

Turist Harcamalarının Belirleyicileri Üzerine Bir Yatay Kesit Analiz

Ferhat Topbaş¹ & Sabriye Çelik Uğuz²

Özet

Turizmin ekonomik etkilerini ölçmede en uygun aracı, turist harcamaları oluşturmaktadır. Bu nedenle, turistlerin harcama davranışları ve harcama düzeylerine ilişkin yapılan çalışmalar artmaya başlamıştır. Bu çalışmada, turizm harcamalarının belirleyicileri hanehalkı özelliklerine göre tespit edilmeye çalışılmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin 2014 Hanehalkı Bütçe Anketi (HBA) verileri kullanılarak yapılan lojistik regresyon sonuçlarına göre; hane geliri, ev sahipliği, otomobil sahipliği gibi refahı temsil eden değişkenler ve fert sayısına göre hane tipi gibi değişkenler, hanehalklarının turizm harcamasını belirleyen temel etkenler olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hanehalkı, Turist Harcamaları, Yatay Kesit, Türkiye

JEL Kodları: C31, R21, Z32

¹ Bankacılık ve Finans Bölümü, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Y.O, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye, ftopbas@balikesir.edu.tr

² Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümü, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Y.O, Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir, Türkiye, sabriyecelik@balikesir.edu.tr

A Cross Section Analysis on Determinants of Tourist Expenditures

Abstract

The most appropriate key for measuring the economic impacts of tourism is the tourist expenditures. In this context, studies which made regarding the expenditure behavior and expenditure level of tourists has begun to increase. In the study, the determinants of tourism expenditures were worked to be identify according to the household characteristics. According to the results of the logistic regression made using Turkish Statistical Institute's (TUIK) 2014 Household Budget Survey (HBS) data; the main factors determining the tourism expenditure of households were identified variables representing welfare as household income, homeownership, automobile ownership and variables as household type by number of individuals

Keywords: Household, Tourist Expenditures, Cross Section, Turkey

JEL Codes: C31, R21, Z32

1. GİRİŞ

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi verilerine göre, 2015 yılında turizm sektörü küresel ekonomik büyümenin (%2,3)'nin de önüne geçerek %2,8 oranında büyümüştür. 7,2 trilyon dolar üretim ile dünya GDP'sinin %9,8'ini gerçekleştirmiştir. 284 milyona ulaşan istihdam rakamlarına göre dünya üzerinde çalışan her 11 kişiden biri turizm sektöründe istihdam edilmektedir. Toplam ihracatın %6,1'ini ve toplam yatırımın %4,3'ünü oluşturmaktadır (WTTC, 2016:3-5). Ülkelerin makro ekonomik yapıları içerisinde bu derece önem arz eden bu sektörün ekonomik yönden incelenmesi son yıllarda ilgi çeken bir araştırma konusu haline gelmiştir. Turizmin ekonomik etkileri konusunda da ilk akla gelen değişken turist harcamaları olmuştur (Aguilo ve Juaneda, 2000; Dwyer, Forsyth ve Spurr, 2004; Fredman, 2008).

Turizmin ekonomi içerisindeki öneminin artmasıyla birlikte, sektörün daha hızlı gelişmesi ve sektöre yönelik talebin etkin bir şekilde artırılabilmesi için dikkatler turist harcamalarının belirleyicilerine odaklanmıştır (Brida ve Scuderi, 2012). Turist harcamaları, turizmin ekonomik etkilerini ölçmede en güvenilir değişkenlerden birisi olduğu için (Garcia-Sanchez vd., 2013) bu harcamaları etkileyen faktörleri belirlemek ve etkisini ölçmek önemli hale gelmiştir (Mak, 2004; Nicolau ve Mas, 2005; Dolnicar vd., 2008; Marrocu vd., 2015). Turistin harcama davranışı üzerine yapılan çalışmaların ilgili literatüre temelde iki önemli katkısı olmaktadır: İlki, harcama düzeylerini belirleyen değişkenleri ve harcama eğilimi üzerindeki rollerini tespit ederken, ikincisi harcama kararını etkileyen faktörleri ortaya koymaktadır (Brida ve Scuderi, 2012: 2-3).

Bu çalışmada temel amaç, hanehalklarının turizm harcaması eğilimini belirleyen unsurları tespit etmek ve ilgili literatüre katkı sağlamaktır. Hanehalkı turizm harcamaları belirleyicileri; lojistik regresyon analiz yardımıyla incelenmiş ve çalışmanın devamında ele alınan beşeri ve ekonomik unsurların hanehalklarının turistik ürün satın alma kararları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

2. TURİST HARCAMALARI ve BELİRLEYİCİLERİ

Harcama, turistin tüketim davranışını anlamak için önemli bir bileşendir ve harcama düzeyi tüketim hacminden daha önemlidir (Legoharel ve Wong, 2006). Turistlerin harcaması ile ilgili çoğu araştırma, turizmin ekonomik etkilerini makro düzeyde incelerken (Lee, Var ve Blaine, 1996; Lim, 1997); yakın zamanlarda yapılan çalışmalar, mikro düzeyde turist harcamalarının belirleyicilerini analiz etmeye odaklanmıştır (Cannon ve Ford, 2002; Jang, Bai, Hong, ve O'Leary, 2004; Laesser ve Crouch, 2006; Craggs ve Schofield, 2009; Alegre ve Cladera, 2010; Brida ve Scuderi, 2012; Thrane, 2014).

Turist harcamalarının belirleyicileri üzerine yapılan araştırmalarda; sosyo-demografik, ekonomik ve psikolojik niteliklere ve de seyahatin organize edilme özelliklerine göre 4 temel değişken kullanılmış ve bu değişkenlerin seyahat harcamaları üzerinde önemli farklılıkları olduğu ortaya konulmuştur (Mak, Moncur ve Yonamine, 1977; Spotts ve Mahoney, 1991; Craggs ve Schofield, 2009; Marrocu vd., 2015). Sosyo-demografik özellikler; cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim düzeyi, meslek, ikamet yeri, milliyet, sınıf, etnik köken ve hanehalkının büyüklüğü, çocuk sayısı olarak belirlenmiştir (Aguilo ve Juaneda, 2000; Nicolau ve Mas, 2005; Wang ve Davidson, 2010a). Sosyo-demografik özelliklerin yanı sıra gelir, konut sayısı, ev değeri, araba sayısı gibi ekonomik değişkenlerin anlamlı bir değişiklik yarattığı ortaya konulmuştur (Seiler vd., 2003). Gelir, turist harcamalarını belirleyen en önemli ve en sık kullanılan değişken olarak tespit edilmiş ve turist harcamaları ile gelirler arasında pozitif bir ilişki olduğu doğrulanmıştır (Agarwal ve Yochum, 1999; Cannon ve Ford, 2002; Wang ve Davidson, 2010b; Hung, Shang ve Wang, 2013). Turist harcamaları, sadece sosyal ve ekonomik

faktörlerden değil, aynı zamanda seyahat motivasyonu ve seyahat tercihi gibi psikolojik faktörler tarafından etkilenmektedir (Laesser ve Crouch, 2006; Wang, Rompf, Severt ve Peerapatdit, 2006; Wang ve Davidson, 2010b). Aynı zamanda bu değişkenlerle birlikte coğrafi özellik, seyahatin büyüklüğü, uzaklığı, sıklığı, türü, amacı, destinasyon seçimi, destinasyon imajı, diğer destinasyonlarda mola sıklığı, bilgi edinme davranışı, ulaşım araçları, ödeme yöntemi, konaklama türü, kalış süresi, rezervasyon şekli gibi seyahat ve destinasyonla ilgili değişkenlerin de turist harcamalarını uyarıcı etkisi olduğu ve pozitif olarak etkilediği belirlenmiştir (Oppermann, 1996; Wang ve Davidson, 2010a; Tavares, Ivanov ve Neves, 2016).

3. LİTERATÜR ÖZETİ

Literatürde turist harcamalarının belirleyicilerini tanımlayan ve analiz eden çok sayıda çalışma mevcuttur (Qiu ve Zhang, 1995; Agarwal ve Yochum 1999; Fish ve Waggle, 1996; Stabler, 2000; Cheung ve Law, 2001; Brida ve Scuderi, 2012). Bu çalışmalardan bazıları Tablo 1’de ele alınarak sunulmuştur.

Tablo 1. Literatür Özeti

Yazarlar	Yöntem	Açıklayıcı Değişkenler	
		Olumlu	Olumsuz
Hung vd., 2013	Çoklu Analiz	Hanehalkı reisinin yaşı, geliri, araba sahipliği, internet kullanımı	Ev kredisi, sağlık ve sigorta giderleri
Hung vd., 2011	Quantile Regression	Mal varlığı, gelir, yaş, eğitim	-
Zheng ve Zang, 2011	Tobit	Gelir, eğitim, cinsiyet, hanehalkı sayısı, yaş, medeni durum, meslek, etnik köken, seyahat süresi	-
Alegre vd., 2010	Logic Regression	Mal varlığı, finansal zorluklar, gelir, gelir kaynağı, eğitim	Sağlık durumu, yaş, hanehalkı sayısı
Alegre vd., 2009	Heckman’s Two-Part Model	Mal varlığı, gelir, yaş, eğitim, milliyet, seyahat deneyimi	Gelir kaynağı, hanehalkı sayısı
Jang ve Ham, 2009	Heckman’s Two-Part Model	Gelir, yaş, eğitim, medeni durum, milliyet	Hanehalkı sayısı, etnik köken
Hong vd., 2005	Heckman’s Two-Part Model	Mal varlığı, gelir, eğitim, medeni durum, milliyet, meslek, hanehalkı sayısı	Etnik köken
Alegre ve Pou, 2004	Logistic Regression	Mal varlığı, gelir, yaş, eğitim, milliyet, meslek	Hanehalkı sayısı,
Fish ve Waggle, 1996	Ordinary Least Squares	Mal varlığı,	Hanehalkı sayısı
Dardis vd., 1994	Tobit	Gelir, cinsiyet, hanehalkı sayısı, eğitim	Yaş, etnik köken, milliyet

Dardis vd., 1981	Ordinary Least Squares	Mal varlığı, gelir, gelir kaynağı, yaş, eğitim, medeni durum, milliyet, meslek, etnik köken	-
------------------	------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------	---

Literatür çalışmalarında, turizm için yapılan toplam harcamalar bağımlı değişken olarak alınırken, açıklayıcı değişkenler ve bu değişkenlerin harcama üzerindeki etkileri incelenmiştir. En sık kullanılan açıklayıcı değişkenler; ekonomik özellikler (mal varlığı, finansal zorluk, gelir, gelir kaynağı, sağlık durumu), sosyo-demografik özellikler (yaş, eğitim, cinsiyet, etnik köken, milliyet, meslek, medeni durum, hanehalkı sayısı) ve gezi ile ilgili (seyahat süresi, seyahat deneyimi) dir. Yapılan inceleme ve araştırmalarda, konuya bu çalışma paralelinde hanehalkı özellikleri ile turizm harcaması perspektifinden yaklaşan bir başka çalışmaya rastlanılmamıştır. Yukarıda da bahsedildiği üzere konu ile ilgili literatür genellikle bireysel veriler üzerine yoğunlaşmıştır. Oysa bireyin satın alma kararlarının medeni halinden ve mensubu olduğu ailenin sosyal, kültürel ve ekonomik düzeyinden etkilendiği yadsınamaz bir gerçektir.

3. YÖNTEM VE BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında TÜİK tarafından yapılmakta olan HBA (2014) verilerinden yola çıkılarak, hanehalklarının turizm harcama eğilimleri incelenmiştir. Çalışmada kullanılan yatay kesit verilerine geçmeden önce ilgili yıl anketinden elde edilen genel veriler ortaya konulmuştur.

3.1. Veri Seti

Söz konusu dönemde (2014) tabakalı iki aşamalı örnekleme yöntemi kullanılarak, her ay değişen 1014 hane olmak üzere yıl boyu 13248 örnek hanehalkına anket uygulanmış ve anketi geçerli kabul edilen 10060 haneye ait veriler derlenmiştir. 2014 yılında ortalama hane geliri 2848 TL olarak tespit edilmiştir. Harcama dağılımına bakıldığında ise, en yüksek harcama payının %24,8 oranı ile konut ve kira harcamaları olduğu ve lokanta ve otel harcamalarının payının ise, %6 civarında gerçekleştiği görülmüştür (Tablo 2).

Tablo 2: Harcama Gruplarına Göre Toplam, Hanehalkı Başına ve Eşdeğer Fert Başına Ortalama Aylık Tüketim Harcamasının Dağılımı, Türkiye, 2013-2014

Harcama türleri	Toplam hanehalkı tüketim harcamasının dağılımı		Hanehalkı başına aylık ortalama harcama		Eşdeğer ^(*) fert başına aylık ortalama harcama	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Toplam hanehalkı tüketim harcaması	100,0	100,0	2 572	2 848	1 199	1 351
Gıda ve alkolsüz içecekler	19,9	19,7	511	561	238	266
Alkollü içecekler, sigara ve tütün	4,2	4,2	109	121	51	57
Giyim ve ayakkabı	5,3	5,1	136	145	63	69
Konut ve kira	25,0	24,8	642	705	299	335
Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri	6,6	6,8	168	192	79	91
Sağlık	2,1	2,1	53	60	25	29
Ulaştırma	17,4	17,8	448	507	209	241
Haberleşme	4,0	3,7	102	107	48	51
Eğlence ve kültür	3,1	3,0	79	87	37	41
Eğitim hizmetleri	2,4	2,4	60	68	28	32
Lokanta ve oteller	5,9	6,0	152	172	71	82

Çeşitli mal ve hizmetler	4,3	4,3	111	122	52	58
--------------------------	-----	-----	-----	-----	----	----

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bütçe Araştırması, 2014

* Düzeltilmiş OECD ölçeğine göre hesaplanmıştır.

Tablo 2'de görüldüğü üzere, en düşük harcama grubu sağlık ve eğitim harcamalarıdır. Hanehalklarının ortalama otel ve konaklama harcaması, hane başına 172 TL ve OECD ölçeğine göre düzeltilmiş hane büyüklüğü endeksine göre ise, fert başına ortalama 82 TL olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3: Gelire göre sıralı % 20'lik grupların harcama türleri içindeki payları, Türkiye, 2014

Harcama türleri	1. %20	2. %20	3. %20	4. %20	5. %20
Toplam hanehalkı tüketim harcaması	8,5	13,7	17,8	22,8	37,2
Gıda ve alkolsüz içecekler	12,4	16,9	20,0	22,3	28,4
Alkollü içecekler, sigara ve tütün	9,6	15,5	20,6	25,1	29,2
Giyim ve ayakkabı	6,6	12,0	16,9	23,6	40,9
Konut ve kira	11,2	15,7	18,6	22,1	32,5
Mobilya, ev aletleri ve ev bakım hizmetleri	7,5	13,4	17,9	23,4	37,7
Sağlık	8,8	12,9	17,1	21,1	40,2
Ulaştırma	4,2	9,8	16,4	24,0	45,7
Haberleşme	6,5	12,5	18,1	25,1	37,8
Eğlence ve kültür	5,2	12,5	14,3	22,9	45,1
Eğitim hizmetleri	2,2	5,6	10,6	16,9	64,7
Lokanta ve oteller	6,3	11,0	16,6	22,8	43,4
Çeşitli mal ve hizmetler	5,7	14,6	15,9	22,4	41,5

Kaynak: TÜİK, Hanehalkı Bütçe Araştırması, 2014

Tablo 3'de harcama türlerinin gelir gruplarına göre dağılımı görülmektedir. Hanehalklarının gelir gruplarına göre, lokanta ve oteller, harcama grubu içerisindeki toplam harcamaların %43,4'ü en yüksek gelir grubu tarafından gerçekleştirilmektedir. En yüksek iki gelir grubunun toplam harcama payı %66,2'dir. Harcama dağılımında yüksek gelir gruplarındaki bu yığılma turizmin gelir talep esnekliğinin yüksek olması nedeniyle lüks bir mal ve hizmet olduğunun göstergesidir.

HBA (2014) kapsamında harcama verileri derlenen 10122 haneden 529'u konaklama veya paket tur harcaması beyan etmiştir. Bu oran, ankete katılan hanelerden sadece %5,2'sinin turizm faaliyetine katıldığı anlamına gelmektedir. TÜİK'nun verilerinden yola çıkarak ülke genelinde tanımlanan hane tiplerine göre, 21372124 hane olduğu hesaplanırken, ülke vatandaşlarının ülke içinde turizm faaliyetlerine katılabilecek hane sayısı 1116958'dir. İç turizme yönelik katılımın yetersiz olması nedeniyle Türkiye'de turizm sektörü dış turizm talebine bağımlı hale gelmektedir.

Çalışmanın analiz kısmında söz konusu anket çalışmasına ait 10122 haneye ait veriler kullanılmıştır. TÜİK madde tanımlamalarında Kişisel Tüketim Harcamalarının amaca göre Bireysel Tüketim Sınıflaması (COICOP)'nı dikkate almaktadır. COICOP sınıflamasına göre 3 farklı kodlama mevcuttur. Bu kodlamalar, satın alma gücü, fiyat indeksi ve hanehalkı bütçe anketine göre yapılmaktadır. COICOP-HBS sınıflaması ise, hanehalkı bütçe anketine göre 5

basamaklı olarak kodlanmıştır. Bu sınıflama dikkate alınarak çalışmada Paket Tur (9611) ve Konaklama (11211) harcama kalemleri dikkate alınmıştır.

Tablo 4’de paket tur veya konaklama harcaması yapan hanelerin hane tiplerine göre yüzde dağılımları verilmiştir. Bu harcamalara göre çocuksuz, tek çocuklu ve iki çocuklu hanelerin oranı en yüksek seviyede iken, 3 veya daha fazla çocuklu ailelerde bu oran en düşük düzeye inmektedir. Geleneksel aile yapısı olarak tanımladığımız Ataerkil veya Geniş aile tipinde turizm harcaması oranının düştüğü görülmektedir.

Tablo 4: Hane Tipi Değişkenine göre Turizm Harcamalarının Dağılımı (%)

Hane Tipi	Toplam	Paket Tur	Konaklama
Tek Çocuklu Çekirdek Aile	21,2	17,60	26,5
İki Çocuklu Çekirdek Aile	20,4	21,30	19
Üç ve Daha Fazla Çocuklu Çekirdek Aile	9,1	6,70	12,8
Çocuksuz Çift	17,4	17,90	17,1
Ataerkil veya Geniş Aile	13,2	15,20	9,5
Tek Yetişkinli Aile	17,2	19,50	14,2
Bir Arada Yaşayan (Öğrenci, İşçi vb. Kişiler)	1,5	1,80	0,9

Konut veya kira harcamaları, söz konusu anket içerisinde en fazla paya (%24,8) sahip harcama kalemidir (TÜİK, HBA Haber Bülteni, 2014). Buradan yola çıkarak konut sahipliğinin, ekonomik refahın en önemli göstergelerinden biri olduğu kabul edilmiş ve turizm harcamalarının mülkiyet tipine göre dağılımı incelenmiştir. Tablo 5’de ilgili veri seti içerisinde paket tur veya konaklama harcaması yapan hanelerin %69,4’ünün kendi konutunda ikamet ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 5: Hanenin Konut Mülkiyet Değişkenine göre Turizm Harcamalarının Dağılımı (%)

Mülkiyet Tipi	Toplam	Paket Tur	Konaklama
Evsahibi	69,4	73,6	63,5
Kiracı	16,8	15,5	19,0
Lojman	3,2	1,8	5,2
Diğer	10,4	9,1	12,3

3.2. Yöntem

Çalışmada, hanehalklarının turistik ürün satın alma durumları incelenirken Lojistik Regresyon yönteminden faydalanılmıştır. Bağımlı değişkenin iki uçlu değer aldığı modeller ekonometri literatüründe “Gölge Bağımlı Değişkenle Regresyon” veya “Doğrusal Olasılık Modelleri” denilmektedir. Ancak uygulamada “Doğrusal Olasılık Modelleri”nin tahminin de bazı sorunlar yaşanmaktadır.

- ε_i Hata teriminin Normal Olmayışı: bağımlı değişken gibi hata terimleri de yalnızca iki değer almaktadır.
- Hata terimlerinde değişen varyans: her $i \neq j$ için $E(\varepsilon_i) = 0$ ve $E(\varepsilon_i \varepsilon_j) = 0$ olsa (yani ardışık bağımlılık olmasa) bile ε_i bozucu terimlerinin sabit varyanslı oldukları ileri sürülemez.

- $0 \leq E(Y_i|X) \leq 1$ Varsayımının yerine gelmeyişi: Doğrusal olasılık modellerinde $E(Y_i|X)$, X veriyken Y'nin gerçekleşmesinin koşullu olasılığını ölçtüğüne göre, zorunlu olarak 0 ile 1 arasında olmalıdır.
- Uyum iyiliği ölçüsü olarak R^2 kuşkulu değeri: Geleneksel yolla hesaplanan R^2 , iki uçlu tepki değişkeni modellerinde sınırlı bir yarar sağlar (Gujarati 1999: 540-545).

Bu çalışmada doğrusal olasılık modelinin yukarıda bahsedilen sınırlamalarını ortadan kaldırmak için Logit Model kullanılmıştır. Logit model bağımlı değişkenin iki şıklı olduğu durumlarda tercih edilmekte ve gruplanmış ve tekrarlı verilerde kullanılmaktadır. Logit regresyon modeli, bağımlı değişkenin tahmini değerlerini olasılık olarak hesaplayarak olasılık kurallarına uygun sınıflama yapma imkanı veren, tablolaştırılmış ya da ham veri setlerini analiz eden bir istatistiksel yöntemdir (Tatlı, 2013:100). Logit regresyon modelinde iki düzeyli bağımlı değişkenin yanında kategorik bağımsız değişken/değişkenlerin de kullanılabilir olması çalışmada bu modelin tercih edilmesinde en önemli etkidir.

Çalışmada hanehalklarının paket tur veya konaklama harcaması yapma durumları 1 ve 0 değerleri alan bağımlı değişken ile ifade edilmiştir. Hanehalklarının turizm harcamaları, hanehalkının gelirinin, ev ve otomobil sahipliği gibi refah göstergelerinin ve hane büyüklüğünün bir fonksiyonu olarak ele alınmıştır. Hane büyüklüğü değişkeni her ne kadar yukarıda "Hane Tipi" değişkeni çerçevesinde 7 gruba ayrılmış olsa da, söz konusu gruplamanın mutlak bir sıralama ifade etmemesi nedeniyle bu değişkeni temsilen aynı ankette yer alan "Yenilenmiş OECD Ölçeğine Göre Hane Büyüklüğü" değişkeni ile kullanılmıştır. Bu değişken, hanedeki ilk yetişkin için 1, 14 ve daha yukarı yaştaki fertler için 0,5, 14 yaşından küçük fertler için 0,3 değerleri dikkate alınarak hesaplanan hanehalkı büyüklüğüdür.

3.3. Bulgular ve Değerlendirme

Tahmin edilen modele ilişkin sonuçlara geçmeden önce modele ilişkin özet Tablo 6'da verilmiştir. Cox&Snell R^2 ve Nagelkerke R^2 değerleri, model tarafından bağımlı değişkende açıklanan varyansın iki farklı yoldan kestirilmesini temsil eder ve çoklu regresyondaki R^2 ile benzer şekilde yorumlanır. Cox&Snell R^2 hiçbir zaman 1'e ulaşmadığından dolayı yorumlanmasında güçlükler ortaya çıkmaktadır. Nagelkerke R^2 katsayısı, ranjin 0-1 arasında değişmesini sağlamak adına Cox&Snell R^2 katsayısından türetilmektedir. Tablo 6'ya göre açıklayıcı değişkenler bağımlı değişkendeki değişimin %9,2'sini açıklamaktadır.

Tablo 6: Model Özeti

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	3834,363	,031	,092

Tablo 7'de lojistik model sonucu elde edilen sınıflandırma sunulmaktadır. Tabloya göre tahmin edilen model, hanehalklarının turistik harcama yapma/yapmama (paket tur veya konaklama harcaması) durumunu %94,8 doğru sınıflandırmaktadır.

Tablo 7: Sınıflandırma Tablosu

Gerçek/Gözlenen Durum		Beklenen Durum		Doğru Sınıflandırma Yüzdesi
		Turistik Ürün Satın Alma		
		,00	1,00	
Harcama Yapma	,00	9592	0	100,0

	1,00	529	0	0,0
Toplam Doğru Sınıflandırma Yüzdesi				94,8

Tablo 8’de tahmin edilen harcama modeli görülmektedir. Burada değişken sınıflandırmalarından kısaca bahsetmek gerekmektedir. Gelir gruplandırmaları yıllık geliri 0-36000 TL olan grup 1 ile başlamakta ve 36000 basamak yüksekliği ile 5 gruba ayrılmaktadır (Grup 5 denklem dışında tutulmuştur). Hanenin oturduğu konuttaki mülkiyet durumu “Ev Sahipliği” değişkeni ile temsil edilmektedir. Benzer şekilde hanenin otomobil sahipliği ise “Otomobil Sahipliği” değişkeni ile temsil edilmektedir. Çalışmanın önceki bölümlerinde bahsedildiği üzere hane büyüklüğünü temsilen “Yenilenmiş OECD Ölçeğine Göre Hane Büyüklüğü” değişkeni kullanılmıştır.

Tablo 8: Model Sonuçları

	B	S.E.	Wald	Sig.	Exp(B)	95% C.I.for EXP(B)	
						Lower	Upper
Gelir Grupları			208,360	,000			
Grup 1	,949	,110	75,035	,000	2,584	2,084	3,202
Grup 2	1,464	,158	85,495	,000	4,321	3,169	5,893
Grup 3	1,928	,222	75,658	,000	6,876	4,453	10,618
Grup 4	2,492	,221	127,257	,000	12,085	7,838	18,633
Ev Sahipliği	,221	,100	4,938	,026	1,248	1,026	1,517
Otomobil Sahipliği	,379	,101	14,122	,000	1,461	1,199	1,781
Hane Büyüklüğü	-,357	,071	25,443	,000	,700	,609	,804
Constant	-1,395	,162	74,241	,000	,248		

Model sonuçlarının yorumlanmasında iki seçenek mevcuttur. İlki, B sütunu ile temsil edilen orijinal katsayıların yorumlanmasıdır. Orijinal katsayılar sadece ilişkinin yönü hakkında sağlıklı fikir vermektedir. Model sonuçlarına bakıldığında hane gelirinde artış, konut sahipliği ve otomobil sahipliği (hane refahındaki artışı temsilen) turizm harcaması yapma olasılığını artırmaktadır, ilişki pozitif yönlüdür. Hanedeki fert sayısı artıkça turistik harcama yapma olasılığı azalmaktadır. Hane büyüklüğü katsayısı negatif bulunmuştur. İkincisi ise, üstel katsayıların (ExpB) yorumlanmasıdır. Bu katsayılar orijinal katsayıların logaritmasıdır. Negatif katsayıların logaritması alınamayacağı için transformasyon yapılmaktadır. Sıfırın logaritması 1 olduğu için, 1,0’ın üstündeki katsayılar pozitif ilişkiyi, 1,0’ dan küçük katsayılar negatif ilişkiyi yansıtmaktadır. İlişkinin büyüklüğünün değerlendirilmesinde ise, üstel katsayılar daha elverişlidir. Çünkü bağımlı değişkendeki değişmeyi yüzde olarak ifade etme olanağı sağlamaktadır [(Üstel Katsayı-1).100]. Buna göre, ikamet edilen konutun sahipliği, turistik harcama olasılığını %24, otomobil sahipliği %46 oranında artırmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye’de turizmin ekonomik etkisini artırmak için turist harcamalarını etkileyen unsurları tespit etmek ve ortaya koymak değerli bilgiler sunacaktır. Bu çalışmanın amacı, ülke ekonomisine doğrudan etki sağlayan turizm gelirlerinin artırılmasında en önemli kaynak olan turist harcamalarının belirleyicilerini incelemektir.

İktisat literatürü tüketim harcamalarını sadece gelirin ve bazı nicel değişkenlerin (Fiyat, tamamlayıcı ve ikame mal fiyatı gibi) fonksiyonu olarak ele almasına rağmen, aslında tüketim harcamaları veya diğer deyişle mal ve hizmetlere olan talep sadece nicel değişkenlerin ve bireysel tercihlerin değil, hane özelliklerinin ve tercihlerinin de bir fonksiyonudur. Bu sebeple mal ve hizmetlere olan tüketim isteği incelenirken bu kararın birlikte yaşanan haneden bağımsız ele alınamayacağını göstermektedir.

Tüketicilerin turistik ürüne olan talepleri gelir düzeylerine göre farklılık göstermektedir. Gelir arttıkça turizme yönelik talep de artmaktadır. Çalışmada hanehalklarının gelir gruplarına göre, en yüksek iki gelir grubunun lokanta ve oteller için yaptığı harcamanın toplam harcama içindeki oranı %66,2'dir. Bu harcama, turizm ile gelir arasında doğrudan bir ilişki olduğunu göstermesine rağmen bu oranın yüksekliği (%66,2), turizmin geliri yüksek olan tüketicilere özgü ve lüks bir ürün olduğunu ortaya koymaktadır. Oysaki Türkiye'de turizm sektörünün gelişimi için turizm hareketliliği toplumun tüm gelir gruplarına yönelik olarak yaygınlaştırılması gerekmektedir. Çalışmada, ankete katılan hanelerden sadece %5,2'sinin turizm faaliyetine katılması nedeniyle Türkiye, turizm sektörü için önemli bir potansiyeli değerlendirememekte ve dış turizm talebine bağımlı hale gelmektedir. Bu potansiyelin ülke turizmüne kazandırılması sayesinde hem turizm bilinci gelişecek hem de ulusal gelirin bölgeler arasında dengeli dağılımı gerçekleşecektir.

Çalışmada elde edilen bir başka bulguya göre; çocuksuz, tek ve iki çocuklu hanelerin paket tur veya konaklama harcama oranı en yüksek iken, 3 veya daha fazla çocuklu hanelerin bu oranı en düşüktür. Çünkü aile yapısına ait özellikler, turistik faaliyetlere katılımı ve turistik harcamaları etkilemektedir. Ataerkil veya geniş aile tipinde turizm harcaması oranının düşüklüğü, gerek ekonomik ve gerekse aile sorumluluklarının fazla olmasından kaynaklanmaktadır.

Türkiye'de her gelir grubu için uygun tesis ve hizmet sunularak iç turizm talebi artırılmalı, bu talebin turizm ekonomisine ve dolayısıyla ülke ekonomisine katkısı çoğaltılmalıdır. Ülkemizde iç turizm talebi, kriz dönemlerinde değil, her dönem turizm sektörünün başlıca tüketici gruplarından biri haline getirilmeli ve özendirilmelidir.

HBA verilerinde satın alma kararını etkileyebilecek hanedeki eğitim düzeyi, okuyan kişi sayısı, hanenin yaşadığı coğrafi bölge gibi bilgilerin yer almaması daha kapsamlı bir model oluşturma önündeki en önemli kısıttır. Oysaki turizm faaliyetleri genellikle hanenin birlikte tükettiği dolayısıyla satın alma kararının birlikte verildiği bir üründür. Turizm talebine yönelik çalışmalarda tüketim veya talep fonksiyonları, bireysel verilerin yanı sıra hane halkı verilerinin de dikkate alınarak yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Agarwal, V.B. & Yochum, G.R. (1999). Tourist spending and race of visitors. *Journal of Travel Research*, 38(2), 173–176.

Aguilo, E. & Juaneda, S.C. (2000). Tourist expenditure for mass tourism markets. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 624–637.

Alegre, J. & Cladera, M. (2010). Tourist expenditure and quality: Why repeat tourists can spend less than first-timers. *Tourism Economics*, 16(3), 517–533.

- Alegre J. Mateo, S. & Pou, L. (2009). Participation in tourism consumption and the intensity of participation: an analysis of their socio-demographic and economic determinants. *Tourism Economics*, 15(3), 531-546.
- Alegre J. Mateo S. & Pou L. (2010). An analysis of households' appraisal of their budget constraints for potential participation in tourism. *Tourism Management*, 31(1), 45-56.
- Alegre, J. & Pou, L. (2004). Micro-economic determinants of the probability of tourism consumption. *Tourism Economics*, 10(2), 125-144.
- Brida, J.G. & Scuderi, R. (2012). Determinants of tourist expenditure: a review of microeconomic models. MPRA Paper 38468, University Library of Munich, Germany.
- Cannon, T. & Ford, J. (2002). Relationship of demographic and trip characteristics to visitor spending: An analysis of sports travel visitors across time. *Tourism Economics* 8 (3), 263-71.
- Cheung, C. & Law, R. (2001). Determinants of tourism hotel expenditure in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(3), 151-158.
- Craggs, R., & Schofield, P. (2009). Expenditure-based segmentation and visitor profiling at the quays in Salford, UK. *Tourism Economics*, 15(1), 243-260.
- Dardis, R., Derrick, F., Lehfeld, A. & Wolfe, K.E. (1981). Cross-section studies of recreation expenditures in the United States. *Journal of Leisure Research*, 13(3), 181-194.
- Dardis, R., Soberon-Ferrer, H. & Patro, D. (1994). Analysis of leisure expenditures in the United States. *Journal of Leisure Research*, 26(4), 309-321.
- Dolnicar, S., Crouch, G.I., Devinney, T., Huybers, T., Louviere, J.J. & Oppewal, J. (2008). Tourism and discretionary income allocation. Heterogeneity among households. *Tourism Management*, 29(1), 44-52.
- Dwyer, L., Forsyth, P. & Spurr, R. (2004). Evaluating tourism's economic effects: New and old approaches. *Tourism Management*, 25, 307-317.
- Fish, M. & Waggle, D. (1996). Current income versus total expenditure measures in regression models of vacation and pleasure travel, *Journal of Travel Research*, Fall, pp 70-74.
- Fredman, P. (2008). Determinants of visitor expenditures in mountain tourism. *Tourism Economics*, 14(2), 297-311.
- Garcia-Sanchez, A., Fernandez-Rubio, E. & Collado, M.D. (2013). Daily expenses of foreign tourists, length of stay and activities: Evidence from Spain. *Tourism Economics*, 19(3), 613-630.
- Gujarati, Damodar N. (1999). *Temel Ekonometri*, (çev. Ümit Şenesen-Gülây Günlük Şenesen), Literatür Yayınları, İstanbul.
- Hung, W. T., Shang, J. K. & Wang, F.C. (2011). Understanding Determinants of Domestic Travel Consumption. *International Journal of Advances in Management Sciences*, 1(1), 81145-81148.
- Hung, W.T., Shang, J.K. & Wang, F.C. (2013). A multilevel analysis on the determinants of household tourism expenditure. *Current Issues in Tourism*, 16(6), 612-617.
- Jang, S., Bai, B., Hong, G.-S. & O'Leary, T. (2004). Understanding travel expenditure patterns: A study of Japanese pleasure travelers to the United States by income level. *Tourism Management*, 25, 331-341.

- Laesser, C. & Crouch, G.I. (2006). Segmenting markets by travel expenditure patterns: The case of international visitors to Australia. *Journal of Travel Research*, 44(4), 397–406.
- Lee, Ch.-K., Var, T. & Blaine, T.W. (1996), Determinants of inbound tourism expenditures, *Annals of Tourism Research*, 23(3), 527–542.
- Legohérel, P. & Wong, K.K.F. (2006). Market segmentation in the tourism industry and consumers' spending: What about direct expenditures? *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 20(2), 15–30.
- Lim, C. (1997). Review of international tourism demand models. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 835–849.
- Mak, J. (2004), *Tourism and the Economy. Understanding the Economics of Tourism*, University of Hawai'i Press, Honolulu, HI.
- Mak, J., Moncur, J., & Yonamine, D. (1977). Determinants of visitors expenditures and visitor lengths of stay: A cross-section analysis of U.S. visitors to Hawaii. *Journal of Travel Research*, 15(3), 5–8.
- Marrocu, E., Paci, R. & Zara, A. (2015). Micro-economic determinants of tourist expenditure: A quantile regression approach. *Tourism Management*, 50, 13–30.
- Nicolau, J.L. & Mas, F. J. (2005). Heckit modelling of tourist expenditure: Evidence from Spain. *International Journal of Service Industry Management*, 16(3), 271–293.
- Opperman, M. (1996) Visitation of tourism attractions and tourist expenditure patterns: repeat versus first-time visitors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 1 (1), 61–8.
- Qiu, H. & Zhang, J. (1995). Determinants of tourist arrivals and expenditures in Canada. *Journal of Travel Research*, 34(2), 43–49.
- Seiler, V.L., Hsieh, S., Seiler, M.J. & Hsieh, C.(A). (2003). Modeling Travel Expenditures for Taiwanese Tourism, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(4), 47-60.
- Stabler, m. (2000) Editorial introduction to the paper by D.r. Vaughan, H. Farr and r.W. Slee on estimating and interpreting the local economic benefits of visitor-spending: an explanation. *Leisure Studies* 19, 91–4.
- Tatlı, H. (2013). Sosyal Sermayenin Bireylerin İstihdamı Üzerindeki Etkisi Hanehalkı Reisleri Üzerine Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15/3, 87-114.
- Tavares, J. M., Ivanov, S. & Neves, O. F. (2016). Determinant of Tourists' Spending During Tours: The Case of Repeat vs. First-Time Visitors to State Minas Gerais, Brazil, *Tourism Planning & Development*, 13(1), 23–36.
- Thrane, C. (2014). Modelling micro-level tourism expenditure: Recommendations on the choice of independent variables, functional form and estimation technique. *Tourism Economics*, 20(1), 51–60.
- TÜİK (2014), HBA Haber Bülteni, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=18630>
- Wang, Y., & Davidson, M. C. G. (2010a). A review of micro-analyses of tourist expenditure. *Current Issues in Tourism*, 13(6), 507-524.
- Wang, Y., & Davidson, M. C. G. (2010b). Chinese holiday makers' expenditure: Implications for marketing and management. *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 19(4), 373–396.
- Wang, Y., Rompf, P., Severt, D., & Peerapatdit, N. (2006). Examining and identifying the

determinants of travel expenditure patterns. *International Journal of Tourism Research*, 8(5), 333–346.

WTTC (The World Travel & Tourism Council), (2016). *Travel & Tourism Economic Impact 2016*, <http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2016/world2016.pdf> .

Zheng. B., and Zhang, Y. (2011), *Household Expenditures for Leisure Tourism in the USA, 1996 and 2006*