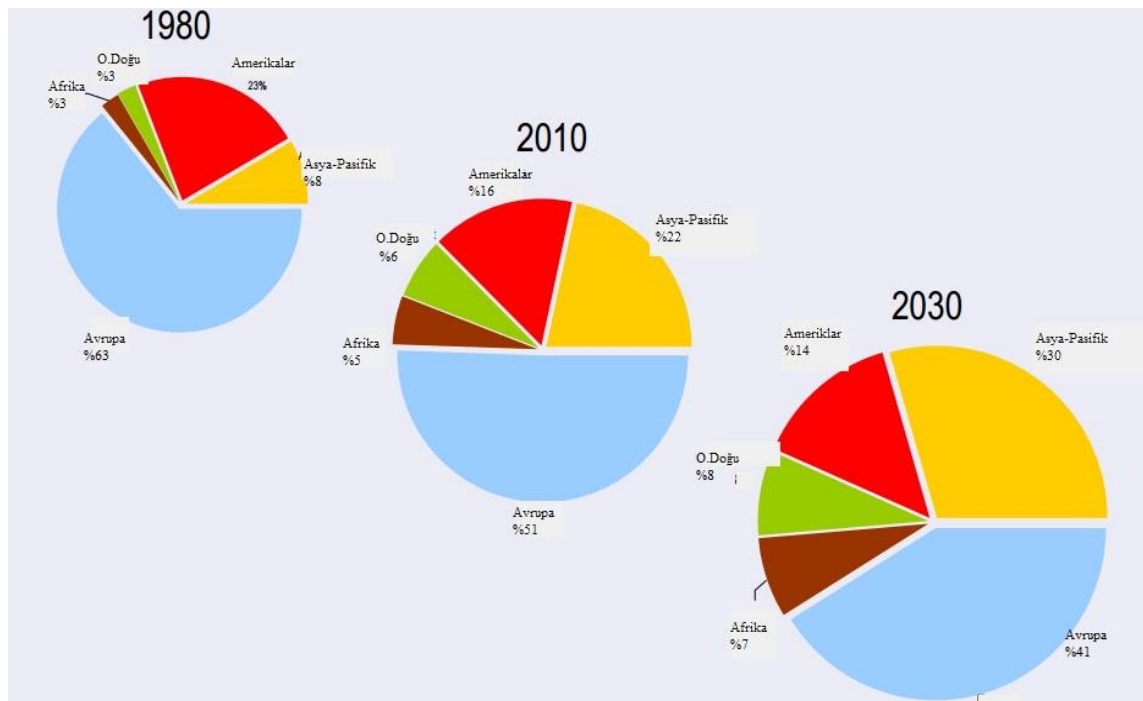
Şekil 1. 3. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler turist sayısı tahmini (2030) (UNWTO, 2011)



Çizelge 1.2’de görüldüğü üzere en fazla turist artışı yüzde 6,3 ile Asya - Pasifik bölgesinde görülürken, ikinci sırada yüzde 3,3 ile Amerika kıtaları yer almaktadır. Ortadoğu bölgesi yüzde -6,2 ile turist kaybeden bir bölge haline dönüşmüştür. 2010’dan bu yana Ortadoğu’daki ülkelerde yaşanan Arap Baharı ve siyasal istikrarsızlıklar turizm sektörünü olumsuz etkilemektedir.

Çizelge 1.2’ye göre ortalama yıllık büyüme rakamları değerlendirildiğinde dünyada ki turizm faaliyetlerinin ortaya çıkan bazı krizlere rağmen ortalama yüzde 3,6 büyüdüğü sonucuna varılmaktadır.

Aşağıdaki şekil 1.3’de ise uluslararası turizm hareketlerinin bölgelere ilişkin 2030 yılı tahmini pasta dilimi grafik yöntemi ile gösterilmektedir.



**Şekil 1. 4. Uluslararası turizm hareketleri tahmini 2030 (UNWTO, 2011)**

2030 yılında uluslararası turizm hareketlerinde bölgeler itibari ile Avrupa ve Amerika kıtalarının dünya turizminden alacağı payın azalacağı öngörülmektedir. Diğer bölgelerin ise turizmden alacakları payları artıracığı tahmin edilmektedir (bkz şekil 1.3).

**Çizelge 1. 3. Dünyada en fazla turist sayısına sahip ülkeler (2012)**

		Milyon		Değişim (%)	
		2011	2012*	11/10	12*/11
1	Fransa	81.6	83.0	5,0	1,8
2	ABD	62.7	67.0	4,9	6,8
3	Çin	57.6	57.7	3,4	0,3
4	İspanya	56.2	57.7	6,6	2,7
5	İtalya	46.1	46.4	5,7	0,5
6	Türkiye	34.7	35.7	10,5	3,0
7	Almanya	28.4	30.4	5,5	7,3
8	İngiltere	29.3	29.3	3,6	-0,1
9	Rusya	22.7	25.7	11,9	13,4
10	Malezya	24.7	25.0	0,6	1,3

Kaynak: UNWTO (2013)

Çizelge 1.3, 2011-2012 yılında dünyada en fazla turist kabul eden ve turizm geliri elde eden ülkeleri göstermektedir. Çizelgeden de anlaşılacağı üzere, Fransa 83 milyon turist ile dünyada en fazla turist çeken ülke konumundadır. Fransa'yı 67 milyon turist ile ABD ve 57,7 milyon turist ile Çin takip etmektedir. Türkiye'nin ise 35.7 milyon turist ile 6. sırada yer aldığı görülmektedir. Diğer ülkelere ilişkin veriler çizelge 1.3 de sunulmaktadır.

**Çizelge 1. 4. Dünyada en fazla turizm gelirine sahip ülkeler (2012)**

		US\$		Değişim (%)		Yerel Para Değişim (%)	
		Milyar	2012*	11/10	12*/11	11/10	12*/11
1	ABD	115.6	126.2	11,7	9,2	11,7	9,2
2	İspanya	59.9	55.9	14,0	-6,6	8,6	1,2
3	Fransa	54.5	53.7	16,2	-1,5	10,7	6,7
4	Çin	48.5	50.0	5,8	3,2	1,0	0,8
5	Macao (Çin)	38.5	43.7	38,3	13,7	38,6	13,3
6	İtalya	43.0	41.2	10,9	-4,2	5,6	3,8
7	Almanya	38.9	38.1	12,1	-1,9	6,7	6,2
8	İngiltere	35.1	36.4	8,2	3,7	4,4	5,2
9	Hong Kong (Çin)	27.7	32.1	24,6	16,0	24,9	15,6
10	Avustralya	31.5	31.5	8,1	0,2	-3,8	-0,2

Kaynak: UNWTO (2013)

Ülkelerin elde ettikleri turizm gelirlerine bakıldığında ise en çok turist çeken ülkelerle en çok gelir elde edenlerin birbirinden farklı olduğu sonucuna varılmaktadır. 126,2 milyar dolar ile ABD ilk sırada yer alırken 55,9 milyar dolar ile İspanya ikinci, 53,7 milyar dolarlık turizm geliri ile Fransa üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye ise gelen turist sayısı açısından ilk 10'da yer alırken gelir açısından değerlendirildiğinde İlk 10'da yer almamaktadır.

## 1.4. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

Türkiye’de turizmin gelişimi, 1923–1963 yılları arasındaki 40 yıllık zaman dilimini kapsayan “planlı dönem öncesi” ve 1963’den günümüze kadar olan kısmı kapsayan “planlı dönem” olmak üzere iki ana dönem olarak incelenebilir.

### 1.4.1. Planlı Dönem Öncesinde Türkiye’de Turizm

Türkiye’de turizm alanında ilk faaliyetler, 1923 yılında İstanbul’da “Türk Seyyahin Cemiyeti” adı ile kurulan ve 1930 yılında “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” adını alan dernekle başlamıştır. Devletin resmi bir turizm örgütünün bulunmadığı uzun yıllar boyunca görevi yerine getiren kurum, turizmi geliştirecek yayınların yapılması, tarihi eserlerin korunması ve Türkiye’nin yabancılara tanıtılması gibi amaçlara yönelik hizmetler vermiştir. Turizmin Türk kamu yönetimi içerisinde yerini alması ise ilk olarak 1934 yılında “İktisat Vekâleti” bünyesindeki Türk Ofisine bağlı Turizm Bürosu’nun kurulması ile gerçekleşmiştir. 1939 yılında Ticaret Bakanlığı’na bağlı bir “Turizm Müdürlüğü” oluşturulmuştur. 1943 yılında turizm işleri, başbakanlığa bağlı olarak kurulan “Basın Yayın Genel Müdürlüğü” birimine devredilerek bu kurumun görevleri arasında kabul edilmiştir. 1949 yılından itibaren “Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü” adını alarak çalışmalarını sürdüren bu örgüt bünyesinde turizm işlerinde etkinliği sağlamak amacıyla bir de “Turizm Dairesi” oluşturulmuştur (Barutçugil, 1989: 69–70; Çuhadar, 2006: 24).

1957’de ise diğer bir kanuni düzenleme ile Türkiye turizminin kilometre taşlarından birisi konulmuştur; “Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü”, “Basın Yayın ve Turizm Vekâleti” adı ile bakanlık haline getirilmiştir. Türkiye’de turizmin bakanlık seviyesinde ele alınmaya başlanmıştır. Böylece turizm ile ilgili konular hükümet seviyesine yükseltilerek, devletin direk politikalar ve stratejiler belirlediği bir alan haline getirilmiştir.

Planlı kalkınma döneminin başladığı 1963 yılında, “Turizm ve Tanıtma Bakanlığı” kurulmuştur. Bu bakanlığın görevleri arasında; İç ve dış turizmi geliştirmek, turizmi ulsal ekonominin verimli bir alanı haline getirmek, ülkenin turizme elverişli tüm imkânlarını değerlendirmek, turizmle ilgili çalışmaları araştırmak, düzenlemek, özendirme, yol göstermek ve Türkiye’yi tanıtıcı hizmetleri yürütmek gibi faaliyetler yer almaktadır (Andaç, 2003: 8).

**Çizelge 1. 5. Planlı dönem öncesinde Türkiye turizmine ilişkin veriler (1950 – 1962)**

YILLAR	Gelen Turist Sayısı	Turizm Gelirleri (1000 \$)
1950	28.625	
1951	31.377	4.317
1952	38.837	2.287
1953	70.055	2.350
1954	71.331	1.771
1955	79.369	1.979
1956	99.414	2.495
1957	100.803	1.041
1958	114.744	1.535
1959	126.610	4.756
1960	94.077	5.460
1961	129.104	6.880
1962	172.867	7.316

Kaynak: TÜRSAB (2013)

Türkiye’de turizm istatistikleri 1950 yılından itibaren toplanmaya başlanmıştır. Planlı döneme kadarki turizm alanındaki gelişmeler, Çizelge 1.5’de yer almaktadır. Ülkemize 1950 yılında 28.625 yabancı turist gelmiştir. Gelen turist sayısı izleyen yıllarda sürekli artarak 1957 yılında 100.803’e ulaşmıştır. 1959 yılında 126.610’a ulaşan turist sayısı, 27 Mayıs ihtilalinin yapıldığı 1960 yılında 94.077’ye gerilemiştir. 1962 yılında gelen turist sayısı 172.867, turizmden elde edilen gelir ise 7.316.000 dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemin en önemli özelliği, ihtilalin yapıldığı 1960 yılında siyasi istikrarsızlık nedeniyle ülkeye gelen yabancı turist sayısında belirgin bir düşüşün yaşanmış olmasıdır. Genel olarak bir değerlendirme yapmak gerekirse turizm sektörü açısından Türkiye’ye yönelik turizm talebinde sürekli bir artış trendinin var olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

#### **1.4.2. Planlı Dönemde Türkiye’de Turizmin Gelişimi**

Türkiye ekonomisinde beş yıllık planlar çerçevesinde kalkınmanın planlandığı döneme “Planlı Dönem” adı verilir. Bu dönem 1950–1960 döneminin “plansız kalkınma” anlayışına bir tepki olarak geliştirilmiş ve ilk plan 1963 yılında uygulamaya konulmuştur. Planlı dönemde devletin ekonomik ve sosyal hayata müdahalesinin bu kalkınma planları çerçevesinde gerçekleşmesi hedeflenmiştir. Dayanağını anayasadan alan kalkınma planları, kamu sektörü için emredici, özel sektör için yol gösterici nitelikte olmuştur (Çakır ve Bostan, 2000: 36). 1960 yılı sonrasında turizm alanında gerçekleşen olaylardan ilki, turizmin hizmetler sektörünün bir alt dalı olarak kalkınma planlarında yer almaya başlamasıdır. Türkiye’de ilk kez turizmin örgün turizm eğitim kurumlarında yer almaya başlaması da önemli bir gelişmedir. 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı kurulmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığının halen faaliyet gösteren

yurtiçi ve yurtdışı örgütleri, 1963 yılından sonra faaliyetlerine başlamıştır (Kozak ve ark., 2013:107).

1968 yılına gelindiğinde, Türkiye’de seyahat acentesi olarak çalışan 281 şirketin bulunduğu görülmektedir. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak 1972 yılında Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuştur. TÜRSAB’ın kurulması, Türkiye Seyahat Acenteleri Cemiyeti (TÜSTAC), Türkiye Milli Talebe Federasyonu (TMTF) ve Türkiye Milli Gençlik Teşkilatı (TMGT) gibi Türkiye turizminin ilk kurumlarının mirasını da devralması sonucunu da doğurmuştur. TÜRSAB, Seyahat Acenteleri Birliği Yasasına bağlı olarak bugüne kadar faaliyetlerini sürdürmektedir (Kozak ve ark., 2013:107).

Zaman içerisinde 1970’li, 1980’li ve son olarak da 1990’lı yıllarda Türkiye’de turizm alanında pek çok mesleki örgütlenme faaliyetlerine başlanmıştır.

Planlı döneme geçişle birlikte turizm sektörü Beş Yıllık Kalkınma Planları kapsamına alınmış, sektörel faaliyetlerin düzenlenmesi ve geliştirilmesi amacıyla önemli çalışmalar yapılmıştır (Olalı ve Timur, 1986: 22).

Başlangıçta turizm talebine yatak ve diğer işletmelerle ihtiyaçları karşılamaya yönelik olarak alınan kararlar, giderek turizm sektörünün değişen koşullarına göre şekil almıştır ( Kozak ve ark., 2013: 119).

Uygulamaya konulan kalkınma planları incelendiğinde turizm sektörü ile ilgili hedefleri şu şekilde özetlemek mümkündür (Şahin, 2001; Çuhadar, 2006):

- Turizm yoluyla sağlanacak döviz gelirlerini arttırmak ve ödemeler bilançosu açığının kapatılmasında yararlanmak,
- Türkiye’ye gelen turist sayısını arttırmak,
- Turistlerin ortalama kalış ve harcama sürelerini arttırmak,
- Turizmde öncelikli yöreler tespit etmek, alt yapı ve fiziksel planlama faaliyetlerini tamamlamak,
- İç turizm hareketlerini geliştirmek, bu amaçla özellikle çalışanlara tatil imkânları hazırlamak,
- Tanıtma faaliyetlerine ağırlık vermek,
- Fiyat politikasını tespit etmek,

- Kamunun altyapıyı, özel kesimin üstyapıyı gerçekleştirmesini sağlamak,
- Yabancı yatırımları özendirmek.

1980'li yıllara girerken turizmin sayısal büyüklüklerinin, ekonominin beklentileri ve ülkenin sahip olduğu doğal, kültürel ve tarihi zenginliklerinin karşılığı olmadığı tespitinden hareketle, turizme bakış açısının değiştirilmesi ve bu sektörün ekonomik ve sosyal yönleri ile ele alınması gerektiği gerçeğini ön plana çıkarmıştır.

24 Ocak 1980 tarihinde uygulamaya konulan 24 Ocak Kararları'nın turizm sektörünü doğrudan etkileyen maddeleri arasında:

- Devalüasyon kararı,
- Yabancı sermaye çerçeve kararname ile ilgili karar,
- Kambiyo mevzuatının değiştirilmesi ile ilgili karar,
- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu,
- Yurtdışına turizm amaçlı çıkışlar ile ilgili kararlar yer almaktadır.

1980 sonrası turizm ile ilgili olarak alınan kararlar içerisinde en önemli olanı, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunudur. Bu yasal düzenlemeyle Türkiye'de turizm sektöründe o zamana değin uygulanmayan pek çok teşvik getirilmiştir. Bu dönemde turizm ile ilgili olarak getirilen teşviklerin bazıları şunlardır (Kozak ve ark., 2013:107):

- Düşük faizli kredi,
- Yatırım indirimi,
- Finansman fonu istisnası,
- Bina inşaat istisnası,
- Vergi, resim, harç istisnası,
- Teşvik primi,
- Döviz tahsisi,
- Katma değer vergisi erteleme,
- Yabancı personel çalıştırma,
- Elektrik, havagazı ve su ücretlerinde indirim,

- Haberleşme kolaylıkları.

1985 yılında turizm, “Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektörler” kapsamına alınmış, böylece yatırım indirimi ve yatırım kredisi kullanabilme imkânlarına sahip olan turizm sektörü büyük gelişmeler kaydetmiştir.

Bu teşvik tedbirlerinin etkileri yukarıdaki çizelgede belirgin bir şekilde görülmektedir. 1980–1990 yılları arasında yatırım ve işletme belgeli tesis sayısında yaklaşık 10 katlık bir artış olduğu gözlenmektedir. 1990–2000 yıllara bakıldığında ise bu artışın ancak % 10 olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (bkz. Çizelge 1.6). Bu durumun ortaya çıkmasındaki en etkili faktör 1992 yılından itibaren turizm sektörüne sağlanan teşviklerde sınırlandırılmaya gidilmesi ya da tamamen kaldırılması olarak ifade edilebilir.

**Çizelge 1. 6. Türkiye'nin konaklama ve arz kapasitesi**

YILLAR	Turizm İşletme Belgeli Tesisler			Turizm Yatırım Belgeli Tesisler		
	TESİS	ODA	YATAK	TESİS	ODA	YATAK
2000	1.824	156.367	325.168	1.300	113.452	243.794
2001	1.980	175.499	364.779	1.240	107.262	230.248
2002	2.124	190.327	396.148	1.138	102.972	222.876
2003	2.240	202.339	420.697	1.130	111.894	242.603
2004	2.357	217.664	454.290	1.151	118.883	259.424
2005	2.412	231.123	483.330	1.039	128.005	278.255
2006	2.475	241.702	508.632	869	123.326	274.687
2007	2.514	251.987	532.262	776	112.541	254.191
2008	2.566	268.633	567.470	772	113.487	258.287
2009	2.625	289.383	608.765	754	103.119	231.456
2010	2.647	299.621	629.465	877	114.771	252.984
2011	2.783	319.319	668.829	922	122.364	267.900
2012	2.870	336.447	706.019	960	126.592	273.877

Kaynak: TÜRSAB (2013)

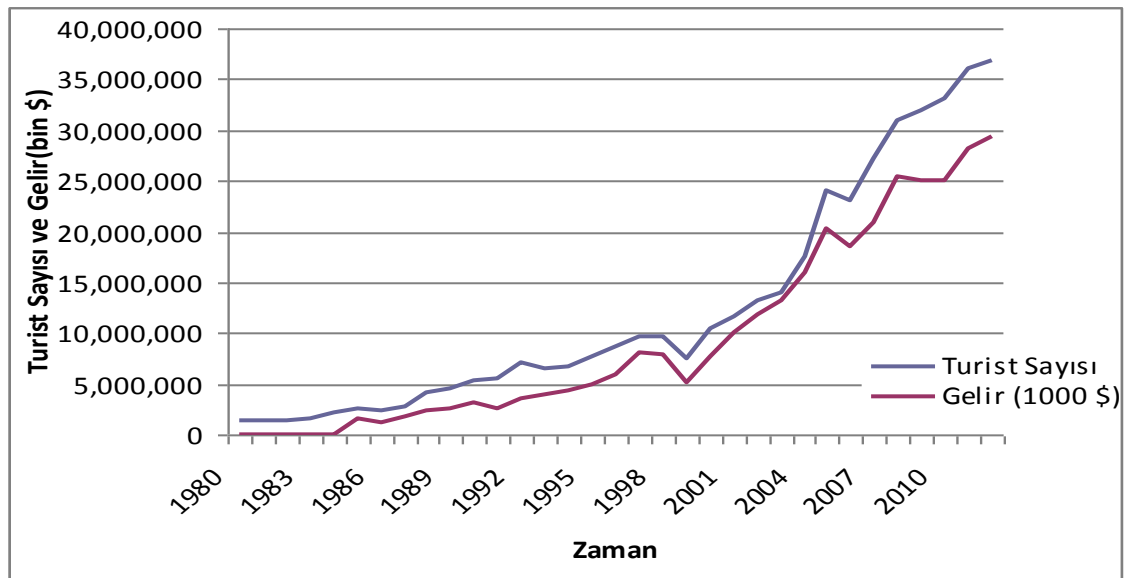
Turizm geliri, ziyaretçi sayısı ve ortalama harcamalara ilişkin değerler Çizelge 1.7’de sunulmaktadır. 2001 yılı itibari ile 10 milyar dolar turizm geliri 2012 yılına gelindiğinde yaklaşık 3 kat artarak 29 milyar dolara ulaşmıştır. Aynı şekilde ziyaretçi sayısına bakıldığında ise yaklaşık 13,5 milyon olan turist sayısı 2012 yılında 36,5 milyon kişiye ulaşmıştır. 2001 yılından bugüne ortalama turizm harcamalarına bakıldığında dalgalanmaların meydana geldiği sonucuna ulaşılmaktadır. Bu dalgalanmalar sebebi yıllar itibari ile Türkiye’ye gelen ziyaretçi profilinin değişmesinden kaynaklanmaktadır.

Çizelge 1. 7. Turizm geliri, ziyaretçi sayısı, ortalama harcama

Yıllar	Turizm geliri(1000 \$)	Ziyaretçi sayısı	Ortalama harcama (\$)
2001	10.450.728	13.450.127	777
2002	12.420.519	15.214.514	816
2003	13.854.868	16.302.053	850
2004	17.076.609	20.262.640	843
2005	20.322.111	24.124.501	842
2006	18.593.950	23.148.669	803
2007	20.942.501	27.214.988	770
2008	25.415.067	30.979.979	820
2009	25.064.481	32.006.149	783
2010	24.930.996	33.027.943	755
2011	28.115.694	36.151.328	778
2012	29.351.446	36.776.645	798

Kaynak: TÜRSAB (2013)

Benzer şekilde turizm arzında meydana gelen bu gözle görülür artış diğer değişkenlere de yansımıştır. Örneğin 1983–1991 yılları arasında Türkiye’ye gelen turist sayılarında ve turizm gelirlerinde de ciddi bir artış görülmektedir (Şekil 1.4).

Şekil 1. 5. Turizm geliri, ziyaretçi sayısı<sup>1</sup>

1980–1990 döneminde gelen turist sayısı yaklaşık olarak dört kat, turizm gelirleri ise on kat artmıştır. 1993 ve 1994 yıllarında politik ve terör olayları Türk turizmi açısından oldukça kötü sonuçlar ortaya çıkarmıştır. Anarşi ortamı, Güneydoğu sorunu, rakip ülkelerin anti propagandaları, dolardaki artışın üzerinde enflasyon artışları, hızla gelişen üstyapının ortaya çıkardığı altyapı sorunları ve bunlarla bağlantılı

<sup>1</sup> Grafikteki veriler TÜİK ve TÜRSAB’dan alınmıştır.



olarak hizmet kalitesinin düşmesi gelen yabancı turist sayısı 1993 yılında % 8 oranında azaltmıştır.

1999 yılında konjonktürel nedenlerle yaşanan rezervasyon iptalleri yaşanmış, Marmara Bölgesi'nde yaşanan deprem felaketi sektördeki sorunu daha da büyütüştür. Bu olumsuz gelişmelerin etkisiyle 1999 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı bir önceki yıla göre yaklaşık % 30 azalmıştır. Paralel olarak turizm geliri bir önceki yıla göre % 22,5'lik bir azalmıştır. 2001 yılında gelen turist sayısı 13,4 milyona, turizm gelirleri de 10,5 milyar dolara yükselerek eski yıllarda ki artış trendi yakalanmıştır (Yağcı, 2003: 204).

2012 yılında ülkemize gelen yabancı turist sayısı 2001 yılına göre %270 artışla 36.776.645, turizm gelirleri ise % 280 artışla 29.351.446 dolar olarak gerçekleşmiştir (bkz. Şekil 1.5). 2001 yılından sonra turist sayısında ortaya çıkan bu artış kamu kurumları ve özel sektörün Türkiye'ye yönelik turizm talebini artırıcı yöndeki politikalarından kaynaklanmaktadır. 2001 yılında Türkiye'de yaşanan finansal krizle birlikte ekonomik anlamda bir kırılma yaşanmıştır. Türkiye artan döviz ve istihdam ihtiyacı ile birlikte dünya turizminde yaşanan konjonktürel dalgalanmaları çok iyi analiz ederek durumu kendi lehine çevirmiştir.

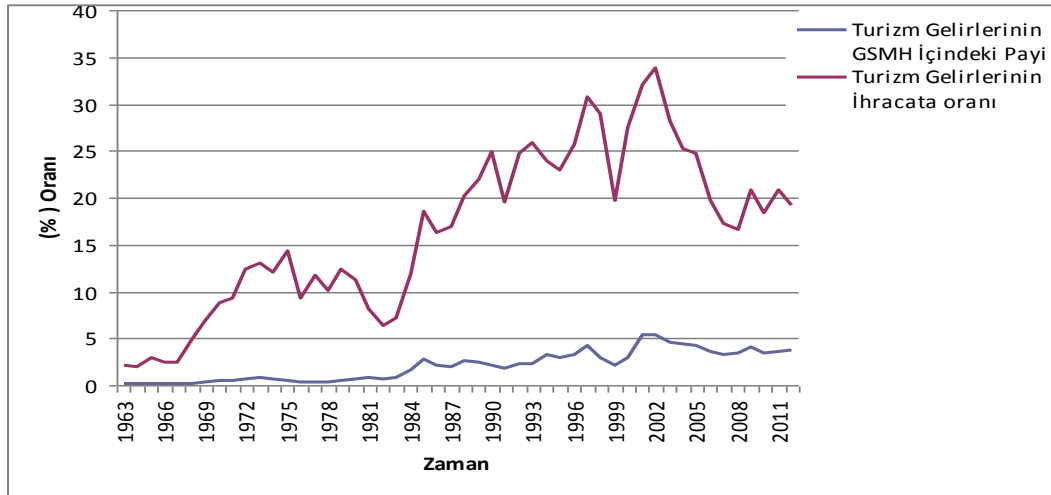
**Çizelge 1. 8. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı**

YILLAR	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı	Turizm Gelirlerinin İhracata oranı
2000	2,9	27,5
2001	5,3	32,1
2002	5,4	33,9
2003	4,5	28,2
2004	4,4	25,2
2005	4,2	24,7
2006	3,5	19,7
2007	3,2	17,3
2008	3,4	16,6
2009	4,1	20,8
2010	3,4	18,3
2011	3,6	20,8
2012	3,7	19,2

Kaynak: TÜRSAB (2013)

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payına bakıldığında (Çizelge 1.8) 2000'li yıllarda %2,9 seviyelerinde iken; 2012 yılına gelindiğinde ise, %3,7'ye yükseldiği görülmektedir. Aynı çizelgede turizmden elde edilen gelirlerinin ihracat gelirleri içinde ki oranı da gösterilmiştir. Çizelgeye göre 2000'de %27,5 olan oran 2012 yılında %19,2'ye düşmüştür. Bu oranda meydana gelen düşüş son yıllarda Türkiye'de mal ve hizmet ihracatını artırmaya yönelik politikaların sonuç vererek, turizmde meydana gelen

gelişmelerden çok daha yüksek seviyelerde gelir elde edilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.



**Şekil 1. 6. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı ve turizm gelirlerinin ihracata oranı<sup>2</sup>**

Ayrıca şekil 1.5’de 1963’den bu yana turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı ve turizm gelirlerinin ihracata oranının nasıl bir seyir izlediği gösterilmektedir. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payının ihracata göre daha hızlı şekilde artış gösterdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

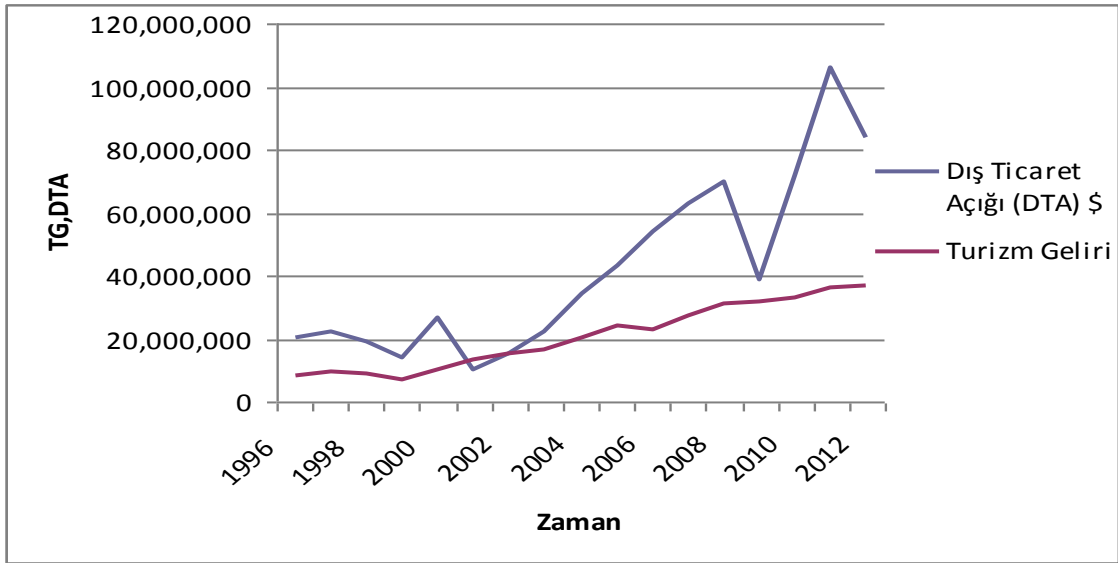
**Çizelge 1. 9. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı**

Yıl	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)
2000	26.727.914	9.990.841	37,38
2001	10.064.867	13.450.127	133,63
2002	15.494.708	15.214.514	98,19
2003	22.086.856	16.302.053	73,81
2004	34.372.613	20.262.640	58,95
2005	43.297.743	24.124.501	55,72
2006	54.041.498	23.148.669	42,83
2007	62.790.965	27.214.988	43,34
2008	69.936.378	30.979.979	44,30
2009	38.785.809	32.006.149	82,52
2010	71.661.113	33.027.943	46,09
2011	105.934.807	36.151.328	34,13
2012	84.066.659	36.776.645	43,75

Kaynak: TÜRSAB, 2013

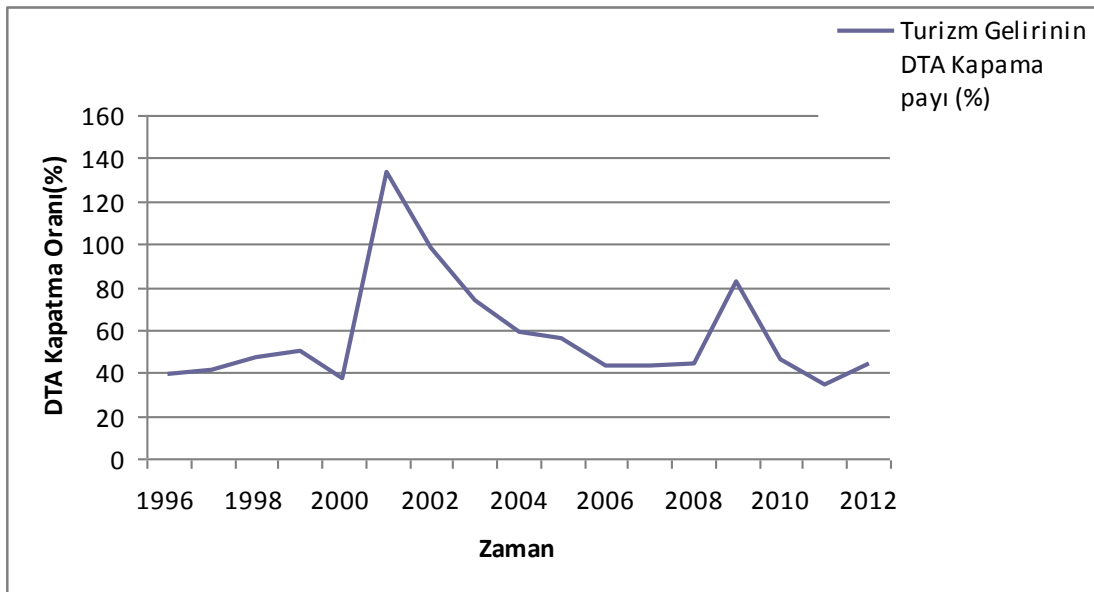
Uluslararası turizmin neden olduğu döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını artırıcı bir rol oynadığından, ülkelerin dış ödemeler dengesini etkilemektedir (Bulut, 2000).

<sup>2</sup> Grafikteki Veriler TÜİK ve TÜRSAB’dan alınmıştır.



Şekil 1. 7. Turizm gelirleri ve dış ticaret açığı ilişkisi (1996-2012)<sup>3</sup>

Bu özelliği ile turizm gelirleri, döviz sıkıntısı çeken ve ödemeler dengesi açık veren ülkeler için oldukça önemli bir döviz kaynağıdır (Tosun ve ark., 2003; Kar ve ark., 2004:89). Dış ticaret açığı turizm gelirleri arasındaki hareket Şekil 1.6'da gözlenmektedir.

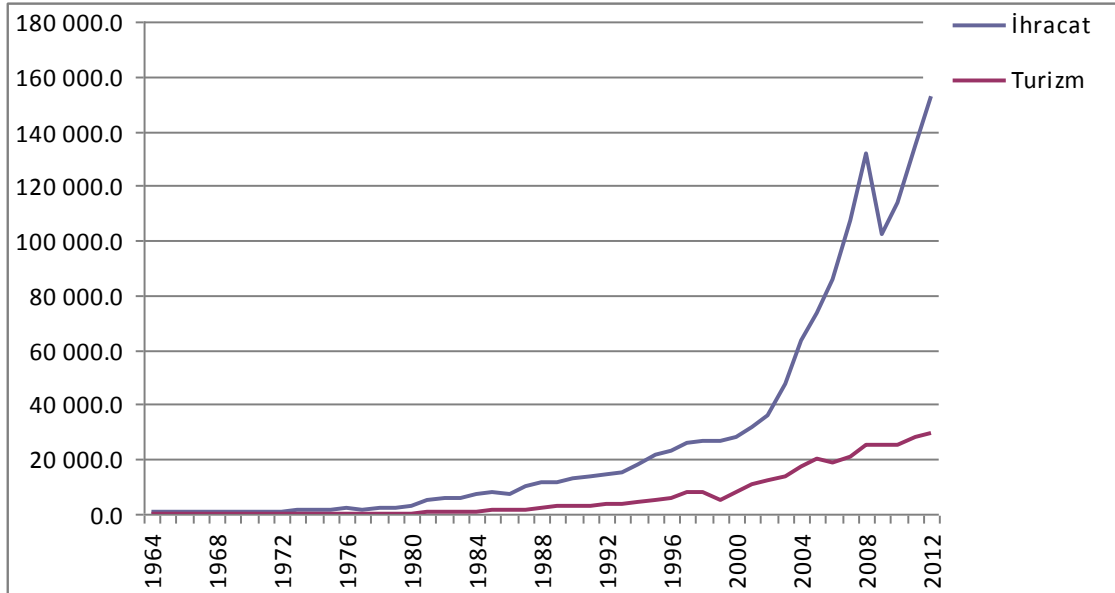


Şekil 1. 8. Turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmadaki payı (1996-2012)

Turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmadaki payına ilişkin rakamlar Şekil 1.7 nolu grafiğe aktarılmıştır. Buna göre 1995'li yıllarda %40 civarında olan oran 2000'li yıllarda oldukça yüksek seviyeye ulaşmaktadır. Bunun sebebi olarak o yıllarda

<sup>3</sup> Grafikteki Veriler TÜİK ve TÜRSAB'dan alınmıştır.

ortaya çıkan krizle birlikte dış ticaret haddinin göreceli olarak azalmasıdır. 2008 ve 2010 yılları arasında yine aynı trende sahip olduğu Şekil 1.7’de gözlemlenmektedir. 2012 yılına gelindiğinde ise bu oranın %40’ların üzerine çıktığı görülmektedir.



Şekil 1.9. İhracat ve turizm gelirleri arasındaki ilişki (1964–2012)<sup>4</sup>

Çizelge 1.9’da Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapamadaki payı gösterilmektedir. 2000 yılında dış ticaret açığının %37,38’ini kapatan turizm gelirleri, 2012 yılında ise %43,75 oranında dış ticaret açığını kapattığı sonucuna varılmaktadır. Ayrıca turizm gelirleri ile ihracat arasında ki ilişkinin 1964 yılından bu yana seyri Şekil 1.7’de gösterilmektedir.

Çizelge 1.10. Yıllarında Türkiye’ye gelen yabancıların milliyetlere göre dağılımı

Milliyet	Yıllar			Milliyet payı (%)			% Değişim Oranı	
	2010	2011	2012	2010	2011	2012	2011/2010	2012/2011
Avrupa OECD	14.209.364	15.599.564	15.583.736	49,63	49,59	49,03	9,78	-0,10
Toplam OECD	15 502.636	17.099.189	17.125.254	54,14	54,36	53,88	10,30	0,15
Toplam Avrupa	16.622.216	18.195.442	18.230.104	58,05	57,84	57,36	9,46	0,19
BDT	6.075.484	6.695.501	7.236.582	21,22	21,29	22,77	10,21	8,08
Toplam Afrika	377. 300	445. 487	713.399	1,32	1,42	2,24	18,07	60,14
Top. Batı Asya	1.887.040	2.088.314	2.147.531	6,59	6,64	6,76	10,67	2,84
Top. Gün. Asya	2.215.410	2.323.615	1.692.321	7,74	7,39	5,32	4,88	-27,17
Toplam Asya	4.102.450	4.411.929	3.839.852	14,33	14,03	12,08	7,54	-12,97
Top. Gün. Amerika	118. 706	159.078	165.966	0,41	0,51	0,52	34,01	4,33
Toplam Amerika	135.398	181.215	184.944	0,47	0,58	0,58	33,84	2,06
Yabancı toplam	28.632.204	31.456.076	31.782.832	100,0	100,0	100,0	9,86	1,04

Kaynak: UNWTO (2011)

<sup>4</sup> Grafikteki Veriler TÜİK ve TÜRSAB’dan alınmıştır.

2010–2012 yıllarında ÷lkemize gelen yabancıların milliyetlerine göre dağılımları ise Çizelge 1.10’da sunulmaktadır. Son 3 yıldaki Avrupa ÷lkelerinin toplam turist sayısı içinde ki en yüksek paya sahip olduğu gör÷lmektedir (bkz. Çizelge 1.10). Sırasıyla 2010, 2011, 2012 yıllarında %58,05, %57,84, %57,36 olarak ger÷ekleştii sonucuna varılmaktadır. İkinci sırada ise %22 ile Birleşik Devletler Topluluğu (BDT) gelmektedir. Diğer ÷lkelerin Türkiye turizm pazarında ki payları ise çizelge 1.10’da sunulmaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZM TALEBİNİN BELİRLEYİCİLERİ

#### 2.1. Turizm Talebi

Konuşma dilinde talep “istek”, “arzu” anlamına gelmektedir. İnsan ihtiyaçlarının sonsuz olduğu dikkate alınacak olursa, tüketicilerin her gördüklerini arzulamaları, sahip olmak istemeleri doğaldır. Ancak, ekonomik anlamda bir satın alma isteğinin “talep” sayılabilmesi için satın alma gücü ile desteklenmesi gerekir. Ekonomik anlamda talep denildiğinde, satın alma gücüne sahip ve satın alma istemindeki insanların, bir mal veya hizmetten, belirli bir zamanda ve belirli fiyatlardan satın almak istedikleri miktarlar kastedilmektedir.

Yukarıda genel olarak ifade edilen tanım, talep kavramından çok da farklı bir tanıma sahip değildir. Bu bağlamda, turizm literatüründe turizm talebinin aşağıdaki şekilde tanımlandığı görülmektedir:

- Turizm talebi, turist gönderen bir merkezden turist çeken bir merkeze yönelik olan akımdır.
- Bir başka tanıma göre; “turistik gezi yapma arzusunda bulunan ve bu arzusunu gerçekleştirebilecek gelire sahip olan insanların miktarına” turizm talebi denilmektedir.
- Diğer bir tanımda ise; “turistin belli bir fiyat seviyesi ya da döviz kuru dâhilinde elde etmek istediği ve fiilen elde etmeyi kabul ettiği turizm ürünü ile hizmetinin bütünü” turizm talebi olarak ifade edilmektedir.
- Son bir tanıma göre de turizm talebi; “insanların turizm ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla yeterli alım gücü ve boş zaman ile desteklenmiş olan, turistik ürün ve hizmetleri satın alma isteğinde bulunan insan miktarı” olarak tanımlanmaktadır.

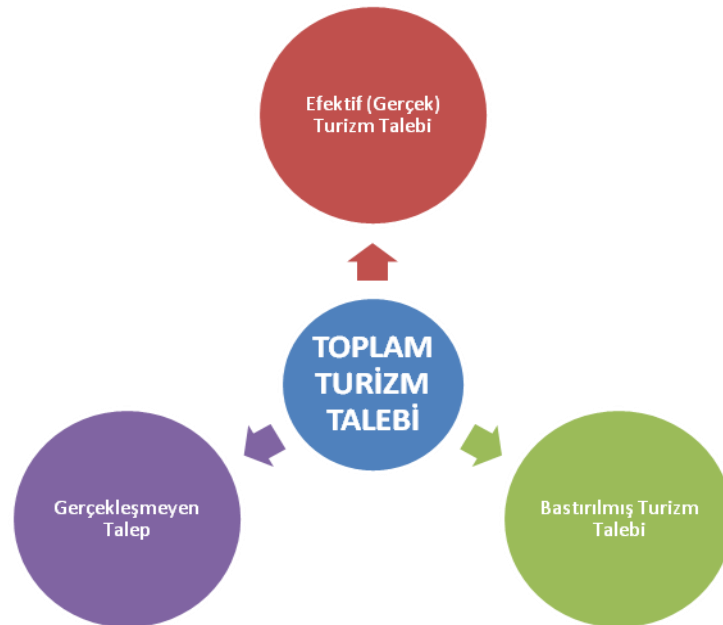
Yukarıdaki yapılan tanımların hemen hemen hepsinde turizm talebinin üç önemli özelliği olduğu görülmektedir: *gelir düzeyi, boş zaman ve satın alma isteği* dolayısıyla bu faktörler, turizm talebinin oluşumu açısından üç önemli faktör olarak tanımlanabilir (Bahar ve Kozak, 2012: 1).

İktisatçıların yapmış olduğu tanımdan yola çıkarak turizm talebini; “yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olup belirli bir zaman diliminde, belirli bir hedef

doğrultusunda turistik ürün ve hizmetlerden faydalanan ya da yararlanmak isteyen kişi veya kişiler topluluğu” şeklinde tanımlamak mümkündür.

Tüketici kitle, turist olabileceği gibi ziyaretçi ya da bir yerden farklı bir yere seyahat eden bir grupta olabilir. Seyahat ve tatil yapma isteminde olup, bunun için zaman, fiziksel, yasal, tıbbi vb. herhangi bir engeli olmayan ve bu isteğini gerçekleştirecek ekonomik güce sahip olan her insan, bireysel turizm talebini; belirli bir pazara yönelenlerin bütünü de toplam turizm talebini oluşturur. Toplam turizm talebi; coğrafi açıdan “ülke içi turizm talebi” ve “uluslararası turizm talebi” şeklinde sınıflandırılmaktadır. Ülke sakinlerinin kendi ülkelerindeki turizm ürünlerine duydukları gereksinim ülke içi turizm talebini oluşturur. Uluslararası turizm talebi ise, insanların kendi ülkeleri dışındaki yerlere seyahat etme ve oralardaki turizm ürünlerini satın alma isteklerinden doğan bir tatmin olma biçimidir (Erdoğan, 1996: 326).

Tanımlamalarda dikkat çeken bir husus ise turizm talebinin sadece tüketimde bulunan kişilerden oluşmamasıdır. Belirtilen özelliklere sahip ve seyahat etme isteğinde olan ancak değişik nedenlerle (kişisel etkenler, arz kaynaklarının yetersizliği vb.) turizm hareketlerine doğrudan katılmayan kimselerin de göz önünde bulundurulması gerekir. Literatürde toplam turizm talebi üç temel bileşenden meydana gelmektedir ve şekil 1.10’da şematize edilmektedir (Cooper ve ark.,1999: 24-25; Bahar ve Kozak, 2012: 1);



**Şekil 1.10. Turizme yönelik toplam talebi oluşturan temel faktörler**

*a.Efektif (Gerçek) Turizm Talebi:* Hemen hemen bütün turizm istatistiklerinde yer alan ve en yaygın ölçülen turizm talebi bileşenidir. Turizmde aktif olarak yer alan ya da kaynaktan çekim merkezine doğru seyahat eden “fiili” turistler gibi gerçek kişi

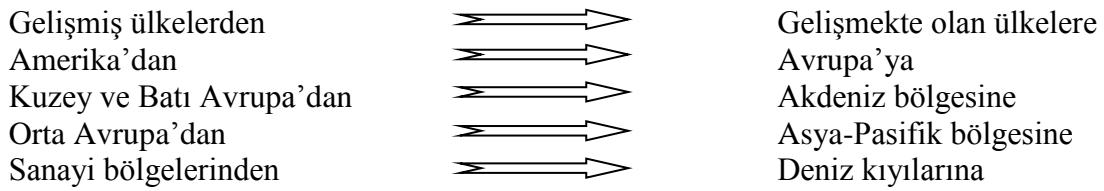
sayısıdır. Efektif talep, satın alma isteği ile birlikte satın alma gücü, yani parasal olanaklar da kullanılarak seyahat ve turizm ürünlerinden yararlanan grupları ifade etmektedir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeciler ve yöneticilerin en fazla ilgilendikleri turizm talebi bileşenidir (Bahar ve Kozak, 2012: 11).

*b. Bastırılmış Turizm Talebi:* Turizm talebinin bu bileşeni, nüfusun çeşitli kısıtlamalar nedeniyle seyahat edemeyen kısmını temsil etmektedir. Bastırılmış talep, iki unsurdan oluşmaktadır; potansiyel turizm talebi ve ertelenmiş turizm talebi. Potansiyel turizm talebi, koşullarında değişiklik olduğu takdirde gelecekte seyahat edecek kişileri ifade etmektedir. Örneğin; kendilerine uygun fiyatlı bir tatil paketi sunulduğunda seyahate çıkabilirler. Bu nedenle, bu grupta yer alan kişiler, efektif turizm talebi kategorisine dahil olma şansına sahiptirler. Bastırılmış turizm talebinin ikinci unsur ise; arz verilerinden kaynaklanan geçici bir problem veya kısıt nedeniyle ertelenmiş taleptir. Örneğin, gidilecek bölgedeki konaklama işletmelerinde ya da ulaştırma araçlarında yer bulunamaması, talebin geçici olarak ertelenmesine neden olur. Arz olanaklarında meydana gelecek olumlu gelişme ile ertelenmiş talep, efektif talep kategorisine taşınabilir. Bastırılmış turizm talebi üzerinde yapılacak araştırmalar önemlidir. Çünkü talebin ertelenmesine neden olan etkenler tanımlanır ve ortadan kaldırılırsa kolayca efektif talebe dönüşebilmektedir (Bahar ve Kozak, 2012: 11).

*c. Gerçekleşmeyen Talep:* Seyahat etmek için gerekli olanaklara sahip olmayan veya bu isteği gerçekleştiremeyen kişilerden oluşmaktadır. Örneğin savaş halinde olan ülkeler, vatandaşlarının bazı ülkelere seyahat etmelerini engellemektedirler. Diğer bir örnek olarak; bazı ülke vatandaşlarının, güvenlik, politik veya sağlık nedenleriyle yurt dışına çıkışları engellenebilmektedir. Turizm talebinin bu bileşeninin, efektif talebe dönüştürülmesi ihtimalinin düşük olması ve veri temin etmenin oldukça güç olması nedeniyle bu konuyla ilgili çalışmalar son derece kısıtlı kalmıştır (Bahar ve Kozak, 2012: 11).

Küreselleşme sürecinin etkisiyle bir köy haline gelen dünyada, insanların seyahat etme isteğini arttırmıştır. Bununla birlikte, 1970'li yıllarda jumbo jetlerin icat edilmesi ve hızlı teknolojik gelişmeler sayesinde turizm hareketleri kıtalararası bir kimliğe kavuşmuştur. Dünya genelindeki ülkeler bazında yer yer ekonomik durgunluk yaşansa da, turizmin insanlar var olduğu sürece büyümesini devam ettireceği bir gerçektir. Bu bağlamda, uluslararası turizm hareketlerinin ve sonuçta talebin yönüne bakılacak olursa şekil 1.11 deki gibi olduğu görülmektedir.





Şekil 1. 11. Turizm talebinin dünya destinasyonlarındaki yönü (Bahar ve Kozak, 2012: 111)

Bu nedenle, turizm talebi konusunda ileriye yönelik gerçekçi tahminler yapılması ve turist harcamalarının ülke ekonomileri üzerinde oluşturduğu çarpan etkisinin bilinmesi, ekonomik gelişme ve kalkınmada turizmden etkili bir ihracat elemanı olarak yararlanılmasını sağlayacaktır. Ayrıca, turizm sektörünü oluşturan ekonomik birimlerin turizm arzını talebe uygun hale getirmeleri, turizm yatırımları ve sektörün geleceği açısından uzun dönemli planlama ve tahminleme önemli bir konu olmaktadır (Burger ve ark., 2001; Bahar ve Kozak, 2012: 111).

## 2.2. Turizm Talebinin Özellikleri

Turizm talebi, ekonomideki diğer mal ve hizmetlerin talebine göre bazı farklılıklar ve özellikler göstermektedir. Bu özellikleri aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Bahar ve Kozak, 2012: 111):

- *Turizm talebi bağımsız bir taleptir:* İnsanları seyahate yönelten çeşitli nedenler vardır. Bu nedenler, insanların atmosfer değiştirme isteği ve kişisel etkiler altında kalmasının bir sonucudur.
- *Turizm talebi çok yönlüdür ve karmaşık bir özelliğe sahiptir:* Fiziksel bir rahatlığa, psikolojik bir mutluluğa ulaşmak için seyahat edenler ile ticari amaçlı seyahat eden insanlar arasında bir farklılık olduğu gibi konaklamanın gerçekleştiği bölgedeki gıda, eğlence, diğer mal ve hizmetler gibi değişik gereksinimlerin baskısı ve yoğunluğuna göre de farklılıklar bulunmaktadır.
- *Aşırı esnektir:* Turizm talebinin ikame olanaklarının fazla olması, turistik tüketimdeki tercihlere ekonomik, sosyal, politik ve mali nitelikteki unsurların etki etmesi turizm talebine aşırı esnek bir özellik kazandırır.
- *Turizm ürünleri arasında aşırı rekabet söz konusudur:* Turistik tüketime konu olan mal ve hizmetler arasında da aşırı bir rekabet vardır. Bu rekabet kişisel tercihlere bağlı olarak ortaya çıkar. Ayrıca, turizm ürünleri ekonomideki lüks ve kültürel nitelikteki diğer mal ve hizmetlerle rekabet halindedir. Örneğin, kış döneminden yaz tatili için deniz kenarındaki bir otelde rezervasyon yaptıran bir

aile, yaz sezonunun başında otomobil kredilerinin düşmesi sonucu, yapmayı düşündüğü tatilden vazgeçerek, bankadan kredi çekerek arabasını değiştirebilir.

- *Mevsimsel özellikler taşıır:* Turistik hareketler belirli mevsimlerde yoğunlaştığı için turizm talebi de mevsimlik bir özellik taşıır. Çalışanların yıllık izin konusunda yaz dönemlerini tercih etmeleri, okulların bu dönemde kapalı olması vb. nedenler turizm talebinin bu özelliğine örnek olarak verilebilir.
- *Ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre değişiklik gösterir:* Turizm talebi ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre de değişiklikler gösterir (Kozak, 2012: 80). Uluslararası turizm hareketlerinin görünümüne bakılacak olursa, talebin gelişmiş ülkelerin yer aldığı coğrafyada yoğunlaştığı görülmektedir. Böylece, çok az sayıdaki gelişmiş ülke, talebin büyük çoğunluğuna sahip olarak uluslararası turizmi etkilemektedir.
- *Turizm talebi, kişisel harcanabilir gelirin bir fonksiyonudur.* Diğer bir deyişle, turizm talebi ile kişisel harcanabilir gelir arasında pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Nitekim turizm talebinin çoğunlukla refah seviyesi yüksek gelişmiş ülkelerden kaynaklanması bu nedenden dolayıdır.

Turizm sektörünün ülkelerin ekonomik zenginliğine daha fazla katkı sağlayabilmesi, kaynakların etkili ve verimli kullanımı ve sonuçta turizmden arzu edilen gelirin ve payın elde edilmesi açısından turizm talebinin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Turizm talep analizleri, kamu ve özel sektörün ülke kaynaklarının hangi şekilde ve nelere yönlendirilmesi gerektiği sorusuna yanıt arayarak, yapılacak olan yatırımlarda daha sağlıklı karar verilebilmesine de kolaylık sağlamaktadır. Bu nedenle turizm talebi, etkili bir ekonomik gelişme ve büyümenin başarılabilmesinde de önemli bir yol göstericidir (Uysal ve Roubi, 1999; Bahar ve Kozak, 2012: 111).

### **2.3.Turizm Talebini Etkileyen Faktörler**

Turizm talebinin tahmin edilmesi, bireylerin, kamu ya da özel sektör temsilcilerinin ve hükümetlerin ileriye dönük yapacakları turizm planlarında gereksinim duydukları önemli bir unsurdur. Fiyatlandırma, tanıtım ve stratejik pazarlama programları ile beşeri, doğal ve sermaye kaynaklarının doğru yerlere yönlendirilebilmesi için, şu anki talebin belirlenmesi ve geleceğe dönük doğru ve güvenilir talep modellemesi ve tahminlemesi hayati role sahiptir. Bir destinasyonu ziyaret edecek turist sayısının, bunların gereksinim duyacağı mal ve hizmetlerin ve

dönemselliğin tahmin edilmesi; alt yapı, konaklama, ulaşım, çekicilik, reklâm ve tanıtım başta olmak üzere birçok hizmetin planlanması ve gerekli destekleyici ve tamamlayıcı sektörlerle koordine edilmesi o bölgedeki turizmin gelişimi, uzun dönemdeki rekabet gücü ve başarı açısından önemlidir. Bununla birlikte, yapılacak olan bu turizm talep modellenmesi ve tahminlemesi ile sosyal ve çevresel problemlerin en aza indirilmesi de sağlanmış olacaktır (Bahar ve Kozak, 2012: 113-114). Bu kapsamda turizm talebini etkileyen faktörler beş temel gruba ayrılmıştır. Ekonomik faktörler, sosyo-kültürel faktörler, demografik faktörler, psikolojik faktörler ve siyasi ve yasal faktörlerdir. Şekil 1.11'deki gibi şematize edilmiştir.



Şekil 1. 12. Turizm talebini etkileyen faktörler

### 2.3.1. Ekonomik Faktörler

Turizm talebini belirleyen ekonometrik faktörler 10 başlık altında toplanmaktadır. Bunlar Gayrisafi Yurtiçi Hasıla ve Kişi Başı Gayri Safi Yurtiçi Hasıla, gelir dağılımı, turistik ürünlerin fiyatı ve turizm talebinin fiyat esnekliği, döviz kuru, uzaklık, reklam ve tanıtım, sağlık ve nüfus, ulaşım sistemi ve alt yapısı, konjunktürel durum (ekonomik dalgalanma) şeklinde ifade edilmektedir.

### 2.3.1.1. Gayrisafi Yurtiçi Hasıla ve Kişi Başı Gelir

Bir ülkede belli bir dönemde (genellikle 1 yılda) mal ve hizmet üretiminden doğan üretim faktörleri gelirlerinin toplam parasal değerini, diğer bir deyişle, milli ekonominin bir yıl içerisinde oluşturduğu toplam net hâsılayı ifade eder.

Fertlerin turizm faaliyetine katılabilmeleri için öncelikle yeterli minimum gelir miktarına kavuşmaları gerekir. Minimum gelir miktarı fertlerin turizme katılmasına imkan verecek gelir düzeyini ifade eder. Turistik mal ve hizmetlere talep oluşabilmesi için belli bir gelire ihtiyaç olduğuna göre ekonomik refah ölçüsü olan GSYH ile turizm talebi arasında güçlü bir ilişki söz konusudur (Olalı ve Timur, 1988: 198). GSYH'sı yüksek olan ülkelerin turizm talebinin yüksek, ve GSYH'sı düşük olan ülkelerin turizm talebinin ise daha az olması beklenmektedir.

Çoban ve Özcan, (2013) çalışmalarında 1963–2010 dönemine ilişkin Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme (GSYH) arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri eşbütünleşme ve nedensellik yöntemi ile analiz etmiştir. Kısa dönemde iki değişken arasında bir ilişki bulunmazken, uzun dönemde turizm ekonomik büyümenin (GSYH) önemli bir nedenidir sonucuna ulaşmışlardır. Elde edilen istatistiklerde iki değişken arasında çift yönlü (tersinir) bir nedenselliğin olduğu hipotezi doğrulanmaktadır. Tüm bu bulgular turizm endüstrisinin Türkiye’nin önemli büyüme kaynaklarından biri olduğunu vurgulamaktadır. Bu açıdan bakıldığında turizm talebinde meydana gelen bir artışın ekonomik büyümeyi de artırdığı sonucuna varılmaktadır. Yapılan ampirik çalışmaların da teoriyi doğruladığı görülmektedir.

GSYH genel bir ekonomik büyüklüğü gösteriyor olması ülkelerin gerçek zenginlik ölçüsü olarak kabul edilmesini engeller. Çünkü GSYH yüksek olsa bile ülke nüfusu fazla ise kişi başına düşen gelir miktarı düşük olacaktır. Bu sebeple GSYH'nın yüksekliği bir refah ölçüsü sayılamayacağı gibi GSYH ile turistik talep hacmi arasındaki ilişki de azalacaktır. Gelir ile turizm talebi arasında bir ilişki kurulmak isteniyorsa GSYH büyüklüğünden ziyade kişi başına düşen gelir miktarına bakmak daha doğru olur. Yani fert başına düşen GSYH miktarının yüksek olduğu ülkelerde turizm talebi fazla, düşük olduğu ülkelerde ise az olur. Belli bir gelir seviyesine ulaşılan ülkelerde kişi başına düşen turistik tüketim harcamaları kişi başına düşen harcanabilir gelir artışının üzerinde olmaktadır. Bu sebeplerle dünya dış turizm harcamalarının yıllık artış hızı GSYH artış hızından fazladır (Olalı ve Timur 1988; 199).

### 2.3.1.2. Gelir Dağılımı

Bir ülkede GSYH ve Kişi başı milli gelir kadar gelir dağılımında önemlidir. Bölüşüm ilişkilerinin bir sonucu olan gelir dağılımı, ferdi veya kişisel gelir dağılımı, fonksiyonel gelir dağılımı, bölgesel gelir dağılımı, sektörel gelir dağılımı, mesleki gelir dağılımı gibi farklı biçimlerde açıklanmaktadır. Bunların arasında turizm talebini en çok etkileyen kişisel ve fonksiyonel gelir dağılımıdır.

*Fonksiyonel Gelir Dağılımı:* Gelirin onu yaratan faktörlere dağıtılmasını içerir. Buna göre toprak sahiplerine rant, girişimcilere kâr, sermaye sahiplerine faiz ve çalışanlara ücret geliri olarak dağıtılmaktadır.

*Kişisel Gelir Dağılımı:* Gelirin kişiler, aileler, ya da gruplar arasında dağılımını ifade eder. Kişisel gelir dağılımı ekonomik eşitsizliklerin oldukça iyi bir göstergesidir.

KBGSYH, toplam gelirin nüfusa bölünmesi ile elde edildiği için aşırı zenginlik ve fakirliği gizler. Eğer GSYH toplumdaki farklı gruplar arasında sosyal adalet ilkelerine göre dağılıyorsa, gelir daha geniş kitleleri kapsayacağı için turizm talebi fazla olur. GSYH adaletsiz bir şekilde dağılıyorsa, gelir toplumun bazı katmanlarında toplanacağından turizm talebi düşük olacaktır.

Belirli bir dönemde kişinin gelirleri ücretin yanı sıra faiz geliri, rant geliri ve kârdan da elde edebilir. O halde ekonomideki kişisel gelir dağılımı, ücret farklılıkları yanında kişilerin sahip oldukları üretim faktörlerinin gelirlerine de bağlıdır. Bir toplumda kişiler arasındaki gelir dağılımı maalesef eşit olamamakta ve bazen kişiler arasında büyük gelir farklılıkları ortaya çıkmaktadır.

Gelir dağılımında ortaya çıkan bu eşitsizliğin derecesinin belirlenmesinde iki farklı yöntem kullanılmaktadır. Bunlar: Amerikalı bilim adamı Max Lorenz'in geliştirdiği Lorenz eğrisi yöntemi ve İtalyan bilim adamı Corrado Gini'nin geliştirdiği Gini katsayısı yöntemleridir.

### 2.3.1.3. Turistik Ürünlerin Fiyatı ve Turizm Talebinin Fiyat Esnekliği

Gelirle birlikte turizm talebine etki eden ekonomik faktörlerin başında turistik mal ve hizmetlerin fiyatı gelir. Talep kanununa uygun olarak turistik mal ve hizmetlerin fiyatının artması turistik mal ve hizmetlere olan talebi düşürürken, turistik mal ve hizmetlerin fiyatının azalması turistik mal ve hizmetlere olan talebi artırır. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatındaki değişimler turisti iki şekilde etkilemektedir.

Gelir etkisi, turistin geliri sabit iken satın aldığı ürünlerin fiyatlarındaki değişimler satın alma gücünü etkileyecektir. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatının artışı tüketicinin satın alma gücünde bir azalışa sebep olacaktır. Tüketicinin gelirinde değişme meydana gelemese bile reel açıdan azalma meydana gelmektedir. Dolayısıyla bu azalma turizm talebi üzerinde azaltıcı etki yapacaktır. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatları düşer ise gelir etkisi nedeniyle turistlerin satın alma gücü artacak ve daha fazla mal ve hizmet satın alabilecektir.

Turistler fiyatı yükselen mal ve hizmetleri satın alma yerine aynı ihtiyacı karşılayabilecek olan turistik mal ve hizmetleri satın almaya yönelebilirler bu duruma da ikame etkisi denir.

#### **2.3.1.4. Turizm Sektörünün Mevcut Durumu (Arz Kapasitesi)**

Turizm sektörünün durumundan kastedilen, talebe cevap verebilecek nitelikte ve yeterlilikte konaklama kapasitesinin olup olmadığı, fiyatların büyük bir kitlenin satın alabileceği düzeyde olup olmadığı ve hizmet kalitesinin düzeyidir. Bir ülkenin turizm sektörünün nitelik ve nicelik bakımından ihtiyaçlara cevap verebilecek durumda olması, fiyatların ekonomik güçleri vasat olan turistlerin satın alabilmelerine imkan tanıyor olması ve hizmetler kalitesinin yüksek olması o ülkeye karşı olan turizm talebini arttıracaktır. Aksi halde turizm talebi azalacaktır.

#### **2.3.1.5. Döviz Kuru**

Turizm denildiğinde akla ilk gelen husus, sektörün döviz kazandırıcı özelliği olmasıdır. Çünkü ülkelerin dış dengeleri açısından ihracat gelirlerinden sonra en önemli döviz kaynağı turizm gelirleridir. Bu nedenle, ülkelerin ekonomik gelişiminde önemli olan döviz ihtiyacının ciddi bir kısmı turizm sektöründen elde edilmektedir. Bu amaç doğrultusunda, döviz kurları ziyaret eden yabancı turist için turistik ürün fiyatını temsil etmesi sebebiyle ayrı bir önem arz etmektedir. Döviz kuru oynaklığının uluslararası finansal akımlar, dış ticaret, turizm, yatırım ve üretim üzerinde olumsuz etkileri olduğundan bu faktör turizm talebi açısından önemli bir faktör haline gelmektedir. (Güloğlu ve Akman, 2007: 44; Uğuz ve Topbaş, 2011: 2).

Sabit döviz kuru sisteminin terk edilmesiyle birlikte döviz kurundaki dalgalanmaların büyüklüğünde artış meydana gelmiştir. Döviz kuru dalgalanmalarına bağlı olarak ortaya çıkan belirsizlikler, dış ticareti farklı şekillerde etkilemektedir. Turizmi de bir hizmet ihracı olarak düşündüğümüzde döviz kuru oynaklığının sektör üzerinde etkileri mevcuttur.

Döviz kurunda meydana gelen artış ve azalışlar turizm talebini şu şekilde etkilemektedir. Nominal döviz kurunda ki bir artış yurt içi mal fiyatlarının yurtdışı mallara görece olarak ucuzlamasına yabancıların yurtiçi mal ve hizmetlere olan talebini artırmaktadır. Tam tersi bir durumda ise nominal döviz kurunda meydana gelen bir düşüş sonucunda yurtiçinde üretilen mallar yurtdışında üretilen mallara görece olarak pahalı hale gelmektedir. Bu değişiklik de döviz kuru aracılığı ile tüketicilerin tercihini etkilemektedir.

Son yıllarda döviz kurlarından en fazla etkilenen sektörlerden birisi ihracat iken diğeri hızla gelişen turizm olmuştur. Turizm sektöründeki işlemler çoğunlukla dövize dayalı olarak gerçekleştiğinden döviz kur değişimi yüksek bir risk oluşturmakta ve kur oynaklığının yüksek oluşu, kur riskine karşı korunmayı gerekli kılmaktadır (Kutukız, 2005: 199).

#### **2.3.1.6. Uzaklık**

Uzaklık, turizm talebi açısından caydırıcı etki yapan önemli bir faktördür. Bir ülkenin diğer ülkelere olan uzaklığı ve ulaşım olanakları, aynı zamanda ekonomik bir faktör olarak da turizm talebini etkilemektedir. Uzaklığın talep üzerinde çift yönlü etkisi vardır. Birincisi, seyahat mesafesi arttıkça seyahatin süresi de artacağından bu mesafe ek olarak bir fedakârlık gerektirecek ve konaklama süresinin azalmasına neden olacaktır. Ayrıca uzun mesafelere yapılan yolculuklar daha yorucu olmaktadır. Uzaklığın talep üzerindeki ikinci etkisi ise, insanların zamanı yeterli olsa da daha uzak bölgelere ve ülkelere seyahat etmek maliyet açısından daha büyük giderlere katlanmayı gerektirmesidir (İTO, 2007: 18).

Turizmin gelişmeye başladığı dönemlerde ekonomik uzaklık, potansiyel talebin bölge seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Ancak, teknolojideki gelişme ve dolayısıyla organize turların artması ile birlikte ulaştırma için harcanan zaman ve ücret daha da düşmeye başlamıştır. Bununla birlikte, turist gönderen ülkelere uzak konumda bulunan bazı bölgeler (Latin Amerika ülkeleri gibi) halen ekonomik uzaklık sonucu ortaya çıkan olumsuzlukları yaşamaktadır (Kozak, 2012: 81).

#### **2.3.1.7. Reklam ve Tanıtım**

Tanıtım, bir kişi, topluluk veya kurum tarafından, uygun yöntem, teknik ve haberleşme araçlarından yararlanılarak hedef grupları bir durum veya olay konusunda aydınlatmak veya bir tutum ve davranış sahibi kılmak amacına yönelik bir faaliyet şeklinde tanımlanmaktadır (DPT; 1983:4; İTO, 2007: 18).

Turizmde tanıtma, hem yurtiçinde hem de yurtdışında insanların ilgilerini bir ülkenin veya bölgenin mal ya da hizmetleri üzerine çekmek için bilgi vermek, eğitmek, telkinde bulunmak, bellekte bir imaj yaratmak ve bir inanç meydana getirmek suretiyle turistik mal ve hizmetlerin satın alınmasını kolaylaştıran sosyal, psikolojik, kültürel ve ekonomik bir çıkara yönelik etkinlik araç ve teknikleri içeren bir iletişim olayı şeklinde ifade edilmektedir. Reklam ise, bir malın, hizmetin veya fikrin bedeli verilerek ve bedelini kimin tarafından ödendiği anlaşılacak biçimde yapılan ve kişisel satış dışında kalan tanıtım faaliyetidir (İTO, 2007: 18).

Tanıtma ve reklam faaliyetleri bir ülkenin uluslararası turizm piyasasında potansiyel talebini etkileyen bir unsur olarak kabul edilmektedir. Reklam ve propagandanın turizm talebi üzerindeki en önemli etkisi, turistik bir bölge ya da ülke konusunda tüketiciyi haberdar etmesi veya bilgi vermesidir. Bu faktörün mevcut turizm talebini artırma yayında potansiyel talebi harekete geçirme gücü de söz konusudur (İTO, 2007: 18).

### **2.3.1.8. Sağlık ve Nüfus**

Nüfusun hem büyüklüğü hem de kompozisyonu turizm talebi üzerinde etkili bir unsurdur. Örneğin yapılan bazı ampirik çalışmalar en fazla seyahate çıkan insanların 25–65 yaş grubuna dahil olduklarını göstermiştir. Söz konusu yaş grubunun ağırlıklı olduğu ülkelerde turistik mal ve hizmetlere olan talep daha fazla olmaktadır. Bireylerin en fazla gelir elde ettikleri bu dönemde, bütçelerinden seyahat ve tatile daha fazla pay ayırabildikleri bilinmektedir. Söz konusu yaş aralığında bulunan insanlar arasında da bir sınıflandırmaya gidildiğinde orta yaş grubunun iş, evlilik, çocuk sahibi olma ve bakımı gibi nedenlerle seyahat için daha az zaman ve para ayırmakta olduğunun belirtilmesi doğru olacaktır. Uluslararası düzeyde düşünüldüğünde hayata dair çeşitli maddi beklentilerin karşılanmış olması, sosyal güvenlik ile ilgili bir sıkıntısının kalmaması, boş zamanın artması gibi nedenlerden dolayı emekli olmuş kesimin seyahat ve tatile dönük taleplerinin daha fazla olabileceğinin de belirtilmesi gerekmektedir (İTO, 2007: 18).

Bununla birlikte sağlık faktörü kapsamında, gidilen ülke ya da bölgede salgın hastalık vb. olumsuz bir durumun söz konusu olması turizme olan talebi olumsuz şekilde etkileyecektir. Sağlık faktörü ile ilgili olarak belirtilmesi gereken bir başka konu da, özürlü insanların durumudur. Bedensel özürlü kimselerin de aktif bir şekilde turizm hareketlerine katılabilmeleri için bugün gelişmiş birçok ülkede, turizm tesislerinde bu



durumda olan insanların gereksinimlerini daha kolay karşılayabilecekleri gerekli alt ve üst yapı yatırımları yapılmıştır. Örneğin kaldırımlar yeniden düzenlenmiş, otel içi ve dışı tesislerde ulaşım gözden geçirilmiş sonuçta her türlü düzenlemeler tamamlanmıştır. Ancak Türkiye gibi, bunlara dikkat etmeyen ve gerekli çalışmaları yapmayan ülkeler için turizm talebi, bu durumdan olumsuz yönde etkilenebilmektedir (Bahar ve Kozak, 2012:126).

### **2.3.1.9. Ulaşım Sistemi ve Altyapısı**

Konaklama, yeme-içme, alış veriş gibi tatil fiyatlarını oluşturan faktörlerden bir tanesi de ulaştırma. Ulaştırma hizmetlerinin fiyatı turizm talebine etki eden önemli faktörlerden biridir. Turistik ürünün bir unsuru olan ulaştırma hizmetlerinin fiyatı yükseldiği zaman nispi olarak turizm talebinin düşeceği açıktır (Ünlüöner ve ark., 2009: 56).

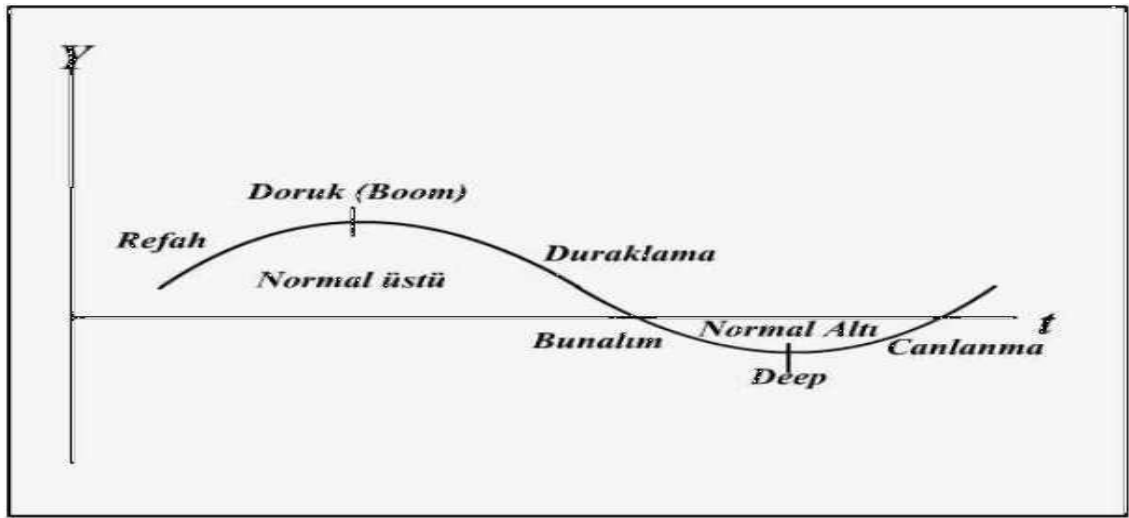
Ulaştırma hizmetlerinde fiyatın yanı sıra mesafe, ulaştırma araçlarının hızı, güvenliği, konforu, kapasitesi ve tarifeleri de önemlidir. Uzaklık ile konaklama süresi arasındaki ters ilişkinin yanı sıra, turistik tüketim harcamalarına ayrılan pay ile ulaştırmaya ayrılan pay arasında ters bir ilişki vardır (Ünlüöner ve ark., 2009: 56).

Bununla beraber, bir ülkenin turizm arzı ne kadar zengin ve çekici olursa olsun, turizm talebini etkileyen faktörlerden biri olan ulaşım sanayinde; yollar, araçlar ve hatlar mükemmel bir şekilde işletilmedikçe, turizm talebi olumsuz etkilenecektir. Zira hizmetler düzenli olarak zamanında yapılması gerekmektedir. Ülke içerisindeki ve diğer ülkelerle ulaştırma ağı ile gerekli koordinasyon ve işbirliği sağlanmalıdır. Bu bahsedilen şartlar sağlanmadığı sürece kültürel ve ekonomik alanlarda olduğu gibi turistik alanlarda da istenilen sonuçların elde edilmesi mümkün değildir. İyi bir ulaştırma sistemine sahip olan ülkelerde, ulaştırma masrafları da azalacak ve sonuçta turizm talebi bundan olumlu etkilenecek, turizm gelirlerinde ve turist sayısında artış sağlanacaktır (Bahar ve Kozak, 2012: 121).

### **2.3.1.10. Konjonktürel Durum (Ekonomik Dalgalanma)**

Dünya ve ülke konjonktürüne paralel olarak turizm talebinde de değişimler görülür. Ekonomide birbirini takip eden canlanma ve daralma dönemlerinde bireyler ekonomik davranışlarını ülkedeki genel ekonomik istikrara göre netleştirmektedir. Ekonominin genişleme ve canlanma dönemlerinde bütün faaliyetlerde görülen canlılık turizme de, seyahate çıkan sayısındaki artışın yanında, harcamalarda da bir artış görülür. Durgunluk dönemlerinde ise genel bir çekingenlik ve ekonomik faaliyetlerin

yavaşlaması kendisini turistik tüketimde de hissettirir. Durgunluk dönemlerinde ekonomide meydana gelen daralma nedeniyle turistik mal ve hizmetlere olan talep azalacaktır buda turizm talebini azaltacaktır (Olalı ve Timur, 1988: 202-204).



Şekil 2.1. Konjonktürel dalgalanma (www.dersnotları.net, 2013)

Şekil 2.1 incelendiğinde bir ekonomide finansal ve ekonomik kriz dönemleri ve sonrasında meydana gelen grafiksel hareketler izlenmektedir. Kriz dönemlerinde iktisadi karar alıcılar toplam harcamalarını azaltacaklardır. Harcamalarda meydana gelen bu azalma turizm talebi üzerinde de değişimlere neden olacaktır. Grafikte canlanma ve refah dönemlerinde turizm talebi artarken, duraklama ve bunalım dönemlerinde turizm talebinde azalma meydana gelecektir.

### 2.3.2. Sosyo-Kültürel Faktörler

Turizm talebi üzerinde etkili olan faktörlerin birçoğu ekonomik içerikli olmasına karşın, diğer birçoğu da sosyo-kültürel içeriklidir. Turizm talebine etki eden sosyo-kültürel faktörler moda, zevk ve alışkanlıklar, meslek, kentleşme oranı, kültür ve eğitim düzeyi, toplumsal değer yargıları ve din olarak gösterilebilir.

#### 2.3.2.1. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar

Sosyo-kültürel faktörlerden ilki ve belki de en önemlisi; moda, zevk ve alışkanlıklardır (Onaran, 1964: 68). İnsan yaşamını yönlendiren en önemli etkenlerden olan moda, zevk ve alışkanlıklar; diğer ürün ve hizmetlerde olduğu gibi, turizm ürün ve hizmetlerine olan talebi de etkilemektedir. Yılın belirli bir zamanında tatil yapmak, seyahatlerde ünlülerin gittikleri yerleri seçmek, dünyaca tanınmış yerlerde tatil yapmak vb. bu kapsamda değerlendirilmesi gereken unsurlardır. Nitekim turizm talebi de; ekonominin diğer sektörlerinde yapılan alış-verişlerde olduğu gibi, büyük ölçüde zevk,

imaj ve belli alışkanlıklara bağlı olabilmektedir. Ekonomide moda, zevk ve alışkanlıklarla ilgili olarak Amerikalı ünlü iktisatçı Veblen'in ortaya attığı "açık tüketim" denilen bir kavramın varlığı bilinmektedir. İktisat teorisinde buna, "gösterişe yönelik talep" de denilmektedir. Bu şekilde yapılan tüketimin daha çok gösteriş ve prestij diğer bir deyişle, moda ve zevke yönelik olarak yapıldığı bilinmektedir (Dinler, 1998: 80).

Buna göre, açık tüketim; ürün ve hizmetlerin, kazanılacak statü (gösteriş) nedeniyle satın alınmaktadır. Bu malların fiyatı arttıkça talep edilen miktarlarda artmaktadır (Yağcı, 2003: 35). Örneğin, "kanarya adalarında bir hafta tatil yaptım" veya "çok pahalı bir "Bugatti" marka araba aldım" diyebilmek açık tüketim (gösterişe yönelik talep) örneklerinden bazılarıdır. Aynı zamanda bu tür malların bir kısmı farklı kaynaklarda "snop mallar" olarak da adlandırılmaktadır.

### **2.3.2.2. Boş Zaman**

Esas olarak turizm boş zamanların değerlendirilmesi biçiminde ortaya çıkan bir aktivitedir. Çünkü turizm, ister ülke içinde isterse ülke dışında olsun, belirli bir zaman ve parasal maliyete yol açmaktadır. Tüm gelişmiş ülkelerde, özellikle son 25–30 yıl içinde, sanayileşme ile birlikte beliren nüfus artışı, kentsel yoğunlaşma ve gelişme, ekonomik büyüme ve kalkınma insanların refah düzeyini yükseltmiştir.

Bu nedenle son dönemde günlük çalışma saatlerinin 8 saate inmesi, hafta sonu tatillerinin iki güne çıkarılması, emeklilik yaşının aşağı çekilmesi, sağlık uygulamaları ile yaşam süresinin uzatılması gibi nedenler hep boş zamanın artmasını sağlayan nedenlerdir.

Benzer şekilde; teknolojik gelişmelerle, çalışma süresi büyük ölçüde azalmıştır. Sanayileşmiş toplumlarda çalışma süresinin kısılması için işçi sendikalarının belirlediği hedef haftada 35 saattir (Çubuk, 1981: 15).

Böylece; hafta sonu tatilleri, yıllık ücretli tatiller ve bayram tatillerinin toplam olarak insanların; zaman açısından bakıldığında, yılın üçte birini çalışma dışında geçirdiklerini göstermektedir. İşte bu boş zaman artışı, insanların daha fazla seyahat etmesine yol açarak turizm talebine olumlu yönde katkı sağlamaktadır.

### **2.3.2.3. Kentleşme Düzeyi**

Kentlerin, ekonomik büyüme ve kalkınmaya paralel olarak hızla gelişmesi, nüfus düzeylerinin artması, bu kentlerde yaşayan insanların yeni ihtiyaçlarının ortaya

çıkmasına neden olmaktadır. Kentlerdeki kırsal ve rekreasyon alanlarının yetersizliği, diğer bir deyişle; doğa ile bütünleşme olanağının olmaması, belirli bir süre için de olsa, şehir hayatından kaçış olgusunu meydana getirmektedir. Böylece; şehrin trafik sorunu, gürültüsü, hava kirliliği, şehrin kalabalıklığı, monotonluk vb. faktörler; insanlarda, kısa ya da uzun süreli yer değiştirme ve dinlenme ihtiyacını gündeme getirmektedir (Bayer, 1992: 210).

Dünya turizm hareketlerinin yönü, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere, kent merkezlerinden kırsal alanlara doğru olmaktadır. Kentleşme hızı artış oranı az gelişmiş yörelerde %3,5, en az gelişmiş yörelerde ise %5,8'dir. Dünya genelindeki artış ise %2,5'dir (Karaman, 1999: 49).

Nitekim şehir merkezlerinde yaşayanların kırsal alanlarda oturanlara göre seyahat eğilimleri daha fazladır. Bu nedenle, kentleşme düzeyinin turizm talebini etkilediği söylenebilir.

#### **2.3.2.4. Kültür Düzeyi**

Kültür düzeyi ile turizm talebi arasında oldukça güçlü bir ilişki söz konusudur. Kültür düzeyi yükseldikçe, insanların çeşitli rekreasyon faaliyetlerine katılma isteği de artmaktadır. Örneğin; konsere, tiyatroya gitmek, tarihi müzeler ve sanat olaylarını görmek, izlemek, tenis ya da golf oynamak, kayak yapmak gibi turizm faaliyetlerine katılanlar eğitim düzeyi yüksek, gelir düzeyi fazla ve belli sosyal statüsü olan insanlardır. Bununla birlikte; iki ayrı kavram gibi görünen kültür ve turizm olayı bir bütün olarak, bir turizm bölgesinin sosyo-ekonomik gelişiminde de çok büyük bir rol oynamaktadır (MacDonald ve Jolliffe, 2003: 308).

Kültür düzeyinin yüksek olduğu toplumlarda, seyahat yoğunluğunun da yüksek olduğu kabul edilebilir bir gerçek olmaktadır. Üniversite mezunlarının turist olma şansının, ilkokul mezunlarına göre daha fazla olduğu yönünde yapılan tartışmalar da bulunmaktadır (Toskay, 1989: 136; Bahar ve Kozak, 2012: 125).

#### **2.3.2.5. Toplumsal Değer Yargıları ve Din**

Toplumların sahip olduğu çeşitli değer yargıları, turizm olayına katılmada önemli etkilerde bulunmakta ve turizm talebinde değişikliklere neden olmaktadır. Bu tür değer yargılarından kaynaklanan turizm talebine örnek olarak, dini inançların sebep olduğu turizm hareketleri gösterilebilir. Nitekim dini motiflerden kaynaklanan seyahatler, turizm hareketleri içinde çok önemli bir yer oluşturmaktadır. Bünyesinde

kutsal yerleri barındıran ülkeler ya da bölgeler, bu tür seyahatlere katılmak isteyen çok sayıda insanın da talebini karşılayarak, turizm talebi üzerinde olumlu yönde bir etki meydana getirecektir. Bir bölgeye; hac, dini toplantılar, dinsel merkezlerin ziyaret edilmesi, tarihsel ve dinsel önem taşıyan yörelerin ziyaret edilmesi ve dinsel drama ya da müzikallere katılma şeklinde olan seyahatler; o bölgenin turizm talebinin artmasını sağlayacaktır. Toplumsal değer yargıları ve din, talebi olumlu etkileyen bir başka sosyal faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Bahar ve Kozak, 2012:126).

### **2.3.3. Demografik Faktörler**

Demografik faktörler 5 grup altında toplanmaktadır. Bunlar yaş, cinsiyet, aile yapısı ve meslek olarak gruplandırılmaktadır.

#### **2.3.3.1. Yaş**

Yaş faktörü, turizm talebinde etkili olmaktadır. Gelişmiş ülkelerde bu konuda yapılan araştırmalar, gençlerin ve yaşlıların turizm hareketlerine daha çok eğimli olduğunu göstermektedir. Gençlerde seyahat oranının yüksekliği, seyahat kültürünün gelişmesinin yanısıra geleneksel aile yapısında görülen değişim neticesinde bu kuşağın (15–24 yaş arası) daha bağımsız hareket edebilmesi, gelir düzeyinin yükselmesi ve aile sorumluluğunun olmamasından kaynaklanmaktadır (Dinçer, 1993: 35).

Orta yaş grubu ise iş, evlilik ve çocuk sahibi olma ve bakım gibi nedenlerle seyahat için daha az zaman kaynak ayırabilmektedir. Yaşlı kesimde ise (55–65 yaş arası) gereksinimlerin karşılanması, sosyal güvenlik konusunda bir sıkıntının kalmaması, boş zamanın çoğalması, gelir düzeyinin yüksekliği ve çocuk sorununun olmaması bu kesim için önemlidir. Bu nedenle, özellikle gelişmiş ülkelerde ileri yaş grubunun ulusal ve uluslararası turizm hareketlerine katılması yüksek düzeyde olmaktadır (Dinçer, 1993: 36).

#### **2.3.3.2. Cinsiyet**

Cinsiyet faktörünün, seyahate katılmanın türü ve süresi üzerinde etkili olduğu bilinmektedir. Şöyle ki; kadınlarda konaklama süresi erkeklere oranla daha fazla olduğu halde, erkekler de transit seyahatler daha fazladır. Kadınlar kültürel aktivitelerde erkeklerden daha çok, sportif aktivitelerde ise erkekler kadınlardan daha çok faaldirler. Benzer şekilde, erkeklerde ferdi seyahat eğilimi güçlü olmasına karşın, kadınlar grup seyahatlerine daha fazla ilgi duymaktadırlar. Ayrıca yapılan araştırmalar; erkeklerin, kadınlara oranla daha çok seyahate çıktığını göstermektedir (Ata, 1985: 26).

### 2.3.3.3. Aile Yapısı

Aile yapısı, turizm talebini etkileyen faktörlerden bir diğeridir. Turizm faaliyetine katılmada, kişinin evli ya da bekar ve az ya da çok çocuk sahibi olmasının önemli etkisi bulunmaktadır. Bekarlar evlilere göre, az çocuklu ya da hiç çocuğu olmayanlar da çok çocuk sahibi ailelere oranla daha fazla turizm hareketine katılmaktadır (Özgüç, 1998: 35).

Yaş ile ilişkilendirildiğinde ise, ileri yaş grubunda yer alan ve emekli olarak kabul gören kimselerin daha çok ve daha yoğun bir şekilde turizm hareketlerine katılmalarının nedenleri arasında ise, bu tür kimselerin ekonomik (gelir elde etme vb.), toplumsal (statü vb.) ve bireysel (çocuk yetiştirme vb.) sorumlulukların tamamlamaları nedeniyle turizm hareketleri için daha çok zaman ayırabilmeleri gelmektedir.

Turistlerin tatil sürelerini etkileyen faktörleri araştıran ve Türkiye'yi ziyaret eden gruplar üzerinde yapılan araştırmalar, gençlerin orta yaş gruplara, eğitim düzeyi yüksek olanların düşük olanlara; gelir düzeyi yüksek olanların düşük olanlara, her şey dahil sisteminden yararlananların diğerlerine, kişi sayısı yüksek olanların daha az olanlara, daha önce aynı bölgeyi ziyaret sıklığı yüksek olanların düşük olanlara oranla gittikleri turizm bölgesinde daha uzun süreli konaklama yapma eğiliminde oldukları ortaya çıkmıştır. Ancak yapılan harcama miktarı arttıkça, konaklama sürelerinde ise bir düşme eğiliminin olduğu gözlenmiştir. Bu tür araştırma sonuçları, işletmelerin ya da turizm bölgelerinin hangi turist grupları ile çalışmak istedikleri konusunda kendilerine bazı ipuçları verebilir.

### 2.3.3.4. Meslek

Kişinin mesleği, meslekteki durumu ve dolayısıyla üyesi olduğu sosyal sınıfın da turizm talebini etkilediği görülmektedir. Kişinin mesleğinin seyahate katılmadaki etkisi iki şekilde olabilmektedir. Birincisi, kişinin gelir düzeyi ile ilgilidir, yüksek gelir getiren meslek gruplarına mensup insanlar daha fazla turizm hareketine katılırken, daha alt gelir grubunda yer alan kişilerin durumu değişiklik gösterebilmektedir. İkincisi de mesleğinin gereği olarak sürekli seyahat etme durumunda kalmalarıdır. Serbest meslek sahipleri, iş adamları ve üst düzey yöneticiler, akademisyenler, turizm sektör temsilcileri ve sporcular bunlara örnek verilebilir. Mesleki amaçlı olan bu seyahatler, turistik bir amaç taşımaz. Ancak; ulaşım, konaklama vb. tüketim olaylarının gerçekleşmesi bakımından, bu seyahatlerin de turizm faaliyeti (ekonomisi) içinde yer alması gerektiği düşünülebilir.

### 2.3.3.5. Eğitim

Genel olarak literatürde eğitim düzeyi yüksek kesimin düşük kesime oranla daha fazla seyahat etme alışkanlığına sahip olduğu söylenmektedir. Eğitim düzeyi yükseldikçe daha fazla gelir ve toplumsal statü sağlayan mesleklerde çalışma olasılığı artan bireylerin beklentileri de artmaktadır. Bunun bir sonucu olarak bireyler, daha aktif bir şekilde turizm hareketlerine katılmaktadır. Merak, bu kesimin önemli bir özelliğidir. İnsanlar bilgi sahibi oldukları bölgeleri mutlaka görmek ve oranın özellikleri hakkında daha yakından bir deneyime sahip olmak isterler. Ancak, her ne kadar eğitim durumu ile seyahat etme alışkanlığı arasında doğrusal bir ilişki kurulsa da, kitle turizminin artması ile birlikte uluslararası seyahatlere katılan kesimin eğitim düzeyinde de değişimler gözlenmeye başlanmıştır. Fiyatların çekici olması ve seyahat sırasındaki riskin minimum düzeye indirgenmesi ile birlikte eğitim düzeyi orta ya da düşük olan kesimler de denizaşırı ülkelere yönelmeye başlamışlardır.

Turizm endüstrisindeki gelişmeler, kişinin eğitim düzeyi ile katıldığı turizm türü arasındaki özelliğe farklı bir boyut kazandırmıştır. Eğitim düzeyi düşük kesimin kitle turizmine yönelmesi sonucunda eğitim düzeyi yüksek kesim için ise daha farklı alternatif ürün ve turizm bölgeleri pazara girmiştir. Doğu Avrupa ülkeleri kültür turizmi, Alp Dağları'nda kış döneminde kış sporları turizmi, Afrika, Latin Amerika, Uzak Doğu, Avustralya ve Pasifik ülkeleri, kültür ve kitle turizmi bakımından eğitim düzeyi yüksek kesimler için önemli bir pazar haline gelmiştir. Sonuç olarak, eğitim durumu turizm talebi konusunda yapılacak pazar sınıflandırmasında önemli bir unsur olmaktadır. Seyahat acenteleri ise pazarın özelliğine uygun olarak ürün sunmaktadır (Bahar ve Kozak,2012).

### 2.3.4. Psikolojik Faktörler

Gereksinmelerin hiyerarşik sıralaması göz önüne alındığında turizmin sağlayacağı tatmin duygularının daha çok üst basamaklardaki gereksinimleri gidermeye yönelik olduğu görülecektir. Turizm olayına katılmada itici rol oynayan; macera arayışı, yeni bir benliğin kazanılması, yeni bir bilgi ve deneyim heyecanının yaşanması, ön yargıların kırılması, değişikliğin ve özgünlüğün zevki gibi duygu ve düşünceler daha çok kişisel bütünleşme ve kendini gerçekleştirme gibi üst düzeydeki psikolojik gereksinmelerin arasında yer almaktadır (Barutçugil, 1989: 36).

Turistik tüketim, psikolojik bakımdan sınırsız bir genişleme eğilimi gösterir. Bu durum, farklı psikolojik yapıya sahip olan turistlerin turistik tüketimden tatmin olma

düzeylerinde de farklı eğilimlere sahip olmaları şeklinde açıklanabilir. Turizm talebini etkileyen çok sayıda psikolojik unsur bulunmaktadır (Kozak ve ark.,2013: 74). Turizm talebi üzerinde etkili olan psikolojik faktörler motivasyon, algılama, öğrenme, tutum şeklinde dört başlık olarak aşağıda geniş şekilde yer almaktadır.

### 2.3.4.1. Motivasyon

Turizmde tüketicileri seyahate yöneltten değişik motivasyonlar bulunmaktadır. Bunlar psikolojik olabileceği gibi sosyolojik de olabilir. Psikoloji bilim dalında, motivasyonun yararlandığı en önemli bilgi alanı motiv (güdü) dir. Motivler, insanı harekete geçiren güçlerdir. Motivasyon ise “bireylerin eyleminin yönünü, gücünü ve öncelik sırasını belirleyen iç veya dış uyarıcının etkisiyle harekete geçmesi” dir. Turistleri satın almaya yönlendiren motivlerin bilinmesi pazarlamacılar açısından büyük önem taşır. Örneğin; firmanın ya da markanın güvenilir olması, ürün ya da hizmeti zamanında sunması, ürüne bağlı hizmetleri sağlaması, saygınlık, beğenilme vb. motivler arasında sayılabilir. Gereksinimlerle turistik güdüler arasındaki ilişkiler Çizelge 2.1’de verilmektedir (Güleç, 2006:136; Hayta, 2008:43; Kozak ve ark.,2013: 74).

İnsanlar neden tatile çıkarlar? Kişiler nadiren tek bir nedene bağlı olarak seyahat ederler. Gerçekte seyahat etme, karmaşık motive edici faktörlerin sonucudur. Buna bağlı olarak da kişi, seyahat etmekle birden fazla ihtiyacını giderebilmeyi arzular. Kişiyi seyahate iten motivasyonlar çizelge 2.1 verilmektedir (Güleç, 2006:137).

**Çizelge 2.1. Gereksinimlerle güdüler arasındaki ilişkiler**

Gereksinim	Güdü	Turistik davranışla bağlantıları
Fiziksel gereksinimler	Dinleme	Kaçma, dinleme, gerilimi azaltma, güneş gezintisi, fiziksel rahatlama, zihinsel rahatlama
Güvenlik gereksinimleri	Korunma	Sağlık, eğlence, ilerisi için kendini sağlıklı ve etkin tutma
Bağlılık gereksinimleri	Sevgi, sevilme	Aile ile birlikte olma, akraba ilişkilerini sürdürme, arkadaşlık, toplumsal etkileşimi kolaylaştırma, kişisel bağları sürdürme, kişilerarası ilişkileri geliştirme, köke (atalara) özlem ve bağlılık, etnik ilişkileri sürdürme, aile üyelerine sevgi ve bağlılık gösterme, toplumsal ilişkileri sürdürme ve geliştirme.
Saygı gereksinimleri	Başarı, statü	Kendini kendi başarılarına inandırma, ötekilere önemli olduğunu duyurma, saygınlık, toplumsal tanınma, benliği geliştirme, profesyonel ve iş yönlü olma, kendini geliştirme, statü kazanma
Gerçekleşim gereksinimleri	Kendini aşma Doğasına uygun olma	Özü araştırma ve değerlendirme, kendini arama ve bulma, daha yüksek istekleri doyurma, aşağılık duygusundan kurtulma, kendini önemli kılma
Bilme ve anlama gereksinimi	Bilgi edinme, merak	Kültürel bilgi alma, yabancı yerlere ilgi, eğitim, seyahat tutkusunu, merak için gezme
Güzelduyu gereksinimi, Estetik	Güzeli takdir etme	Çevresel güzellik arama ve koruma, manzarasal güzellik

Kaynak: Güleç, 2006:139; Demir, 2010: 22



*Fiziksel Motivasyonlar:* Bunlar; fiziki dinlenme, sağlık amaçlı, spor faaliyetlerine katılma, eğlence, alışveriş vb.

*Kültürel Motivasyonlar:* Yabancı ülkelerin insanları, bölgeleri, tarihi yerleri (kalıntılar, anıtlar, kiliseler), mimarisi, folkloru, sanatı hakkında merak duyma.

*Kişisel Motivasyonlar:* Arkadaşları akrabaları ziyaret etme, yeni arkadaşlıklar kurma ve yeni insanlarla tanışma, kendi sosyal çevresinden uzaklaşma, seyahatin kişisel heyecanı.

*Prestij ve statü motivasyonları:* İş, kongre, eğitim, hobi amaçlı seyahatler ile tanınma, dikkat çekme, saygı görme ve iyi bir ün sağlama amaçlı seyahatlerdir. Bunlar kişinin benlik ihtiyaçları ve kişisel gelişimi ile ilgilidir. Tatil, hem gidilen yerde hem de tekrar dönülen yerde insanların benliğini yükseltebilir.

Bu tür motivasyonlar, potansiyel turizm talebinin aktif talebe dönüşmesinde etkin rol oynarlar. Yapılan bir araştırmada turistik tüketicilerin kişilik yapılarına bağlı olarak seyahat etme eğilimlerini, seyahat türleri ve motivasyonları incelenmiştir. Kişilik yapısı “ içedönük” ve “dışadönük” olmak üzere iki gruba ayrılmıştır. Sonuçta, içedönük turist tiplerinin daha çok düşük gelir grubuna ait oldukları, pasif olarak turizm hareketlerine katıldıkları ve daha çok organize turları tercih ettikleri belirlenmiştir. Dışadönük turist tiplerinin ise, daha çok yüksek gelir grubuna ait oldukları, bireysel seyahat eğiliminde oldukları, hareket ve değişim gerektiren seyahat biçimlerini (macera, spor, doğa, tarih ve kültür) tercih ettikleri ortaya çıkarılmıştır (Kozak ve ark., 2013: 74-75).

Yine yapılan çalışmalarda turistlerin neden seyahat ettikleri sorusuna verilebilecek yanıtların iki grupta toplanabileceği belirtilmektedir. Bu gruplardan ilki itme faktörleridir. İtme faktörleri, kişileri seyahat etmeye istekli kılan faktörlerdir. Çekme faktörleri ise, tüketicinin nereye seyahat edeceğinin belirlenmesini etkileyen faktörlerdir. Çekme faktörleri destinasyonun özellikleri ile ilgili olduğu için bir yönüyle, bir destinasyonun, otelin çekim gücüdür. Bu faktörler destinasyonla ilgili somut unsurlar (iklim, doğal güzellikler, tarihi yerler gibi), ulaşım kolaylığı, turist algılamaları ve beklentileri (imaj, hizmet kalitesi, tesislerin kalitesi gibi), tesisin sunduğu imkanlar (spor tesisleri, kaplıca imkanı, eğlence rekreasyon hizmetleri) gibi hususları kapsamaktadır (Güleç, 2006:138; Demir, 2010: 21).

### **2.3.4.2. Algılama**

İnsanlar algılama yoluyla çevresindeki uyarıcılara anlam verir. Algılama, dış dünyadaki soyut ve somut nesnelere ilişkin olarak aldığımız duyuları yorumlama ve anlamlı hale getirme sürecidir. Algılama, hem algılanan uyarıcının hem de algılayan kişinin özelliklerine bağlı olarak oluşur. Ürün veya hizmet hakkında tüketicinin beynindeki imaj, ilk defa algılanan özelliklerle biçimlenir. Örneğin, konaklama işletmelerinin iç dekorasyonunda, salonların düzenlenmesinde, tanıtıcı broşürlerin ve reklâmların renginin seçiminde, büyük ölçekli afişlerin düzenlenmesinde, hatta işletmenin logosunun belirlenmesinde algılama unsuru göz önüne alınır. Ayrıca bir gazete ya da dergide yer alan reklâmın büyüklüğü arttıkça, algılanma olasılığı da artacaktır. Mesajın tekrarlanması da mesajın algılanma şansını artıracaktır. Sonuç olarak algılama, ihtiyaçları, güduları ve tutumları etkileyerek satın alma davranışını yönlendirir (Güleç, 2006: 140; Hayta, 2008: 43).

### **2.3.4.3. Öğrenme**

Öğrenme, “pekiştirilmiş tekrarlama veya deneyim sonucu davranışta görülen oldukça kalıcı bir değişimdir”. Öğrenme bir davranış değişikliğidir; çünkü bir bilgiyi veya bir beceriyi öğrenen bir insanın davranışlarında ister istemez belirli bir değişim olmaktadır. Ancak davranışlarda meydana gelen değişikliklerin bir öğrenme olayı olarak kabul edilebilmesi için söz konusu davranış değişikliklerinin uzun süreli olması gerekir. Turistlerin satın alma davranışını kavrayabilmek için onların turistik ürün ve hizmetlerin varlığından nasıl haberdar olduğunu bilmek gerekir (Güleç, 2006: 141; Hayta, 2008: 43; Demir, 2010: 23).

### **2.3.4.4. Tutum**

Turistik ürün ve hizmetlerin tercih edilmesinde kuşkusuz en önemli etkenlerden biridir. Turizm olayının uluslararası özelliği nedeni ile farklı ülkelerin insanların değişik tutum ve inançları, onları farklı mal ve hizmet talebine sevk eder (Hayta, 2008: 43).

Tutum, bir bireye atfedilen ve onun bir psikolojik obje ile ilgili düşünce, duygu ve davranışlarını düzenli bir biçimde oluşturan eğilimdir. İnsanlar tutumlara sahip olarak doğmazlar, tutumları zaman içinde geliştirirler. Tutumlar, kendileri gözlenemeyen fakat gözlenebilen bazı davranışlara yol açtığı varsayılan eğilimlerdir (Demir, 2010: 24).

Tutumlar, davranışların gerisinde gizli yönlendirici güçler olduğu için tutum dinamiğinin incelenmesi ile tutumların işleyiş şekli ortaya çıkabilecek ve davranışları önceden tahmin olanağı sağlanacaktır. Böylelikle reklâmı yapılan ürün ve hizmetlere ilişkin olumlu tutumların ve satın alma davranışlarının gerçekleştirilmesine çalışılacaktır. Eğer ürün hakkında olumsuz bir imaj varsa, önce bu imajı değiştirmeye yönelik tanıtım ve reklâm faaliyetlerinin yapılması gerekmektedir (Güleç, 2006: 142; Demir, 2010: 24).

## 2.5. Siyasi ve Yasal Faktörler

Turizm talebini etkileyen önemli faktörlerden biri de turistin gerek kendi ülkesinde, gerekse gittiği ülkede ki ve bu iki ülke arasındaki siyasi durumdur. Seyahat talebinde bulunacak kişinin ülkesindeki politik rejim, iç ve dış turizmi engelleyici nitelikte ise turizm faaliyetinden söz edilemez (Bahar ve Kozak, 2012: 126).

Politik faktörler; turistin kendi ülkesinin politik durumu, gidilen ülkenin politik durumu ve genel politik durum olarak ele alınabilir (Olahı ve Timur, 1988: 206).

*Turistin kendi ülkesinin politik durumu:* Turizm hareketinin gerçekleşebilmesi için seyahat özgürlüğünün tanınmış olması esastır. Uluslararası turizme katılacak olanların yurt dışına çıkış kısıdının olmaması gerekir.

*Gidilen ülkenin politik durumu:* İnsanlar genellikle çok merak etseler de davranışlarının kontrol altında olacağını düşündüğü bir ülkeye seyahat etmek istemezler.

*Genel Politik Durum:* Ülkeler arasındaki politik ilişkiler kadar, genel politik konjonktür de insanların seyahat etme istekleri üzerinde etkilidir. Gerek iki ülke gerekse gidilecek/gidilen bölgedeki politik durum uluslararası turizm talebini etkiler (Ünlüönen ve ark., 2009: 59).

Turizm talebi üzerinde olumsuz yönde etkili olan en önemli sınırlayıcı faktörlerden birisi ülkeler tarafından turistlere ya da vatandaşlara uygulanan kontrollerdir. Bazı ülkeler kendi vatandaşlarının turizm hareketlerini kısıtlayabilmektedir. Diğer ülkelerde ise, bir grup ülke vatandaşları için pasaport ve vize konularında uygulana kontroller olabilmektedir. Bunlara turizm ile ilgili vergiler ve fiyat kontrolü veya düzenlemeleri şeklinde görülen turizm sektöründeki devlet müdahalelerini de eklemek mümkündür. Bu doğrudan kontroller, turist gönderen

ülkelerden turizm bölgelerine olan hareketleri önemli ölçüde etkilemekte ve kısıtlamaktadır (Bull, 1995: 34; Çuhadar, 2006: 64).

Bunun en önemli örneklerinden bir tanesi, Lübnan'da yaşanmıştır. İç savaş öncesinde tam bir turizm cenneti olan bu ülke, savaşın başlaması ile birlikte eski turistik niteliğini tamamen yitirmiştir. Bir ülkenin uluslararası turizm hareketlerinde söz sahibi olabilmesi için bölgede siyasal huzurun ve barışın sağlanmış olması temel koşuldur. Ortadoğu'daki politik gelişmeler, politik faktörlerin turizm talebi üzerindeki önemini çok iyi yansıtmaktadır. Hatırlanacağı gibi, 1991 yılında ortaya çıkan "Körfez Krizi", bölge ülkelerinden Türkiye, Mısır ve Ürdün turizmini olumsuz etkilemiştir (İçöz, 2005: 157).

Örnek olarak; Mısır'da 1997 yılında turistlere yönelik olarak gerçekleştirilen terör eylemi, bu ülkeye yönelik dış turizm talebinde % 13,8'lik bir azalmaya neden olmuştur. Benzer şekilde 11 Eylül 2001 tarihinde ABD'de Dünya Ticaret Merkezi ve Savunma Bakanlığı Binası Pentagon'a yönelik gerçekleştirilen saldırılar sonucunda, insanlarda ortaya çıkan uçağa binme korkusu nedeniyle havayolu ulaşımına olan talep hızlı azalmış ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) tahminlerine göre uluslararası turizm talebinde % 7,4 düşüş gerçekleşmiştir (Yılmaz ve Yılmaz, 2005: 48).

Turizm liberal bir özellik taşımaktadır ve o nedenle dış turizm talebini sınırlayıcı yasaların ve turizmin önündeki bürokratik, politik, askeri, ticari vb. engellerin olmaması gerekmektedir. Tarihte bunun örneklerine daha çok Doğu Bloğu ülkelerinde rastlanmıştır. Bu ülkeler, kendi uyguladıkları sınırlayıcı politikalar nedeniyle turizm kaynaklı olabilecek ekonomik gelişmelerin gecikmesine neden olmuşlardır (Bahar ve Kozak, 2012:126).

Bununla birlikte bazı ülkelerde devlet tarafından getirilen turizm sektörüne yönelik yasal düzenlemeler de talep üzerinde olumlu ya da olumsuz etkilerde bulunmaktadır. Bu düzenlemeler iki kısımda toplanabilir (İçöz, 2005: 153):

- 1) Turist gönderen ülke tarafından empoze edilen düzenlemeler;
  - Ülke halkı üzerinde döviz kısıtlamaları,
  - Seyahat belgeleri konusunda bürokratik engeller,
  - Geri dönen vatandaşlar için gümrük kısıtlamaları,
  - Yurt dışına çıkışları kısıtlayan yasalar,

- Denizaşırı seyahatlerin kısıtlanması,
- 2) Turist kabul eden ülke tarafından empoze edilen düzenlemeler;
  - Ziyaretçiler için döviz kısıtlamaları,
  - Giriş vizesi, kimlik dokümanları, kalış süresi kısıtlamaları,
  - Otomobil ehliyeti, sigortası gibi belgelerin kabulünde zorluklar,
  - Yabancılara mülk edinme konusunda yasaklamalar,
  - Yabancı turistler için konulan birtakım vergiler, (hava alanı vergisi gibi)
  - Vatandaşların döviz taşıma kısıtlamaları,
  - Bireysel seyahat eden turistlere ait araçların sınır girişi konusunda ortaya çıkan bürokratik işlemler,
  - Yabancıların mülk edinmelerindeki kısıtlamalardır.

## 2.6. Turizm Talebi ve Turizm Politikaları

Turizm politikaları turizm destinasyonları açısından kesin başarı sağlamadığı için turizm alanında sık sık görmezden gelinmektedir. Ancak turizm politikaları destinasyonun uzun dönemde ne olacağını bilmek veya nereye gideceğini bilmek açısından belki de en önemli rolü oynamaktadır. Buna paralel olarak turizm politikası paydaşlar arasında işbirliği yaratmak için çaba sarf etmelidir. Bu hem destekleri hem de imkanları daha cazip hale getirecektir. Daha açık bir şekilde, turizm politikaları 6 temel fonksiyonu yerine getirmektedir (Goeldner ve Ritchie, 2012: 327).

1. Oyunun kurallarını tanımlar- turizm işletmecilerinin hangi çalışma koşulları altında olacağını belirler,
2. Ziyaretçiler için kabul edilebilir faaliyetleri ve davranışları belirler,
3. Ortak bir yön ve hedef içinde tüm turizm paydaşları için rehberlik sağlar,
4. Belirli bir hedef için özel stratejiler ve hedefler etrafında fikir birliğini kolaylaştırır,
5. Genel olarak topluma ve ekonomiye, kamu ve özel sektör bağlamında turizm sektörünün rolü ve katkıları konusunda çerçeve sunmaktadır,

6. Turizm sektörü ve diğer sektörler arasında daha etkili bir ara yüz sağlar, (Goeldner ve Ritchie, 2012:327).

Yukarıdaki bilgiler ışığında, turizm talebini belirleyen faktörlerin araştırılması hatta daha da ileri gitmek gerekirse bunlara bağlı talep tahmini projeksiyonu oluşturmak turizm sektörü açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye’de politika yapıcıların döviz girişi aracılığıyla cari açığı kapatma dışında bir turizm politikası oluşturması gerekmektedir. Oluşturulan turizm politikası kamunun hangi alanlarda düzenlemeler, sorumluluklar yüklenmesi gerektiğini aynı zamanda özel sektörün hangi alanlarda üst yapı hizmetleri oluşturması noktasında yol gösterici bir niteliğe sahip olması gerekmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### EKONOMETRİK METODOLOJİ

Turizm sektöründe talebin belirleyicileri ve bu değişkenlerin turizm talebi üzerinde etkilerini ele alan çalışmalar oldukça sınırlı kalmaktadır. Literatürde zaman serisi analizlerine dayalı talep analizlerine ve talep tahmini çalışmalarına oldukça sık rastlanmaktadır. Ancak literatürde konuyu hem Türkiye hem de ülke grupları açısından ele alıp, bulguların makro ölçekte nasıl değiştiğini inceleyen bir doktora çalışması bulunmamaktadır. Çalışmada dünyada en çok turist çeken ilk 10 ülkeye ait turizm talebinin makro ekonomik açıklayıcıları belirlenmiştir. Aynı model Türkiye'nin turizm talebi belirleyicilerinin açıklanmasında da kullanılarak elde edilen bulgular genelleştirilmeye çalışılmaktadır. Elde edilen bulgular teorik perspektifle birlikte analiz edilerek turizm politikası oluşturulmaktadır. Ülke grupları ele alınmak suretiyle teorik olarak iddia edilen bulguların genelleştirilmesi mümkün olacaktır.

Bu tür analizlerde genel olarak ileri panel veri yöntemlerinden yararlanmak bazı avantajlar sağlamaktadır. Panel veri analizi, grup ve zaman boyutunda gözlenemeyen etkileri analize dahil etmek, zaman serisi ve yatay kesit analizine kıyasla iktisadi çıkarımlar için daha fazla bilgi sunmak ve daha etkin sonuçlar elde etmek gibi temel avantajlara sahiptir (Nazlıoğlu,2010: 60). Analizlerde kullanılacak yöntemlere ilişkin ayrıntılar bu bölümde ele alınacaktır.

#### 3.1. Panel Eşbütünleşme Analizi<sup>5</sup>

Panel eşbütünleşme analizlerine ait ekonometrik metodoloji anlatılırken öncelikle panel birimkök testleri, ikinci olarak panel eşbütünleşme yöntemleri son olarak da panel eşbütünleşme ilişkisi tahmincilerine ait ekonometrik metodoloji açıklanacaktır.

##### 3.1.1. Panel Birim Kök Testleri

Panel birim kök testleri, geliştirilen test istatistiğinin panel veri setini oluşturan gruplar arasında yatay kesit bağımlılığını dikkate alıp-almadığına göre ikiye ayrılmaktadır. Birinci nesil panel birim kök testleri olarak adlandırılan testler yatay kesit bağımlılığını dikkate almaz iken ikinci nesil panel birim kök testlerinin ayırt edici özelliği test istatistiklerinin yatay kesit bağımlılığının dikkate alınarak geliştirilmesidir.

---

<sup>5</sup> Çalışmanın bu bölümünde çoğunlukla Doç. Dr. Şaban Nazlıoğlu'nun çalışmalarından faydalanılmıştır.

Panel eşbütünleşme çalışmalarında birinci nesil testlerden Levin, Lin ve Chu (2002), Im, Pesaran ve Shin (2003) ve Hadri (2000) tarafından önerilen testler yaygın bir biçimde kullanılmaktadır (Nazlıoğlu, 2010: 88).

*Levin, Lin ve Chu (LLC, 2002)* tarafından geliştirilen panel birim kök sınamasında ilk olarak aşağıdaki model tahmin edilmektedir:

$$\Delta y_{it} = \mu_i + \theta_t + \delta_i t + \rho y_{it-1} + \sum_{j=1}^k \alpha_j \Delta y_{it-j} + e_{it} \quad (3.1)$$

3.1 no'lu denklemde  $y$  birim kök sınaması yapılacak seriyi,  $\Delta$  birinci dereceden fark işlemcisini,  $\mu_i$  sabit etkileri,  $\theta_t$  zaman etkilerini ve  $t$  trendi (genel eğilimi) göstermektedir. LLC (2002) testinin temel varsayımları sabit etkilerin ülkeden ülkeye değiştiği,  $\rho$  'nun panel veri setindeki bütün yatay kesitler için homojen olduğu ve yatay kesitler arasında bağımlılık olmadığıdır. Bu varsayımlar altında LLC (2002) panel birim kök testinde sıfır ve alternatif hipotez aşağıdaki gibi tanımlanmıştır (Asteriou ve Hall 2007, 367):

$$H_0 : \rho = 0$$

$$H_1 : \rho < 0$$

Sıfır hipotezi panel veri setinin birim kök içerdiğini, alternatif hipotez panel veri setinin birim kök içermediğini sınamaktadır. Dolayısıyla, sıfır hipotezinin reddedilmesi paneli oluşturan bütün serilerin durağan olduğunu ve aynı hata düzeltme katsayısı ile ortalamaya döndüğünü ifade etmektedir (Güloğlu ve İspir, 2008; Nazlıoğlu, 2010: 88). LLC (2002) panel birim kök sınaması yaklaşımına göre, sıfır hipotezi standart normal dağılım gösteren aşağıdaki test istatistiği ile sınanmaktadır:

$$t_\rho = \frac{\hat{p}}{s.e.(\hat{p})} \sim N(0,1) \quad (3.2)$$

LLC (2002) testinin zayıf noktalarından birisi  $\rho$  'nun panel veri setindeki bütün yatay kesitler için homojen olduğu varsayımdır. Testin bu eksikliği *Im, Pesaran ve Shin (IPS, 2003)*'de önerilen panel birim kök yaklaşımı tarafından giderilmiştir. IPS (2003)  $\rho$  'nun paneldeki her bir yatay kesit için değişmesine yani heterojen olmasına izin veren bir test geliştirmiştir. Bu yaklaşımda esas alınan model eşitlik (3.1)'deki



regresyon modeline benzer olmakla birlikte esas farklılık  $\rho$  'nun her bir yatay kesit için değiştiğidir. Dolayısıyla, eşitlik (3.1) aşağıdaki gibi yazılmaktadır.

$$\Delta y_{it} = \mu_i + \theta_t + \delta_i t + \rho_i y_{it-1} + \sum_{j=1}^k \alpha_j \Delta y_{it-j} + e_{it} \quad (3.3)$$

IPS (2003) testinde sıfır ve alternatif hipotez sınamaları aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

$$H_0 : \rho_i = 0 \text{ bütün yatay kesitler için } (i = 1, 2, \dots, N)$$

$$H_1 : \rho_i < 0 \text{ en az bir yatay kesit için } (i = N_1 + 1, \dots, N)$$

Sıfır hipotezi yatay kesitlerin her birinin birim kök içerdiğini yani durağan olmadığını, alternatif hipotez paneldeki yatay kesitlerin bir veya bir kısmının birim kök içermediğini (durağan olduğunu) ifade etmektedir. Dolayısıyla, IPS (2003) testi bir serinin ortalamaya dönme hızını gösteren hata düzeltme katsayılarının ( $\rho_i$ ) yatay kesitler için farklı olduğunu göstermektedir. IPS (2003) testinde sıfır hipotezini sınamak için ilk olarak her bir yatay kesit için  $\rho_i$  katsayısına ait t-istatistiği hesaplanmakta; ikinci olarak t-istatistiklerinin ortalaması alınmakta ve son olarak test istatistiğinin standart normal dağılıma sahip olması için normalleştirme yapılmaktadır. IPS (2003)'de panel birim kök sınamasında kullanılan test istatistiği aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$t_{IPS} = \frac{\sqrt{N} \left( \bar{t} - \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N E[t_{it} | \rho_i = 0] \right)}{\sqrt{\frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \text{var}[t_{it} | \rho_i = 0]}} \sim N(0,1) \quad (3.4)$$

burada  $\bar{t} = (1/N) \sum_{i=1}^N t_{\rho_i}$ , ortalama ( $E$ ) ve varyans ( $var$ ) değerleri IPS (2003) tarafından hesaplanmış ve rapor edilmiştir.

LLC (2002) ve IPS (2003) testlerinde sıfır hipotezi serinin birim kök içerdiği yani durağan olmadığıdır. Bu testler alternatif hipotezi destekleyen güçlü kanıtlar olmadığı sürece sıfır hipotezini kabul etmektedir. Dolayısıyla, serilerin durağanlık veya bütünleşme dereceleri analiz edilirken sıfır hipotezinin serilerin birim kök içermediğini sınanan testlerin de kullanılması analizin güvenilirliği açısından önemlidir (Hadri 2000, 148). *Hadri (2000)* sıfır hipotezinin serinin durağan olduğu, alternatif hipotezin serinin durağan olmadığını sınanan bir panel birim kök testi geliştirmiştir. Bu yaklaşımda sabit

ve sabit ve trendli olmak üzere aşağıdaki yapısal modeller kullanılmaktadır (Nazlıoğlu, 2010: 90).

$$y_{it} = \mu_{it} + e_{it} \quad (\text{Sabitli model}) \quad (3.5)$$

$$y_{it} = \mu_{it} + \delta_i t + e_{it} \quad (\text{Sabit ve trendli model}) \quad (3.6)$$

burada  $\mu_{it} = \mu_{it-1} + u_{it}$  bir rassal yürüyüş sürecidir ve  $\varepsilon_{it}$  ve  $u_{it}$  yatay kesitler arasında ve zaman boyutunda karşılıklı bağımsız ve özdeş dağılmaktadır. Hadri (2000) testinde panel veri setinin durağan olduğunu sıyanan sıfır hipotezi ve panel veri setinin durağan olmadığını sıyanan alternatif hipotez aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

$$H_0 : \sigma_\varepsilon^2 = 0$$

$$H_1 : \sigma_\varepsilon^2 > 0$$

Eşitlik (3.5) ve (3.6)'da hata terimleri ( $\varepsilon_{it}$ ) bağımsız ve özdeş dağıldığı için sıfır hipotezinin reddedilmemesi eşitlik (3.5)'de serinin düzeyde durağan; eşitlik (3.6)'da trendde durağan olduğunu gösterir. Hadri yaklaşımında geriye doğru iterasyon yöntemi kullanılarak seçilen model EKK ile tahmin edilmekte ve daha sonra elde edilen hata terimlerine dayalı bir LM istatistiği hesaplanmaktadır. Hata terimlerinin paneli oluşturan yatay kesitler arasında sabit varyansa sahip olduğu varsayımı altında LM istatistiği aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$LM = \frac{1/N \sum_{i=1}^N 1/T^2 \sum_{t=1}^T S_{it}^2}{\hat{\sigma}_\varepsilon^2} \quad (3.7)$$

$$S_{it}^2 = \sum_{s=1}^t \hat{\varepsilon}_{it} ; \hat{\sigma}_\varepsilon^2 = 1/NT \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{\varepsilon}_{it}^2$$

LM istatistiğinin limit dağılımı aşağıdaki normalleştirme ile elde edilmektedir ve istatistik standart normal dağılıma sahiptir.

$$Z_\mu = \frac{\sqrt{N(LM_\mu - \xi_\mu)}}{\zeta_\mu} \sim N(0,1) \quad (\text{Sabitli model}) \quad (3.8)$$

$$Z_\tau = \frac{\sqrt{N(LM_\tau - \xi_\tau)}}{\zeta_\tau} \sim N(0,1) \quad (\text{Sabitli ve trendli model}) \quad (3.9)$$

Birinci nesil panel birim kök testlerinin temel varsayımı paneli oluşturan yatay kesitlerin birbirinden bağımsız olduğu, yani yatay kesit bağımlılığının olmadığıdır. Ancak, paneli oluşturan yatay kesit birimleri birçok durumda birbirinden etkilenir ve güvenilir sonuçlar elde edilebilmesi için yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan yöntemlerin yanı sıra yatay kesit bağımlılığını dikkate alan yöntemlerin de uygulanması gereklidir (Bai ve Kao, 2006; Nazlıoğlu, 2010: 91). Özellikle yatay kesit bağımlılığını dikkate alan panel birim kök yazını sürekli gelişme aşamasındadır ve geliştirilen testlere her geçen gün yenileri eklenmektedir. Bu alanda geliştirilen testlerin çoğunluğu paneli oluşturan yatay kesit birimlerine ait hata terimlerinin faktör yapılarının modellenmesine dayanmaktadır (örneğin, Choi, 2002, Phillips ve Sul 2003; Bai ve Ng, 2004; Moon ve Peron, 2004; Nazlıoğlu ve Soytas, 2012). Öte yandan Pesaran (2007) yatay kesit bağımlılığının modellenmesinde hata terimlerinin faktör yapılarının tahmin edilmesinin yerine uygulaması daha kolay olan bir panel birim kök testi önermiştir. Kesit açısından genişletilmiş Dickey-Fuller (Cross-Sectionally Augmented Dickey-Fuller (CADF)) testi olarak adlandırılan bu panel birim kök sınaması aşağıdaki regresyon modeli tahminine dayalıdır.

$$\Delta y_{it} = \mu_i + \rho_i y_{it-1} + c_i \bar{y}_{t-1} + c_i \Delta \bar{y}_t + e_{it} \quad (3.10)$$

$$\bar{y}_{t-1} = 1/N \sum_{i=1}^N y_{it-1}; \Delta \bar{y}_t = 1/N \sum_{i=1}^N \Delta y_{it}.$$

Modele  $\bar{y}_{t-1}$  ve  $\Delta \bar{y}_t$ 'nin dahil edilmesi tek bir faktör yapısına dayalı olarak yatay kesit bağımlılığının dikkate alınmasını sağlamaktadır (Baltagi, 2004: 249). CADF testinde sıfır ve alternatif hipotezler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır:

$$H_0 : \rho_i = 0 \text{ bütün yatay kesitler için}$$

$$H_1 : \rho_i < 0 \text{ (} i = 1, 2, \dots, N_1 \text{)}, \rho_i = 0 \text{ (} i = N_1 + 1, N_1 + 2, \dots, N \text{)}$$

Sıfır hipotezi paneli oluşturan her bir yatay kesite ait serinin birim kök içerdiğini, alternatif hipotez paneli oluşturan yatay kesitlerin belirli bir bölümünün ( $N_1/N$ ) birim kök içermediğini sınamaktadır (Nazlıoğlu, 2010: 91).

Pesaran (2007) yaklaşımında CADF istatistiği  $p_i$  katsayılarına ait t-istatistikleridir ve paneli oluşturan her bir yatay kesite ait serinin durağan olup-olmadığı Pesaran (2007)'deki kritik değerler ile karşılaştırmak yoluyla yapılmaktadır. Panel veri serisinin durağan olup-olmadığı CADF istatistiklerinin ortalaması alınarak hesaplanan

kesit açısından genişletilmiş IPS (cross-sectionally augmented IPS (CIPS)) test istatistiği ile yapılmaktadır.

$$CIPS = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N CADF_i \sim N(0,1) \quad (3.11)$$

Hesaplanan CIPS istatistiği Pesaran (2007)'de üretilen kritik değerden büyükse sıfır hipotezi reddedilir, böylece panel veri setinin durağan olduğuna karar verilir.

### 3.1.2. Panel Eşbütünleşme Testleri

Panel veri setinde yer alan bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin test edilmesinde Pedroni (1999 ve 2004) tarafında önerilen panel eşbütünleşme testleri ampirik analizlerde yaygın biçimde kullanılmaktadır. Pedroni yaklaşımında ilk olarak aşağıdaki regresyon modeli EKK yöntemi ile tahmin edilmektedir.

$$y_{it} = \alpha_i + \delta_i t + \beta_i x_{it} + e_{it} \quad (3.12)$$

burada  $y$  bağımlı değişkeni,  $x$  açıklayıcı değişkenleri,  $\alpha_i$  sabit etkileri ve  $t$  trendi göstermektedir. Pedroni testinde  $y$  ve  $x$ 'in birinci dereceden bütünleşik olduğu yani değişkenlerin düzeylerinde durağan olmadıkları, ancak birinci farklarında durağan oldukları varsayılmaktadır. Eşitlik (3.12)'de  $\beta_i$  paneldeki her bir yatay kesit için değişebildiği için eşbütünleşme vektörü paneli oluşturan yatay kesitler arasında heterojendir. Pedroni yaklaşımında sıfır ve alternatif hipotezler aşağıdaki gibi tanımlanmıştır (Pedroni, 2004: 599):

$H_0$ : Bütün yatay kesitler için eşbütünleşme ilişkisi yoktur.

$H_1$ : Bütün yatay kesitler için eşbütünleşme ilişkisi vardır.

Pedroni, bu hipotezlerin sınanması için yedi eşbütünleşme istatistiği geliştirmiştir. Bunların ilk dördü kesit-içi (within-dimension), diğerleri kesitler-arası (between-dimension) panel eşbütünleşme testleri olarak adlandırılmakta ve aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

Kesit içi panel eşbütünleşme testleri:

1. Panel  $\nu$  – istatistiği: 
$$Z_\nu = T^2 N^{3/2} \left( \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{1i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1}$$

$$\begin{aligned}
2. \quad \text{Panel } \rho - \text{ istatistiği:} \quad & Z_\rho = T\sqrt{N} \left( \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} (\hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t} - \hat{\lambda}_i) \\
3. \quad \text{Panel } t - \text{ istatistiği:} & \\
\quad \text{(Parametrik Olmayan)} \quad & Z_t = (\hat{\sigma}_{N,T}^2 \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1}^2)^{-1/2} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} (\hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t} - \hat{\lambda}_i) \\
4. \quad \text{Panel } t - \text{ istatistiği:} & \\
\quad \text{(Parametrik)} \quad & Z_t^* = (\tilde{s}_{N,T}^{*2} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1}^{*2})^{-1/2} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{L}_{11i}^{-2} \hat{e}_{i,t-1}^* \Delta \hat{e}_{i,t}^* \\
\text{Kesitler arası panel eşbütünleşme testleri:} & \\
5. \quad \text{Grup } \rho - \text{ istatistiği:} \quad & \tilde{Z}_\rho = TN^{-1/2} \sum_{i=1}^N \left( \sum_{t=1}^T \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1} \sum_{t=1}^T (\hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t} - \hat{\lambda}_i) \\
6. \quad \text{Grup } t - \text{ istatistiği:} & \\
\quad \text{(Parametrik Olmayan)} \quad & \tilde{Z}_t = N^{-1/2} \sum_{i=1}^N \left( \hat{\sigma}_i^2 \sum_{t=1}^T \hat{e}_{i,t-1}^2 \right)^{-1/2} \sum_{t=1}^T (\hat{e}_{i,t-1} \Delta \hat{e}_{i,t} - \hat{\lambda}_i) \\
7. \quad \text{Grup } t - \text{ istatistiği:} & \\
\quad \text{(Parametrik)} \quad & \tilde{Z}_t^* = N^{-1/2} \sum_{i=1}^N \left( \hat{s}_i^{*2} \sum_{t=1}^T \hat{e}_{i,t-1}^{*2} \right)^{-1/2} \sum_{t=1}^T (\hat{e}_{i,t-1}^* \Delta \hat{e}_{i,t}^*) \\
& (3.13)
\end{aligned}$$

Bu test istatistikleri standart normal dağılım göstermektedir. Panel  $\nu$ -istatistiği sağ kuyruk dağılımı gösterdiği için %5 anlam düzeyinde kritik değer 1,645; diğer istatistikler sol kuyruk dağılımı gösterdiği için kritik değer -1,645'dir. Panel  $\nu > 1.645$  ya da diğerleri için hesaplanan istatistikler  $< -1.645$  ise, sıfır hipotezi reddedilir ve değişkenler arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisi olduğuna karar verilir (Nazlıoğlu ve Soytaş, 2012).

Pedroni testlerinin hesaplanmasında şu süreç izlenmektedir: İlk olarak, eşitlik (3.12)'in EKK tahmininden hata terimleri ( $e_{it}$ ) elde edilir. İkinci aşamada  $\Delta y_{it} = \beta_i \Delta x_{it} + \eta_{it}$  modelinin EKK tahmininden terimleri elde/ edilir. Üçüncü aşamada Newey-West (1987) tahmincisi kullanılarak  $\eta_{it}$ 'nin uzun dönem varyansı ( $L_{11i}^2$ ) hesaplanır. Dördüncü aşamada parametrik olmayan testler için  $\hat{e}_{it} = \hat{\gamma}_i \hat{e}_{it-1} + \hat{u}_{it}$  modeli tahmin edilerek hata terimlerinin varyansı ( $\hat{s}_i^2$ ) ve uzun dönem varyansı ( $\hat{\sigma}_i^2$ ) ve  $\hat{\lambda}_i = 1/2(\hat{\sigma}_i^2 - \hat{s}_i^2)$  elde edilir. Parametrik testler için  $\hat{e}_{it} = \hat{\gamma}_i \hat{e}_{it-1} + \sum_{k=1}^K \hat{\gamma}_{ik} \Delta \hat{e}_{it-k} + \hat{u}_{it}^*$  modeli tahmin edilerek hata terimlerinin varyansı ( $\hat{s}_i^{*2}$ ) elde edilir. Son olarak yukarıda tanımlanan panel eşbütünleşme test istatistikleri hesaplanır.

Pedroni testleri regresyon modelinden elde edilen hata terimlerine dayalı bir yaklaşımdır. Böyle testler, değişkenlerin düzey değerleri için tahmin edilen uzun dönem katsayıların birinci farklar kullanılarak tahmin edilen kısa dönem hata düzeltme katsayılarına eşit olmasını gerektirmektedir. Bu ise, testlerin gücünü düşürmekte ve

böylece değişkenler arasında eşbütünlüşme ilişkisi olsa bile bunun sahte biçimde reddedilmesine yol açmaktadır (Westerlund, 2007: 710). Bu durum Kremers, Ericsson ve Dolado (1992) tarafından ortak çarpan kısıtlaması olarak da adlandırılmaktadır.

Westerlund (2007) Pedroni testlerinin bu eksikliğini gidermek için hata düzeltme modeline dayalı dört panel eşbütünlüşme testi geliştirmiştir. Bu testlerin ikisi grup ortalama istatistikleri (group mean statistics); diğer ikisi panel istatistikleri olarak adlandırılmaktadır. Grup ortalama istatistiklerinin hesaplanmasında ilk olarak aşağıdaki hata düzeltme modeli her bir yatay kesit için EKK ile tahmin edilmektedir.

$$\Delta y_{it} = \delta_i d_t + \alpha_i y_{it-1} + \lambda_i x_{it-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \alpha_{ij} \Delta y_{it-j} + \sum_{j=0}^{p_i} \lambda_{ij} \Delta x_{it-j} + e_{it} \quad (3.14)$$

burada  $d_t$  her bir yatay kesit için sabit ekiler ve/veya trend ve  $p_i$  optimal gecikme uzunluğudur. Optimal gecikme uzunluğunu üç şekilde belirlemek mümkündür: (i) Campell ve Perron (1991) yaklaşımı esas alınarak gecikmeli değişkenlere ait katsayıların anlamlılıklarını bakmak, (ii) Akaike veya Schwarz gibi bir bilgi kriteri kullanmak veya (iii) zaman boyutunun sabit bir değerini almaktır. İkinci aşamada her bir yatay kesit için hata düzeltme katsayıları aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$\alpha_i(1) = 1 - \sum_{i=1}^{p_i} \alpha_{ij} \quad (3.15)$$

Üçüncü aşamada panel veri setinde eşbütünlüşme ilişkisi olup-olmadığını test etmek için aşağıdaki grup ortalama istatistikleri hesaplanmaktadır:

$$G_\tau = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{\alpha_i}{se(\alpha_i)} \sim N(0,1)$$

$$G_\alpha = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \frac{T\alpha_i}{\alpha_i(1)} \sim N(0,1) \quad (3.16)$$

burada  $se$  standart hatadır.

Grup ortalama istatistikleri için sıfır ve alternatif hipotezler şu şekilde tanımlanmıştır:

$H_0 : \alpha_i = 0$ ; bütün yatay kesitler için eşbütünlüşme yoktur.

$H_1 : \alpha_i < 0$ ; bazı yatay kesitler için eşbütünlüşme vardır.

Sıfır hipotezinin reddedilmesi yatay kesitlerden en az biri için değişkenler arasında eşbütünlüme ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Westerlund (2007) yaklaşımında diğer iki test olan panel istatistiklerin hesaplanmasında ilk olarak aşağıdaki model EKK ile tahmin edilmektedir.

$$\Delta y_{it} = \delta_i d_t + \lambda_i x_{it-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \alpha_{ij} \Delta y_{it-j} + \sum_{j=0}^{p_i} \lambda_{ij} \Delta x_{it-j} + e_t \quad (3.17)$$

$$y_{it-1} = \delta_i d_t + \lambda_i x_{it-1} + \sum_{j=1}^{p_i} \alpha_{ij} \Delta y_{it-j} + \sum_{j=0}^{p_i} \lambda_{ij} \Delta x_{it-j} + \varepsilon_t \quad (3.18)$$

İkinci aşamada panelin tamamı için hata düzeltme katsayısı ve bunun standart hatası hesaplanmaktadır.

$$\alpha_i = \left( \sum_{i=1}^N \sum_{t=2}^T \tilde{y}_{it-1}^2 \right)^{-1} \sum_{i=1}^N \sum_{t=2}^T \frac{1}{\alpha_i(1)} \tilde{y}_{it-1} \Delta \tilde{y}_{it} \quad (3.19)$$

$$SE(\alpha_i) = \left( (\hat{S}_N^2) \sum_{i=1}^N \sum_{t=2}^T \tilde{y}_{it-1}^2 \right)^{-1/2} \quad (3.20)$$

burada,

$$\hat{S}_N^2 = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \hat{S}_i^2$$

$$\Delta \tilde{y}_{it} = \Delta y_{it} - \delta_i d_t - \lambda_i x_{it-1} - \sum_{j=1}^{p_i} \alpha_{ij} \Delta y_{it-j} - \sum_{j=0}^{p_i} \lambda_{ij} \Delta x_{it-j}$$

$$\tilde{y}_{it-1} = y_{it-1} - \delta_i d_t - \lambda_i x_{it-1} - \sum_{j=1}^{p_i} \alpha_{ij} \Delta y_{it-j} - \sum_{j=0}^{p_i} \lambda_{ij} \Delta x_{it-j}$$

Üçüncü aşamada panel eşbütünlüme istatistikleri aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$P_\tau = \frac{\alpha}{se(\alpha)} \sim N(0,1)$$

$$P_\alpha = T\alpha \sim N(0,1) \quad (3.21)$$

Yukarıdaki panel istatistikleri için sıfır ve alternatif hipotezler şu şekilde tanımlanmıştır:

$H_0 : \alpha_i = 0$ ; bütün yatay kesitler için eşbütünlük yoktur.

$H_1 : \alpha_i = \alpha < 0$  bütün yatay kesitler için eşbütünlük vardır.

Sıfır hipotezinin reddedilmesi panelin tamamı için değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisinin olduğunu göstermektedir.

Westerlund (2007) tarafından geliştirilen testler sol yönlü standart normal dağılım göstermektedir ve %5 anlamlılık düzeyinde kritik değer -1,645, sıfır hipotezinin sınanması için kullanılmaktadır. Hesaplanan eşbütünlük istatistikleri -1,645'den küçük ise sıfır hipotezi reddedilmekte ve değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi olduğuna karar verilmektedir. Hesaplanan eşbütünlük istatistikleri -1,64'den büyük ise sıfır hipotezi kabul edilmektedir (Westerlund, 2007: 721).

Westerlund (2007) tarafından geliştirilen panel eşbütünlük testleri standart normal dağılım kritik değeri ile karşılaştırılırken yapılan varsayım paneli oluşturan yatay kesitler arasında bağımlılık olmadığıdır. Westerlund (2007) yatay kesit bağımlılığını dikkate almak için hesaplanan eşbütünlük istatistiklerinin Chang (2004)'de önerilen "bootstrap" dağılım kritik değerler ile karşılaştırılmasını önermektedir.

Pedroni (1999) ve Westerlund (2007) tarafından önerilen panel eşbütünlük testleri değişkenler arasında eşbütünlük olmadığı sıfır hipotezini sınamaktadırlar. Sıfır hipotezinin bu şekilde tanımlandığı testlerin gücü, uzun dönem durağan durum dengeden sapmalara yol açan şokların kalıcı olduğu durumlarda düşmektedir. Böylece, değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi olmasa bile sıfır hipotez sahte bir şekilde reddedilmekte ve eşbütünlük ilişkisinin olduğuna karar verilmektedir (Westerlund 2008, 194). Değişkenler arasında panel eşbütünlük ilişkisi incelenirken sonuçların güvenilirliği açısından eşbütünlük vardır sıfır hipotezini sınamak üzere geliştirilen test/testlerin de uygulanması önemlidir. Westerlund ve Edgerton (2007) sıfır hipotezinin eşbütünlük olduğunu sıyanan bir LM istatistiği geliştirmişlerdir. Bu yaklaşımın birinci aşamasında, aşağıdaki regresyon modelinin Tam Uyarlanmış En Küçük Kareler (Fully Modified Ordinary Least Squares (FMOLS)) yöntemi ile tahmininden hata terimleri ( $z_{it}$ ) elde edilmektedir.

$$y_{it} = \alpha_i + \beta_i x_{it} + z_{it} \quad (3.22)$$

$$z_{it} = u_{it} + v_{it} \quad (3.23)$$



İkinci aşamada LM istatistiği aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$LM_N^+ = \frac{1}{NT^2} \sum_{i=1}^N \sum_{t=1}^T \hat{\omega}_i^2 S_{it}^2 \sim N(0, \text{var}(LM_N^+)) \quad (3.24)$$

burada  $S_{it}$   $e_{it}$ 'nin kısmi toplam süreci (partial sum process),  $\hat{\omega}_i^2 \Delta x_{it}$  üzerine koşullu  $u_{it}$ 'nin uzun dönem varyansıdır. Westerlund ve Edgerton (2007) testinde sıfır ve alternatif hipotezler şu şekilde tanımlanmıştır:

$H_0 : \sigma_i^2 = 0$ ; bütün yatay kesitler için eşbütünleşme vardır.

$H_1 : \sigma_i^2 > 0$ ; bazı yatay kesitler için eşbütünleşme yoktur.

Sıfır hipotezinin kabul edilmesi panel veri setindeki değişkenler arasında eşbütünleşme olduğunu göstermektedir.

Yukarıdaki LM istatistiği sağ yönlü standart normal dağım göstermektedir ve %5 anlamlılık düzeyinde 1,645 kritik değeri kullanılmaktadır. Hesaplanan LM istatistiği kritik değerden küçükse sıfır hipotezi kabul edilmektedir. Standart normal dağılım altında sıfır hipotezinin sınanabilmesi için yatay kesitler arasında bağımlılık ve hata terimlerinin hem kesit-içi hem de kesitler-arası kendine bağlaşımlı (autocorrelation) olmadığı varsayımlarının sağlanması gerekmektedir. Ancak, hem yatay kesit bağımlılığı hem de hata terimlerinin kendine bağlaşımlı olması bir panel veri setinin temel özelliklerindedir. Dolayısıyla Westerlund ve Edgerton (2007) geliştirmiş oldukları test istatistiğinin bu özellikler altında geçerli olabilmesi için standart normal dağılım kritik değeri yerine Sieve yaklaşımına dayalı “bootstrap” yönteminde elde edilen kritik değer kullanılması önermektedir.

### 3.1.3. Panel Eşbütünleşme İlişkisi Tahmin Yöntemleri

Eşbütünleşme ilişkisinin varlığı bağımsız değişkenlere ait uzun dönem katsayıların nasıl tahmin edileceği sorunu ortaya çıkarmaktadır. Panel veri setlerinde eşbütünleşme vektörünün tahmin edilmesini sağlayan çeşitli yöntemler önerilmiştir ve bu panel yazını hâlâ gelişme sürecindedir. Bu kapsamda, Kao ve Chiang (2000) tarafından geliştirilen panel EKK, panel dinamik EKK (Dynamic Ordinary Least Squares (DOLS)) ve panel FMOLS tahminçileri; Mark ve Sul (2003) tarafından geliştirilen panel DOLS tahminçisi ve Pedroni (2000, 2001) tarafından geliştirilen panel DOLS ve FMOLS tahminçileri ampirik analizlerde yaygın olarak kullandıkları

yöntemlerdir. Panel DOLS ve FMOLS tahmincileri bağımsız değişken(ler) ve hata terimi arasındaki içsellik ve hata terimindeki kendine bağımlılık problemlerinin ortadan kaldırılmasında panel EKK tahmincisine kıyasla daha etkin oldukları için özellikle tercih edilmektedir.

Kao ve Chiang (2000) tarafından geliştirilen panel DOLS ve FMOLS yöntemleri ve Mark ve Sul (2003) tarafından geliştirilen panel DOLS yöntemlerinde kesit-içi havuzlanmış veriler kullanılırken; Pedroni (2000, 2001)'de geliştirilen panel DOLS ve FMOLS tahmincileri kesitler-arası havuzlanmış verileri kullanmaktadır. Pedroni tarafından *grup ortalama panel DOLS ve panel FMOLS* olarak adlandırılan bu yöntemler kesit-içi veriye dayalı panel DOLS ve FMOLS tahmincilerine kıyasla bazı avantajlara sahiptir. Birincisi, grup ortalama tahmincileri heterojen eşbütünleşme vektörlerinin dikkate alınmasında daha büyük bir esnekliğe sahiptir. Kesit-içi veriye dayalı tahminciler uzun dönem eşbütünleşme vektörünü bütün paneli için tahmin ederken; kesitler-arası veriye dayalı grup ortalama tahmincileri eşbütünleşme vektörünü her bir yatay kesit için tahmin etmekte ve eşbütünleşme katsayılarının yatay kesitler arasında heterojen olmasına imkân sağlamaktadır. İkincisi, eşbütünleşme katsayıları için teoriye dayalı hipotezleri sınamak mümkündür. Üçüncüsü, panel katsayıları uzun dönem eşbütünleşme vektörünün ortalaması olarak yorumlanabilmektedir (Pedroni, 2001: 728-729). Bu avantajlarından dolayı değişkenlerin turizm talebi üzerindeki uzun dönem etkilerini analiz etmek için Pedroni (2000)'de geliştirilen panel FMOLS ve Pedroni (2001)'de geliştirilen panel DOLS tahmincileri kullanılacaktır.

Pedroni (2000) tarafından geliştirilen *grup ortalama panel FMOLS* yöntemi aşağıdaki panel regresyon modeline dayanmaktadır.

$$y_{it} = \alpha_i + \beta x_{it} + \mu_{it} \quad (3.25)$$

$$x_{it} = x_{it-1} + e_{it} \quad (3.26)$$

burada  $y_{it}$  bağımlı değişkeni,  $x_{it}$  bağımsız değişkenleri ve  $\alpha_i$  için sabit etkileri göstermekte, ayrıca paneli oluşturan yatay kesitler arasında bağımlılık olmadığı varsayılmaktadır. Eşitlik (3.25)'de hata terimleri durağan bir süreçtir, dolayısıyla  $y_{it}$  birinci dereceden bütünleşikse  $y_{it}$  ve  $x_{it}$  arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisi vardır. Böylece,  $\beta$  tahmin edilmesi gereken uzun dönem eşbütünleşme vektörünü göstermektedir. Panel FMOLS tahmincisinde panel için eşbütünleşme vektörü elde

edilirken birinci aşamada eşitlik (3.25)'deki model her bir yatay kesit için FMOLS tahmincisi kullanılarak tahmin edilmektedir<sup>6</sup>. İkinci aşamada her bir yatay kesite ait FMOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayılarının ortalaması alınmaktadır. Böylece, panel için eşbütünleşme vektörü aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Nazlıoğlu, 2010: 98).

$$\hat{\beta}_{GFM}^* = N^{-1} \sum_{i=1}^N \beta_{FM,i}^* \quad (3.27)$$

burada  $\beta_{FM,i}^*$  her bir yatay kesit için FMOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayısını göstermektedir. Grup ortalama panel FMOLS tahmincilerine ait t-istatistikleri her bir yatay kesit için FMOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayısına ait t-istatistiklerinden elde edilmektedir. Panel eşbütünleşme katsayısına ilişkin t-istatistiği aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$t_{\hat{\beta}_{GFM}^*} = N^{-1/2} \sum_{i=1}^N t_{\hat{\beta}_{FM,i}^*} \quad (3.28)$$

burada  $t_{\hat{\beta}_{FM,i}^*}$  paneli oluşturan her bir yatay kesit için yapılan FMOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayısına ilişkin t-istatistiğini göstermektedir.

Pedroni (2001) tarafından önerilen *grup ortalama panel DOLS tahmincisi* aşağıdaki regresyon modelinin tahminini gerektirmektedir.

$$y_{it} = \alpha_i + \beta x_{it} + \sum_{k=-K_i}^{K_i} \gamma_{ik} \Delta x_{it} + \mu_{it} \quad (3.29)$$

burada  $-K_i$  ve  $K_i$  öncül ve gecikme sayılarını göstermektedir ve paneli oluşturan yatay kesitler arasında bağımlılık olmadığı varsayılmaktadır. Panel eşbütünleşme vektörü elde edilirken ilk olarak eşitlik (3.29)'deki model her bir yatay kesit için tahmin edilmektedir<sup>7</sup>. İkinci aşamada her bir yatay kesite ait bu DOLS tahmininden elde edilen

---

<sup>6</sup> Pedroni (2000), her bir yatay kesit için uzun dönem varyans-kovaryans matrisi elde edilirken değişen varyans problemi altında tutarlı olan Newey-West tahmincisinin kullanılmasını önermektedir.

<sup>7</sup> Her bir yatay kesit için uzun dönem varyans-kovaryans matrisi elde edilirken değişen varyans problemi altında tutarlı olan herhangi bir yöntem kullanılabilir (Pedroni 2001, 729). Dolayısıyla, panel FMOLS tahmincisinde olduğu gibi panel DOLS tahmincisinde de Newey-West yöntemi kullanılabilir.

eşbütünleşme katsayılarının aritmetik ortalaması alınmakta ve panel eşbütünleşme katsayısı aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır:

$$\hat{\beta}_{GD}^* = N^{-1} \sum_{i=1}^N \beta_{D,i}^*, \quad (3.30)$$

burada  $\beta_{D,i}^*$  her bir yatay kesit için DOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayısını göstermektedir. Grup ortalama panel DOLS tahmincilerine ait t-istatistikleri ise, aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır.

$$t_{\hat{\beta}_D^*} = N^{-1/2} \sum_{i=1}^N t_{\hat{\beta}_{D,i}^*} \quad (3.31)$$

Burada  $t_{\hat{\beta}_{D,i}^*}$  her bir yatay kesit için DOLS tahmininden elde edilen eşbütünleşme katsayısına ilişkin t-istatistiğini göstermektedir.

Pedroni (2000) tarafından Monte Carlo çalışması, bağımsız değişkenler arasındaki içsellik ve hata terimleri arasındaki kendine bağımlılık problemini ortadan kaldırmayı amaçlayan panel FMOLS yönteminin zaman boyutu T'nin küçük olduğu durumlarda sapmalı parametreler verebileceğini göstermektedir. Yöntemin bu zayıf yönünü ortadan kaldırmanın bir yolu, VAR modeline dayalı tahminler kullanmaktır (Breitung, 2005: 152). Breitung (2005) zaman boyutunun küçük olduğu panel veri setlerinde eşbütünleşme vektörünün tahmin edilmesini sağlayan **2-aşamalı tahminciyi** (*two-step estimator*) geliştirmiştir. Bu yöntemde yatay kesit bağımlılığı olmadığı, eşbütünleşme vektörünün homojen olduğu, hata düzeltme katsayıları ve hata kovaryans matrisinin paneli oluşturan yatay kesitler için değişebildiği varsayılmaktadır.

2-aşamalı tahminci yaklaşımında eşbütünleşik bir VAR(1) modeli için aşağıdaki vektör hata düzeltme (vector error correction (VECM)) modeli tanımlanmaktadır.

$$\Delta y_{it} = \alpha_i \beta' y_{it-1} + \varepsilon_{it} \quad (3.32)$$

Ençok Olabilirlik (Maximum Likelihood) yöntemi ile tahmin edilen eşitlik (3.32)'deki modelden kısa dönem hata düzeltme katsayıları elde edilmekte ve bunlar orijinal serileri dönüştürmek için kullanılarak aşağıdaki havuzlanmış regresyon modeli tanımlanmaktadır.

$$z_{it}^* = \beta' z_{it-1}^* + \varepsilon_{it}^* \quad z_{it} = (\hat{\alpha}_i' \sum_i^{-1} \hat{\alpha}_i)^{-1} \hat{\alpha}_i' \sum_i^{-1} \Delta y_{it}; \quad \varepsilon_{it}^* = (\hat{\alpha}_i' \sum_i^{-1} \hat{\alpha}_i)^{-1} \hat{\alpha}_i' \sum_i^{-1} \varepsilon_{it} \quad (3.33)$$

Son aşamada, eşitlik (3.33)'deki modelin EKK ile tahmininden uzun dönem panel eşbütünleşme vektörü elde edilmektedir.

Breitung (2005) tarafından yapılan Monte Carlo çalışmasında 2-aşamalı tahminci, Pedroni (2000) tarafından önerilen panel FMOLS, Koa ve Chiang (2000) tarafından önerilen panel DOLS ve panel EKK tahmincilerinin küçük örneklem özellikleri karşılaştırılmıştır. Sonuçlar, panel FMOLS, panel DOLS ve panel EKK tahmincilerin zaman boyutunun küçük olduğu panel veri setlerinde sapmalı olduğunu, ancak 2-aşamalı tahmincinin çok küçük örnekler için dahi yaklaşık sapmasız (nearly unbiased) olduğunu göstermiştir.

Yukarıda açıklanan yöntemlerin ortak özelliği yatay kesit bağımlılığını dikkate almamalarıdır. Özellikle artan ekonomik serbestleşme ülkeler arasındaki bağımlılığı artırmakta, böylece bir ülkede meydana gelen bir şok diğer ülkeleri de etkilemektedir. Nitekim Pesaran (2006) tarafından yapılan Monte Carlo çalışması panel veri modellerinde yatay kesit bağımlılığının test edilmesini ve varsa bunu dikkate alan yöntemlerin kullanılması gerektiğini göstermektedir. Pesaran (2006) paneli oluşturan yatay kesitler arasında bağımlılığı dikkate alan Ortak İlişkili Etkiler (Common Correlated Effects (CCE)) tahmincilerini geliştirmiştir (Nazlıoğlu, 2010: 101).

CCE yöntemi aşağıdaki heterojen panel veri regresyon modeline dayanmaktadır.

$$y_{it} = \alpha_i' d_t + \beta' x_{it} + e_{it} \quad (3.34)$$

$$e_{it} = \gamma_i' f_t + \varepsilon_{it} \quad (3.35)$$

burada  $d$  ve  $f$  sırasıyla gözlenebilir (sabit, trend, mevsimsel kuklalar) ve gözlenemeyen ortak etkileri temsil etmektedir. CCE tahmincileri bağımsız değişkenler ve gözlenemeyen ortak etkilerin durağan ve dışsal olduğunu varsaymakla birlikte, bunların durağan (I(0)), birinci dereceden bütünleşik (I(1)) ve/veya eşbütünleşik olduğu durumlarda da tutarlıdır (Holly ve Raisi, 2009: 8; Nazlıoğlu, 2010:101).

Pesaran (2006) yatay kesit bağımlılığı altında bağımsız değişkenlere ait uzun dönem katsayıların tahmin edilmesini sağlayan iki tahminci geliştirmiştir: Birincisi Ortak İlişkili Etkiler Ortalama Grup (Common Correlated Effects Mean Group (CCEMG)) tahmincisi olarak ve ikincisi Ortak İlişkili Etkiler Havuzlanmış Etkiler (Common Correlated Effects Pooled (CCEP)) tahminci olarak adlandırılmaktadır. CCEMG yaklaşımında açıklayıcı değişkenlere ilişkin uzun dönem parametreler her bir

yatay kesite ait katsayıların aritmetik ortalaması alınarak hesaplanır. CCEMG yaklaşımında panel eşbütünleşme katsayısı aşağıdaki gibi elde edilmektedir:

$$\hat{b}_{CCEMG} = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N \hat{b}_i \quad (3.36)$$

burada  $\hat{b}_i$  ( $\hat{b}_i = (X_i' \dot{M}_w X_i)^{-1} X_i' \dot{M}_w y_i$ ) her bir yatay kesit için CCE tahminidir.

Açıklayıcı değişkenlere ait uzun dönem katsayılar bütün yatay kesitler için aynı yani  $\beta_i = \beta$  ise, havuzlanmış regresyon modellerinin kullanılması etkinliği artırmaktadır. Bu noktadan hareketle geliştirilen CCEP tahmincisinde  $\beta$ 'nın bütün yatay kesitler için aynı iken gözlenen/gözlenmeyen ortak etkilere ilişkin katsayılar her bir yatay kesit için değişmektedir. CCEP yönteminde panel eşbütünleşme tahmincileri aşağıdaki gibi elde edilmektedir:

$$\hat{b}_{CCEP} = \left( \sum_{i=1}^N \theta_i X_i' \dot{M}_w X_i \right)^{-1} \sum_{i=1}^N \theta_i X_i' \dot{M}_w X_i \quad (3.37)$$

Pesaran (2006) tarafından yapılan Monte Carlo çalışması CCEMG ve CCEP tahmincilerinin  $N=30$  ve  $T=20$  olduğu küçük örneklerde dahi doğru boyuta sahip olduğunu, CCEP tahmincisinin küçük örneklerde CCEMG tahmincisinden biraz daha iyi sonuçlar ortaya koyduğunu ve CCE tahmincilerinin gözlenmeyen ortak etkileri yani yatay kesit bağımlılığını dikkate almayan yöntemlere kıyasla daha etkin olduklarını göstermiştir (Pesaran, 2006: 970; Nazlıoğlu, 2010:102 ).

Çalışmanın dördüncü bölümünde tanımlanan modellere ekonometrik analizden elde edilen ampirik bulgular analiz edilecek ve bu bulgulardan yola çıkarak turizm politika uygulamalarına ilişkin tartışmalar yapılacaktır.

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### TURİZM TALEBİNİN AMPİRİK ANALİZİ

Tezin ikinci bölümünde açıklanan teorik çerçeve, turizm talebi üzerinde etkili olan makro ekonomik değişkenlerin neler olduğu ve bunların etki mekanizmalarının nasıl ortaya çıktığı hakkında öngörülerini açıklamaya yönelik ifadeleri ortaya koymaktadır. Bu öngörülerin ampirik olarak test edilmesi turizm politikası belirlenmesi, var olanların geliştirilmesi ve uygulanması noktasında önem taşımaktadır. Ayrıca teorik bir modelin savunduğu hipotezleri ampirik analizinden elde edilen bulguların değişik ekonomik yapılara sahip ülke ve hatta ülke gruplarında farklılık göstermesi mümkündür.

Turizm sektöründe talebin belirleyicilerini ve makro iktisat politikaları ele alan çalışmalardan elde edilen bulgular değişik ülkeler için farklı sonuçlar ortaya koyabilmekte aynı zamanda, aynı ülkenin değişik veri dönemleri için de farklı bulgular ortaya çıkabilmektedir. Bu nedenle ampirik uygulamalardan elde edilen bulgular teorik olarak genelleştirmek iktisat literatürü açısından güçleşmektedir.

Bu çalışma makro iktisadi değişkenlerin turizm talebi ve üzerindeki etkilerini panel veri yöntemleri kullanarak analiz edecektir. Sonuç olarak böyle bir çalışma, hem uygulamalı literatürdeki bir eksikliği ortadan kaldıracak hem de turizm literatüründe daha önce kullanılmayan bazı panel veri analizi yöntemleri uygulayan ilk çalışma olma özelliğini taşımaktadır.

Bu bölümde daha önce açıklanan ve incelenen turizm talebi ile ilgili teorik modellerin öne sürdüğü hipotezler test edilmektedir. Bu çerçevede, öncelikle dünyada en fazla turist çeken ilk 10 ülkenin veri setinden oluşan talep modeli oluşturulmaktadır. Ampirik çerçevenin 2 ayağında Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk 20 ülkenin veri seti ile turizm talep modeli oluşturulmaktadır. Ampirik analizlerden daha önce, analizlerde kullanılacak veri seti ve ele alınacak ülke grupları açıklanacaktır.

#### **4.1. Uluslararası Turizm Talebi Literatür İncelemesi (Model I)**

Genel olarak turizm talebinin belirleyicilerine ilişkin analizler aşağıdaki Çizelge 4.1'de sunulmaktadır. Çizelge 4.1 incelendiğinde uluslararası turizm talebine ilişkin literatür taraması görülmektedir. Literatür taraması kullanılan örneklem, çalışmanın kimler tarafından yapıldığı, hangi yıllara ait veri setini kullanıldığı, bağımlı ve bağımsız

değişkenlerin neler olduğu, kullanılan ekonometrik yöntemin ne olduğu ve hipoteze ilişkin bulgular yer almaktadır.



Çizelge 4. 1. Uluslararası turizm talebini konu alan literatür taraması (Model I)

Yazar	Örneklem	Veri Seti	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	Araştırma Tekniği ve Yöntem
Brau, Lanza ve Pigliaru (2003)	143 örnek içindeki 14 GOÜ	1980-1995	KBGSYİH, 1980—1995 arası GSYİH'daki ticaretin payı, 1980—1995 arası büyüme oranlarındaki standart sapma ve GSYİH'da turizm gelirlerinin payı	KBKGSYİH'daki yıllık ortalama büyüme oranları	Panel EKK
Eilat ve Einav (2003)	Tüm ülkeler, Düşük Gelir ve yüksek gelirli ülkeler ayrılarak	1985- 1998	Ticaret, uzaklık, GSMH, yüzölçümü, politik istikrar, ortak sınır ve kukla değişkenler	Destinasyon ülkenin gönderici ülkeye maliyeti	Multinomial Logit Estimation
Martin, Morales ve Scarpa (2004)	21 Latin Amerika ülkesi	1985-1998	Turist başına harcamadaki büyüme oranı, yurt içi yatırımlar, eğitimdeki kamu harcamaları ve genel hükümet harcamaları	KBGSYİH	Dinamik panel veri analizi
Campos ve Sequeira (2005)	509 gözlem	1980-1999	Turist varışları ve turizm gelirleri, KBGSYH bir dönem gecikmesi, yatırım çıktı oranı, hükümet alımlarının hasıla oranı, açıklık oranı (İndeksi), yer altı ekonomisi, gelen turist sayısı (% nüfus), turizm gelirleri(% ihracat), turizm gelirleri(% GSYH)	KBGSYİH'daki büyüme oranları	Statik panel veri analizi
Gökova ve Bahar (2006)	13 Akdeniz ülkesi	1987-2002	İhracatın %'si olarak turizm gelirleri ve GSYİH'in %'si olarak sabit sermaye miktarları	GSYİH'daki büyüme oranı	Statik panel veri analizi
Sequeira ve Nunes (2008)	1018 gözlem	1980-2002	Turist sayısı, ihracatın ve GSYİH'nin %'si olarak turizm gelirleri	KBGSYİH	Dinamik panel veri analizi
Lee ve Chang (2008)	23 OECD ülkesi ve 32 OECD dışı ülke	1990-2002	KBRTG, turist sayısı, reel efektif döviz kuru, Kukla değişken	GSYİH	Panel birim kök ve kointegrasyon analizi
Fayissa, Nsiah ve Tadasse (2008)	42 Afrika ülkesi	1995-2004	Uluslararası turizm geliri, sabit sermaye yatırımları, ekonomik özgürlük indeksi, okullaşma oranı, GSYİH'nin %'si olarak doğrudan yabancı sermaye yatırımı, net dış ticaret ve hane halkının kişi başına düşen nihai tüketim harcaması	KBGSYİH	Statik panel veri analizi
Proenca ve Soukiazis (2008)	Yunanistan, İtalya, Portekiz ve İspanya'dan oluşan 4 Güney Avrupa Ülkesi	1990-2004	Reel GSYİH'da reel yatırımların payı, nüfus, teknolojik büyüme, sermayenin amortisman oranı, uluslararası turizm geliri ve kukla değişken	KBGSYİH	Statik panel veri analizi
Karem (2009)	20 ülke	1995-2003	Reel dünya geliri, CPI, suç oranı, politik istikrar, sbt ve cep tel. operetörü sayısı	Toplam turist sayısı	Panel GMM
Allen ve Yap (2009)	7 Avustralya eyaleti	1999 -2007	Hanehalkı gelirleri, turizm fiyatları, ulaşım maliyetleri, deniz aşırı tatilin maliyeti, kukla değişken (2000 Sydney olimpiyatları ve 2005 Bali bombalaması)	İç Turizm talebi miktarı	Panel veri analizi
Chang, Khamkaew ve McAleer (2009)	131 ülke	1991-2008	RKBGSYH gecikmesi, reel devlet harcamaları turizm için, enflasyon, turizm ve seyahat deki büyümenin reel ulusal GSYH'ya oranı, turizm ve seyahat GSYH'sının reel ulusal GSYH'ya oranı,	RKBGSYH	Panel eşik modeli
Korkmaz ve ark. (2009)	En çok turizm harcaması yapan 10 ülke	1995-2007	İşsizlik oranı, GSYH, gayrisafi yurtiçi tasarruf oranı, enflasyon oranı	Turizm harcamaları	Panel veri analizi
Görmüş ve Göçer, (2010)	32 ülke	2000 -2006	RGSYH, ticaret değerleri, mesafe, konaklama kapasitesi, fiyat ilişkisi, nüfus, piyasa harcamaları, reel döviz kuru, rekabet fiyatı, resmi ziyaret kuklası, 2001 kuklası, 2003 kuklası, AB kuklası, 11 Eylül kuklası	Turist sayısı	Panel veri analizi
Saray ve Karagöz (2010)	48 ülke	1992-2007	Model I: GSYH, Nüfus, iki ülke arasındaki fiziksel uzaklık Model II: KBGSYH, Nüfus, iki ülke arasındaki fiziksel uzaklık	Turist sayısı	Panel Çekim Modeli
Bahar ve Bozkurt (2010)	GOÜ 21 ülke	1998-2005	Uluslararası turizm gelirlerinin gayri safi milli hâsılaya oranının büyüme oranını, toplam sermaye miktarının gayri safi milli hâsılaya oranının büyüme oranı, toplam yurt içi tasarrufların gayri safi milli hâsılaya oranının büyüme oranı	GSMH başına sermaye miktarının büyüme oranı	İki aşamalı panel GMM
Dritsakis (2011)	7 Akdeniz ülkesi	1980 - 2007	KBR turizm geliri, KB gelen turist sayısı, döviz kuru	RGSYH	Panel veri analizi, FMOLS
Gallego (2011)	OECD ülkeleri	1980-2006	Toplam ticaret haddi, ihracat, ithalat	Model I: Gelen Turist sayısı, Model II: Giden turist sayısı	Panel veri analizi, FMOLS, DOLS, PMG, MG
Massidda ve Etzo (2012)	İtalya da 20 bölge	2004-2007	Her yıl gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, nüfus yoğunluğu, iki şehir arasında ki mesafe, KBGSYH, CPI, uluslararası ziyaret yapan yerleşikler, turistik yerler, bölgesel harcamalar, müzeler para ödeyenlerin ödemeyenlere oranı, otoban uzunluğu, suç oranı, hava kirliliği	Her yıl gelen turist sayısı	Panel veri analizi, GMM
Chou (2013)	10 geçiş ekonomisi	1988-2011.	İç turizm harcamaları	RKBGSYH	Panel nedensellik analizi
Che (2013)	14 ülke	1998 - 2011	CPI	Ziyaretçi sayısı	Panel eşik modeli
Narayan ve ark. (2013)	6 pasifik ada ülkesi	1985-2010	Ziyaretçi sayısı	MI (Cari işlemler dengesi, döviz kuru, ihracat, dış borçlar, döviz rezervi, GSYH, enflasyon, faiz oranı, para arzı M1 ve M2, ticaret dengesi.)	Panel veri analizi
Škuflić ve Štoković (2013)	Hırvatistan'da 4 turizm merkezi	1998-2008	KBO Oda Fiyatı, kaynak ülkenin KBGSYH, otel kalitesi, internet yoluyla yapılan rezervasyon sayısı	Kalınan gece sayısı	Panel veri analizi
Gholipour ve ark. (2014)	80 ülke	1999-2011	Harcanabilir gelir, döviz kuru (US), seyahat fiyatı ve maliyetleri, kişisel özgürlükler	KB giden turist sayısı	Panel veri analizi GMM

Uluslararası turizm talebinin belirleyicileri analiz edilirken teorik çerçeve ile uyumlu ve literatürdeki ilgili çalışmalardan da faydalanılarak geliştirilen uluslararası turizm talep modeli (MODEL I) fonksiyonu esas alınmıştır.

$$TA = f(CPI, GDP, RDK, BN, PST) \quad (4.1)$$

burada  $TA$  turizm talebini (turist sayısını),  $GDP$  Kişi Başı Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (KBGSYH),  $CPI$  fiyatlar genel düzeyini,  $RDK$  Reel Döviz Kurunu,  $BN$  yatak sayısını (turistik mal ve hizmet arzını),  $PST$  politik istikrar indeksini göstermektedir. Bu modelin logaritmik hale dönüştürülmesi hem modelin ampirik olarak tahminini hem de açıklayıcı değişkenlere ait esnekliklerin elde edilmesini sağlamaktadır.

Modelin logaritmik panel veri formu aşağıdaki eşitlik (4.1)'de tanımlandığı gibi yazılabilir:

$$\ln TA_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln CPI_{it} + \alpha_2 \ln GDP_{it} + \alpha_3 \ln RDK_{it} + \alpha_4 \ln BN_{it} + \alpha_5 PST_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4.2)$$

burada  $i = 1, \dots, N$  yatay kesit sayısını ve  $t = 1, \dots, T$  zaman boyutunu göstermektedir.

Model (4.2)'de yer alan bağımsız değişkenlerin teorik olarak beklenen etkileri aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

- $\alpha_1 > 0$ : Fiyatlar genel düzeyindeki (CPI) artışın turizm talebini (TA) azaltacağı beklenmektedir.
- $\alpha_2 > 0$ : Gelirde meydana gelen bir artış (GDP) turizm talebi (TA) üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.
- $\alpha_3 > 0$ : Reel döviz kurundaki (RDK) artış turizm talebini azaltacaktır. Ulusal paranın yabancı paralar karşısında değer kazanmasını ifade ettiğinden dolayı turizm talebini negatif olarak etkilemesi beklenmektedir.
- $\alpha_4 > 0$ : Yatak sayısındaki bir artış (turistik mal ve hizmet arzı) yükselme sunulan mal ve hizmet miktarının artmasıyla ürün çeşitliliğinin artmasına toplamda da turizm talebinin artmasına neden olması beklenmektedir. Katsayının işaretinin pozitif yönlü olacağı beklenmektedir.
- $\alpha_5 > 0$ : Politik istikrar indeksinde (PST) yükselmenin turizm talebini arttıracığı yani pozitif bir etki ortaya çıkaracağı beklenmektedir.

#### 4.2. Tek Ülkeye Yönelik Turizm Talebi Literatür İncelemesi (Model II)

Çizelge 4.2 incelendiğinde tek bir ülkeye yönelik turizm talebine ilişkin literatür taraması görülmektedir. Literatür taraması kullanılan örneklem, çalışmanın kimler tarafından yapıldığı, hangi yıllara ait veri setini kullanıldığı, bağımlı ve bağımsız değişkenlerin neler olduğu, kullanılan ekonometrik yöntemin ne olduğu ve hipoteze ilişkin bulgular yer almaktadır

Model II’de Türkiye’ye yönelik turizm talebinin belirleyicileri analiz edilirken teorik çerçeve ile uyumlu, literatürdeki ilgili çalışmalarda dikkate alınarak ve son olarak model I ve model II arasında karşılaştırma yapılacağından dolayı MODEL I’de dikkate alınarak aşağıdaki fonksiyonu esas alınmıştır.

$$TA = f(CPI, GDP, RDK, BN, PST) \quad (4.3)$$

burada  $TA$  turizm talebini (turist sayısını),  $GDP$  Kişi Başı Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (KBGSYH),  $CPI$  fiyatlar genel düzeyini,  $RDK$  Reel Döviz Kurunu,  $BN$  yatak sayısını (turistik mal ve hizmet arzını),  $PST$  politik istikrar indeksini göstermektedir. Bu modelin logaritmik hale dönüştürülmesi hem modelin ampirik olarak tahminini hem de açıklayıcı değişkenlere ait esnekliklerin elde edilmesini sağlar. Modeldeki değişkenler her ne kadar aynı gibi görünse de değişkenlerin etki yönleri ve katsayıların işaretleri hakkında değişik etkiler beklenmektedir.

Modelin logaritmik panel veri formu aşağıdaki eşitlik (4.1)’de tanımlandığı gibi yazılabilir:

$$\ln TA_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln CPI_{it} + \alpha_2 \ln GDP_{it} + \alpha_3 \ln RDK_{it} + \alpha_4 \ln BN_t + \alpha_5 PST_{it} + \varepsilon_{it} \quad (4.4)$$

burada  $i = 1, \dots, N$  yatay kesit sayısını ve  $t = 1, \dots, T$  zaman boyutunu göstermektedir.

Model (4.4)’de yer alan bağımsız değişkenlerin teorik olarak beklenen etkileri aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

- $\alpha_1 > 0$ : Fiyatlar genel düzeyindeki (CPI) artışın Türkiye’ye olan turizm talebini (TA) azaltacağı beklenmektedir. Buradaki CPI değişkeni iki ülke arasında ki fiyatlar oranını ifade etmektedir.
- $\alpha_2 > 0$ : Gelirde meydana gelen bir artış (GDP) Türkiye’ye olan turizm talebini (TA) artıracaktır.

- $\alpha_3 > 0$ : Reel döviz kurundaki (RDK) artış turizm talebini artıracaktır. Ulusal paranın yabancı paralar karşısında değer kazanmasını ifade ettiğinden dolayı turizm talebini pozitif olarak etkilemesi beklenmektedir.
- $\alpha_4 > 0$ : Yatak sayısındaki bir artışın (turistik mal ve hizmet arzı) turizm talebinin artmasına neden olması beklenmektedir. Katsayının işaretinin pozitif yönlü olacağı beklenmektedir.
- $\alpha_5 > 0$ : Politik istikrar indeksinde (PST) yükselmenin turizm talebini artıracığı yani pozitif bir etki ortaya çıkaracağı beklenmektedir.

Çizelge 4. 2. Tek bir ülkeye yönelik turizm talebini konu alan literatür taraması (Model II)

<i>Yazar</i>	<i>Örneklem</i>	<i>Veri Seti</i>	<i>Bağımsız Değişkenler</i>	<i>Bağımlı Değişken</i>	<i>Araştırma Tekniği ve Yöntem</i>
Modeste (1995)	4 Karayip ülkesi	1981-1992 ve 1975-1992	Turizm çıktısındaki kişi başına büyüme	KBGSYİH'daki büyüme oranları	EKK (kukla değişkenli)
Rodriguez ve ark. (1999)	En çok turist gönderen 11 Avrupa ülkesi	1979-1997	Turist sayısının bir dönem gecikmesi, RGSYH, Reel petrol fiyatları, döviz kuru, hükümet turizm harcamaları, enflasyon	Turist sayısı	Panel veri analizi dinamik
Naude ve Saayman (2005)	Afrika için 43 ülke	1996-2000	İnternet kullanıcı sayısı, politik istikrar indeksi, soğuk gün sayısı, kişi başı düşen telefon hattı, sıtma yaygınlığı, Afrika'dan gelen turist sayısı, Amerika'dan gelen turist sayısı, Avrupa'dan gelen turist sayısı, boş oda sayısı, ölüm oranları, KBGSYH, yaşam beklentisi, şehirleşme oranı, ortalama otel odası fiyatı, düzeltilmiş CPI	Gelen turist sayısı	Yatay kesit analizi ve panel veri analizi
Proenca ve Soukiazis,(2005)	Portekiz'e en çok turist gönderen 4 ülke	1977-2001	Gönderen ülkenin RKBGSYH, gönderen ve destinasyon ülke arasındaki fiyat ilişkisi, destinasyon ülkenin konaklama kapasitesi, hükümet yatırımları oranı, kukla 86 entegrasyonu	Turizm harcamaları oranı	Panel veri analizi OLS, LSDV, GLS
Munoz (2006)	Kanarya adalarına en çok turist gönderen 15 ülke	1992-2002	Fiyatlardan oluşan indeks, Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, ham petrol fiyatı verisi, KBGSYH, kukla değişken.	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM-DİFF.
Jimenez (2006)	İspanya ve İtalya	1990-2000	Yatırım oranı büyüme oranı, beşeri sermaye ve hükümet harcamaları	Kişi başına düşen GSYİH	Dinamik panel veri analizi
Garin-munoz ve Montero-martin (2007)	Baleric adaları	1991-2003	Fiyatlardan oluşan indeks, Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, ham petrol fiyatı verisi, KBGSYH, kukla değişken.	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM-DİFF.
Aslan, Kaplan ve Kula (2008)	Türkiye'ye en fazla Turist gönderen ilk 9 ülke	1995-2004	Gönderen ülkenin KBGSYH, iki ülkenin fiyat ilişkisi, barınma (Yatak sayısı), hükümet yatırımları oranı, kukla değişken (Marmara depremi, 11 Eylül)	Turizm harcamaları oranı	Panel veri analizi GMM-DİFF
Seeteram (2010)	Avustralya için 15 ülke	1989,1997, 2001, 2002, 2003.	Kısa dönem gelen turist sayısını gecikmesi, gelir, fiyat, göç, ulaşım maliyetleri, alternatif destinasyonun fiyatı, kukla değişken.	Kısa dönem gelen turist sayısı	Dinamik panel veri
Walle (2010)	Etiyopya için 40 ülke	1998 -2004	Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, Gönderen ülkenin KBGSYH, iki ülke arasındaki döviz kuru, uzaklık, enflasyon, gönderen ülkenin nüfusu, kentleşme, karayolu uzunluğu ve internet kullanımı, kukla değişken	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM
Eita ve ark. (2011)	Güney Afrika için 27 seçilmiş ülke	1999- 2007	Ülke geliri, fiyat, döviz kuru, ulaştırma maliyetleri, ev sahibi ülke alt yapı, gönderici ülke alt yapısı	Gelen Turist sayısı	Panel veri analizi
Ibrahim (2011)	Afrika için 8 ülke	1990-2008	Nüfus, RKBGSYH, enflasyon, turistlerin mısırda yaşam maliyeti, iki ülke arasındaki ticaret, Tunus'un CPI	Toplam Turist sayısı	Panel veri analizi, SUR
Surugu Leitão (2011)	Romanya için 23 Avrupa ülkesi	1997-2008	GSYİH, dış ticaret, nüfus, iki ülke arasında ki mesafe, fiyat	Yabancı Turist sayısı	Panel veri analizi Tobit model
Ekanayake (2012)	Amerika için 50 ülke	1986-2011	KBGSYH, turizm fiyatları, reel döviz kuru, seyahat maliyetleri, vize işlemleri kukla değişkeni	Ziyaretçi sayısı	Panel eş bütünlük testi
Bonham ve ark. (2013)	Hawaii için Amerika kıtası	1993Q1-2012Q2	Gönderen ülkenin gelir seviyesi, gönderen ülkenin mal ve hizmet fiyatı, destinasyon ülkenin mal ve hizmet fiyatı, rakip ülkenin mal ve hizmet fiyatı,	Turizm talebi	Panel veri analizi, FMOLS
Maloney ve Rojas (2013)	Karayip için 8 ülke	1990-2002,	Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, reel döviz kuru, gönderen ülkenin KBGSYH,	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi GMM
Webb, Chotithamwattana ve ark. (2013)	Tayland için 10 ülke	1995- 2011	Gelen turist sayısının bir dönem gecikmesi, Gönderen ülkenin KBGSYH, borsa indeksi, iki ülke arasındaki döviz kuru, kaynak ve hedef ülke arasında ki enflasyon oranı, ulaşım maliyetleri, mevsimsel kuklası, kuklalar SARS, pol. istikrar.	Gelen turist sayısı	Panel veri analizi

### 4.3. Veri Seti

Çalışmada, hem en çok turist çeken ülkeler hem de Türkiye turizm talebini belirleyen makro ekonomik değişkenlerin neler olduğu ve etkilerinin neler olduğu sorusuna cevap aranmaktadır. Çalışmada Model I’de ülkeler en çok turist çeken ilk 10 ülke olarak gruplandırılmıştır. Model II’de ise örneklem ve ülke seçimi Türkiye’ye turist gönderen ilk 20 ülke ele alınmıştır. Ancak örneklem içerisindeki bir ülke (Azerbaycan) veri seti olmadığı için analizden çıkarılmıştır. Bu veri setinin ayrımı, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından yayınlanan raporlara göre sınıflandırılmıştır. Raporlarda ilgili ülkeye ulaşan turist sayısı baz alınarak grup oluşturulmuştur. Analize dahil edilen ülkeler Model I ve II şeklinde aşağıdaki çizelgede sunulmuştur.

**Çizelge 4. 3. Model I ve II Örneklem Ülkeler**

MODEL I ÜLKELER		MODEL II ÜLKELER			
1	Fransa	1	Almanya	11	Ukrayna
2	ABD	2	Rusya	12	Yunanistan
3	Çin	3	İngiltere	13	İsveç
4	İspanya	4	Bulgaristan	14	Avusturya
5	İtalya	5	Hollanda	15	Polonya
6	Türkiye	6	Gürcistan	16	Norveç
7	Almanya	7	Fransa	17	Danimarka
8	İngiltere	8	ABD	18	Romanya
9	Rusya	9	İtalya	19	İsviçre
10	Malezya	10	Belçika	20	İspanya

Model tahminlerinde **1995-2011** dönemine ait yıllık veriler kullanılmış ve belirlenen değişkenlere ilişkin bu döneme ait veriler çalışmaya dahil edilmiştir.

Çalışmada kullanılan tahminciler ve tahmincilerle ait kodlar E-views 8.0 ve Gauss 10.0 ekonometri ve istatistik programlarının sürümleri kullanılarak çalıştırılmıştır.

**Çizelge 3. 4. Değişkenlerin Açıklanması**

Değişken Simgesi	Açıklaması	Kaynağı	Dönemi
TA	Turizm Talebi (Turist Sayısı)	Dünya Bankası (WDI) ve Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)	1995–2011
CPI	Fiyatlar Genel Düzeyi	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011
GDP	Kişi Başı Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (KBGSYH)	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011
RDK	Reel Döviz Kuru	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011
BN	Yatak Sayısı	Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)	1995–2011
PST	Politik İstikrar İndeksi	Dünya Bankası (WDI)	1995–2011

Analizlerde kullanılacak değişkenler belirlenirken, literatürde yaygın olarak kullanılan tanımları dikkate alınmıştır. Böylece, çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlamalarla literatürdekiler arasında tutarlılık sağlanması amaçlanmıştır. Modellerde yer alan değişkenlerin tanımları ve bunların veri kaynakları Çizelge 3.4'deki gibidir:

***Turizm Talebi (TA):*** Turizm talebi, ilgili ülkeye o yılsonu itibari ile ulaşan turist sayısı cinsinden ölçülmüştür. Bu değişkene ait veriler Dünya Bankası tarafından yayınlanan Dünya Kalkınma Göstergeleri (World Development Indicators) veri bankasından elde edilmiştir.

***Fiyatlar Genel Düzeyi (CPI):*** O ülkeye ait genel fiyatlar düzeyini ifade etmektedir. Deflâtör (2005=100) olarak ölçülmüştür.

***Kişi Başı Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GDP):*** KBGSYH göstergesi, ilgili ülkenin gelir seviyesinin göstergesi olarak kullanılmıştır. KBGSYH göstergesine ilişkin veriler Dünya Kalkınma Göstergeleri veri bankasından elde edilmiştir.

***Döviz Kuru (RDK):*** Reel döviz kuru; *Nominal Kur\*Yurtdışı Fiyat Endeksi/Yurtiçi Fiyat Endeksi* formülü ile hesaplanmıştır. Burada nominal kur bir ülke parasının dolar cinsinden değeri, yurtdışı fiyat endeksi ABD Tüketici Fiyat Endeksi, yurtiçi fiyat endeksi ilgili ülkenin Tüketici Fiyat Endeksi olarak ölçülmüştür. Nominal kurlar ve fiyat endeksine ilişkin veriler Dünya bankası tarafından yayınlanan Dünya Kalkınma Göstergeleri veri bankasından elde edilmiştir.

***Yatak sayısı (BN):*** Yatak sayısı (Turizm Arzı), ilgili ülkedeki turistik mal ve hizmet göstergesi olarak kullanılmaktadır. Yatak sayısı verileri Dünya Turizm Örgütünün (UNWTO) veri tabanından elde edilmiştir.

***Politik İstikrar İndeksi (PST):*** Politik istikrar indeksi, ülkedeki politik istikrar göstergesi olarak kullanılmaktadır. Değişkene ilişkin veriler Dünya bankası tarafından yayınlanan Dünya Kalkınma Göstergeleri veri bankasından elde edilmiştir.

#### 4.4. Dünya Turizm Talebine Yönelik (Model I) Ekonometrik Sonuçlar

##### 4.4.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Çizelge 4. 1. Panel birim kök testleri (Model I)

		Seviye (Level)				Birinci Fark (First Difference)			
		Sabit		Sabit+Trend		Sabit		Sabit+Trend	
		İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
lnBN	LLC	-1.58	0.056	-1.10	0.133	-6.41	0.000	-7.78	0.000
	IPS	1.11	0.866	-0.81	0.207	-5.25	0.000	-6.26	0.000
	Hadri	7.32	0.000	6.49	0.000	1.20	0.113	0.69	0.243
	CADF	-2.13		-2.45**		-2.45**		-2.65**	
lnCPI	LLC	0.15	0.561	-1.16	0.122	-11.84	0.000	-8.75	0.000
	IPS	-1.12	0.130	-1.02	0.153	-9.93	0.000	-7.10	0.000
	Hadri	3.05	0.001	9.26	0.000	0.83	0.200	-0.17	0.958
	CADF	-2.02		-2.59		-3.30***		-3.44***	
lnGDP	LLC	-0.92	0.179	-0.22	0.410	-3.88	0.000	-4.67	0.000
	IPS	0.49	0.69	2.93	0.998	-3.12	0.000	-3.42	0.000
	Hadri	6.88	0.000	5.89	0.000	1.95	0.025	1.34	0.090
	CADF	-2.67***		-2.33		-1.57		-3.436***	
lnPST	LLC	-0.84	0.198	-1.30	0.096	-7.34	0.000	-9.08	0.000
	IPS	-1.05	0.146	-3.16	0.000	-8.67	0.000	-7.78	0.000
	Hadri	3.34	0.000	6.88	0.000	-0.12	0.547	0.720	0.235
	CADF	-1.261		-1.40		-2.71***		-3.135**	
lnRDK	LLC	-2.11	0.017	-2.69	0.003	-8.21	0.000	-8.49	0.000
	IPS	-1.18	0.117	-0.62	0.266	-6.29	0.000	-5.59	0.000
	Hadri	4.04	0.000	4.51	0.000	1.17	0.120	0.15	0.440
	CADF	-3.584***		-3.74***		-3.38***		-3.572***	
lnTA	LLC	-2.58	0.004	-5.30	0.000	-8.61	0.000	-6.96	0.000
	IPS	-0.03	0.485	-2.67	0.003	-7.43	0.000	-5.42	0.000
	Hadri	7.49	0.000	4.06	0.000	0.62	0.267	0.78	0.216
	CADF	-2.12		-1.646		-2.25*		-2.29*	

Note: CADF istatistik değerleri kritik değerleri %1 için sabit için -2,66, Sabit ve trend -3,24; %5 'de sabit için -2,37, Sabit ve trend için -2,93 ; %10 sabit için -2,22, sabit ve trend -2,76 olarak kabul edilmiştir.

Turizm talebini belirleyen faktörlerin ekonometrik etkilerini analiz etmek için geliştirilen Model I'e ilişkin fonksiyon panel eşbütünleşme yöntemleri ile tahmin edilmiştir. Eşbütünleşme analizlerinin yapılmasında değişkenlerin birim kök özellikleri önemli bir role sahiptir. Bu yüzden çalışmanın uygulama kısmında ilk olarak panel birim kök analizine yer verilmiştir. Serilerin hem düzey hem de birinci farkları için birim kök testleri uygulanmış ve sonuçlar Çizelge 4.1'de verilmiştir. Birim kök testleri, turizm talebini belirleyen faktörlerin ayrıştırılması ve belirlenmesi açısından önemli bilgiler sunmaktadır. Dolayısıyla eşbütünleşme analizine başlamadan önce durağanlık analizinden elde edilebilecek bulgular ve bunların politika uygulamaları üzerinde durulmuştur.

Uygulanan LLC (Levin, Lin ve Chu 2002), IPS (Im, Pesaran ve Shin (2003), Hadri (2000) ve Pesaran (2007) CADF (Cross-Sectionally Augmented Dickey-Fuller) testleri turizm talebinin (*lnTA*) düzeyde durağan olmadığını ancak farkı alındığında



durağan olduğunu göstermektedir. Turizm talebinin durağan olmaması, meydana gelen şokların etkisinin kalıcı olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla, turizm talebini belirleyen faktörlerde meydana gelen şokların turizm talebinde meydana getirdiği dalgalanmalar geçici olmayıp kalıcı bir özellik göstermektedir.

Birim kök testleri turizm talebinin ( $\ln TA$ ) birinci farkında durağan olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular dünya turizm sektöründe en çok turist çeken ilk 10 ülkede turizm talebinde meydana gelen şokların etkilerinin kısa dönemde piyasa mekanizması tarafından bir kısmının giderilip bir kısmının giderilemediğini ve bu şokların kalıcı olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak serinin birinci farkları alındığında durağan hale geldiği, uzun dönemde bu sorunun ortadan kalktığını göstermektedir.

Durağanlık analizi bu ülkelerde fiyatlar genel seviyesinin de ( $\ln CPI$ ) birim kök içerdiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte serilerin birinci farkında birim köke rastlanmamaktadır.

Durağanlık analizi sonuçları döviz kurunun da ( $\ln RDK$ ) birim kök özelliği içerdiğini göstermektedir. Yani dünyada en çok turist çeken ilk 10 ülkede de döviz kurlarında şokların olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak sonuçlar bu sorunun da kısa dönemde söz konusu olduğunu, uzun dönemde ise düzeltildiğini ortaya koymaktadır. Yani seriler birinci farklarında birim kök içermemektedir.

Panel birim kök testleri, tüm değişkenlerin düzey değerlerinin durağan olmadığı konusunda tam bir tutarlılık göstermektedir. Birinci farkları alındığında da durağan olduğu sonucuna varılmaktadır. Böylece Pedroni (1999) ve Westerlund ve Edgerton (2007) testlerinin temel varsayımlarından biri olan serilerin birinci dereceden bütünleşik olması ( $I(1)$ ) gerektiği koşulu sağlanmış olmaktadır.

#### 4.4.2. Panel Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Çizelge 4. 2. Panel eşbütünleşme testleri(Model I)

		Sabit	Olasılık	Sabit ve Trend	Olasılık
		İstatistik		İstatistik	
<i>Pedroni (1999)</i>	Panel-v	-0.481416	0.6849	-1.239184	
	Panel-rho	1.605899	0.9459	2.991036	0.9986
	Panel-pp	-3.908882	0.0000***	-2.455883	0.0070***
	Panel-adf	-3.839977	0.0001***	-2.707001	0.0034***
	Grup-rho	3.359107	0.9996	4.485265	1.0000
	Grup-pp	-4.973372	0.0000***	-10.08239	0.0000***
	Grup-adf	-4.673525	0.8924	-3.167950	0.0008***
<i>Westerlund ve Edgerton (2007)</i>	$LM_N^+$	31.009	0.375 <sup>b</sup>	50.678	0.620 <sup>b</sup>

Pedroni (1999) testlerinde gecikme sayısı 2, Westerlund ve Edgerton (2007) testleri için rapor edilen olasılık değerleri 1.000 tekrarlı bootstrap dağılımdan elde edilmiştir.

b: “bootstrap dağılım olasılık” değerlerini ifade eder.

Çizelge 4.2 panel eşbütünleşme testi sonuçlarını göstermektedir. Çizelge 4.2 ‘de yer alan Pedroni testlerinin çoğu en çok turist çeken ilk 10 ülke grubu için eşbütünleşme ilişkisi olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar paneli oluşturan yatay kesitler arasındaki bağımlılığı dikkate almamaktadır. Pesaran (2004) tarafından geliştirilen yatay kesit bağımlılığı testi (CD testi) ise, en çok turist çeken ilk 10 ülke panel grubunda yatay kesit bağımlılığı olmadığını göstermektedir (bkz, çizelge 4.3).

Pedroni testlerinden elde edilen eşbütünleşme ilişkisinin varlığı yönündeki bulguların güvenilirliği açısından; Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından geliştirilen panel eşbütünleşme testleri de yapılmış ve sonuçlar Çizelge 4.2’de rapor edilmiştir. Westerlund (2007) tarafından önerildiği gibi, yatay kesit bağımlılığını dikkate almak için “bootstrap” dağılımından elde edilen olasılık değerleri elde edilmiş ve 4.2 nolu Çizelgede gösterilmiştir. Buna göre, ele alınan panel veri seti için “eşbütünleşme vardır” sıfır hipotezi kabul edilmektedir; böylece, eşbütünleşme olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Pedroni (1999) ve Westerlund ve Edgerton (2007) testleri panel eşbütünleşme test istatistiklerine ait sonuçlar birbirini doğrulamaktadır. Pedroni (1999) sıfır hipotezi “eşbütünleşme yoktur” şeklinde iken; Westerlund; Edgerton (2007) testi sonuçların güvenilirliği açısından sıfır hipotezi “eşbütünleşme vardır” biçiminde uygulanmıştır. Böylece, en çok turist çeken ilk 10 ülkede turizm talebini ifade eden *turist sayısı* ile *açıklayıcı değişkenler* arasında uzun dönemli ilişkilerin var olduğu ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 4. 3. Panel eşbütünleşme ilişkisi tahmini(Model I)

	DOLS		FMOLS		2-aşamalı		CCEMG		CCEP	
	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.
lnCPI	0.004506	0.236440	-0.017996	-2.072315**	-0.131	-5.038***	0.0540	1.3768	-0.0391	-2.0006**
lnGDP	1.112844	7.975482***	1.098859	12.58285***	0.189	1.537	0.0689	0.1148	-0.5658	-2.2526**
lnRDK	-0.122660	-0.874944	-0.173469	-2.258314**	-0.359	-2.805***	0.0839	0.2360	-0.2156	-1.4517
lnBN	0.514515	4.714895***	0.524336	6.024861***	1.177	10.060***	-0.1306	-0.2713	-0.5986	-3.8164***
lnPST	0.064701	1.679663*	0.066706	2.672991***	0.083	1.361	0.1306	1.8501*	0.1139	2.4308**
<i>CD Testi</i>										
<i>İstatistik</i>	-0.855									
<i>Olasılık</i>	0.392									

DOLS tahmininde öncül ve gecikme sayıları Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiş, FMOLS ve 2-aşamalı tahminlerinde gecikme sayısı 2 olarak alınmıştır. CCEP tahmininde Newey-West varyans-kovaryans tahmincisi kullanılmıştır. \*\*\*, \*\*, \* sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiki anlamlılığı göstermektedir.

#### 4.4.3. Panel Eşbütünleşme İlişkisi Tahmini

Değişkenler arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin varlığının tespit edilmesi açıklayıcı değişkenlere ait uzun dönem parametrelerin tahminini gerektirmektedir. Panel eşbütünleşme vektörünün tahmini aşamasında dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, paneli oluşturan ülkeler arasında yatay kesit bağımlı olup olmadığıdır. Yatay kesit bağımlılığını test etmek amacıyla ele alınan ülke grubu için Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD istatistiği hesaplanmış ve sonuçlar Çizelge 4.3’de rapor edilmiştir.

Test istatistiklerine göre, paneli oluşturan yatay kesitler arasında bağımlılık yoktur sıfır hipotezi kabul edilmektedir. Dolayısıyla, en çok turist çeken ilk 10 ülkeden oluşan veri setiyle turizmi belirleyen faktörlerin belirlenmesinde talep fonksiyonun tahmininde CCEMG (Common Correlated Errors Mean Group Estimator) ve CCEP (Common Correlated Errors Pooled Mean Group Estimator) tahmincileri uygun değildir (bkz. Çizelge 4.3 CD test sonuçları). Bu ülke grubu için DOLS, FMOLS ve 2- aşamalı tahminci yöntemleri daha uygundur.

Elde edilen bulgulara göre, katsayılar ve t-istatistik değerleri modelin doğruluğunu göstermektedir. 3 tahminciye göre de (DOLS, FMOLS ve 2- aşamalı tahminci) sonuçlar birbirleriyle tutarlılık göstermektedir. Hem katsayıların yönü hem de anlamlılıkları açısından elde edilen bulguları değerlendirildiğinde üç modelde de değerler birbirleriyle uyumlu bir şekilde hareket etmektedir. Modelde kullanılan tüm açıklayıcı değişkenler, t-istatistik değerlerine göre, model açısından önemli ve anlamlıdır.

Açıklayıcı değişkenler tek tek değerlendirildiğinde  $\ln GDP$  ve  $\ln BN$ ’nin yani kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasılanın ve turizm arzının bir göstergesi niteliğindeki yatak kapasitesinin temel açıklayıcı değişken olarak ön plana çıktığı görülmektedir.

Teorik çerçeve ile uyumlu olarak kişi başına düşen gayrisafi yurtiçi hasıla beklendiği gibi turizm talebinin en önemli belirleyicileri arasında yer almaktadır. Katsayı büyüklükleri açısından değerlendirildiğinde oldukça güçlü bir etkiye sahiptir. Bireylerin gelirlerinde meydana gelen %1’lik bir artış turizme olan talebi %1.11 dolaylarında artırmaktadır. FMOLS tahmincisi sonuçlarına göre ise %1 anlamlılık düzeyinde gelirdeki % 1’lik bir artış turizm talebini %1.09 artırmaktadır.

DOLS sonuçlarına göre ikinci açıklayıcı değişken olan turistik arz kapasitesinde meydana gelen %1'lik bir artış teoride beklendiği üzere %0.51 oranında artışa neden olmaktadır. FMOLS tahmincisi katsayı ve işaretlerine göre de modele dahil edilen bu değişkende meydana gelen %1'lik bir değişme turizm talebinde %0.52 düzeyinde bir artışa neden olmaktadır. 2-aşamalı tahminci sonuçları ise turistik arz kapasitesinde meydana gelen %1'lik bir artış sonucunda turizm talebinde %1.17'lik bir artış olacağını söylemektedir.

Turist çeken ülkenin fiyat düzeyini göstermesi açısından modele dahil ettiğimiz fiyatlar genel seviyesi (*lnCPI*) açıklayıcı değişkeni DOLS tahmincisi sonuçlarına göre anlamsız çıkmış olsa da FMOLS ve 2 aşamalı tahmincilere göre anlamlı bir etkiye sahiptir ve teoriyi desteklemektedir. Model açısından katsayıyı yorumlamak gerekirse en çok turist çeken ilk 10 ülkede fiyatlar genel seviyesinde (*lnCPI*) meydana gelen %1'lik bir artış turizm talebi üzerinde %0.017 değerinde azalışa neden olmaktadır. 2- aşamalı tahminci ise fiyatlar genel seviyesindeki yüzdelik artışın turizm talebini daha güçlü bir şekilde etkileyeceğini ve %0.13'lük bir azalışa neden olacağını göstermektedir.

Uygulanan testler reel döviz kuru (*lnRDK*) ile turizm talebi arasındaki ilişkinin anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar teori ile de uyumluluk göstermektedir. Ulusal paranın değer kazanması anlamına gelen reel döviz kurundaki %1'lik bir artış turizm talebini, sırasıyla DOLS, FMOLS ve 2-aşamalı tahminci sonuçlarına göre, %0.12 ,% 0.17 ,% 0.35 azaltmaktadır.

DOLS tahmincisi sonuçlarına göre politik istikrar (*lnPST*) değişkeni %10 seviyesinde istatistiksel olarak anlamlı bir değişken olup değişkendeki %1'lik bir artış turizm talebinde %0.06'lık bir artışa neden olmaktadır. FMOLS sonuçlarına göre ise %1 anlamlılık seviyesinde açıklayıcılığı oldukça yüksek olan politik istikrar (*lnPST*) değişkeninde meydana gelen %1'lik bir artış turizm talebinde %0.06'lık artışa neden olmaktadır. 2- aşamalı tahminci sonucuna göre ise istatistik olarak anlamsız olmasına karşın katsayı işareti olarak teori ile uyumludur ve modele olumlu katkı sağlamaktadır.

## 4.5. Türkiye Turizm Talebine Yönelik (Model II) Ekonometrik Sonuçlar

### 4.5.1. Panel Birim Kök Testi Sonuçları

Çizelge 4. 4. Panel birim kök testleri (Model II)

		Seviye (Level)		Sabit+Trend		Birinci Fark (First Difference)			
		Sabit İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık	Sabit İstatistik	Olasılık	İstatistik	Sabit+Trend Olasılık
lnBN	LLC	4,14	1,000	-4,31	0,000	-5,69	0,000	-8,78	0,000
	IPS	9,02	1,000	-2,83	0,000	-3,09	0,001	-4,43	0,000
	Hadri	11,04	0,000	3,64	0,000	-0,11	0,544	4,07	0,000
	CADF	-	-	-	-	-	-	-	-
lnCPI	LLC	1,23	0,892	-7,86	0,000	-15,13	0,000	-12,19	0,000
	IPS	1,65	0,951	-5,83	0,000	-13,90	0,000	-9,82	0,000
	Hadri	7,26	0,000	4,18	0,000	1,51	0,065	0,67	0,248
	CADF	-1,75	-	-2,079	-	-2,419	-	-2,501	-
lnGDP	LLC	-3,94	0,000	8,40	1,000	-5,91	0,000	-6,64	0,000
	IPS	-0,92	0,177	3,21	0,999	-3,57	0,000	-3,23	0,000
	Hadri	13,08	0,000	6,49	0,000	2,24	0,012	2,57	0,005
	CADF	-2,305*	-	-2,334	-	-1,807	-	-2,279	-
lnPST	LLC	-1,75	0,039	3,90	1,000	-8,71	0,000	-6,76	0,000
	IPS	-1,47	0,070	0,10	0,543	-4,70	0,000	-2,69	0,003
	Hadri	6,90	0,000	4,79	0,000	-0,83	0,797	0,71	0,236
	CADF	-1,978	-	-2,578	-	-2,875***	-	-2,995**	-
lnRDK	LLC	1,002	0,842	3,91	1,000	-8,96	0,000	-4,82	0,000
	IPS	0,405	0,657	-0,37	0,353	-9,00	0,000	-6,36	0,000
	Hadri	6,17	0,000	5,56	0,000	0,87	0,191	2,19	0,014
	CADF	-3,693***	-	-3,203**	-	-2,925***	-	-2,767*	-
lnTA	LLC	-1,53	0,062	-0,57	0,282	-8,06	0,000	-6,72	0,000
	IPS	1,50	0,93	-1,90	0,028	-11,80	0,000	-10,14	0,000
	Hadri	12,18	0,000	5,01	0,000	-0,42	0,664	0,73	0,232
	CADF	-2,310**	-	-1,958	-	-2,353**	-	-2,445	-

(-)Bütün yatay kesitler aynı olduğu için CADF testi yapılamaz

Note: CADF istatistik değerleri kritik değerleri %1 için sabit için -2,66, Sabit ve trend -3,24; %5 'de sabit için -2,37, Sabit ve trend için -2,93 ; %10 sabit için -2,22, sabit ve trend -2,76 olarak kabul edilmiştir.

Türkiye için turizm talebini belirleyen faktörlerin ekonometrik etkilerini analiz etmek için geliştirilen modele ilişkin fonksiyon panel eşbütünleşme yöntemleri ile tahmin edilmiştir. Eşbütünleşme analizlerinin yapılmasında değişkenlerin birim kök özellikleri önemli bir role sahiptir. Bu yüzden çalışmanın uygulama kısmında birinci modelde olduğu gibi ilk olarak panel birim kök analizine yer verilmiştir. Serilerin hem düzey hem de birinci farkları için birim kök testleri uygulanmış ve sonuçlar Çizelge 4.4'de verilmiştir. Birim kök testleri, Türkiye ekonomisi için turizm talebini belirleyen faktörlerin ayrıştırılması ve belirlenmesi açısından önemli bilgiler sunmaktadır. Dolayısıyla eşbütünleşme analizine başlamadan önce durağanlık analizinden elde edilebilecek bulgular ve bunların politika uygulamaları üzerinde durulmuştur.

Uygulanan LLC (Levin, Lin ve Chu (2002)), IPS (Im, Pesaran ve Shin (2003)), Hadri (2000) ve Pesaran (2007) CADF (Cross-Sectionally Augmented Dickey-Fuller) testleri turizm talebinin ( $\ln TA$ )'nın düzeyde durağan olmadığını ancak birinci farkı alındığında durağan olduğunu göstermektedir. Turizm talebinin durağan olmaması, meydana gelen şokların etkisinin kalıcı olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla, turizm talebini belirleyen faktörlerde meydana gelen şokların, turizm talebinde (turist sayısında) meydana getirdiği dalgalanmaların geçici olmayıp kalıcı bir özellik gösterdiği anlamına gelmektedir.

Birim kök testleri turizm talebinin ( $\ln TA$ ) birinci farkı alındığında durağan olduğunu göstermektedir. Elde edilen bulgular ışığında Türkiye’de turizm sektörüne en çok turist gönderen ilk 20 ülkenin verilerine göre meydana gelen şokların etkilerinin kısa dönemde giderilemediği ve bu şokların etkisinin kalıcı olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışmada turistik arz kapasitesini ifade eden ( $\ln BN$ ) değişkenine ait veriler her bir yatay kesit için aynı değerlere sahip olduğu için serinin birim kökü alınmamıştır (bkz. Çizelge 4.4). Panel birim kök testleri, diğer değişkenlerin düzey değerlerinin durağan olmadığını, birinci farkları alındığında ise durağan olduğu sonucuna ulaşmıştır. Böylece Pedroni (1999) ve Westerlund ve Edgerton (2007) testlerinin temel varsayımlarından biri olan serilerin birinci dereceden bütünleşik olması (I(1)) gerekliliği koşulu sağlanmış olmaktadır.

#### 4.5.2. Panel Eşbütünleşme Testleri

Çizelge 4. 5. Panel eşbütünleşme testleri (Model II)

		Sabit		Sabit ve Trend	
		İstatistik	Olasılık	İstatistik	Olasılık
<i>Pedroni (1999)</i>	Panel-v	-5.130508	1.0000	-6.856285	1.0000
	Panel-rho	2.618826	0.9956	3.843958	0.9999
	Panel-pp	-36.00614	0.0000***	-40.19108	0.0000***
	Panel-ADF	-6.551143	0.0000***	-14.91542	0.0000***
	Grup-rho	4.995139	1.0000	5.713910	1.0000
	Grup-pp	-16.29262	0.0000***	-21.01722	0.0000***
	Grup-ADF	-7.388282	0.0000***	-8.898627	0.0000***
<i>Westerlund ve Edgerton (2007)</i>	$LM_N^+$	60.792	0.902 <sup>b</sup>	33.466	0.925 <sup>b</sup>

Pedroni (1999) testlerinde gecikme sayısı 2, Westerlund ve Edgerton (2007) testleri için rapor edilen olasılık değerleri 1.000 tekrarlı bootstrap dağılımdan elde edilmiştir.

b: “bootstrap dağılım olasılık” değerlerini ifade eder.

Çizelge 4.5 panel eşbütünleşme testi sonuçlarını göstermektedir. Çizelge 4.5’de yer alan Pedroni (1999) testlerinin çoğu Türkiye’ye en çok turist gönderen ilk 20 ülke açısından Türkiye turizm talebinin açıklayıcı değişkenler ile eşbütünleşik bir ilişkiye sahip olduğunu göstermektedir. Çizelge 4.5’de yer alan test sonuçları paneli oluşturan yatay kesitler arasındaki bağımlılığı dikkate almamaktadır.

Pedroni testlerinden elde edilen eşbütünleşme ilişkisinin varlığı yönündeki bulguların güvenilirliği açısından; Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından geliştirilen panel eşbütünleşme testleri de yapılmış ve sonuçlar Çizelge 4.5’de rapor edilmiştir. Westerlund ve Edgerton (2007) tarafından önerildiği gibi, yatay kesit bağımlılığını dikkate almak için “bootstrap” dağılımından elde edilen olasılık değerleri elde edilmiş ve çizelgede gösterilmiştir. Buna göre, ele alınan panel veri seti için “eşbütünleşme vardır” sıfır hipotezi kabul edilmekte ve eşbütünleşme olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Pedroni (1999) ve Westerlund ve Edgerton (2007) testleri panel eşbütünleşme test istatistiklerine ait sonuçlar birbirini tutarlı bir şekilde doğrulamaktadır. Pedroni (1999) sıfır hipotezi “eşbütünleşme yoktur” şeklinde iken; Westerlund; Edgerton (2007) testi sonuçların güvenilirliği açısından sıfır hipotezi “eşbütünleşme vardır” biçiminde uygulanmıştır. Yukarıda ki çizelgede sunulan sonuçlar, en çok turist gönderen ilk 20 ülkenin Türkiye’ye yönelik turizm talebini ifade eden  $\ln TA$  bağımlı değişkeni ile  $\ln CPI$ ,  $\ln GDP$ ,  $\ln RDK$ ,  $\ln BN$ ,  $\ln PST$  açıklayıcı değişkenleri arasında uzun dönemli ilişkilerin var olduğunu ortaya koymaktadır.



Çizelge 4. 6. Panel eşbütünleşme ilişkisi tahmini (Model II)

	DOLS		FMOLS		2-aşamalı		CCEMG		CCEP	
	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.	Katsayı	t-ist.
lnCPI	-0.026	-1.277	-0.123	-2.578***	-0.064	-2.207**	-0.25681	-3.36575***	-0.09281	-3.82368 ***
lnGDP	0.748	4.948***	0.176	6.011 ***	0.512	2.169**	-0.09330	-0.04806	0.702648	0.799777
lnRDK	0.269	2.470**	0.767	27.820***	0.460	2.408**	-0.60399	-0.98569	-0.09452	-0.26145
lnBN	1.391	12.807***	1.513	102.511***	1.386	8.609***	-0.18546	-1.02387	0.000000	0.856523
lnPST	0.035	0.517	0.156	8.975***	0.104	0.904	-0.00917	-0.02453	0.200405	1.272663
<i>CD Testi</i>										
<i>İstatistik</i>	8.42783									
<i>Olasılık</i>	0.00000***									

DOLS tahmininde öncül ve gecikme sayıları Schwarz bilgi kriterine göre belirlenmiş, FMOLS ve 2-aşamalı tahminlerinde gecikme sayısı 2 olarak alınmıştır. CCEP tahmininde Newey-West varyans-kovaryans tahmincisi kullanılmıştır. \*\*\*, \*\*, \* sırasıyla %1, %5 ve %10 düzeyinde istatistiki anlamlılığı göstermektedir.

### 4.5.3. Panel Eşbütünleşme İlişkisi Tahmini Sonuçları

Çizelge 4.5'den elde edilen değişkenler arasında uzun dönem eşbütünleşme ilişkisinin varlığının bulunması açıklayıcı değişkenlere ait uzun dönem parametrelerin tahminini gerektirmektedir. Panel eşbütünleşme vektörünün tahmini aşamasında dikkat edilmesi gereken önemli bir nokta, paneli oluşturan ülkeler arasında yatay kesit bağımlı olup-olmadığıdır. Yatay kesit bağımlılığını test etmek amacıyla ele alınan ülke grubu için Pesaran (2004) tarafından geliştirilen CD istatistiği hesaplanmış ve sonuçlar Çizelge 4.6'da rapor edilmiştir. Test istatistiklerine göre, paneli oluşturan yatay kesitler arasında bağımlılık yoktur sıfır hipotezi reddedilmektedir. Dolayısıyla, Türkiye'nin turizm talebini belirleyen 20 ülkenin veri setiyle talep fonksiyonu tahmin ederken CCEMG (Common Correlated Errors Mean Group Estimator) ve CCEP (Common Correlated Errors Pooled Mean Group Estimator) tahmincilerini kullanmak, teorik çerçeve ile çelişkili sonuçlar vermektedir. Her ne kadar bazı değişkenlere ait katsayıların anlamlılığı istatistiksel olarak doğrulanmasa da değişkenlerin turizm talebini etkilediği görülmektedir. Bu yüzden tezin uygulama bölümünün bu kısmında CCEMG, CCEP eşbütünleşme tahmincilerinden elde edilen bulgular modelin tahmin gücünü düşürdüğünden dolayı yorumlanmamıştır (bkz. Çizelge 4.6 CD test sonuçları). Bu açıklamalar ışığında DOLS, FMOLS ve 2-aşamalı tahminci yöntemleri ile tahmin edilen panel eşbütünleşme parametreleri Çizelge 4.6'da sunulmaktadır.

Elde edilen bulgulara göre, katsayılar ve t-istatistik değerleri modelin doğruluğunu kanıtlamaktadır. 3 tahminciye göre de (DOLS, FMOLS ve 2-aşamalı tahminci) sonuçlar bir biri ile tutarlılık göstermektedir. Hem katsayıların yönü hem de anlamlılıkları açısından elde edilen bulguları değerlendirmek gerekirse üç modelde de değerler birbiriyle paralel şekilde hareket etmektedir. t- istatistik değerlerine göre modelde kullanılan tüm açıklayıcı değişkenlerin model açısından önemli ve anlamlı olduğu sonucuna varılmaktadır. Özellikle FMOLS tahminci sonuçları istatistiksel olarak çok güçlü kanıtlar ortaya koymaktadır. Test edilen modelin katsayılarının %1 anlam seviyesinde tamamının anlamlı olduğu görülmektedir. DOLS tahmincisi bulguları ise *lnCPI* ve *lnPST* değişkenlerinin istatistikî olarak anlamsız olduğunu ifade etmesine rağmen değişkenlerin modele etki yönleri itibariyle teoriyi desteklemektedir. Modeldeki diğer değişkenler ise güçlü bir şekilde (%1 ve %5 anlamlılık düzeyinde) modele katkı sağlamaktadır. 2-aşamalı tahminci sonuçlarına göre genel bir değerlendirme yapmak

gerekirse elde edilen bulgular teoriyle ve diğer tahmincilerden elde edilen bulgularla aynı yönlü hareket etmektedir.

Modeldeki açıklayıcı değişkenlere ilişkin, tahmincilerden elde edilen bulgular aşağıda sırasıyla değerlendirilmektedir.

DOLS tahmincisi bulgularından kişi başına gayrisafi yurtiçi hasıla ( $\ln GDP$ ) ve turistik arz kapasitesi ( $\ln BN$ ) değişkenleri modeldeki en anlamlı değişken olmalarının yanı sıra katsayılarının modele olan etkisi de teori ile uyumludur. Gelir ( $\ln GDP$ ) değişkeninin turizm talebini %0.748 düzeyinde, pozitif yönlü etkilediği sonucuna varılmaktadır. Elde edilen bu bulguyu teorik çerçeve açısından yorumlamak gerekirse: örneklem ülkelerdeki turist olma potansiyeline sahip bireylerin gelirlerinde meydana gelen %1'lik bir artışın Türkiye'ye olan turizm talebini %0.748 oranında artırdığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Turistik arz kapasitesi ( $\ln BN$ ) değişkeninin de modelde hem katsayı hemde anlamlılık düzeyi açısından önemli bir katkıya sahip olduğu görülmektedir. Teorik olarak turistik arz kapasitesinde meydana gelen %1'lik bir iyileştirmenin Türkiye'ye yönelik turizm talebinde %1.391'like bir artış sağlayacağı sonucuna varılmaktadır. Bu noktada arz esnekliğinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Otel sayısının, otellerde yatak sayısının ve turistik destinasyonların artırılması turizm talebinin canlanmasında önemli bir paya sahiptir.

Reel döviz kuru ( $\ln RDK$ ) değişkenine bakıldığında ise modeldeki anlamlılık seviyesinin %5'te geçerliliğe sahip olduğu görülmektedir. Reel döviz kuru değişkeni modelde pozitif yönlü bir etkiye sahiptir. Ülkeler Reel döviz kurunda meydana gelen %1'lik bir artışın (ülke parasının yabancı para birimi karşısından değerlendirilmesi) Türkiye'deki turizm talebinde % 0.269 oranında bir canlanmaya neden olduğu sonucuna varılmaktadır.

$\ln CPI$  ve  $\ln PST$  değişkenleri katsayıları itibari ile modelde istatistiksel olarak anlamsızdır. Ancak katsayıların işaretleri ve modele olan etkileri itibari ile teoriyle uyumlu olduğu sonucuna varılmaktadır.  $\ln CPI$  değişkeni yurtiçi fiyatlar genel düzeyinin yurtdışı fiyatlara olan oranını göstermektedir. Dolayısıyla bu değişkende meydana gelen bir artış Türkiye'deki fiyatlar düzeyinin artışını ifade eder ki; bu artış Türkiye'ye olan turizm talebini azaltır. Esneklik açısından bakılırsa  $\ln CPI$ 'de meydana gelen %1'lik bir artış turizm talebini %0.026 oranında azaltmaktadır. Gönderici ülkede meydana gelen

Politik istikrar değişkeninde meydana gelen bir değişmenin ise istatistiksel olarak anlamsız olduğu görölmektedir. Ancak katsayının yönü itibari ile modele olumlu katkı sağladığı sonucuna varılmaktadır. Politik istikrar indeksinde<sup>8</sup> meydana gelen bir artış Türkiye'ye olan turizm talebini artırmaktadır.

Çizelge 4.6'da yer alan FMOLS tahmincisi sonuçlarına göre elde edilen bulguların anlamlılıkları %1 seviyesindedir. Modeldeki değişkenler tek tek değerlendirildiğinde en güçlü etkiye sahip olan değişkenlerin *lnBN* ve *lnRDK* olduğu sonucuna varılmaktadır. Turizm talebi, turistik arz kapasitesinde meydana gelen olumlu bir değişimden %1.513'lük artış sağlamaktadır. Diğer taraftan döviz kurunda meydana gelen % 1'lik bir değişimden ise %0.767'lik bir artış ortaya çıkmaktadır. Burada döviz kurun meydana gelen bir artış turist gönderen ülkenin parasının yabancı bir para birimi karşısında değer kazandığını ifade etmektedir. Ülke parasının uluslararası bir para birimi karşısında değer kazanması, o ülkenin parasının diğer ülkelerdeki satın alma gücünü artıracaktır. Buda görece olarak daha ucuz olan ülkedeki turistik mal ve hizmetlere olan talebi artıracaktır.

*lnCPI* değişkeni iki ülke arasındaki fiyat düzeyi ilişkisini göstermektedir. Çizelge 4.6 İncelendiğinde elde edilen bulgulara göre *lnCPI* değişkeninin -0.123 esneklik katsayısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Bu esneklik katsayısı teorik olarak yorumlandığında *lnCPI*'da meydana gelen %1'lik bir artışın %0.123'lük bir azalışa neden olduğu görölmektedir.

Diğer taraftan turizm talebinin temel makro ekonomik belirleyicilerinden biri olan *lnGDP* değişkenine ilişkin elde edilen esneklik katsayısı ve işaretinin hem model açısından istatistik olarak anlamlı hem de teoriyi destekleyici olduğu doğrulanmaktadır. *lnGDP*'de meydana gelen %1'lik bir değişimde turizm talebinin %0.176 oranında artarak tepki verdiği görölmektedir. Gelir açıklayıcı değişkeni talep kanunu açısından talebi belirleyen temel parametreler arasında yer almaktadır.

Son olarak turizm talebinin makro ekonomik belirleyicilerinden politik istikrar (*lnPST*) parametresinin sonuçlarına göre turist gönderici ülkelerde politik istikrarda

---

<sup>8</sup> Politik istikrar indeksi 0–100 arasında değer alan bir indekstir. 100'e yaklaştıkça istikrar düzeyi artmaktadır. O ülkenin politik istikrarında bir iyileşme gözlenmektedir.

meydana gelen bir artış (iyileşme) Türkiye'ye olan turizm talebinde %0.156'lık artışa neden olmaktadır.

2-aşamalı eşbütünleşme sonuçlarından elde edilen bulgulara bakıldığında diğer modeller ile paralellik olduğu görülmektedir. Değişkenlere ait bulgular tek tek ele alındığında turistik arz kapasitesini temsil eden  $\ln BN$  değişkeninin oldukça anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. İstatistiksel olarak %1 anlam seviyesinde, turistik mal ve hizmet arzında meydana gelen %1'lik bir iyileşme turizm talebinde ( $\ln TA$ ) %1.386'lık artışa neden olmaktadır. Katsayının yönü ve anlamlılığı teoride beklendiği gibidir.

Diğer taraftan makro ekonomik olarak önemli bir açıklayıcılığa sahip olan kişi başına gelir ( $\ln GDP$ ) değişkeni teorik temellerle uyumlu olarak turizm talebinde olumlu bir etkiye sahiptir. Gelirde meydana gelen %1'lik bir iyileşmenin toplam turizm talebi üzerinde %0.512'lik bir artışa neden olduğu sonucuna varılmaktadır.

Fiyatlar düzeyinde ( $\ln CPI$ ) meydana gelen değişimde yine modele teorik ve ampirik olarak pozitif bir katkı sağlamaktadır. Fiyatlarda meydana gelen %1'lik bir artışın Türkiye'ye olan turizm talebini %0.064 oranında azalttığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Döviz kuru değişkeni de modelde istatistik olarak anlamlıdır(%5). Modelde döviz kurunda meydana gelen %1'lik bir değişim turizm talebi üzerinde %0.460 pozitif bir etkiye sahiptir. Politik istikrar göstergesi ( $\ln PST$ ) ise istatistikî olarak modelde anlamsız bir etkiye sahiptir. Ancak modele katsayısının yönü itibari ile olumlu bir katkı sağlamaktadır.

## SONUÇ

Dünya turizmi, geçtiğimiz yüzyılda turizmde süreklilik gösteren bir genişleme ve çeşitlenmeyi tecrübe etmiş, dünyanın en geniş ve en hızlı büyüyen sektörü haline gelmiştir. Avrupa ve Kuzey Amerika'nın geleneksel favorileri dışında çok sayıda destinasyon ortaya çıkmıştır. Dünya turizminde açılan her yeni destinasyon ve turizme yapılan yatırımlar sosyo-ekonomik gelişmedeki temel etkileri aracılığı ile ihracat gelirlerinde, girişimcilik ve iş imkanında ve altyapı gelişiminde önemli değişimlere neden olmaktadır.

Bu tezde turizm talebinin belirleyicileri “dünyada en çok turist çeken ilk 10 ve Türkiye’ye en çok turist gönderen ilk 20 ülke” örnekleminde analiz edilmiş ve değişkenlerin etki düzeyleri araştırılmıştır. Bu anlamda çalışmada 3 temel soruya (hipoteze) cevap aranmıştır:

(i) Dünyada en çok turist çeken ilk 10 ülkenin turizm talebinin belirleyicileri nelerdir?

(ii) Türkiye’ye yönelik turizm talebinin belirleyicileri nelerdir?

(iii) Elde edilen bulgulara göre dünyadaki turizm talebi belirleyicileri ile Türkiye’de turizm talebinin belirleyicileri ortak mıdır? Bu sonuçlar ışığında Türkiye için nasıl bir turizm politikası önerisi getirilebilir?

Çalışmada belirlenen bu hipotezleri test etmek amacıyla model, 1995–2011 yıllarını kapsayan veri setleri aracılığı ile panel veri analizi yöntemiyle sınanmıştır.

Ampirik olarak modellerin sınıandığı uygulama kısmında ilk olarak dünyada en çok turist çeken ilk 10 ülke için bir turizm talep fonksiyonu ekonometrik olarak test edilmiştir. Ampirik analizde serilerde kullanılan değişkenler arasındaki ilişkilerin uzun dönemdeki yapısını ortaya koymak için modern ekonometrik yöntemler kullanılmıştır. Elde edilen bulgular ışığında birim kök testi sonuçlarına göre serilerin durağan olmadığı ancak birinci farklarında durağan hale geldiği görülmektedir. Dolayısıyla değişkenler arasında ki ilişkiler dünyada en çok turist çeken ilk 10 ülke (Model I) ve Türkiye’ye en çok turist gönderen ilk 20 ülke (Model II) çerçevesinde incelenmiştir.

Model I'e ilişkin elde edilen bulgular aşağıdaki gibi özetlenebilir:

Birim kök testi sonuçlarına göre dünya turizm sektöründe en çok turist çeken ilk 10 ülkede (Model I) turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında dalgalanmalar (şoklar) meydana gelmektedir. Kısa dönemde şokların kalıcı olduğu ancak uzun dönemde bu dalgalanmaların kendiliğinden dengeye geldiği anlaşılmaktadır.

Benzer şekilde dünya turizm sektöründe en çok turist çeken ilk 10 ülkede turizm talebinde meydana gelen şokların etkilerinin kısa dönemde bir kısmının piyasa mekanizması tarafından giderildiği bir kısmının ise giderilemediğini ve bu şokların kalıcı olduğunu ortaya koymaktadır.

Model I için yapılan eşbütünleşme testleri, değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisinin var olduğunu ortaya koymaktadır. Çalışmada kullanılan belirleyicilerin (Enflasyon, kişi başı gelir, döviz kuru, turistik mal ve hizmet arzı ve politik istikrar) tamamının katsayıları istatistiki olarak anlamlı ve işaretleri teoride beklendiği gibidir.

Turistik mal ve hizmet arzının model içerisinde önemli bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu ülkelerin arz kapasitelerindeki artışın önemli olduğu ve tüketicilerin de arzda meydana gelen değişimlere oldukça duyarlı oldukları görülmektedir.

Benzer şekilde, analiz sonuçlarına göre gelir ve döviz kurunun da talep fonksiyonu üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu sonucuna varılmaktadır. Panel veri analizi yöntemi kullanılarak yapılan talep analizlerinde döviz kuru ve gelir değişkeninin turizm talebinin büyümesinde önemli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Model II'ye ilişkin elde edilen bulgular ise şu şekilde özetlenebilir:

Birim kök test sonuçları, Türkiye'ye yönelik turizm talebine (Model II) ilişkin elde edilen bulgular, Türkiye'de de turizm talebinin kısa dönemde dalgalanmalara (şoklara) maruz kaldığı anlaşılmaktadır.

Aynı şekilde Türkiye'nin turistik mal ve hizmet arzında da önemli ölçüde dalgalanmaların meydana geldiğini göstermektedir. Sonuçlar, uzun dönemde bu sorunun olmadığı, ancak kısa dönem politika yapıcıların bu sorunun üzerine eğilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Model I’de olduğu gibi Türkiye’ye yönelik turizm talebinde de (Model II) gelir ve döviz kuru değişkeninin turizm talebini etkileyen faktörler arasında ön plan çıktığı görülmektedir. Gelir düzeyinin, teorik olarak beklendiği gibi Türkiye’ye yönelik turist sayısında dolayısıyla turizm talebinde önemli bir belirleyici olduğu sonucuna varılmaktadır.

Bu bulgular, turizm talebinin fiyat esnekliğinin ve turizm talebinin gelir esnekliğinin politika yapım sürecinde dikkate alınması gerektiğini göstermektedir. Zira döviz kurunun talebi belirleyen önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmasının temelinde döviz kurundaki değişimin turistin algılamış olduğu fiyatın değişmesi bulunmaktadır. Eğer turizm talebinin fiyat esnekliği yüksek ise, döviz kurundaki küçük bir nispi değişim turist sayısını daha çok değiştirecektir. Yine gelirin diğer temel belirleyici olması, Türkiye’de turizm talebinin gelir esnekliğinin yüksek olduğuna delil teşkil etmektedir. Dolayısıyla turistin gelirindeki küçük bir değişim turizm talebini daha büyük oranda değiştirecektir.

Çalışmada test edilen her iki modelde de (Model I ve II) fiyatlarda dalgalanmaların talep açısından risk unsuru olarak öne çıkmaktadır. Bu noktada, her iki modelde elde edilen bulguların örtüştüğü görülmektedir. Diğer bir ifade ile her iki modelde de açıklayıcı değişkenlerin işaretlerinin ve istatistiki anlamlılıklarının benzer olduğu anlaşılmaktadır. Turizmin talebinin hem dünyada en çok turist çeken ilk on ülkede hem de Türkiye’de gelir, döviz kuru, enflasyon, turistik arz kapasitesi değişkenleri tarafından büyük oranda açıklandığı görülmektedir. Yani turizm talebinin makro değişkenler tarafından da açıklanmaktadır. Bu bulgular, turizm talebinde makro ekonomik değişkenlerin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

Tezin ampirik kısmından elde edilen bulgulara yönelik çeşitli politika önermeleri geliştirmek olanaklıdır. İlk olarak, kısa dönemde şokların engellenebilmesi ve ülkelerdeki turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında istikrarın sağlanması için ekonomik ve finansal istikrarı sağlayıcı politikaların önem arz etmektedir. Türkiye’ye yönelik turizm talebinde beklenmeyen şokların etkilerini ortadan kaldırmak için piyasa mekanizmasına müdahale etmeden turizm talebini teşvik edici (turist sayısını artıracak) destekleme politikaları, özellikle talep yanlı destekleme politikaları uygulanabilir.



Bu noktada talepte meydana gelen dalgalanmaların ortadan kalkması için kamunun ve özel sektörün veya ikisinin birlikte şokları önleyici politikalar uygulaması gerekmektedir.

İkinci olarak, Model I'de söz konusu ülkelerin arz kapasitelerinin oldukça yüksek olduğu ve tüketicilerin de arzda meydana gelen değişimlere oldukça duyarlı oldukları görülmektedir. Bu sonuçlardan hareketle turizm talebini artırmaya yönelik olarak politika yapıcıların altyapı hizmetlerini iyileştirici politikalar uygulamaya koyması gerektiği özel sektörün de üst yapı hizmetlerini iyileştirmesi gerektiği söylenebilir. Sonuçlar ve ele alınan ülkelerin dünya ekonomisindeki yerleri dikkate alındığında dünya ekonomisindeki büyüme trendi ile turizm talebindeki büyüme trendinin paralel olduğu, aralarındaki korelasyon katsayısının yüksek olduğu söylemek mümkündür. Bu durumda, tıpkı 2008 krizinde olduğu gibi, dünya ekonomisinde yaşanacak küresel çapta bir şokun turizm talebini olumsuz etkileyeceği açıktır. Bundan dolayı küresel anlamda ekonomik istikrarın sağlanmasına yönelik politikalar dolaylı yoldan turizm talebinin istikrarlandıracaktır.

Ayrıca döviz kurunun turizm talebini etkileyen bir diğer faktör olduğunu ortaya koyan sonuçlar ışığında 2008-2009 yıllarında küresel anlamda turist sayısının düşmesinde, yaşanan küresel finansal krizin etkili olduğu çikarsaması yapılabilir. Zira finansal krizin etkisi ile döviz kurlarında yaşanan oynaklıklar belirsizlikleri arttırarak bireylerin turistik faaliyet kararlarında etkili olmuştur. Bu bağlamda dünya çapında finansal istikrarın sağlanması sadece uluslararası mal ticaretini etkilemeyecek, aynı zamanda turizm aracılığı ile hizmet ticaretini de etkileyecektir. Diğer bir ifadeyle küresel krizlere ve durgunluklara karşı geliştirilen politika koordinasyonu bu noktada önem arz etmektedir.

Üçüncü olarak, turizm talebinde meydana gelen dalgalanmalar, Türkiye gibi cari açık sorununun önemli bir kısmını turizm sektöründen elde ettiği döviz geliri ile tamamlayan gelişmekte olan bir ülke açısından büyük risk oluşturmaktadır. Aynı zamanda nüfusun geniş kesimlerinin refahını da etkilemektedir. Bu açıdan turizm talebinin istikrarı makroekonomik istikrar açısından da önem arz etmektedir.

Dördüncü olarak, turistik arz kapasitesi ile ilgili olarak, ürün çeşitliliğinin artırılması sektörde yaşanan dalgalanmaları önemli ölçüde azaltacaktır. Ayrıca hem özel sektör hem de kamu sektörünün turistik mal ve hizmetlerin kalitesini artırmaları aynı

zamanda ülkenin marka imajını iyileştirmeleri uzun dönemde turizm talebinin istikrarlı bir şekilde sürdürülmesine katkı yapacaktır.

Beşinci olarak, Türkiye'ye yönelik turizm sektörünün sorunlarının çözülmesi aşmasında para politikası yapıcılara döviz kuru istikrarını korumak ve bunun sürdürülebilirliğini sağlamak rolü düşmektedir. Elde edilen ampirik bulguların yanı sıra geçmiş dönemde Türkiye ekonomisinde yaşanan finansal kriz yıllarına bakıldığında turist sayısında önemli sayılabilecek değişimler olduğu görülmektedir.

Turizm sektörü, sektörde son yıllarda yaşanan olumlu gelişmeler sonucunda ekonomide önemli bir yere sahip olmuştur. Bundan dolayı sektörde yaşanan dalgalanmalar kısa ve uzun dönemde ekonomi üzerinde ciddi etkilere neden olmaktadır. Yukarıdaki sonuçlar ışığında talebin fiyat esnekliğinin ve gelir esnekliğinin düşük olduğu turizm faaliyetlerine yönelik yatırımların kamu ve özel sektör tarafından yapılması gerekmektedir. Bu yatırımların özellikle spor, kongre, eko, termal, sağlık, kültür, av ve golf turizmi gibi fiyat ve gelir esneklikleri daha düşük alanlarda yapılması ile ekonomi olası şoklardan daha az etkilenecek, böylece turizm talebi ekonomide yaşanan olumsuzluklardan daha az etkilenecek istikrarlı hale gelecektir. Aynı zamanda turistik faaliyetler oniki aya yayılacaktır.

Türkiye'ye gelen turist gelir seviyesi ile turizm talebi arasındaki ilişkinin güçlü olması gelir seviyesi yüksek turiste yönelik turizm arzının oluşturulmasının turizm talebini arttıracak anlamına gelmektedir. Gelir düzeyinin, teorik olarak beklendiği gibi Türkiye'ye yönelik turist sayısında dolayısıyla turizm talebinde önemli bir belirleyici olduğu sonucu politika yapıcıların uluslararası ekonomik piyasaları takiplerini önemli hale getirmektedir. Ayrıca turist seyahat etmeye karar verdiğinde fiyat ilişkisi ve döviz kurundan daha çok rakip fiyatlara (Yunanistan, Mısır, İspanya, İtalya) baktığından, politika yapıcılar ve arz sahipleri alternatif destinasyondaki fiyat düzeylerini de yakından takip etmelidirler.

Hem Türkiye'nin "2023 Turizm Vizyonu" hem de "2030'a Doğru Turizm" raporu göz önüne alındığında 50 milyon ziyaretçi ve 50 milyar \$ turizm geliri elde etmek için turizm talebini belirleyen makro ekonomik değişkenlere gereken önem verilmelidir. Aynı zamanda turist sayısı ve turizm geliri bakımından dünyada ilk beşte yer almak için oluşturulacak stratejik planlarda, turizm talebi üzerinde etkili olan makro ekonomik değişkenler göz önünde bulundurulmalıdır.

Son olarak sonraki araştırmalar için yol gösterici olması açışından iki öneri sunulabilir: İlk olarak, bu çalışma sadece turizm talebinin makro belirleyicilerinden bazıları üzerine yoğunlaşmıştır. Bunun dışında bazı makro değişkenlerde modele dahil edilerek araştırmanın kapsamı değiştirilebilir. Literatür taraması kısmı bu anlamda yol gösterici niteliktedir. İkinci olarak, çalışmada sadece talebin belirleyicileri ampirik olarak test edilmiş olup gelecekle ilgili bir projeksiyona yer verilmemiştir. Bu noktada bulgular ışığında bir talep tahmini yapılabilir.

## KAYNAKLAR

- Ağır, H., Kar, M., and Nazlıoğlu, Ő., 2011, Do Remittances Matter for Financial Development in the MENA Region? Panel Cointegration and Causality Analysis, *The Empirical Economics Letters*, 10(5), 449-456.
- AhipaŐaođlu, H. S. ve Arıkan, İ., 2003, Seyahat İŞletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri, *Detay Yayıncılık*, Ankara, 2.
- Akat, Ö., 2000, Turizm İŞletmeciliği, *Ekin Kitabevi*, Bursa, 2.
- Akkaya, Y., 1986, Türkiye Ekonomisinin Genel Yapısı İÇinde Turizmin Yeri, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul Üniversitesi, S.B.E. Turizm Anabilim Dalı, İstanbul.
- Allen, D. and Yap, G., Modelling Australian domestic tourism demand: A panel data approach, 8th World IMACS/MODSIM Congress, Cairns, Australia 13-17 July, <http://mssanz.org.au/modsim09>, (Ziyaret Tarihi: 19.07.2013).
- AndaÇ, F., 2003, Turizm Hukuku, *Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd.*, Ankara, 5.
- Aslan, A., Kaplan, M., and Kula, F., 2009, International Tourism Demand for Turkey: A Dynamic Panel Data Approach, *Research Journal of International Studies*, 9(65).
- Ata H., 1985, Turizm Olayı ve Türkiye'nin Durumu, Turizm Yıllığı, *Turizm Bankası Yayınları*, Ankara.
- Avcıkurt, C. ve Karaman, S., 1995, Global ve Bölgesel Düzeyde Uluslararası Turizm Hareketleri ve Türkiye, *Turizmde Seçme Makaleler*, TUGEV Yayını ,34, İstanbul, 12.
- Avcıkurt, C., 2007, Turizm Sosyolojisi, *Detay Yayıncılık*, 2. Baskı, Ankara.
- 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.
- Bahar, O. ve Kozak, M., 2005, Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik, *Detay Yayıncılık*, Ankara, 5.
- Bahar, O. ve Kozak, M., 2006, Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bahar, O. ve Kozak, M., 2012, Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara, 226.
- Bai, J. ve Kao, C., 2006, "On the Estimation and Inference of a Panel cointegration Method with Cross-sectional Dependence" In: Baltagi B.H. (Ed.), *Panel Data Econometrics: Theoretical Contributions and Empirical Applications*. Elsevier Science & Technology.
- Bai, J., and Serana, Ng., 2004, A Panic Attack on Unit Roots and Cointegration, *Econometrica*, 72 (4), 1127-1178.
- Balaguer, J. and Jorda, M.C., 2002, Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: the Spanish Case, *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Baltagi, B. H., 2005, Econometric Analysis of Panel Data, Third Edition, *John Wiley & Sons Ltd*, England.

- Barutçugil, İ. S., 1989, Turizm İşletmeciliği, *Beta Basım Yayım ve Dağıtım A.Ş.*, 3. Baskı, İstanbul, 16.
- Barutçugil, İ. S., 1986, Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri, *Beta Basım Yayım Dağıtım*, İstanbul, 3-4.
- Bayer M. Z., 1992, Turizme Giriş, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları*, No:253 İstanbul.
- Bonham, C. S., Fuleky, P. and Zhao, Q., 2013 Estimating Demand Elasticities in Non-Stationary Panels: The Case of Hawai'i's Tourism Industry, *The Economic Research Organization, at the University of Hawai Working Paper No. 2013-2*.
- Brau, R., Lanza, A., and Pigliaru, F., 2003, How Fast are the Tourism Countries Growing? The Cross-Country Evidence, [http://www.feem.it/web/activ/\\_wp.html](http://www.feem.it/web/activ/_wp.html), (Ziyaret Tarihi: 04.01.2013).
- Breitung, J., 2005, "A Parametric Approach to the Estimation of Cointegration Vectors in Panel Data", *Econometric Reviews*, 24(2), 151-173.
- Brotherton, B., 1991, Konaklama, Turizm ve Eğlence Tanımları: Görüş Açıkları Problemler ve Çıkan Sonuçlar, *Turizmde Seçme Makaleler: 11, Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı Yayınları*, 18, İstanbul, 22.
- Bull, A., 1995, The Economics of Travel and Tourism, *Australia: Longman*.
- Bulut, E., 1999, Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri, *E-Kitap Yayın*, Ankara, 27.
- Bulut, E., 2000, Türk Turizminin Dünyadaki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi, *Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 2(3), 82.
- Campbell, J. Y. and Perron, P., 1991, Pitfalls and Opportunities: What Macroeconomists Should Know About Unit Roots, in Blanchard O. and Fishers S. (eds), *NBER Macroeconomics Annual*, MIT Press, Cambridge, MA, 141-201.
- Campos, C. and Sequeira, T.N., 2005, Tourism and Economic Growth: A Panel Data Approach. *International Conference: Theoretical Advances in Tourism Economics, University of Évora, Portugal. 18-19 March 2005*.
- Chang, Y., 2004, Bootstrap Unit Root Tests in Panels with Cross-sectional Dependency, *Journal of Econometrics*, 120, 263-293.
- Chang, C.L., Khamkaew, T. and McAleer, M., 2009, IV Estimation of a Panel Threshold Model of Tourism Specialization and Economic Development, <http://ssrn.com/abstract=1583242>, (Ziyaret Tarihi: 19.07.2013).
- Che, C. M., 2013, Panel threshold analysis of Taiwan's outbound visitors, *Economic Modelling* 33, 787-793.
- Choe, Y. C. and Koo, W. W., 1993, Monetary Impacts on Prices in the Short and Long Run: Further Results for the United States, *Journal of Agricultural and Resource Economics*, 18(2), 211-224.
- Chou, M. C., 2013, Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis, *Economic Modelling* 33, 226-232.
- Cooper, C. P., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S., 1999, Tourism: Principles and Practice, *Addison-Wesley Longman, Limited, Harlow Essex*, 24-25.

- Çakır, M. ve Bostan, A., 2000, Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri ile Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi ile Değerlendirilmesi, *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Eylül-Aralık, 36.
- Çakır, P., 1999, Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi, *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, 1119, Eskişehir.
- Çakır, P.,2001b, Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Genel Bir Yaklaşım, *Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 22(1), 379.
- Çeken, H.,2003, Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi, *Değişim Yayınları*, İstanbul, 156.
- Çıkın, A., Çeken H. ve Uçar, M., 2009, Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi, AGRO-Turizm ve Ekonomik Sonuçları, *Turizm Ekonomisi Dergisi*, 15(1), 1-8.
- Çımat, A. ve Bahar, O.,2003, Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 8.
- Çoban, O. Özcan, C. C., 2013, Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010), *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(1), 243-261.
- Çubuk M., 1981, Şehircilik Bilim Dalında Bir İnceleme, *Basılmamış Doktora Tezi*, Mimar Sinan Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, İstanbul.
- Çuhadar, M., 2006, Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analizi (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama) *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Demir, Ç., 2010, 1980-2007 Türkiye Turizm Talebinin Ekonometrik Analizi: Zaman Serisi Yaklaşımı, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, İzmir.
- Dinçer, F. İ., 1993, Turizm ve Turist Tanımlarındaki Gelişmeler, *Turizm Yıllığı, Türkiye Kalkınma Bankası Yayını*, Ankara, 103.
- Dinçer, M. Z., 1993, Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm, *Filiz Kitabevi*, İstanbul.
- Dinler Z., 1998, Mikro Ekonomi, *Ekin Kitabevi*, Bursa.
- Dinler, Z., 2003, İktisada Giriş, *Ekin Kitabevi*, Bursa, 46-47.
- DPT, 1983, Tanıtma ve Kamuoyunu Aydınlatma, Özel ihtisas Raporu, Ankara, Yayın No: DPT:1907,ÖİK:297.
- Dristakis, N., 2004, Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece Using Causality Analysis, *Tourism Economics*,10(3), 305-316.
- Dritsakis, N., 2012, Tourism Development And Economic Growth in Seven Mediterranean Countries: A Panel Data Approach, *Tourism Economics*, 18(4), 801-816.
- Durbarry, R., 2004, Tourism and Economic Growth: the Case of Mauritius, *Tourism Economics*,10, 389-401.

- Dünya Bankası İstatistikî Veri Tabanı (WDI),<http://web.worldbank.org/website/external/datastatistics/html>,(Ziyaret Tarihi:04.01.2013).
- Egeli, H. A.,1997, Türk Turizminin Gelişimini Etkileyen Faktörler ve Diğer Sektörlerle İlişkisi, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 12(2), 111.
- Eilat, Y. and Einav, L., 2004, Determinants of International Tourism: A Tree-Dimensional Panel Data Analysis, *Applied Economics*, 36,1315-1327.
- Eita, J. H., Jordaan, A. C. and Jordaan,Y., 2011, An econometric analysis of the determinants impacting on businesses in the tourism industry, *African Journal of Business Management*, 5(3), 666-675.
- Ekanayake, E. M., Halkides,M. Ledgerwood, J. R., 2012, Inbound International Tourism to The United States: A Panel Data Analysis, *International Journal of Management And Marketing Research* ,5(3), 15-27.
- Emsen, Ö. S. ve Değer, K., 2004, Turizm Üzerine Terörizmin Etkileri: 1984-2001 Türkiye Deneyimi, *Akdeniz Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 7.
- Erdoğan, H., 1996, Ekonomik, Sosyal, Kültürel ve Çevresel Yönleriyle Uluslar arası Turizm, *Uludağ Üniversitesi Yayını Form Ofset*, Çanakkale, 11-489.
- Eugenio-Martin, J.L., Moralis, N.M. and Scarpa, R., 2004, “Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach”, *Nota Di Lavoro* 26, 1-28.
- Evlıyaoğlu, S., Genel Turizm Bilgileri, *Yayımlanmamış Ders Notları*, Ankara, 47.
- Fayissa, B., Nsiah, C. ve Tadasse, B., 2008, The Impact of Tourism on Economic Growth and Development in Africa, *Tourism Economics*, 14 (4), 807-818.
- Gallego, M. S., Ledesma, F. and Pérez-Rodríguez J. V., 2011, Tourism and trade in OECD countries. A dynamic heterogeneous panel data analysis, *Empirical Economics*, 41(2), 533-554.
- Garin-Munoz, T., 2005, Inbound international tourism to Canary Islands: A dynamic panel data model. *Tourism Management*, forthcoming. (Ziyaret Tarihi: 04.01.2013).
- Garin Munoz, T., 2007, German Demand for Tourism in Spain, *Tourism Management* 28, 12–22.
- Garin-Muñoz, T. and Montero-Martín, L. F., 2007, Tourism in the Balearic Islands: A Dynamic Model for International Demand using Panel Data. *Tourism Management*, 28, 1224-1235.
- Gholipour, H. F., Tajaddini, R. and Al-mulali, U., 2014, Does personal freedom influence outbound tourism?, *Tourism Management* 41, 19-25.
- Goeldner, C. R. and Ritchie, B. J., 2002, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley And Sons Inc., New Jersey, 383.
- Goeldner, C. R. and Ritchie, B. J., 2012, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, Twelfth edition, John Wiley And Sons Inc., New Jersey, 383.

- Gordon, J., 2012, Tourism: What is the Definition of Tourist, <http://www.quora.com/Tourism/What-is-the-definition-of-tourist>, (Ziyaret Tarihi: 04.01.2013).
- Gökovalı U., Bahar O. ve Kozak M., 2007, Determinants of Length of Stay: A Practical Use of Survival Analysis, *Tourism Management*, 28(3), 736-746.
- Gökovalı, U. ve Bahar, O., 2006, Contribution of Tourism to Economic Growth in Mediterranean Countries: A Panel Data Approach, *Anatolia An International Journal of Tourism And Hospitality Research*, 17(2), 155–168.
- Görmüş, Ş. ve Göçer, İ., 2010, The Socio-Economic Determinant of Tourism Demand in Turkey: A Panel Data Approach, *International Research Journal of Finance and Economics*, 55, <http://www.eurojournals.com/finance.htm>, (Ziyaret Tarihi: 04.01.2013).
- Gunn, C. A., 1988, Tourism Planning, *Taylor&Francis Group*, 2nd Edition, New York,68.
- Güleç, B., 2006, Reklamın Turistlerin Satın Alma Davranışları Bakımından İncelenmesi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(15):127-158.
- Güloğlu, B. ve Akman, A., 2007, Türkiye’de Döviz Kuru Oynaklığının SWARCH Yöntemi ile Analizi, *Finans Politik&Ekonomik Yorumlar*, 44(512), 43-51.
- Güloğlu, B. ve İspir, S., 2008, Yeni Gelişmeler Işığında Türkiye’de Satın Alma Gücü Paritesi Hipotezinin Panel Birim Kök Sınaması, içinde, *Makro Ekonomik Zaman Serileri Analizi, Eşbütünleşme ve Modelleme Yöntemleri, DEU Yayınları*, İzmir.
- Gündüz, L. ve Hatemi-J, A., 2005, Is the Tourism-Led Growth Hypothesis Valid for Turkey? *Applied Economics Letters*,12, 499–504.
- Gürdal, M., 1995, Turizm Ulaştırması, *Karınca Matbaası*, İzmir, 52.
- Hadri, K., 2000, Testing for Stationarity in Heterogeneous Panels, *Econometrics Journal*, 3,148-161.
- Hamitoğulları, B., 1968, Türkiye’de Turizm ve İktisadi Kalkınma, *Ankara Üniv., S.B.F. Dergisi*, XXIII(3), 79-131.
- Harrison, D., 1992, Tourism and Less Developed Countries, *Belhaven Pres.*, London.
- Hayta, A. B., 2008, Turizm Pazarlamasında Tüketici Satın Alma Süreci ve Karşılaşılan Sorunlar, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 16(1):31-48.
- Holloway, C., 1986, The Business of Tourism, Second Edition, *Pitman Publishing*, London, 2.
- Holloway, J. C., 1998, The Business of Tourism, Longman Publishing, New York, 126.
- Holly, S. and Raissi, M., 2009, The Macroeconomic Effects of European Financial Development: a Heterogeneous Panel Analysis, *Working Paper D.1.4, February 2009*. [http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw\\_01.c.96141.de/diw\\_finess\\_01040.pdf](http://www.diw.de/documents/publikationen/73/diw_01.c.96141.de/diw_finess_01040.pdf). (Ziyaret Tarihi: 08.03.2009).
- <http://www.turizm.gov.tr/turizm/istatistikler/TurizmIstatistikleri/2004/Aciklama/Yontem-Kavram-Tanim.doc> (Ziyaret tarihi: 12.08.2013).
- Im, K. S., Pesaran, M. H. and Shin, Y. 2003, Testing for Unit Roots in Heterogeneous



- Panels, *Journal of Econometrics*, 115, (1), 53-74.
- Inskip, E., 1991, Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach, *Van Nostrand Reinhold*, New York.
- İbrahim, M. A. M. A., 2011, The Determinants of International Tourism Demand for Egypt: Panel Data Evidence, *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 30, 52-57.
- İçöz, O., 2005, Turizm Ekonomisi, *Turhan Kitabevi*, 3. Basım, Ankara, 1.
- İçöz, O. ve Kozak, M., 2002, Turizm Ekonomisi, *Turhan Kitabevi*, Ankara.
- İçöz, O., Var, T. ve İlhan, İ., 2002, Turizm Planlaması, *Turhan Kitabevi*, Ankara, 4.
- İTO, (İstanbul Ticaret Odası) 2007, Türkiye’de Turizm Ekonomisi, Yayın No:2007-69, İstanbul, 198.
- Jimenez, S. C., 2006, Tourism and Economic Growth at Regional Level: The Cases of Spain and Italy. *46th Congress of the European Regional Science Association*.
- Jimenez, S. C., 2006, Tourism and Economic Growth at Regional Level: The Cases of Spain and Italy. *46th Congress of the European Regional Science Association*.
- Kao, C. and Chiang, M.-H., 2000, On the Estimation and Inference of a Cointegrated Regression in Panel Data, *Nonstationary Panels, Panel Cointegration and Dynamic Panels*, 15, 179-222.
- Kar, M., Nazlıoğlu, Ş. ve Ağır, H., 2011, Financial Development And Economic Growth Nexus In The Mena Countries: Bootstrap Panel Granger Causality Analysis, *Economic Modelling* 2, 685–693.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M., 2004, Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8, 90.
- Karaman S., 1999, Turizm Talebinde Etkili Olan Demografik Faktörler, *TUGEV Dergisi*, Yayın No:48.
- Kareem, O.I., 2009, A Panel Data Analysis Of Demand For Tourism In Africa, *14th African Econometric Society Annual Conference*, Cape Town, South Africa.
- Keleş, R. ve Hamamcı, C., 2002, Çevre Bilim, İmge Kitabevi, 4. Baskı, Ankara.
- Korkmaz, T. Uygurtürk, H. ve Darıcı, H. K., 2009, Küresel Ekonomik Krizin Turizm Sektörüne Etkisi: Panel Veri Analizi, *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2009(2).
- Kozak, N, Kozak, M.A. ve Kozak, M., 2013, Genel Turizm İlkeler-Kavramlar, *Detay Yayıncılık*, 5. Baskı. Ankara.
- Kremers, J. J. M., Ericson, N. R., Dolado, J. J., 1992, The Power of Cointegration Tests, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 54, 325-347.
- Kutukız, D., 2005, Turizm Sektöründe Döviz Riski ve Korunma Yöntemleri, *Muhasebe ve Finans Dergisi*, 28, 198-207.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2004, Açıklamalar: Yöntem, Kavram ve Tanımlar.
- Lea, J., 1988, Tourism and Development in the Third World, *Routledge*, London and New York.

- Lee, C.C and Chang, C.P., 2008, Tourism Development and Economic Growth: A Closer Look at Panels, *Tourism Management*, 29, 180–192.
- Leiper, N., 1979, The Framework of Tourism: Towards a Definition Tourism, Tourist and the Tourist Industry, *Annals of Tourism Research*, 6(4), 309–407.
- Levin, A., Lin, C.-F. and Chu, J., 2002, Unit Root Tests in Panel Data: Asymptotic and Finite Sample Properties, *Journal of Econometrics*, 108(1), 1-24.
- Lundberg, D. E., 1990, The Tourist Business, *Van Nostrand Reinhold*, 6th edition, New York.
- MacDonald, R. and Jolliffe, L., 2003, Cultural Rural Tourism, *Annals of Tourism Research*, 30(2), 308.
- Maloney, W. F. and Rojas, G. V. M., 2013, How elastic are sea, sand and sun? Dynamic panel estimates of the demand for tourism, *Applied Economics Letters*, 12(5), 277-280.
- Martin, J.L., Morales, N.M. ve Scarpa, R., 2004, Tourism and Economic Growth in Latin American Countries: A Panel Data Approach, <http://www.feem.it/Feem/Pub/Publications/WPapers/default.htm> (Ziyaret Tarihi: 27.04.2005).
- Massidda, C. Etzo, I., 2012, The determinants of Italian domestic tourism: A panel data analysis, *Tourism Management*, 33, 603-610.
- Maviş, F., 1994, Otel İşletmeciliği, *Anadolu Üniversitesi Yayınları*, Eskişehir, 843, 6-7.
- Mc Intosh, R. W., Goeldner C. R. Ve Brent J. R., 1995, Tourism: Principles, Practices, Philosophies, *John Wiley and Sons Inc.*, New York, 6.
- Modeste, N.C., 1995, The Impact of Growth in the Tourism Sector on Economic Development: the Experience of Selected Caribbean Countries, *Economia Internazionale*, 48, 375-385.
- Narayan, P.K., 2004, Economic Impact of Tourism on Fiji's Economy: Empirical Evidence from the Computable General Equilibrium Model, *Tourism Economics*, 10 (4), 419-433.
- Narayan, P. K. Sharma, S. S. and Bannigidadmath, D., 2013, Does tourism predict macroeconomic performance in Pacific Island countries?, *Economic Modelling*, 33, 780–786.
- Naude, A.W. and Saayaman, A., 2005, Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis, *Tourism Economics*, 11(3), 365-391.
- Nazlıoğlu, Ş., 2010, Makro İktisat Politikalarının Tarım Sektörü Üzerindeki etkileri: Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Bir Karşılaştırma, *Basılmamış Doktora Tezi* Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kayseri.
- Nazlıoğlu, Ş. and Soytas, U., 2012, Oil price, agricultural commodity prices, and the dollar: A panel cointegration and causality analysis, *Energy Economics*, 34, 1098–1104.
- Nazlıoğlu, Ş., Lebe, F. and Kayhan, S., 2011, Nuclear Energy Consumption And Economic Growth In OECD Countries: Cross-Sectionally Dependent Heterogeneous Panel Causality Analysis, *Energy Policy*, 39, 6615–6621.

- Ogilvy, F. W., 1933, *The Tourist Movement, An Economic Study*, London, , s. 3'ten aktaran Eralp, Z., 1983, *Genel Turizm, Ankara Üniversitesi, Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları*, Ankara, 37.
- Olalı, H., 1991, *Turizm, Türk Hava Kurumu Basımevi İşletmeciliği*, Ankara, 5-6.
- Olalı, H. ve Timur A., 1988, *Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık Şti*, İzmir.
- Olalı, H. ve Timur, A. 1986, *Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Ofis Ticaret Matbaacılık Ltd. Şti.*, İzmir, 22.
- Onaran M. H., 1964, *Turizm Ekonomisi*, Ankara.
- Önal, Y.B., Düzakın, E ve Çiftçi, H., 2006, *Ekonomik Büyümenin Yükselen Değeri, Turizm ve Türkiye Ekonomisine Etkisinin Analizi, Kare Yayınları*, İstanbul.
- Özbey, F.R., 2002, *Küreselleşme Sürecinde Sürdürülebilir Turizm Kalkınması*, [www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/kuresellesme.doc](http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/kuresellesme.doc), (Ziyaret Tarihi: 05.06.2010).
- Özgüç, N., 1998, *Turizm Coğrafyası*, İstanbul: *Çantay Kitabevi*, 33.
- Özkök, F.G., 2008, *Az gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Ekonomik Etkileri, Ekin Yayınevi*, Bursa 2-3.
- Özkök, F., 2003, *Türkiye ve Avrupa Birliğinde Turizmin Ekonomik Etkileri, Standard: Ekonomik ve Teknik Dergisi*, TSE, 42(498), 73.
- Paya, M., 2001, *Makro İktisat, Filiz Kitabevi*, 2. Baskı. İstanbul.
- Pearce, D.G., 1992, *Tourist Development, Longman Scientific & Technical, Longman Group UK Ltd.*. Essex.
- Pedroni, P., 2000, *Fully Modified OLS for Heterogeneous Cointegrated Panels*, In: Baltagi, B.H. (Ed.), *Nonstationary Panels, Panel Cointegration and Dynamic Panels, Advances in Econometrics*, 15, 93-130.
- Pedroni, P., 2001, *Purchasing Power Parity Tests in Cointegrated Panels, Review of Economics and Statistics*, 83,727-931.
- Pedroni, P., 2004, *Panel Cointegration, Asymptotic and Finite Sample Properties of Pooled Time Series Tests with an Application to the Purchasing Power Parity Hypothesis, Econometric Theory*, 20(3), 597-625.
- Pedroni, P.,1999, *Critical Values for Cointegrating Tests in Heterogeneous Panels with Multiple Regressors, Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 61(1), 653-570.
- Pesaran, M. H., 2006, *Estimation and Inference in Large Heterogeneous Panels with a Multifactor Error Structure, Econometrica*, 74(4), 967-1012.
- Pesaran, M. H., 2004, *General Diagnostic Tests for Cross Section Dependence in Panels, Cambridge Working Papers in Economics*, No 435, University of Cambridge.
- Pesaran, M. H., 2007, *A Simple Panel Unit Root Test in the Presence of Cross Section Dependence, Journal of Applied Econometrics*, 22 (2), 265-312.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., Smith R. P., 1999, *Pooled Mean Group Estimation of Dynamic Heterogeneous Panels, Journal of the American Statistical*

- Association*, 94(446),621-624.
- Phillips, P. C.B. and Sul, D., 2003, Dynamic Panel Estimation and Homogeneity Testing Under Cross Section Dependence, *Econometrics Journal*, 6(1), 217-259.
- Proença, S. A. and Soukiazis, E., 2005, Demand for Tourism in Portugal: A Panel Data Approach, Discussion Paper 29, [www4.fe.uc.pt/ceue](http://www4.fe.uc.pt/ceue), (Ziyaret Tarihi: 04.01.2013).
- Proença, S. ve Soukiazis, E., 2008, Tourism as an Economic Growth Factor: a Case Study for Southern European Countries, *Tourism Economics*, 14 (4), 791–806.
- Ryan, C., 2003, Recreational Tourism: Demand and Impacts, Channel View Publications, Clevedon, 24-25.
- Saray, O. ve Karagöz, K., 2010, Determinants of Tourist Inflows in Turkey: Evidence From Panel Gravity Model, *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11), 33–46.
- Schmoll, G. A., 1977, Tourism Promotion, *Tourism International Press*, London, 11.
- Seeteram, N., 2010, A Dynamic Panel Data Analysis of the Immigration and tourism nexus, Monash University Department of Economics, *Discussion paper 39/10*.
- Sequeira, T.N. ve Nunes, P.M., 2008, Does Tourism Influence Economic Growth? A Dynamic Panel Data Approach, *Applied Economics*, 40 (18), 2431–2441.
- Sezgin, O. M., 1995, Genel Turizm, *Tutibay Ltd.*, Ankara, 19.
- Škuflić, L. ve Štoković, I., 2013, Demand Function for Croatian Tourist Product: A Panel Data Approach, *Modern Economy*, 2, 49-53.
- Soyak, A., 2005, Türkiye'ye Yönelik Yabancı Turizmin İktisadi Etkileri, Akdeniz ve Ege Bölgeleri Üzerine Bir Araştırma, *Derin Yayınları*, İstanbul.
- Sönmez, S. F. ve Graefe, A. R., 1998, Influence of Terrorism Risk on Foreign Tourism Decisions", *Annals of Tourism Research*, 25(1), 131.
- Surugiu, C., Leitão, N. C. and Surugiu, M. R., 2011, A Panel Data Modelling of International Tourism Demand: Evidences For Romania, *Ekonomiska İstraživanja*, 24 (1), 134-145.
- Sürücü, F., 1998, Turizm Sektöründe Ülkemizin Genel Politikaları, *I. Uluslararası Turizm Sempozyumu*, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul, 26.
- Şahin, A., 1990, İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye'de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi, *Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği Yayını* 149, Ankara 1, 06.
- Toskay, T., 1989, Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım. İstanbul: Der Yayınları, İstanbul.
- Tosun, C. ve Timothy, D.J., 2001, Shortcomings in Planning Approaches to Tourism Development Countries: the Case of Turkey, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13 (7), 352–359.
- Tosun, C., 1999, An Analysis of the Economic Contribution of Inbound International Tourism in Turkey, *Tourism Economics*, 5 (3), 217-250.

- Tosun, C., 2001, Challenges of Sustainable Tourism Development in the Developing World: The Case of Turkey, *Tourism Management*, 22, 289303.
- Tosun, C., Timothy, D. J. ve Öztürk, Y., 2003, Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey, *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2-3), 133-161.
- TÜİK, Turizm ile İlgili Değişkenlerin Tanımları, <http://www.die.gov.tr/sozluk/turt.htm> (Ziyaret tarihi: 12.08.2013).
- Tunca, Z., 2005, Makro İktisat, *Filiz Kitabevi*, 4. Baskı. İstanbul.
- Turizm Bakanlığı, 2002, *Turizmde 2. Atılım Dönemi*, Ankara, 7.
- TÜRSAB, (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği), <http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler>, (Ziyaret Tarihi: 30.09.2013).
- Tutar, E. ve Tutar, F., 2004, Turizm Sektörünün Ekonomiye Katkıları Açısından Türkiye'nin OECD Ülkeleri Arasındaki Yeri, *Seçkin Yayıncılık*, Ankara, 75.
- TÜBİTAK, 2003, Bilim ve Teknoloji Stratejileri, Vizyon 2023, Ulaştırma ve Turizm Paneli, Ankara, 19-20.
- Uğuz, S. Ç. ve Topbaş F., 2011, Döviz Kuru Oynaklığı Turizm Talebi ilişkisi: 1990-2010 Türkiye Örneği, *EconAnadolu 2011: Anadolu International Conference in Economics II June 15-17*, Eskişehir, Turkey.
- Unur, K., 2000, Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2( 3), 1-17.
- UNWTO,(United Nation World Tourism Organization) 2010, *Tourism Highlights*, Madrid, Spain.
- UNWTO,(United Nation World Tourism Organization) Tourism Highlights, 2013, [http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto\\_highlights13\\_en\\_1\\_r\\_0.pdf](http://dtxqtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights13_en_1_r_0.pdf), (Ziyaret Tarihi: 15.08.2013).
- UNWTO,(United Nation World Tourism Organization) Tourism Towards 2030, 2011, [media.unwto.org/.../pdf/unwto\\_2030\\_ga\\_2011.pdf](http://media.unwto.org/.../pdf/unwto_2030_ga_2011.pdf), (Ziyaret Tarihi: 15.08.2013).
- Usta, Ö., 2001, Genel Turizm, *Anadolu Matbaacılık*, İzmir, 10.
- Uysal, M. Roubi, M.S.E., 1999, Artificial Neural Networks Versus Multiple Regression in Tourism Demand Analysis, *Journal of Travel Research*, 38, 111.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A., 2009, Turizm Ekonomisi, *Nobel Yayın Dağıtım*, Ankara, 298.
- Ünsal, E.M., 2005, Makro İktisat, *İmaj Yayıncılık*, 6. Baskı, Ankara.
- Var, T., 2005, Turizm: İlkeler ve Yönetim, Turizmin Tarihsel Gelişimi, (Editörler: Yüksel, A. ve Hançer, M.), *Turhan Kitabevi*, Ankara, 9-10.
- Walle, Y. M., 2010, Tourist Flows and Its Determinants in Ethiopia, *Ethiopian Development Research Institute EDRI Working Paper 01*.
- Webb, A. J. and Chotithamwattana, C., 2013, Who Visits Thailand and Why? An Econometric Model of Tourist Arrivals by Country of Origin, *1-2 Proceedings of 8th Asian Business Research Conference April 2013*, Bangkok, Thailand.
- Westerlund, J., 2007, Testing for Error Correction in Panel Data, *Oxford Bulletin of*

- Economics and Statistics*, 69(6),709-748.
- Westerlund, J., and Edgerton, D. L.,2007, A Panel Bootstrap Cointegration Test, *Economics Letters*, 97, 185-190.
- World Tourism Organisation Business Council, 1998, *Tourism Taxation: Striking A Fair Deal*,. Madrid, 30.
- WTO,(World Tourism Organization), *Basic References on Tourism Statistics*, [http://www.world-tourism.org/statistics/tsa\\_project/basic\\_references/index-en.htm](http://www.world-tourism.org/statistics/tsa_project/basic_references/index-en.htm) (Ziyaret Tarihi: 10.07.2005).
- World Travel and Tourism Council, 2004, Turkey: The 2004, *Travel & Tourism Economic Research*, 4.
- www.dersnotları.net,2013,<https://www.google.com.tr/search?q=modern+konjonkt%C3%BCr+teorileri&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ei=g2PWUtGyB4vo7AaP7ICAAw&sqi=2&ved>, (Ziyaret Tarihi: 10.07.2013).
- Yağcı. Ö., 2003, Turizm Ekonomisi, *Detay Kitap ve Yayıncılık*, Ankara, 202
- Yağmuroğlu A. K., 1998, Turizmi Teşvik Eden Kaynaklar, *Turizm Bakanlığı 1. Turizm Şurası Bildiri ve Görüş Metinleri*, Ankara.
- Yarcan, Ş.,1996, Türkiye’de Turizm ve Uluslararasılaşma, *Boğaziçi Üniversitesi Yayınları*, İstanbul, 603, 43.
- Yıldırım, R., 1996, Turizm ve Çevre, *Ekoloji Dergisi*, 18, 22-23.
- Yıldız, Z., 2007, Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Sağladığı Katkılar ve Göller Bölgesi Uygulaması, *Basılmamış Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi S.B.E., İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.
- Yılmaz, B. S. ve Yılmaz, D., 2005, Terörizm ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(13), 48.

## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER

**Adı Soyadı** : Ceyhun Can ÖZCAN  
**Uyruğu** : TC  
**Doğum Yeri ve Tarihi** : Adana /02.12.1985  
**Telefon** : 05452089158  
**Faks** : -  
**e-mail** : Ceyhuncan5@hotmail.com

### EĞİTİM

Derece	Adı, İlçe, İl	Bitirme Yılı
Lise	: Kozan Anadolu Lisesi/Kozan/ADANA	2003
Üniversite	: Kahramanmaraş Sütçü İmam Ün./K.MARAŞ	2008
Yüksek Lisans	: Kahramanmaraş Sütçü İmam Ün./K.MARAŞ	2010
Doktora	: Necmettin Erbakan Ünivesitesi/KONYA	2013

### İŞ DENEYİMLERİ

Yıl	Kurum	Görevi
2011	NEÜ	Öğretim Elemanı

### UZMANLIK ALANI

Makro İktisat, Turizm Ekonomisi, İktisadi Büyüme, Kalkınma, Uygulamalı İktisat

### YABANCI DİLLER

İngilizce

### BELİRTMEK İSTEĞİNİZ DİĞER ÖZELLİKLER

-

### YAYINLAR