



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm Arz ve Talebine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz: Eskişehir Örneği*

Prof. Dr. Nurullah UÇKUN, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, e-posta: nuckun@ogu.edu.tr

ORCID ID: [0000-0001-5073-5644](https://orcid.org/0000-0001-5073-5644)

Öğr. Gör. Ali DOĞANTEKİN, Yozgat Bozok Üniversitesi Sorgun Meslek Yüksekokulu, e-posta: alidogantekin@gmail.com

ORCID ID: [0000-0003-3081-4884](https://orcid.org/0000-0003-3081-4884)

İbrahim DEMİR, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, e-posta: ibrahimdemir88@gmail.com

ORCID ID: [0000-0001-7035-0792](https://orcid.org/0000-0001-7035-0792)

Öğr. Gör. İlker KILIÇ, Yozgat Bozok Üniversitesi Akdağmadeni Meslek Yüksekokulu, e-posta: ilker.kilic@bozok.edu.tr

ORCID ID: [0000-0003-0617-2260](https://orcid.org/0000-0003-0617-2260)

Arş. Gör. Yasin Emre OĞUZ, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, e-posta: yeoguz@ogu.edu.tr

ORCID ID: [0000-0002-2139-4278](https://orcid.org/0000-0002-2139-4278)

Öz

Turizm arzı kısa vadede değiştirilemeyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle turizm arzı belirlenirken bir önceki dönemin turizm talebi esas alınmakta ve Cobweb teoremi kullanılmaktadır. Bu durum, turizmde talebin tahmin edilmesini diğer sektörlerle göre daha önemli kılmaktadır. Yapılan bu araştırmada da Eskişehir turizmine yönelik öneriler geliştirilmesi planlanmıştır. Bu kapsamda, 2020-2023 yılları arasında Eskişehir'i ziyaret edecek turist sayıları tahmin edilmiş ve bu tahminler doğrultusunda turizm arz ve turizm talebi arasında karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu amaç doğrultusunda, turizm talebinin göstergesi olarak 2000-2019 yılları arasında Eskişehir'i ziyaret eden turist sayıları resmi istatistik kurumlardan toplanmıştır. Devamında ise ARMA model kurularak gelecek yıllara yönelik talep tahmininde bulunulmuştur. Araştırmanın bulgular bölümünde tahmin edilen turizm talebi ve mevcut turizm arzı arasında kıyaslamalar yapılmıştır. Araştırma sonucunda Eskişehir'in tesisleşme anlamında yeterli seviyeye ulaştığı belirlenmiştir. Bundan sonra yapılacak olan yatırımların ise eğlence, yiyecek- içecek ve diğer tamamlayıcı turizm tesislerine kaydırılmasının ve mevcut arzın kalitesini artırmaya yönelik çalışmalar yapılmasının gerektiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Talebi, Turizm Arzı, Talep Tahmini, Eskişehir.

Makale Gönderme Tarihi: 15.09.2020

Makale Kabul Tarihi: 19.10.2020

Önerilen Atıf: Uçkun, N., Doğantekin, A., Demir, İ., Kılıç, İ., Oğuz, E. Y. (2020). Turizm Arz ve Talebine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz: Eskişehir Örneği, *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(6), 403-418.

© 2020 Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi.

* Bu çalışma, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi BAP birimi tarafından desteklenen 2017-17-D29 kodlu projeden üretilmiştir.



Journal of Management, Economic and Marketing Research

2020, 4(6): 403-418

DOI: [10.29226/TR1001.2020.233](https://doi.org/10.29226/TR1001.2020.233)

ISSN: 2587-0785 Journal Homepage: <https://www.yepad.org>



RESEARCH PAPER

A Comparative Analysis on Tourism Supply and Tourism Demand: The Case of Eskisehir

Prof. Dr. Nurullah UÇKUN, Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, e-mail: nuckun@ogu.edu.tr

ORCID ID: [0000-0001-5073-5644](https://orcid.org/0000-0001-5073-5644)

Lecturer Ali DOĞANTEKİN, Yozgat Bozok University, Vocational School of Sorgun, e-mail: alidogantekin@gmail.com

ORCID ID: [0000-0003-3081-4884](https://orcid.org/0000-0003-3081-4884)

İbrahim DEMİR, Eskişehir Osmangazi University, Institute of Social Sciences, e-mail: ibrahimdemir88@gmail.com,

ORCID ID: [0000-0001-7035-0792](https://orcid.org/0000-0001-7035-0792)

Lecturer İlker KILIÇ, Yozgat Bozok Üniversitesi, Vocational School of Akdağmadeni, e-mail: ilker.kilic@bozok.edu.tr,

ORCID ID: [0000-0003-0617-2260](https://orcid.org/0000-0003-0617-2260)

Research Assit. Yasin Emre OĞUZ, Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Tourism, e-mail: yeoguz@ogu.edu.tr,

ORCID ID: [0000-0002-2139-4278](https://orcid.org/0000-0002-2139-4278)

Abstract

Tourism supply has a structure that can not be changed in the short term. For this reason, while determining the tourism supply, the tourism demand of the previous period is taken as basis and the Cobweb theorem is applied. This makes the forecast of tourism demand even more important than the other sectors. In this research, it is planned to develop suggestions for the tourism of Eskisehir. In this context, the number of tourists to visit Eskisehir between 2020 and 2023 was estimated and a comparison was made between tourism supply and tourism demand in line with these estimates. For this purpose, the number of tourists visiting Eskisehir between 2000 and 2019 as an indicator of tourism demand was collected from official statistical institutions. Subsequently, ARMA model was established and demand forecasts were made for the coming years. In the findings section of the study, the estimated tourism demand and the current tourism supply were compared. As a result of the research, it was determined that Eskisehir reached a sufficient level in terms of tourism facilities. It was determined that the investments to be made from now on should be shifted to entertainment, food and beverage and other complementary tourism facilities and studies should be carried out to increase the quality of the current supply.

Keywords: Tourism Demand, Tourism Supply, Demand Forecasting, Eskişehir.

Received: 15.09.2020

Accepted: 19.10.2020

Suggested Citation: Uçkun, N., Doğanterkin, A., Demir, İ., Kılıç, İ., Oğuz, E. Y. (2020). Turizm Arz ve Talebine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Analiz: Eskişehir Örneği, *Journal of Management, Economic and Marketing Research*, 4(6), 403-418.

© 2020 Journal of Management, Economic and Marketing Research

GİRİŞ

Turizm arzı kısa vadede değiştirilemeyen bir yapıya sahiptir. Bu nedenle arzın belirlenmesi için öncelikle talebin tespit edilmesi gerekmektedir. En genel ifadeyle talep, belirli bir malın veya hizmetin belirli bir piyasada, belirli bir anda ve muhtemel fiyatlar karşısında, alıcıların o mal veya hizmetlerden satın almayı düşündükleri miktarlar şeklinde tanımlanmaktadır. Tanımda yer alan mal ve hizmet kavramlarının her ikisi de turistik faaliyetler çerçevesinde değerlendirildiğinde ise turizm talebi ortaya çıkmaktadır (Olalı ve Timur, 1998). Turizm talebi "yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olup belirli bir zaman diliminde belirli bir hedef doğrultusunda turizm mal ve hizmetlerinden faydalanan ya da yararlanmak isteyen kişi ya da kişiler topluluğu" olarak tanımlanmaktadır (Kozak vd., 2017: 92).

Turistik mal ve hizmetlerin turizm alanı dışında kalan başka alanlarda da çok fazla sayıda ikamesinin olması, lüks nitelikteki mal ve hizmetlerin turistik mal ve hizmetlerin yerini kolayca almasına yol açmaktadır. Bu durum turizm talebinin esnek yapıda seyretmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte turistik tüketime konu olan mal ve hizmetler arasında aşırı rekabette önemli bir husustur (Olalı ve Timur, 1998). Genel anlamda turizm talebi üç farklı şekilde oluşmaktadır. Bunlar; bir turizm destinasyonuna giderek turizm faaliyetlerine doğrudan katılan "efektif talep", seyahat etmeleri için uyarılmış ancak, gerek zaman ve gerekse parasal kısıtlamalar nedeniyle bu isteğini gerçekleştiremeyen "potansiyel talep", uyarıldığında seyahat edebilen ancak, sunulan olanaklar ve faaliyetler hakkında yeterli bilgiye sahip olmayan "ertelenmiş turizm talebi" şeklinde ifade edilmektedir (Kozak vd., 2017). Ayrıca turizm talebinin kendine has bazı karakteristik özellikleri bulunmaktadır. Bunlardan ilki turizm talebinin bağımsızlık özelliğidir. Buna göre turizm talebi kişiden kişiye farklılık gösteren bir yapıda hareket etmektedir. İnsanları seyahate yönelten nedenler çok çeşitli olabildiğinden kişilerin turizme katılma amaçları da farklılık gösterebilmektedir. Diğer bir özelliği ise çok yönlü olmasıdır. Fiziksel bir rahatlığa, psikolojik bir mutluluğa ulaşmak için seyahat eden kişilerle, ticari amaçla seyahat eden kişiler arasında farklılıklar olduğu gibi; konaklama alanındaki gıda, eğlence, diğer mal ve hizmetler gibi değişik ihtiyaçların baskısı ve yoğunluğuna göre de farklılıklar bulunmaktadır. Ayrıca turizm talebi esnek bir yapıdadır. Turizm talebinin ikame imkânlarının fazla olması, tüketimdeki tercihlere ekonomik, sosyal, politik ve mali nitelikteki unsurların etkisinin fazla olması turizm talebini de aşırı esnek kılmaktadır. Diğer taraftan mevsimsellik özelliği taşımaktadır. Buna göre; turizm talebi belirli mevsimlerde yoğun bir artış gösterebilmektedir. Turizm mal ve hizmetleri arasında aşırı rekabet vardır. Turizm mal ve hizmetleri, ekonomideki lüks ve kültürel nitelikteki diğer mal ve hizmetlerle yoğun rekabet halindedir. Kişisel harcanabilir gelirlerin kullanılabilmesi ile ilişkilidir. Turizm talebi bireylerin gelir durumuna bağlıdır ve talebin gelir esnekliği oldukça fazladır. Ülkelerin gelişmişlik seviyesine göre farklılık göstermektedir. Farklı gelişmişlik seviyesindeki ülkelerde yaşayan insanların turizme yönelik farklı boyutlarda gereksinim, istek ve beklentileri bulunmaktadır (Ünlüöner vd., 2011).

Araştırmanın diğer bir önemli konusu ise turizm arzıdır. Turizm arzı, bir destinasyonun (bölge veya ülke) belirli bir dönem içerisinde turistlere satmaya hazır oldukları turistik ürün ve zenginliklerin tamamı şeklinde ifade edilmektedir (Timur, 2014). Turizm arzı turizmin kendi özgü karakteristik özellikleri sonucu olarak iktisattaki arzdan bazı farklılıklar taşımaktadır. Buna göre turizm arzının belli başlı özellikleri ise şu şekilde sıralanmaktadır. Turizmde yatırım maliyetleri yüksektir, turist gruplarının homojen olmayışı farklılaştırılmış ürün gruplarını zorunlu kılmaktadır. Turistik ürünlerin tüketildikleri yer üretildikleri ya da bulundukları yerdir, diğer bir ifadeyle üretim ve tüketimleri eş zamanlıdır. Hizmetin yoğun olması nedeniyle tek düzeleşme ve otomasyon olanakları kısıtlıdır. Turizm arzı kısa ve orta vadede esnek değildir. Diğer bir ifadeyle büyük değişikliklere uğramamaktadır. Destinasyonların farklı zenginliklere sahip olmaları, farklı uzaklıkları ve mevsimsellik özelliği ile turizm arzı tam rekabet piyasasına en uzak piyasa türlerinden biri olarak kabul edilmektedir (Ünlüöner vd., 2011).

Bu çalışmada, Eskişehir'in turizm talebi ve turizm arzı arasında kıyaslamalar yapılması ve sektöre önerilerde bulunulması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda öncelikle 2000–2019 yılları arasında Eskişehir'i ziyaret eden turist sayıları toplanmış ve veri seti oluşturulmuştur. Devamında zaman serisi analizleri kullanılarak 2020–2023 arasında yönelik tahminlerde bulunulmuştur. Araştırmada turizm arzının

göstergesi olarak konaklama tesisi istatistikleri kullanılmıştır. Turizm arzını oluşturan konaklama işletmelerinin yatırım maliyetlerinin oldukça yüksek olduğu ve söz konusu çoğu işletmenin devlet teşviki ile yapıldığı bilinmektedir. Bu noktada gerek girişimcilerin başarısız olmaması gerekse kamu malının ziyan edilmemesi adına akademik çalışmalara ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir. Buradan hareketle, 2020–2023 yıllarına yönelik yapılan tahminler ile günümüzdeki mevcut turizm arz kapasitesi kıyaslanmıştır. Araştırmanın son aşamasında ise Eskişehir’i ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesinden memnuniyetlerini ölçmek amacıyla anket uygulanmıştır. Anket uygulanmasının temel nedeni turizm arz ve talebi arasındaki kıyaslamaların yanı sıra turistlerin mevcut faaliyetlerden tatmin düzeylerinin de ortaya konulmasıdır. Bu durum araştırmanın hem özgün değerini hem de önemini oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmada nicel araştırma yaklaşımlarından faydalanılmıştır. Bu kapsamda iki aşamalı bir analiz yöntemi kullanılmıştır. Analizin ilk aşamasında, Eskişehir turizm talebinin tahmin edilmesi amacıyla nicel tahmin yöntemlerinden olan zaman serileri analizinden yararlanılmıştır. Zaman serileri ile ilgili analizlerde E-views programı kullanılmıştır. Analizin ikinci aşamasında ise Eskişehir’i ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesine yönelik algıları tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla irdelenmiştir. Anket ile ilgili analizlerde SPSS programı kullanılmıştır.

Analizin ilk aşamasına geçmeden önce zaman serileri ile ilgili bazı açıklamalar yapılması gerekmektedir. Genel ifadeyle zaman serileri, ardışık olarak toplanmış gözlem değerleri hakkında yorumlar yapılması prensibine dayanmaktadır. Yapılan gözlemlerin zaman içerisinde düzenli olarak toplanmış olması sağlıklı bir analizin ön koşulu olarak kabul edilmektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2014). Turizm arzının verimli ve etkin kullanılabilmesinin turizm talebin doğru tahmin edilmesi ve planlanması ile mümkün olacağı düşünülmektedir. Aşağıda talep tahmini ile ilgili kullanılan ve bazı farklılıklara sahip talep tahmin yöntemleri üzerinde durulmuştur. Talep, işletmelerin iş karlılığının anahtarıdır. Dolayısıyla, gelecekte beklenecek talebe yönelik gerçekleştirilecek tahminler tüm planlama faaliyetleri için büyük bir önem arz etmektedir. Turizm talebine ilişkin doğru tahminler ise turizm ile ilgili faaliyet yürüten işletmelerin etkili planlama yapabilmesi için gereklidir. Bu gerekliliğin altında yatan husus turistik ürünlerinin dayanıksız ürünler olmasıdır (Song ve Witt, 2000). Dolayısıyla, turizm sektöründe de diğer tüm sektörler gibi güvenilir verilere dayanan doğru tahminlere ihtiyaç duyulmaktadır.

Turizmde talebin etken faktörlere karşı duyarlı olması ve hizmetlerin dayanıksızlık özelliği, bu sektördeki talep tahminlerini daha da önemli duruma getirmektedir (İçöz, 2005). Kaç turiste hizmet verileceği ve turistlerin hizmet ihtiyacı, talebin mevsimsellik durumu gibi hususlarla birlikte altyapı ve üstyapı, turistik çekicilikler, tanıtım, yatak kapasitesi, ulaşım imkânları ve diğer hizmetlere ilişkin alınacak kararlar da akla yatkın bir şekilde gerçekleştirilmiş doğru talep tahminlerine bağlı olarak değişim göstermektedir (Uysal ve Crompton, 1985). Yöneticilerin ve yatırımcıların operasyonel bakımdan taktik ve stratejik kararlar alabilmesine yardımcı olan doğru talep tahminleri, özellikle hükümetler açısından turizm talebine göre yatak kapasitesi, saha planlaması, ulaşım olanakları ve kalkınma gibi turizm altyapısı için gereklilikleri yapılandırmada oldukça ihtiyaç duyulan verilerdir (Huang vd., 2012: 377). Gelecekteki turist sayısının tahmini, oluşturulacak turizm politika ve planlarına temel bilgi sağlayan bir gösterge olması nedeniyle çok önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir (Chu, 2009). Doğru tahminler, hem özel hem de kamu sektörleri için değerli olmakla birlikte tahminleme, özel sektör için mal ve hizmetlerde kıtlık ya da fazlalıklardan kaçınmayı planlama noktasında çok önemlidir. Otel odaları, uçak koltukları ve araba kiralama gibi envanteri yapılamayan birçok turizm ürünü için tahminleme daha da kayda değer bir hal almaktadır (Dharmaratne, 1995).

Turizm sektöründe tahminin doğruluğunun karar alıcılar ve uygulayıcılar tarafından anlaşılması gerekmektedir. Endüstriyel uygulamalar söz konusu olduğunda turizm uygulayıcıları farklı kaynaklardan gelen turistlere yönelik öngörülen değerleri kontrol edebilirler ve söz konusu talebe ait doğru tahminlerin elde edilmesiyle belirli pazar bölümlerinde değişiklik yapılmasını planlayabilirler. Politika yapıcılar tahmin modellerini yorumlayarak, çeşitli bölgelerden gelen turizm talebindeki artışa

veya azalışa katkıda bulunan temel faktörleri analiz edebilirlerdir. Bu uygulayıcılar, turizm tahmin modellerinin anlaşılabilirliğine göre; altta yatan esas unsurları anlayabilirler. Dolayısıyla politika yapıcılar, turizm projelerini ve ilgili altyapı geliştirme faaliyetlerini de doğru ve makul bir şekilde planlayabilirler (Xu vd., 2016).

Turizm talebinin tahmin edilmesi gerek bireylerin gerekse de kamu veya özel sektör temsilcilerinin ve hatta hükümetlerin geleceğe yönelik yapacakları turizm planlamalarında ihtiyaç duydukları önemli bir unsurdur. Öyle ki, fiyatlandırma, tanıtım ve stratejik pazarlama programları ile beşerî, doğal ve sermaye kaynaklarının doğru noktalara yönlendirilebilmesi hususunda şu anki talebin belirlenmesi ve geleceğe ışık tutacak doğru ve güvenilir talep tahminleri hayati role sahiptir. Bir turizm destinasyonunu ziyaret edecek olan turist sayısının ve bunların gereksinim duyacağı mal ve hizmetlerle birlikte dönerselliğin de tahmin edilmesi; altyapı, konaklama, ulaşım, çekicilik, reklam ve tanıtım başta olmak üzere birçok hizmetin planlanması ve diğer sektörlerle koordine edilmesi o bölgedeki turizm gelişiminin yanı sıra uzun dönemde de rekabet gücü ve destinasyon başarısı açısından da önem taşımaktadır (Bahar ve Kozak, 2012).

Özellikle, belirli bir zaman diliminde geçerli fiyat düzeylerinde mal veya hizmet satın almak isteyenlerin toplamı yani "efektif talep" genel ekonomi bakımından yadsınamaz bir önem taşımaktadır (Bull, 1996). Öyle ki, belirli bir zaman aralığında turistik merkezleri ziyaret edenler, bu kişilerin geldikleri yerler, konaklama ve geceleme gibi büyüklüklere ait toplamlar turizm talebini ülke düzeyinde tahmin etmeye çalışanların sıkça kullandıkları veriler olmuşlardır. Temel haliyle turizmde talep tahmini üç önemli soruya cevap vermeye yardımcı olmaktadır (Uysal ve Crompton, 1985);

- Belirli bir zaman aralığında bir destinasyona ne kadar turist gelecektir?
- Destinasyon en iyi pazarlama fırsatlarını hangi kaynaklarla sunar?
- Destinasyona yönelik turist ziyaretleri üzerinde en etkili olacak faktörler hangileridir?

Turizm yatırımlarının itici gücü turizm talebidir. Ayrıca, turizm yatırımları talepteki nitel ve nicel gelişmenin bir fonksiyonu olduğundan yatırıma yönelik planlamalar talebe ilişkin gerçekleştirilecek tahminler sonucunda programlanmaktadır. Turizm talebini belirleyen faktörlerin başında gelir, fiyat, ulaşım maliyeti ve döviz kuru gelmektedir (Zortuk ve Bayrak, 2013). Bu ve diğer tüm faktörler talep tahmininde farklı yöntemlerle kullanılmaktadır. Talep tahmini için tek ve en doğru bir model olmadığı (Jain, 2007) için araştırmacılar çoğu zaman mevsimsellik ve trendler gibi değişkenleri de göz önüne alarak birden fazla modellenmiş uygulamalar bölge dinamikleri için en doğru sonucu veren modelin sonuçlarını kullanması tercih edilmektedir (Soysal ve Ömürgönülşen, 2010; Pindyck ve Rubinfeld, 1998).

Literatür incelendiğinde, özellikle Box-Jenkins (ARIMA) modellerinin turizm talebi tahmininde tutarlılığı ve performansı ön plana çıktığı görülmektedir (Lim ve McAleer, 2002; Kulendran ve Witt, 2001). Box ve Jenkins'in 1970 yılında literatüre kattıkları otoregresif hareketli ortalamalar modelleri (ARIMA) geçtiğimiz kırk yıl içinde turizm talep tahmini araştırmalarında oldukça yaygın bir şekilde kullanılmıştır. 2000 yılı öncesinde konu ile ilgili çalışmaların %70'ten fazlasında ARIMA modellerinin birçok farklı versiyonu kullanılmıştır. Kullanım yaygınlığı değerlendirildiğinde basit ARIMA veya onun mevsimsellik değişkenini de barındıran versiyonu olan mevsimsel otoregresif hareketli ortalamalar (SARIMA) modellerinin talep tahmini için kullanışlı olduğu söylenmektedir. Ayrıca belirtmek gerekir ki, özellikle karar vericilerin turizm talebinin mevsimsel değişimine olan ilgisi ve turizm sektöründe mevsimselliğin baskın bir unsur oluşu SARIMA modellerinin geçtiğimiz yıllarda popülerliğini giderek arttırmıştır (Song ve Li, 2008).

Bu araştırmada Eskişehir turizm talebinin tahmin edilmesinde de zaman serileri kullanılmıştır. Zaman serilerinin en önemli kullanım amacı mevcut verilerden yola çıkarak gelecek için tahminler yapılması olarak kabul edilmektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2014). Ancak tahmin edilecek zamanın uzaması durumunda, sonraki dönemlere yönelik öngörülerin güvenilirliği de ters orantılı olarak değişim göstermektedir. Zaman serisi modelleri, teorik temellere dayalı olması gerekli olmayan ve verilere

dayanan modeller olarak kabul edilmektedir. Bu yönüyle zaman serisi modellerine kuramsız modeller de denilmektedir (Bails ve Peppers, 1993; Tarı, 2014).

Otoregresif Süreç: AR(p)

Otoregresif süreç, bağımlı değişkenin geçmişteki değerlerine bakılarak, gelecekte alabileceği muhtemel değerleri tahmin etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu modellerin temel amacı ön raporlama yapmak ve öngörülerde bulunmaktır. Otoregresif süreç üç başlık altında incelenmektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2014):

- **AR(1):** Birinci dereceden otoregresif süreç anlamına gelmektedir. Ar(1) yapıya sahip modelin formülü aşağıdaki gibidir:

$$Y_t = \bar{\phi} + \phi Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad t=1,2,3,\dots, T$$

Birinci derece otoregresif modelde "6" bir kesme parametresidir. Y_t bağımlı değişken, Y_{t-1} ise bağımlı değişkenin 1 önceki dönemine karşılık gelmektedir. Y_{t-1} değişkeninin parametresi ϕ_1 -1 ile +1 arasında değer aldığındaki durağan AR(1) yorumu yapılabilmektedir. Ekonomik zaman serisinde en fazla karşılaşılan model AR(1) modelidir (Box vd., 2015).

- **AR(2):** İkinci dereceden otoregresif süreç anlamına gelmektedir. AR(2) yapısındaki modelin formülü:

$$Y_t = \bar{\phi} + \phi_1 Y_{t-1} + \phi_2 Y_{t-2} + \varepsilon_t \quad t=1,2,3,\dots, T$$

AR(2) modelleri ekonomik zaman serilerinde sıklıkla karşılaşılan diğer bir modeldir. Genellikle otoregresif süreçlerin geliştirilmesiyle birlikte ortaya çıkmaktadır. AR(1) modelinde kullanılan değişkenler ve parametreler AR(2) modelinde de geçerlidir. Aralarındaki en belirgin fark durağanlığın tespit edilmesinde ortaya çıkmaktadır. AR(2) modellerinde durağanlık aşağıdaki koşullar altında gerçekleşmektedir (Sevüktekin ve Çınar, 2014):

$$\phi_1 + \phi_2 < 1$$

$$\phi_2 - \phi_1 < 1$$

$$-1 < |\phi_2| < 1$$

- **AR(p):** P dereceden otoregresif süreç anlamına gelmektedir. AR(p) modellerinin hesaplanmasında kullanılan formül aşağıdaki gibidir:

$$Y_t = \bar{\phi} + \phi_1 Y_{t-1} + \phi_2 Y_{t-2} + \dots + \phi_p Y_{t-p} + \varepsilon_t$$

P değeri ile anlatılmak istenen, sürecin gecikme sayısıdır. Süreç 1. gecikmede AR(1), 2. gecikmede AR(2) olarak tanımlanmaktadır. AR(p) ise otoregresif sürecin genel formülüdür.

Hareketli Ortalama Süreci: MA(q)

Otoregresif modellerde Y_t 'nin geçmiş değerlerinin ağırlıklı toplamı ve hata terimi birbirine bağlıdır. Hareketli ortalama modelinde Y_t süreci, gecikmeli hata terimlerinin ağırlıklı toplamı ile ilişkilendirilmektedir (Orhunbilge, 1999; Tarı, 2014). Genel olarak hareketli ortalama süreci formülü ise aşağıdaki şekildedir:

$$Y_t = \mu + \varepsilon_t + \theta_1 \varepsilon_{t-1} + \theta_2 \varepsilon_{t-2} + \dots + \theta_q \varepsilon_{t-q}$$

Hareketli ortalama süreci genel anlamda üç başlık altında incelenmektedir:

- **MA(1):** Birinci dereceden hareketli ortalama anlamına gelmektedir. MA(1) denklemi aşağıdaki şekilde gösterilmektedir:

$$Y_t = \mu + \varepsilon_t + \theta_1 \varepsilon_{t-1}$$

Birinci dereceden hareketli ortalama süreci en basit hareketli ortalama sürecidir. Bir dönemlik gecikme üzerinden hesaplanmaktadır. Sadece bir dönemlik belleğe sahip bir zaman serisidir. Diğer bir ifadeyle, Y_t sadece Y_{t+1} ile Y_{t-1} korelasyonludur (Sevüktekin ve Çınar, 2014).

- **MA(2):** İkinci dereceden hareketli ortalama anlamına gelmektedir. MA(2) denklemi aşağıdaki gibi gösterilmektedir:

$$Y_t = \mu + \varepsilon_t + \theta_1 \varepsilon_{t-1} + \theta_2 \varepsilon_{t-2}$$

- **MA(q):** Q dereceden hareketli ortalama anlamına gelmektedir. Tanımda yazılan genel formül ile tahmin yapılmaktadır:

$$Y_t = \mu + \varepsilon_t + \theta_1 \varepsilon_{t-1} + \theta_2 \varepsilon_{t-2} + \dots + \theta_p \varepsilon_{t-p}$$

Otoregresif süreçlerde olduğu gibi hareketli ortalama sürecinde de gecikmeler üzerinden yorum yapılmakta ve zaman serileri isimlendirilmektedir. Diğer bir ifadeyle, MA(2) ikinci dereceden, MA(q) ise q dereceden hareketli ortalama olarak adlandırılmaktadır.

Otoregresif Hareketli Ortalama Süreci: ARMA(p,q)

Ekonometrik araştırmalarda önemli bir aşama da verilerin gerçekleşme şekillerinden yararlanarak modelin tahmin edilmesidir. Zaman serilerinde otoregresif ve hareketli ortalamalar sürecinden bahsettikten sonra, bu iki tip süreci de içinde barındıran otoregresif hareketli ortalama sürecine (ARMA) de değinmek gerekmektedir. ARMA(p,q) modelinin formülle gösterimi aşağıdaki gibidir (Nelson, 1993):

$$Y_t = \phi + \phi_1 Y_{t-1} + \dots + \phi_p Y_{t-p} + \varepsilon_t + \theta_1 \varepsilon_{t-1} + \dots + \theta_q \varepsilon_{t-q}$$

- **ARMA(1,1):** Birinci dereceden otoregresif hareketli ortalama süreci olarak adlandırılmaktadır. ARMA süreci AR ve MA bileşenlerinin bir kombinasyonudur ve formülle gösterimi şu şekildedir:

$$Y_t = \phi + \phi_1 Y_{t-1} + \varepsilon_t + \theta_1 \varepsilon_{t-1}$$

Formülden de anlaşılacağı üzere ayrı ayrı açıklanan otoregresif süreç ve hareketli ortalama sürecinin özelliklerini birlikte gösteren zaman serisi modeli otoregresif hareketli ortalama süreci (ARMA) olarak adlandırılmaktadır.

Otoregresif Bütünleşik Hareketli Ortalama Süreci: ARIMA(p,d,q)

Otoregresif süreç (AR), hareketli ortalama süreci (MA) ve otoregresif hareketli ortalama süreci (ARMA) üzerine yapılan araştırmalar serinin durağan olduğu varsayımına dayanmaktadır. Ancak gerçek hayatta bu varsayım çoğu zaman geçerli değildir (Sevüktekin ve Çınar, 2014). Buradan hareketle otoregresif bütünleşik hareketli ortalama sürecini (ARIMA) homojen durağan olmayan ancak durağanlık yöntemleriyle durağan hale dönüştürülmüş süreçler olarak tanımlamak yerinde olacaktır (Günay vd., 2007). Genel formülü ise aşağıdaki gibidir:

$$Y_t = \phi_1 Y_{t-1} + \phi_2 Y_{t-2} + \dots + \phi_p Y_{t-p} + \phi + \varepsilon_t - \theta_1 \varepsilon_{t-1} - \theta_2 \varepsilon_{t-2} - \dots - \theta_q \varepsilon_{t-q}$$

Otoregresif bütünleşik hareketli ortalama sürecinin temel amacı zaman serilerinin hareketlerini açıklamaktır. Bu hareketlerin açıklanmasında kullanılan temel yaklaşım ise gözlemlenen değerin geçmiş dönemlerdeki ağırlıklı ortalamalarının toplamı ve rassal şok bileşimleri olarak kabul edilmektedir. Genel bir ifadeyle zaman serisi modelleri (AR, MA, ARMA, ARIMA), ekonometrik araştırmaların önemli amaçlarından biri olan öngörü ve tahminde kullanılmaktadır. Her ne kadar yapılan tahminler örneklem yaşanan döneminin politik ve konjonktürel şartları üzerinden yapılsa da bu zaman serisi modellerinin ekonometrik bir temele dayandırılmak zorunda olmaması araştırmacıların işini kolaylaştırmaktadır. Literatürde bu modellerle alakalı olarak genel felsefe "bırakın da veriler konuşsun" şeklinde ifade edilmektedir (Unay, 1978).

Araştırmada Kullanılan Analiz Yöntemleri

Bu araştırmada, Eskişehir turizm talebinin tahmin edilmesi amacıyla zaman serileri analizlerinin kullanılmasına karar verilmiştir. Bu kapsamda 2000-2019 yılları arasında Eskişehir'i ziyaret eden turist sayıları çeyrek dönemler halinde toplanmış ve veri seti oluşturulmuştur. Devamında, toplanan verilere ARMA model kapsamında analizler yapılmış ve önümüzdeki yıllarda gerçekleşmesi muhtemel turist

sayıları tahmin edilmiştir. Eskişehir'in turizm arzı ile ilgili verilerin toplanmasında ikincil verilerden yararlanılmıştır. Bu kapsamda, turizm arzının göstergesi olarak Eskişehir'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin yatak sayıları esas alınmış ve tablolar halinde verilerek yorumlanmıştır.

Araştırma kapsamında, 2000–2019 yılları arasında Eskişehir'i ziyaret eden turist sayısı verileri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) veri tabanından derlenmiştir. Ayrıca diğer istatistiki göstergeler olan; yatak kapasitesi, tesis sayısı, geceleme sayısı ve ortalama kalış süresi gibi veriler TÜİK, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) veri tabanlarından derlenmiştir. Bu ilgili istatistiklerin hem kontrolünde hem de eksiklerin tamamlanmasında da Eskişehir Büyükşehir Belediyesi ve Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü ile yüz yüze görüşülmüştür.

Analizin son aşamasında turizm arzına yönelik sağlıklı kıyaslamalar yapılabilmesi adına ziyaretçilerin mevcut turizm arzına yönelik algılarının tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla incelenmesine karar verilmiştir. Buradan hareketle, Parasuraman vd. (1988) tarafından geliştirilen SERVQUAL ölçeği Eskişehir'i ziyaret eden turistlere uygulanmıştır. Bu kapsamda 500 adet anket dağıtılmıştır. Bu anketlerden 16 tanesinin tam olarak doldurulmadığı görülmüştür. Dolayısıyla 484 adet eksiksiz doldurulan anket üzerinden analizler yapılmıştır.

BULGULAR

Araştırma bulguları üç başlık altında ele alınmıştır. Birinci başlığın altında Eskişehir arzına yönelik bulgular yer almaktadır. İkinci başlıkta Eskişehir turizm talebine yönelik bulgulara ve talep tahmini bulgularına yer verilmiştir. Üçüncü başlıkta ise Eskişehir'i ziyaret eden turistlerin 5'li likert tipi anketle ile ölçülen hizmet kalitesi algıları yer almaktadır.

Eskişehir Turizm Arzına Yönelik Bulgular

Araştırmanın bu aşamasında, Eskişehir turizm arzının göstergesi olarak işletme sayıları, yatak kapasiteleri ve oda sayıları esas alınmıştır. Eskişehir'de faaliyet gösteren işletmeler kuruluş şekillerine göre üç başlık altında değerlendirilmektedir. Bunlar; turizm yatırım belgeli işletmeler, turizm işletme belgeli işletmeler ve belediye belgeli işletmelerdir.

Turizm Yatırım Belgeli İşletmelere Yönelik Bulgular

Eskişehir'de faaliyet gösteren turizm yatırım belgeli işletmelerin tesis sayıları, oda sayıları ve yatak kapasitesine ait değerler tablolar aracılığıyla sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 1. Eskişehir'deki Turizm Yatırım Belgeli İşletmelere Yönelik Bulgular

Yıllar	Turizm Yatırım Belgeli			Yıllar	Turizm Yatırım Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak		Tesis	Oda	Yatak
2000	1	82	182	2010	5	477	914
2001	1	82	182	2011	3	241	482
2002	1	82	182	2012	10	730	1460
2003	1	122	250	2013	9	775	1528
2004	1	122	250	2014	13	857	1692
2005	2	173	346	2015	9	563	1136
2006	2	173	346	2016	9	605	1247
2007	1	65	130	2017	6	336	688
2008	2	119	235	2018	3	342	694
2009	2	119	235	2019	3	342	694

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Eskişehir İl Kültür Turizm Müdürlüğü

Tablo 1 incelendiğinde, Eskişehir'de faaliyet gösteren güncel turizm yatırım belgeli işletme sayısının 3 olduğu görülmektedir. İlgili 3 tesisin toplam 342 odaya ve 694 yatak kapasitesine sahip olduğu söylenebilir. 2000 yılında 1 tesis, 82 oda ve 182 yatak kapasite sahip olan Eskişehir'in yıllar içerisinde

turizm yatırım belgeli konaklama işletmelerindeki arz kapasitesinde bir artış olduğu görülmektedir. En yüksek kapasiteye ise 13 tesis, 857 oda ve 1692 yatak kapasitesi ile 2014 yılında sahip olduğunu söylemek mümkündür.

Turizm İşletme Belgeli İşletmelere Yönelik Bulgular

Bu başlık altında Eskişehir’de faaliyet gösteren turizm işletme belgeli işletmelere ait tesis sayıları, oda sayıları ve yatak kapasiteleri tablolar halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 2. Eskişehir’deki Turizm İşletme Belgeli İşletmelere Yönelik Bulgular

Yıllar	Turizm İşletme Belgeli			Yıllar	Turizm İşletme Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak		Tesis	Oda	Yatak
2000	8	355	678	2010	14	952	1899
2001	8	355	678	2011	16	1047	2079
2002	9	433	799	2012	17	1095	2167
2003	8	406	754	2013	21	1281	2518
2004	8	406	754	2014	21	1276	2502
2005	11	675	1332	2015	26	1761	3489
2006	11	675	1332	2016	32	2138	4233
2007	12	783	1548	2017	31	2095	4151
2008	14	922	1826	2018	36	2337	4634
2009	14	922	1826	2019	36	2337	4634

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Eskişehir İl Kültür Turizm Müdürlüğü

Tablo 2’ye göre, 2019 yılında Eskişehir’de faaliyet gösteren 36 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisi, 2337 oda ve 4634 yatak bulunmaktadır. Eskişehir’deki turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin sayısının 2000 yılından 2019 yılına kadar genel olarak bir artış içinde olduğu tablodan anlaşılmaktadır.

Belediye Belgeli İşletmelere Yönelik Bulgular

Bu başlık altında Eskişehir’de faaliyet gösteren belediye belgeli işletmelere ait tesis sayıları, oda sayıları ve yatak kapasiteleri tablolar halinde verilmiş ve yorumlanmıştır.

Tablo 3. Eskişehir’deki Belediye Belgeli İşletmelere Yönelik Değerler

Yıllar	Belediye Belgeli			Yıllar	Belediye Belgeli		
	Tesis	Oda	Yatak		Tesis	Oda	Yatak
2000	13	338	682	2010	11	344	606
2001	13	333	662	2011	25	777	1552
2002	13	333	662	2012	25	777	1552
2003	11	328	615	2013	25	777	1552
2004	13	333	662	2014	25	777	1552
2005	11	328	615	2015	25	777	1552
2006	10	312	554	2016	25	777	1552
2007	11	344	606	2017	25	777	1552
2008	11	344	606	2018	29	1053	2245
2009	11	344	606	2019	29	1053	2245

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Eskişehir İl Kültür Turizm Müdürlüğü

Tablo 3 incelendiğinde, 2019 yılı itibariyle Eskişehir’de faaliyet gösteren belediye belgeli konaklama işletme sayılarının 29 olduğu tespit edilmiştir. Mevcut 29 tesiste 1053 oda ve 2245 adet yatak bulunmaktadır. Diğer taraftan belediye belgeli tesis sayısının son yıllarda pek fazla bir değişiklik olmadığı görülmektedir.

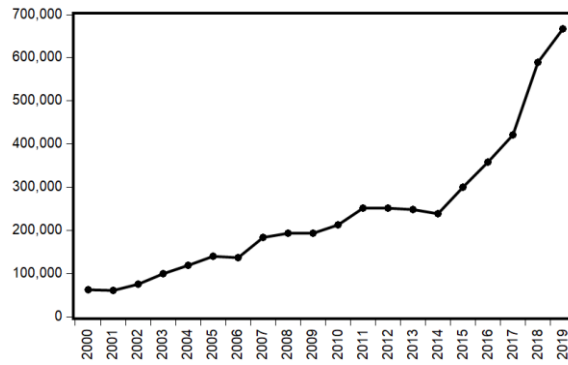
2019 yılı itibarıyla, Eskişehir’de faaliyet gösteren 68 konaklama işletmesi olduğu görülmüştür. İlgili işletmelerde 3732 oda ve 7573 yatak bulunduğu tespit edilmiştir. Buradan hareketle, Eskişehir’de bir gün içerisinde 7573 kişinin konaklamasına yetecek kadar yatak kapasitesi olduğunu söylemek mümkündür. Bu kapasite 365 gün tamamen dolu olarak çalıştığında da toplamda 2,764 milyon turisti ağırlayabilmektedir.

Eskişehir Turizm Talebine Yönelik Bulgular

Araştırma kapsamında, Eskişehir turizmine yönelik veriler; Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, Eskişehir İl Kültür Turizm Müdürlüğü, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB) veri tabanlarından derlenmiştir. Türkiye’de turizm alanında faaliyet gösteren işletmeler turizm belgeli ve belediye belgeli olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Bu araştırmada da incelemeler bu ayırım göz önüne alınarak yapılmıştır.

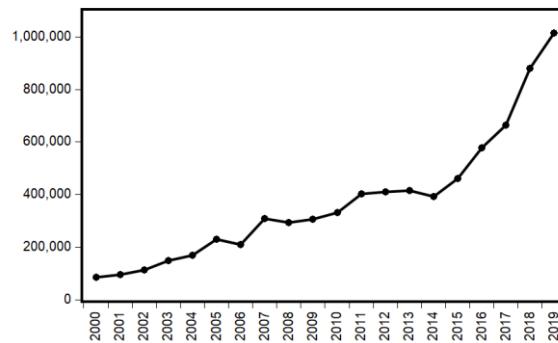
Konaklama İşletmelerine Yönelik Bulgular

Bu başlık altında Eskişehir’de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin 2000–2019 yılları arasında konaklama sayıları, geceleme sayıları, ortalama kalış süreleri ve doluluk oranları grafikler aracılığıyla incelenmiş ve yorumlanmıştır.



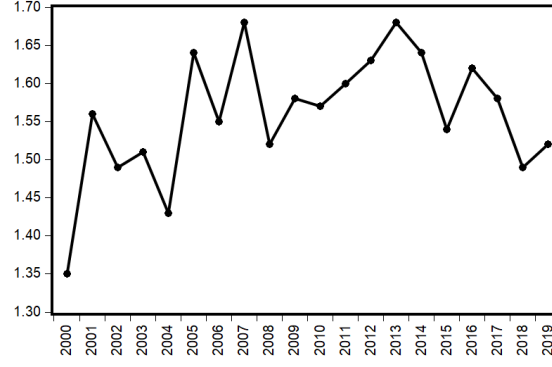
Şekil 1. Konaklayan Turist Sayısına Yönelik Bulgular

Şekil 1’e göre Eskişehir’e yönelik turizm talebinin 2000 yılından 2011 yılına kadar sürekli bir artış içinde olduğu görülmektedir. Her ne kadar 2011 yılında bir düşüş yaşanmış olsa da Eskişehir’de faaliyet gösteren turizm belgeli işletmelerde konaklayan turist sayısının artan bir grafiğe sahip olduğunu söylemek mümkündür.



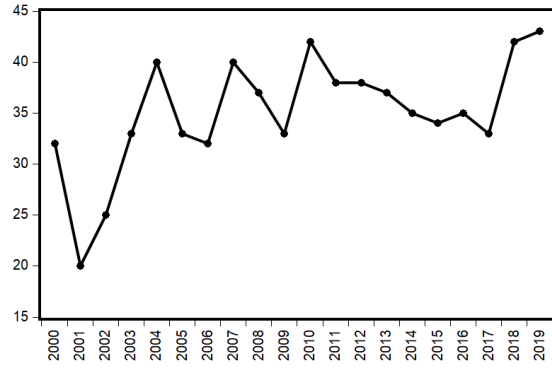
Şekil 2. Geceleme Sayısına Yönelik Bulgular

Şekil 2 incelendiğinde, Eskişehir’de faaliyet gösteren turizm belgeli işletmelerdeki geceleme sayısı grafiğinin artan bir eğilime sahip olduğu görülmektedir.



Şekil 3. Ortalama Kalış Süresine Yönelik Bulgular

Şekil 3 incelendiğinde ortalama kalış sürelerinin en düşük olduğu yıl 2000 olarak görülmektedir. Bu grafikte dikkat çeken en önemli unsur ise Eskişehir ortalama kalış süresinin 20 yıl içerisinde hiçbir zaman 2'nin üzerine çıkmamasıdır.



Şekil 4. Doluluk Oranlarına Yönelik Bulgular

Şekil 4 incelendiğinde, Eskişehir'de faaliyet gösteren konaklama işletmelerin doluluk oranlarının düzensiz bir şekilde hareket ettiği ifade edilebilir. Diğer dikkat çeken unsur ise ortalamanın hiçbir dönemde %45'i üzerine çıkmamış olmasıdır.

Talep Tahmini Bulguları

Analizin bu bölümünde, 2000-2019 yılları arasında Eskişehir'i ziyaret eden turist sayıları çeyreklik halinde toplanmıştır. Verilerin toplanmasında Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü veri tabanından yararlanılmıştır. Verilerin çeyreklik olarak toplanmasının temel nedeni ise gözlenen veri sayısının artırılmasıdır. Veri seti incelendiğinde, serilerde mevsimsellik unsuru bulunduğu görülmüştür. Mevsimsel düzeltmenin yapılmasında Tramo/Seats yönteminden yararlanılmıştır. Araştırma kapsamında 2023'e kadar olan turist sayılarının tahmin edilmesi planlanmaktadır. Bu amaçla başlangıç noktası olan 2000 yılının birinci çeyreğinden 2019'un dördüncü çeyreğine kadar olan veriler üzerinden ARMA modeli kurulmuştur.

Tablo 4. AR(1) ve MA(4) Modeli Bulguları

Değişkenler	Katsayılar	Std. Hata	T İstatistikleri	Olasılık
C	0,214290	0,860427	2,490514	0,0151
AR(1)	-0,347230	0,091894	-3,185433	0,0021
AR(4)	-0,267041	0,121796	-2,192534	0,0316
R-Squared	0,214295	Akaike Info Criterion		21,66620
A. R-Squared	0,192470	Schwarz Criterion		21,75890
F-Statistic	9,818711	Prob(F-Statistic)		0,000170

Tablo 4'te yer alan bulgular incelendiğinde, değişkenlerin ve kurulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür ($p<0,050$). Analizin devamında modelin geçerliliği yönelik olarak korelogram testi bulguları incelenmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda modelde otokorelasyona rastlanmamıştır. Devamında ise modelde değişen varyansa yönelik incelemeler yapılmış ve değişen varyansa da rastlanmamıştır. Bu kapsamda da ARMA(1,4) modeli kurulmuş ve tahminler yapılmıştır.

Tablo 5. Eskişehir Yönelik Talep Tahmini

YILLAR	TAHMİN
2020	703421
2021	772142
2022	846210
2023	954512

Tablo 5'te ARMA(1,4) modeli kapsamında Eskişehir'in 2023 yılına kadar olan talep tahmini değerleri yer almaktadır. Buna göre 2023 yılında yaklaşık 1 milyon kişinin Eskişehir'i ziyaret etmesi beklenmektedir. Ancak bu tahminlerin ceteris paribus şartlar altında ve tahmin yapılan dönemin konjonktürel şartlarında yapıldığı unutulmamalıdır.

Hizmet Kalitesi Algısına Yönelik Bulgular

Analizin son aşamasında, Eskişehir'i ziyaret eden turistlerin hizmet kalitesi algıları ve tekrar ziyaret niyetleri SPSS programı aracılığıyla ortalama değerler (mean values) üzerinden incelenmiştir. Bu analizin amacı turizm arzı ve talebi ile ilgili kıyaslamalarda kullanılmasına yardımcı olmaktır. Bu kapsamda öncelikle katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, medeni hali, mesleği, aylık geliri ve konakladıkları otel türleri gibi özelliklerine ilişkin bulgular tablola halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Tablo 6. Katılımcıların Özelliklerine Yönelik Bulgular

Cinsiyet	N	Yüzde %
Erkek	258	53,3
Kadın	226	46,7
Yaş	N	Yüzde %
18 – 29 yaş arası	188	38,8
30 – 39 yaş arası	125	25,8
40 – 49 yaş arası	68	14,0
50 – 59 yaş arası	58	12,0
60 yaş ve üstü	45	9,3
Eğitim Durumu	N	Yüzde %
İlkokul mezunu	40	8,3
Ortaokul mezunu	26	5,4
Lise mezunu	117	24,2
Lisans mezunu	254	52,5
Lisansüstü mezunu	47	9,7
Medeni Durum	N	Yüzde %
Bekâr	206	42,6
Evli	278	57,4
Aylık Gelir	N	Yüzde %
2000 TL ve altı	83	17,1
2001 TL – 3000 TL arası	108	22,3
3001 TL – 4000 TL arası	120	24,8
4001 TL – 5000 TL arası	119	24,6
5001 TL ve üstü	54	11,2

Konaklanan İşletme Türü	N	Yüzde %
Belediye Belgeli	62	12,8
2 Yıldızlı	60	12,4
3 Yıldızlı	190	39,9
4 Yıldızlı	104	21,5
5 Yıldızlı	68	14,0
Toplam	484	100

Tablo 6'ya göre katılımcıların %53,3'ü (258) erkeklerden, %46,7'si (226) kadınlardan oluşmaktadır. Katılımcıların yaşlarına göre dağılımına bakıldığında ise; %38,8'i (188) 18-29 yaş arasında, %25,8'i (125) 30-39 yaş arasında, %14'ü (68) 40-49 yaş arasında, %12'si (16) 50-59 yaş arasında ve %9,3'ü 60 yaş üstü olarak tespit edilmiştir. Katılımcıların eğitim durumları, %52,5'i (254) lisans mezunu, %24,2'si (117) lise mezunu, %9,7'si (47) lisansüstü mezunu, %8,3'ü (40) ilkokul mezunu ve %5,4'ü (26) ortaokul mezunu olarak belirlenmiştir. Katılımcıların medeni hallerine göre dağılımları; %57,4'ünün (278) evli ve %42,6'sının (206) bekâr olduğunu göstermektedir. Katılımcıların aylık gelirleri göz önüne alındığında, %17'inin (83) 2000TL ve altı, %22,3'ünün (108) 2001-3000TL arası, %24,8'inin (120) 3001-4000 TL arası, %24,6'sının (119) 4001-5000TL arası, %11,2'sinin (54) 5001TL ve üstü gelire sahip olduğu görülmüştür. Son olarak katılımcıların %39,3'ünün (190) 3 yıldızlı otellerde, %21,5'inin (104) 4 yıldızlı otellerde, %14'ünün (68) 5 yıldızlı otellerde, %12,8'inin belediye belgeli otellerde, %12,4'ünün 2 yıldızlı otellerde konakladıkları görülmektedir. Analizlerin son aşamasında katılımcılara uygulanan SERVQUAL ölçeğine yönelik tanımlayıcı istatistikler aracılığıyla incelenmiştir (Tablo 7).

Tablo 7. Katılımcıların Anket Cevaplarına Yönelik Bulguları

İfadeler	Ortalama
Otelin görünümü, konseptini yansıtmaktadır.	3,520
Otel ve otele ait diğer tesisler, görsel olarak çekicidir.	3,531
Otel çalışanları, iyi giyimli ve bakımlıdır.	3,638
Otelin alt ve üstyapı donanımları, yeterli düzeydedir.	3,417
Otel yönetimi, söz verdiği şekilde hizmet vermektedir.	3,369
Otel çalışanları, misafirlerin sorunlarını çözmek için ilgi gösterir.	3,402
Otelde sunulan hizmetlere güvenebilirsiniz.	3,433
Otelde sunulan hizmetler, söz verildiği süre içerisinde tamamlanır.	3,347
Otel çalışanları, faaliyetlere ilişkin kayıtları düzenli ve hatasız tutar.	3,411
Otelde sunulacak hizmetlerin yeri ve zamanı, misafirlere duyurulur.	3,353
Otel çalışanları, hızlı ve zamanında hizmet sunarlar.	3,355
Otel çalışanları, her zaman misafirlere yardım etmek isterler.	3,421
Otel çalışanlarına güvenebilirsiniz.	3,464
Otel çalışanları, müşteri mahremiyetine dikkat ederler.	3,545
Otel çalışanları, her zaman naziktirler.	3,461
Otel çalışanları, yöneltilen sorulara cevap verebilecek bilgi ve donanıma sahiptirler.	3,362
Otel çalışanları, misafirlerle bireysel olarak ilgilenirler.	3,291
Otel çalışma saatleri, tüm misafirlere uygundur.	3,355
Otel, misafirlerin menfaatlerini kendi menfaatinden üstün tutar.	3,118
Hizmet Kalitesine Yönelik Algılar	3,401
Bu otelde tekrar konaklamak isterim.	3,145
Bu oteli arkadaşlarıma tavsiye edeceğim.	3,070
Tekrar Ziyaret Niyetine Yönelik Algılar	3,010

Tablo 7 incelendiğinde, katılımcıların hizmet kalitesi algılarına yönelik ortalamalarının 3,401 ve tekrar ziyaret niyetine yönelik ortalamalarının 3,010 olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulara göre Eskişehir'i ziyaret eden turistlerin hem hizmet kalitesine yönelik hem de tekrar ziyaret niyetine yönelik algılarının orta düzeyde olduğu görülmüştür.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Yatırımcıların gelecekle ilgili düşlediklerinin ne kadarının gerçekçi olduğu, genellikle bahsedilen kazanımların elde edilmesi ya da kayıpların yaşanmasından sonra gözlemlenmektedir. Gerçekçi bir yatırımcı; geçmişte edindiği tecrübelerin ışığında, yaşadığı zamanı yorumlayan ve gelecekteki gelişmeleri tahmin ederken akılcı yöntemlerle ölçümler gerçekleştiren, alacağı risklerin düzeyini bu yöntemler çerçevesinde belirleyen kişidir. Bu noktadan hareketle, son yıllarda İç Anadolu Bölgesi'nde turizm alanında popülerlik kazanan bir destinasyon olan Eskişehir'in son 19 yılda konaklama endüstrisinde yaşanan arz ve talebe yönelik gelişmeler ele alınmıştır. Bu doğrultuda, arza ait bulguların elde edilmesinde ikincil kaynaklardan faydalanırken, 2023 yılına ait talebin tahmin edilmesinde ARMA modeli kullanılmıştır.

Talep tahmin yönteminde konaklama tesislerinde geceleme yapan ziyaretçi sayıları kullanılmıştır. Gününbirlik olarak Eskişehir'i ziyaret eden turist sayısının son yıllarda artış göstermesi turizm anlamında Eskişehir'e yatırım yapmak isteyenleri girişimcileri yanıltabilmektedir. Araştırmada yapılan tahminlerin bugünün konjonktürel şartları üzerinden yapıldığı ve herhangi bir kriz veya salgınla karşılaşıldığında da değişebileceği göz ardı edilmemelidir. Bu araştırmanın sonuçları, yatırımcılara gelecek yıllar içerisinde Eskişehir'i ziyaret edecek olan kişi sayılarının yıldan yıla sürekli artacağını ancak artış oranlarının yaklaşık %10 düzeyinde seyredeceğini göstermektedir. Dolayısıyla bu sonuç, yatırımcılar için oldukça makul gelebilmektedir. O halde "Yatırımcı söz konusu destinasyona konaklama işletmesi açmalı mıdır?". Bu sorunun gerçekçi bir şekilde cevaplandırılabilmesi için destinasyondaki mevcut arz kaynaklarının da irdelenmesi gerekmektedir. Araştırma bulgularına göre; Eskişehir, mevcut konaklama arzı ile önümüzdeki yıllar içerisinde gelmesi tahmin edilen ziyaretçileri rahatlıkla ağırlayabilecek durumdadır. Çünkü 2019 yılı için Eskişehir'in mevcut arz kapasitesi yaklaşık 3 milyon yatak civarındadır. Bu noktada talebin yetersiz kalması, mevcut ve gelecekteki girişimcilerin konaklama işletmelerine yönelik yatırımlarını olumsuz yönde etkileyebilecektir. Dolayısıyla gelecekteki girişimcilerin, yatırımlarını konaklama işletmesi dışındaki alanlara yapmalarının daha akılcı olabileceği düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında irdelenen bir diğer husus ise; söz konusu destinasyondaki turistlerin hizmet kalite algı düzeylerinin belirlenmesidir. Araştırma bulguları göstermektedir ki; mevcut konaklama hizmetleri turistlerin beklentilerini karşılama noktasında yetersiz kalmaktadır. Eskişehir'deki konaklama endüstrisinde "tesis", "oda" ve "yatak sayısının" yerine "hizmet kalitesinin" artırılması, turistlerin tesis ve destinasyona bağlılığını olumlu yönde etkileyebilecek ve bu doğrultuda turistlerin tekrar ziyaret etmelerini ve tavsiye niyetlerini arttırabilecektir. Bu durum, mevcut konaklama tesisleri arasındaki fiyat ve kalite açısından rekabeti daha da arttıracaktır. Gerçekleşmesi muhtemel talebin üzerindeki arz artışları, mevcut tesislerin elde ettiği kazançların azalmasına ve maliyetlerini karşılayamamalarına neden olmaktadır. Bu durumda tesis yöneticileri, personel sayısını azaltma yoluyla maliyetleri düşürme eğiliminde hareket edebilmektedirler. Yaşanması muhtemel bu senaryo, mevcut hizmet kalitesinin daha da düşmesine zemin hazırlayabilecektir. Ayrıca hizmet kalitesi algısında yaşanacak bu azalış tekrar ziyaret niyetinin de doğru orantılı olarak azalmasına neden olmaktadır.

Bu bulgular ışığında, Eskişehir'deki mevcut konaklama tesisleri; gelecekteki yıllar için turizm taleplerini karşılayabilecek, ancak müşteri memnuniyetini sağlamakta arzu edilen seviyeye ulaşamamış olacaktır. Buradan hareketle, Eskişehir turizmi için asıl üzerinde durulması gereken noktanın mevcut arz kapasitesini korumak ve hizmet kalitesini daha da arttırmak olduğu aşikârdır. Özellikle iki büyük üniversitede iki büyük turizm fakültesine sahip olan bir şehir için bu planlamanın yapılması o kadar da zor gözükmemektedir. Araştırmanın önceki aşamalarında da değinildiği gibi turizm sektörüne yönelik

olarak yapılan bina yatırımları hem maliyeti yüksek hem de değiştirilmesi zor yatırımlardır. 2023 yılında gelmesi beklenen yaklaşık 1 milyon ziyaretçi mevcut arzla karşılanabilecek durumdadır. Burada gözden kaçırılmaması gereken nokta gelen ziyaretçilerin hizmet kalite algılarının (3,401) ve tekrar ziyaret niyetlerinin (3,010) düşük olmasıdır. Mevcut kalitenin artırılmasının yanında Eskişehir turizmi için ivedilikle yapılması gereken diğer bir hususta turistlerin Eskişehir’de geçirdiği sürenin arttırılmasıdır. Bunun sağlanmasında 2-3 güne yayılmış paket turların (3. yaş turizmine yönelik) etkili olacağı düşünülmektedir. Ayrıca komşu iller gibi Eskişehir de termal turizm açısından gerekli alt yapı olanaklarına sahiptir. Termal turizme yönelik yatırımların da Eskişehir’deki turist ürünün çeşitlendirilmesi açısından etkili olabileceği düşünülmektedir. Turistik ürün farklı bileşenlerden oluşan bir üründür. Eskişehir turizminin arz talep dengesinin ortaya konulması amacıyla yapılan bu araştırma göstermiştir ki, Eskişehir tesisleşme anlamında yeterli seviyeye ulaşmıştır. Ulaşım anlamında da yıllardır yapılan yatırımlar (hızlı tren vb.) meyvelerini vermeye başlamıştır. Bundan sonra yapılacak olan yatırımların yiyecek-içecek işletmelerine ve diğer tamamlayıcı turizm tesislerine (dinlenme, eğlence vb.) kaydırılması daha akılcı olacaktır.

Araştırma konaklama tesislerine yönelik yapılmış olup, yiyecek-içecek ve diğer turizm tesisleri ile ilgili talep tahminlemelerinin irdelenmesinin, söz konusu destinasyonda turizm faaliyetlerinin sağlıklı yatırımlar eşliğinde gelişim göstermesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca, yatırımcıların gelecekte ne gibi risklerle karşı karşıya kalacakları ile ilgili fikir edinmeleri hususunda talep tahmini modellerinden faydalanmaları büyük önem arz etmektedir. Diğer şehirlere yönelik yapılacak olan benzer araştırmaların hem ulusal hem de uluslararası literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bahar, O. ve Kozak, M. (2012). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bails, D.G. and Peppers, L.C. (1993). *Business Fluctuations: Forecasting Techniques and Applications*. New Jersey: Prentice Hall.
- Box, G.E.P., Jenkins, G. M., Reinsel, G.C. and Ljung, G.M. (2015). *Time Series Analysis: Forecasting and Control*. New York: Wiley.
- Bull, A. (1996). *The Economics of Travel and Tourism*. Australia: Longman.
- Chu, F. (2009). Forecasting Tourism Demand with ARMA-Based Methods. *Tourism Management*, 30(5): 740-751.
- Dharmaratne, G.S. (1995). Forecasting Tourist Arrivals in Barbados. *Annals of Tourism Research*, 22(4): 804-818.
- Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, Erişim Adresi: <http://www.eskisehirkulturturizm.gov.tr/TR-149875/istatistikler.html>, Erişim Tarihi: 19.04.2020.
- Günay, S., Eğrioğlu, E. ve Aladağ, Ç.H. (2007). *Introduction to Single Variable Time Series Analysis*. Ankara: Hacettepe University Press.
- Huarng, K., Hui-Kuang Yu, T. Moutinho, L. and Wang, Y. (2012). Forecasting Tourism Demand by Fuzzy Time Series Models. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 6(4): 377-388.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitapevi.
- Jain, C.L. (2007). Benchmarking Forecasting Models. *The Journal of Business Forecasting*, 26(4): 5-18.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2017). *Genel Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kulendran, N. and Witt, S.F. (2001). Cointegration Versus Least Squares Regression. *Annals of Tourism Research*, 28(2): 291-311.

- Kültür ve Turizm Bakanlığı, Erişim Adresi: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istati-.html>, Erişim Tarihi: 21.04.2020.
- Lim, C. and Mcaleer, M. (2002). Time Series Forecasts of International Travel Demand For Australia. *Tourism Management*, 23(4): 389-396.
- Nelson, C.R. (1993). *Applied Time Series Analysis for Managerial Forecasting*. San Francisco: Holden-Day In.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1998). *Turizm Ekonomisi*. İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Orhunbilge, N. (1999). *Zaman Serileri Analizi Tahmin ve Fiyat İndeksleri*. İstanbul: Avcıol Basım Yayım.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., and Berry, L. L. (1988). Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception. *Journal of Retailing*, 64(1): 12-40.
- Pindyck, R.S. and Rubinfeld, D.L. (1998). *Econometric Models and Economic Forecasts*. New York: McGraw-Hill Education.
- Sevüktekin, M. ve Çınar, M. (2014). *Ekonometrik Zaman Serileri Analizi*. Bursa: Dora Yayıncılık.
- Song, H. ve Li, G. (2008). Tourism Demand Modelling and Forecasting: A Review of Recent Research. *Tourism Management*, 29(2): 1-28.
- Song, H. ve Witt, S.F. (2000). *Tourism Demand Modelling and Forecasting: Modern Econometric Approach*. Netherlands: Elsevier Science Pergamon.
- Soysal, M. ve Ömürgönülşen, M. (2010). Türk Turizm Sektöründe Talep Tahmini Üzerine Bir Uygulama. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1): 128-136.
- Tarı, R. (2014). *Ekonometri*. Kocaeli: Umutepe Yayınları.
- Timur, A. (2014). *Turistik Ürün Politikası*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Erişim Adresi: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=kategorist>, Erişim Tarihi: 17.04.2020.
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), Erişim Adresi: <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler> Erişim Tarihi: 28.04.2020.
- Unay, C. (1978). *Ekonomik Konjonktür: Analiz, Teori, Tahmin*. Ankara: Kalite Matbaası.
- Uysal, M. ve Crompton, J.L. (1985). An Overview of Approaches Used to Forecast Tourism Demand. *Journal of Travel Research*, 23(4): 7-15.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2011). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Xu, X., Law, R., Chen, W. and Tang, L. (2016). Forecasting Tourism Demand by Extracting Fuzzy Takagi-Sugeno Rules from Trained SVMs. *CAAI Transactions on Intelligence Technology*, 1(1): 30-42.
- Zortuk, M. ve Bayrak, S. (2013). Seçilmiş Ülkelere Göre Türkiye'nin Turizm Talebi, *Ekonometri ve İstatistik*, (19): 38-58.