



Researcher: Social Science Studies

(2017) Cilt 5, Sayı IV, s. 351-368

RSSS

ISSN:2148-2691

Türkiye’de Turizm Gelirlerini Belirleyen Faktörlerin Regresyon Analizi*

Hüseyin DİNÇ¹, Rüştü YAYAR²

Özet

Türkiye Turizmi’nin Avrupa ve Dünya’da bilinen değerleri ve ekonomik yerine rağmen; işletmeci, yabancı sermayedar ve politikacılar sık sık geleceği görmek ve yön vermek adına gelir analizlerine ihtiyaç duymaktadırlar. Bu gereksinimi karşılamak düşüncesi ile *Türkiye Turizm Gelirleri* regresyon metodu ile analiz edildi. Analiz çalışmasında; Bağımlı değişken olarak tek; “Turizm Gelirleri” kullanıldı. Bağımsız değişkenler olarak da; “Turist Sayısı”, “Ortalama Turist Harcaması”, “Tanıtım Giderleri”, “Turizm Teşvikleri”, “Seyahat Acente Sayıları”, “Tüketici Fiyat Endeksi” ve “Turizm Gelirlerinin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla İçerisindeki Payı” kullanılmıştır. Bu değişkenlerin tümü son 30 yıla ait (1985-2015) değerlerindeki yıllık değişim yüzdeleri bulunmak sureti ile modele dahil edilmiştir. Turizm gelirlerini belirleyen faktörlerin regresyon analizi sonuçlarına göre; “Turist Sayısı” değişkeninde görülecek bir birimlik artış, turist sayısında diğer değişkenler sabitken 1,11 birimlik değişikliği yol açmaktadır. “Ortalama Turist Harcamaları” değişkeni analizinde ise bu değişken ile turizm gelirleri arasında pozitif yönlü bir ilişki beklendiği halde negatif yönlü bir ilişkiye rastlanılmıştır. “Tanıtım Giderleri” değişkeni analizine göre ise; değişken ile turizm gelirleri arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. Yine “Turizm Teşvikleri” değişkeni ile turizm gelirleri arasında pozitif ve doğrusal bir ilişki bulunmaktadır. Türkiye turizminin en önemli unsurlarından biri olan “Seyahat Acenteleri” ile turizm gelirleri arasında da kuvvetli bir etkileşim olduğu tespit edilmiştir. “TÜFE” değişkeni ile turizm gelirleri arasında da beklenildiği şekilde (-) negatif yönlü bir ilişki vardır. Turizm gelirlerinin belirlenmesinde etkili olacağı düşünülerek modele dahil edilen bir başka değişken de “Turizmin GSYH İçerisindeki Payı” değişkenidir. Analiz sonuçlarına göre turizm gelirlerinin GSYH İçerisindeki Payı ile turizm gelirleri arasında da pozitif yönlü ve doğrusal bir ilişki vardır. Buna göre; GSYH içindeki bir birimlik turizmin payında görülecek bir artış, turizm gelirlerinde 0,61 oranında bir artışa neden olmaktadır. Analiz sonucunda ulaşılan sonuçlar; doğal ve tarihi kaynakların sürdürülebilirliği sağlanması, taşıma kapasitelerinin zorlanmaması, sektöre yönelik teşviklerin artırılması, turist haklarının takip edilmesi, uluslararası iyi ilişkilerin kurulması, planlı büyüme, markalaşma, etkin tanıtım ve pazarlama, yabancı sermaye girişinin sağlanması ve turizmin tüm ülke ve yıla yayılması şeklinde özetlenebilir.

Anahtar Kelimeler

Regresyon analizi,
Türkiye Turizm Ekonomisi
Turizm talebi
Turizm gelirleri

* Bu çalışma, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalında 2017 yılında hazırlanan “Türkiye’de Turizm Sektörünün İktisadi Analizi: Ekonometrik Bir Uygulama” adlı doktora tez çalışmasından üretilmiştir.

¹ Dr. Hüseyin DİNÇ, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, huseyin.dinc@gop.edu.tr

² Doç.Dr. Rüştü YAYAR, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, rustu.yayar@gop.edu.tr

Regression Analysis of the Factors Determining Tourism Income in Turkey

Abstract

Keywords

Despite the known values and economic position of Turkey Tourism in Europe and the World; operators, foreign capitalists and politicians often need income analysis to see and direct the future. Turkey's Tourism Revenues were analyzed by regression method to remove this requirement. As a dependent variables, only "Tourism Revenues" was used. As independent variables; "Number of Tourists", "Average Tourist Expenditures", "Promotional Expenses", "Tourism Incentives", "Travel Agent Numbers", "Consumer Price Index" and "Share of Tourism Revenues in Gross Domestic Product" were used. All of these variables were included in the model with the annual percentage change of the data for the last 30 years (1985-2005). According to the results of the regression analysis of the factors determining tourism revenues; a unit increase in the "Number of Tourists" leads to an increase of 1.11 units in tourism revenues. While the other variables are constant. In the analysis of "Average Tourist Expenditures", negative relation between this variable and tourism incomes was found. (As opposed to a positive expectation). According to the "Promotional Expenses" analysis, there is a positive relationship between this variable and tourism incomes. There is also a positive and linear relationship between the "Tourism Incentives" and the tourism incomes. One of the most important elements of tourism in Turkey is the travel agency. In the study, the relationship between the number of travel agencies and tourism revenues was searched and a strong relation was determined as a result of the research. Also, relations between tourism incomes and consumer price index (TÜFE) were searched and negative (-) relationship was found between this variant and tourism incomes as expected. Another variable considered to be effective in determining tourism revenues is the share of tourism in GDP. According to the results of the analysis, there is a positive and linear relationship between the "Share of Tourism Revenues in GDP" and the tourism revenues. An increase in the share of one unit of tourism in GDP leads to an increase of 0.61 in tourism revenues. The results of the analysis can be summarized as: ensuring the sustainability of natural and historical resources, not allowing to upload over capacity, increasing incentives, protecting tourist rights, establishing international good relations, planned growth in tourism, branding, effective promotion and marketing, tourism spreading to all countries and seasons.

Regression analysis,
Turkey's Tourism
Economy
Tourism revenues
Tourism demand

GİRİŞ

1980 sonrası Türkiye turizm sektöründe görülen ortalama %10 büyüme de; tanıtım faaliyetlerinin, teşvik politikalarının, düşük döviz kur uygulamalarının ve TÜRSAB (Seyahat Acenteler Birliği) faaliyetlerinin çok büyük payı vardır. Ancak turizm ekonomilerinde gelişme sadece ülkelerin kendi iç dinamikleri ile değil aynı zamanda çevre ve ticaret yaptıkları ülkelerin siyasi ve ekonomik durumları ile de ilgilidir. Bütün faaliyetlere rağmen turizm gelirlerinin büyüklüğü kısmen turist gönderen ülkelerin tercihleri tarafından belirlenir

Günümüzde geleceğe yönelik yatırım planlamalarının başarısı için talep analizlerinden faydalanılmaktadır. Hangi pazara girileceğinden, nelerin pazarlanacağına kadar tüm bu soruların cevaplanmasında talep analizleri yol gösterici olabilir. Aynı şekilde turizm sektöründe de yatırım öncesi cevaplanması gereken bu ve buna benzer soruların çözümünde makro ve mikro ekonomik açılardan faydalar sağladığı düşünülmektedir. Makroekonomik açıdan iyi araştırılmış ve analiz edilmiş bilgiler, yabancı sermayenin yönünü belirlerken, mikro ekonomik açıdan da doğru sektör seçiminde etkisini göstermektedir. Bu çalışmada,

turizm gelirlerini belirlemede önemli etkileri olduğu düşünülen değişkenler, regresyon analizine tabi tutularak etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Turizm gelirlerini etkileyen faktörleri dikkate alarak politika önerilerinde bulunulmuştur.

Türkiye'nin izlediği turizm politikalarının bir ürünü olarak görülen turizm gelir artışları bu güne kadar terör, siyasi ve ekonomik bunalımlara rağmen sürekli artmıştır. Fakat son yıllarda turizm sektöründe yaşanan durgunluk farklı bir sorun olarak algılanmaktadır. Türkiye'nin son 30 yılda yakaladığı yüksek turizm gelirleri ivmesi 2015 yılından itibaren azalmıştır.

Çalışmanın Önemi

Türkiye turizm yapısı yaz turizmine dayalı bir özellik göstermektedir. Doğal olarak talebin de yaz mevsiminde yoğunlaşması arz/talep denge sorununa neden olmaktadır. Denge sorunu, tesislerin atıl kalması ya da talebin karşılanamaması şeklinde görülür. Bu soruna cevap bulmak açısından turizm talebini belirleyen faktörlerin analizinin önemli olduğu düşünülmektedir. Türkiye'de turizm yatırımcıları yatırım kararları, yatırım yerinin seçimi, rantabilite ve verimlilik gibi ekonomik sorulara cevaplar ararken analitik bilgilere ihtiyaç duyarlar.

Yatırımcının yanı sıra kredi kuruluşları, çalışanlar ve yerel halk da turizm talebinin belirleyicileri ve geleceği ile ilgili bilgi sahibi olma arzusunda. Kredi kuruluşları, borç alanlar ve planlama yapanlar kendilerini daima böyle bir gereksinim içerisinde hissederler. Gelişen Dünya ile birlikte şartlar ve ortamın bir zorunluluğu olarak ortaya çıkan regresyon analiz çalışmaları, mikro ve makro düzeyde yapılan plan ve stratejik karar çalışmalarında fayda sağlamaktadırlar.

Çalışmanın Amacı

Türkiye son dönemde turizm talebi ile ilgili çok çeşitli sıkıntılar yaşamıştır. En çok turist gönderen, Almanya, Hollanda, Rusya vb. ülkelerden gelen talep azalışları turizm planlarını olumsuz etkilemektedir. Bu çalışma ile turist gönderen ülkelerin tekrar kazanılması, beklentileri ve onları etkileyen unsurların ortadan kaldırılarak tekrar kazanılması amaç edinilmiştir. Ayrıca turizm türlerini çeşitlendirecek önerilere, yatırımcıyı bakir turizm alanlarına çekecek fikirlere ve sektör istihdamını artıracak bilgiler sunulması amaç edinilmiştir.

Çalışmanın Kapsamı ve Sınırları

Çalışma turizm sektörünü kapsamaktadır. Çalışmada turizm sektörünün 1985-2015 dönemine ait gelişimi analiz edilmiştir. Regresyon analizi ile turizm gelirlerine etki eden faktörler incelenmiş ve turizm gelirlerin belirlenmesinde en çok etkili olacağı düşünülen değişkenlere yer verilmiştir. Eonometrik analiz çalışmasında kullanılan veriler; TÜİK, TÜRSAB, TC Kültür ve Turizm Bakanlığı ve T.C. Merkez Bankası'ndan temin edilmiştir. Değişkenlere ait veriler 1985-2015 dönemine aittir.

Literatür Araştırması

Aktaş (2005) çalışmasında, turizmin ülke ekonomileri için önemi inceleyerek, turizm gelirini etkileyen en önemli değişkenleri belirlemiştir. Çalışmada, çoklu doğrusal regresyon modelleri denenmiştir. 1980-2000 dönemine ilişkin turizm gelirleri bağımlı değişken olarak alınırken, en uygun bağımsız değişkenler olarak ise turist sayısı ve seyahat acente sayısı

alınmıştır. Turizm gelirlerini en çok etkileyen değişkenin acente sayısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Demir (2010) *1980-2007 Türkiye Turizm Talebinin Ekonometrik Analizi: Zaman Serisi Yaklaşımı* adlı doktora tezinde Türkiye'nin planlı dönemle birlikte önemli gelişmeler kaydettiği turizm sektöründe yapısal değişim ve gelişimi incelerken bir taraftan da sektörün Türk ekonomisine verdiği katkıları ve ekonomik sorunların aşılmasında oynadığı rolü anlatmıştır. Çalışmasında Türkiye Turizm Talebini analiz ederek Turizm Master Planı ve Sürdürülebilir Gelişme Stratejilerine tutmaya çalışmıştır. Ayrıca, Türkiye'ye yönelik turizm talebi ve bu talebi etkileyen ekonomik faktörler arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Modellerin sonuçlarına göre de, Türkiye'ye gelecek turist sayılarını etkileyen faktörlerin ve bu faktörlere göre uygulanacak turizm politikalarının neler olabileceğini anlatmıştır.

Erkan, Kara ve Haralıoğlu, (2013), *Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri*. adlı çalışmaları ile 2005-2012 dönemi genel ekonomi ve Türkiye turizmine ait aylık veriler ile turizm gelirlerini etkileyen faktörleri tespit etmeyi çalışmışlardır. VAR Analizi ve Granger nedensellik analizi ile elde edilen bulgular sonucunda, Türkiye'de turizm gelirleri ile turist sayısı arasında çift taraflı nedensellik ilişkisinin varlığını fakat reel döviz kurunun turizm gelirleri üzerinde her hangi bir etkisinin olmadığını ortaya koymuşlardır.

Zortuk ve Bayrak (2014), çalışmalarında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin yaklaşık %36'sını oluşturan Almanya, Rusya Federasyonu ve İngiltere ülke vatandaşlarına yönelik; gelir, turizm fiyatı, ulaşım maliyeti ve döviz kuru makroekonomik değişkenlerini kullanarak Yüksek Sezon Birim Kök Test (HEGY) çalışmasını yapmışlardır. Çalışmalarında 1999-2013 dönemine ait üçer aylık verileri kullanılarak serilerin mevsimsel birim köke sahip olup olmadıkları araştırılmıştır. Analiz sonuçlarına göre gelen turist sayısı ve gelir serilerinde mevsimsel birim kök varlığına ulaşılrken turizm fiyatı, ulaşım maliyeti ve döviz kuru serilerinde mevsimsel birim kök bulunamadığını sonucuna varmışlardır.

Aydın, Darıcı ve Taşçı (2015), *Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama*, adlı çalışmalarında, 1996-2013 döneminde Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm talebini etkileyen ekonomik faktörleri araştırmışlardır. Bu kapsamda, Türkiye'ye en çok turist gönderen ilk beş ülke için bir panel veri analizi yapmışlar ve literatürde en fazla turizm talebi belirleyicileri olarak anılan, makroekonomik değişkenler; milli gelir, fiyatlar, taşıma maliyetleri ve döviz kurları değişkenlerini kullanmışlardır. Turizm fiyatları ve seyahat maliyetleri ile turizm talebi arasında beklendiği gibi negatif ve güçlü, döviz kurları ile pozitif ve doğrusal ilişki bulmuşlar ve Türkiye'ye turist gönderen ülkelerin milli geliri ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi arasında da negatif ve güçlü ilişkiye rastlamışlardır.

Materyal ve Yöntem

Materyal

Çalışmada birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. TÜİK, Kültür Ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği ve Türkiye Otelciler Birliği'nden sağlanan veriler çalışmanın birincil verilerini oluşturmaktadır. İkincil veri olarak konu ile ilgili daha önce yapılmış araştırmalar, makaleler, kitaplar ve raporlardan faydalanılmıştır. Çalışmada çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yer alan yedi adet ekonomik ve turistik veriler aşağıda kısaca özetlenmiştir.

Turizm Gelirleri (TG)

Turizm gelirlerine ait bilgiler, TÜİK tarafından yürütülen “Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketleri” ile elde edilir. Anketler; Türkiye’yi ziyaret edip yurtdışına çıkış yapan yabancılar ile yurtdışında yerleşik vatandaşların Türkiye’de yaptıkları turizm harcamalarını incelemeye yöneliktir. Anket çalışmaları; çıkış yollarına göre, hudut kapılarında ve milliyet bazında üçer aylık dönemlerde yılda dört kez yapılır.

Turizm gelirleri; milliyet bazında, turla gelenler, geceleme yapanlar ve günübirlikçiler ayırımlarına göre toplanarak hesaplanır. Bu toplama sadece turla gelenlerin Türkiye’de kalan harcama kısımları dahil edilir. Turizm giderleri ise TÜİK tarafından üçer aylık dönemlerle yapılan “Vatandaş Giriş Anketi” sonuçlarından elde edilmektedir. Bu anket çalışması ile yurtdışı ziyaretleri sonucunda ülkeye giriş yapan yurtiçinde yerleşik kişilerin, dışarıda yaptıkları harcamaların saptanması amaçlanmaktadır (Hürriyet Gazetesi, 2008).

Modelde Kültür ve Turizm Bakanlığının resmi sayfasında yer alan turizm gelirlerinin yıllık değişim yüzdeleri kullanılmıştır.

Toplam Turist Sayısı (TS)

Toplam turist sayısı ülkeye bir yıl içerisinde giriş yapan yabancı uyruklu turistlerin toplamını ifade eder. Sayı sınır kapıları giriş ve çıkış kayıtlarından oluşmaktadır. Çalışmada T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TÜİK Başkanlığı verilerinden derlenen son 30 yıla ait turist sayılarına ait yıllık yüzdesel artışlar modele dahil edilmiştir.

Turist Başı Ortalama Harcama (OH)

Bir dönem süresince elde edilen gelirlerin hizmet alan kişi sayısına bölünmesi sonucu bulunan değere kişi başı ortalama harcama denir. Örneğin bir restoranın gelirlerinin servis alan müşteri sayısına bölünerek müşteri başına ortalama kazancının bulunması gibi. Turizmde ortalama harcama, Toplam turizm gelirlerinin Emniyet Genel Müdürlüğü kayıtlarından sağlanan gelen turist sayısına bölünmesi ile elde edilir. Yurtdışında yerleşik vatandaşların kişi sayısı ve ortalama harcamaları ise tamamen anket sonuçları ile tespit olunmuştur.

Burada Kültür ve Turizm Bakanlığında elde edilen yıllık turist başına düşen ortalama harcamalar incelenmiş ve modele artış yüzdeleri olarak dahil edilmiştir.

Tanıtım Giderleri (RG)

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin en çok ihtiyaç duyduğu çalışmalardan biriside reklam ve tanıtım faaliyetleridir. Halen Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın dışında bir tanıtım faaliyeti yapılmamaktadır. Fakat yinede dünyada en çok turizm temsilciliğine sahip ülke olma özelliğine sahiptir. Tüm bunların ekonomik bir maliyeti olmasına rağmen sonuçta karlılık ve tanınmışlık açısından önem arz eden bir konudur.

Konu ile ilgili olarak son 30 yıla ait Bakanlık bütçesinde yer alan veriler ele alınarak yıllar itibari ile gösterdiği değişim oranları modele dahil edilmiştir.

Turizm Teşvikleri (TT)

Sektörde yatırım yapmak isteyenlere ya da yatırım sahiplerine tanınan hak ve ayrıcalıklar olarak tanımlanabilir. Arazi tahsisi, vergi istisnaları, indirimli sosyal güvenlik ödemeleri, muafiyetler, sübvansiyonlar ve ödenekleri kapsar. Temel amaç sektöre

yatırımcıyı çekerek sektör koridoru oluşturmak ve sinerji yaratmak, yatırımın yarattığı gelir ve istihdam ile ekonominin bütün kollarına ivme kazandırmaktır.

Çalışmada Kalkınma Bakanlığında elde edilen turizm sektörüne verilen teşvik verileri kullanılmış ve bu teşvik miktarlarının yıllara göre değişim yüzdeleri modele dahil edilmiştir.

Seyahat Acente Sayısı (SA)

Seyahat acenteleri kar amacıyla turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence imkânları sağlayan onlara turizmle ilgili bilgiler veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören, turizm ekonomisine, sonuçta ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluşlardır. Turizmin temel unsurlarından birisidirler. Denetimleri, sicilleri ve sayıları TÜRSAB tarafından takip edilir.

Çalışmada TÜRSAB'dan elde edilen seyahat acente bilgileri kullanılmış, model oluşturulma aşamasında ise yıllık bazda acente sayılarındaki artış/azalış yüzdeleri modele dahil edilmiştir.

Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE)

Gıda, ulaşım, konaklama, sağlık ve haberleşme gibi bir dizi mal ve hizmetlere ait fiyat değişimlerini ölçen istatistik çalışmasına Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) denir. Önceden belirlenmiş ürün sepetindeki ürünlerin fiyat değişiklikleri takip edilerek bulunan, aylık ve yıllık ortalama yüzdesel artış ya da azalışlardır. TÜFE aynı zamanda yaşam maliyetlerini de ölçen ve değerlendiren bir istatistiktir.

TÜFE, genel olarak enflasyon ve deflasyonu tanımlamak için kullanılır. Enflasyon ve deflasyonu, tüketime konu olan ancak sepetteki mal ve hizmetlerin fiyatlarındaki değişimi ölçerek hesaplar. Tüketici fiyat endeksi hesaplanırken; tüm kesimlerin yapmış oldukları tüketim harcamaları dikkate alınır. Fakat sepet dışında kalan mal ve hizmetler buna dahil edilmediği için zaman zaman doğruluk payı ile ilgili kuşkuları ortaya çıkmaktadır.

Çalışmada Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankasından temin edilen son 30 yıla ait yıllık bazda Tüketici Fiyat Endeksi oranları kullanılmış ve bu oranlardaki artış ve azalış yüzdeleri modele dahil edilmiştir.

Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (GSYH)

Dünya'da ülkeler turizm gelirlerinin büyüklüğünü ölçmek ve gelirleri değerlendirebilmek için gelirlerin GSYH'lerine oranına bakarlar. Turizm gelirleri milli gelire oranlanarak gelirlerinin büyüklüğü ya da toplam GSYH içerisindeki payı ölçülür. Bu ölçüm sektöre yönelik talebi, ekonomik konumunu ve katkısını ifade eder. Çalışmada değişken olarak seçilen Turizm Gelirlerinin GSYH İçerisindeki oranı incelenmiş ve bu oranın son 30 yıllık süreçteki yüzdesel değişimleri modele dahil edilmiştir.

Regresyon analizinde kullanılan değişkenler, tanımlamaları ve etki yönleri Tablo 1'de verilmiştir. Tablo 1'de yer alan değişkenlerden Turizm Gelirleri bağımlı değişken diğerleri bağımsız değişkendir. Bağımsız değişkenler: Turist Sayısı (TS), Ortalama Turist Harcaması (OH), Tanıtım Giderleri (RG), Turizm Teşvikleri (TT), Seyahat acente Sayısı (SA), Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE) ve Turizm Gelirlerinin Gayrisafi Yurtiçi Hasıla İçerisindeki Payı (GSYH) olarak belirlenmiştir. Bu değişkenlerin tümü son 30 yıla ait yıllık değişim yüzdeleri ile modele dahil edilmiştir.

Tablo 1. Regresyon Modelinde Kullanılan Değişkenler ve Özellikleri

Değişkenler	Tanım	Ölçek	Birimi	Etki Yönü
TG	Yıllık Turizm Geliri	DOLAR	% Değişim	Bağımlı
TS	Yıllık Turist Sayısı	ADET	% Değişim	+
OH	Ortalama Turist Harcaması	DOLAR	% Değişim	+
RG	Yıllık Tanıtım Gideri	DOLAR	% Değişim	+
TT	Yıllık Turizm Teşvikleri	DOLAR	% Değişim	+
SA	Seyahat acente Sayısı	ADET	% Değişim	+
TÜFE	Yıllık TÜFE Değeri	ORAN	% Değişim	-
GSYH	Turizm Gelirlerinin GSYH Payı	ORAN	% Değişim	+

Yukarıda Tablo 1.'de yer alan bağımsız değişkenlerin altı tanesi pozitif etki yönüne sahip iken sadece "Yıllık TÜFE" değişkeni negatif etki yönündedir.

Yöntem

Çalışmada Türkiye turizm gelirlerini etkileyebileceği düşünülen faktörler için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Bu amaçla çok sayıda model denemesi yapılmış ve en uygun regresyon modeli tahmin edilmeye çalışılmıştır. Regresyon analiz yöntemi ile ilgili aşağıda kısa bilgi verilmiştir.

Regresyon sözcük anlamıyla, bir şeyi başka bir şeye bağlama işi ve biçimidir. Bilimsel olarak regresyon; bir değişkenin başka bir (ya da birden çok) değişken ile arasında ilişki kurma işi ve ilişki biçimine denir. İstatistiksel anlamda regresyon; iki değişken arasındaki ilişki ve bunların değerlerinin karşılıklı etkileşimleri sonucu ortaya çıkan bağıllık olarak tanımlanır. Bir tek bağımsız değişkenin kullanılıyorsa, tek değişkenli regresyon analizi, birden fazla bağımsız değişkenin kullanılıyorsa çok değişkenli regresyon analizi olarak adlandırılırlar (Orhunbilge, 2002: 241).

Bütün bu ilişkilerin ortaya çıkartılmasında teknoloji destekli istatistik programlara gereksinim vardır. Uygulamalarda teknoloji kullanılmaya başlanması işlemleri kolaylaştırırken hata yapma olasılığını da azaltmıştır. Bu durum sonuçta istatistik bilimine güvenin artması da neden olmuştur. Örneğin bir turistik talep tahminine ilişkin modelde; ortalama turist harcamaları, bölgenin sahip olduğu tesisler, ülkeler arasındaki nispi fiyat düzeyleri, döviz kuru vb. pek çok değişkenin ve etkenin bir arada olması kompleks bir program gereksinimi doğurmuştur (Şıklar,1997: 86).

Y bağımlı ve X bağımsız değişken olmak üzere iki değişken arasındaki sebep sonuç ilişkisini doğrusal bir modelle ortaya koyan yonteme basit doğrusal regresyon denir. Bağımsız değişken sayısı birden fazla ise çoklu doğrusal regresyondan söz konusu olur.

Ana kütle için n gözlem değerli çoklu doğrusal regresyon eşitliği matematiksel olarak;

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{i1} + \beta_2 X_{i2} + \dots + \beta_k X_{ik} + \varepsilon_{ij} \quad i = 1,2, \dots, n \quad j = 1,2, \dots, k \quad (1)$$

şeklinde gösterilir. Burada:

Y_i :Bağımlı değişkeninin gözlenen i.inci değerini, X_{ij} : j.inci bağımsız değişkenin i.inci düzeyindeki değerini, β_j : j.inci regresyon katsayısını, ϵ_{ij} : Hata terimini $ve k$: Bağımsız değişken sayısını göstermektedir (Gunst ve Mason, 1980). En küçük kareler yöntemi kullanılarak çoklu doğrusal regresyon modelindeki regresyon katsayıları tahmin edilir. Örneklem sonucu elde edilen regresyon eşitliği aşağıdaki gibidir.

$$\hat{y}_i = b_0 + b_1X_{i1} + b_2X_{i2} + \dots + b_kX_{ik} + u_{ij} \quad i = 1,2, \dots, n \quad j = 1,2, \dots, k \quad (2)$$

Bu çalışmada, turizm gelirlerini belirleyen faktörleri ölçmek için çok değişkenli regresyon modeli aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

$$TG = b_0 + b_1TS + b_2OH + b_3RG + b_4TT + b_5SA + b_6TÜFE + b_7GSYH + u \quad (3)$$

Araştırma Bulguları ve Tartışma

Regresyon analizi için kullanılan veriler 1985-2015 dönemini kapsayan yıllık verilerdir. Verilerin uzun bir zaman dilimini kapsaması analiz edilmesi ve değerlendirilmesi bir takım sıkıntılar doğurmaktadır. Zaman serilerinin analiz edilebilmesi ve sağlıklı sonuçlar elde edilebilmesi için durağan hale getirilmesi gerekir. Turizm serilerinin durağanlığının sağlanmasında geliştirilmiş Dikey Fuller Birim Kök Test'inden yararlanılmıştır.

Tablo 2. Geliştirilmiş Dickey Fuller(ADF) Birim Kök Testi

Değişken	Seviye				Birinci Fark			
	Sabit		Sabit ve Trendli		Sabit		Sabit ve Trendli	
	Hata Terimi	Önem Değeri	Hata Terimi	Önem Değeri	Hata Terimi	Önem Değeri	Hata Terimi	Önem Değeri
TG	-4.537725	0.0012*	-5.497507	0.0006*				
TS	-2.313003	0.1748√	-3.136291	0.1171√	-7.133423	0.0000*	-7.003587	0.0000*
OH	-5.670696	0.0001*	0.6546	0.6546√	-7.984886	0.0000*	-7.858564	0.0000*
RG	-6.541278	0.0000*	-6.76370	0.0000*				
TT	-6.074472	0.0000*	-5.863572	0.0002*				
SA	-7.762594	0.0000*	-7.596984	0.0000*				
TÜFE	-5.814706	0.0000*	-5.664058	0.0004*				
GSYH	-5.883221	0.0000*	-5.716114	0.0003*				

*Değerler birim kök içermez

√ Birim kök vardır

Hipotezler şu şekilde kurulur:

$H_0: \delta \geq 0$ birim kök vardır / veri durağan değildir.

H₁: $\delta < 0$ birim kök yoktur / veri durağandır.

Ya da;

H₀: $P \geq 0.01$ birim kök vardır / veri durağan değildir.

H₁: $P < 0.01$ birim kök yoktur / veri durağandır.

Regresyon modeline dahil edilen değişkenlere ilişkin birim kök test sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Tablo incelendiğinde TS ve OH değişkenlerinin birinci derece farkı alınarak durağan hale gelirken, diğer değişkenler seviyede durağan oldukları görülmüştür.

Bazen bu denklemler sabit terim ve zamansal bir eğilim (trend) katsayısı içerebilirler. Bu durumlarda: hipotezin karar kuralı daima şöyledir:

T- istatistiği (mutlak değeri) \geq MacKinnon Kritik Değerleri (mutlak değeri) ise H₁ geçerlidir. Birim kök yoktur. Şayet bütün bunlara rağmen hipotez sağlanamıyorsa serinin bir önceki dönemden farkı alınarak durağanlık sağlama yoluna gidilir.

Dickey-Fuller Testi, regresyon çalışmalarında zaman serisi değişkenlerinin otoregresif süreçle (AR) oluşturulup oluşturulamayacağını göstermek için başvurulan bir durağanlık testidir. Değişkenlerin en küçük kareler tahmin edicisinin dağılımına dayanır. ADF testi ise bunun genişletilmiş halidir yani daha yüksek dereceden otoregresif süreçlerin test edilmesinde kullanılır. ADF testinin gücü ve boyut özellikleri modele dahil edilen gecikme sayısına bağlıdır. Burada amaç otokorelasyonu ortadan kaldıracak kadar hata terimini modele dâhil etmektir. Gecikme uzunluğunun seçiminde ise AIC ve SC bilgi kriter değerlerinden faydalanılır (İğde, 2010: 17).

Burada yapılan birim kök test çalışmasında Turist Sayısı (TS) ve Ortalama Harcama (OH) değişkenleri seviyede (H₀) birim kök içerdiği görülmüştür (sıra ile 0,11 ve 0,65). Daha sonra bunlar birinci farkları alınarak durağanlıkları sağlandıktan sonra analize dahil edilmişlerdir. Birim kök testi ile durağanlık araştırmasına tabi tutulan diğer beş değişkenin ise seviyede (H₁) birim kök içermediği anlaşılmıştır.

Aşağıda Tablo 3’de gösterilen Hata Terim Testleri içerisinde bulunan Breusch-Godfrey Serial Otokorelasyon LM Test ile otokorelasyon problemi araştırılmıştır. Bu test ters hipotez şeklinde aşağıdaki gibi kurulur;

H₀: Ki-kare önem değeri $> 0,05$ ise otokorelasyon yoktur.

H₁: Ki-kare önem değeri $< 0,05$ ise otokorelasyon vardır.

Konu ile ilgili Ki-kare olasılık değerleri otokorelasyonu açıklayacağından Ki-kare olasılık değerinin 0,0911 olması nedeniyle otokorelasyon probleminin olmadığı söylenebilir.

Tablo 3’de yer alan diğer bir hata testi ise Breush-Pegan –Godfrey Değişen Varyans (heteroscedasticity) Testidir. Bu test hata teriminin varyansının sabit olmadığı (artan yada azalan veya her ikisi de) ve bağımsız değişkendeki değişimlerden etkilendiği anlamına gelen değişen varyans problemidir. Regresyon analizinde istenmeyen durumu göstermektedir (Albayrak, 2008).

Değişen varyans testi ile ilgili olarak aşağıdaki hipotezler savunulur,

H₀: Ki-kare önem değeri $> 0,05$ ise değişen varyans yoktur.

H₁: Ki-kare önem değeri $< 0,05$ ise değişen varyans vardır.

Konu ile ilgili olarak yapılan değişen varyans araştırması sonucu Ki-Kare önem değeri 0,8995 olarak bulunmuş olup model için H_0 hipotezi kabul edilmiştir. Model, sabit varyansa sahip olmasının anlaşılmasından sonra kabul edilmiştir.

Aşağıda Tablo 3’de yer alan diğer hata terim testinde Artıkların Normal Dağılım Testidir. Gerçekte değerleri bilinen, ortalaması ve varyansı olan ve enformasyon entropisini maksimum yapan dağılımları izlemek için uygulanır. Regresyon analizinde örnek ortalaması ve varyansı ile özetlenen verilere normal dağılım testi uygulanır. Normal dağılım testlerine örneklem ortalamasının anakütle dağılımını normal olmadığı halde normal göstermesi nedeni ile ihtiyaç duyulur (Genceli, 2007).

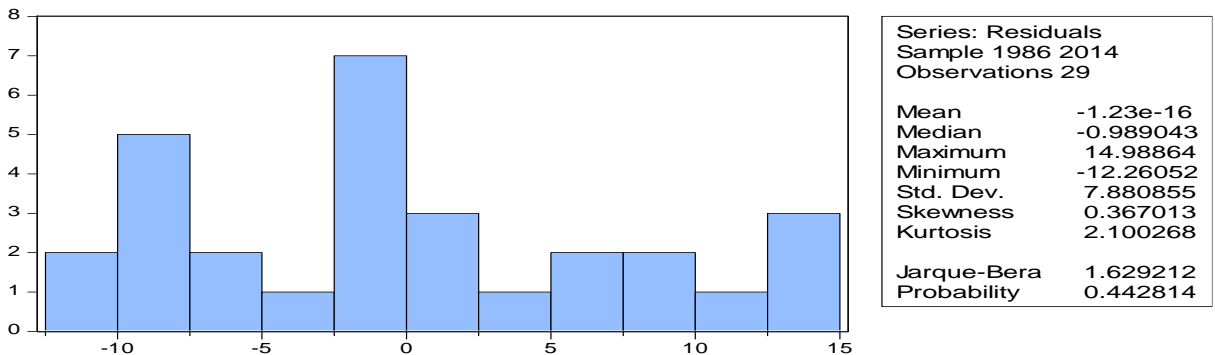
Tablo 3. Hata Terim Testleri

Breusch-GodfreySerialOtokorelasyon LM Testi			
F-İstatistiği	2.184408	Olasılık F (1,20)	0.155000
Gözl*R-kare	2.855512	Olasılık Ki-Kare (1)	0.091100
Breush-Pegan-Godfrey Değişen Varyans Testi			
F-İstatistiği	0.325521	Önem Değeri. F (7,21)	0.933700
Gözl*R-Kare	2.838686	Önem Değ. Ki Kare (7)	0.899500
Ölçekli SS Açıklama	0.818895	Önem Değ. Ki Kare (7)	0.997200
Artıkların Normal Dağılım Testi			
Jarque-Bera	1.629212	Olasılık Değeri	0.442814

Artıkların normal dağılım testi bar grafiği genel özellikleri:

- Sürekli ve simetrik bir dağılım gösterir.
- Normallik durumunda aritmetik ortalama, mod ve medyan değerleri birbirine eşittir.
- Dağılım şekli çan eğrisine benzer.

Aşağıdaki Şekil 1’de verilen Artıkların Normal Dağılım Testi histogramına göre dağılım sürekli ve simetrik bir özellik gösterirken, hata terimlerinin sınırlar içerisinde kaldığı ve şeklinde çanı andırdığı gözlemlenmiştir.



Şekil 1. Artıkların Normal Dağılım Testi Bar Grafiği

Bu testte ters hipotez yani değerlerin % 5'den büyük olduğu hipotezi araştırılmıştır. Bu çalışmada faydalanılan *Jarque-Bera Sınaması* normal dağılımdan ayrılmayı ölçmek için kullanılan bir uyum iyiliği ölçüsüdür. İlk defa bu sınamayı ortaya atan ekonometrist A.K.Bera ve C.M.Jarque adları ile anılmaktadır. Bu sınama için hipotezler şöyle ifade edilir:

H₀: Önem değeri > 0,05 ise veriler normal dağılım gösterir

H₁: Önem değeri < 0,05 ise veriler normal dağılım göstermez.

Jarque ve Bera sınaması bir Lagranj çarpanı prensibine dayanan bir sınama tipidir. Sınama istatistiği örneklem basıklık ve çarpıklık ölçülerinin dönüşümlerinden elde edilmiştir. Sıfır hipotezi daha ayrıntılı ve bir bileşik hipotezdir: beklenen çarpıklık 0, beklenen basıklık fazlalığı 3'e kadar sıfır hipotezdir. 1,62 bunun için yeterli görülerek hipotez kabul edilmiştir (Genceli, 2001: 252-256).

İkinci aşamada H₀ hipotezi için gerekli olan, Normallik Önem Değerinin: 0,442814 > 0,05'den büyük olması, verilerin normal dağılım gösterir hipotezini kanıtlamıştır.

Tablo 4'de sonuçları verilen Çoklu Bağıntı Araştırması; regresyon analizlerinde, bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi test etmekte kullanılır. Bu test modelin tutarlılık sorununu ortadan kaldırır. Değişkenler arasındaki çoklu bağıntının varlığı standart hata katsayısının büyüklüğü ile anlaşılır. Modelle ilgili sorunları azaltmak ve sağlıklı karar verebilmek için çoklu bağıntının giderilmesi gerekir (Yıldırım, 2010: 21).

Tablo 4. Çoklu Bağıntı Araştırması (VIF)

Değişkenler	Katsayı Varyansı	Merkezsiz VIF	Merkezli VIF
TS	0.211731	1.194962	1.194667
OH	0.030147	1.552782	1.552750
RG	0.002016	1.194065	1.058530
TT	0.000259	1.680712	1.497085
AS	0.001693	1.810643	1.542871
TÜFE	0.003850	1.145222	1.143978
GSYH	0.006217	1.358558	1.322342
C	4.071188	1.425718	NA

Çoklu Bağıntı Araştırması ile ilgili olarak aşağıdaki hipotezler aranmıştır.

H₀: Ki-kare önem değeri (P) > 0,05 ise çoklu bağıntı yoktur

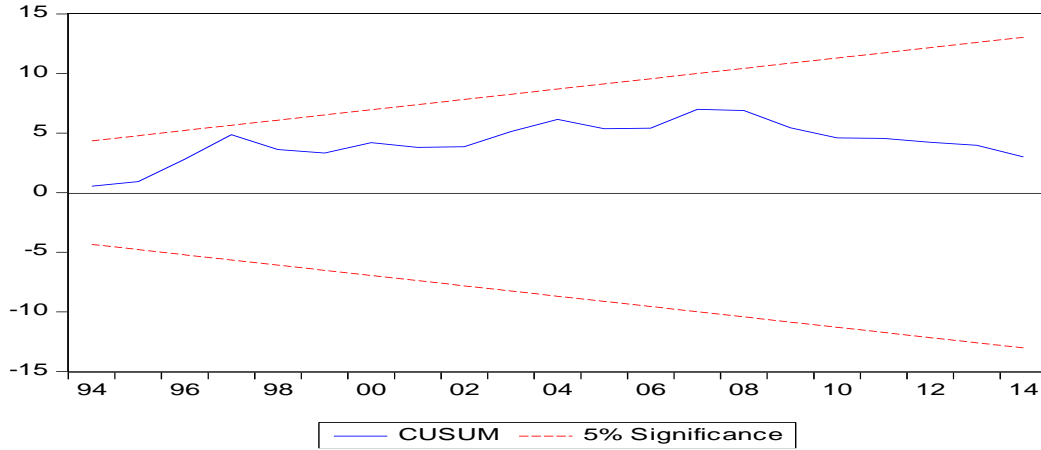
H₁: Ki-kare önem değeri (P) < 0,05 ise çoklu bağıntı vardır.

Regresyon modellerinde açıklayıcı değişkenlerin tümü ya da bir kısmının aralarında tam/tama yakın doğrusal ilişki durumuna çoklu doğrusal bağlantı adı verilir. Açıklayıcı değişkenler arası yakın ilişki En Küçük Kareler (EKK) metoduna sıkıntı yaratır. Çünkü çoklu

doğrusallığın olduğu durumlarda doğru tahminlerde bulunmak zorlaşır (Yayar ve Uçgunoğlu, 2016).

Modelde çoklu doğrusal bağlantı araştırılmış ve bunun için Varyans Artış Faktörü (VIF) değerleri hesaplanmıştır. Tablo 4 incelendiğinde, VIF değerlerinin hepsi 5'den küçük olduğu görülmektedir. Bu durumda çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı söylenecek H0 hipotezi kabul edilir.

Şekil 2'de verilen ve zaman serilerine uygulanan CUSUM testi; Dickey-Fuller testi ile sahte regresyona karşı durağanlık araştırma çalışmasıdır. Bu test ile regresyon katsayılarında yapısal kırılma olup olmadığı araştırılır. Tekrarlı artıkları hedef alan test Brown, Durbin ve Evans (1975) tarafından önerilmektedir. CUSUM Test istatistiği standartlaştırılmış tekrarlı artıkların birikimli toplamlarına dayanır.



Şekil 2. CUSUM Yapısal Kırılma Kontrol Grafiği

Bu test ile aşağıdaki hipotez aranır.

H₀: Önem değeri (P) < 5 (Güven Sınırı) yapısal kırılma yoktur.

H₁: Önem değeri (P) > 5 (Güven Sınırı) yapısal kırılma vardır.

CUSUM önem değeri alt veya üst güven sınırlarından herhangi birini keserse "yapısal kırılma yoktur" hipotezi reddedilir, (H₁) Kabul edilir. Yani söz konusu regresyonda yapısal kırılma olduğu söylenir. Sınırın kesildiği nokta yapısal kırılma noktası olarak belirlenir. Ancak, CUSUM değerleri sınırları kesmez, o sınırlar arasında kalırsa (H₀) "yapısal kırılma yoktur" hipotezi kabul edilir (Güler, 2014, 21).

Bu çalışmada ADF birim kök testi ile ilk farkları durağan olduğu tespit edilen turizm değişkenleri, içsel kırılmaya karşı durağanlık testine tabi tutulmuşlardır. Yukarıdaki CUSUM test grafiğine göre %5 güven katsayısı aşılmamış ve kırılma noktalarına rastlanılmamıştır.

Turizm gelirlerini belirleyen faktörlerin regresyon analizi için yapılan çalışmalar ve sonuçları aşağıda Tablo 5.'de gösterilmiştir.

Tablo 5. Turizm Gelirleri Regresyon Analizi

Değişkenler	Katsayı	St. sapma	T istatistiği	Olasılık
TS	1.107911	0.460142	2.407757	0.0253
OH	-0.458940	0.173630	-2.643216	0.0152
RG	0.137062	0.044895	3.052965	0.0060
TT	0.034303	0.016102	2.130349	0.0451
AS	0.112338	0.041142	2.730506	0.0125
TÜFE	-0.050699	0.062048	-0.817100	0.4230
GSYH	0.605737	0.078846	7.682511	0.0000
C	4.836541	2.017718	2.397034	0.0259
R-Kare	0.826601	Bağımlı Değişken Ort.		13.09000
Düzeltilmiş R-Kare	0.768801	Bağımlı Değişken St. Sapma		18.92561
Standart Sapma	9.100028	Akaike Bilgi Kriteri		7.483383
Hata Kareler Toplamı	1739.021	Schwarz Kriteri		7.860568
Logaritmik Benzerlik	-100.5091	Hannan-Quinn Kriteri		7.601512
F-Hesap Değeri	14.30112	Durbin-Watson İstatistiği		1.367801
F-istatistiği	0.000001			

Yukarıda, Tablo 5’de verilen turizm gelirlerine en çok etki ettiği düşünülen; Turist Sayısı, Ortalama Turist Harcaması, Ülke Tanıtım Giderleri, Turizm Teşvikleri, Seyahat Acente Sayıları, Yıllık TÜFE Endeksi ve Turizm Gelirlerinin GSYH İçerisindeki Payı, değişkenlerine ve modele ait regresyon sonuçlarına göre:

F Testi (Varyans analizi) iki ya da daha fazla gruba ait ortalamalar arasındaki farkın anlamlı olup olmadığı ile ilgili hipotezleri test etmek için kullanılır. İki den fazla grupların ortalamaları karşılaştırılacak ise F Testi (Varyans Analizi, ANOVA) yapılır. F testi hipotezi aşağıdaki gibidir (spssanalizi.com, 2005).

H₀: Gruplar arası fark yoktur

H₁: Gruplar arası fark vardır

Veya

H₀: F istatistiği > %5 kurulan model anlamlı değildir

H₁: F istatistiği < %5 kurulan model anlamlıdır.

Kurulan regresyon modeli bütün olarak anlamlılığını açıklayan F hesap değeri 14,301 olup %1 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Buna göre kurulan modelin bütün olarak anlamlı olduğu söylenebilir.

R^2 değeri, modele katılan bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücü, belirlilik katsayısı olarak tanımlanabilir. Belirlilik katsayısı bire yakın bulunur ise, bağımsız değişkenin, bağımlı değişkendeki değişimin büyük bir kısmını açıkladığı yorumu yapılabilir (Ata ve Arslan 2003). Buna göre analiz sonuçlarına bakıldığında R^2 değeri, 0,82 ve Düzeltilmiş R^2 değeri 0,77 olup bağımsız değişkenlerin turizm gelirlerini açıklama gücü bakımından yeterli düzeyde oldukları söylenebilir. Kullanılan değişkenler turizm gelirlerini %77 oranında açıklayabilmektedir.

T istatistiği, iki farklı örneklem grubunun ortalamalarını kıyaslayıp aralarında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için kullanılır (Aksaraylı, 2017). Regresyon Modeline katılan değişkenler tek tek incelendiğinde TÜFE ve GSYH değişkenleri dışındaki diğer tüm değişkenlerin istenilen %5 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olduğu belirlenmiştir.

Modele katılan değişkenler kısaca aşağıda açıklanmıştır:

Turist Sayısı (TS), değişkenin katsayı işareti pozitif olup %5 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Turist sayısındaki bir birimlik değişme diğer değişkenler sabitken turizm gelirlerinde 1,11 birim değişikliği yol açabilmektedir. Diğer değişkenlerle kıyaslandığında turizm gelirlerindeki değişmeyi en büyük oranda açıklayan değişken turist sayısı değişkeni olduğu dikkat çekmektedir. Değişkenin katsayı işareti beklentilere uygun bulunmuştur. Buna göre Türkiye'ye gelecek turist sayısını artırıcı çabalar içerisinde girmek turizm gelirlerini arttıracaktır.

Böyle bir sonuç Türkiye ekonomisine olumlu bir şekilde yansması muhtemeldir. Türkiye'ye gelen her bir turist beraberinde döviz ve tanıtım unsurları taşıdığından ekonomi, ülkeye yabancı konuk ve yabancı ülkede gelir edinmiş vatandaşları girişini olumlu bir sonuç olarak değerlendirir.

Ortalama Turist Harcamaları (OH), turizm gelirleri ile arasındaki ilişkiyi gösteren katsayı işareti pozitif yönlü beklendiği halde negatif yönlü çıkmıştır. %5 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Bu sonuçlara göre ortalama turist harcamasında ki bir birim artış, diğer değişkenler sabitken turizm gelirlerini 0,46 birim azaltacağı sonucuna varılmıştır. Ortalama turist harcamasındaki yükseliş, Türkiye'yi tercih eden gelir grubundaki turistlerin harcamalarında ekstra artış olarak algılanacağı ve talep yönlerini değiştireceği için olumsuz etkileyeceği düşünülmektedir. Bu sonuçlara göre ortalama turist harcamalarındaki (OH) artışların ekonomiyi olumsuz etkilemesi muhtemeldir.

Tanıtım Giderleri (RG), katsayı işaretinden de anlaşılacağı üzere turizm gelirleri ile pozitif yönde bir ilişki içindedir. % 5 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı bulunmuştur. Diğer değişkenler sabitken tanıtım giderlerindeki bir birimlik değişim 0,14 birim turizm gelir değişimine neden olacağı söylenebilir. Tanıtım gideri Bakanlık bütçesinde bir harcama kalemi olmasına rağmen yansımaları pozitif yönde olacağı beklenmektedir. Bu durum; "reklamın getirisi giderini katlar" yorumu ile anlatılabilir. Sonuçta turizmde ülke ve imaj tanıtımlarının önemi ortaya çıkarak reklam yatırımlarının ekonomiye katkı sağlayacağı beklenilebilir.

Turizm Teşvikleri (TT) değişkeniyle turizm gelirleri arasında pozitif ve doğrusal bir ilişkiye rastlanılmıştır. Değişken turizm gelirleri bağımlı değişkenini açıklamada tutarlı bulunmuştur. Analiz sonucu % 5 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Bağımlı değişkeni etkileme katsayısı, 0,03'tür. Yani diğer değişkenler sabitken (TT)'deki bir birimlik değişim, turizm gelirlerinde 0,03 birim değişime yol açmaktadır. Turizm sektörüne verilen her bir birim teşvikin 0,03 birim turizm gelirlerini artıracığı sonucu düşük sayılabilir. Gelir artışı için teşviklerin yetersiz olduğu yorumu da yapılabilir.

Seyahat Acente Sayısı (SA) bağımsız değişkeni önem değeri olarak olasılığı 0,01 çıkarken turizm gelirlerine etki katsayısı 0,11 olarak bulunmuştur. Bu da şunu göstermiştir ki seyahat acenteleri Türkiye turizminin en önemli unsurlarından biridir ve gelirlere etkisi oldukça yüksektir. Seyahat acentelerini disiplin ve uygulama açısından temsil eden TÜRSAB bu alanda önemli bir fonksiyonu yerine getirirken turizm gelirlerinin yükselmesinde büyük bir paya sahip olmaya devam edecektir.

Çalışmada kullanılan TÜFE değişkeni turizm gelirleri ile beklenildiği şekilde (-) negatif yönlü bir ilişki içindedir. Değişken %5 önem düzeyinde anlamlı bulunmamıştır. Ürün fiyat artışları ve hayat pahalılığı ülkeye gelecek turistleri olumsuz yönde etkileyeceği için fiyat artışları turizm gelirlerini eksi yönde etkilemektedir. Ancak çalışmada TÜFE endeksi ile turizm gelirleri arasında bir ilişki bulunamamıştır. Burada ülke genel fiyat seviyesinin hala AB ülkelerine kıyasla düşük olmasının etkili olduğu düşünülmektedir.

Turizm Gelirlerinin GSYH'ye Oranı: GSYH; Bir ülkenin sınırları içinde belirli bir yılda ürettiği nihai mal ve hizmetlerin parasal değerine denir. Bu tanıma göre turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı ise belli bir dönemde turizm sektöründen sağlanan gelirlerin o döneme ait GSYH'ye bölünmesi sonucu çıkan değerdir. Türkiye'de turizmin yurtiçi hasıladaki payı ve oranının artışı turizm gelirlerindeki artışın bir habercisi niteliğindedir. Turizm gelirlerinin belirlenmesinde pay sahibi olan GSYH pay değişkeni 0,61 katsayısı ile önemli bir turizm gelir belirleyicisi durumundadır. Ayrıca GSYH payı önem değeri yani olasılık bakımından da turizm gelirlerinin açıklanmasında oldukça ilgili bir kavram olarak bulunmuştur. Kalkınma Bakanlığının açıklamalarına göre son 15 yılda Türkiye yıllık ortalama % 5 büyüdü. Regresyon analiz çalışmasına göre bu oranın yüksek olmasında en önemli etkenlerden birisi turizm sektörü gelirleridir. 2016 yılı hariç gelirlerdeki yükseliş hep ülke ekonomisinin büyümesi ile kendini göstermiştir.

SONUÇ

Sürekli katlanarak büyüyen turizm gelirleri 2015 yılından sonra düşüşe geçmiştir. Son dönemde Türkiye-AB ilişkilerde yaşanan gerginlikler ülke dış ticaretine ve turizm gelirlerine olumsuz yansımıştır. Yine buna benzer şekilde turist gönderen ülkelerin kendi içlerindeki terör, savaş, siyasi ve ekonomik sıkıntıları direkt Türkiye turizmini etkilemiştir. Turizm gelir artışlarının sürdürülmesi için iyi uluslararası ilişkiler ve terör ile etkili mücadele politikaları ön plana çıkmıştır. Son yıllarda Türkiye'ye yönelik düşük talep sonucu turizm gelirlerinin GSYH ve ihracat içerisindeki payı ve dış ticaret açıklarının kapatma oranı eski rakamların gerisinde kalmıştır. Gelirlerin tekrar eski konumu ve hızını yakalaması ilaveten önemli turizm politikaları ve çalışmaları ile mümkün görülmektedir.

Çalışmada regresyon analizi ile Türkiye'ye yönelik turizm talebi ile birlikte turizm gelirlerini etkileyen değişkenler araştırılmıştır. Çalışmanın sonucunda; turist sayısı, seyahat

acente sayısı, GSYH içindeki turizm gelirlerinin artışı, teşvikler, tanıtım giderleri ve ortalama turist harcamalarının turizm gelirlerini etkilediği anlaşılmıştır. TÜFE ve ortalama turist harcamalarının negatif yönde diğerlerinin pozitif yönde etkili olduğu sonuçlar arasında çıkmıştır. Ayrıca TÜFE' deki artışların turizm gelirlerini olumsuz yönde etkileyeceği fakat Türkiye için henüz böyle bir etkinin tespit edilmediği gözlemlenmiştir.

Turizm teşviklerinin turizm gelirlerine etkisinin düşük çıkması teşviklerle ilgili çalışma ve uygulamaların yetersizliği yada iyi anlaşılabilmesi şeklinde yorumlanabilir. Gelir artışlarının devamlılığı için teşvikler üzerine yeni politikalar üretilmesi ve düşünülmesi önerilebilir.

Ülke fiyat düzeyinin yani Tüketici Fiyat Endeksinin turizm gelirlerine eksi yönde etki ettiği fakat Türkiye'nin henüz turisti kararından döndürecek düzeyde fiyat yapısına sahip olmadığı sonuçlar arasındadır. Turist sayısındaki bir birimlik artışın turizm gelirlerini 1,11 birim artıracığı söylenebilir. Bu çalışmada turist sayısı turizm gelirlerini artıran en önemli değişken olarak tespit edilmiştir.

Ortalama turist harcamasının bilinen ve beklenenin tersine (-) yönde etkili çıkması, ortalama turist harcama artışının ülke turizm gelirlerini olumsuz yönde etkileyeceği şeklinde değerlendirilebilir. Negatif yönlü ilişkinin nedeni ise Türkiye'yi tercih eden turist grubunun düşük gelire sahip kesimden oluştuğu şeklinde yorumlanabilir.

Seyahat Acentelerinin turizm gelirlerinin artışında önemli bir fonksiyonu olduğu ve bu fonksiyonu sürdürdükleri sürece turizm gelir artışlarının devam edeceği, acente ve birliklerin bu fonksiyonları yerine getirmediği takdirde ise düşüşler yaşanabileceği şeklinde değerlendirilebilir.

Turizmde gelir artışının sürdürülmesi için çeşitli önlemlerin alınması önerilmektedir. Konu ile ilgili öneriler aşağıda sıralanmıştır.

- Pik dönemlerde doğal ve tarihi kaynakların sürdürülebilirliği sağlanmalı ve taşıma kapasiteleri zorlanmamalı.
- Turizm politikalarına öncelik verilmeli.
- Turizm eğitimi yaygınlaştırılmalı.
- Sektöre yönelik teşvikleri artırılarak yatırımcı ve çalışanlar desteklemeli.
- Altyapı yetersizlikleri giderilmeli (özellikle hava alanı ve kara yolu trafik sorununa çözülmeli).
- Turist hakları ve güvenlikleri uluslararası standartlarda sağlanmalı. (terör ve siyasi olumsuzlukların bertaraf edilmeli)
- Uluslararası iyi ilişkiler geliştirilmeli (siyasi kriz ve çevre ülkelerdeki savaş ortamının bitirilmesi hususunda çaba sarf edilmeli)
- Bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilmesi için turizmi ve turizm gelirlerini ülke sathına yayılmalı. (Antalya, Muğla ve İstanbul'un yükü yayılmalı)
- Turizmde planlı büyüme ve rekabet için markalaşmalı.
- Daha rantabl yatırımlar için veri ve bilgi imkânları sunulmalı.
- Turizmde sürdürülebilirliği sağlayacak çevre politikaları üretilmeli.

- Uluslararası ticaret yapılan ortamlar, turizm tanıtım fırsatı olarak değerlendirilmeli.
- Ülke gelişim politikalarına paralel turizm politikaları oluşturulmalı.
- Küresel turizm talepleri incelenerek buna yönelik ürün ve uygulamalar geliştirilmeli.
- Turizmde ürün çeşitliliği sağlanarak sezon bütün yıla yayılmalı.
- Turizm bilinci geliştirilerek yerli ürün tüketimleri özendirilmeli.
- Yurtiçi ve yurtdışı tanıtım ve pazarlama etkinliğini artırılarak yeni pazarlar bulunmalı.
- Yörelere özgü farklı turizm değerleri entegre edilerek yeni turizm hizmetler üretilmeli.
- Yoğun turist akışı sağlayacak yeni turizm kentleri oluşturulmalı.
- Nitelikli turist ve turizm geliri sağlayacak uygulamalar hayata geçirilmeli.
- Yabancı sermaye yatırım teşviklerini genişletilmeli.
- Kriz dönemlerinde sektör finanse edilmeli
- Nitelikli işgücü yetiştirebilmek için uygulama ve staj alanları geliştirilmeli, ülkeler arası anlaşmalar yapılmalı.
- Yöresel mimari korunmalı, hatta klasik mimari özendirilmelidir.

KAYNAKÇA

Aksaraylı, M. (2017). *T Dağılımı ve T Testi*, İzmir, D.E.Ü., İ.İ.B.F. Ekonometri Ders Notları, http://kisi.deu.edu.tr//zerife.yildirim/ISTATISTIK_TEKDONEM/11hipotezTestleri.pdf (01.08.2017).

Aktaş, C. (2005). *Türkiye'nin Turizm Gelirlerini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denkleminin Belirlenmesi* Doğu Üniversitesi Dergisi, 6 (2) 2005, 163-174.

Albayrak, A.S. (2008). *Değişen Varyans Durumunda En Küçük Kareler Tekniğinin Alternatifi Ağırlıklı Regresyon Analizi Ve Bir Uygulama*, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, (10): 2, 11-134).

Ata, H. A. ve Arslan, İ. (2003). *Döviz Kuru ve Dış Ticaret Hacmi ilişkisi: Türkiye Örneği (1980-2000)*, Afyon, AKÜ, İ.İ.B.F. Dergisi, (5) 2: 105-114.

Aydın, A., Darıcı, B. ve Taşçı, H.M. (2015). *Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama*, Kayseri, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi: 45, 143-177.

Brown, R.L., Durbin, J., and Evans, J.M. (1975). *Techniques for Testing the Constancy of Regression Relationships over Time*, Journal of Royal Statistical Society, (2). 149-163.

Demir, Ç. (2010). *1980-2007 Türkiye Turizm Ekonometrik Analizi: Zaman Serisi Yaklaşımı*. (Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Ekonometri ABD.

Erkan, B., Kara, O. ve Harbalıoğlu, M. (2013). *Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri*, Akademik Bakış Dergisi: 39.

Genceli, M. (2001). *İstatistik ve Ekonometri İlkeleri*, Filiz Kitapevi, İstanbul.

Genceli, M. (2007). *Tek Değişkenli Dağılımlar İçin Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors ve Shapiro-Wilk Normallik Testleri*, Yıldız Teknik Üniversitesi Sigma Dergisi, (5) 4: 06-328.

Gunst, R.F. ve Mason, R.L. (1980). *Regression Analysis and Its Applications*, MarcelDekker, New York.

Güler, Z. Ö., (2014). *Doğrusal Regresyon Modellerindeki Yapısal Kırılmayı Belirleyen Testlerin Performans Değerlendirmesi*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Hürriyet Gazetesi, (2008). *Yabancı, Türkiye’de 72,4 Dolara Tatil Yaptı*, <http://www.hurriyet.com.tr/yabanci-turkiye-de-72-4-dolara-tatil-yapti-8144974> (01.02.2008)

İğde, E., (2010). *Yapısal Değişiklik Altında Birim Kök Testleri ve Bazı Makroİktisadi Değişkenler Üzerine Uygulamalar*, Adana, TC Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Orhunbilge, N. (2002). *Uygulamalı Regresyon ve Korelasyon Analizi*, 2. Baskı, İstanbul: İÜ Basım Yayın.

Spssanalizi.com, (2005). *F Testi (Varyans Analizi = ANOVA)*, <http://spssanalizi.com/uygulama/f-testi-varyans-analizi-anova>, (01.08.2017).

Şıklar ,İ. (1997). *Turizm Ekonomisi*, Eskişehir: Anadolu ÜniversitesiYayımları

Yayar, R. ve Uçgunoğlu, M. (2016). *Türkiye’de İç Göçün Belirleyicileri*, Conference: International Conference On EurasianEconomies.

Yıldırım, N. (2010). Nurşen Yıldırım *En Küçük Kareler, Ridge Regresyon ve Robust Regresyon Yöntemlerinde Analiz Sonuçlarına Aykırı Değerlerin Etkilerinin Belirlenmesi* Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Zootekni Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana, 2010.

Zortuk, M. ve Bayrak, S. (2014), *Seçilmiş Ülkelere Göre Türkiye’nin Turizm Talebi*, *Dergipark*: 19, 38 – 58.