



[Araştırma Makalesi](#)

Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin Belirleyicileri: OECD Ülkeleri Örneği*

Dr. Ümit ŞENGEL

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü,
Sakarya. umitsengel@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1284-836X>

Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN

Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü,
Sakarya. bzengin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6368-0969>

Öz

Bu çalışmada OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Turizm talebi ülkelerin sosyal, siyasi ve iktisadi gelişmişliklerine göre değişebilmektedir. Bu konuda benzer özelliklere sahip ülkelerin çalışmaya dahil edilebilmesi amacıyla OECD ülkeleri tercih edilmiştir. Turizme kaynaklık eden seyahat hareketlerinin sürekli artması, turizm pazarından pay almak isteyen ülkelerin turizm talebini daha çok önemsemelerine neden olmaktadır. Bu anlamda çalışma Türkiye'nin turizm pazarından pay almasına imkan sağlayacak ana unsur olan turizm talebi hakkında bilgi vermesi bakımından önem arz etmektedir. Çalışmada panel veri analizi kullanılmıştır. Verilerin analizinde STATA programı ile en küçük kareler, sabit etkiler ve rassal etkiler modellerinden yararlanılmıştır. OECD ülkelerine ait 26 yıllık veriler analiz edilmiştir. Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyebilecek faktörlerden ekonomik, sosyo-demografik, turizm-seyahat ve teknolojik değişkenler analize dahil edilmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre bu değişkenlerin Türkiye'ye yönelik turizm talebini farklı yönlerde ve farklı şiddetlerde etkilediği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Talep, Turizm Talebi, Panel Veri Analizi, OECD, Türkiye

Makale Gönderme Tarihi: 27.10.2020

Makale Kabul Tarihi: 28.11.2020

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

Önerilen Atf:

Şengel, Ü. ve Zengin, B., (2020). Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin Belirleyicileri: OECD Ülkeleri Örneği, *İşletme Akademisi Dergisi*, 1(4): 310-323

© 2020 İşletme Akademisi Dergisi.



Research Article

Determinants of Tourism Demand Intended Turkey: The Case of OECD Countries

Dr. Ümit ŞENGEL

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya.

umitsengel@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1284-836X>

Prof. Dr. Burhanettin ZENGİN

Sakarya University of Applied Sciences, Faculty of Tourism, Sakarya.

bzengin@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6368-0969>

Abstract

This study, aims to determine the factors affecting the tourism demand intended Turkey from OECD countries. Tourism demand can vary according to the social, political and economic development of the countries. OECD countries were preferred in order to include countries with similar characteristics in the study. The constant increase in travel movements that are the source of Tourism causes countries that want to take a share of the tourism market to care more about the demand for tourism. In this sense, the study is important in terms of providing information about the tourism demand from the main elements that will allow Turkey to take a share of the tourism market. Panel data analysis was used in the study. In the analysis of the data, ordinary least squares, fixed effects and random effects models were used with the STATA program. 26 years of data from OECD countries were analyzed. From the factors that may affect the tourism demand intended Turkey, socio-demographic, tourism and travel and technological variables were included in the analysis. According to the results of the study, it was found that these variables affect the demand for tourism in Turkey in different directions and with different severity.

Keywords: Demand, Tourism Demand, Panel Data Analysis, OECD, Turkey

Received: 27.10.2020

Accepted: 28.11.2020

Suggested Citation:

Şengel, Ü. ve Zengin, B., (2020). Determinants of Tourism Demand Intended Turkey: The Case of OECD Countries, *Journal of Business Academy*, 1(4): 310-323.

© 2020 Journal of Business Academy.

1. GİRİŞ

Dünyada giderek artan boş zaman ve yüksek gelir ile hızlı ve kolay ulaşım imkânları seyahat hareketlerinin zevk, eğlence, gezme, bilinmeyen yerleri görme, kişisel tatmin gibi bireysel istek ve ihtiyaçlar için yapılmasına zemin hazırlamıştır. Böylece bütün bu gelişmeler modern turizm hareketlerinin oluşmasına imkân sağlamıştır. Turizm hareketleri o kadar hızlı gelişmiştir ki kısa zaman önce sektör olarak anılan turizm, günümüzde endüstri olarak ifade edilmeye başlanmıştır. Turizmin bu kadar hızlı gelişmesinin altında yatan diğer önemli faktörlerden biri de sivil havacılıktaki gelişmelerdir. Özellikle II. Dünya savaşında kullanılan askeri uçakların savaştan sonra boşa çıkması ve bunların sivil kullanıma verilmesi ile jet motorların icadı sivil havacılığın gelişmesine öncülük etmiştir. 1950'lerde kiralık uçak (Charter) seferleri başlamış ve sivil havacılık yaygınlık kazanmıştır. 1970'li yıllar itibarıyla ise tarifeli uçuşlar ortaya çıkmıştır. Tüm bu sivil havacılık faaliyetleri insanların kısa zamanda oldukça uzun mesafelere konforlu ve ekonomik bir şekilde seyahat etmelerine zemin hazırlamış ve turizm açısından itici güç vazifesi gördüğü ifade edilebilir.

Bu bağlamda turizm, 2000'li yıllar ile birlikte büyük bir ivme kazanmıştır. Dünyada, 2015 yılı itibarı ile uluslararası alanda yaklaşık 1,236 milyar turist seyahat etmektedir. Bu sayı 2017 için 1,326 ve 2018 için ise % 6'lık bir artışla 1.4 milyar seviyelerine ulaşmıştır. Bu sayının 2030 itibarı ile 1,8 milyar olması beklenmektedir. Ayrıca, dünya turizminde harcanan para dünya GSMH'nin yaklaşık % 10'una denk gelirken, dünya ihracatının yaklaşık % 7'sine denk gelmektedir. Her 10 çalışandan 1'i de turizm ile ilgili bir işte çalışmaktadır (UNWTO, 2017: 12; UNWTO, 2019). Bu değerler turizm amaçlı yapılan seyahat hareketlerinin kapasitesi ve turizm endüstrisinin geldiği noktayı yansıtan önemli göstergelerdir. 2020 yılında bütün dünyayı etkileyen COVID-19 pandemisiyle birlikte getirilen kısıtlamalar nedeniyle uluslararası varışlarda bir azalma eğilimi olsa da, geçici olduğu düşünülen bu krizin sonrasında turizm hareketlerindeki artış eğiliminin devam edeceği söylenebilir.

Turizm endüstrisinin bu kadar hızlı gelişmesi, toplumları birçok açıdan etkileyebilmektedir. Turizm; sosyal, kültürel, psikolojik, demografik ve çevresel olmak üzere toplumları birçok açıdan etkileyebilmektedir. Bununla birlikte turizmin konaklama, seyahat, ulaştırma ve yiyecek içecek sektörleri gibi kendi bünyesinde bulunan sektörlerin yanı sıra, inşaat, ticaret sağlık, bankacılık ve tarım gibi sektörleri de etkilediği bilinmektedir. Böylece turizmin diğer birçok sektör üzerine yayılmacı bir etkisi söz konusu olmaktadır (Bahar ve Bozkurt, 2010). Aslında belirtilen etkilerin birçoğunun altında yatan sebep turizmin ekonomik etkileridir. Ekonomi turizmi çift taraflı etkileyebilmektedir. Dolayısıyla turizmin geliştiği ülkeler ekonomik olarak gelişirken, turist gönderen ülkelerin de turist gönderebilmeleri için iyi bir ekonomiye sahip olmaları bir gereklilik olarak öne çıkabilmektedir.

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

Bu bilgiler ışığında, turistik kaynaklar bakımından zengin olan ülkelerin turizm pazarından pay alabilmek adına yoğun çaba gösterdiklerine rastlanılmaktadır. Nitekim ülkelerin turizm talebine ilişkin makro düzeyde yapılan çalışmalar son derece önem taşımaktadır. Türkiye'ye yönelik olan turizm talebini etkileyen dinamiklerin tespit edilmesinin amaçlandığı bu çalışmanın da Türkiye'de turizm ile ilgili karar alıcılara yol gösterebileceği düşünülmektedir. Çalışmada Türkiye'ye en fazla turist gönderen ekonomik ve siyasi ülke gruplarının başında gelen OECD ülkelerinin ekonomik, sosyal, demografik, teknolojik, turizm ve seyahat hareketleri ile ilgili temel göstergelerinin Türkiye'ye yönelik turizm talebine olan yansımaları incelenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Arz ve talep kavramları birbirleriyle ilgili kavramlar olup birçok açıdan karşılıklı olarak değerlendirilmektedir. Örneğin; para arzı ve talebi veya yatırım arzı ve talebi bunlardan en çok bilinenleridir (Branson, 1995; Parasız, 1998; Hall ve Taylor, 1998; Gordon, 2000). Arz ve talep kavramları iktisat bilimi ve iktisatçılar için önemli kabul edilen konuların başında gelmektedir. Nitekim Rodrik (2015) arz ve talebi piyasa etkinliği, karşılaştırmalı üstünlükler ve saikler (neden, güdü) konuları ile birlikte iktisadın cahil kitlelerden koruması gereken en değerli varlıkları olarak görmektedir. Bu bilgiler ışığında, iktisadi açıdan bu iki kavram arasındaki dengenin ve birbirleri arasındaki karşılıklı dürtülerin açıklanmasında fayda vardır.

İktisadi anlamda ürün, mal ve hizmet bileşenlerinden oluşmaktadır. Sektör veya endüstriler üretim yapısını şekillendiren ürünlerin bu niteliğine göre isimler almaktadır. Turizm hizmet ağırlıklı endüstrilerin başında gelmekte ve bir hizmet endüstrisi olarak adlandırılmaktadır. Bir hizmet endüstrisi olarak turizmi ekonomik anlamda bir bütün olarak oluşturan pazar dinamikleri turizm arz ve talebidir. Bu anlamda turizm hareketlerinin çıkış ve varış noktalarındaki bileşenler, turizm arzını ve talebini oluşturmaktadır. Turistler turizm talebini oluştururken, bütün dinamikleriyle varış noktaları (destinasyonlar) turizm arzını oluşturur. Bu bağlamda turizmin gelişmesi, ekonomik yapısının analiz edilmesi ve ekonomik getirilerinin maksimize edilmesinin, bu iki kavrama endeksli olduğu belirtilebilir.

Turizm arzı bakımından güçlü destinasyonlar, turizm talebinin kendilerine çekmek için yoğun bir çaba içine girmektedir. Bu anlamda gelecekle ilgili talep hakkında fikir edinebilmek için farklı türleri bulunan talep tahmin yöntemleri kullanılmaktadır (Weatherford ve Kimes 2003). Ancak henüz herhangi bir yöntemin en iyi yöntem olduğuna dair bilgiler mevcut değildir (Soysal ve Ömürgönlüsen, 2010). Talep tahmin yöntemleri talebin belirleyici faktörleri neticesinde gelecek talebin öngörülmesine dayanmaktadır.

Turizm talebini etkileyen faktörler çok çeşitlilik göstermekle birlikte ekonomik, sosyal, psikolojik, turizm kaynaklı faktörler ve teknolojik faktörler bunların başında gelmektedir. Bu değerlendirmeler farklı kaynaklara göre farklılık göstermektedir. Usta (2014) turizm talebini etkileyen faktörleri ekonomik, sosyal, politik, ve psikolojik faktörler olarak sınıflandırmaktadır. Bahar ve Kozak (2014)'da benzer değerlendirmeler yapmaktadır. Sadece politik faktörleri yasal faktörler ile birlikte ele almakta ve bunların dışında kalan bütün faktörleri diğer faktörler kategorisinde değerlendirmektedir. Roney (2011) ise bu konuya ilişkin olarak ekonomik faktörleri ön planda tutmuştur. Turizm talebini etkileyen faktörleri de iktisadi ve iktisat dışı faktörler olarak ele almaktadır. McIntosh ve arkadaşları (1995) ise turizm talebinin ekonomik mesafe, kültürel mesafe, hizmet maliyetlerine hizmet kalitesi ve mevsimsellik tarafından etkilendiğini ifade etmektedir.

Turizm talebini etkileyen çok sayıda ekonomik faktörden söz edilebilir. Bu faktörler talep gönderen ülkelerden kaynaklanabildiği gibi talep çeken ülkelere de kaynaklanabilmektedir.

Bunlar hem arz hem de talep kaynaklı faktörler olabilir. Örneğin gelir talebi etkileyen ve genelde talep kaynaklı olan bir faktör iken, fiyat talebi etkileyen ve genelde arz kaynaklı olan bir faktördür. Fiyat, gelir, döviz kurları, ulaşım imkanları ve seyahat maliyetleri, mevcut ekonomik konjonktür, turizm endüstrisinin durumu (arz kaynakları), mevsimsellik, ödemeler dengesi, teknoloji ve pazarlama çabaları turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler olarak ele alınabilir (Olalı ve Timur, 1988; Usta, 2014; Çeken, 2016).

Geçmişten günümüze gelene dek zamanla önemli değişiklikler göstermekle birlikte, sürekli insanları seyahat etmeye yönelten motivasyon kaynakları olmuş ve sosyo-kültürel yapıdan dolayı ortaya çıkan motivasyon kaynakları da bunların arasında yer almıştır. Özellikle modern turizm hareketleri bağlamında gerçekleşen seyahat hareketlerinde, sosyo-kültürel motivasyonlar önemli yer tutmaktadır. Farklı tarihi, doğal ve kültürel yerleri görmek isteyen insanlar turizm hareketlerine katılmakla beraber, bu turizm hareketlerine katılımın kapasitesini ortaya koyan faktörler arasında turistlerin sosyo-kültürel yapının önemli bir yer tuttuğu söylenebilir. Konuya ilişkin bazı faktörler farklı kaynaklarda farklı kategoriler altında verilmekle birlikte, aile, din, eğitim, meslek, kentleşme olgusu, toplumsal değer yargıları ve kültür gibi sosyo-kültürel konular turizm talebini belirlemede etkin rol oynayabilmektedir (Kozak, vd., 2015; Ünlüöner, vd., 2015).

Turizm talebini etkileyen faktörler gruplandırıldığında politik faktörler bir grup olarak değerlendirilirken, Yasal faktörler genellikle politik faktörlerin altında kısaca değinilen bir konu olarak kalmıştır. Ancak politik ve yasal faktörlerin birlikte ve kendi alt başlıkları olan bir gruplandırma ile değerlendirilmesi daha yararlı olabilir. Genel olarak turist gönderen ülkeni, ziyaret edilen ülkeni ve genel uluslararası politik durum genel olarak ele alınana politik faktörler olarak ön plana çıkmaktadır (Olalı ve Timur, 1988). Güvenlik ve istikrar, terör, savaş, vize uygulamaları, vergi politikaları, katı bürokrasi, sınır engelleri ve insan hakları düzeyi gibi unsurların her biri turizm talebini etkileyen politik-yasal olarak ele alınmaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006).

Turizm talebini etkileyen faktörler grubu olarak psiko-demografik faktörler daha çok bireylerin tanımlayıcı özellikleri ve psikolojik unsurlarını içermektedir. Özellikle bireylerin demografik ve psikolojik unsurlarının birbirlerini etkilemesi bu konuda böyle ortak bir değerlendirmenin yapılmasına zemin hazırlamıştır. Turizm olayında psikolojik anlamda bir doygunluğa ulaşmış bireylerin kendilerini yenilemek ve psikolojik bir rahatlama elde etmek için yaşadıkları yerlerin dışına seyahat etmeleri durumu söz konusudur. Bu anlamda bireylerin genel özellikleri psikolojilerini etkilemekte ve bireylerin psikolojik anlamda sıkıntılarını çözmek için başvurdukları önemli yöntemlerin başında turizm gelmektedir (Yapıcı, 2018).

Coğrafya ile turizm arasında yakın ve güçlü bir ilişki vardır. Ancak turizm talebini etkileyen faktörler ele alındığında coğrafyanın ayrı bir kategori olarak ele alındığı çalışmalara pek rastlanılmamaktadır. Turizm olayının gerçekleşmesi için gelir ve boş zaman gibi unsurlar gerekli olmakla birlikte, bir destinasyonda turizm faaliyetlerinden söz edebilmenin en önemli yolu coğrafik göstergelerdir. Öncelikle bir destinasyonda turistik çekim kaynaklarının olması gerekmektedir. Bu turistik kaynakların iklim, doğa ve doğal afet gibi unsurlar ile desteklemesi (bir problemin olmaması) gerekmektedir. Kaynaklarla ilgili bir problem olmadığında, ikinci aşama da bu kaynaklara gidecek insan ve bu insanların o mekâna ulaşmasını sağlayacak olan mesafe ve erişilebilirlikte önemli coğrafik kaynaklardandır. Bu bilgiler ışığında turizm talebini etkileyen coğrafik faktörlerden bazıları mesafe, ulaşılabilirlik, nüfus, doğal afetler ve iklim olarak ifade edilebilir (Brouder ve Lundmark, 2011; Becken, 2013; Aydemir ve Şenerol, 2014).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turist gönderen ülkelerin ekonomik yapısı ve gücü, sosyal-kültürel yapısı, demografik yapısı, coğrafik durumu, politik-yasal durumu gibi birçok faktör bu ülkelerdeki turist profilini ve turistlerin gidecekleri destinasyonları etkileyebilmektedir. Literatürde turizmin toplumsal yaşamı etkileyen yapısı ile ilgili çalışmalara sıkça rastlanmasına rağmen, toplumsal yaşamın turizmi etkilemesine yönelik çalışmalara daha az rastlanmaktadır. Bu anlamda Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin tespit edildiği bu ve benzeri çalışmalar önem kazanmaktadır. Bu kapsamda, araştırmada OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin ekonomik, sosyo-demografik, turizm-seyahat ve teknolojik açıdan tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla 1992 yılından itibaren OECD ülkelerin bu kategorilerdeki ulusal verilerine ulaşılmıştır. Bu araştırma Türkiye'nin turizm tanıtımlarına yardımcı olabilecek ve ülkenin turizm katkı sağlayacak niteliktedir. Türkiye'ye olan turizm talebinde OECD ülkelerine göre belirleyici olan faktörlerin ortaya konması, bu ülke grubunda turist çekebilmek için nasıl bir stratejiyle hareket edilmesi gerektiğini de ortaya koymaktadır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden yararlanılmıştır. Veriler OECD ülkelerine ait istatistiklerden oluşan ikincil verilerdir. Araştırmanın tasarlanma aşamasında mümkün olduğu kadar geniş bir zaman aralığı ve ülke sayısının araştırmaya dâhil edilmesi planlanmıştır. Gerek 24 Ocak Liberal ekonomi kararları gerek 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu olmak üzere iki önemli gelişmenin 1980'li yılların başına denk gelmesi nedeniyle 1980 yılından sonraki dönemler için veri taraması yapılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre ise milliyetlerine göre Türkiye'yi ziyaret eden turistlere ilişkin en düzenli ve sistematik veriler 1984 yılı ve sonrası için mevcuttur. Ancak istenilen ülke grubu için en az veri kaybıyla araştırmanın sürdürülmesi istenmesi nedeniyle 1992 yılı ve sonrasındaki veriler çalışmaya dahil edilmiştir. Araştırma 1992-2017 yılları arasındaki 26 yıllık dönemin verilerinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir.

3.3. Veri Seti ve Veri Kaynakları

Çalışma kapsamında kullanılan veri seti 1992-2017 yılları arasında kapsayan 26 yıllık bir dönemdir. Veri setinde tek bağımlı OECD ülkelerinden Türkiye'ye gelen turist sayılarıdır. Bu değişkene ait verilerin elde edilmesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü'nün turizm istatistiklerinden yararlanılmıştır. Ayrıca bu veriler TÜİK verileri de dikkate alınarak gözden geçirilmiştir. Turist gönderen ülkelere ait ve bağımsız değişkenleri oluşturan ekonomik, sosyo-demografik, turizm-seyahat ve teknolojik verilerden değeri olanlar için Dünya Bankasının erişime açık veri tabanından yararlanılmıştır.

Kukla değişkenler (dummy) için ise uzman görüşleri alınarak ilgili değişkenler için Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyebilecek hangi özelliklerin ele alınması gerektiği kararlaştırılmıştır. Tablo 1'de yer alan bilgiler dikkate alınarak değişkenlere değerler (1 veya 0) atanmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere kukla değişken ölçüme imkan sağlayacak bir sayısal değere sahip olmayan değişkenlere belli özellikler göz önünde bulundurularak sayısal değerlerin atanmasını ifade etmektedir (Heckman, 1975; Karafiath, 1988; LaVeist, 1994; Atakan, 2008; Acaravcı ve Bostan, 2011).

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

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

3.4. Araştırmada Kullanılan Değişkenler

OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlendiği ve 26 yıllık bir dönemi kapsayan bu çalışmada biri bağımlı, 41'i bağımsız olmak üzere toplam 42 değişkenle analiz sürecine başlanmıştır. Ancak bu değişkenlerden 18'i ön değerlendirme sonucu analiz sürecinde devre dışı kalmıştır. Bağımsız değişkenlerden ilk olarak üç değişkene ait veriler program ile uyumlu olmadığı için bu değişkenler analiz yapılırken kullanılmamıştır. Akabinde çoklu doğrusal bağlantı testi yapılmıştır. Çoklu doğrusal bağlantı testi olarak Varyans Artış Faktörü (Variance Inflation Factors - VIF) kullanılmıştır. VIF değeri ile korelasyon arasında güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bağımsız değişkenler arasında oluşan korelasyon 0'a yaklaştıkça, VIF değerinin yukarıdan 1'e yaklaşması beklenmektedir. VIF değeri 10 ve üzeri olan bağımsız değişkenlerin diğer bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı ve ilgili değişkenlerin devre dışı kalması gerektiği sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda bağımsız değişkenlerden VIF değerleri 10'nun üzerinde çıkan (Sevinç, 2013) 14 değişken daha devre dışı bırakılmış ve toplamda 24 değişken üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

3.5. Araştırmanın Denklemi

Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen ekonomik, sosyo-demografik, teknolojik ve turizm veya seyahat ile ilgili dinamiklerin ele alındığı bu çalışmada analizler ülkelere ait yıllık veriler yardımı ile gerçekleştirilmiştir. Turizm talebi ile turizm talebini etkileyen faktörler arasındaki ilişki regresyon modeli yardımıyla açıklanmıştır. Bu bağlamda bağımlı değişken olan Milliyetlerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı ile bağımsız değişkenler arasındaki bağıntı aşağıdaki regresyon denklemi (modeli) ile verilmiştir.

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

Denkleminde yer alan harf ve sembollerin ne anlama geldiği bilmek daha sonraki adımların anlaşılmasına katkı sağlamaktadır. Burada Y: Milliyetlerine Göre Turist Sayısı (Bağımlı), X₁: GSYH (Dolar), X₂: Kişi Başı Harcanabilir Gelir (Dolar), X₃: Yıllık Büyüme Oranı, X₄: Gini Kat Sayısı, X₅: İstihdam (İşgücü), X₆: İşsizlik (Yüzde), X₇: Gider (GSYH %'si), X₈: Hizmet Ticareti (GSYH %), X₉: Reel Döviz Kuru İndeksi (2010=100 Dolar), X₁₀: Yaşayan Türk Nüfusu (20 bin ve üzeri), X₁₁: Nüfus, X₁₂: Ortalama Ömür, X₁₃: Doğum Sayısı, X₁₄: Ölüm Sayısı, X₁₅: Kentleşme Oranı, X₁₆: 65 Yaş Üstü Nüfus, X₁₇: Seyahat Hizmetleri (Hizmet İthalatının %'si), X₁₈: Uluslararası Seyahat Eşyası Harcamaları (Dolar), X₁₉: Ulaştırma Hizmetleri (Hizmet İthalatının

%'si), X_{20} : Uluslararası Turizm (Sayı, Gelenler), X_{21} : Havayolu Taşımacılığı, X_{22} : İletişim Bilgisayar vb. (Hizmet İhracatının %'si), X_{23} : İnternet Kullanan Bireyler (Nüfusun %'si, X_{24} : İletişim Bilgisayar vb. (Hizmet İthalatının %'si) değişkenleri oluşturan harf veya sembollerdir. Ayrıca α denklemdeki sabiti, β değişkenlerin katsayısını, i indeksi ülkeleri, t indeksi zamanı, v_i gözlemlenemeyen zaman etkisini, ε_{it} hata terimini göstermektedir.

3.6. Veri Analizi

Araştırmada verilerin analiz edilmesin panel veri analizi kullanılmış ve Stata 14.2 programında yararlanılmıştır. Panel verinin en önemli özelliği zaman serilerini ve yatay kesit verilerini birleştirmesidir. Dolayısıyla havuzlanmış veriler, zenginleştirilmiş veriler, karma veriler veya uzun kesit veriler gibi isimlerle de anılmaktadır. Yatay kesit verisinin zaman boyutundan uzun olması durumunda panele kısa panel, kısa olması durumunda ise uzun panel denilmektedir (Tarı, 2016: 475). Bu kapsamda araştırmada kullanılan panelin kısa panel (41 değişken>26 yıl) olduğu ifade edilebilir. Zaman serisinin içerisinde değişkenler arasındaki gözlemlerde (veri eksikliği) farklılık söz konusu ise oluşturulan panel dengesiz panel olarak isimlendirilmektedir (Tatoğlu, 2016). Dolayısıyla araştırmada dengesiz panel kullanılmıştır. Çalışma kapsamında Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlerin belirlenmesinde çoklu regresyondan faydalanılmış ve doğrusal panel veri modellerinin test edilmesinde kullanılan modellerden olan sıradan en küçük kareler (Stock ve Watson, 2011), sabit etkiler (Erkan, 2015) ve rassal etkiler (Tatoğlu, 2019) modellerinden yararlanılmıştır. Regresyon katsayıları tahmininde hangi yöntemin kullanılacağı matematiksel hesaplamalar veya bilgisayar programları aracılığıyla da tespit edilebilmektedir.

4. BULGULAR

OECD ekonomik ve kalkınma ile ilgili bir birlik olması nedeniyle oldukça önemli bir kuruluştur. Bu birlik içerisindeki ülkelerin herhangi konuda gösterdikleri reaksiyon oldukça dikkate değerdir. Bu anlamda bu ülke grubundan Türkiye'ye yönelik talebi etkileyen faktörlerin tespit edilmesi son derece önemlidir. Tablo 2 incelendiğinde, her bir değişken için veri işlenen toplam 728 gözlemin olduğu göze çarpmaktadır. Ayrıca ortalama turist sayısı 1992-2017 yıl aralığı için 370 bin civarında gerçekleşmiştir. Bunla birlikte ülkede yaşayan Türk nüfusu bağlamında neredeyse bir eşitliğin olduğu göze çarpmaktadır. Bölgede istihdam (emek istihdamı) yaklaşık nüfusun üçte biri seviyelerindedir.

Bölgedeki ortalama ömür yaklaşık 79 yaş civarında iken, kentleşme oranı ortalama %75'e yakındır. Bölgede ulaştırma hizmetleri toplam GSYH'nin ortalama %25'i iken, hizmet ticareti %24 seviyelerindedir. Teknolojiye yönelik üç değişken de aşağı yukarı Avrupa'daki bölgelerin standartlarındadır. 2010 yılında 100 doların referans olarak alındığı reel döviz kurunda, ortalama değer yaklaşık 98,3 dolardır. Bölgedeki büyüme oranı ise ortalama %2,8 civarındadır. Reel döviz kurunun talep üzerindeki bu etkisi Zortuk ve Bayrak, (2013) tarafından da araştırılmıştır. Ayrıca bölgede doğum sayısı ölüm sayısından aşağı yukarı 170 bin daha fazladır.

Tablo 2: OECD'nin Ülkelerine Ait Betimleyici İstatistikleri

	Değişken	N	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	Min. Değer	Maksi. Değer
Ekonomik Değişkenler	GSYH	728	1.25e+12	2.54e+12	6.13e+09	1.94e+13
	Harc. MG	675	26117.79	15787.44	-9.753427	82019.95
	Büyüme Oranı	657	2.867604	5.374439	-28.93297	33.7
	Gini Katsayısı	289	339.4855	5226.824	24.9	67.2
	İstihdam	728	1.93e+07	2.98e+07	147806	1.63e+08
	İşsizlik	728	7.29976	4.114738	1.8	27.47
	Gider	678	33.10168	10.13537	10.87185	62.24209
	Hizmet Ticareti	671	23.73769	35.49429	3.840829	301.3771
	Reel Döviz Kuru	725	98.34035	14.07847	43.90381	165.8768
Sosyo-Demografik Değişkenler	Türk Nüfusu	728	0.5357143	0.4990657	0	1
	Nüfus	728	3.90e+07	5.92e+07	414	3.26e+08
	Ortalama Ömür	727	78.62944	2.694227	69.4	83.8
	Doğum Sayısı	727	470288.1	847116.9	6	4186756
	Ölüm Sayısı	727	304085.1	492851.6	39	2713207
	Kentleşme	726	76.43562	9.784651	49.13	97.9
	65+ Nüfus	728	5663212	8473589	28468	5.02e+07
Turizm-Seyahat Değişkenleri	Turist Sayısı	728	372049.5	733612.6	1105	5580792
	Seyahat Hizmetleri	651	25.86904	9.184522	3.192168	51.7113
	Seyahat Eşyası Harcaması	644	1.70e+10	2.16e+10	2.82e+08	1.35e+11
	Ulaştırma Hizmetleri	637	25.0511	10.06969	.287464	54.51021
	Uluslararası turizm	644	2.00e+10	2.66e+10	2.82e+08	1.74e+11
	Havayolu Taşımacılığı	689	5.26e+07	1.27e+08	460600	8.49e+08
	Teknolojik Değişkenler	İletişim bilgisayar (ihracat)	652	38.30403	15.72698	0.3163742
İnternet Kullanan Bireyler		718	47.86886	33.55625	0.0173078	98.24002
İletişim bilgisayar (ithalat)		637	40.91444	13.01074	7.460362	82.75012

Tablo 3 OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini etkileyen faktörlere ilişkin üç model için regresyon ve anlamlılık değerlerini içermektedir. Hangi modelin kullanılacağıyla ilgili olarak Breusch-Pagan LM ve Hausman testlerinin yapılacağı ön görülmüştür. İlk olarak Breusch-Pagan LM testi yapılmış ve "*H₀: Birim etkinin varyansı sıfıra eşittir.*" hipotezi test edilmiştir. LM testi sonucunda hipotez desteklenmiştir. (prob>chi²=1,0000 > 0,05). Bu nedenle Hausman testine gerek kalmamış ve tahmin için en küçük kareler (OLS) modelinin uygun model olduğuna karar verilmiştir. Dolayısıyla OECD ülkeleri için değerlendirmeler OLS modeli üzerinden yapılmaktadır.

OECD ülkelerine ait ekonomik değişkenlerden GSYH, kişi başı harcanabilir gelir ve büyüme oranı ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. OECD ülkelerinin GSYH'leri, Kişi başına harcanabilir gelirleri ve büyüme oranları arttıkça, bölge ülkelerinden Türkiye'ye gelen turist sayısı azalmaktadır. Bu ekonomik iyileşmeler turistlerin daha pahalı rakip destinasyonları tercih etmelerine neden olabilmektedir. Yıllık büyüme

oranının etkisi %95 güven aralığında (%5 hata payı) anlamlı iken, diğer ikisi (GSYH ve Kişi başı harcanabilir gelir) %99 güven aralığında (%1 hata payı) anlamlıdır. Sosyo-demografik değişkenlerden yaşayan Türk nüfusu, nüfus sayıları, kentleşme, ölüm ve doğum sayısı anlamlı sonuçlar üretmiştir. Özellikle kentleşme burada önemli bir değişken olarak ön plana çıkmakta olup, %90 güven aralığında (%10 hata payı) anlamlıdır. Kentleşmede meydana gelebilecek bir birimlik artış OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebini 6,1 birim arttırabilmektedir. OECD ülkelerinin ekonomik yapılarının Türkiye'nin turizm talebinde oynadıkları belirleyici rol, Kaya ve Canlı (2013)'nin yaptıkları çalışma ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışmalara göre OECD ülkelerinin ekonomik yapıları ile Türkiye'ye gönderdikleri turist sayıları arasında ters yönlü bir ilişki mevcuttur.

Tablo 3: Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebinin OLS, SE, RE Modelleri Regresyon Sonuçları

Değişkenler	OECD ÜLKELERİ		
	(1)	(1)	(1)
	En Küçük Kareler	En Küçük Kareler	En Küçük Kareler
GSYH	-1.93e-07*** (5.91e-08)	-1.93e-07*** (5.91e-08)	-1.93e-07*** (5.91e-08)
Kişi Harcanabilir MG	-8.426*** (3.091)	-8.426*** (3.091)	-8.426*** (3.091)
Büyüme Oranı	-8,162** (3,203)	-8,162** (3,203)	-8,162** (3,203)
Gini katsayısı	-0.866 (2.988)	-0.866 (2.988)	-0.866 (2.988)
İstihdam	0.0292* (0.0169)	0.0292* (0.0169)	0.0292* (0.0169)
İşsizlik	-10,913 (8,270)	-10,913 (8,270)	-10,913 (8,270)
Gider	2,609 (3,667)	2,609 (3,667)	2,609 (3,667)
Hizmet ticareti	1,111 (1,456)	1,111 (1,456)	1,111 (1,456)
Reel Döviz Kuru	-1,889 (2,036)	-1,889 (2,036)	-1,889 (2,036)
Türk Nüfusu	273,958*** (84,499)	273,958*** (84,499)	273,958*** (84,499)
Nüfus	-0.0298*** (0.00866)	-0.0298*** (0.00866)	-0.0298*** (0.00866)
Ortalama Ömür	20,711 (18,815)	20,711 (18,815)	20,711 (18,815)
Doğum Sayısı	0.513*** (0.144)	0.513*** (0.144)	0.513*** (0.144)
Ölüm Sayısı	0.551*** (0.170)	0.551*** (0.170)	0.551*** (0.170)
Kentleşme	6,172* (3,565)	6,172* (3,565)	6,172* (3,565)
65+ Nüfus	0.0358 (0.0262)	0.0358 (0.0262)	0.0358 (0.0262)
Seyahat Hizmetleri	-10,880*** (3,536)	-10,880*** (3,536)	-10,880*** (3,536)
Uluslararası Seyahat Eşyası Harcaması	0.000233*** (2.14e-05)	0.000233*** (2.14e-05)	0.000233*** (2.14e-05)
Ulaştırma Hizmetleri	12,763*** (3,454)	12,763*** (3,454)	12,763*** (3,454)

Uluslararası Turizm (Gelenler)	-0.000147*** (1.92e-05)	-0.000147*** (1.92e-05)	-0.000147*** (1.92e-05)
Havayolu Taşımacılığı	-0.000105 (0.00125)	-0.000105 (0.00125)	-0.000105 (0.00125)
İletişim Bilgisayar vb. (İhracat)	-4,540* (2,741)	-4,540* (2,741)	-4,540* (2,741)
İnternet Kullana Bireyler	-461.0 (1,511)	-461.0 (1,511)	-461.0 (1,511)
İletişim Bilgisayar vb. (İthalat)	8,095** (3,720)	8,095** (3,720)	8,095** (3,720)
Constant	-1.983e+06 (1.460e+06)	-1.983e+06 (1.460e+06)	-1.983e+06 (1.460e+06)
Observations	202	202	202
R-squared	0.903	0.903	0.903
Number of SİRALAMA	24	24	24

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

Turizm ve seyahat ile ilgili değişkenlerden seyahat hizmetleri ve uluslararası turizm %99 güven aralığında (%1 hata payı) OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebi ile negatif ve anlamlı bir ilişki göstermektedir. Uluslararası seyahat eşyası harcamaları ile ulaştırma hizmetleri ise %99 güven aralığında (%1 hata payı) ilgili ülke grubundan Türkiye'ye yönelik turizm talebi ile pozitif ve anlamlı bir ilişki göstermektedir. Teknoloji ile ilgili değişkenlerden teknoloji alımı (ithalat %) ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki söz konusu iken, teknoloji satışı (hizmet ihracatının %) ile Türkiye'ye olan turizm talebi arasında negatif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Bölgeye ilişkin sonuçlara bakıldığında OLS modeli için R² değeri yaklaşık %90'dır.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

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

OECD ülkelerinin ekonomik, sosyo-demografik, teknoloji, turizm ve seyahat ile ilgili göstergeleri Türkiye'nin turizm talebini etkilemektedir. Ekonomik anlamda özellikle istihdamın pozitif etkilerinin olduğunu söylemek gerekir. GSYH ile Kişi başı harcanabilir millî gelir ile Türkiye'ye yönelik turizm talebinin negatif ilişki içinde olması şaşırtıcıdır. Ancak bu durum harcanabilir geliri artan bireylerin Türkiye'ye alternatif olabilecek farklı (rakip) destinasyonları tercih edebilecekleri şeklinde yorumlanabilir. OECD ülkelerinin sosyo-demografik değişkenler ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında da önemli ilişkiler tespit edilmiştir. Özellikle OECD ülkelerinde yaşayan Türk nüfus ile Türkiye'ye yönelik talep arasında tespit edilen doğrusal ilişki, ülkenin turizm politikalarına yön verebilecek niteliktedir. Yurt dışında yaşayan vatandaşların ülkenin tanımında olumlu bir rol oynadıkları söylenebilir.

Turizm ve seyahat ile ilgili değişkenlerden seyahat eşyası harcamaları ile ulaştırma hizmetleri OECD ülkelerinden Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. Ancak turist gönderen ülkelere olan turizm hareketleri (uluslararası turizm) ve seyahat hizmetleri ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında negatif bir ilişkinin varlığı söz konusudur. Bu beklenen bir durumdur. Çünkü Türkiye dışındaki diğer tüm ülkeler uluslararası

turizm pazarında birer destinasyon olarak Türkiye'ye rakiptir. Dolayısıyla bu değişkenin Türkiye'ye yönelik turizm talebini negatif etkilemesi beklenmektedir.

Teknolojik değişkenler ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasındaki ilişki pozitif yönlüdür. Özellikle iletişim ve bilgisayar harcaması (teknoloji transferi yapan) ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi pozitif bir ilişki içerisindedir. Bununla birlikte internet kullanım oranı ise OECD ülkelerinde Türkiye'ye yönelik turizm talebini belirlemede etkili unsur olarak tespit edilememiştir. Birbirine yakın sosyo-ekonomik kapasitenin olması böyle bir sonucun kaynağı olarak ifade edilebilir. Bu iki değişkene ait sonuçlar oldukça önem taşımaktadır. Çünkü literatürde teknolojinin turizm hareketlerine yönelik yansımaları çok fazla işlenmekle birlikte, bu konunun ampirik bulgularla (ikincil veri) desteklendiği çalışmalara fazla rastlanılmamaktadır. Bu yönüyle teknolojik değişkenlere ilişkin sonuçların literatüre önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Çalışmadaki sonuçların tutarlılığını test etmek için farklı turist destinasyonlar için de benzer çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Acaravcı, A. ve Bostancı, F. (2011). Makroekonomik Değişkenlerin etkisinde Yabancı Yatırımlar Üzerine Etkileri: Türkiye Ekonomisi İçin Ampirik Bir Çalışma. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2), 56-68.
- Alaeddinoğlu, F. (2006). Van İl'inin Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi ve Planlamaya Yönelik Öneriler. *Basılmamış Doktora Tezi*, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atakan, T. (2008). İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'nda Haftanın Günü Etkisi ve Ocak Ayı Anomalilerinin ARCH-GARCH Modelleri ile Test Edilmesi. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 37 (2), 98-110.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi; Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydemir, B. ve Şenerol, H. (2014). İklim Değişikliği ve Türkiye Turizmine Etkileri: Delfi Anket Yöntemiyle Yapılan Bir Uygulama Çalışması, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (31), 381-416.
- 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. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Becken, S. (2013). A Review of Tourism and Climate Change as an Evolving Knowledge Domain, *Tourism Management Perspectives*, 6, 53-62.
- Branson, W. H. (1995). *Makro İktisat Teorisi ve Politikası*. İbrahim Kanyılmaz (Çev.), İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.
- Brouder, P. ve Lundmark, L. (2011). Climate Change in Northern Sweden: Intra-Regional Perceptions of Vulnerability Among Winter-Oriented Tourism Businesses, *Journal of Sustainable Tourism*, 19 (8), 919-933.
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, (6), 1-18.

- Erkan, M. K. (2015). Firma Büyüme Performansının Dinamikleri. *Basılmamış Doktora Tezi*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Gordon, R. J. (2000). *Macroeconomics*. New York: Addison Wesley longman, Inc.
- Hall, R. E. ve Taylor, J. B. (1988). *Macro Economics Theory, Performance and Policy*. New York: W. W. Norton & Company, Inc.
- Heckman, J. J. (1975). Dummy Endogenous Variables In A Simultaneous Equation System. National Bureau of Economic Research, Inc. 204 Junipero Serra Boulevard, Stanford, CA 94305.
- İbiş, S. ve Batman, O. (2015), Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolünün Yerel Halkın Görüşleri Çerçevesinde Belirlenmesi. *İkinci Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi Bildiri Kitabı*, 476-490, Kuşadası/Aydın.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi*, (8), 87-112.
- Karafiath, I. (1988). Using Dummy Variables In The Event Methodology. *The Financial Review*, 23 (3), 351-357.
- Kaya, A. ve Canlı, B. (2013). Türkiye'ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Belirleyenleri: Panel Veri Yaklaşımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 13(1), 43-54.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Koza, M. (2015). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- LaVeist, T. A. (1995). Beyond Dummy Variables and Sample Selection: What Health Services Researchers Ought To Know about Race as a Variable. *HSRK Health Services Research*, 29 (1), 1-16.
- Lim, C., C. Chang ve M. McAleer (2009). Forecasting H(m)otel Guest Nights in New Zealand, *International Journal of Hospitality Management*, 28 (2), 228-235.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R. ve Ritche, J. R. B. (1995). *Tourism Principles Practices Philosophies*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık Şti.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi ve Genel Turizm Bilgileri*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Parasız, İ. (1998). *Makro Ekonomi Teori ve Politika*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Rodrik, D. (2015). *İktisadı Anlamak*. Can Madenci (Çev.), Ankara: Efil Yayınları.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Selçuk, G. N. ve Çatal, M. F. (2007). Turizmin Erzurum Ekonomisi İçin Önemi, *Ekev Akademi Dergisi*, 11 (31), 297-306.
- Şengel, Ü. (2015). Bitlis İlinin Kalkınmasında Turizmin Rolü: Yerel Paydaşlar Üzerine Bir Araştırma. *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*, Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sevinç, E. (2013). Çoklu Regresyon Korelasyon Analizinde Varsayımdan Sapmalar ve Çimento Sektörü Üzerine Uygulama. <http://serpam.org/wp-content/uploads/Sevinc2013.pdf>, (Erişim Tarihi: 30. 05. 2019).

- Soysal, M., & Ömürgönülşen, M. (2010). Türk Turizm Sektöründe Talep Tahmini Üzerine Bir Uygulama. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi*, 21 (1), 128-136.
- Stock, J. H. ve Watson, M. W. (2011). *Ekonometriye Giriş*. Bedriye Saraçoğlu (Çev.), Ankara: Efil Yayıncılık.
- Tarı, R. (2016). *Ekonometri: Geleneksel Yöntemleri, Zaman Serileri Analizi, Panel Veri Analizleri*. Kocaeli: KÜV Yayınları.
- Tatoğlu, F.Y. (2016). *Panel Veri Ekonometrisi Stata Uygulamalı*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Topallı, N. (2015). Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerine Etkisi: 1963-2011. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 7 (14), 339-352.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2015). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayınları.
- UNWTO (World Tourism Organization). (2017). *UNWTO Annual Report 2016*, Madrid: UNWTO Publishing.
- UNWTO (World Tourism Organization). (2019). Highlight, Annual Report, Data, <http://www2.unwto.org/>, (Erişim Tarihi: 09. 03. 2019).
- Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Weatherford, L. R. ve S. E. Kimes (2003). A Comparison of Forecasting Methods for Hotel Revenue Management, *International Journal of Forecasting*, 19 (3), 401-415.
- Yapıcı, O. Ö. (2018). Turizm Talebi. Dilek Şahin ve Ali Turan Bayram (Ed.), *Turizm Ekonomisi İçinde*, İstanbul: Değişim Yayınları, 57-73.
- Yeşiltaş, M. ve Öztürk, İ. (2008), Bölgesel Kalkınma Çerçevesinde Alternatif Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme: Sivas Örneği. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 9 (1), 1-18.
- Zortuk, M. ve Bayrak, S. (2013). Seçilmiş Ülkelere Göre Türkiye'nin Turizm Talebi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 19, 35-58.