

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM KAVRAMI TEMELİNDE 1997-2006 DÖNEMİNDE YABANCI TURİST HARCAMASI VE YABANCI TURİST SAYISI ARASINDAKİ İLİŞKİDE YAZ MEVSİMİNİN ETKİSİ

Araş. Gör..Oğuzhan ÖZÇELEBİ

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı

ÖZET

Dünyada gelişen turizm sektörü dünya ekonomisinin gidişatı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Türkiye’de turizm sektörünün ekonomi üzerindeki rolü son 30 yıldaki küreselleşme rüzgarı paralelinde artmıştır. Özellikle yabancı turist harcamaları makro ekonomik değişkenleri etkilemekte ve yabancı turist harcamalarının yaz ayları sebebiyle arttığı kabul edilmektedir.

Bu çalışmada sürdürülebilir turizm kavramı temelinde yabancı turist harcamalarının makro ekonomik değişkenlerle ilişkisi ortaya konulmuş ve 1997-2006 dönemi için aylık veri kullanarak yabancı turist harcamaları yabancı turist sayısı arası ilişkide yaz mevsiminin etkisi olup olmadığı gölge değişken kullanılarak en küçük kareler yöntemi ile araştırılacaktır.

ABSTRACT

Growing tourism sector in the world has an important effect on the world’s economic trend. In Turkey tourism sector’s role on Turkish economy increased parallel to the last 30 year’s wind of globalization phenomenon. Specially foreign tourism expenditures effects macro economic variables and foreign tourist expenditures is thought to be rising because of the summer season.

In this study the relationship between foreign tourist expenditures and macro economic variables is defined on the basis of sustainable tourism concept, whether or not there is an effect of the summer season in the relationship between foreign tourist expenditures and number of foreign tourists is analyzed by using dummy variable in ordinary least squares method for the 1997-2006 period using monthly data.

GİRİŞ

Hızla gelişen turizm sektörü bölgesel ve ulusal kalkınmanın sağlanmasında önemli bir sektör haline gelmiştir. Kalkınmanın sağlanmasında sürdürülebilir turizm kavramı ön plana çıkmıştır. Sürdürülebilir turizm kavramı temelinde planlanacak turizm sektörü sağlıklı bir yapıya kavuşacak ve ekonomi üzerinde olumlu etkiler yapacaktır. Ayrıca yabancı turist harcamaları makro ekonomik değişkenleri etkilemekte, turizm harcamaları ve yatırımlarını önemli ölçüde ekonomileri etkileyerek iktisadi kalkınmaya yön vermektedir.

I. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZMİN ÖNEMİ

Dünyada turizm sektörü gelişmekte ve dünya ekonomisinin gidişatı üzerinde önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Daha önceleri doğal kaynaklardan maksimum oranda faydalanmayı düşünerek, plansız bir biçimde gelişen turizm olgusu yerini doğal kaynakların tahrip edilmeden planlı bir şekilde kullanılarak gelişen bir turizm olgusuna bırakmıştır. Bu noktada çevre ve sürdürülebilirlik kavramları gündeme gelmiştir. Sürdürülebilir turizmin genel ilkeleri ve amaçları incelendiğinde, ortak hedefin çevre ve çevre ile doğrudan ilişkili bir biçimde turizmin sürdürülebilir hale getirilmesi gerekliliği olduğu görülmektedir. Bu nedenden dolayı turizm ve çevresel faktörler birbirine bağımlılık göstermektedir. Sürdürülebilir turizm kavramının gerçekleşebilmesi için çevresel faktörler temelinde bölgesel ve ulusal düzeyde turizm politikaları geliştirilmeli ve daha önce bu süreçlerden geçmiş ülkeler incelenerek doğru analizlerde bulunmalıdır. Bu noktada Türkiye’de turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin hizmetlerinin ve Türkiye’nin imajı önem taşımaktadır. ‘Kurumsal imaj dış paydaşların düşüncelerinde ortaya çıkan, gelişimi için örgüt üyelerinin temel oluşturduğu, kurumun vizyonu, misyonu ve örgütsel değerlerinden oluşan kurum kimliğinin bir algılanış

biçimidir” (Yıldız Çakır 2006: 3). Bu açıdan turizm işletmelerinin kurumsal imajın olumlu yönde oluşması Türkiye’de turizm sektörünün gelişimi ve sürdürülebilir turizm olgusu açısından önem taşımaktadır. Gerek kurumsal imajın gerekse de ülke imajının olumlu yönde gelişmesinde turizm politikasının doğru oluşturulması ve Kültür ve Turizm Bakanlığının aktif politikaları önemli noktadadır. Türkiye gibi turizm potansiyeli olan bir ülkenin, sürdürülebilir turizm kavramına büyük önem vermesi ve henüz tahrip olmamış doğal zenginliklerini korumak için ciddi politikalar üretilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilir turizmin öneminin anlaşılması, insanlık için değerli olan kaynakların korunmasına ve gelecek nesillere tahrip edilmeden aktarılmasına yardımcı olacaktır. Turizmin sağlıklı gelişimi açısından ve özellikle de gelişmekte olan ülkelerde iktisadi kalkınmaya etkisi ancak sürdürülebilir turizmin ilkelerinin benimsenmesi ile sağlanacaktır.

I. A. Sürdürülebilir Turizm Olgusunun Geliştirilmesi Ve Turizm Pazarlaması

Sürdürülebilir turizm kavramı ile çevre ve kültür üzerindeki olumsuz etkilerin en aza indirilmesi hedeflenmektedir. Bu noktada turizmin sosyal ve çevresel etkilerinin tanımlanarak, etkilerinin giderilmesi için genel turizm politikası kapsamında önlemler alınması gerekmektedir. Sürdürülebilirlik kavramı gelecek nesillerin kullanacağı doğal kaynakların kalitesini yükseltme odaklı olmalıdır. Bunun için 12 ay turizm hedefi çerçevesinde önceliklerin yerel halka verilerek, toplumsal ve kültürel kimlik korunarak, gerekli yapılar inşa edilerek talebe göre değil arza göre turistik düzenlemelerin yapılması gerekir.

Turizm olayı önceden belirlenmiş amaçlar ile birlikte özellikle turistlerin talepleri doğrultusunda belirlendiğinden yapılmış veya yapılacak yatırımların ekonomiye etkisi olacaktır. Pazarlama araştırması üreticiyi tüketiciye ve halkı pazarlamacıya bilgi ile bağlayan bir işlemdir. Bu bilgi pazarlama fırsat ve sorunlarının tanımlan-

ması ve belirlenmesi pazarlama performansının kontrolünün sağlanması ve pazarlamanın bir süreç olarak daha iyi anlaşılması konularında bize yardımcı olmaktadır. Turizm sektöründe etkili pazar araştırmaları yapılacak yatırımların etkinliğini sağlayarak ekonomiye olumlu etki yapacaktır (Bayru Tokal 2001: 7). Ekonomide ne gibi mal ve hizmetler üretilecek, ne miktarda üretileceği önemli bir soru olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu soru ve kaynakların sınırlılığı, tercihler ve fırsat maliyeti kavramlarını içermektedir. Üretim faktörleri sınırlı olduğu için üretilebilecek mal ve hizmetlerde sınırlıdır. Bu yüzden bir tercih yapılması gerekmektedir (Ertek 2006: 10-11). Bu tercihin turizm sektöründe optimal olması turizm sektöründe turistik bölgenin arz ettiği turizm potansiyelinin doğru ölçülmesine ve bu doğrultuda turistik bölgelere talep yaratılmasına bağlıdır. Bu noktada turizm sektöründe pazarlama iletişimi kavramı ön plana çıkmıştır. Pazarlama iletişimi mal ve hizmetlerin tüketiciler tarafından fark edilip satın alınmasına ve satış sonrası tüketicilerin memnuniyetlerinin sağlanmasına kadar olan süreçtir. Pazarlama iletişimi promosyon kavramından daha geniş bir alanı kapsamaktadır. Pazarlama iletişimi kavramı ile ürünün tüketiciler tarafından fark edilmesi ve tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemek için pazarlama yöneticilerinin yerine getirdiği tüm eylemler anlatılmaya çalışılmaktadır (Bozkurt 2004:16). Turizm sektöründe sürdürülebilir turizm olgusunun sağlanması açısından turizm politikası oluşturulurken pazarlama iletişimi temelli bir anlayış yerleştirilmelidir.

Turizm yatırımları esnek ve yatırımların artırılma potansiyeli mevcut olmalıdır. Turizm sektöründe zaman içinde oluşabilecek dalgalanmalara etkili ölçüde cevap verebilmek ve çevreye zarar vermemek için kaynaklar maksimum oranda kullanılmamalıdır. Bu anlamda bir turizm planlanması yapılmalıdır.

Turizm sektörü, emek yoğun bir sektör olduğundan sürdürülebilir turizm olgusu temelinde turizm politikası yürütülürken yerel halk ile

koordinasyon önemli noktadadır. Bu yapıldığında turizm olgusu halktan kopuk bir şekilde gerçekleşir ve ekonomik anlamda yerel halka dönüşü gerçekleşmez. Yerel halkın aktif katılımının sağlanması önem taşımaktadır. Yerel halk, yaşadığı bölgenin doğal ve kültürel değerleri sayesinde ekonomik bir gelir elde ettiği zaman, kısa sürede bu değerlerin koruyucusu olacaktır. Bu da turizm potansiyelinin artmasına yol açarak iktisadi büyümeyi olumlu etkileyecektir.

I. A. 1. Turizm Harcamaları ve Turist Sayısının Ekonomi Üzerindeki Etkisi

Turizm harcamaları ve turist sayısının makro ekonomik değişkenler üzerinde önemli etkileri mevcuttur. Aşağıda belli başlı bazı makro ekonomik değişkenler ile olan ilişkiler incelenmiştir.

I. A. 1. 1. Enflasyon üzerindeki etkisi

Turizm harcamaları başta enflasyon olmak üzere bir çok makro ekonomik değişkenle ilişki içerisinde. Turist harcamalarının artması turistik bölgelerde ve ekonominin genelinde fiyatlar genel düzeyinin yükselmesi sonucunu doğuracaktır. Bu olgu da turizm sektöründe talep enflasyonuna neden olmaktadır.

Turizm hareketleri zaman ve mekan içinde, belirli dönemlerde ve belirli bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Dolayısıyla turizm hareketlerinin fiyatları piyasa koşullarına göre hızla artmakta, zaman ve mekan yoğunlaşmasına uygun olarak yükselmektedir. Maliyetlerin yükselmesi, bunu izleyerek fiyatların artması maliyet enflasyonu olarak tamamlanmaktadır (Orhan 1984: 73).

Turistik mal ve hizmet fiyatlarında yükselme, tüketimdeki artıştan, turistik mal ve hizmetlerin maliyetlerinin artmasından ve de turizm yatırımları ve turizm talebi arasındaki dengesizlikten kaynaklanmaktadır. Bu noktada ülkeler enflasyonun etkilerinden korunmak ve

yabancı turist çekebilmek için paralarının dış değerlerini düşürerek, ya da devalüasyona başvuru olarak turizm gelirlerini artırırlar.

1.A.1.2. Döviz kuru ve ödemeler dengesi üzerindeki etkisi

Uluslararası turizm hareketleri sonucunda elde edilen dövizler, döviz arzı ve talebi üzerinde etkili olmaktadır. Hizmetler sektörü içinde yer alan turizm sektörü özelliği dolayısıyla, turistik ihtiyaçların karşılanmasında ekonominin bütün kesimlerinden yararlanmakta ve dolaylı olarak da diğer sektörleri etkilemektedir. Turizm sektörünün temel hammadde ülkenin doğal, tarihi, folklorik ve kültürel değerleri olduğundan, hammadde yönünden dışa bağımlılık az olmaktadır ve bu durum kısa sürede döviz arzını etkilemektedir (Muğan 1988: 36-37). Bu etki, turist gönderen ülkede döviz talebi, turist kabul eden ülkede ise döviz arzını uyarıcı ve artırıcı rol oynamakta, döviz kurunun değerini belirlemede bu da ödemeler dengesi üzerindeki etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir ülkenin kazancı turistik döviz kaybından daha fazla olduğu sürece ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunacaktır.

1.A.1.3. İstihdam üzerindeki etkisi

Turizm ve seyahat sektörü, dünyada en fazla iş sahası yaratan sektörlerden biri konumundadır. Turizme oldukça bağımlı bulunan ülkelere toplam işgücünün % 50'sinden fazlası turizmle doğrudan ya da dolaylı olarak ilişkili bulunan ekonomik faaliyet alanlarında istihdam edilmektedir (Vellas ve Becherel 1995: 319).

Turizm harcamaları ve yatırımlarının önemli bir diğer etkisi de istihdam üzerinde görülmektedir. Turizm hareketleri, neden olduğu harcama gelir halkaları ile hizmetler sektöründe yer alan faaliyetlerde niteliksel ve niceliksel gelişmelere yol açar. Özellikle ticaret, sanat ve hizmet işletmeleri turizm harcamaları sayesinde optimum kapasiteye ulaşmaya, daha fazla ve kaliteli

personel istihdam ederek, ülkenin ekono-mik kalkınmasına ve sosyal gelişmesine katkı yapmaktadır (İçöz, ve Kozak 2002: 256).

Turizm sektörünün emek-yoğun bir sektör olması ve teknolojik girdilere diğer sektörler nazaran daha az kullanması nedeniyle bu sektörde insan gücüne olan ihtiyaç yüksek düzeydedir. Turizm sektöründe gelişmiş ülkeler incelendiğinde, o ülkeleri ilginç ve çekici yapan unsurların sadece maddi kaynakları, yatırımları, tarih ve tabiat zenginlikleri değil, onların değerlendiren insan ve organizasyon gücü olduğu görülmektedir (İlkiz ve Hitay 1992). Buna göre bir ülkede turizm sektörünün geliştirilmesi açısından özellikle arz tarafındaki insan unsuru büyük önem taşımaktadır. Örneğin, otel işletmelerinde en üst düzeydeki yöneticiden, en alt kademedeki iş görenlere kadar gerekli niteliklere sahip olmayan bireyler söz konusu ise, otel yatırımı istediği kadar çağdaş ve kaliteli olsun, işletmenin gelişmesi ve verimli çalışması mümkün değildir. Bu durum yalnızca otel işletmeleri için değil, turizm sektörü içerisinde doğrudan ya da dolaylı olarak yer alan bütün işletmeler için geçerlidir (İçöz 1991: 23-24). Bu da turizm sektörü için nitelikli ara eleman eğitim önemi ortaya çıkarmaktadır. Turizm politikası ele alınırken eğitim alanındaki öncelikler de plana dahil edilmelidir. Turizm sektörü bu özelliği sebebiyle gelişmekte olan ülkeler için önemli bir sektör haline gelecektir. Bu ülkelerdeki başta istihdam ve döviz kıtlığı sorununa ciddi çözümler getirilebilecektir.

Karşılaştırmalı üstünlük teorisinin iddiasına göre bir ülke üretimde ne kadar uzmanlaşırsa uluslararası ticaretten o kadar çok kazanç sağlar (Walther 2002: 143). Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda sanayileşme potansiyeli düşük ancak turizm sektörünün gelişme potansiyeli çeşitli sebeplerden dolayı yüksektir. Bu anlamda turizm sektörü iktisadi kalkınmanın sağlanmasında kilit bir noktada bulunmaktadır. Gelişmekte olan ülkelere başta işsizlik sorunu olmak üzere bir çok sorun turizm sektörü yardımıyla aşılabılır. Gelişmekte olan ülkelere sanayileşme oram düşük

olduğu için işsizliği gidermenin önemli bir yolu da turizm sektörü eliyle istihdamın artırılmasıdır. Turizm sektörünün gelişmesi ile istihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik tesis yatırımlarının artması, iş gücü talebini arttırdığı gibi, turizmin mevsimsel özelliğinin bir sonucu olarak talebin yoğunlaştığı dönemlerde turistik işletmelerde iş gücü talebi artacaktır. Mevsim dışında ise, işgücü talebi azalmakla birlikte yine de bir devamlılık göstermektedir (Külahçı 1992: 106). Ülkemizde yabancı turist harcamalarının yaz aylarında arttığı ve bunun paralelinde turizm yatırımlarının arttığı, sektörde fiyat artışlarının görüldüğü, iş gücü talebinin arttığı varsayılmaktadır.

II. TÜRKİYE'DE YABANCI TURİST SAYISI YABANCI TURİST HARCAMALARI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Yaz aylarında Türkiye'de yabancı turistlerin daha çok harcama yaptıkları şeklinde genel bir kabul bulunmaktadır. Yani bu görüşe göre yaz ayları içerisinde bulunulması yabancı turist harcamalarını artırmaktadır. Yabancı turist harcamaları üzerinde yaz mevsiminin etkisi olup olmadığını anlayabilmek için öncelikle yabancı turist harcamalarının en önemli belirleyicisi olan yabancı turist sayısı ile arasındaki ilişki, 1997 - 2006 dönemi için aylık veri kullanılarak en küçük kareler yöntemi ile analiz edilecektir. Daha sonra ise yaz mevsiminin, yabancı turist harcamaları üzerinde etkisi olup olmadığını anlayabilmek için, ilgili dönemde yabancı turist harcaması ile yabancı turist sayısı arası ilişkide yaz mevsiminin etkisi gölge değişken kullanılarak araştırılacak ve yaz mevsiminin yabancı turist harcamaları üzerinde belirgin bir etkisi olup olmadığı t-istatistiği kullanılarak araştırılacaktır.

IIA. En Küçük Kareler Yöntemi

Doğal ya da toplumsal olguları belirleyen ya da belirlediği düşünülen değişkenlerin aralarındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması ve bu ilişkilerin matematiksel araçlarla ifade edilmesi bilimsel süreçlerin temel adımlarından biridir. Bu olguların bazıları kesin ilişkilere sahip değişkenler yoluyla belirlenirken, bazı olgular için bu olanaksızdır. y değişkeni tarafından kesin bir ilişki ile açıklanıyorsa matematik anlamda uyması nedeniyle y , x 'in bir fonksiyonudur denir. Ancak istatistiksel bir ilişkide matematiksel anlamda bir fonksiyon oluşturmak olanaksız olduğu, değişkenlerin arasındaki ilişkinin matematiksel biçimi kesinliği değil bir yaklaşımı gösterdiği için y , x 'in bir fonksiyonudur yerine y , x üzerine bir regresyondur denir. Burada y bağımlı değişken x ise bağımsız ya da açıklayıcı değişken olarak isimlendirilecektir. Gözlem değerleri ile arasındaki farkların kareleri toplamını minimum yapacak eğri, regresyon eğrisi olarak seçilebilir. En küçük kareler yöntemi olarak adlandırılan bu yöntem $y \approx \beta_0 + \beta_1 x$ yaklaşımını sağlayacak $\hat{y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x$ regresyon doğrusunu çeşitli formüller kullanarak elde ederiz.

Regresyon eğrisinin birinci derece olduğu ve tek bağımsız değişken için E.K.K.Y.'nin sonuçları elde etmeye çalışıldığında x ve y 'e ilişkin n tane gözlem yapıldığını düşünelim. $y \approx \beta_0 + \beta_1 x$ 'i sağlayacak olan doğru, E.K.K.Y.'e göre hata terimleri $\sum e_i^2 = \sum (y - \beta_0 - \beta_1 x)^2$ toplamını minimum yapacak olandır. Öyleyse β_0 ve β_1 'e göre kısmi türevler alınarak;

$$\frac{\partial(\sum e_i^2)}{\partial \beta_0} = 2 \sum (y - \beta_0 - \beta_1 x)(-1) = 0 \quad (1)$$

$$\frac{\partial(\sum e_i^2)}{\partial \beta_1} = 2 \sum (y - \beta_0 - \beta_1 x)(-x) = 0 \quad (2)$$

denklemleri elde edilebilir. Denklemleri sağlayacak β_0 ve β_1 'in özel değerleri $\hat{\beta}_0$ ve $\hat{\beta}_1$ ("^" şapka olarak okunur) olsun. Bu değerler denklemlerde yerine konur ve düzenlenirse;

$$\sum y = \hat{\beta}_0 n + \hat{\beta}_1 \sum x \quad (3)$$

$$\sum xy = \hat{\beta}_0 \sum x + \hat{\beta}_1 \sum x^2 \quad (4)$$

elde edilir. Yukarıdaki denklemler birlikte bir denklem sistemi oluştururlar. Normal denklemler olarak adlandırılan bu denklem sistemi cramer yöntemi ile çözümlerse $\hat{\beta}_0$ ve $\hat{\beta}_1$

$$\hat{\beta}_0 = \frac{\begin{vmatrix} \sum y & \sum x \\ \sum xy & \sum x^2 \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} n & \sum x \\ \sum x & \sum x^2 \end{vmatrix}} = \frac{\sum y \sum x^2 - \sum x \sum xy}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (5)$$

$$\hat{\beta}_1 = \frac{\begin{vmatrix} n & \sum y \\ \sum x & \sum xy \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} n & \sum x \\ \sum x & \sum x^2 \end{vmatrix}} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \quad (6)$$

olarak elde edilir. Öyleyse $y \approx \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x$ yaklaşımın sağlayacak $\hat{y} = \hat{\beta}_0 + \hat{\beta}_1 x$ regresyon doğrusunu (5) ve (6) no'lu denklemler vasıtasıyla elde ederiz (Sınıksaran 2001:405-408).

II.B. T-İstatistiği

En küçük kareler yöntemi tahminleri $\hat{\beta}_0$ ve $\hat{\beta}_1$ 'mn alacağı değerler örneklemden örnekleme değişebileceğine göre her ikisi de tıpkı bağımlı değişken Y ya da teorik hata terimi (e) gibi birer rastlantı değişkeni olarak düşünülmelidir. Bir tahmincinin yansız olmasının yanı sıra varyansının küçük olması da tahminciyi güvenilir yapan bir özelliktir. $\hat{\beta}_0$ ve $\hat{\beta}_1$ ' ya dayanarak β_0 ve β_1 'e ilişkin güven aralıkları ve hipotez testleri ya da genel olarak ifade edersek istatistiksel çıkarıma yapabilmemiz için her iki tahmincinin örnekleme dağılımının bilinmesine ihtiyaç vardır. Regresyon çözümlemesi sonucunda oluşan modelin parametreleri için güven aralıkları oluşturur ve hipotez testleri yapılır. $\hat{\beta}_0$ ve $\hat{\beta}_1$, Y' nin doğrusal kombinasyonu oldukları için, Y' nin normal dağılımı durumunda ispatlanabilir ki, $\hat{\beta}_0$ ve $\hat{\beta}_1$ de normal dağılır. Y' nin normal dağıldığı varsayımı altında eşitliğinde t istatistiklerine başvurabiliriz. Güven aralıkları oluşturularak model parametreleri için hipotez testleri uygulanır. Test edilen değer güven aralığının dışındaysa H_0 red, içindeyse kabul edilir. Ancak genellikle hipotez testi süreci güven aralığından bağımsız olarak gerçekleştirildiği için test istatistiği kullanılacaktır. H_0 hipotezi doğru ise t istatistiği (n-2) serbestlik dereceli t dağılacaktır. Örneklemden gelen t istatistiği hesaplanır ve tablo değeri ile karşılaştırılır. Eğer modelin parametresinin t istatistiği belirli bir anlamlılık düzeyinde (n-2) serbestlik dereceli tablo değerinden küçükse hipotez kabul aksi halde ise red edilir (Sınıksaran 2001:416-422). Kabaca tanımlarsak, anlamlılık sınaması, örneklem sonuçlarının, bir sıfır önsavmın doğrulandığını mı yoksa yanlışlandığını mı görmek için kullanılan bir süreçtir. Anlamlılık sınamasının ardında yatan bu anahtar kavram bir sınama istatistiği (tahmin

edici) ile sıfır önsavı altında bu istatistiğin örneklem dağılımıdır. H_0 'ı kabul ya da redetme kararı, elde edilen verilerden elde edilen sınama istatistiğine bağlıdır (Gujarati 1999: 124).

Normallik varsayımı altında;

$$T = (\hat{\beta}_0 - \beta_0) / \text{sh}(\hat{\beta}_0)$$

$$= [(\hat{\beta}_0 - \beta_0) \sqrt{\sum x_i^2}] / \hat{\sigma} \quad (7)$$

değişkeni n-2 serbestlik derecesi ile t dağılımına uyar. Eğer gerçek β_0 değeri sıfır önsavı altında belirlenmişse (7) no'lu denklemdeki t değeri elde edilen örneklemden kolayca hesaplanabilir, dolayısıyla da bir sınama istatistiği görevi üstlenebilir. Sınama istatistiği t dağılımına uyduğuna göre, aşağıdaki güven aralıkları yazılabilir (Gujarati 1999: 124).

$$\Pr[-t_{\alpha/2} \leq (\hat{\beta}_0 - \beta_0) / \text{sh}(\hat{\beta}_0) \leq t_{\alpha/2}] = 1 - \alpha \quad (8)$$

Uygulamada (8) no'lu'ü açıkça hesaplamak gerekmez. (8) no'lu denklemdeki iki eşitsizliğin arasındaki t değeri hesaplanabilir, bunun eşik t değerlerinin arasında mı yoksa dışında mı olduğuna bakılır (Gujarati 1999: 124).

II. C. Gölge Değişkenlerin Niteliği

Regresyon çözümlemesinde bağımlı değişken yalnız bir ölçükle kolayca sayısallaştırılabilen değişkenlerden değil, (cinsiyet, ırk, din, dönem, politika değişimleri gibi) nitel olan değişkenlerden de sık sık etkilenmektedir. Nitel değişkenler bağımlı değişkenleri etkilemektedir. Bu yüzden açıklayıcı değişkenler arasına katılmalıdır. Ancak

nitel değişkenlerin nasıl analize katılacağı önem taşımaktadır.

Regresyon denklemlerindeki değerler bazı sürekli aralıklı değerler alabilmektedir. Bu genel bir durum olmamakla birlikte farklı değerler alan bir veya fazla bağımsız değişkenin kullanılması şeklinde de olabilir. Bazı gerçekliklerin varlığını hesaba katarak analiz yapabilmek de gerekmektedir (Pindyck ve Rubinfeld 1991: 104). Nitel değişkenler genellikle bir niteliğin yada bir varlığın ya da bir özelliğin varlığını ya da yokluğunu gösterdiklerinden, bu özellikleri nicelleştirmenin bir yolu 0 ya da 1 değerlerini alan yapay değişkenler oluşturmaktır. Bir değişkenin 0 değerini alması bir özelliğin yokluğunu, 1 değerini alması da bir özelliğin varlığına işaret etmektedir. Örneğin 1 bir kişinin erkek olduğunu, 0 ise kadın olduğunu göstermektedir. 0-1 değerlerini alan değişkenlere gölge değişkenler denir.

Gölge değişkenler regresyon modeline tıpkı nicel değişkenler gibi kolaylıkla kullanılabilirler. Ayrıca bir regresyon modelinin tüm açıklayıcı değişkenleri gölge değişkenlerden oluşabilir. Bu modellere varyans çözümlemesi (VARÇÖZ) modelleri denir (Gujarati 1999: 500). Ekonomik zaman serileri çoğu zaman mevsimsel bir yapı gösterir. Belirli zaman dönemlerine ait gözlemler çoğu zaman mevsimsel etkilere açıktır. Bu yüzden seriler sürekli olarak bu periyodik etkilerle sonucunda şekillenir.

$$Y_i = \alpha + \beta(D_i) + u_i \quad (9)$$

Burada Y yabancı turist harcamaları $D_i = 1$ yaz mevsimi ise, $D_i = 0$ yaz mevsimi değilse değerini alır. Bu modelde diğer regresyon modellerinden tek fark nicel olan herhangi bir değişken yerine nitel olan D olan gölge değişken kullanılmıştır. Bu modelde diğer unsurların etkisi göz ardı edilerek yabancı turist harcamalarında yaz mevsiminin etkisi araştırılmıştır. Yaz mevsimi

dışında yabancı turist harcamalarının beklenen değeri $E(Y_i / D_i) = \alpha$, yaz aylarında yabancı turist harcamalarını beklenen değeri ise $E(Y_i / D_i) = \beta$ 'dir. Sabit terim α , yaz mevsimi dışında ortalama yabancı turist harcamalarını, eğim katsayısı olarak ifade edilebilecek β ise yaz aylarında ile yaz ayları dışında ortalama yabancı turist harcamalarını arası farkı, $\alpha + \beta$ ise yaz aylarında ortalama yabancı turist harcamalarını göstermektedir.

Nitel ve nicel değişkenlerin birlikte bulunduğu modellere ortak varyans çözümlemesi denir (Gujarati 1999:502). Regresyon hesaplanan analizi yapıldıktan sonra tahmin edilen β 'e anlamlılık sınaması uygulanırsa t istatistiği vasıtasıyla, nitel özelliğın ayrımı olup olmadığı hipotezi test edilebilir.

$$Y_i = \alpha + \beta(D_i) + \sigma X_i + u_i \quad (10)$$

Burada X_i nicel bir değişken olup yabancı turist sayısını göstermektedir. Nitel değişkende iki farklı grubu yaz aylarım ve diğer ayları göstermektedir. Bir yaz ayları dışında yabancı turistlerin ortalama harcaması $E(Y_i / X_i, D_i = 0) = \alpha + \sigma X_i$, β 'nin bir nokta tahmini değeri olan yaz aylarında yabancı turistlerin ortalama harcaması ise $E(Y_i / X_i, D_i = 1) = \alpha + \beta + \sigma X_i$ 'dir. Yaz aylarında ve yaz ayları dışında yabancı turistlerin harcamalarının beklenen değerlerinin sabit terimi

farklıdır. Yaz aylarında yabancı turistlerinin harcamaları yaz ayları dışındakinden o kadar farklıdır. Ancak yabancı turist sayısı başına ortalama yabancı turist harcaması her iki mevsim grubunda da aynıdır. Anlamlılık sınamasına başvurularak β 'nin t istatistiği hesaplanır. Eğer β 'nin istatistik bakımından anlamlılığı kabul edilirse yaz ayları ve yaz ayları dışında yabancı turist harcamalarını aynı olduğu ön savını reddederiz. D gölge değişkenlerine verilen β katsayısı sabit terim farkı olarak kabul edilir. 1 değerini alan seçeneğın sabit terimi, 0 değerini alan şikkın katsayısından ne kadar farklı olduğunu gösterir. Burada 0 değeri verilen şıkka temel şık adı verilir. Karşılaştırılma yapılmasına temel teşkil eden şıktır.

II. D. 1997-2006 Dönemi İçin Aylık Yabancı Turist Sayısı Yabancı Turist Harcaması Analizi

1997 Ocak- 2006 Aralık dönemi için Türkiye'de yabancı turist sayısı ile yabancı turist harcamaları arasındaki ilişki en küçük kareler yöntemi kullanılarak incelenmeye çalışılacaktır. Ülkeye gelen yabancı turist sayısındaki değişimler yabancı turist harcamalarını etkilemektedir. Yabancı turist sayısındaki bir birim değişimin yabancı turist harcamalarını nasıl etkileyebileceği araştırılmıştır. Aşağıda ilgili dönem için yabancı turist sayısı ile yabancı turist harcaması arasındaki ilişki tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Yabancı Turist Sayısı Yabancı Turist Harcaması İlişkisi

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-İstatistiği	Olasılık
C	-43.56197	26.16542	-1.664868	0.0986
TURSAY	0.721653	0.019881	36.29838	0.0000
R-kare	0.917803	F-statistic		1317.572
Düzeltilmiş R-kare	0.917106	Prob(F-statistic)		0.000000
Durbin-Watson istatistiği	1.059794			

Buna göre yabancı turist sayısındaki (TURSAY) bir birim değişme yabancı turist harcamalarını 0,72 birim pozitif yönde etkilemektedir. Yabancı turist sayısındaki bir birimlik artış yabancı turist harcamalarını 0,72 birim artırırken, yabancı turist sayısındaki bir birim azalış da yabancı turist harcamalarını 0,72 birim azaltmaktadır. Denklemin sabit katsayısı (C) ise -43.56197'tir. Durbin-Watson istatistiği 1,01'dir ki bu oto korelasyon varlığını gösterir. Bunu gidermek için serilerin farkları alınarak veya

Cochrane-Orchut süreci uygulanarak Durbin-Watson istatistiği düzeltilebilir ama analizimiz yabancı turist sayısı ve yabancı turist harcamaları arasındaki ilişkiyi ölçmek istediği için bu sürece başvurulmamıştır.

Tablo 2 ve 3'de görülebileceği gibi, yabancı turist sayısı ve yabancı turist harcamalarında yaz aylarında artış görülmektedir. Bu durum ilgili serilerde yaz mevsiminin etkisi bulunduğu kuşkusunu yaratmaktadır.

Tablo 2. 1997-2006 Dönemi Aylık Yabancı Turist Harcamaları

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1997	212	175	312	416	707	794	854	1169	1054	715	358	236
1998	261	229	318	420	718	869	729	1169	1041	827	357	239
1999	196	186	224	255	422	508	618	859	696	691	313	225
2000	217	218	302	422	662	747	1054	1207	1056	984	476	291
2001	223	216	298	555	827	983	1113	1315	1127	825	384	224
2002	213	262	421	451	759	877	1126	1450	1237	978	435	272
2003	247	264	292	329	637	896	1346	1967	1600	1125	572	323
2004	394	365	476	620	1017	1177	1645	2166	1740	1450	643	431
2005	457	403	604	695	1226	1321	2017	2504	1968	1603	682	448
2006	457	380	530	719	1034	1303	1801	2312	1764	1161	606	484

Tablo 3. 1997-2006 Dönemi Aylık Yabancı Turist Sayısı

	Ocak	Şubat	Mart	Nisan	Mayıs	Haziran	Temmuz	Ağustos	Eylül	Ekim	Kasım	Aralık
1997	300	315	555	640	1.020	1.045	1.208	1.427	1.207	949	540	500
1998	350	371	478	642	987	1.039	1.145	1.377	1.164	1.034	502	371
1999	359	372	409	427	691	785	932	1.079	876	801	436	321
2000	334	354	435	721	986	1.079	1.526	1.419	1.369	1.178	602	424
2001	359	405	547	885	1232	1388	1777	1601	1440	1066	521	398
2002	307	426	676	853	1326	1458	1897	1900	1771	1420	663	560
2003	364	481	500	669	1146	1511	2131	2275	1874	1658	776	644
2004	534	608	784	1104	1799	1898	2591	2493	2125	1842	950	789
2005	699	693	1107	1349	2303	2403	3164	2859	2502	2107	1052	862
2006	667	627	922	1373	1919	2369	3110	2906	2267	1714	1020	927

Yabancı turist harcamaları ile yabancı turist sayısı arasındaki ilişkide yaz mevsiminin etkisi olup olmadığını anlayabilmek için, gölge değişken (DUMMYIAZ) kullanılmış ve yaz mevsiminin yabancı turist harcamaları üzerindeki etkisi 24,9 birim olarak bulunmuştur. Yaz mevsimi dahil edilerek kurulan bu ilişkide yabancı turist sayısının, yabancı turist harcamaları üzerindeki etkisi ise 0,71 birim olarak bulunmuştur. Denklemin sabit katsayısı (C) ise -39.94967'tir. Bu sonuçlar tablo 4'de görülmektedir. Yaz mevsiminin etkisi göz önünde bulundurulmadan yapılan bu analizde yabancı turist sayısının yabancı turist harcaması üzerindeki etkisi 0,72 birim iken, yaz mevsiminin etkisi göz önüne alındığında bu etki 0,71 birim olmaktadır. Anlaşılacağı gibi yaz mevsiminin etkileri analizin sonuçlarını fazla değiştirmemiştir. Analizde yaz mevsiminin etkisini bulunup bulunmadığı istatistiksel olarak da test edilebilir. Bunu anlayabilmek için gölge değişkenin katsayısının anlamlı olup olmadığı, $H_0: \beta=0$ hipotezinin t sınamasıyla test edilir. Burada β gölge değişkenin katsayısıdır. Tablo 4'de de

görülebileceği üzere gölge değişkenin t değeri 0,64 olup %5 anlamlılık düzeyi ve 118 serbestlik dereceli kritik değer t değeri 1,658'den küçüktür. Böylece yaz mevsiminin etkisinin bulunmadığını ileri süren H_0 hipotezi kabul edilir. Yabancı turist sayısı ve yabancı turist harcamaları arası ilişkide yaz mevsiminin etkisi genel düşüncenin aksine bulunmamakta, yabancı turist harcamasındaki artış içinde bulunulan aya bağlı olmadan gelen yabancı turist sayısının artmasına paralel olarak artmaktadır. Bu olgu da Türkiye'nin genel olarak yaz turizmine önem vermesinden, bu doğrultuda turizm yatırımlarını şekillendirmesinden ileri gelmektedir. Bu anlamda yaz mevsiminde yabancı turistlerin daha çok harcama yaptıkları düşüncesi red edilmiştir. Yabancı turist harcamalarını belirleyen faktörler yabancı turist sayısı, ziyaretçilerin ekonomik durumu, enflasyon, yabancı paraların değeri, turistik bölgelerdeki harcama olanaklarının çeşitliliği gibi bir çok faktörün etkisinde olup, yaz mevsiminin yabancı turist harcamaları üzerinde belirleyici bir etkisi olmadığı analizimiz sonucu bulunmuştur.

Tablo 4. Yaz Mevsiminin Etkisi Dikkate Alınarak Yabancı Turist Sayısı Yabancı Turist Harcaması İlişkisi

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-İstatistiği	Olasılık
C	-39.94967	26.81461	-1.489847	0.1390
TURSAY	0.712862	0.024102	29.57702	0.0000
DUMMYIAZ	24.94099	38.45255	0.648617	0.5179
R-kare	0.918097	F-statistic		655.7624
Düzeltilmiş R-kare	0.916697	Prob(F-statistic)		0.000000
Durbin-Watson istatistiği	1.046595			

SONUÇ

Gelişmekte olan ülkelerin kalkınması içinde önemli bir noktaya gelen turizm sektörü Türkiye'de de makro ekonomik değişkenler üzerinde belirleyici olmaktadır. Yabancı turist harcamaları ile yabancı turist sayısı arasındaki ilişki araştırılarak bazı sonuçlara ulaşılmıştır.

1997-2006 dönemi için yabancı turist harcamaları yabancı turist sayısı arasındaki ilişki aylık veri kullanarak en küçük kareler yöntemi ile incelenmiştir. Bu ilişkide yaz mevsiminin etkisi gölge değişkenler kullanılarak araştırılmış ve yaz mevsiminin kendisinin doğrudan yabancı turist harcamaları üzerinde etkisi olmadığı ortaya konulmuştur. Yaz mevsiminde yabancı turist

sayısı arttığı için yabancı turist harcamalarının arttığı sonucuna ekonometrik analizler kullanılarak varılmıştır. Bu da Türkiye’de yaz turizmine yönelik tesislerin diğer turizm tesislerine oranla daha fazla bulunduğunu ve bunun sonucu olarak yaz aylarında yabancı turistlerin ülkemize daha fazla geldiğini göstermektedir.

Türkiye sürdürülebilir turizmin olgusunu dikkate alarak turizm politikası geliştirilmelidir. Bunun için de 12 ay turizm hedefi çerçevesinde önceliklerin yerel halka verilerek toplumsal ve kültürel kimlik korunarak gerekli yapılar inşa edilerek talebe göre değil arza göre turistik düzenlemelerin yapılması gerekir. Sürdürülebilir turizm kavramı genel iktisat politikasının bir alt kolu olan turizm politikası kapsamında değerlendirilmelidir. Bu sayede başta istihdam sorunu olmak üzere diğer ekonomik sorunlara da kalıcı çözümler getirilebilir. Bu noktada yaz turizmine alternatif turizm çeşitleri geliştirilmelidir. Böylece yabancı turist sayısı sonucunda artan yabancı turist harcamaları 12 ayda da belirli bir düzeyde gerçekleşecektir. Bu da Türkiye’nin iktisadi kalkınmasında önemli bir sektör olan turizmin dengeli bir büyüme süreci içerisine girmesi sonucunu doğuracaktır.

KAYNAKLAR

- Bayru Tokal, Pınar: (2001) **Pazarlama ve Reklam Araştırmaları**, İstanbul, Lebib Yalkın Yayınları.
- Bozkurt, İzzet: (2004) **İletişim Odaklı Pazarlama Tüketiciden Müşteri Yaratmak**, İstanbul, MediaCat.
- Ertek, Tümay: (2006) **Temel Ekonomi**, İstanbul, Beta Yayınları.
- Gujarati, Damodar: (1999) **Temel Ekonometri**, İstanbul, Literatür Yayıncılık.
- İçöz, Orhan: (1991) “Turizm Sektörünün Gelişmesinde İnsan Unsurunun Önemi,” **Anaotolia Turizm Araştırmaları Dergisi**, Sayı: 23-24, s. 15-18.
- İçöz, Orhan ve Metin Kozak: (2002) **Turizm Ekonomisi, 2. Baskı**, Ankara, Turhan Kitabevi Yayınları.
- İlkiz, Oktay ve Oya Hitay: (1992) **Türkiye’de Turizm Eğitiminde Sorunlar**, Turizm Eğitimi Konferans Workshop, Ankara.
- Külahçı, Mehmet: (1992) **Turizm Sektöründe İşgücünün Mesleki Eğitimi**, Turizm Eğitimi Konferans Workshop, Ankara.
- Muğan, Suna: (1988) **Turizm Yatırımlarının İstihdama Olan Etkisi; Yüksek Lisans Tezi**, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, (yayınlanmamış).
- Orhan, Osman Zekai: (1984) **Başlıca Enflasyon Teorileri Gelişmekte olan Ülkelerde ve Türkiye’de Enflasyon**, İstanbul, Okan Yayıncılık.
- Pindyck, Robert S. ve Daniel L. Rubinfeld: (1991) **Econometric Models & Economic Forecasts**, Singapore, McGraw-Hill.
- Sınıksaran, Enis: (2001) **Teori ve Uygulamalarıyla İstatistiksel Yöntemler**, İstanbul, Filiz Kitabevi.
- Vellas, François ve Lionel Becherel: (1995) **International Tourism**, London, Macmillan Business.
- Walther, Ted: (2002) **Dünya Ekonomisi**, Çev. Ünal Çağlar, İstanbul, Alfa Yayınları.
- Yıldız Çakır, Nuran: (2006) **Türkiye’de Pazarlama Hizmetleri Veren İşletmelerin Kurumsal İmajı**, İstanbul, Azim Yayıncılık.