

**ESKİŞEHİR’DEKİ KONAKLAMA İŞLETMELERİ YÖNETİCİLERİNİN
İÇ TURİZME YÖNELİK ALGILARI**

Erman KARAKAHYA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

İşletme Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Özgür TONUS

Eskişehir

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Kasım, 2012

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Erman KARAKAHYA'nın, "Eskişehir'deki Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin İç Turizme Yönelik Algıları" başlıklı tezi 29 Kasım 2012 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca toplanan İşletme (Uluslararası İşletmecilik) Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Üye (Tez Danışmanı) : Doç.Dr.Özgür TONUS

Üye : Prof.Dr.Muharrem AFŞAR

Üye : Yard.Doç.Dr.Pembegül ÇAKIR

İmza

(Handwritten signatures of the jury members)

Prof.Dr.B.Zafer ERDOĞAN
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü



Yüksek Lisans Tez Özü

ESKİŞEHİR'DEKİ KONAKLAMA İŞLETMELERİ YÖNETİCİLERİNİN İÇ TURİZME YÖNELİK ALGILARI

Erman KARAKAHYA

İşletme Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kasım 2012

Danışman: Doç. Dr. Özgür TONUS

Turizm sektörü son yıllarda dünya'da en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Uluslararası turizm gelirlerinin dünya'da 1 trilyon doları, Türkiye'de ise 23 milyar doları aşması, turizm sektörünün ekonomik boyutunu ortaya koymaktadır. Dünya'da turist sayısı ve turizm gelirlerinde önde olan ülkeler, dış turizm kadar iç turizmin de gelişmesine önem vermektedirler. Dünya'daki turizm harcamalarının % 70,5'inin yerli ziyaretçiler tarafından yapılması, iç turizmin turizm sektörü içindeki önemini göstermektedir. Türkiye'de de son yıllarda iç turizm gelişim göstermeye başlamıştır. 2011 yılında Türkiye'deki turizm harcamalarının % 53,1'i yerli ziyaretçiler tarafından yapılmıştır.

Eskişehir, gerek iç turizm gerekse dış turizm açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Bu çalışma ile Eskişehir'de iç turizmin mevcut durumunun belirlenmesi, iç turizme ilişkin sorunların tespit edilmesi ve bu sorunların çözümüne yönelik önerilerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Eskişehir'deki turizm belgeli konaklama işletmeleri yöneticilerine anket uygulanmış ve algıları ölçülmüştür.

Anahtar Kelimeler: iç turizm, yerli ziyaretçi, Eskişehir turizmi

Abstract

THE PERCEPTIONS OF ACCOMMODATION ESTABLISHMENTS MANAGERS IN ESKİŞEHİR TOWARDS DOMESTIC TOURISM

Erman KARAKAHYA

Department of Business Administration

Anadolu University, Graduate School of Social Sciences, November 2012

Advisor: Assoc. Prof. Özgür TONUS

In recent years, the tourism sector has been one of the fastest-growing sectors in the world. The fact that international tourism revenues exceed 1 trillion dollars in the world and exceed 23 billion dollars in Turkey reveals the economic dimension of the tourism sector. In the world, those countries where numbers of tourists and income from tourism is greatest give as much importance to the development of domestic tourism as to international tourism. The fact that 70,5 % of global spending on tourism is made by domestic visitors shows the importance of the domestic tourism sector. In recent years, domestic tourism has begun to show progress in Turkey. In 2011, 53,1 % of spending on tourism came from domestic visitors in Turkey.

Eskişehir has a large potential for tourism, whether from domestic or international tourism. This study has been undertaken with the aim of determining the present state of tourism in Eskişehir, the problems with domestic tourism and with to put forward recommendations for solving these problems. Under the umbrella of this aim, a survey has been conducted of the managers of tourism licenced accommodation establishments in Eskişehir and the findings of this survey have been assessed.

Key words: domestic tourism, domestic visitor, tourism in Eskişehir

Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi

Bu tez/proje çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgilerin sunumunda bilimsel etik ilke ve kurallara uygun davrandığımı; bu çalışma kapsamında elde edilmeyen tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi ve bu kaynaklara kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Herhangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda, ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.


Erman KARAKAHYA

Önsöz

Tez çalışmam boyunca bana yol gösteren danışmanım Doç. Dr. Özgür TONUS'a, anket çalışmamdaki yardımları için Doç. Dr. H.Zümrüt TONUS'a, yüksek lisans eğitimim boyunca derslerini aldığım değerli hocalarıma ve bu süreçte destekleri ile her zaman yanımda olan babam İrfan KARAKAHYA, annem Gülser KARAKAHYA ve abim Can KARAKAHYA'ya en içten teşekkürlerimi sunarım.

Erman KARAKAHYA

Kasım, 2012

Özgeçmiş

Erman KARAKAHYA

İşletme Anabilim Dalı
Yüksek Lisans

Eğitim

Ls. 2009 Akdeniz Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu,
Konaklama İşletmeciliği Bölümü

Lise 2004 Ulubatlı Hasan Anadolu Lisesi

Kişisel Bilgiler

Doğum yeri/yılı: Adapazarı / 1986

Cinsiyet: Erkek

Yabancı dil: İngilizce

İçindekiler

	<u>Sayfa</u>
Jüri ve Enstitü Onayı.....	i
Öz.....	ii
Abstract.....	iii
Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi.....	iv
Önsöz.....	v
Özgeçmiş	vi
Tablolar Listesi	xi
Şekiller Listesi	xiv
Kısaltmalar Listesi	xvi
Giriş.....	1

Birinci Bölüm

Turizm Sektörü ve Ekonomik Etkileri

1. Tanım ve Kapsam	2
2. Turizmin Tarihsel Gelişimi.....	4
2.1. Dünya’da Turizmin Tarihsel Gelişimi	4
2.2. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi	7
2.2.1. Planlı dönem öncesi	7
2.2.2. Planlı dönem	8
2.2.3. 1980-2000 dönemi.....	10
2.2.4. 2000 sonrası dönem	11
3. Turizmin Ekonomik Etkileri	17
3.1. Ulusal Gelir ve Büyüme Üzerine Etkisi.....	17

3.2. İstihdama Etkisi	20
3.3. Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi	23
3.4. Bölgesel Gelişmeye Etkisi	24
3.5. Diğer Sektörler Üzerine Etkisi	25
3.6. Yatırımlar Üzerine Etkisi	27
4. Türkiye’de Turizmin Ekonomik Etkileri	28
4.1. Türkiye Turizm Gelirlerinin Ulusal Gelire Etkisi	28
4.2. Türkiye Turizminin Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi	31
4.3. Türkiye’de Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi	34
4.4. Türkiye Turizm Sektöründe Sabit Sermaye Yatırımları	37

İkinci Bölüm

Türkiye’de İç Seyahat ve Turizm Pazarı

1. Türkiye’de İç Turizmin Gelişimi.....	39
2. Türkiye’de İç Turizmin Mevcut Durumu	44
3. Türkiye’de Bölgelere Göre İç Turizm	50
4. Türkiye İç Turizminde Plan ve Hedefler	60

Üçüncü Bölüm

Eskişehir’de İç Turizm

1. Sosyoekonomik Göstergelerle Eskişehir	62
2. Eskişehir’in Turizm Potansiyeli	64
2.1. Turizm Tesisleri.....	65
2.2. Kültür Turizmi	72

2.3. Termal Turizmi	75
2.4. İş ve Kongre Turizmi	76
2.5. Diğer Turizm Türleri	77
3. Eskişehir'in Turizm Faaliyetleri İçindeki Yeri.....	77

Dördüncü Bölüm

Eskişehir'deki Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin İç Turizme Yönelik Algıları Üzerine Bir Araştırma

1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	86
2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi	86
3. Araştırma Verilerini Toplama Yöntemi	87
4. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi	88
Sonuç ve Öneriler.....	104
Ekler	109
Kaynakça	115

Tablolar Listesi

Sayfa

Tablo 1. 2000-2011 Yılları Arası Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Ortalama Kalış Süreleri ve Harcamaları.....	15
Tablo 2. Türkiye'de Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı	29
Tablo 3. Oteller ve Lokantaların Üretim Yönetimiyle Hesaplanan GSYH İçindeki Payı	30
Tablo 4. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Karşılamadaki Payı.....	32
Tablo 5. Türkiye Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı	33
Tablo 6: Türkiye'de Turizm Sektörünün Toplam İstihdam ve Hizmetler Sektöründeki İstihdam İçindeki Payları.....	36
Tablo 7. Turizm Sektörüne Yapılan Sabit Sermaye Yatırımları	38
Tablo 8. 1992 ve 1997 Yılında Türkiye'de İç Seyahate Katılan ve Katılmayanların Dağılımı	42
Tablo 9. 2011 Yılı Türkiye İç Turizminde Dönemlere Göre Seyahat ve Geceleme Sayıları ve Seyahat Harcamaları	45
Tablo 10. Türkiye'de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Geceleme Sayıları (2011).....	48
Tablo 11. Eskişehir Sosyoekonomik Göstergeler (2004)	63
Tablo 12. Eskişehir Turizm Belgeli Konaklama Tesisleri.....	66
Tablo 13. Eskişehir ve Çevresindeki İllerin Turizm Belgeli Konaklama Tesis Sayıları (2010).....	67
Tablo 14. Eskişehir ve Çevresindeki İllerin Belediye Belgeli Konaklama Tesis Sayıları (2011).....	68
Tablo 15. Eskişehir ve Çevre İllere Göre Yerli Ziyaretçi Geceleme Sayıları ve Doluluk Oranları (2011)	69

Tablo 16. Eskişehir Turizm İşletme Belgeli Yiyecek-İçecek Tesisleri	70
Tablo 17. Eskişehir’de Faaliyet Gösteren Seyahat Acenteleri ve Faaliyet Alanları	71
Tablo 18. Eskişehir İlinde Düzenlenen Festivaller ve Etkinlikler	74
Tablo 19. Eskişehir’de Bulunan Termal Kaynaklar	76
Tablo 20. 2000-2011 Yılları Arası Eskişehir’e Gelen Ziyaretçi ve Geceleme Sayıları	78
Tablo 21. 2000-2010 Yılları Arasında Eskişehir ve Türkiye’deki Turizm Belgeli Otellerin Doluluk Oranları	80
Tablo 22. Eskişehir’deki Turizm İşletme ve Yatırım Belgeli Konaklama İşletmeleri	87
Tablo 23. Eskişehir’deki Turizm Belgeli Konaklama İşletmelerinin Sınıflarına Göre Dağılımı	88
Tablo 24. Konaklama İşletmelerinin Mülkiyet Yapılarına Göre Dağılımı	88
Tablo 25. Konaklama İşletmelerinin Hukuki Yapılarına Göre Dağılımı.....	89
Tablo 26. Konaklama İşletmelerinin Bağımsız veya Zincir İşletme Olma Durumlarına Göre Dağılımı.....	89
Tablo 27. Konaklama İşletmelerinin Oda ve Yatak Sayılarına Göre Dağılımı	90
Tablo 28. Konaklama İşletmelerindeki Odaların Türlerine Göre Dağılımı	90
Tablo 29. Konaklama İşletmelerinin Yıllık Doluluk Oranlarına Göre Dağılımı....	91
Tablo 30. Konaklama İşletmelerinin Çalışan Personel Sayısına Göre Dağılımı.....	91
Tablo 31. Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personelin Departmanlara Göre Dağılımı	92
Tablo 32. Konaklama İşletmelerinin Müşterilerinin Otele Geliş Şekillerine Göre Dağılımı	92
Tablo 33. Konaklama İşletmelerinin Yerli Müşterilerinin Geceleme Sayılarına Göre Dağılımı	93

Tablo 34. Konaklama İşletmelerinde Konaklayan Yerli Müşterilerin Eskişehir’e Geliş Amaçları	94
Tablo 35. Konaklama İşletmelerinin Yerli Müşterilere Yönelik Pazarlama ve Tanıtım Faaliyetlerinin Varlığı.....	94
Tablo 36. Konaklama İşletmelerinin Pazarlama ve Tanıtım Faaliyetlerinde Kullandığı Araçlar	95
Tablo 37. Konaklama İşletmelerinin 2011 Yılı Kârlılık Durumlarına Göre Dağılımı	96
Tablo 38. Eskişehir’deki Konaklama İşletmeleri Arasındaki Rekabet Seviyesi.....	96
Tablo 39. Konaklama İşletmelerinin Yeni Yatırım Yapma Düşüncelerine Göre Dağılımları	97
Tablo 40. Konaklama İşletmelerinin Turizm Sektöründe Yapmayı Düşündükleri Yatırım Türüne Göre Dağılımı.....	97
Tablo 41. Konaklama İşletmelerinin Turizm Sektörü Dışındaki Başka Sektörlerdeki Yatırımlarının Varlığına Göre Dağılımı.....	98
Tablo 42. Turizm Sektörü Dışındaki Başka Sektörlerde Yatırımları Bulunan Konaklama İşletmelerinin, Yatırımlarının Bulunduğu Sektörlere Göre Dağılımı	98
Tablo 43. Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin, Eskişehir’de Turizmin Sorunlarına Yönelik Görüşleri	99
Tablo 44. Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin, Eskişehir’de Turizmin Gelişimine Yönelik Görüşleri.....	101
Tablo 45. Eskişehir Turizminin Gelişiminde Önem Kazanacak Turizm Türüne İlişkin Görüşler	102
Tablo 46. Eskişehir’in Turizm İle İlgili Sorunlarının Çözümünde En Çok Katkısı Kimlerin Sağlayacağına İlişkin Görüşler	102

Şekiller Listesi

Sayfa

Şekil 1. Dünya Uluslararası Turist Sayıları ve Turizm Gelirlerinin Gelişimi	6
Şekil 2. 1980-2000 Döneminde Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri.....	11
Şekil 3. 2000-2011 Yılları Arası Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayıları	12
Şekil 4. 2010 Yılı Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Dağılımı.....	13
Şekil 5. 2000-2011 Yılları Arası Türkiye'nin Turizm Gelirleri	14
Şekil 6. 2011 yılında Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin En Çok Giriş Yaptığı İller ve Giriş Sayıları.....	16
Şekil 7. Bazı Ülkelerin 2011 Yılı Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı	19
Şekil 8. Dünyada Turizm Sektörünün İstihdama Doğrudan ve Dolaylı Katkısı	21
Şekil 9. 2010 Yılı Avrupa'da Bazı Ülkelerin Turizm Sektörlerinin İstihdama Katkıları.....	22
Şekil 10. Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı	35
Şekil 11. Türkiye'de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Dağılımı (2011).....	45
Şekil 12. Türkiye'de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Seyahat Harcamalarının Dağılımı (2011).....	46
Şekil 13. Türkiye'de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Harcamalarının Türlerine Göre Dağılımı (2011)	47
Şekil 14. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Seyahatlerde Kaldıkları Konaklama Türüne Göre Dağılımı (2011).....	49
Şekil 15. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (2011).....	49
Şekil 16. Türkiye'de İç Turizme Katılanların Bölgelere Göre Dağılımı (2011).....	51

Şekil 17. 2011 Yılında En Fazla Yerli Ziyaretçi Sayısına Sahip İller.....	52
Şekil 18. 2011 Yılında Marmara Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı	53
Şekil 19. 2011 Yılında Ege Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı	54
Şekil 20. 2011 Yılında Akdeniz Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı	55
Şekil 21. 2011 Yılında İç Anadolu Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı	56
Şekil 22. 2011 Yılında Karadeniz Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı	57
Şekil 23. 2011 Yılında Doğu Anadolu Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı	58
Şekil 24. 2011 Yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı.....	59
Şekil 25. 2000-2011 Yılları Arası Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Sayıları ve Geceleme Sayıları.....	79
Şekil 26. Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Seyahat Amaçlarına Göre Dağılımı (2010)	81
Şekil 27. Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (2010).....	82
Şekil 28. Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Konakladığı Yerlere Göre Dağılımı (2010)	83
Şekil 29. Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Geldiği İllere Göre Dağılımı (2010).....	84

Kısaltmalar Listesi

- AİD:** Uluslararası Kalkınma İdaresi
AIT: Uluslararası Turizm Birliği
BEBKA: Bursa Eskişehir Bilecik Kalkınma Ajansı
DPT: Devlet Planlama Teşkilatı
GSYH: Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
MTA: Maden Tetkik Arama
TCMB: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
URAK: Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu
WTO: World Tourism Organisation
WTTC: World Travel and Tourism Council

Giriş

Günümüzde iletişim ve ulaşım teknolojisindeki gelişmeler sayesinde seyahatler kolaylaşmış, dünya’da seyahat eden ziyaretçi sayısı çok hızlı artmıştır. Dünya’da hızlı büyüyen ve gelişen sektörlerin başında gelen turizm sektörü, gelir ve istihdam yaratıcı etkisi ile ülke ekonomilerine büyük katkı sağlamaktadır. Dünya’da dış turizmden en fazla geliri elde eden ülkelerin aynı zamanda iç turizm potansiyellerinin de yüksek olduğu ve iç turizm pazarından da fazla gelir elde ettikleri görülmektedir.

Uluslararası turist sayılarında 7. ve uluslararası turizm gelirlerinde 10. sırada bulunan Türkiye’de, dış turizm kadar iç turizmin de gelişmesi önem taşımaktadır. İç turizmin gelişimi ile turizm gelirlerinin arttırılmasının yanı sıra az gelişmiş bölgelerin turizm ile ekonomik ve sosyal yönden gelişmesi sağlanabilir.

Eskişehir’in iç turizmdeki mevcut durumunu ve sorunlarını belirlemek üzere hazırlanan bu yüksek lisans tez çalışması dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde turizm kavramı tanımlandıktan sonra dünya’da ve Türkiye’de turizmin tarihsel gelişimi ve ekonomik etkileri anlatılmıştır.

İkinci bölümde Türkiye’de iç turizmin tarihsel gelişimi özetlenmiş ve Türkiye’de iç turizmin mevcut durumu incelenerek bölgesel düzeyde karşılaştırmalar yapılmıştır.

Üçüncü bölümde Eskişehir’in turizm potansiyeli tartışmaya açılmış ve Eskişehir’de iç turizmin mevcut durumu incelenip, Türkiye ile Eskişehir’in iç turizme ait göstergeleri karşılaştırılmıştır.

Çalışmanın uygulama kısmını oluşturan son bölümde ise Eskişehir’deki turizm belgeli konaklama işletmeleri yöneticilerinin Eskişehir turizmi ile ilgili algılarını ölçmek için uygulanan anket yorumlanmıştır.

Birinci Bölüm

Turizm Sektörü ve Ekonomik Etkileri

1. Tanım ve Kapsam

Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization: WTO) tarafından turizm, “insanların eğlence, iş ve diğer amaçlarla olağan çevreleri dışına seyahat ve gittikleri yerlerde bir yıldan fazla olmamak koşuluyla konaklama faaliyetleri” olarak tanımlanmıştır.¹ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı turizmi, “kişilerin ikamet ettiği yer dışındaki bir yere bir yılı aşmamak üzere, boş zaman değerlendirme, iş ve diğer benzeri amaçlarla yaptıkları seyahatler” olarak tanımlamıştır.

Türkiye’de “turist” kavramı, 1996 tarihinde değiştirilen 22247 sayılı Seyahat Acenteleri Yönetmeliği’nde şu şekilde tanımlanmıştır; “para kazanma amacı olmaksızın, dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi vb. nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir.”² T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın uluslararası ziyaretçi, turist ve günübirlikçi tanımları ise şu şekildedir:

Uluslararası ziyaretçi: Daimi ikametgahı ve yaşadığı çevrenin dışındaki bir ülkeyi, 12 ayı aşmayan süreyle ve o ülkede para karşılığı bir iş yapmak dışında bir amaçla ziyaret eden kişi

Turist: Ziyaret edilen ülkedeki özel (ikinci konut, arkadaş ve akraba evi vb.) veya kamuya açık konaklama tesislerinde en az bir gece kalan ziyaretçi

¹ United Nations World Tourism Organisation [UNWTO] (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008*. New York: United Nations, s. 9.

² N. Kozak vd. (2008). *Genel turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 1-2.

Günübirlikçi: Ziyaret edilen ülkede özel veya kamuya açık konaklama tesislerinde geceleme yapmayan ziyaretçi (o ülkeye gemi ile gelen ve geceleme yapmak üzere geldiği gemiye geri dönen yolcular, trenle grup halinde yolculuk eden ve trende geceleleyen yolcular, o ülkede ikamet etmeyen ve gün boyu o ülkede kalan mürettebat bu tanıma dahildir.)

Turizm faaliyetleri, turistin geldiği veya ziyaret edilen yere göre “iç turizm” ve “dış turizm” olarak iki farklı gruba ayrılmaktadır.³ Bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülke sınırları içinde turizm faaliyetlerine katılmalarına iç turizm denilmektedir. Pasaport, vize, yabancı dil bilgisi ve döviz işlemleri gerektirmeyen iç turizmin, ekonomiye döviz getirici etkisi yoktur. Ancak iç turizm, ulusal gelirin bölgeler arası dengeli dağılımında önemli katkılarda bulunur.

Dış turizm ise, yabancıların bir ülkeyi seyahatleri ve ülke vatandaşlarının yabancı bir ülkeye seyahatlerini ifade eder. İç turizmden farklı olarak pasaport, döviz, vize gibi işlemleri gerektirir. Dış turizmin en önemli ayırıcı özelliği ülkeye yerleşik olmayanların satın alma gücünün transfer edilmesiyle döviz kazanmaya yol açmasıdır. Bu yönüyle incelendiğinde dış turizm, “dış pasif turizm” ve “dış aktif turizm” olarak iki alt gruba ayrılır. Dış pasif turizmle, bir ülke vatandaşlarının başka bir ülkeye seyahatleri ifade edilmektedir. Bu turizm türü, ödemeler dengesi üzerine döviz çıkışı ya da ithalat etkisi olarak kendini gösterir. Dış aktif turizm ise, dış turizm ödemeler dengesi üzerine döviz kazandırıcı yönde etki eder ve ekonomiye ihracat etkisi yapar.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın sınıflandırmasına göre bazı turizm türleri şu şekildedir; sağlık ve termal turizmi, kış turizmi, yat turizmi, kongre turizmi, gençlik turizmi, inanç turizmi, golf turizmi ve av turizmi.⁴

³ Kozak vd. (2008), s. 12-13.

⁴ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html> (Erişim tarihi: 15.04.2012)

Turizm endüstrisi, “turistlerin ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinme duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşıladıkları faaliyet alanlarının tümü” olarak tanımlanmaktadır.⁵

2. Turizmin Tarihsel Gelişimi

2.1. Dünya’da Turizmin Tarihsel Gelişimi

Eski Mısır’da piramitleri ve diğer eserleri görmeye yönelik geziler, Eski Yunan’da Olimpiyat Oyunları’nın izlenmesi amacıyla yapılan geziler, Roma İmparatorluğu’nun egemen olduğu geniş coğrafi yüzölçümü nedeniyle seyahatlerin yaygınlaşması, Ortaçağ Avrupa’sındaki dini turizm ve Marco Polo’nun İran ve Afganistan’dan geçerek Çin’e ulaşması, 17. ve 18. yüzyıllarda, zengin ailelerin, çocuklarını eğitim seyahatlerine gönderdikleri Grand Tour olgusu ve Osmanlılarda Evliya Çelebi’nin seyahatleri turizmin ilk örnekleri olarak sayılabilir. Dolayısıyla sanayi devrimi öncesinde insanların, çeşitli nedenlerle sürekli yaşadıkları yerlerden başka yerlere ticaret, dinsel, sağlık, eğitim ve spor amaçlı olarak seyahat ettikleri bilinmektedir.⁶

İnsanların seyahat ve turizm anlayışını değiştiren en önemli gelişme Avrupa’da yaşanan sanayi devrimidir. İngiltere’de başlayan ve ardından tüm Batı Avrupa’ya yayılan sanayi devrimi ile tarım ve ticaret toplumundan endüstri toplumuna geçilmiş, kentleşme olgusu hızlanmıştır. 1760’da James Watt’ın geliştirdiği buhar motoru, başta tekstil endüstrisi olmak üzere, ulaşım ve birçok endüstride işçilerin üretkenliğinde dolayısıyla üretimde büyük artışa yol açmıştır. Sanayi devriminin sonucu olarak ticarete büyüme ve üretimde artış ile birlikte insanların gelirlerinde önemli bir artış yaşanmış, tarım sektöründe çalışan insan sayısı ve nitelikli iş gücünde önemli bir artış meydana gelmiştir. Gelir artışının sonucunda, insanlar seyahat, turizm ve eğlenceye daha fazla pay ayırmaya başlamışlardır.⁷

⁵ Kozak vd. (2008), s. 37.

⁶ M. Kozak ve O. Bahar (2011). *Turizm ekonomisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s. 4.

⁷ W.S. Reece (2010). *The economics of tourism*. New Jersey: Prentice Hall, s. 35.

1840 ve 1841 yıllarında, buhar gücünün ulaştırma araçlarında kullanılmaya başlamasından kaynaklanan iki olay turizm endüstrisini değiştirip, turizmin hızlı büyüyerek birçok sosyal sınıfın kitleler halinde katıldığı bir faaliyet haline gelmesini sağlamıştır. 1840'da, Samuel Cunard önceden düzenlenen yelkenli gemi turlarının yerini alan tarifeli transatlantik gemi turları düzenlemeye başlamış ve bu transatlantik turlar ile bugünkü kruvaziyer turizminin temelleri atılmıştır.⁸ 1841'de Thomas Cook, Leicester'da toplanan kongreye 570 kişilik bir tur düzenlemiş, tur operatörlüğü ve seyahat acenteciliği endüstrisinin oluşmasında önemli bir adım atmıştır. Bu dönemde yaşanan diğer önemli gelişmede otomobil ve uçakların seyahat endüstrisinde kullanılmaya başlamasıdır. 1914'te Henry Ford'un otomobillerde seri üretime başlamasıyla ve otomobil kullanımının yaygınlaşması, seyahatlere bireysel özgürlüğü getirmiştir.⁹

19. yüzyıl ve 20. yüzyılın başlarında birçok önemli faktör turizmin gelişimine katkıda bulunmuştur. Bunlar şu şekildedir:¹⁰

1. Sanayi devrimi ile birlikte endüstriyel üretimdeki büyümenin yaşam standartlarında artışa neden olması,
2. Seyahatlerin ucuz ve kolay erişilebilir olmasını sağlayan ulaşım teknolojisinde yaşanan gelişmeler. 19. yüzyılda demiryolları ve transatlantiklerin, 20. yüzyılın ilk yarısında arabaların ve uçakların seyahatlerde kullanılmaya başlaması,
3. 19. yüzyılın sonlarına doğru çalışanlara yıllık izin hakkının getirilmesi,
4. Çevre algısının değişmesi; bir zamanlar düşman olarak görülen bölgelerin, şimdi ilgi çekici bölgeler olarak görülmesi,
5. Seyahat ve turizme olan ilginin ve talebin artması; bu ilgi ve talep, eğitimde meydana gelen gelişmeler ve savaşların bir sonucu olarak büyük yurt dışı seyahatleri ile artmıştır. Ayrıca insanlar yurt dışı bölgelere ilgi duymaya ve yurt dışında iş seyahatlerine katılmaya başlamıştır.

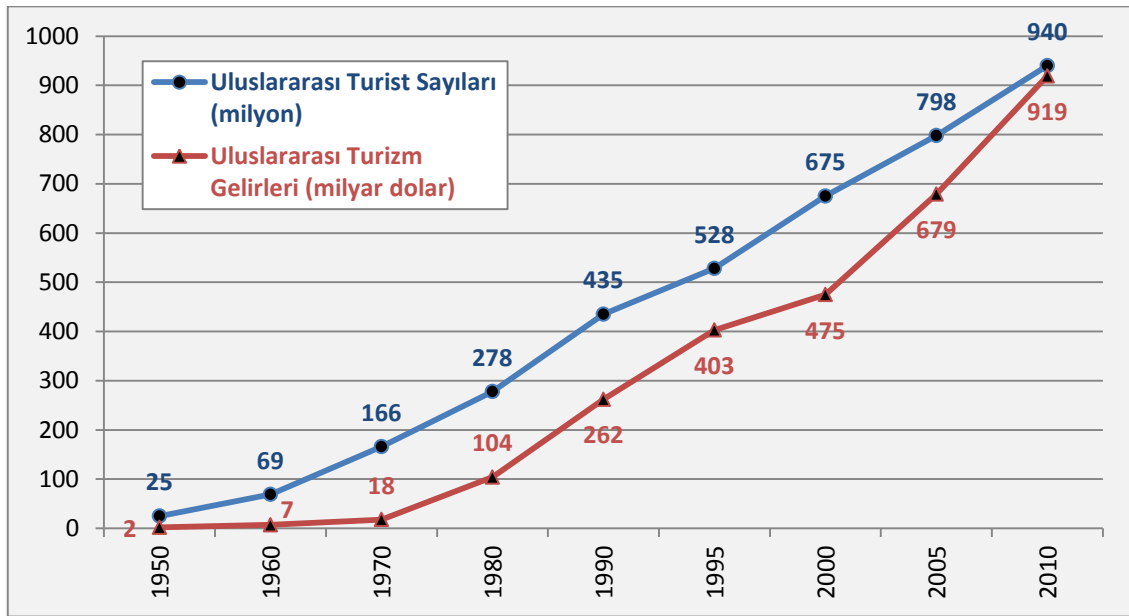
⁸ Reece (2010), s. 36.

⁹ R.A. Cook vd. (2010). *Tourism: the business of travel*. New Jersey: Prentice Hall, s. 12.

¹⁰ P. Mason (2008). *Tourism impacts, planning and management*. Amsterdam: Elsevier/Butterworth-Heinemann, s. 16.

Sanayi devrimi ile hız kazanan turizm sektöründeki gelişim, 20. yüzyılda neredeyse dünyanın tamamını etkileyen savaşlar nedeniyle kesintiye uğramıştır. Birinci (1914-1918) ve İkinci (1939-1954) Dünya Savaşları ve 1929 dünya ekonomik bunalımı bu dönemde turizmin gelişmesini yavaşlatan etkenler olmuşlardır.

2. Dünya Savaşı'nın bitmesinin ardından yaşanan birçok gelişme turizm endüstrisinin büyümesine yeniden hız kazandırmıştır. Ulaştırma sektörünün güçlenmesi ve sanayileşmiş ülkelerin refah seviyesinin artmaya başlaması, turizmin büyümesine katkısı olan önemli gelişmelerden bazılarıdır. 1950'lerde hava taşımacılığının başlaması ve 1960'larda giderek yaygınlaşması hem iç hem de dış turizmin büyümesine önemli katkıda bulunmuştur. Günümüzde zaman, para, seyahat güvenliği ve seyahat etme arzusunun birleşmesiyle turizm endüstrisi eşine rastlanmamış bir büyüme çağına girmiştir.¹¹ 2. Dünya Savaşı'nın ardından yaşanan turizm endüstrisini etkileyen bu gelişmeler ile birlikte dünyadaki toplam turist sayıları ve turizm gelirlerindeki gelişim şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1. Dünya Uluslararası Turist Sayıları ve Turizm Gelirlerinin Gelişimi

Kaynak: UNWTO

¹¹ Cook vd. (2010), s. 13.

1950 yılında 25 milyon turistin katıldığı ve 2 milyar dolarlık turizm geliri yaratan uluslararası turizm, 2010 yılında 940 milyon turist sayısı ve 919 milyar dolar turizm gelirine ulaşmıştır. Dünya Turizm Örgütü'nün tahminlerine göre, 2020 yılında yaklaşık 1,5 milyar insanın uluslararası turizme katılması beklenmektedir. Bu nedenle dünya ekonomisinde en hızlı gelişen sektörler arasında yer alan turizm sektöründe, her ülke pazardan aldığı payı artırmaya çalışmakta, böylece rekabet giderek artmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için döviz kazancı sağlamanın yanında turizm sektörü doğrudan veya dolaylı 32 faaliyet dalını etkilemekte ve istihdam yaratmaktadır. Türkiye açısından da büyük önem taşıyan turizm sektörü bu rekabetçi yapı içinde, daha çok turist çeken, üst gelir gruplarını hedef alan, doğal sermayesini koruyan bir yapıyı oluşturmayı hedeflemektedir.

2.2. Türkiye’de Turizmin Tarihsel Gelişimi

2.2.1. Planlı dönem öncesi

Türkiye’de turizm konusunda çalışan ilk kurum 1923 yılında Atatürk’ün talimatları ile bir grup aydın tarafından kurulan “Türk Seyyahin Cemiyeti”dir. Bu cemiyet, ismini daha sonra “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” olarak değiştirerek uzun yıllar turizm ve kültür alanlarında bir devlet organı gibi görev yapmıştır. 1925 yılında kurulan ve 1933 yılında adı “Türk Havayolları İşletme İdaresi” olan “Türkiye Tayyare Cemiyeti” oluşumu ve Uluslararası Turizm Birliği (AIT) kongresinin İstanbul’da yapılması bu dönemin diğer önemli turizm hareketleri arasındadır.¹²

Turizmin resmi ve bilimsel anlamda örgütlenmesi, 1934 yılında İktisat Bakanlığı’nın Dış Ticaret Dairesi’ne bağlı Türk Ofisi’nin faaliyete geçmesi ile başlamıştır. Bu birim 1939 yılında Turizm Müdürlüğü, 1943 yılında Turizm Dairesi ve 1949 yılında Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü adını alarak devlet organı olarak çalışmalarını sürdürmüştür. Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü’nün 1957 yılında yapılan bir

¹² Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu. <http://www.turing.org.tr/tr/tarihcemiz.asp> (Erişim tarihi: 15.04.2012)

düzenlemeyle Basın-Yayın ve Turizm Bakanlığı'na dönüştürülmesiyle, turizme ilişkin çalışmalar bakanlık düzeyinde ele alınmaya başlamıştır.¹³

1950'li yıllarda turizmin gelişimine yönelik gerçekleştirilen önemli düzenlemelerden birisi, 1953 yılında yapılan bir yasal düzenlemeyle bugün yürürlükte olan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nun tabanını oluşturan Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu'nun yürürlüğe girmesidir. Bu kanunun yürürlüğe girmesiyle, genel hukuk kurallarının dışında turizme yönelik ilk yasal düzenleme yapılarak ülkemizde turizm hukukunun oluşturulmasına başlanmıştır.¹⁴ 1955 yılında Türkiye Turizm Bankası'nın kurulması bu dönemin diğer önemli düzenlemeleri içinde yer almaktadır. Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu'nun amaçlarını gerçekleştirebilmek için kurulan Türkiye Turizm Bankası, 1960 yılında T.C. Turizm Bankası adını almıştır. T.C. Turizm Bankası'nın amaçları arasında turizm yatırımlarına finansman sağlamak, çeşitli turistik konaklama tesisleri kurmak ve işletmek vardır. Nitekim bugün 1962 yılından beri mevcut olan Turban Oteller ve Tatil Köyleri zinciri bu bankanın kurup işlettiği konaklama tesisleridir. Turban tesisleri günümüzde Devlet Bakanlığı'na bağlı Turban A.Ş. Genel Müdürlüğü adı altında faaliyetlerini devam ettirmektedir.¹⁵

2.2.2. Planlı dönem

Planlı dönem, DPT'nin kuruluş yılı olan 1960'dan 24 Ocak 1980'e kadar yaşanan süreç olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde turizm açısından yaşanan önemli gelişmelerden birisi, turizm sektörünün hizmet sektörü olarak kabul edilip kalkınma planlarına dahil edilmesidir. Planlı dönemin başında Türkiye Turizm Bankası'nın yerine geçmek üzere 1962 yılında T.C. Turizm Bankası A.Ş faaliyetine sokulmuş, aynı yıl Maliye Bakanlığı ve AID (Uluslararası Kalkınma İdaresi) arasında imzalanan anlaşma ile Turizm Geliştirme Fonu oluşturulmuştur. 1963 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı'nın kurulması planlı dönemdeki diğer önemli gelişmelerden birisidir.¹⁶

¹³ F. Andaç (2006). *Turizm hukuku*. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 8.

¹⁴ N. Boz (2004). *Turizm hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, s. 27.

¹⁵ Andaç (2006), s. 9.

¹⁶ A. Soyak (2005). *Türkiye'ye yönelik yabancı turizmin iktisadi etkileri*. İstanbul: Derin Yayınevi, s. 58.

1960-1980 döneminde turizm politikasının temel hedefi, turizm yolu ile ödemeler dengesine katkıda bulunmak; döviz gelirlerini arttırmak; yeni iş alanları yaratmak ve Türk vatandaşlarına tatil olanakları sağlamaktır. Söz konusu hedefleri gerçekleştirebilmek için organizasyonlar, yasal ve finansal düzenlemeler ve özel projeler olmak üzere birçok araç kullanılmıştır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı bu dönemin en organizasyonel kuruluşudur. Ayrıca 1972 yılında, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) kurulmuş ve etkin bir yönetim aracı olarak devreye girmiştir.¹⁷

Genel olarak planlı dönem değerlendirildiğinde, turizm sektörünün kalkınma planlarının hedef ve amaçlarına uygun bir gelişme gösterdiğini söylemek zordur. Bu dönemde gerçekleşen ilk dört kalkınma planında ülkenin sanayileşme yoluyla kalkınacağı esas alındığından, turizme de sanayileşmeyi hızlandırıcı ve itici bir alt sektör olarak görev verilmiştir. Bu bağlamda kitle turizmi benimsenerek, yatırım politikalarının belirlenmesinde döviz gelirlerinin maksimize edilmesi ve ödemeler dengesindeki açıkların kapatılması hedef olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat bu ana hedefe ulaşabilmek için izlenmesi gerek turizm yatırım politikasının ne olacağının planlarda belirlenmemiş olması, sektörde planların başarısız olmasına neden olmuştur.¹⁸ Ayrıca planlı dönemde konaklama tesislerinin ve ulaşım imkanlarının yetersizliği, turizm sektöründe büyük gelişmelerin kaydedilememesinin nedenlerinden biridir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, 1970 yılında Türkiye'deki turizm işletme belgeli konaklama tesislerinin sayısı 593 iken, planlı dönemin sonunda bu sayı 778'e yükselmiştir. 2010 yılı itibariyle ise Türkiye'de 3524 turizm işletme belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır.

¹⁷ Devlet Planlama Teşkilatı [DPT] (2007). *Turizm özel ihtisas komisyonu raporu (2007-2013)*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, s. 6-7.

¹⁸ Soyak (2005), s. 62-63.

Bu dönemdeki turist sayısı ve turizm gelirlerine bakıldığında; 1963 yılında 198 bin turist sayısı ve 7 milyon dolar olan turizm gelirinin, 1970 yılında 724 bin turist sayısı ve 51 milyon dolar turizm gelirine, 1980 yılında ise 1,2 milyon turist sayısı ve 326 milyon dolar turizm gelirine yükseldiği görülmektedir. 1963 yılında turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı % 0,1 iken, planlı dönem sonunda % 0,6'ya yükselmiştir.¹⁹

2.2.3. 1980-2000 dönemi

Türkiye'deki turizm hareketlerini incelerken 1980 sonrası dönemin üzerinde önemle durulması gerekmektedir. Çünkü bu dönem içerisinde Türkiye'de turizm tarihinde hiç rastlanmayacak bir gelişme hızı yakalanmış, birkaç yıllık bir süre içerisinde turistik arz kapasitesi, elde edilen döviz ve gelen yabancı sayılarında büyük artış sağlanmıştır.²⁰

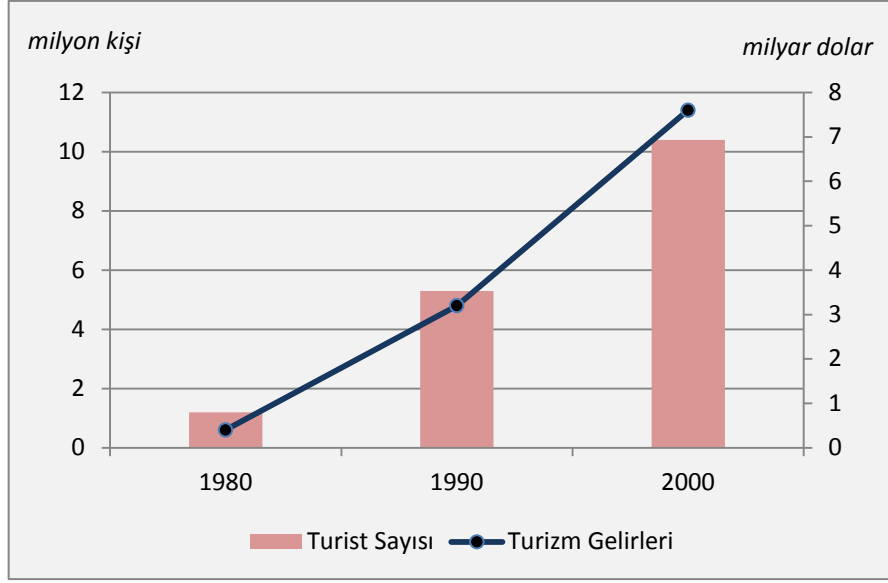
24 Ocak 1980 tarihinde uygulamaya konulan ekonomik istikrar tedbirleri sayesinde Türkiye'nin ekonomi politikası tercihleri değişmiştir. 24 Ocak kararlarının turizm sektörünü doğrudan etkileyen maddeleri arasında; devalüasyon kararı, yabancı sermaye çerçeve kararnamesi ile ilgili karar, kambiyo mevzuatının değiştirilmesi ile ilgili karar, 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ve yurt dışına turistik çıkışlar ile ilgili kararlar yer almaktadır. 1980 sonrası turizm ile ilgili alınan kararlar içerisinde en önemli olanı, 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'dur.²¹ 1982 yılında sektördeki darboğazı gidermek ve gerekli yasal düzenlemeleri yapmak için çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu'na bağlı kamu arazilerinin, turizm yatırımları için yatırımcılara tahsisi, turizm geliştirme fonundan yararlanma, düşük faizli ve uzun dönemli turizm kredileri, vergi indirimi, finansman fonu, teşvik primleri sektöre sağlanan teşviklerin bazılarıdır. Bu yasal düzenlemeyle Türkiye'de turizm sektöründe o zamana kadar uygulanmayan pek çok teşvik getirilmiş ve sektöre büyük boyutta devlet desteği verilmeye başlanmıştır.²² 1980-2000 arası dönemde turist sayısı ve turizm gelirlerindeki artış şekil 2'de gösterilmiştir.

¹⁹ TÜRSAB. http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/1963-sayi-gelir-ve-degisim_68.html (Erişim tarihi: 15.04.2012)

²⁰ Kozak vd. (2008), s. 115.

²¹ Kozak vd. (2008), s. 115.

²² DPT (2007), s. 8.



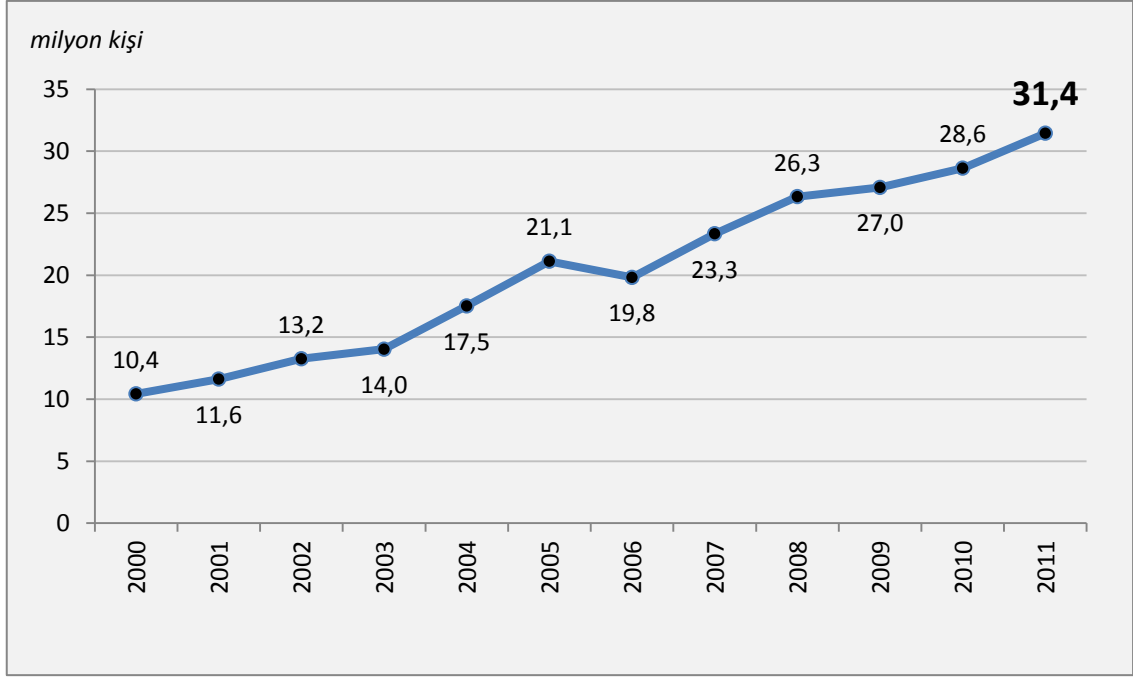
Şekil 2. 1980-2000 Döneminde Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri

Kaynak: DPT

1980 yılında 1,2 milyon turist sayısı ve 400 milyon dolar olan turizm geliri, 1990 yılında 5,3 milyon turist sayısı ve 3,2 milyar dolar turizm gelirine, 2000 yılında ise 10,4 milyon turist sayısı ve 7,6 milyar dolar turizm gelirine yükselmiştir. Turizmin GSYH içindeki payı planlı dönemin (1960-80) sonunda % 0,8 iken, 1990'da % 2,1 ve 2000'de % 3,8'e yükselmiştir.

2.2.4. 2000 sonrası dönem

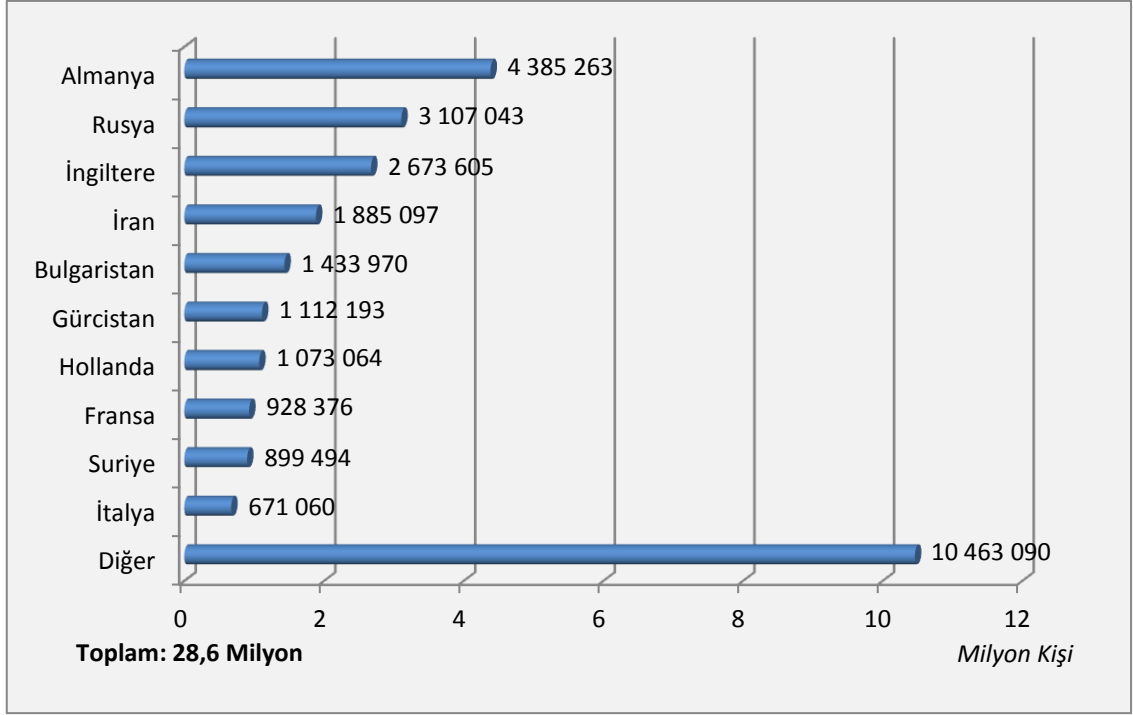
Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre 2000-2010 yılları arasında uluslararası turist sayısı 675 milyondan 940 milyona yükselerek % 39'luk bir büyüme yaşamıştır. Türkiye'de 2000 yılında 10,4 milyon olan turist sayısı yaklaşık üç katına çıkarak 28,6 milyona yükselmiştir. 2000 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısı, toplam uluslararası turist sayısının % 1,5'i iken, 2010 yılında % 3 seviyesine ulaşmıştır. 2011 yılı verileri itibariyle Türkiye'nin turist sayısı 31 milyonun üzerindedir. Şekil 3'te 2000-2011 yılları arasında Türkiye'ye gelen yabancı turist sayıları görülmektedir.



Şekil 3. 2000-2011 Yılları Arası Türkiye'ye Gelen Yabancı Turist Sayıları

Kaynak: T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2012: 7.

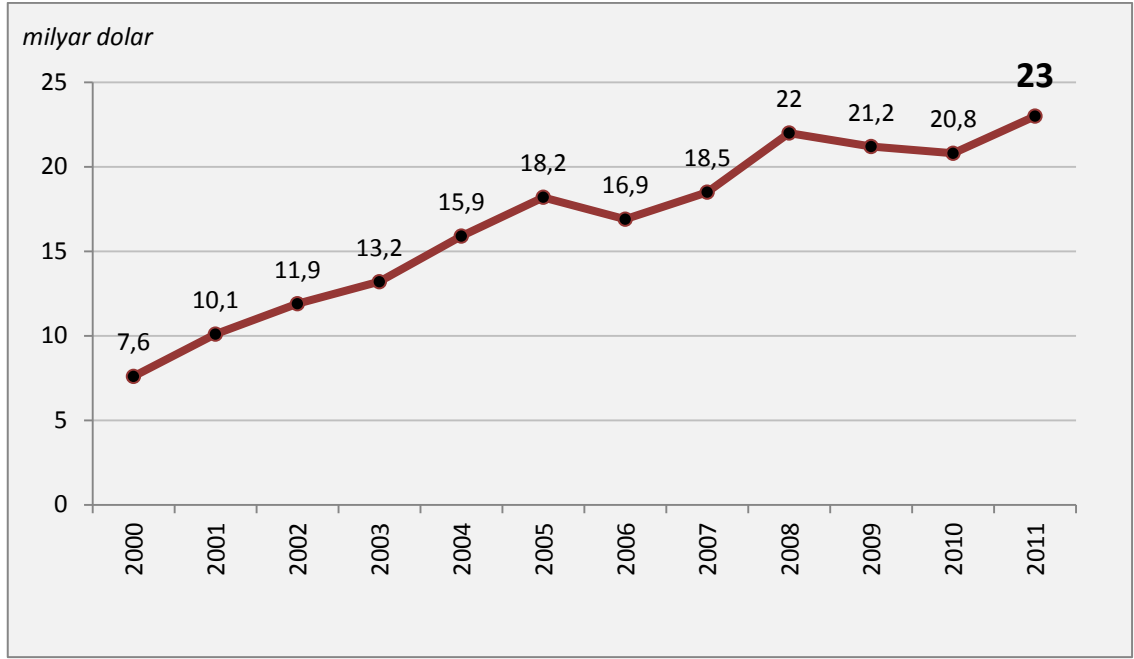
Milliyetlerine göre gelen turist sayılarına bakıldığında, 2010 yılında Türkiye'ye en çok Almanya, Rusya ve İngiltere'den yabancı ziyaretçi gelmiştir. 2010 yılında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin % 15'ini Almanlar, % 11'ini Ruslar ve % 9'unu ise İngilizler oluşturmaktadır. Bu ülkeleri, İran, Bulgaristan, Gürcistan, Hollanda, Fransa, Suriye ve İtalya takip etmektedir. Şekil 4'te, 2010 yılında Türkiye'ye en çok turist gönderen 10 ülke ve gönderdikleri turist sayıları görülmektedir.



Şekil 4. 2010 Yılı Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

2000 yılında 475 milyar dolar olan dünya turizm gelirleri yaklaşık 2 katına çıkarak 2010 yılında 919 milyar dolara ulaşmıştır. Türkiye'nin ise 2000 yılında 7,6 milyar dolar olan turizm gelirleri yaklaşık 3 kat artışla 2010 yılında 20,8 milyar dolara ulaşmıştır. 2000 yılında Türkiye'nin turizm gelirlerinin dünya turizm gelirleri içindeki payı % 1,6 iken, 2010 yılında % 2,2'ye yükselmiştir. 2011 yılı itibariyle Türkiye'nin turizm gelirleri 23 milyar dolara ulaşmıştır. Şekil 5'te 2000-2011 yılları arasında Türkiye'nin turizm gelirlerindeki gelişim verilmektedir.



Şekil 5. 2000-2011 Yılları Arası Türkiye'nin Turizm Gelirleri

Kaynak: T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı, 2012: 8.

Türkiye'nin turist sayıları ve turizm gelirlerinin artmasına paralel olarak dünya turizm sıralamasındaki yeri de yükselmiştir. 2000 yılında gelen turist sayısı bakımından dünyada 20. sırada yer alan Türkiye, 2010 yılı itibariyle 7. sıraya kadar yükselmiştir. Turizm gelirleri açısından bakıldığında, 2000 yılında dünya sıralamasında 14. sırada bulunan Türkiye, 2010 yılında en çok turizm geliri elde eden 10. ülke konumuna yükselerek, uluslararası turizm pazarında gerek turizm gelirleri gerekse gelen turist sayısı bakımından ilk 10 ülke içerisinde yer almayı başarmıştır. 2011 yılı itibariyle Türkiye, uluslararası turist sayısında 6. ve uluslararası turizm gelirlerinde 11. sırada bulunmaktadır.

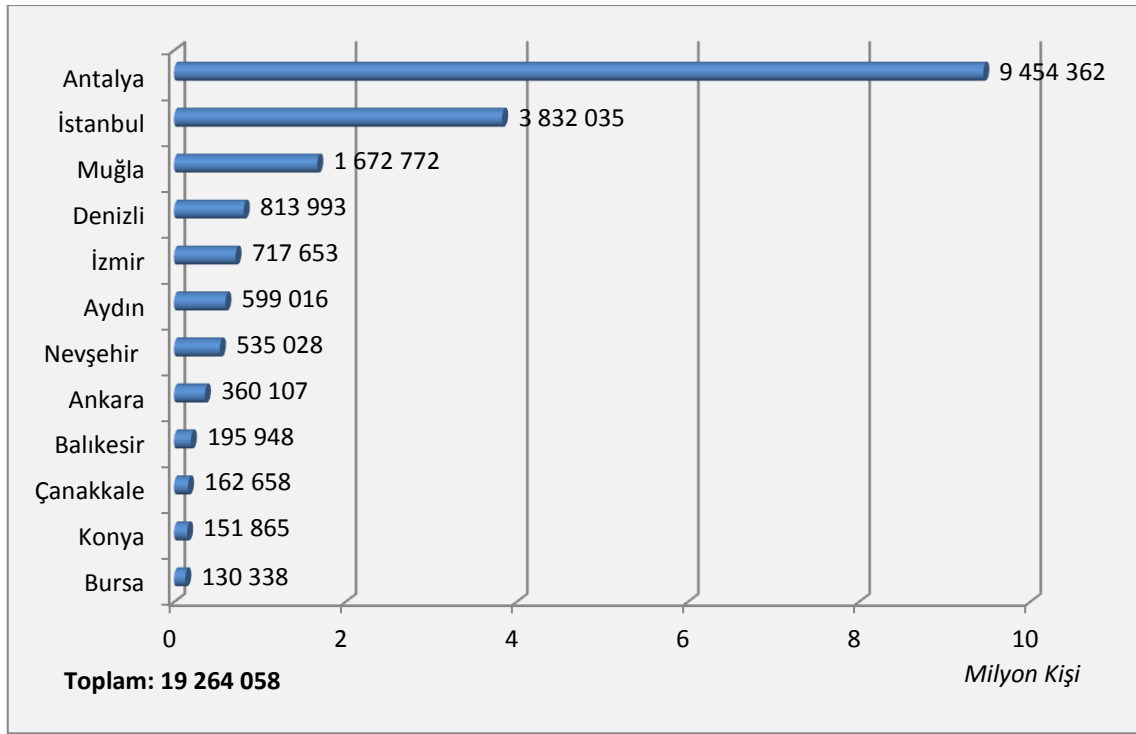
2000-2010 yılları arasında, Türkiye gelen yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süresinde önemli bir artış gerçekleşmemiştir. 2000 yılında 4,19 gün olan ortalama kalış süresi, 2010 yılında 4,30 gün olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında ise Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süresi 4,10 gündür. Yabancı ziyaretçi harcamalarına bakıldığında, 2000 yılında 7,6 milyar dolar olan harcamalar, 2010 yılında 2 katı artarak 15,5 milyar dolara ulaşmıştır. 2011 yılı yabancı ziyaretçi harcamaları ise 17,7 milyar dolara yükselmiştir. Tablo 1'de 2000-2011 yılları arası, Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri ve harcamaları görülmektedir.

Tablo 1. 2000-2011 Yılları Arası Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Ortalama Kalış Süreleri ve Harcamaları

Yıllar	Ortalama Kalış Süresi	Harcamalar (milyar dolar)
2000	4,19	7,6
2001	4,14	8,1
2002	4,39	8,4
2003	4,54	9,6
2004	4,53	12,1
2005	4,33	13,9
2006	3,92	12,5
2007	3,82	13,9
2008	4,17	16,7
2009	4,17	15,8
2010	4,30	15,5
2011	4,10	17,7

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB

2011 yılında, yabancı ziyaretçiler tesislere 19,2 milyon giriş gerçekleştirmiştir. Yabancı ziyaretçilerin tesislere giriş sayılarının illere göre dağılımına baktığımızda; 2011 yılında en fazla turist çeken il, 9,4 milyon giriş sayısı ile Antalya'dır. Tüm tesise girişlerin yaklaşık % 50'si Antalya'da gerçekleşmiştir. Antalya'yı, 3,8 milyon giriş ile İstanbul ve 1,6 milyon giriş ile Muğla takip etmektedir. Tüm girişlerin % 19,9'u İstanbul, % 8,6'sı Muğla'da gerçekleşmiştir. Antalya, İstanbul ve Muğla'dan sonra yabancı ziyaretçilerin tesislere en çok giriş yaptıkları illerin başında Denizli, İzmir, Aydın, Nevşehir ve Ankara gelmektedir. Şekil 6'da 2011 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin, en fazla giriş yaptıkları tesislerin bulunduğu iller ve giriş sayıları görülmektedir.



Şekil 6. 2011 yılında Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin En Çok Giriş Yaptığı İller ve Giriş Sayıları

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

2000 sonrası dönemde yatak kapasitesindeki artışa bakıldığında 2000 yılında 325 bin olan işletme belgeli yatak kapasitesi, 2010 yılı itibariyle 2 katı artarak 645 bine ulaşmıştır. Yatırım belgeli konaklama tesisleri ile birlikte toplam yatak kapasitesi 893 bin olmuştur.

2023 Türkiye Turizm Stratejisi: 2023 turizm vizyonu; sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenerek istihdamın artırılmasında ve bölgesel gelişmede turizmin öncü bir sektör konumuna ulaştırılması ve Türkiye'nin 2023 yılına kadar, uluslararası pazarda turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasında önemli bir varış noktası ve uluslararası bir marka haline getirilmesinin sağlanmasıdır. Vizyona yönelik ilkeler arasında turizmin gelişiminin sürdürülebilir çevre politikaları ile desteklenmesi, turizmde ürünün çeşitlendirilerek sezonun bütün yıla yayılması, markalaşan turizm bölgeleri ve kentleri oluşturulması, yurt içi ve yurt dışı tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine önem verilmesi yer almaktadır.²³

3. Turizmin Ekonomik Etkileri

3.1. Ulusal Gelir ve Büyüme Üzerine Etkisi

Ulusal gelir, bir ülkede bir yıl içinde tarım, sanayi ve hizmetler sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin toplam değeri olmaktadır. Bu tanım ulusal geliri üretim yönünden ifade etmektedir.²⁴ Turizm, ulusal gelir hesabında hizmetler sektörünün içinde yer almaktadır. Bir ekonomide belirli bir dönemde üretilen bütün nihai mal ve hizmetlerin piyasa değeri, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) kavramı ile ifade edilir. GSYH hesaplanırken, ülke sınırları içerisinde üretilen nihai mal ve hizmetlerin piyasa fiyatları ile ifade edilen değerleri esas alınır.²⁵

²³ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023-Eylem planı 2007-2013*. Ankara, s. 3.

²⁴ A. Eren (2010). *Türkiye ekonomisi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım, s. 62.

²⁵ O. Z. Orhan ve S. Erdoğan (2010). *İktisada giriş*. Ankara: Palme Yayıncılık, s. 245.

Turizm faaliyeti nedeniyle genellikle yaşanan yerlerde kazanılan gelirin başka yerlerde harcanması durumu ortaya çıkmakta ve her yıl büyük miktarlarda gelir transferleri gerçekleşmektedir. Bir bölgede veya ülkede yaratılan gelir turizm olayı sonucu bir başka ülkenin veya ülke halkının gelirini oluşturmaktadır. Normal yaşamını sürdürdüğü yerde alıştığından daha fazla harcama eğilimi içinde olan turistin harcamaları sonucu yaratılan satın alma gücü turizmin en önemli ekonomik etkilerinden biridir.²⁶

Turizm sektörü, irili ufaklı birçok sektörle ilişkili olduğundan, elde edilen turizm gelirleri bu sektörlerdeki birçok mal ve hizmetin üretim, tüketim, ihracat ya da ithalatına yol açacaktır. Böylece, elde edilen turizm gelirleri diğer sektörlerdeki üretim faktörü sahipleri (inşaat, tarım, sanayi, diğer hizmet sağlayanlar vb.) tarafından harcanarak ve ekonomi içinde çeşitli şekillerde el değiştirerek, diğer faktör sahiplerine de gelir oluşturacaktır. Turizmden belirli bir dönemde elde edilen gelir miktarındaki artış, ülkeye ya da bölgeye giren ilk gelir miktarını aşmış ve ulusal gelirin genel düzeyini yükseltmiş olacaktır.²⁷ Turizm sektöründen elde edilen bir birimlik gelirin el değiştirerek ilk aşamada elde edilen turizm gelirinden daha yüksek miktarda bölge ya da ülke ekonomisine etki etmesi turizmde çarpan etkisi olarak tanımlanmaktadır. Turizm gelirlerinin bir ekonomi içindeki etkisi aşağıda belirtilen üç şekilde ortaya çıkar.²⁸

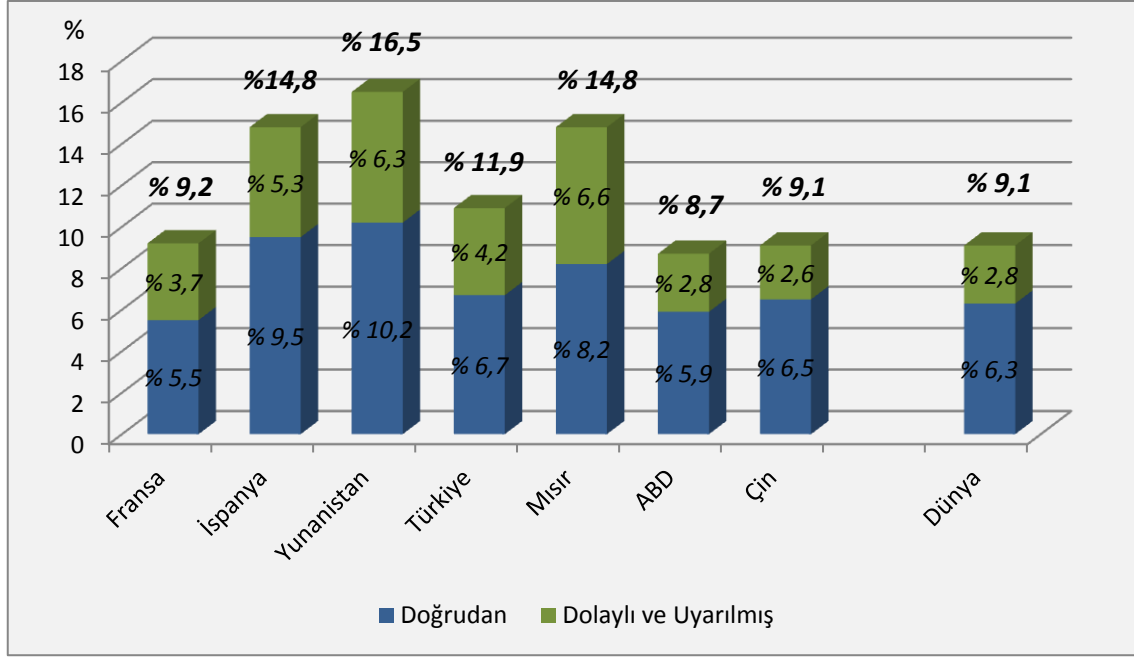
1. Turistlerin doğrudan harcama yapmaları sonucunda elde edilen gelirler (doğrudan gelirler).
2. Birinci aşamaya bağlı olarak işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen gelirler (dolaylı gelirler).
3. Turizmde elde edilen gelirin, sektörde istihdam edilen ya da turizmden kazanç sağlayan kişiler tarafından harcanması sonucu elde edilen gelirler (uyarılmış gelirler).

²⁶ Y. B. Önal vd. (2006). *Ekonomik büyümenin yükselen değeri turizm ve Türkiye ekonomisine etkisinin analizi*. İstanbul: Kare Yayınları, s. 16.

²⁷ O. Bahar ve M. Kozak (2008). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 162.

²⁸ O. İçöz (2005). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi, s. 314.

Ülkeye gelen turistlerin ve iç turizme katılan ülke vatandaşlarının yapmış oldukları tüketim harcamalarıyla oluşan turizm gelir etkisinin büyüklüğü, turizm gelirlerinin GSYH'ya oranlanması sonucu bulunur.²⁹ Şekil 7'de bazı ülkelerin turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı verilmiştir.



Şekil 7. Bazı Ülkelerin 2011 Yılı Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı

Kaynak: WTTC

2011 yılı itibariyle turizmin, GSYH üzerindeki katkısının en yüksek olduğu ülkelerin başında İspanya, Yunanistan ve Mısır gelmektedir. Turizm, İspanya'da % 14,8, Yunanistan'da % 16,5 ve Mısır'da % 14,8'lik oranlarda GSYH'ya katkı yapmaktadır. Türkiye'de ise 2011 yılında turizm sektörünün, GSYH içindeki payı % 11,9 (cari fiyatlarla) düzeyindedir.

²⁹ K. Ünlüöner vd. (2011). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 150.

3.2. İstihdama Etkisi

Turizm sektörü, emek-yoğun bir yapıya sahip olan bir sektördür. Bu nedenle, turistlerin yapmış oldukları tüketim harcamalarının turizm sektörüne doğrudan, bu sektöre girdi veren diğer sektörlerle de dolaylı istihdam olanakları yaratma etkisi vardır. Bunun sonucu olarak; turizm, ekonomide yarattığı genel istihdam etkisiyle ülkedeki toplam istihdamı etkilemektedir.³⁰ İstihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik yatırımların artması, işgücü talebini arttırdığı gibi, turizmin mevsimsellik özelliğinin bir sonucu olarak talebin yoğunlaştığı dönemlerde turizm işletmelerinde işgücü talebi artar. Mevsim dışında ise işgücü talebi azalmakla birlikte yine de bir devamlılık gösterir.³¹ Turizm sektörü sayesinde sağlanan istihdam üç şekilde ortaya çıkmaktadır. Bunlar:³²

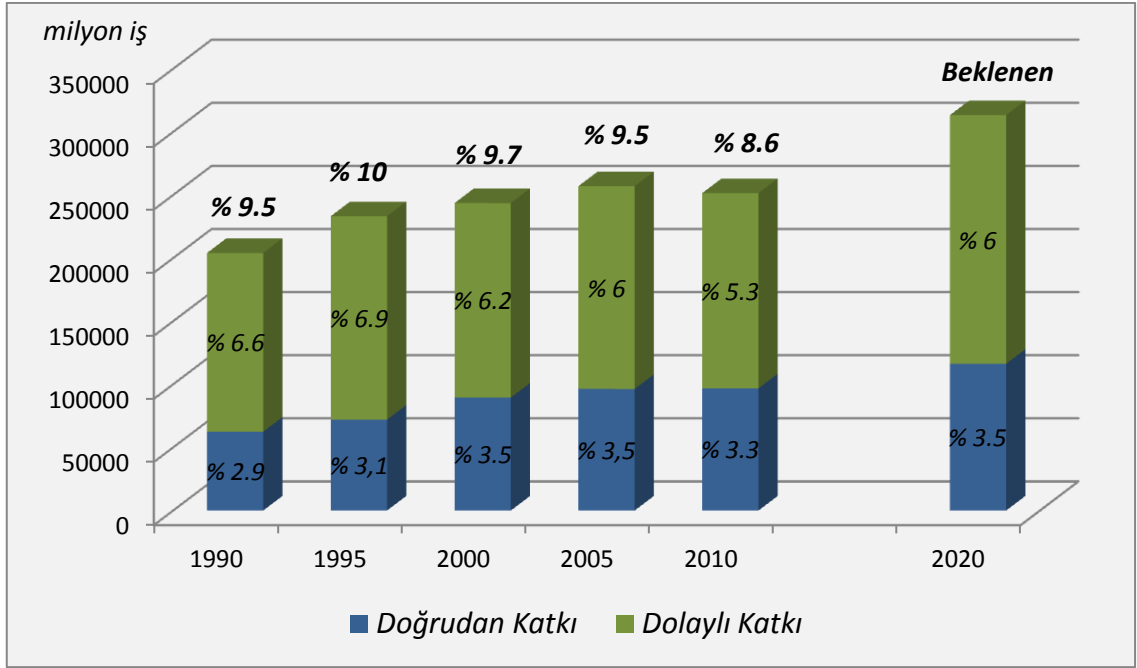
1. Doğrudan istihdam: Gerek turizm sektörüne doğrudan hizmet veren işletmelerde, gerekse bunlara bağlı olarak çalışan işletmelerde oluşturulan istihdamı içermektedir. (Otel, restoran, seyahat acenteleri, ulaştırma vb.)
2. Dolaylı istihdam: Turizm işletmelerine, ihtiyaç duyduğu girdileri sağlayan sektörlerde ve turizm işletmelerinin yapmış oldukları harcamalar sayesinde bir takım gelirler elde eden diğer bazı sektörlerde oluşan istihdamı kapsamaktadır. (Tarım, inşaat, imalat, bankacılık vb.)
3. Doğrudan ve dolaylı istihdam biçiminden yararlananların elde ettikleri gelirleri harcamalarıyla ekonomide oluşan ilave istihdamdır.

Şekil 8’de dünyada turizm sektörünün yarattığı toplam (doğrudan, dolaylı ve uyarılmış) istihdam ve bu istihdamın tüm ekonomik istihdam içindeki payı verilmiştir.

³⁰ İçöz (2005), s. 271-274.

³¹ K. Öztaş ve T. Karabulut (2006). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, s. 66.

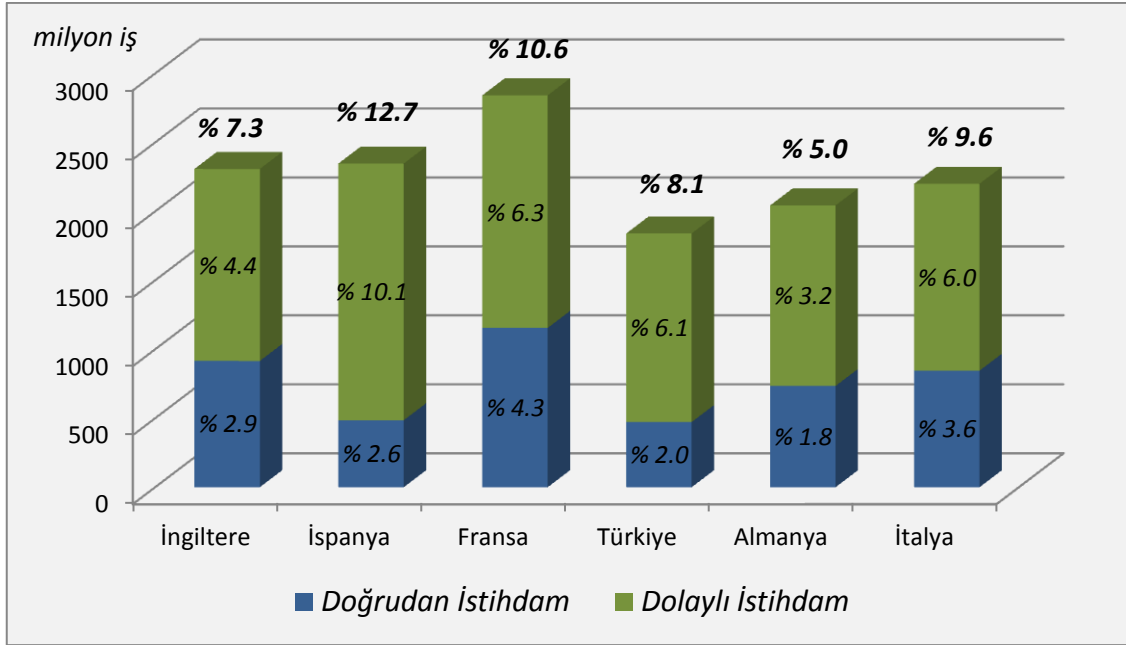
³² Ünlüöner vd. (2011), s. 165-166.



Şekil 8. Dünyada Turizm Sektörünün İstihdama Doğrudan ve Dolaylı Katkısı

Kaynak: WTTC

Dünya’da turizm sektörünün istihdama toplam katkısı 1990 ve 2005 yılları arasında % 9,5–10 düzeyinde olmuştur. 1990 ve 2005 yıllarında turizm sektörünün tüm istihdam içindeki payı % 9,5’tur. Ancak turizm sektörünün istihdama doğrudan katkısının toplam katkı içindeki payı artmıştır. 2010 yılında turizmin istihdama toplam katkısı % 8,6 düzeyine gerilemiştir. WTTC’nin tahminlerine göre, 2020 yılında turizmin istihdama doğrudan katkısının % 3,5, toplam katkısının ise % 9,5 olması beklenmektedir. Şekil 9’da bazı ülkelerin 2010 yılında turizm sektörlerinin sağladığı istihdam sayıları verilmiştir.



Şekil 9. 2010 Yılı Avrupa’da Bazı Ülkelerin Turizm Sektörlerinin İstihdama Katkıları

Kaynak: WTTC

WTTC’nin verilerine göre, 2010 yılı itibariyle Fransa turizm sektöründe 1,1 milyon, Almanya’da 730 bin, İspanya’da 485 bin ve Türkiye’de 472 bin kişi istihdam edilmektedir. Bu ülkelerin turizm sektörlerinin istihdama toplam katkısı ise Fransa’da 2,8 milyon, Almanya’da 2 milyon, İspanya’da 2,3 milyon ve Türkiye’de 1,8 milyondur. Şekilde görüldüğü üzere, Almanya turizm sektöründe Türkiye’den daha fazla çalışan olmasına rağmen, turizm sektörünün tüm istihdam içindeki payı Türkiye’den daha düşüktür. Türkiye’de turizm sektörünün istihdama doğrudan katkısı % 2 iken, Almanya’da % 1,8’dir.

3.3. Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi

Ödemeler dengesi, geniş anlamıyla, bir ekonomide yerleşik kişilerin (merkezi hükümet, parasal otorite, bankalar, gerçek ve tüzel kişiler), diğer ekonomilerdeki yerleşik kişiler (yurtdışında yerleşikler) ile belli bir dönem içinde yapmış oldukları ekonomik işlemlerin sistematik kayıtlarını elde etmek üzere hazırlanan istatistiki bir rapordur. Ekonomik işlemler, mal, hizmet ve gelirle ilgili işlemleri, finansal varlık ve yükümlülüklerle ilgili işlemleri, bir ekonomide yerleşik kişilerden diğer bir ekonomide yerleşik kişilere karşılıksız olarak reel ya da finansal kaynakların sağlandığı transferleri kapsar.³³ Turizm para akımları açısından genellikle turist gönderen bölgede kazanılan ve tüketim dışı kalan ya da tasarruf edilen paranın gidilecek yörede harcanması olarak tanımlanır.³⁴

Turizm, cari işlemler hesabının bir alt hesabı olan uluslararası hizmetler hesabında yer almaktadır. Uluslararası hizmetler hesabında hizmet ithali ve ihracından kaynaklanan ödeme akımları yer almaktadır. Mal ticaretinin fiziki, görünür bir niteliği olmasına karşılık, hizmet ihracı ve ithali görünmez bir nitelik taşır. Bu sebeple görünmez ticaret olarak da isimlendirilir.³⁵ Toplam uluslararası hizmet gelir ve giderleri arasındaki farka görünmez işlemler veya hizmetler bilançosu adı verilir. Turizm gelir ve giderleri arasındaki fark ise turizm bilançosunu vermektedir. Turizmin yanı sıra bankacılık, sigortacılık, taşımacılık, yurt dışı işçi gelirleri gibi hizmetlere ait hesap hareketleri de uluslararası hizmetler hesabında yer alır.³⁶

Uluslararası turizm sebebi ile elde edilen dövizler, döviz arzı ve talebini etkilemektedir. Bu etki, turist kabul eden ülkede döviz arzını, turist gönderen ülkede ise döviz talebini uyarıcı ve artırıcı rol oynamaktadır.³⁷ Böylece turizmin ödemeler dengesi üzerine etkisi döviz girişi ve döviz çıkışı olmak üzere iki yönlü olarak ortaya çıkmaktadır:

³³ TCMB. *Ödemeler dengesi istatistikleri tanım ve Türkiye uygulaması*. <http://www.tcmb.gov.tr/odemedenge/odemet.pdf> (Erişim tarihi: 03.04.2012), s. 1.

³⁴ N. Oktayer vd. (2007). *Türkiye’de turizm ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası, s. 79.

³⁵ R. Karluk (2009). *Uluslararası ekonomi*. İstanbul: Beta Yayıncılık, s. 583.

³⁶ Ö. Yağcı (2003). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 155.

³⁷ Ünlüöner vd. (2011), s. 145.

Ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan döviz giderinden fazla ise, turizm ödemeler dengesine olumlu etki etmektedir. Ters durumda da, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz geliri, ülkeden turizm amacıyla çıkan döviz giderinden daha düşük ise, turizm ödemeler dengesine olumsuz etki etmektedir. Bu bağlamda, turizmin ödemeler dengesine olumlu etkisinden söz edebilmek için, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz gelirlerinin, döviz giderlerinden fazla olması gerekmektedir.³⁸

3.4. Bölgesel Gelişmeye Etkisi

Ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarını en aza indirme amacını taşımaktadır. Bölgelerarası dengesizliğin giderilmesi bakımından turizm faaliyetleri tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme olanağına sahip olmamasına karşın, zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonucunda turistik yönden kalkınmalarının ve dengeli bir şekilde gelişmelerinin mümkün olmasını sağlayabilmektedir.³⁹

Turizmin yarattığı gelirin yeniden harcanması yoluyla kamu gelirleri, kişi başına harcanabilir gelir ile istihdam artar ve yeni iş imkanları yaratılır. Bu anlamda, uluslararası (dış) turizm bir ülkeye döviz kazandırır, iç turizm ise turizm ülkesinin sınırları içinde turizmden elde edilen bu gelirin yeniden dağılımını sağlar ve bölgelerarası ekonomik kalkınmaya ve gelişmeye olumlu etkide bulunur. Çünkü turist ülkenin turizme elverişli olan bölgesinde turistik faaliyet sonucu harcamalar yapar ve bu bölgede kazanılan gelir ülkenin diğer bölgelerinde yatırım, istihdam ve yeni iş alanlarının açılması şeklinde harcanır.⁴⁰

³⁸ Bahar ve Kozak (2008), 157.

³⁹ Kozak vd. (2008), s. 85.

⁴⁰ Bahar ve Kozak (2008), s. 166.

Bununla birlikte, turizmin belli bölgelerde fazla gelişmesi bölgelerarası dengesizliğe de yol açabilir. Bu bölgeler, yatırımları ve diğer bölgelerdeki iş gücünü kendine çekerek çevresindeki bölgelerden daha hızlı gelişebilir. Bu durumda, turizmin geliştiği bölgeler ile bu bölgelerin çevresindeki yerler arasında ekonomik ve sosyal anlamda bir uçurum oluşabilir.

3.5. Diğer Sektörler Üzerine Etkisi

Turizm sektörü üç büyük sektör arasında, önemi gittikçe artan hizmetler sektörü içinde yer almaktadır. Ancak yapısı gereği ekonominin içindeki diğer sektörlerle de yakın ilişki içerisindedir. Turizm sektörü turistik ihtiyaçları karşılarken diğer bazı sektörlerin üretmiş olduğu mal ve hizmetlerden faydalanmaktadır. Buna paralel olarak o sektörlerin gelişmesine de katkı sağlamakta ve hatta yeni bazı iş alanlarının oluşmasına sebep olmaktadır.⁴¹

Turizm sektörünün tarım sektörü üzerindeki en önemli etkileri gelir ve istihdam üzerinde görülür. Turizmin tarım sektörü üzerindeki gelir meydana getirici etkisi iki açıdan değerlendirilebilir. Turistik bölgelerde artan turizm talebine paralel olarak, turistlerin yeme-içme ihtiyacını karşılayan tarım ürünlerine olan talebin artması sonucu, tarım sektöründe yer alan kişilerin ürünleri daha iyi değerlendirilecek ve böylece gelirlerinde de bir artış olacaktır. Turistik bölgelerde arazi sahibi olan yöre halkının sahip oldukları arazilerin değerleri artacağı gibi bu arazilerin kamp vb. amaçlarla turizme açılması sayesinde de ek bir gelir elde etme imkanına sahip olunacaktır.⁴²

İstihdam açısından ise; tarım kesiminde üretimin genellikle mevsimlik olması sonucu ortaya çıkan mevsimlik işsizlik ve atıl kapasitenin, turizmin yaratacağı istihdam olanakları ile azaltılması mümkün olacaktır. Turizmin bazı dallarında nitelikli olmayan ya da yarı nitelikli elemana ihtiyaç, tarım sektöründen turizme işgücünün kaydırılmasını kolaylaştıracaktır.⁴³

⁴¹ Ünlüöner (2011), s. 170.

⁴² Ünlüöner (2011), s. 171.

⁴³ İçöz (2005), s. 299.

Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerindeki etkisi, imalat sanayi üretiminin alt sektörlerine göre değişiklik göstermektedir. İmalat sanayi üretimi; tüketim malı, ara malı ve yatırım malları şeklinde üç alt sektöre ayrılmaktadır. Dolayısıyla, turizmin bu alt sektörler üzerindeki etkisi de farklılık arz etmektedir. Turizmin tüketim malı üreten sanayiler (gıda, içki vb.) ve ara malı üreten sanayi kesimi (deri, deri ürünleri, seramik vb.) üzerindeki etkisi yüksektir. Turizmin yatırım malı üreten sanayiler üzerindeki etkisi ise fazla değildir.⁴⁴

Turizmin sanayi sektörü üzerindeki ağırlıklı etkisi ise, turizm yatırımlarının artmasıyla birlikte bu yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde ortaya çıkmaktadır. Bunlar, ağır sanayi ürünleri başta olmak üzere, çimento, demir-çelik, bilgisayar teknolojileri, karayolu, deniz ve hava limanları gibi altyapı olanakları ile inşaat, orman ve seramik gibi sanayi ürünlerini kapsamaktadır. Bu araç gereçleri üreten sanayi kolları ile gerekli alt ve üst yapıyı sağlayan sektörlerde, turizm sayesinde bir canlılık ve hareketlilik yaşanmaktadır. Bu ve benzeri sanayi dallarında, özellikler turizm sezonu ile birlikte, artan talep sonucunda üretim artışları söz konusu olmaktadır.⁴⁵

Turizm sektörü hizmetler sektörünün içerisinde yer alan bankacılık, sigortacılık, ulaştırma, haberleşme, ve iletişim sektörlerinin gelişmesinde büyük oranda etkilidir. Bunların yanında küçük sanat dalları ile ilgili hizmetlerin (elektrikçilik, marangozluk, boyacılık vb.), lüks tüketim için hizmetlerin (kuyumcu, antikacı, spor malzemeleri, konser vb.), tatil ve turizme yönelik hizmetlerin (eğlence yerleri, gece kulüpleri, animasyon ve rekreasyon faaliyetleri vb.) gelişmesini sağlar.⁴⁶ Ayrıca sağlık ve termal turizmi sağlık hizmetlerinin gelişmesini sağlarken, iş turizmi kongre ve konferansa yönelik hizmetleri, spor turizmi ise spora yönelik hizmetleri geliştirmektedir.

⁴⁴ Bahar ve Kozak (2008), 169-170.

⁴⁵ Bahar ve Kozak (2008), 170.

⁴⁶ Ünlüöner (2011), 173.

3.6. Yatırımlar Üzerine Etkisi

Bir ülkede ya da bölgede turizmin gelişmesiyle birlikte, altyapı olanaklarında da belirgin bir iyileştirme ve düzelme görülür. Bununla birlikte altyapısı belirli bir düzeye ulaşamamış bölgelerin de turizm açısından gelişme şansları olduğu söylenemez.⁴⁷ Ekonomik bakımdan altyapı faaliyetleri görünmeyen hizmetler olmakla birlikte, kamu sektörü tarafından hem ekonominin gelişmesi, hem de halkın yararlanması amacıyla gerçekleştirilir. Genellikle altyapının (yol, kanalizasyon vb.) kamu, üstyapısının (turistik tesis vb.) da özel sektör tarafından yapılması prensip olarak kabul edilmiştir.⁴⁸

Altyapı turizm açısından genel ve özel altyapı olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır. Genel altyapı kapsamında; temel kamu hizmetleri, örneğin; su, ulaştırma, enerji, kanalizasyon, haberleşme gibi olanaklar yer alır. Bu temel yapı hizmetlerinin bulunması turizmin gelişmesi açısından çok önemlidir. Ancak turizm olmasa da, yerel halkın ihtiyaçları nedeniyle bu hizmetlerin bulunması zorunludur. Özel ya da turizme özgü altyapı kapsamında ise, turizmin gelişmesi sayesinde ve turizmin yaygınlaştırılmasıyla birlikte, bazı bölgelere altyapının, turistik tesislerin ve turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde yaygınlaştırılması yer alır.

Turizm sektörünün altyapı üzerine net etkisini belirlemek oldukça zordur. Çünkü bir bölgeye yapılan altyapı yatırımlarının ne ölçüde turizmden bağımlı veya bağımsız olduğunu belirlemek mümkün değildir. Yine de, turizm sektöründen sağlanan gelişmelerin altyapıyı geliştirici ve yönlendirici bir etki gösterdiği söylenebilir.⁴⁹

Turizmin gelişmesi için önem taşıyan ve gelişmesi ile birlikte değer kazanan diğer bir faktör de üstyapı olanaklarıdır. Üstyapı denilince genellikle turistik tesisler akla gelir. Altyapı olanakları temelde tüm sektörlerin ortaklaşa yararlandıkları kaynaklardır ve bu kaynaklar turizm olsa da olmasa da vardır. Turizm sektörü ekonomide bir üstyapı kurumu olarak yer alır.⁵⁰ Turistlerin ihtiyaçlarının (barınma, beslenme, eğlenme vb.)

⁴⁷ İçöz (2005), s. 302.

⁴⁸ Öztaş ve Karabulut (2006), s. 64.

⁴⁹ Kozak ve Bahar (2011), s. 176.

⁵⁰ İçöz (2005), s. 304.

karşılanması amacıyla oluşturulan turistik üstyapı, turistik ihtiyaçların farklılığı, turistik çekim kaynakları arasındaki farklılıklar, turistlerin seyahat amaçları, toplumsal düzeyleri ve gelir durumları arasındaki farklılıklar gibi faktörler sebebiyle farklı şekillerde oluşmaktadır. Özellikle konaklama hizmeti veren işletmelerde bu çeşitlilik göz çarpmakta, otel, motel, pansiyon, tatil köyü, oberj gibi farklı konaklama birimleri ortaya çıkmaktadır.⁵¹

4. Türkiye’de Turizmin Ekonomik Etkileri

4.1. Türkiye Turizm Gelirlerinin Ulusal Gelire Etkisi

Turizmin ekonomideki rolü ve önemi konusunda yapılan değerlendirmeler arasında en yaygın kullanılan yöntem, turizm gelirlerinin GSYH ile olan ilişkisinin ölçülmesidir. Türkiye’de turizm sektörünün GSYH içindeki payı oldukça küçüktür. Ancak iç turizm harcamaları ve turizm yatırımları da dikkate alındığı takdirde, turizmin Türkiye ekonomisinde önemsenmesi gereken bir sektör olduğu ortaya çıkmaktadır.⁵²

Türkiye’de turizm gelirlerinin ulusal gelir içindeki payı planlı kalkınma dönemiyle birlikte artış gösterse de bu artış oldukça küçük düzeylerde kalmış, bu pay ancak 1980’lerin ikinci yarısından itibaren % 1’in üzerine çıkabilmiştir. Bunun nedeni, 1980 yılından sonra bu sektöre özel bir önem verilmiş olması ve yatırımlardaki hızlı artıştır. Özellikle 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu sektördeki ilerlemede oldukça önemli bir rol oynamıştır.⁵³ Tablo 2’de 1980 yılından günümüze kadar olan süreçte turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı görülmektedir.

⁵¹ Ünlüöner vd. (2011), s. 174.

⁵² Önal vd. (2006), s. 49-50.

⁵³ Oktayer vd. (2007), s. 68.

Tablo 2. Türkiye’de Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı

Yıllar	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (milyar dolar)	Turizm Gelirleri (milyar dolar)	Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (%)
1980	90,6	0,3	0,3
1985	89,2	1,4	1,5
1990	200,5	3,2	1,6
1995	225,9	4,9	2,1
2000	265,3	7,6	2,8
2001	196,7	10,1	5,1
2002	230,5	11,9	5,1
2005	481,5	18,2	3,8
2009	616,7	21,2	3,4
2010	734,9	20,8	2,8
2011	772,3	23	3

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB

1970 yılında % 0,2 olan turizmin ulusal gelir içindeki payı, 1984 yılına kadar önemli bir artış gösterememiştir. 1980 yılından sonra turizm sektörüne verilen önem ve teşviklerin etkisi ile birlikte 1984 yılında turizmin ulusal gelir içindeki payı ilk defa % 1’i geçmiş ve 1985 yılında % 1,5’e çıkmıştır. 2000 yılında % 2,8 olan turizmin ulusal gelir içindeki payı, 2000-2001 yıllarında Türkiye ekonomisinde yaşanan krizler nedeniyle GSYH’nın küçülmesinin yanında turizm gelirlerinin de artmasının etkisiyle % 5,1 düzeyine kadar yükselmiştir. 2011 yılı itibarıyla turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı % 3’tür. 2000-2011 yılları arasında, üretim yöntemiyle hesaplanan GSYH içinde oteller ve lokantaların payı tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. Oteller ve Lokantaların Üretim Yönetimiyle Hesaplanan GSYH İçindeki Payı

Yıllar	Üretim Yöntemiyle GSYH (milyar YTL)	Oteller ve Lokantalar (milyar YTL)	Oteller ve Lokantaların Üretim Yöntemiyle GSYH İçindeki Payı (%)
2000	166,7	4	2,4
2001	240,2	5,9	2,4
2002	350,5	7	2,3
2003	454,8	9,8	2,1
2004	559	12,7	2,3
2005	648,9	14,5	2,2
2006	758,4	17	2,2
2007	843,2	19,1	2,3
2008	950,5	21	2,2
2009	952,6	23,7	2,5
2010	1098,8	25,6	2,3
2011	1298,1	29,5	2,3

Kaynak: TÜİK

Üretim yöntemiyle hesaplanan GSYH içinde oteller ve lokantaların payına bakıldığında, 2000-2011 yılları arasında büyük değişiklikler görülmemektedir. Söz konusu yıllarda oteller ve lokantaların GSYH içindeki payı % 2 – 2,5 arasındaki değerlerde değişiklikler göstermiştir. 2000 yılında oteller ve lokantaların üretim yöntemiyle hesaplanan GSYH içindeki payı % 2,4 iken, 2011 yılı itibariyle bu oran % 2,3'tür.

Yurt içi turizm harcamalarının GSYH üzerine etkilerine bakıldığında; 2009 yılında harcamalar yöntemiyle hesaplanan GSYH 952,6 milyar TL, yurt içi turizm harcamaları ise 12,2 milyar TL'dir. 2009 yılında yurt içi turizm harcamalarının GSYH içindeki payı % 1,3'tür. 2011 yılı itibariyle ise harcamalar yöntemiyle hesaplanan GSYH 1298,1 TL, yurt içi turizm harcamaları 15,6 milyar TL ve yurt içi turizm harcamalarının GSYH içindeki payı % 1,2'dir.

4.2. Türkiye Turizminin Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi

Türkiye'nin döviz gelirleri ile giderleri arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. 2000'li yıllarda "cari açık" sorunu olarak ortaya çıkan bu gelişme nedeniyle ülke dışından sermaye hareketlerine olan bağımlılık giderek artmıştır. Türkiye ekonomisi gerek ara ve yatırım mallarını gerekse petrol ürünlerini ve diğer tüketim mallarını dışarıdan ithal edebilmek için de döviz gereksinim duymaktadır. Sürekli olarak artan dış borç anapara ve faiz ödemeleri de döviz ile yapıldığından, Türkiye'nin döviz gereksinimi günden güne artmaktadır. Ödemeler dengesi açıklarının kapatılması için ihtiyaç olan dövizin elde edilmesinde turizm sektörü önemli katkı sağlamaktadır.⁵⁴

1980 sonrasında Türkiye'de turizm, önemi her geçen gün daha da artan bir sektör haline gelmiştir. Türkiye'de turizm politikasının temel hedeflerinden biri, dış ödemeler dengesindeki açığın bir kısmının dış turizm gelirleri yardımıyla giderilmesidir. Türkiye planlı kalkınma döneminin başında, ülkenin ödemeler dengesi açıklarını turizm gelirleriyle azaltmayı hedeflediğinden, turizmin geliştirilmesini plan kapsamına almıştır.⁵⁵ Turizm gelirlerinin dış ticaret açığının kapatılmasındaki payı tablo 4'te verilmiştir.

⁵⁴ Kozak vd. (2008), s. 125.

⁵⁵ Önal vd. (2006), s. 52.

Tablo 4. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Karşılamadaki Payı

Yıllar	Dış Ticaret Açığı (milyar dolar)	Net Turizm Gelirleri (milyar dolar)	Net Turizm Gelirlerinin DTA Kapama Payı (%)
1980	5	0,2	25
1985	3,4	1,2	28,3
1990	9,4	2,7	34,8
1995	14,1	4	35,2
2000	26,8	5,9	45,4
2001	10,1	8,4	12
2002	16,4	10,1	16,2
2005	43,2	15,4	28
2008	69,9	18,5	37,7
2009	38,8	16,7	23,2
2010	71,6	13,5	53
2011	105,9	18	58,8

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Merkez Bankası

Günümüzde dış ticaret açığını karşılamada turizm sektörü önemli bir konuma sahiptir. 1980 yılında % 25 olan dış ticaret açığını karşılama oranı, 1985 yılında % 28,3'e çıkmış ve sonraki yıllarda da artmıştır. Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerini takiben uygulanan istikrar programı sonucu dış ticaret açığındaki azalmaya karşılık turizm gelirlerinde görülen artış, turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını karşılama oranını artırmıştır. Ancak son yıllarda dış ticaret açıklarındaki artış turizm gelirlerindeki artıştan çok yüksek olduğu için bu oran yine düşmüştür. Ancak son yıllarda dış ticaret açığının yükselmesi neticesinde net turizm gelirlerinin karşılama oranı tekrar yükselerek 2011 yılında % 58,8 seviyesine ulaşmıştır.

Turizmin ekonomide yarattığı değeri belirlemede önem taşıyan bir diğer gösterge de söz konusu gelirlerin ihracat gelirlerine oranıdır. Bu oran, turizm gelirlerinin ihracat kaynaklı gelirlerin ne kadarlık bir kısmına karşılık geldiğinin nispi bir ifadesidir. Zira

ihracat artış hızının turizm gelirlerinin artış hızından büyük olması, turizmde önemli gelişmeler sağlanmış olsa bile oranın bir önceki döneme göre daha düşük bir değer almasına ve farklı yorumlanmasına neden olabilmektedir.⁵⁶ Tablo 5'te Türkiye'de turizmden elde edilen döviz gelirlerinin ihracattan elde edilen döviz gelirlerine oranı yer almaktadır.

Tablo 5. Türkiye Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı

Yıllar	İhracat (milyar \$)	Turizm Gelirleri (milyar \$)	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)	İthalat (milyar \$)	Turizm Giderleri (milyar \$)	Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)
1966	0,5	0,01	2,5	0,7	0,02	3,7
1968	0,5	0,02	4,9	0,7	0,03	4,4
1970	0,6	0,05	8,8	0,9	0,04	5,0
1975	1,4	0,2	14,3	4,7	0,1	3,3
1980	2,9	0,3	11,2	7,9	0,1	1,5
1983	5,7	0,4	7,2	9,2	0,1	1,4
1984	7,1	0,8	11,8	10,7	0,2	2,6
1985	7,9	1,5	18,6	11,3	0,3	2,9
1990	12,9	3,2	24,9	22,3	0,5	2,3
1995	21,6	4,9	22,9	35,7	0,9	2,6
2000	27,7	7,6	27,5	54,5	1,7	3,1
2001	31,3	10,1	32,1	41,4	1,7	4,1
2002	35,1	11,9	33,9	51,5	1,8	3,7
2005	73,5	18,2	24,7	116,7	2,8	2,5
2008	132	22	16,6	201,9	3,5	1,7
2009	102,1	21,2	20,8	140,9	4,1	2,9
2010	113,9	20,8	18,3	185,5	4,8	2,6
2011	134,9	23	17	240,8	5	2,1

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB

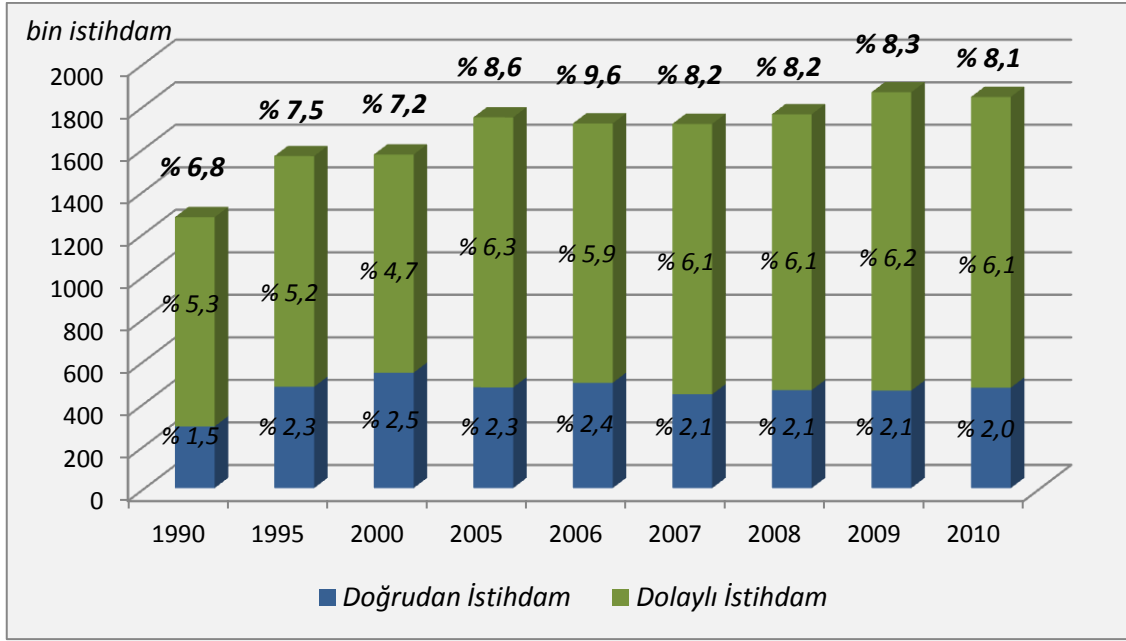
⁵⁶ Oktayer vd. (2007), s. 70-71.

Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı, turizm gelirlerindeki artışa paralel olarak yükselmiştir. 1980 yılında turizmden elde edilen döviz gelirlerinin ihracattan elde edilen döviz gelirlerine oranı % 11,2 iken, 1985 yılında turizm gelirlerinin artması ile % 18,6 düzeyine yükselmiş ve giderek artmıştır. Krizlerden sonraki yıllar, 2001 ve 2002’de zirve yaparak önce % 32 ve % 33’e kadar yükselmiştir. İhracat gelirlerindeki artış hızının turizm gelirlerindeki artış hızından fazla olduğu dönemlerde, turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranında düşüşler yaşanmıştır. Turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı 2011 yılında % 17 düzeyindedir. Turizm gelirlerindeki artışın yanı sıra turizm giderleri de yıldan yıla artış göstermiştir. 2000 yılında 1,7 milyon olan turizm giderleri, 2010 yılında 4,8 milyon dolara yükselmiştir. 2011 yılı itibariyle Türkiye’nin turizm giderleri 5 milyon dolar olup, turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranı % 2,1’dir.

4.3. Türkiye’de Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi

Bir hizmet sektörü olan turizm, genellikle emek yoğun bir sektör olarak kabul edilir. Dolayısıyla işsizlik sorunuyla karşı karşıya olan gelişmekte olan ülkelerde sektörün kurulması ve geliştirilmesi özellikle bu açıdan da teşvik edilmiştir. Turizm sektörünün istihdam üzerinde doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkisi bulunmaktadır. Doğrudan istihdam sektörün kendisinden kaynaklanan (konaklama işletmeleri, lokantalar, vd) ve ona bağımlı olarak işgücü sayısını verir. Dolaylı istihdam turizm sektörünün ihtiyacı olan mal ve hizmetleri tedarik eden diğer sektörlerdeki istihdamı içerir. Uyarılmış istihdam ise doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan gelir harcandıkça turizm çarpanı etkisiyle yaratılan ek istihdam anlamına gelir.⁵⁷ Şekil 10’da Türkiye’de turizm sektörünün yarattığı doğrudan ve dolaylı istihdam rakamları verilmiştir.

⁵⁷ Soyak (2005), s. 90-91.



Şekil 10. Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı

Kaynak: WTTC

WTTC’nin verilerine göre derlenen istihdam sayılarında dolaylı ve uyarılmış istihdam, dolaylı istihdam başlığı altında birleştirilmiştir. Türkiye’de turizm 1990 yılında 290 bin doğrudan ve 980 bin dolaylı istihdam yaratırken, 2010 yılında bu sayı, 470 bin doğrudan ve 1,3 milyon dolaylı istihdama yükselmiştir. 2010 yılında turizmin istihdama toplam katkısı 1,8 milyonu geçmiştir. 1990 yılında turizm sektörünün Türkiye istihdamına doğrudan katkısı % 1,5, 2010 yılında ise % 2 düzeyindedir. Turizm sektörünün istihdama toplam katkısı ise 1990 yılında % 6,8 ve 2010 yılında % 8,1 olarak gerçekleşmiştir. Tablo 6’da Türkiye’de turizm sektörünün toplam istihdam ve hizmetler sektöründeki istihdam içindeki payları verilmiştir.

Tablo 6: Türkiye’de Turizm Sektörünün Toplam İstihdam ve Hizmetler Sektöründeki İstihdam İçindeki Payları

Yıllar	Toplam İstihdam (Bin Kişi)	Hizmetler Sektöründeki İstihdam (Bin Kişi)	Turizm Sektöründeki İstihdam (Bin Kişi)	Toplam İçindeki Oran (%)	Hizmetler Sektörü İçindeki Oran (%)
2005	20.067	9.623	877	4,4	9,1
2006	20.423	10.037	931	4,5	9,3
2007	20.768	10.326	988	4,7	9,5
2008	21.194	10.497	988	4,7	9,4
2009	21.277	10.652	1.049	4,9	9,8
2010	22.594	10.984	1.084	4,8	9,8
2011	24.110	11.587	1.141	4,7	9,8

Kaynak: TÜİK

TÜİK’in verilerine göre 2005 yılında Türkiye turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 877 bin iken, 2011 yılı itibariyle bu sayı 1,1 milyona yükselmiştir. Turizm sektöründeki istihdamın, toplam istihdam ve hizmetler sektöründeki istihdam içindeki paylarına bakıldığında; 2005 yılında turizm sektörünün toplam istihdam içindeki payının % 4,4 ve hizmetler sektöründeki istihdam içindeki payının % 9,1 olduğu görülmektedir. 2009 yılında turizm sektörünün toplam istihdam ve hizmetler sektöründeki istihdam içindeki payı sırasıyla % 4,9 ve % 9,8 seviyesine gelerek en yüksek düzeye ulaşmıştır. 2011 yılı itibariyle turizm sektörünün toplam istihdam içindeki payı % 4,7, hizmetler sektörü içindeki payı ise % 9,8’dir.

Turizm sektöründe yaratılan istihdam yönelik istatistiklerin ne derece sağlıklı olduğu ve ne kadar gerçeği yansıttığı konusundaki şu tespitler ilgi çekicidir.⁵⁸

- Turizm sektöründe hizmet veren insanların çoğu, aslında turizmle doğrudan ilgisi olmayan ve aynı anda benzer işlerde çalışan insanlardan zor ayırt edilmektedir. Örneğin, istatistiklerde istihdam bulunurken, konaklama, lokanta ve diğer yiyecek işletmeleri birleştirilir. Ulaştırmanın farklı türlerindeki istihdam ise turizmle ilişkisi belirtilmeksizin verilir.
- İstatistikler yalnızca istihdam edilenleri kapsarken, özellikle turizm sektöründe kendi işinde çalışan küçük ve orta ölçekli işletmelerdeki istihdam edenler, istatistiklerin dışında kalabilir.
- Sektörde faaliyetler mevsimlik olma özelliğine sahip olduğundan, çalışanların sayısı yıldan yıla önemli değişiklikler gösterebilmektedir.

4.4. Türkiye Turizm Sektöründe Sabit Sermaye Yatırımları

1995 yılından itibaren turizmde sabit sermaye yatırımlarının toplam yatırımlar içerisindeki payının yükseldiği görülmektedir. Yıllar itibarıyla turizm sektöründe sabit sermaye yatırımlarında kamu payının azaldığı, buna karşılık özel sektörün payının ise arttığı görülmektedir. Tablo 7’de, turizm sektörüne yapılan yatırımların toplam yatırımları içindeki payı görülmektedir.⁵⁹

⁵⁸ Soyak (2005), s. 92.

⁵⁹ Ünlüöner vd. (2011), s. 240.

Tablo 7. Turizm Sektörüne Yapılan Sabit Sermaye Yatırımları

Yıllar	Turizm (milyon YTL)	Toplam (milyon YTL)	Turizm Özel Sektör (%)	Turizm Kamu Sektörü (%)	Turizm (Kamu+Özel) /Toplam (%)
1995	44	1.839	2,4	2,5	2,4
1996	80	3.743	2,3	1,4	2,1
1997	164	7.728	2,5	0,8	2,1
1998	369	12.977	3,6	0,5	2,8
1999	684	17.261	5,3	0,4	4,0
2000	1.135	28.414	5,6	0,5	4,0
2001	1.457	33.470	6,2	0,6	4,4
2002	2.169	47.470	6,8	0,8	4,6
2003	3.543	57.423	8,6	0,7	6,2
2004	4.754	78.782	7,6	0,7	6,0
2005	5.856	97.647	7,9	0,4	6,0
2006	7.015	123.569	7,4	0,4	5,6
2007	7.825	183.415	5,1	0,4	4,2
2008	9.028	192.093	5,8	0,4	4,6
2009	8.219	163.986	6,5	0,3	5,0
2010	10.525	210.394	6,3	0,5	5,0

Kaynak: Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, (2011): 241., DPT.

1995 yılında turizme yapılan yatırımların toplam yatırımlar içindeki oranı % 2,4 iken, 2005 yılında % 6'ya yükselmiştir. 1995-2005 arası dönemde özel sektörün, turizm yatırımları içindeki payı artarken, kamunun payı azalmıştır. Özel sektörün turizm yatırımları içindeki payı % 2,4'ten % 7,9'a yükselirken, kamunun payı % 2,5'tan % 0,4 düzeyinde kadar gerilemiştir. Buna göre, son yıllar turizm sektöründe kamudan ziyade özel sektörün söz sahibi olduğu söylenebilir. 2010 yılı itibariyle özel sektörün turizm yatırımları içindeki payı % 6,3, kamunun payı ise % 0,5'tir. 2010 yılında turizme yapılan yatırımların toplam yatırımlar içindeki oranı ise % 5'tir.

İkinci Bölüm

Türkiye’de İç Seyahat ve Turizm Pazarı

1. Türkiye’de İç Turizmin Gelişimi

Türkiye’de iç turizm incelendiğinde, iç turizm hareketlerinin dış turizm hareketlerinden daha önce başladığı görülmektedir. Özellikle termal turizmine hemen her dönemde Türkiye’deki turizm hareketlerinde rastlanmaktadır. Bu alanda dikkati çeken en önemli örnek, Yalova Kaplıcaları’nın Atatürk’ün direktifleri doğrultusunda sağlık turizmi amacıyla kullanıma açılmasıdır.⁶⁰

1960’lı yıllarla birlikte, deniz kıyılarına yönelik turizmin de başladığı görülmektedir. Önceleri, Marmaris, Çeşme, Alanya ve Erdek gibi yerleşim birimlerinde yaşanmaya başlanan iç turizm, daha sonra Bodrum ve Kuşadası gibi merkezleri de içerisine alarak genişlemiştir.⁶¹ Bu dönemde, tatil yapma gücüne sahip olan memurların ve özel sektör ücretlilerinin iç turizm hareketlerine katılması ile birlikte, iç turizm talebinde artış yaşanmaya başlamıştır. Ancak, bu artan talebin gereksinimini karşılayacak kapasitede bir arz olanağının hizmete sunulması yönünde planlanan çabalar uygulamaya konulamamış, 1963 yılında yürürlüğe giren Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda öngörülen çalışmalar gerçeğe dönüştürülememiştir. Ayrıca, 1960 sonrası dönemde döviz getirici etkisi nedeniyle dış turizm ön plana çıkmış, dış turizmi destekleyici yönde plan ve politikalar oluşturulmuştur. Yabancı turistlerin daha uzun süreli konaklamaları, daha fazla harcama yapmaları, daha nitelikli ulaştırma ve konaklama tesislerini tercih etmeleri de bu durumda etkilidir.⁶²

⁶⁰ Kozak vd. (2008), s. 128.

⁶¹ Kozak vd. (2008), s. 128.

⁶² Ç. H. Özel (2010). *Güdülere dayalı yerli turist tipolojisinin belirlenmesi: iç turizm pazarına yönelik bir uygulama*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s. 104.

1960 sonrası dönemde, Türkiye’ye yönelik uluslararası turizm hareketlerinin yoğunlaştığı, gelen turist sayısı ve elde edilen turizm geliri bakımından tatmin edici sonuçlar elde edildiği görülmektedir. Aynı dönemde, Türkiye’de iç turizm ise ikincil konutlara (yazlık) yönelik olarak gerçekleşmiş, turizm tesislerinden yararlanan yerli turistlerin sayısı artırılmamıştır. İç turizm talebini engelleyici unsurlar nedeniyle iç turizme geniş kitlelerin katılması sağlanamamıştır.⁶³ Türkiye’de iç turizmin gelişmesine engel olan başlıca faktörler; seyahat kültürünün olmaması, ekonomik sorunlar (gelirlerin düşüklüğü ve tatillerin pahalı olması), aile bireylerinin yıllık izinlerinin farklı dönemlerde olması, okullarda turizm ve seyahat eğitiminin verilmemesi; eğitim sisteminin Türkiye’nin tarih ve coğrafyasına yönelik merak uyandırmaması, ikincil konutların yaygınlığı, seyahat ve turizm olgusunun endüstrileşmenin önünde engel oluşturması, iç turizmin kriz döneminde hatırlanan bir pazar olmasıdır.⁶⁴

Yukarıda belirtilen unsurlar dışında, turizm işletmelerinin de iç turizmin gelişmesini teşvik edici yönde yeterince çaba göstermedikleri göze çarpmaktadır. Turizm işletmeleri genellikle, Türkiye’ye yönelik dış turizm talebinin canlanması ile birlikte turistik ürün fiyatlarını tamamen dışa dönük olarak belirlemiş ve kendilerini sadece yabancı turistlere hizmet sunan işletmeler olarak tanımlamıştır. Bunun sonucunda, fiyatların yüksek olduğu düşüncesi ile yerli halk turizm işletmelerinden, özellikle de konaklama işletmelerinden uzaklaşmıştır. Ayrıca turizm işletmelerinin yerli turistlerin özelliğine uygun kontenjan ve fiyat ayarlamaları yapmamaları, orta ve düşük gelir gruplarının tatil gereksinimini karşılayamamasına neden olmuştur.⁶⁵

1970’li yıllarda Turizm Bankası, çalışan kesimi iç turizm hareketlerine teşvik etmek amacıyla “tatil kredisi sistemini” uygulamaya başlamış ama sistemde bazı aksaklıklar görüldüğünden, kısa sürede bu uygulama yürürlükten kaldırılmıştır. 1980’lerdeki ekonomik değişmelerle birlikte Türkiye’de turizm kavramında yapısal değişiklikler olmuş; bayramlarda, yılbaşı tatillerinde ülke halkı giderek artan bir oranda iç turizme

⁶³ Özel (2010), s. 104.

⁶⁴ Ö. Güzel (2011). Türkiye’de iç turizm pazarı analizi ve pazarı canlandırmaya yönelik alternatif turizm olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 8 (16), s. 131.

⁶⁵ Özel (2010), s. 105.

katılmaya başlamış ve bu alışkanlıklarını yıllık izinlerinde de devam ettirmek istemişlerdir.⁶⁶

İç turizmin Türkiye’de çağdaş anlamda 1990’lı yıllarda gelişmeye başladığından söz edilebilir. Türkiye’de iç turizm hareketleri 1993 ve 1999 yılları arasında dört kattan fazla bir büyüme göstermiştir. 1990 yılında, Körfez Savaşı’nın da olumsuz etkisiyle dış turizm hareketlerinin düşüşe geçtiği, iç turizm hareketlerinin ise hızla yükseldiği, yerli turist sayısının ise giderek arttığı görülmektedir. Buna bağlı olarak, gelen yabancı turist sayısında da azalma yaşanmıştır. Bu dönemde, turizm endüstrisinin yeniden yükselişe geçmesi amacıyla çeşitli çıkış yolları aranmış ve iç turizm bir çözüm yolu olarak görülmüştür. Buna bağlı olarak, yerli turistlerin istek ve gereksinimleri ön plana çıkmaya başlamış ve yerli turiste yönelik pazarlama çabaları artırılmıştır.⁶⁷

Türkiye’de iç turizmin gelişmesine etken olan faktörler; halkın gelir, kültür ve refah seviyesinin yükselmesi, turistik konaklama işletmelerinin gelişmesi ve sayıca fazlalaşması, teknolojik gelişmeler ve çalışma saatlerinin haftada 5 gün - 40 saat olarak düzenlenmesi şeklinde belirtilebilir. Ülkemizde iç turizmin yaygınlaşmasındaki bir başka faktör de, ülke çapında seyahat acentelerinin sayılarının artmasıdır. Kısa bir süre öncesine kadar Türkiye’nin yalnız belirli birkaç şehrinde görülebilen seyahat acentelerine, şimdi Türkiye’nin bütün illerinde hatta ilçelerinde bile rastlanmaktadır.⁶⁸

1990’lı yıllarda Türkiye’nin yerli turist talebinin gelişimi; Turizm Bakanlığı’nca 1992 yılında yapılan İç Turizm Talep Profili Araştırması ile 1997 yılında gerçekleştirilen Hane Halkı Turizm Araştırması verilerinden yararlanılarak incelenmiştir. Araştırmaya konu nüfus, iç seyahate katılan ve katılmayanların sayısal ve oransal dağılımı tablo 8’de düzenlenmiştir.⁶⁹

⁶⁶ P. Özdemir (1999). Türkiye’de iç turizm. *Dokuz Eylül Üniversitesi İdari ve İktisadi Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2), s. 161.

⁶⁷ Özel (2010), s. 106-107.

⁶⁸ Özdemir (1999), s. 161.

⁶⁹ N. Kahraman ve O. Türkay (2006). *Turizm ve çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık, s. 4.

Tablo 8. 1992 ve 1997 Yılında Türkiye’de İç Seyahate Katılan ve Katılmayanların Dağılımı

	1992	Oran (%)	1997	Oran (%)
Nüfus	34.064.443	100	40.291.270	100
İç Seyahate Katılan	9.632.477	28,28	15.973.187	39,64
Katılmayan	24.431.966	71,72	24.318.083	60,36

Kaynak: Kahraman ve Türkay, 2006: 4.

Tablo 8’de yer alan verilere göre, araştırmaya dahil toplam nüfusun 1992 yılında % 28,28’inin, 1997 yılında da % 39,64’ünün en az bir geceleme yaparak seyahate katıldığı anlaşılmaktadır. 1992 yılı araştırmasına göre, bu seyahatlerin % 95,7’si yurt içi turizm hareketleridir. Böylelikle, 1992 yılında yerli turistlerin toplam sayısı 15.268.340 olarak öngörülmüştür.⁷⁰ TÜRSAB’ın bu dönemde, iç turizm araştırmasından elde edilen bulgulardan bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür:⁷¹

- Türkiye’de her 4 kişiden biri yurt içi seyahate çıkmaktadır.
- 1992 yılında kişi başına 120 dolar olan yurt içi seyahat harcaması 1997’de 150 dolara yükselmiştir.
- Yurt içi seyahate çıkabilecek ve yıllık geliri 10 bin doların üzerinde olan 14 milyonluk bir kitle vardır. Bu kitle yurt içi seyahat pazarı için çok büyük bir potansiyel oluşturmaktadır.
- 1990’lı yılların başlarında yurt içi seyahate çıkan her 100 kişiden 10’u konaklama tesislerinde kalırken, 1990’lı yılların sonların her 100 kişiden 30’u konaklama tesislerini tercih etmektedir.
- 1990’lı yılların başında konaklama tesislerinde kalan her 100 kişiden 25 tanesi 4 gün ve üzeri konaklama yaparken, 1990’lı yılların sonunda her 100 kişiden 56’sı 4 günün üzerinde konaklama yapmaktadır.

⁷⁰ Kahraman ve Türkay (2006), s. 4.

⁷¹ Özdemir (1999), s. 162.

- 1990'lı yıllarda Türkiye'de yurt içi seyahate katılım oranı en yüksek olan 12 ilin aynı zamanda Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen insanlık gelişme düzeyini belirleyen "insani gelişme endeksi" yönünden en yüksek iller olması seyahat ve turizm sektöründeki gelişmenin insani ve iktisadi gelişme ile paralel olduğunu göstermektedir.

2000'li yıllarda iç piyasaya yönelik promosyonlu satışların artması, acentelerin iç turizm konusunda sürekli çalışma içinde olması ve gerekli ödeme kolaylıklarını tüketiciye sunması nedeniyle orta gelir düzeyinde bulunan kesimde tatile çıkmaya başlamıştır. İç turizmi canlandırmak üzere sektör değişik kampanyalar (erken rezervasyon, her şey dahil, indirimli ya da taksitli tatiller gibi) başlatmıştır.⁷² 2000 yılında Türkiye'de turizm işletme belgeli turizm tesislerine gelen yerli turist sayısı 8,8 milyon iken, toplam geceleme sayısı ise 16,4 milyon olarak gerçekleşmiştir. 2007 yılına gelindiğinde ise, 12 milyondan fazla yerli turist turizm tesislerine geldiği ve toplamda 26,8 milyon geceleme gerçekleştirdiği görülmektedir.⁷³

İç turizm hareketlerinin son dönemdeki gelişiminde yerli turistlerin gelir düzeyindeki artışın da önemli bir etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Diğer taraftan, harcanabilir gelirin ve boş zamanın artması, yurt içi ve yurt dışı paket tur deneyimlerinin edinilmesi, yılda birden fazla seyahat etme gereksinimi ve isteğinin oluşması ile birlikte, yeni seyahat deneyimleri edinme isteği ve olanağı olan yeni bir tüketici kitlesi ortaya çıkmıştır. Geçmişte yalnızca yurt dışından gelen turistlere yönelik olarak çalışan seyahat acenteleri, artık yurt içi seyahat pazarında da faaliyet göstermektedir. Buna koşut olarak işletmeciler, kapasitelerinin belli bir bölümünü bilinçli ve planlı bir şekilde iç turizme ayırmaya başlamışlardır.⁷⁴

⁷² Türkiye'de iç turizm kavramı, literatür ve mevzuat taraması ve iç turizmde önemli bir destinasyon olan Ayvalık ile ilgili arz ve talep verileri. <http://ebookbrowse.com/aymeyo-blm1-pdf-d59435738> (Erişim tarihi: 05.05.2012), s. 15.

⁷³ Özel (2010), s. 107.

⁷⁴ Özel (2010), s. 107.

Turizm pazarında yaşanan bu yenilik ve gelişmeler iç turizm konusunda yeni turizm merkezlerinin ve turistik ürünlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. İç turizmin geliştirilmesi birçok olumlu sonucu da beraberinde getirmiştir. Bunlar;⁷⁵

- Doğal ve kültürel değerlerin öğrenilmesi ve sevilmesi sağlanılmıştır.
- Farklı bölgelerdeki insanların kaynaşması sağlanılmıştır.
- İnsanların fiziksel ve psikolojik yönden rahatlaması sağlanılmıştır.
- Az gelişmiş bölgeler ekonomik yönden canlanmış ve gelirin az gelişmiş bölgelere yayılması sağlanılmıştır.
- İç turizm talebi istikrarlıdır, ekonomik, politik ve çevresel faktörlerden az etkilenir. İç turizmin gelişmesi ülke dışı tatilleri, ülke içine yönlendirir. Böylece, ülkeden döviz çıkışı engellenmiş olur. İç turizm, turizm bilincinin gelişmesini sağlayarak altyapı, eğitim, sermaye ve bilgi için zemin oluşturmuştur.

2. Türkiye’de İç Turizmin Mevcut Durumu

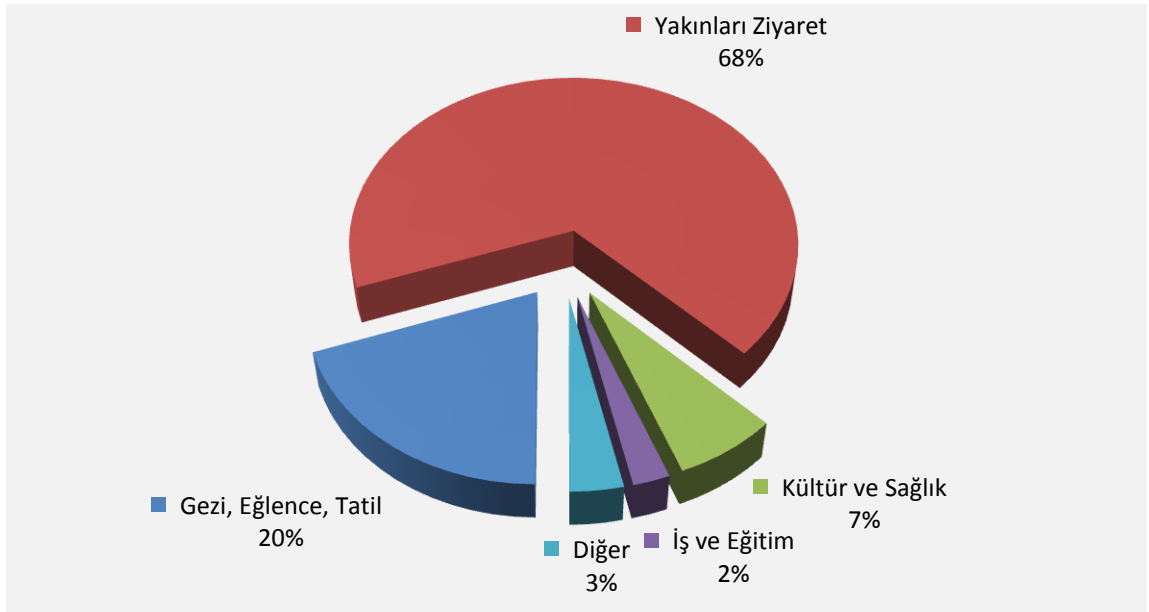
2010 yılında Türkiye’de 68 milyon yurt içi seyahat gerçekleşirken, 2011 yılında bu sayı bir önceki yıla göre % 3 azalarak 65 milyona düşmüştür. 2010 yılında iç turizmde 555 milyon geceleme gerçekleşirken, 2011 yılında 558 milyon geceleme gerçekleşmiştir. Yurt içi seyahatlerde bu sayılara ulaşılmasındaki en önemli etken, hanehalklarının yılda en az bir kez yaz tatiline özellikle tatil bölgelerine seyahat etmeleridir. Dönemlere göre seyahat ve geceleme sayılarına bakıldığında 3. dönem, 27 milyon seyahat ve 296 milyon geceleme ile iç turizmde en yüksek seyahat ve gecelemenin yaşandığı dönemdir. 2. ve 4. dönemlerde iç turizmde 13 milyon seyahat gerçekleşirken, 2. dönemde 95 milyon ve 4. dönemde 84 milyon geceleme gerçekleşmiştir. İç turizmde en az seyahat ve geceleme sayılarına sahip dönem ise 1. dönemdir. 2011 yılında Türkiye iç turizmden 15,6 milyar TL gelir elde etmiştir. En fazla gelir ise, seyahat ve geceleme sayılarına paralel olarak 3. dönemde elde edilmiştir. Tablo 9’da Türkiye iç turizminde dönemlere göre seyahat ve geceleme sayıları ve seyahat harcamaları verilmiştir.

⁷⁵ Türkiye’de iç turizm kavramı, literatür ve mevzuat taraması ve iç turizmde önemli bir destinasyon olan Ayvalık ile ilgili arz ve talep verileri. <http://ebookbrowse.com/aymeyo-blm1-pdf-d59435738> (Erişim tarihi: 05.05.2012), s. 15.

Tablo 9. 2011 Yılı Türkiye İç Turizminde Dönemlere Göre Seyahat ve Geceleme Sayıları ve Seyahat Harcamaları

Dönemler	Seyahat Sayısı (Bin)	Geceleme Sayısı (Bin)	Ortalama Geceleme Sayısı	Seyahat Harcaması (Milyar TL)
I. Dönem	11.549	81.339	7,0	2,2
II. Dönem	13.433	95.266	7,1	3,0
III. Dönem	27.494	296.690	10,8	7,5
IV. Dönem	13.377	84.975	6,4	2,9
Toplam	65.854	558.270	8,5	15,6

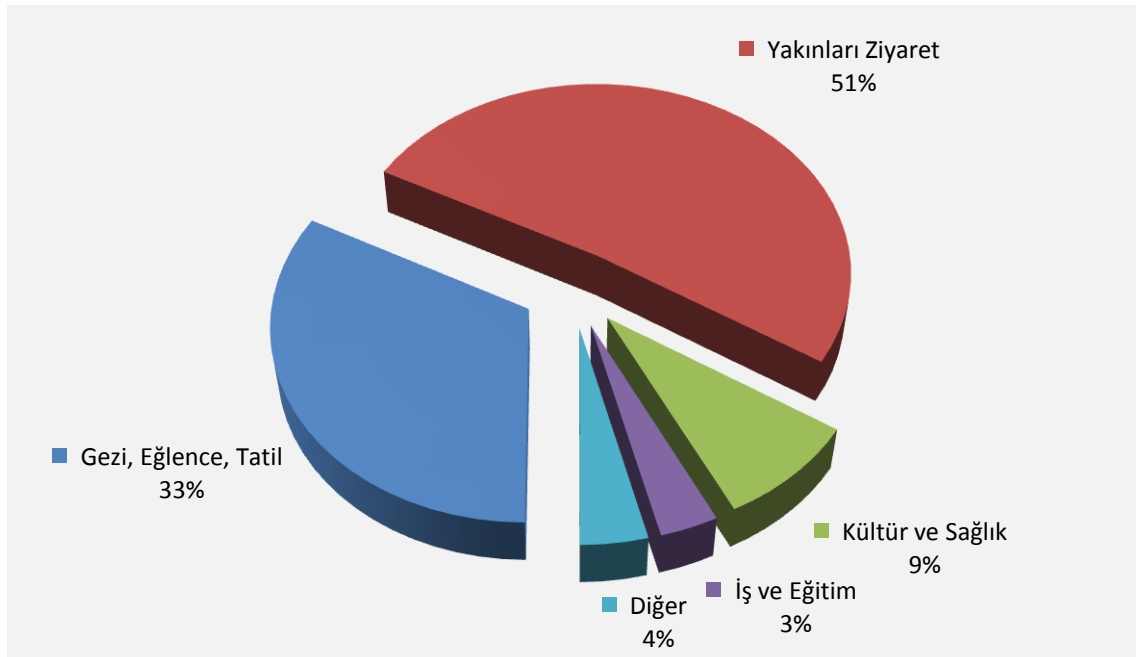
Kaynak: TÜİK



Şekil 11. Türkiye’de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Dağılımı (2011)

Kaynak: TÜİK

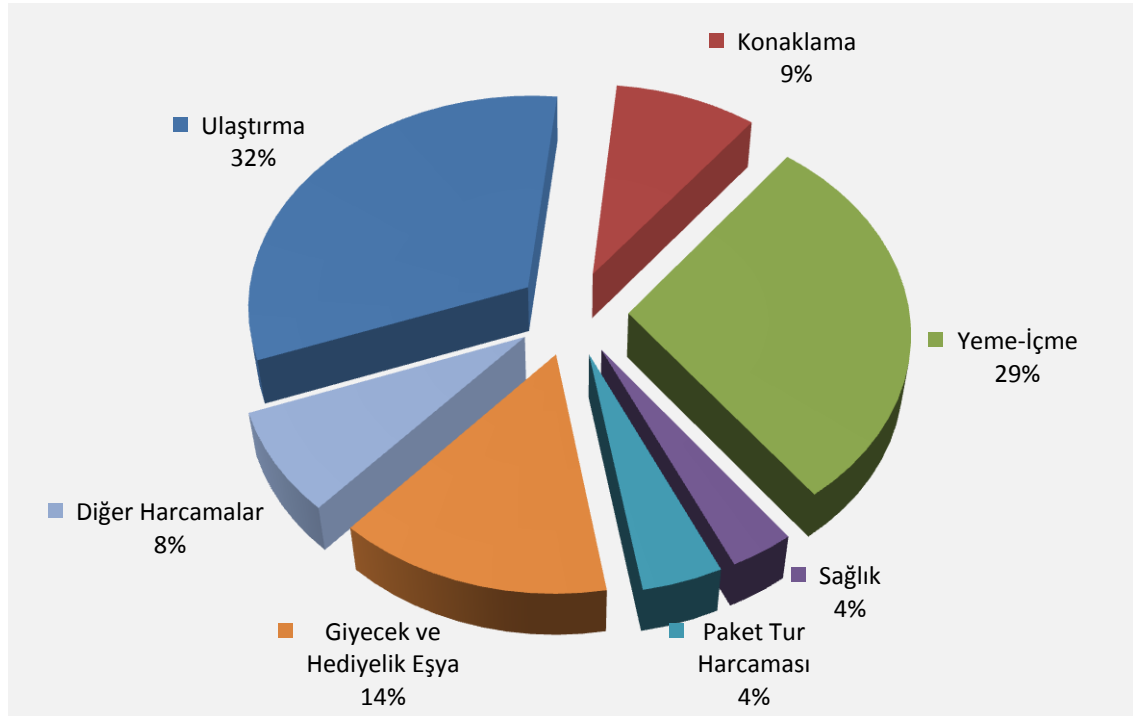
Şekil 11’de Türkiye’de iç turizm faaliyetlerine katılan insanların seyahat amaçlarına göre dağılımı verilmiştir. Türkiye’de iç turizmdeki seyahatlerin büyük çoğunluğu yakınları ziyaret amacıyla gerçekleşmiştir. 2011 yılındaki 65 milyon seyahatin % 68’ini yakınları ziyaret oluşturmaktadır. Seyahat amaçlarına göre dağılımda yakınları ziyaret amacıyla yapılan seyahatlerin yüksek oranda olmasında önemli bir faktör, bayram gibi dini günlerde aile büyüklerini, yakınları ziyaret etme geleneğinin olmasıdır. Yurt içi seyahatlerde ikinci ve üçüncü sırada, % 20 ile eğlence, dinlenme ve tatil amacıyla ve % 7 ile kültür ve sağlık amacıyla yapılan seyahatler yer almaktadır. Yurt içi seyahatlerin % 2’si ise toplantı, konferans, kurs, seminer, fuar ve ticari ilişkiler gibi iş ve eğitim amaçlı yapılmıştır. Şekil 12’de iç turizm faaliyetlerine katılanların seyahat amaçlarına göre seyahat harcamalarının dağılımı görülmektedir.



Şekil 12. Türkiye’de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Seyahat Amaçlarına Göre Seyahat Harcamalarının Dağılımı (2011)

Kaynak: TÜİK

Seyahat amaçlarına göre dağılıma paralel olarak seyahat harcamalarında ilk sırada % 51 ile yakınları ziyaret, ikinci sırada ise eğlence, dinlenme ve tatil amaçlı seyahat harcamaları bulunmaktadır. Ancak yakınları ziyaret amacıyla iç turizme katılanların oranı % 68 iken, elde edilen gelirler açısından bakıldığında toplam gelirlerin % 51'ini oluşturmaktadır. Eğlence, tatil ve dinlenme amacıyla seyahate katılanların oranı % 20 iken, elde edilen gelirlere göre baktığımızda bu oran % 33'dür. Eğlence, dinlenme ve tatil gibi amaçlarla seyahate katılımlardan, diğer amaçlarla seyahate katılımlara göre daha fazla gelir elde edilmektedir. İç turizm gelirlerinin % 9'unu kültür ve sağlık, % 3'ünü iş ve eğitim, % 4'ünü ise diğer amaçlarla yurt içi seyahatlere katılanların seyahat harcamaları oluşturmaktadır. Şekil 13'te ise yurt içi seyahat harcamalarının türlerine göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 13. Türkiye’de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Harcamalarının Türlerine Göre Dağılımı (2011)

Kaynak: TÜİK

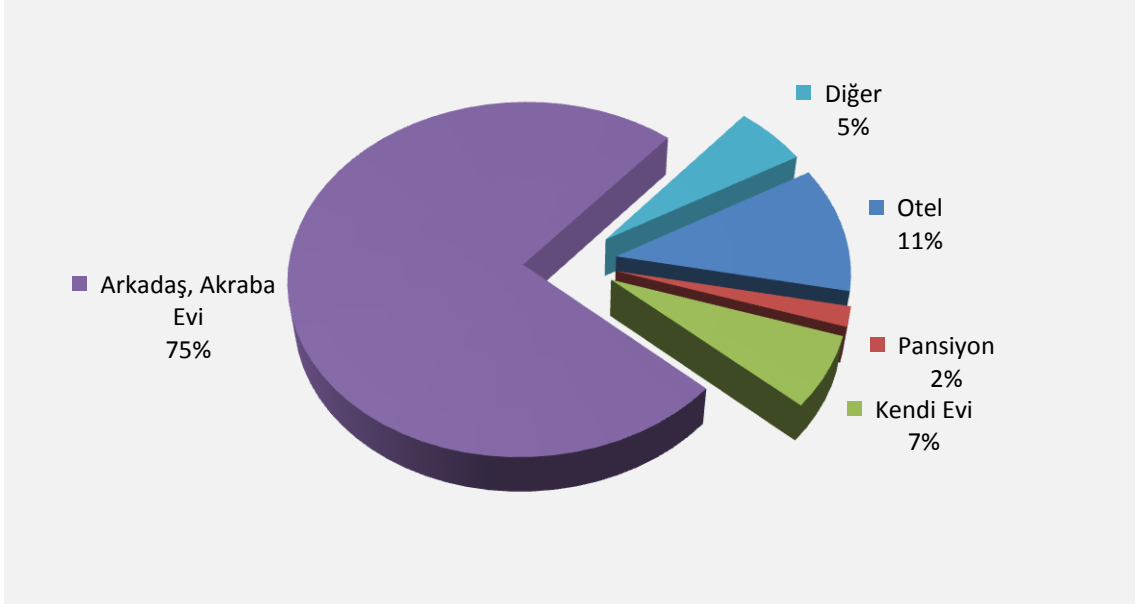
2011 yılında iç turizme katılanlar 15,6 milyon TL harcama yapmışlardır. En fazla harcama % 32'lik oran ile ulaştırma işletmeleri ve % 29 ile yiyecek-içecek işletmelerine yapılmıştır. İç turizm gelirlerinin % 9'unu konaklama işletmelerine yapılan harcamalar oluştururken, % 4'ünü seyahat işletmelerine yapılan harcamalar oluşturmaktadır. İç turizmde bu işletmelere yapılan harcamaların dışında, tüm harcamaların % 4'ünü sağlık harcamaları, % 14'ünü giyecek ve hediyelik eşyalara yapılan harcamalar ve % 8'ini ise diğer harcamalar (seyahat öncesi yapılan harcamalar, giyecek, çanta, kamera vb.) oluşturmaktadır. İç turizme katılanların geceleme sayıları ve seyahatlerde kaldıkları konaklama türüne göre dağılımları tablo 10 ve şekil 14'te görülmektedir.

Tablo 10. Türkiye’de İç Turizm Faaliyetlerine Katılanların Geceleme Sayıları (2011)

	Seyahat Sayısı (Bin)	Geceleme Sayısı (Bin)	Ortalama Geceleme Sayısı
1-3 Geceleme	31.354	58.227	1,9
4 ve daha fazla geceleme	34.500	500.043	14,5
Toplam	65.854	558.270	8,5

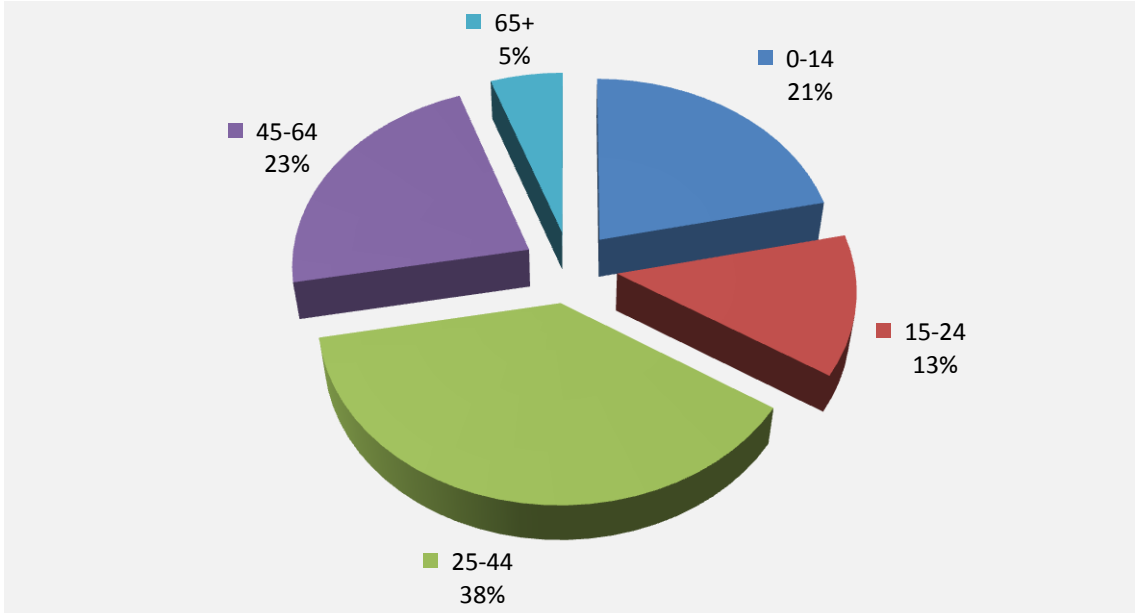
Kaynak: TÜİK

2011 yılında iç turizmdeki 558 milyon geceleminin 58 milyonu 1 ile 3 geceleme, 500 milyonu ise 4 ve daha fazla geceleme şeklinde gerçekleşmiştir. Seyahatlerde kalınan konaklama türüne baktığımızda, Türkiye’de iç turizme katılanların en çok arkadaş ve akraba evinde kaldığını görmekteyiz. İkincil konutlar ise tüm konaklamanın % 7’sini oluşturmaktadır. Otellerin oranı % 11 ve pansiyonların oranı ise % 2’dir.



Şekil 14. Türkiye’de İç Turizme Katılanların Seyahatlerde Kaldıkları Konaklama Türüne Göre Dağılımı (2011)

Kaynak: TÜİK



Şekil 15. Türkiye’de İç Turizme Katılanların Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (2011)

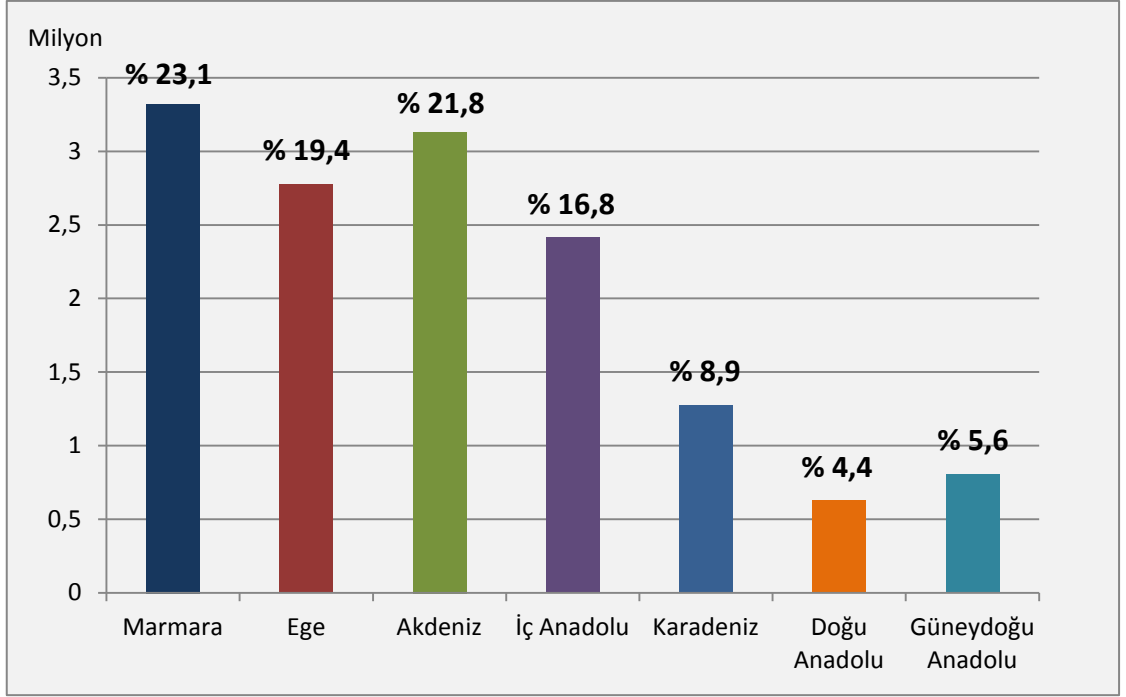
Kaynak: TÜİK

Türkiye’de iç turizme katılanların yaş gruplarına göre dağılımı şekil 15’te gösterilmiştir. 2011 yılında iç turizme en çok % 38’lik oran ile 25-44 yaş grubundaki insanlar katılmıştır. İkinci sırada ise % 23 ile 45-64 yaş grubu bulunmaktadır. Bu dağılıma göre Türkiye’de iç turizme katılanların yarısından fazlasını orta yaş grubundaki insanlar oluşturmaktadır. İç turizme katılanların % 21’ini 0-14 ve % 13’ünü 15-24 yaş grubundaki insanlar oluşturmaktadır. Yaş gruplarına göre dağılımda son sırada % 5’lik oran ile 65 yaş ve üzerindeki yaş grubunda yer alan insanlar bulunmaktadır. Buna göre Türkiye’de yurt içi seyahatlerde üçüncü yaş turizmin payı çok düşük seviyededir.

Türkiye’deki iç turizm profilini özetlersek, 2011 yılında 65,8 milyon seyahat gerçekleşirken, 15,6 milyar TL gelir elde edilmiştir. Yurt içi seyahatler en çok yakınları ve akrabaları ziyaret amacıyla yapılmaktadır. İç turizm gelirlerinde en çok payı ulaştırma ve yiyecek-içecek işletmeleri alırken, kalınan konaklama türü açısından Türkiye iç turizminde ikincil konutların payı çok büyüktür. İç seyahatlere en çok orta yaş grubundaki insanlar katılmaktadır.

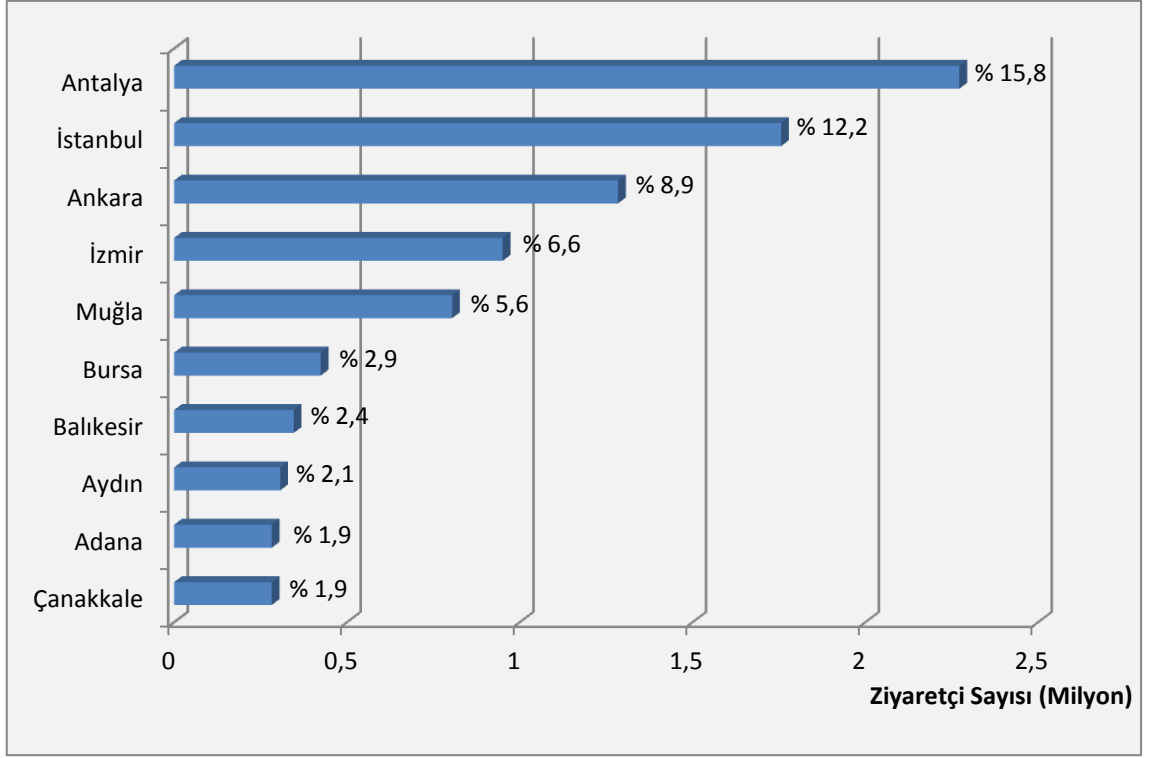
3. Türkiye’de Bölge ve İllere Göre İç Turizm

Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın verilerine göre 2011 yılında iç seyahatler en çok Marmara Bölgesi’ne gerçekleşmiştir. 3,3 milyon seyahatin yapıldığı Marmara Bölgesi, iç turizme katılan tüm ziyaretçilerin % 23,1’ine sahiptir. Marmara Bölgesi’ni % 21,8 ile Akdeniz ve % 19,4 ile Ege Bölgeleri izlemektedir. 2011 yılında iç turizmde, Akdeniz Bölgesi’ne 3,1 milyon ve Ege Bölgesi’ne 2,7 milyon yerli ziyaretçi gelmiştir. Doğu Anadolu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri ise iç turizmde en az seyahatin gerçekleştiği bölgelerdir. 2011 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi’ne 804 bin ve Doğu Anadolu Bölgesi’ne ise 628 bin yerli ziyaretçi gelmiştir. Şekil 16’da Türkiye’de iç turizme katılanların bölgelere göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 16. Türkiye’de İç Turizme Katılanların Bölgelere Göre Dağılımı (2011)

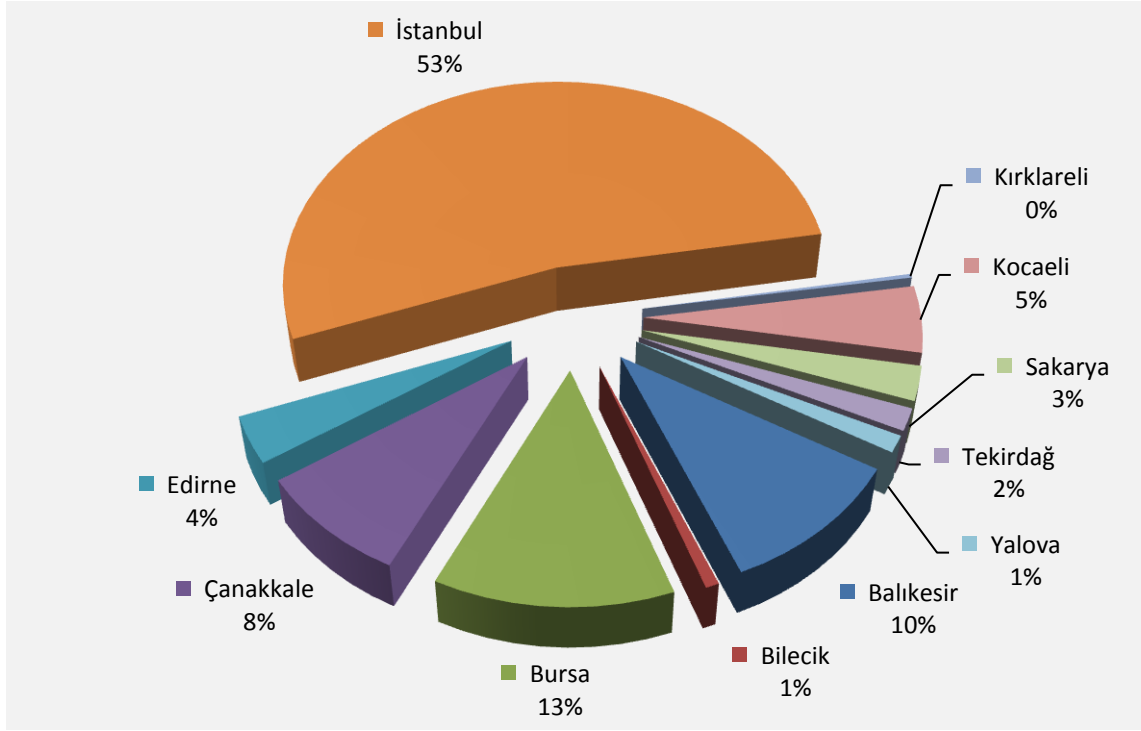
Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı



Şekil 17. 2011 Yılında En Fazla Yerli Ziyaretçi Sayısına Sahip İller

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

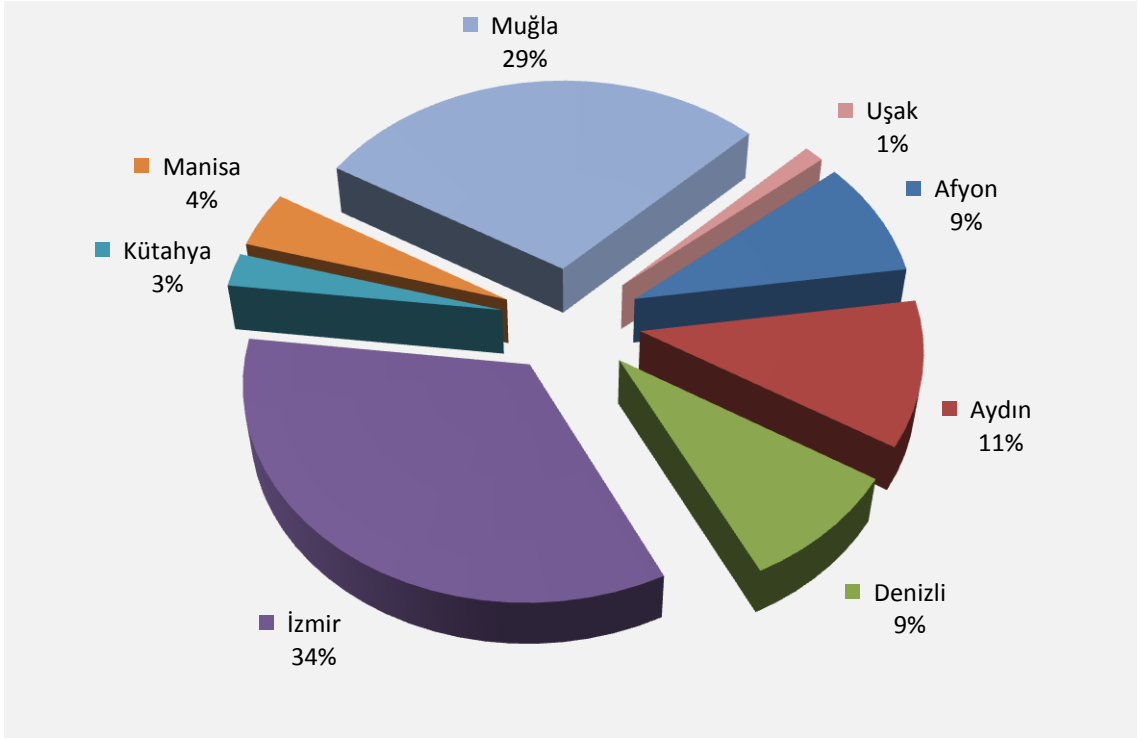
2011 yılında en çok yerli ziyaretçi çeken iller şekil 17’de görülmektedir. 2011 yılında iç turizmde en çok seyahat edilen il, 2,2 milyon yerli ziyaretçi sayısı ile Antalya’dır. Yerli ziyaretçilerin % 15,8’i 2011 yılında Antalya’ya seyahat etmiştir. Antalya’yı, 1,7 milyon yerli ziyaretçi ile İstanbul ve yaklaşık 1,3 milyon yerli ziyaretçi ile Ankara izlemektedir. Tüm yerli ziyaretçilerin İstanbul % 12,2’sine ve Ankara % 8,9’una sahiptir. İç turizmde en çok ziyaretçi sayısına sahip 10 il arasında sırasıyla Muğla, İzmir, Bursa, Balıkesir, Aydın, Adana ve Çanakkale bulunmaktadır. En çok yerli ziyaretçi sayısına sahip ilk 10 il, tüm yerli ziyaretçilerin % 60,3’üne sahiptir. Şekil 18’de 2011 yılında Marmara Bölgesi’ne seyahat eden yerli ziyaretçilerin illere göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 18. 2011 Yılında Marmara Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

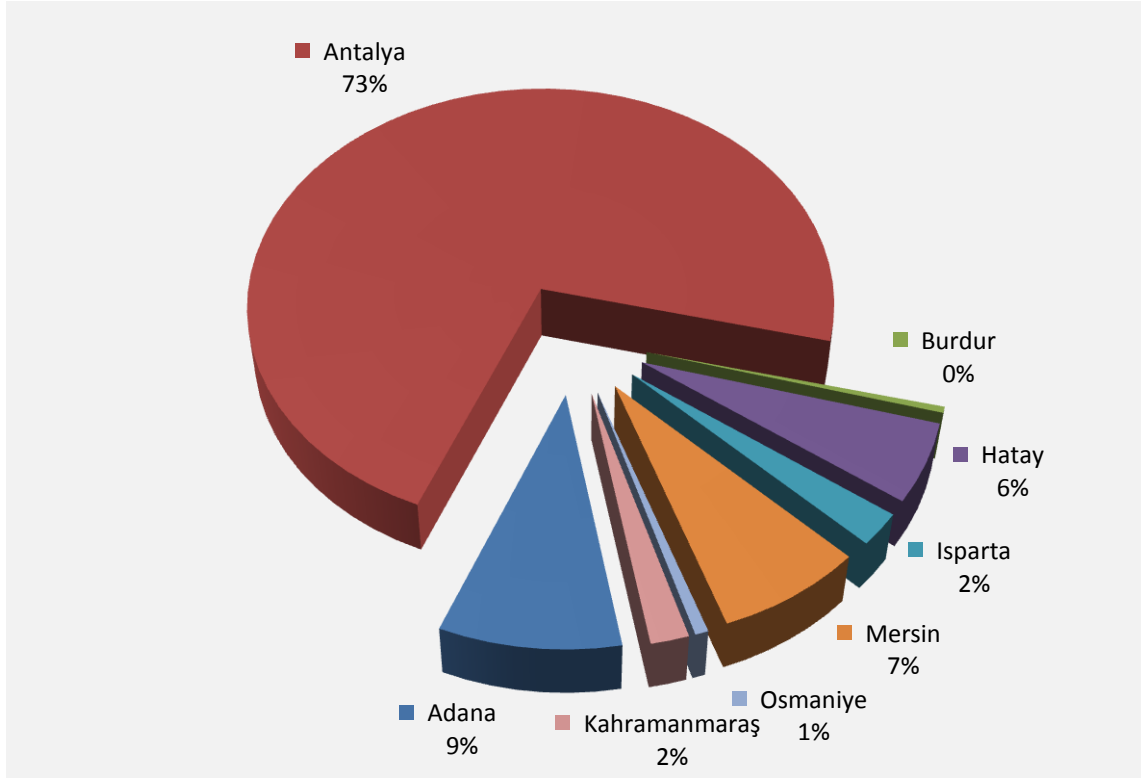
Marmara Bölgesi'nde en çok seyahat İstanbul'a gerçekleşmiştir. 2011 yılında Marmara Bölgesi'ne giden 3,3 milyon yerli ziyaretçinin % 53'ü İstanbul'a gitmiştir. İstanbul'u 424 bin yerli ziyaretçi sayısı ile Bursa ve 346 bin yerli ziyaretçi sayısı ile Balıkesir izlemektedir. Bursa'nın Marmara Bölgesi içindeki payı % 13, Balıkesir'in ise % 10'dur. Bununla birlikte, İstanbul, Bursa ve Balıkesir 2011 yılında Türkiye'de en çok yerli ziyaretçi sayısına sahip ilk 10 il arasında bulunmaktadır. Marmara Bölgesi'nde en az yerli ziyaretçi sayısına sahip iller ise Yalova, Bilecik ve Kırklareli'dir. Şekil 19'da 2011 yılında Ege Bölgesi'ne seyahat eden yerli ziyaretçilerin illere göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 19. 2011 Yılında Ege Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

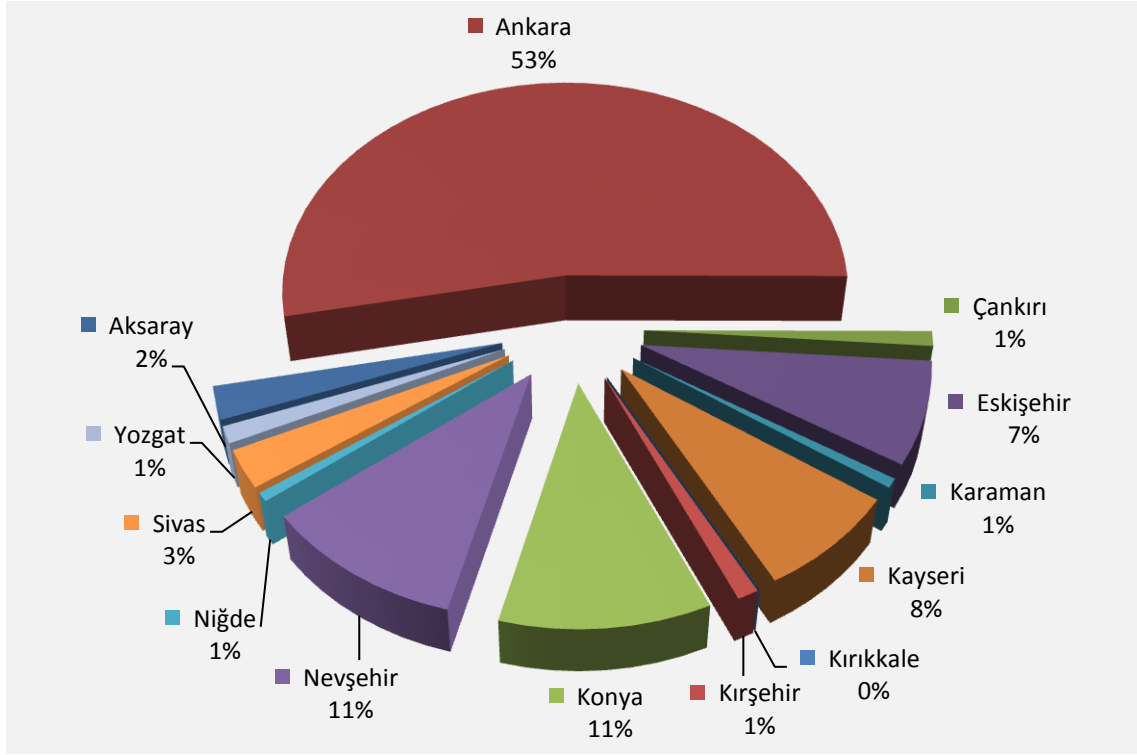
Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre Ege Bölgesi'nde en çok yerli ziyaretçi sayısına sahip iller, Türkiye genelinde ilk 10 il arasında bulunan Muğla, İzmir ve Aydın'dır. 2011 yılında Ege Bölgesi'ne seyahat eden 2,7 milyon yerli ziyaretçinin % 34'ü İzmir'e, % 29'u Muğla'ya ve % 11'i Aydın'a seyahat etmiştir. İç seyahatin en çok gerçekleştiği diğer iller ise Afyon ve Denizli'dir. 2010 yılında Afyon'a 244 bin, Denizli'ye ise 247 bin yerli ziyaretçi seyahat etmiştir. Ege Bölgesi'nde en az seyahatin gerçekleştiği il ise 35 bin yerli ziyaretçi ile Uşak'tır. Şekil 20'de 2011 yılında Akdeniz Bölgesi'ne seyahat eden yerli ziyaretçilerin illere göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 20. 2011 Yılında Akdeniz Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

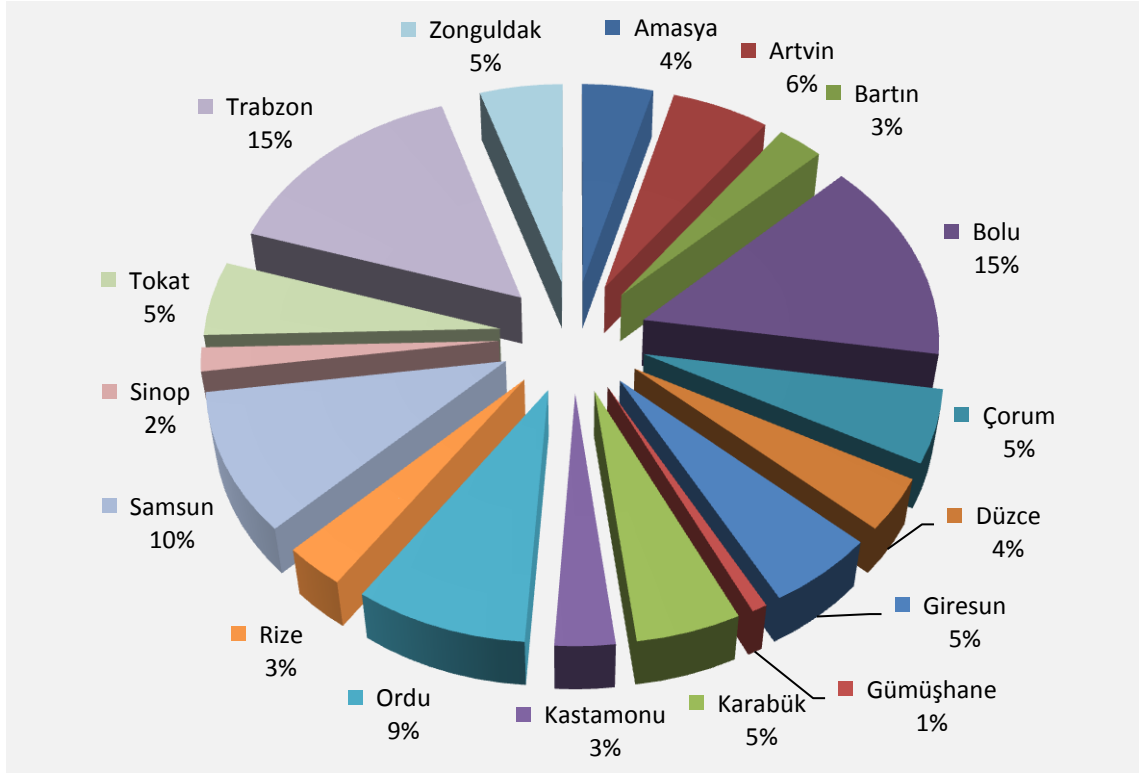
2011 yılında Akdeniz Bölgesi'ne 3,1 milyon yerli ziyaretçi seyahat etmiştir. Türkiye'de en fazla yerli ziyaretçi sayısına sahip Antalya, Akdeniz Bölgesi'ndeki yerli ziyaretçilerin % 73'üne sahiptir. Antalya'yı, ilk 10 il arasındaki, 282 bin yerli ziyaretçi sayısı ile Adana izlemektedir. Adana ise Akdeniz Bölgesi'ndeki yerli ziyaretçilerin % 9'una sahiptir. Akdeniz Bölgesi'nde iç seyahatin en az gerçekleştiği iller 20 bin yerli ziyaretçi ile Osmaniye ve yaklaşık 13 bin yerli ziyaretçi ile Burdur'dur. 2011 yılında İç Anadolu Bölgesi'ne giden yerli ziyaretçilerin illere göre dağılımı şekil 21'de verilmiştir.



Şekil 21. 2011 Yılında İç Anadolu Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin illere Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

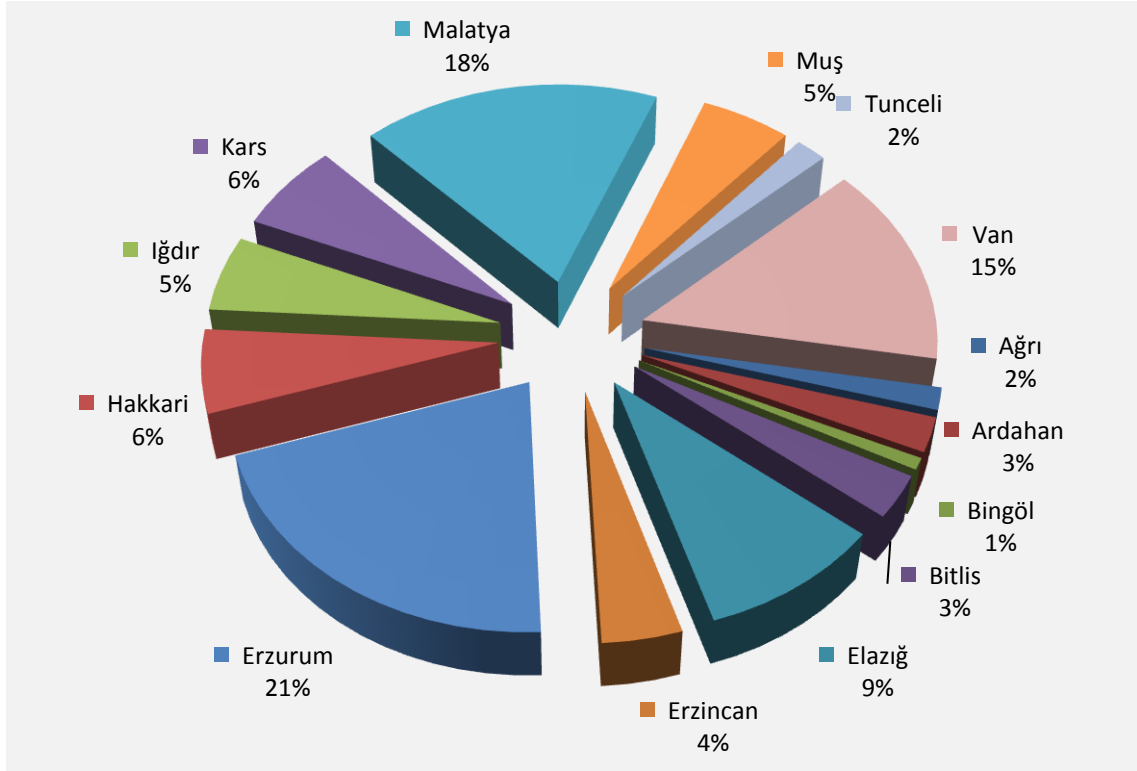
2011 yılında İç Anadolu Bölgesi'ne seyahat eden 2,4 milyon yerli ziyaretçinin yarısından fazlası Ankara'ya gitmiştir. İç Anadolu Bölgesi'nde en çok yerli ziyaretçi sayısına sahip diğer iller 262 bin ile Konya ve 256 bin ile Nevşehir'dir. İç Anadolu Bölgesi'ne seyahat eden yerli ziyaretçilerin % 11'ine Konya ve yine % 11'ine Nevşehir sahiptir. İç Anadolu Bölgesi'nde en az iç seyahatin gerçekleştiği iller ise Karaman, Niğde ve Kırıkkale'dir. 2011 yılında Karadeniz Bölgesi'ne seyahat eden yerli ziyaretçilerin illere göre dağılımı şekil 22'de görülmektedir.



Şekil 22. 2011 Yılında Karadeniz Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

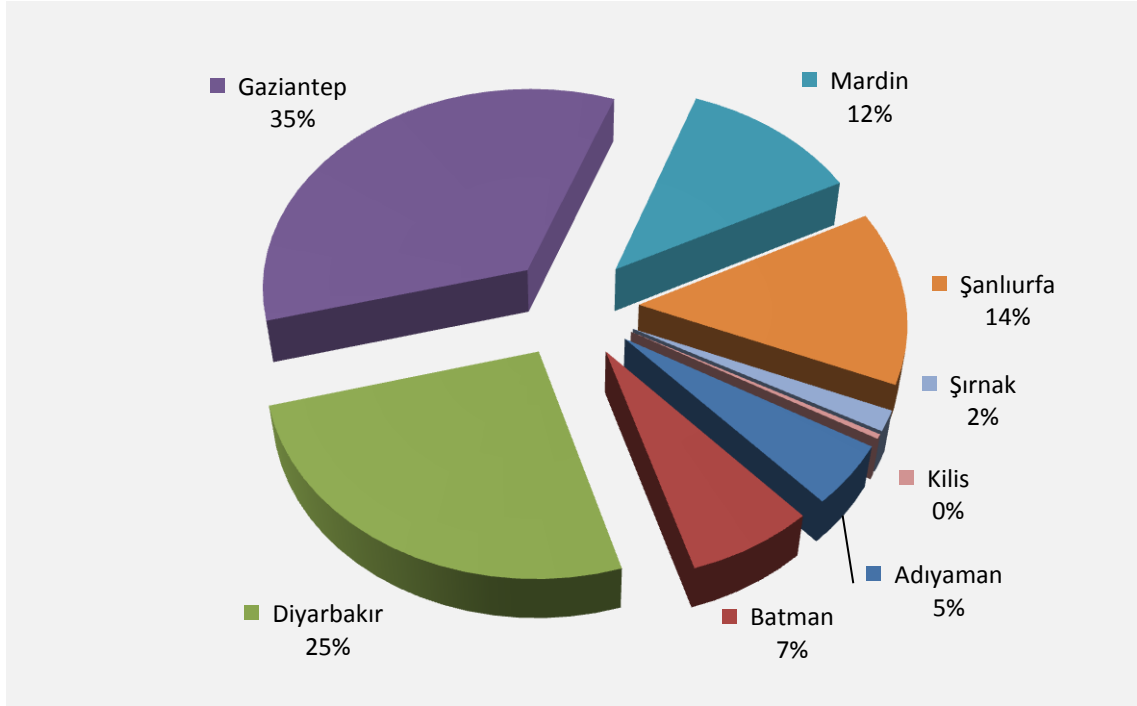
Karadeniz Bölgesi'nde en çok yerli ziyaretçi sayısına sahip iller 192 bin ile Trabzon ve 185 bin ile Bolu'dur. 2011 yılında Karadeniz Bölgesi'ne gelen 1,2 milyon yerli ziyaretçinin % 15'i Trabzon ve yine % 15'i Bolu'ya seyahat etmişlerdir. Bolu ve Trabzon'u 128 bin yerli ziyaretçi ile Samsun ve 109 bin yerli ziyaretçi ile Ordu izlemektedir. Karadeniz Bölgesi'ndeki diğer iller birbirine yakın yerli ziyaretçi sayılarına sahiptir. 2011 yılında en az seyahat ise Gümüşhane'ye gerçekleşmiştir. Şekil 23'te Doğu Anadolu Bölgesi'ne seyahat eden yerli ziyaretçilerin illere göre dağılımı görülmektedir.



Şekil 23. 2011 Yılında Doğu Anadolu Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

2011 yılında Doğu Anadolu Bölgesi'nde en çok seyahat Erzurum'a gerçekleşmiştir. Erzurum, Doğu Anadolu Bölgesi'ne seyahat eden 528 bin yerli ziyaretçinin % 21'ine sahiptir. Doğu Anadolu Bölgesi'nde iç turizmde en fazla turist çeken diğer iller ise 113 bin yerli ziyaretçi ile Malatya ve 91 bin yerli ziyaretçi ile Van'dır. Doğu Anadolu Bölgesi'ne gelen tüm yerli ziyaretçilerin % 18'i Malatya'ya ve % 15'i Van'a seyahat etmişlerdir. 2010 yılında Doğu Anadolu Bölgesi'nde en az iç seyahatin gerçekleştiği iller ise Bingöl ve Ağrı'dır. Şekil 24'te 2011 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne seyahat eden yerli ziyaretçilerin illere göre dağılımı verilmiştir.



Şekil 24. 2011 Yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne Seyahat Eden Yerli Ziyaretçilerin İllere Göre Dağılımı

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

2011 yılında Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde en fazla yerli ziyaretçi çeken iller Gaziantep ve Diyarbakır'dır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'ne seyahat eden 804 bin yerli ziyaretçinin % 35'i Gaziantep'e, % 25'i ise Diyarbakır'a gitmişlerdir. Gaziantep ve Diyarbakır illerini % 14 ile Şanlıurfa ve % 12 ile Mardin takip etmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde en az seyahat ise Şırnak ve Kilis'e gerçekleşmiştir. 2011 yılında Şırnak'a 13 bin, Kilis'e ise 3 bin yerli ziyaretçi seyahat etmiştir.

4. Türkiye İç Turizminde Plan ve Hedefler

Türkiye’de iç turizmin geliştirilmesi, iç turizme katılan kişi sayısının ve iç turizmden elde edilen gelirlerin arttırılmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. Bu kapsamda T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı iç turizme ilişkin hedefleri ve bu hedeflerin gerçekleştirilmesi için yapılması planlanan çalışmaları 2023 stratejisinde belirlemiştir. Buna göre, bu bölümde T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 2023 turizm stratejisinde belirlediği iç turizme yönelik hedefler ve bu hedeflerin gerçekleştirilmesi doğrultusunda yapılacak çalışmalar yer almaktadır.

İç turizmde 2023 hedefleri: 2023 iç turizm stratejisi, iç turizmde toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulmasıdır. Bu doğrultuda 2023 hedefleri kapsamında; Türkiye’nin her bölgesinde alternatif turizmin geliştirilmesi ve bu çerçevede yeni geliştirilmesi planlanan varış noktalarında konaklama kapasitesinin geliştirilmesi ve ulaşımın niteliği iyileştirilerek varış noktaları arasındaki seyahat olanaklarının geliştirilmesini hedefleyen çalışmalar yapılması yer almaktadır. Türkiye’deki iç turizm payının ve gelirlerinin artırılabilmesi için farklı turistik ürün, tesis ve program alternatiflerinin oluşturulması, ülke turistik değerlerinin tanıtılması ve Türkiye’de seyahat alışkanlığı olmayan vatandaşların da tercihlerine uygun turistik ürünlerin pazara sunulması ve bunların tanıtılması ile seyahat alışkanlığının yaygınlaşması sağlanacaktır. Ayrıca iç turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yurda yayılması ana politikası çerçevesinde kültür turizmine önem verilmesi ve marka kentlerin oluşturulması hedefler arasında bulunmaktadır. Yapılacak çalışmalar ile Türkiye’de iç turizm pazarından 20 milyon kişinin yararlanması sağlanacaktır.⁷⁶

İç turizm gelişmesi açısından büyük önemi olan sosyal turizm kapsamında, başta dezavantajlı gruplar (özürlüler, düşük gelirliler, gençler, kadınlar vb.) ve genç nüfusun daha fazla yararlanmasına yönelik çeşitli sosyal turizm projelerinin kamu ve özel sektör iş birliği ile geliştirilmesi hedeflenmektedir. Toplam nüfusun yüzde 20’lik kısmını oluşturan hareketliliği daha fazla olan üniversite ve orta öğretim çağındaki bireylere ve bekar orta yaş grubuna hitap eden program alternatiflerinin geliştirilmesi sosyal turizm

⁷⁶ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), s. 9-10.

ile ilgili yapılacak çalışmalar arasında bulunmaktadır. Genliğin ülkemizi daha iyi tanınması, seyahat ve tatil alışkanlığı edinmesi açısından turizm işletmelerinin gençlik turizmine daha fazla yöneltmeleri için turizm sektörü ile ortak çalışma ve programların gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.⁷⁷

Tanıtım ve ar-ge kapsamında da bazı çalışmaların yapılması 2023 hedefleri arasında bulunmaktadır. İ turizmin yönetimi ve yönlendirilmesinde kamunun etkinliğinin artırılması için iç turizm pazarının araştırılması ve değerlendirilmesine yönelik Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde İç Turizm Araştırma Biriminin kurulması ve i turizmin tanıtımına yönelik plan ve programlar geliştirilerek tanıtımda yeni araçlar kullanılması, i turizmin geliştirilmesi kapsamında yapılması hedeflenen çalışmalar arasında yer almaktadır. İç turizm araştırma biriminin kurulması ile i turizm istatistiklerinin tutulması hedeflenmektedir.⁷⁸

⁷⁷ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), s. 9.

⁷⁸ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), s. 9.

Üçüncü Bölüm

Eskişehir’de İç Turizm

1. Sosyoekonomik Göstergelerle Eskişehir

Sosyoekonomik göstergeler, yerleşim birimlerinin bazı kriterlere göre istatistiksel olarak değerlendirilmesi sonucu elde edilen değerlerdir. Değerlendirmede demografik, istihdam, eğitim, sağlık, altyapı, sanayi vb. göstergeler kullanılır. Sosyoekonomik göstergeler ile turistik gelişmişlik arasında ilişki bulunabilir. Örneğin, eğitim, sanayi ve ticaret gibi alanlarda gelişmiş yerlerde kongre ve iş turizminin daha çok gerçekleştiği görülmektedir. Bu kısımda Eskişehir’in sosyoekonomik göstergeleri verilecek ve sosyoekonomik gelişmişlik düzeyi değerlendirilecektir.

Eskişehir son yıllarda üniversite, sanayi ve ticaret yapısının değişimi ile birlikte sosyoekonomik yaşam açısından önemli düzeyde gelişme gösteren illerden biridir. 2003 yılında DPT’nin hazırladığı rapora göre Eskişehir, sosyoekonomik gelişmişlik açısından altıncı sırada yer almaktadır.⁷⁹ TÜİK ile DPT ve diğer kamu kuruluşları tarafından ortak olarak yapılan bir başka araştırmaya göre de Eskişehir, 2005 yılında Türkiye genelinde gelişmişlik açısından üçüncü sırada yer almaktadır. Tablo 11’de DPT’nin 2004 yılı ilçelerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması verilerine göre Eskişehir’in sosyoekonomik göstergeleri görülmektedir.⁸⁰

⁷⁹ B. Dinçer vd. (2003). *İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması* (2003). Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, s. 55.

⁸⁰ Anadolu Üniversitesi Yayınları (2008). *Sosyal, ekonomik ve mali göstergeler doğrultusunda Eskişehir’de seçilmiş sektörlerin analizi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s. 3.

Tablo 11. Eskişehir Sosyoekonomik Göstergeler (2004)

Gösterge	Eskişehir Merkez	Sıralama (872 İlçe Arasında)
Nüfus (kişi)	519.602	10
Şehirleşme Oranı (%)	92,92	8
Nüfus Yoğunluğu (km ² başına)	14,91	257
Nüfus Bağımlılık Oranı (%)	41,49	840
Ortalama Hanehalkı Büyüklüğü	3,49	819
Tarım Sektöründe Çalışanların Oranı (%)	12,64	869
Sanayi Sektöründe Çalışanların Oranı (%)	26,21	23
Hizmetler Sektöründe Çalışanların Oranı (%)	61,15	24
İşsizlik Oranı (%)	10,58	119
Okur Yazar Oranı (%)	94,24	17
Bebek Ölümü Oranı (%)	37,19	483
Fert Başına Genel Bütçe Geliri (Bin TL)	306.747	33
Vergi Gelirlerinin Ülke İçindeki Payı (%)	0,73746	7
Tarımsal Üretimin Ülke İçindeki Payı (%)	0,24495	108

Kaynak: Dinçer ve Özaslan, 2004: 166.

2001 yılı TÜİK verilerine göre, Eskişehir'in Türkiye'nin 2001 yılı GSYH'sı içindeki payı yüzde 1,2'dir. Eskişehir'de kişi başına düşen milli gelir ise 2008 yılı verilerine göre 9.000 \$'dır. Eskişehir'de son yıllarda sanayinin gelişimi ile birlikte sosyoekonomik yaşam da hızlı bir gelişme göstermiştir. Eskişehir, DPT tarafından 2003 yılında yapılan illerin ve bölgelerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması sonuçlarına göre eğitim sektörü gelişmişlik sıralamasında 3. sırada ve sağlık sektörü gelişmişlik sıralamasında ise 5. sırada yer almaktadır. Yine Birleşmiş Milletler Kalkınma Programınca hazırlanan "İnsani Gelişmişlik Raporu"nda ise Eskişehir, beşeri

gelişmişlik ve yaşanabilir kentler düzeyi bakımından 3. sırada yer almıştır. Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) tarafından gerçekleştirilen “2009-2010 Yılı İller Arası Rekabetçilik Endeksi” çalışmasının verilerine göre de, Eskişehir’in 81 il arasında 6. en rekabetçi il olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.⁸¹ CNBC-e’nin yaptığı “Türkiye’nin Yaşanabilir İller Araştırması”na göre, 2009 ve 2010 yıllarında 2. sırada bulunan Eskişehir, 2011 yılında bir basamak gerileyerek listenin 3. sırasında yer almıştır. Araştırmaya göre kültür ve sanat alanında liste başında bulunan Eskişehir, ekonomi de 10’uncu, eğitimde 4’üncü ve sağlıkta 9’uncu sırada yer almaktadır.⁸²

Demiryolu ve karayollarının kavşağında olması, tarımda ve sanayideki gelişmeler ile bor, seramik, lületaşı, magnezit ve krom gibi yer altı kaynaklarının zenginliği, Eskişehir’i ekonomi, sanayi ve ticaret bakımından önemli bir merkez haline getirmiştir. Eskişehir’in son yıllarda ekonomik hayatının dinamizminde hiç şüphesiz en önemli pay gelişen sanayinindir. Şehir nüfusunun kırsal nüfusa göre süratle büyümesi, yetişmiş işgücü varlığı, pazarlara yakınlığı, enerji ve hammadde kaynaklarının uygunluğu, sanayi için gerekli alt yapı yatırımlarının yeterli oluşu, bölge sanayinin giderek gelişmesini sağlamıştır. İl ekonomisinde sektörlerin payına baktığımızda ise, 2012 yılı itibarıyla hizmetler sektörü % 60 ile ilk sırada yer alırken, bunu % 30 ile sanayi sektörü ve % 10 ile tarım sektörü izlemektedir.⁸³

2. Eskişehir’in Turizm Potansiyeli

İki üniversite, kültürel alt yapı, sanatsal faaliyetler, havacılık merkezi, planlı sanayi, yer altı zenginlikleri ve sosyal yaşam seçenekleriyle gelişmiş Avrupa kentleri seviyesine ulaşan Eskişehir’de özellikle son yıllarda kent merkezinde yapılan düzenlemeler şehri iç turizm açısından adeta bir cazibe merkezi haline getirmiştir. Örneğin, Porsuk Nehri’nde ulaşım ve turistik amaçlı düzenlemelerin yapılması birçok kişide şehri görme isteği doğurmuştur. Ayrıca, Eskişehir’in 2023 yılında “Türk Dünyası Kültür Başkenti” olarak gösterilmesi de şehrin kültür ve turizm bağlamında geldiği noktayı işaret etmesi

⁸¹ BEBKA. <http://www.bebka.org.tr/sayfa.php?id=20> (Erişim tarihi: 15.05.2012)

⁸² <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2011/09/01/en-yasanabilir-il-belli-oldu> (Erişim tarihi: 15.05.2012)

⁸³ BEBKA. <http://www.bebka.org.tr/sayfa.php?id=20> (Erişim tarihi: 15.05.2012)

açısından son derece önemlidir.⁸⁴ Eskişehir termal kaynakları, iki üniversitesi, Frig vadisi ve diğer turistik çekicilikleri ile başta kültür ve termal turizmi olmak üzere birçok turizm türü için önemli bir turizm potansiyeli taşımaktadır. Bu bölümde, Eskişehir'in söz konusu turizm potansiyelinden bahsedilecektir.

2.1. Turizm Tesisleri

Son yıllarda Eskişehir'de turizmin gelişmesine paralel olarak şehir merkezinde açılan otellerle beraber yatak arzı artmaktadır. Eskişehir'e gelen ziyaretçilerin konaklama faaliyetlerini gerçekleştirebileceği farklı sınıfta ve nitelikte oteller bulunmaktadır. Eskişehir'de 2011 yılında mevcut turizm belgeli oteller ile oda ve yatak sayıları tablo 12'de yer almaktadır.

⁸⁴ Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2011). *Eskişehir turizm master planı 2011-2015*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s. 2.

Tablo 12. Eskişehir Turizm Belgeli Konaklama Tesisleri

Otelin Adı	Sınıfı (Yıldız)	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Anemon Otel	5	174	372
Saffron Otel	4	79	123
Dedepark Otel	4	65	130
Atışkan Otel	3	62	125
Büyük Otel	3	92	185
Soyiç Otel	3	60	130
İbis Otel	3	108	216
Grand Namlı Otel	3	57	114
Es Albatros Otel	3	82	164
Ada Life Otel	3	31	52
Verman Otel	3	49	98
Şahinpark Otel	3	40	88
Has Termal Otel	2	48	87
Şale Otel	2	43	73
Altınes Otel	2	13	22
Arslan Otel	2	34	74
Sultan Otel	1	32	52
Gürgenci Apart	Apart	35	70
Abacı Konak	Özel Tesis	65	144
Toplam	19	1.169	2.319

Kaynak: Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Eskişehir’de 1’i beş yıldızlı ve 2’si 4 yıldızlı olmak üzere toplam 19 turizm belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır. 19 tesisin toplam oda sayısı 1169 ve toplam yatak sayısı 2319’dur. Tablo 13’te Eskişehir ve çevresindeki illerin turizm belgeli konaklama tesisi sayıları verilmiştir.

Tablo 13. Eskişehir ve Çevresindeki İllerin Turizm Belgeli Konaklama Tesis Sayıları (2010)

İller	Nüfus	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	1000 Kişiye Düşen Yatak Sayısı
Afyon	698.626	5.424	12.445	28	17,8
Ankara	4.890.893	12.399	25.843	164	5,2
Bilecik	203.849	247	461	5	2,3
Bolu	276.506	2.174	4.531	25	16,4
Bursa	2.652.126	5.260	10.734	67	4,0
Eskişehir	781.247	1.169	2.319	19	3,0
Konya	2.038.555	2.326	4.746	27	2,3
Kütahya	564.264	680	1.438	9	2,5

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK

Eskişehir’deki turizm işletme belgeli konaklama tesislerinin sayısının, aynı bölgede yer alan ve turizm açısından Eskişehir’in rakibi olan Afyon, Bolu gibi illerin turizm belgeli konaklama tesislerinin sayılarına kıyasla daha az olduğu görülmektedir. Turizm belgeli tesislerdeki yatak sayılarına göre değerlendirme yapıldığında, Eskişehir’de her 1000 kişiye düşen yatak sayısı 3’tür. Eskişehir’in çevresindeki illere bakıldığında, Konya ve Bilecik 2,3 ile en düşük, Afyon ise 17,8 ile en yüksek orana sahiptir. Her 1000 kişiye düşen yatak sayısında Afyon’u 16,4 yatak ile Bolu takip etmektedir. Bununla birlikte, Eskişehir ve çevresindeki illerde her 1000 kişiye düşen yatak sayısının genel olarak 2 ile 5 arasında değiştiği görülmektedir. Tablo 14’te Eskişehir ve çevresindeki illerin belediye belgeli tesis sayıları verilmektedir.

Tablo 14. Eskişehir ve Çevresindeki İllerin Belediye Belgeli Konaklama Tesis Sayıları (2011)

İller	Nüfus	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	1000 Kişiye Düşen Yatak Sayısı
Afyon	698.626	2.810	6.626	101	9,5
Ankara	4.890.893	3.734	6.916	125	1,4
Bilecik	203.849	207	436	11	2,1
Bolu	276.506	1.147	2.804	54	10,1
Bursa	2.652.126	4.074	9.212	125	3,5
Eskişehir	781.247	400	706	12	0,9
Konya	2.038.555	1.444	3.240	71	1,6
Kütahya	564.264	1.930	5.149	65	9,1

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK

2011 yılı itibariyle Eskişehir’de 12 belediye belgeli tesis bulunmaktadır. Konaklama kapasitesi bakımından, 12 belediye belgeli tesis 400 oda ve 706 yatak kapasitesine sahiptir. Belediye belgeli konaklama tesislerindeki yatak sayılarına göre, Eskişehir her 1000 kişiye düşen 0,9 yatak sayısı ile çevre illerle kıyaslandığında en düşük orana sahiptir. Turizm belgeli konaklama tesislerinde olduğu gibi, Bolu ve Afyon sırasıyla 10,1 ve 9,5’lik oranlar ile her 1000 kişiye düşen yatak sayısında en yüksek oranlara sahiptir. Bolu ve Afyon’u 9,1’lik oranla Kütahya takip etmektedir. Her 1000 kişiye düşen belediye belgeli tesislerdeki yatak sayıları ve Eskişehir ve çevresindeki illerin belediye belgeli tesis sayıları birlikte değerlendirildiğinde, Eskişehir’deki belediye belgeli tesislerin sayısının az olduğu söylenebilir. Tablo 15’te Eskişehir ve çevre illere göre yerli ziyaretçi geceleme sayıları ve doluluk oranları görülmektedir.

Tablo 15. Eskişehir ve Çevre İllere Göre Yerli Ziyaretçi Geceleme Sayıları ve Doluluk Oranları (2011)

İller	Yerli Ziyaretçi Tesise Geliş Sayısı	Yerli Ziyaretçi Geceleme Sayısı	Yatak Kapasitesi	Yerli Ziyaretçi Doluluk Oranı (%)
Afyon	244.147	510.559	12.445	42,39
Ankara	1.284.421	1.958.318	25.843	26,29
Bilecik	24.053	43.152	461	22,52
Bolu	185.323	337.435	2.113	35,98
Bursa	424.285	719.011	6.171	28,38
Düzce	48.627	70.656	770	26,79
Eskişehir	183.821	274.950	2.813	33,32
Konya	262.366	385.007	4.746	27,67
Kütahya	69.525	106.435	1.438	25,15
Türkiye Toplam	14.350.129	27.616.616	882.449	13,34

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

2011 yılında Eskişehir'deki turizm belgeli tesislere gelen 183 bin yerli ziyaretçi, 274 bin geceleme gerçekleştirmiştir. Yerli ziyaretçiler açısından incelendiğinde tesislerdeki doluluk oranı ise % 33,32'dir. Türkiye ortalamasına bakıldığında, Eskişehir'deki doluluk oranının Türkiye ortalamasının çok üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca, çevre illere kıyasla Eskişehir'deki tesislerin doluluk oranları üst sıralarda yer almaktadır. Bununla birlikte Eskişehir'deki mevcut yatak kapasitesi, iç turizmde rekabet ettiği illerin çok gerisindedir. Afyon 12.445, Bursa 6.171 ve Konya 4.746 yatak kapasitesine sahipken, Eskişehir'de bu sayı 2 813'tür. Yerli turistlerin tesise geliş ve geceleme sayısı incelendiğinde, çevredeki rakip illere kıyasla Eskişehir'in geride kaldığı görülmektedir. 2011 yılında turizm belgeli tesislere gelen yerli ziyaretçilerin % 1,3'ü Eskişehir'de konaklarken, tüm gecelermelerin % 1'i Eskişehir'de gerçekleşmiştir. Eskişehir'deki turizm işletme belgeli yiyecek-içecek tesisleri tablo 16'da verilmiştir.

Tablo 16. Eskişehir Turizm İşletme Belgeli Yiyecek-İçecek Tesisleri

İşletmenin Adı	Sınıfı	Kapasite
Haller Gençlik Merkezi	Özel Tesis	805
Hayal Eskişehir	Özel Tesis	490
222 Park	Özel Tesis	400
Kafe Pi	Özel Tesis	
Sempre & China Town	1. Sınıf Lokanta	396
Şeff	1. Sınıf Lokanta	150
Havelka	1. Sınıf Lokanta	180
Eskişehir Ada Restaurant	1. Sınıf Lokanta	450
A'la Park	1. Sınıf Lokanta	150
Harvard	1. Sınıf Lokanta	193
Home Store	1. Sınıf Lokanta	250
Leman Kültür	1. Sınıf Lokanta	830
Trakya Restaurant	1. Sınıf Lokanta	220
Buda	1. Sınıf Lokanta	
Up & Down	1. Sınıf Lokanta	250
Nam-I Kebab	1. Sınıf Lokanta	225
Kır Çiçeği	1. Sınıf Lokanta	240
Desti	1. Sınıf Lokanta	180
Regülatör Restaurant	2. Sınıf Lokanta	100
Deep Bar	Bar	
Tekila Bar	Bar	60
Rağbet Bar	Bar	100

Kaynak: Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Eskişehir’de turizm faaliyetlerinin gelişmesi, iki üniversitenin varlığı, şehir merkezinde çok sayıda yiyecek-içecek işletmesinin faaliyet göstermesine neden olmuştur. Faaliyet gösteren yiyecek-içecek ve eğlence işletmelerinin sayısının artmasında hem iç talepteki artışın hem de iç turizmin gelişmesinin etkileri görülmektedir. 2011 yılı itibariyle Eskişehir’de 18 turizm işletme belgeli yiyecek-içecek tesisi bulunmaktadır. Turizm işletme belgeli tesislerin yanı sıra 60 tane belediye belgeli yiyecek-içecek tesisi faaliyet

göstermektedir. Tablo 17’de Eskişehir’de faaliyet gösteren seyahat acenteleri verilmiştir.

Tablo 17. Eskişehir’de Faaliyet Gösteren Seyahat Acenteleri ve Faaliyet Alanları

Acentenin Adı	Grubu	Acentenin Adı	Grubu
26 Öztezcan Turizm	A	İhsan Turizm	A
Aizanoi Turizm	A	Kalkandelen Turizm	A
Akahan Turizm	A	Kontak Yatçılık Turizm	A
Alhan Turizm	A	Leylek Havada Turizm	C
Altes Turizm	A	Merkez Turizm	A
Berkant Turizm	A	Mevsim Turizm	A
Beyda Bir Turizm	A	Mısra Turizm	A
Birdem Turizm	A	Mrt Turizm	A
Birdünya Turizm	A	Pathfinder Turizm	A
Çağla Turizm	A	Plenty Turizm	A
Çiçek Turizm	A	Rehber Turizm	A
Doğa Turizm	A	Stella Turizm	C
Duha Turizm	A	Şara Turizm	A
Efor Turizm	A	Total Turizm	A
Elagöz Turizm	A	Trapez Turizm	A
Elsufen Tour	A	Trenyolu Turizm	A
Eskişehir NBS Turizm	A	Vesa Turizm	C
Eskişehir Sedef Turizm	A	Veysel Devran Turizm	A
Frig Travel	A	Viçetta Turizm	A
Fun Turizm	A	Waterfall Turizm	A
Hacı Bilal Turizm	A	Yasey Turizm	A
Hilal Turizm	A	Yöre Turizm	A
Işıl Su Çitim Turizm	A		

Kaynak: TÜRSAB, <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?search=1>

(Erişim tarihi: 15.05.2012)

Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'ndeki kayıtlara göre Eskişehir'de 45 seyahat acentesi faaliyet göstermektedir. Bu seyahat acentelerinden 3'ü C grubu seyahat acentesi olup 42'si ise A grubu seyahat acentesidir. Eskişehir'deki seyahat acentelerinden sadece biri yurtdışı turlar düzenlemektedir. Yurtdışından ise Eskişehir'e tur düzenleyen bir seyahat acentesi bulunmamaktadır.

2.2. Kültür Turizmi

Eskişehir, çok çeşitli uygarlıklar ve kültürlerle ev sahipliği yapmış önemli bir il olma özelliği taşımaktadır. M.Ö. birinci yüzyılda Porsuk Nehri kıyılarında Frigyalılar tarafından kurulan Eskişehir, Türkiye'nin Anadolu'ya açılan en önemli kavşaklarından biri üzerinde yer almaktadır. Bu nedenle Eskişehir'de çok sayıda tarihi ve kültürel değerler bulunmaktadır. Kültür turizmine kaynak olacak belli başlı potansiyel merkezler; Frigya vadisi, Seyitgazi, Sivrihisar, Pessinus Antik Kenti (Ballıhisar), Han Yer Altı Kenti ve Mihalıççık'taki Yunus Emre Külliyesi'dir.⁸⁵

Afyonkarahisar, Kütahya ve Eskişehir illeri sınırları içerisinde yer alan Frig Vadisi MÖ 12-7. yüzyıllar arasında Frig Krallığı'nın merkezi olmuştur. Friglere, Romalılara ve Bizanslılara ait kalıntıların bulunduğu vadi çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Günümüzde I. Derece Arkeolojik ve Doğal Sit Alanı içine alınan vadi önemli bir doğa ve kültür turizm potansiyeline sahiptir. Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılan Turizm Eylem Planı (2007) çerçevesinde, bölgenin açık hava müzesi şeklinde geliştirilmesi ve uluslararası düzeyde termal ve kültür turizm bölgesi olarak öne çıkarılması öngörülmekte, "Frigya Kültür ve Termal Turizm Gelişim Bölgesi" olarak adlandırılmaktadır.⁸⁶

⁸⁵ Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2006). *Eskişehir turizm geliştirme projeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, s. 2.

⁸⁶ Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2011). s. 11-12.

Eskişehir’de yer alan tarihi Seyyid Battal Gazi Türbesi, Yunus Emre Türbesi, Şeyh Edebali Türbesi, Sivrihisar Ulu Cami ve Kurşunlu Külliyesi Eskişehir’in tarihçesine tanıklık etmiş önemli eserlerdendir. Kentin kültürel değerleri arasında; ulusal mimarlık döneminden kalan Atatürk Lisesi, Arkeoloji Müzesi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Karikatürleri Müzesi, Anadolu Üniversitesi Cumhuriyet Tarihi Müzesi, Seyitgazi Bor ve Etnografya Müzesi, Lületaşı Müzesi, İnönü Karargah Binası ve Savaş Müzesi, Demiryolları Müzesi, Lületaşı Müzesi, Havacılık Müzesi, Eskişehir Çağdaş Sanatlar Cam Müzesi ve Odunpazarı Senti yer almaktadır.⁸⁷

Eskişehir’in en eski yerleşim merkezi konumunda olan Odunpazarı, Osmanlı Evleri’nin yer aldığı kültür mirasının öğeleri olan sivil mimari örneklerindendir. Tarihi evlerin ve sokakların yer aldığı bölge, geleneksel Anadolu-Türk kentinin dokusunu yansıtmaktadır. Bugüne kadar gerçekleştirilen restorasyon çalışmalarında evlerin ve sokakların özelliklerinin korunması, turizm açısından bir kültür zenginliği olarak önem taşımaktadır. Turizm kapsamında Eskişehir’de Odunpazarı Evleri; müze, restoran, sergi salonu ve butik otel olarak değerlendirilmektedir. Bu durum, hem Odunpazarı Evleri’nin tanıtımında hem de mekanın hareketliliğini artırmada önemli rol oynamaktadır. Dar sokakları, evleri, camileri, meydanları, Kurşunlu Külliyesi, Atlıhan Çarşısı, mimari akımın izlerini taşıyan Atatürk Lisesi ve Cumhuriyet Tarihi Müzesi, Odunpazarı bölgesinin karakteristik özelliklerini yansıtan unsurlar olarak kalmıştır. Eskişehir Odunpazarı Senti, Kültür ve Turizm Bakanlığı Taşınmaz Kültür ve Tabiat Varlıklarının Koruma Yüksek Kurulu’nun kararıyla 1986 yılında kentsel sit niteliği kazanmıştır.⁸⁸

Eskişehir’deki tarihi ve kültürel değerlerin yanı sıra düzenlenen festival ve etkinlikler Eskişehir’i kültür turizmi kapsamında önemli bir çekim merkezi haline getirmiştir. Özellikle Yunus Emre gibi bir değere sahip olması ve Yunus Emre Kültür ve Sanat Haftası, Uluslararası Eskişehir Festivali gibi kültürel açıdan önemli etkinlikleri ile Eskişehir kültür turizmi bakımından önemli bir potansiyel barındırmaktadır. Yıl boyunca düzenlenen bu festival ve etkinlikler Eskişehir’in kültür ve sanat şehri kimliğinin ön plana çıkmasında etkili olmakta, kültür turizmi anlamında olumlu

⁸⁷ Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2006), s. 37-38.

⁸⁸ Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2011), s. 17.18.

etkilemekte ve ziyaretçi sayısı üzerinde etkili olmaktadır. Eskişehir ilinde düzenlenen festivaller, etkinlikler, düzenlendikleri dönem ve yerleri tablo 18’de verilmiştir.

Tablo 18. Eskişehir İlinde Düzenlenen Festivaller ve Etkinlikler

Adı	Tarihi	Yeri
Ecdadı Anma Şöleni	Haziran	Asarcık
Ertuğrul Gazi’yi Anma ve Yörük Etkinlikleri	Ağustosun 4. Haftası	Merkez
İnönü Zaferleri Günü	1 Nisan	İnönü
Karaçay Balkar Şenlikleri	Haziranın 4. Haftası	Han
Kayakent Çukurbağ Şenlikleri ve Kilim Festivali	Haziranın 3. Haftası	Günyüzü
Nasreddin Hoca Doğum Şenlikleri	3-10 Haziran	Sivrihisar
Nazım Hikmet ve Kuva-i Milliye Şehitlerimizi Anma Kültür-Sanat Etkinlikleri	Haziranın 1. Haftası	Seyitgazi
Seyyid Battal Gazi’yi Anma Töreni	1 Eylül	Seyit Gazi
Seyyid Şücaaddin-i Veli Anma Dostluk ve Sevgi Günü	Mayısın 4. Haftası	Seyit Gazi
Tepreş Şenlikleri	Haziranın 2. Haftası	Sivrihisar
Uluslararası Eskişehir Festivali	8-16 Kasım	Merkez
Uluslararası Eskişehir Film Festivali	Mayıs	Merkez
Uluslararası Yunus Emre Kültür Haftası	6-10 Mayıs	Merkez

Kaynak: T.C. Eskişehir Valiliği, http://www.eskisehir.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=108 (Erişim tarihi: 20.05.2012)

2.3. Termal Turizmi

Eskişehir termal kaynakları ile büyük ölçekte bir termal turizmi potansiyeli barındırmaktadır. Eskişehir’deki Çardak, Hasırca, Kızılınler, Mihalıççık, Mihalgazi Sakarılıca ve Sivrihisar kaplıcaları önemli termal kaynaklardır. Çardak Kaplıcası maden suyu, birinci derecede önemli ve öncelikli termal kaynak suları (MTA’nın tespitlerine göre korunmasına öncelik verilen termal kaynaklar) arasındadır. Kızılınler, Hasırca ve Sakarılıca termal kaynakları ise Türkiye’nin üçüncü derece önem ve öncelikli termal su kaynaklarındandır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın turizm yatırımlarını teşvik amacı ile ilan ettiği 17 termal turizm merkezinden 2 tanesi Eskişehir’de bulunmaktadır. Mihalgazi Sakarılıca Kaplıcası suyunun niteliğinden dolayı 1993, Kızılınler Kaplıcası ise 2006 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından termal turizm merkezi olarak ilan edilmiştir.⁸⁹

Frigya Kültür ve Termal Gelişim Bölgesi’nde bulunan Eskişehir, termal turizmin geliştirilmesi amacıyla ülkemizdeki jeotermal potansiyeller dikkate alınarak başlatılan “Termal Turizm Kentleri Projesi” kapsamında öncelikli geliştirilecek iller arasında yer almaktadır.⁹⁰ Ayrıca Eskişehir’in ilk turistik termal ve hidroterapi oteli projesi olan ve Bademlik bölgesinde kurulması planlanan turistik termal ve hidroterapi tesisinin 2013 yılında tamamlanması beklenmektedir. Açılacak tesis ile Eskişehir’in termal turizm bakımından Afyon ve Kütahya’ya önemli bir rakip olması hedeflenmektedir.⁹¹ Eskişehir’de bulunan termal kaynaklar tablo 19’da verilmiştir.

⁸⁹ Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. <http://www.eskisehirkulturturizm.gov.tr/belge/1-58515/termal-turizm.html> (Erişim tarihi: 20.05.2012)

⁹⁰ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007), s. 28.

⁹¹ Eskişehir Büyükşehir Belediyesi. http://www.eskisehir-bld.gov.tr/haber_dvm.php?resim_id=348 (Erişim tarihi: 20.05.2012)

Tablo 19. Eskişehir’de Bulunan Termal Kaynaklar

Kaplıca Adı	Sıcaklık
Mihalgazi Sakarılıca Termal Turizm Merkezi	43-48 °C
Kızılınler Termal Turizm Merkezi	37 °C
Aşağı ve Yukarı Ilıca	-
Eskişehir Kaplıcası	38-45 °C
Hasırca Kaplıcası	32 °C

Kaynak: Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, 2010: 40.

2.4. İş ve Kongre Turizmi

Eskişehir, başta Ankara ve İstanbul olmak üzere Türkiye’nin hemen her yerine ulaşım kolaylığı, iki üniversitesi ve gelişen sanayisi ile iş ve kongre turizm açısından büyük potansiyele sahiptir. İki üniversitenin ve sanayileşmenin etkisi ile Eskişehir’de düzenlenen kongre, toplantı, seminer, fuar, sergi gibi organizasyonlar ve Eskişehir’e yapılan iş seyahatleri, iş ve kongre turizminin gelişmesini sağlayarak Eskişehir turizmini olumlu yönde etkilemektedir.

İş ve kongre turizmi potansiyelinin değerlendirilmesi kapsamında Eskişehir’in ilk kongre merkezi olma özelliğinin taşıyacak 1300 kişilik kongre salonu inşa edilmektedir. Tesisin tamamlanması ile ulusal ve uluslararası birçok etkinliğe ev sahipliği eden Eskişehir’de kongre turizminin etkinliğinin artması beklenmektedir.⁹²

⁹² BEBKA (2011). Bursa Eskişehir Bilecik bölge planı 2010-2013. Bursa: BEBKA, s.137.

2.5. Diğer Turizm Türleri

Eskişehir her ne kadar kültür, kongre ve iş turizmi ile öne çıksa da, diğer turizm türleri için de kaynaklar bulundurmaktadır. Yelinüstü Mağarası, Yelini Mağarası, Beyyayla Düdeni, Ulubük Mağarası, Kara Mağara, Koçakkıran Mağarası, Karakaya Mağarası, Sarıkaya Mağarası ve İnönü Mağarası Eskişehir’de mağara turizminin yapılabileceği yerlerdir. Bu mağaralar, mağara turizminin yanı sıra yayla ve dağ turizmi içinde önemli kaynaklardır. Doğal güzelliklere sahip ve ulaşımı kolay olan bu mağaraların turizm amacıyla daha fazla değerlendirilmesi ve tanıtımının yapılması, Eskişehir turizminin gelişimine katkı sağlayacaktır.

İnönü Türk Hava Kurumu Planör ve Paraşüt Kampı, paraşüt ve planör eğitiminin verildiği ve hava sporları turizminin yapıldığı ülkemizdeki önemli merkezlerden biridir. Ayrıca üniversitelerin zaman zaman ev sahipliği yaptığı spor organizasyonları, spor turizmi için kaynak oluşturmaktadır. Balıkdamı Kuş Cenneti (Sivrihisar), Doğancı Göleti (Alpu), Emineken Göleti (Çifteler) ve Yörökkırka Göleti (Merkez) göçmen kuşların uğrak yeri olması nedeniyle kuş gözlemciliği yapılabileceği alanlardır. Kent Park, Sazova Bilim Sanat ve Kültür Parkı, Çankaya Şelale Park ve yapımı devam eden Göletli Park gerek turistler için gerekse yerli halk için turistik açıdan önem taşıyan rekreasyon alanlarıdır.

3. Eskişehir’in Turizm Faaliyetleri İçindeki Yeri

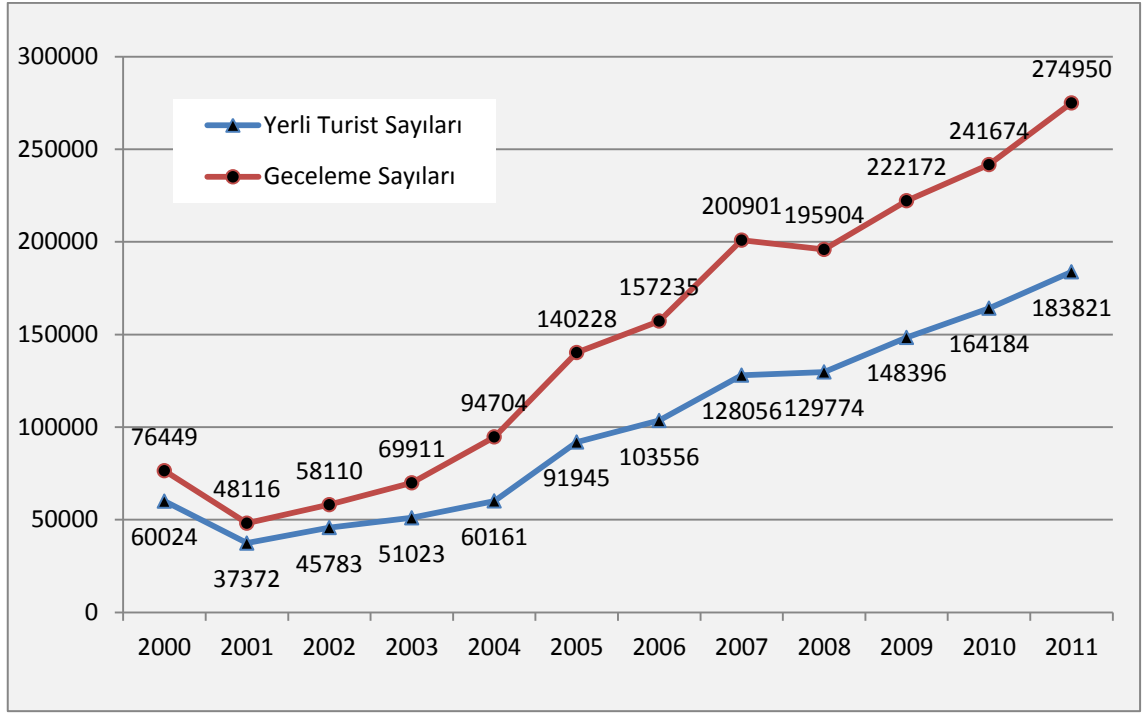
2011 yılında Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçi sayısı 183 821’dir. Aynı yıl, iç turizmde Türkiye genelinde yaklaşık 558 milyon geceleme gerçekleşirken, Eskişehir’de 274 bin geceleme gerçekleşmiştir. 2000-2011 yılları arası Eskişehir’de turizm belgeli otellere giriş yapan yerli ve yabancı ziyaretçi sayıları ile geceleme sayıları tablo 20’de görülmektedir.

Tablo 20. 2000-2011 Yılları Arası Eskişehir’e Gelen Ziyaretçi ve Geceleme Sayıları

Yıllar	Yerli		Yabancı	
	Giriş	Geceleme	Giriş	Geceleme
2000	60.024	76.449	2.070	7.780
2001	37.372	48.116	2.090	8.070
2002	45.783	58.110	1.963	4.858
2003	51.023	69.911	2.223	6.253
2004	60.161	94.704	2.609	9.206
2005	91.945	140.228	4.030	20.031
2006	103.556	157.235	3.693	10.251
2007	128.056	200.901	8.412	20.313
2008	129.774	195.904	9.062	19.657
2009	148.396	222.172	6.038	16.818
2010	164.184	241.674	7.254	18.510
2011	183.821	274.950	10.279	26.842

Kaynak: Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

2011 yılı itibariyle Eskişehir’e giriş yapan yerli ziyaretçi sayısı 183 bin, yabancı ziyaretçi sayısı ise 10 bindir. Eskişehir’e, yabancı ziyaretçi sayısının yaklaşık 18 katı kadar yerli ziyaretçi giriş yapmıştır. 2011 yılında yerli ziyaretçiler 274 bin geceleme gerçekleştirirken, yabancı ziyaretçiler sadece 26 bin geceleme gerçekleştirmişlerdir. 2000-2011 yılları arasında yabancı ziyaretçi sayısında büyük bir artış yaşanmamıştır. 2000 yılında 2.070 yabancı ziyaretçi giriş yaparken, 2011 yılında ise 10.279 yabancı ziyaretçi giriş yapmıştır. Yabancı ziyaretçilerin geceleme sayısında da büyük bir artış görülmemektedir. 2000 yılında 7 bin geceleme gerçekleşirken, 2011 yılında 26 bin’e yükselmiştir. Şekil 25’te 2000-2010 yılları arasındaki dönemde yerli ziyaretçi sayısındaki gelişim görülmektedir.



Şekil 25. 2000-2011 Yılları Arası Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Sayıları ve Geceleme Sayıları

Kaynak: Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

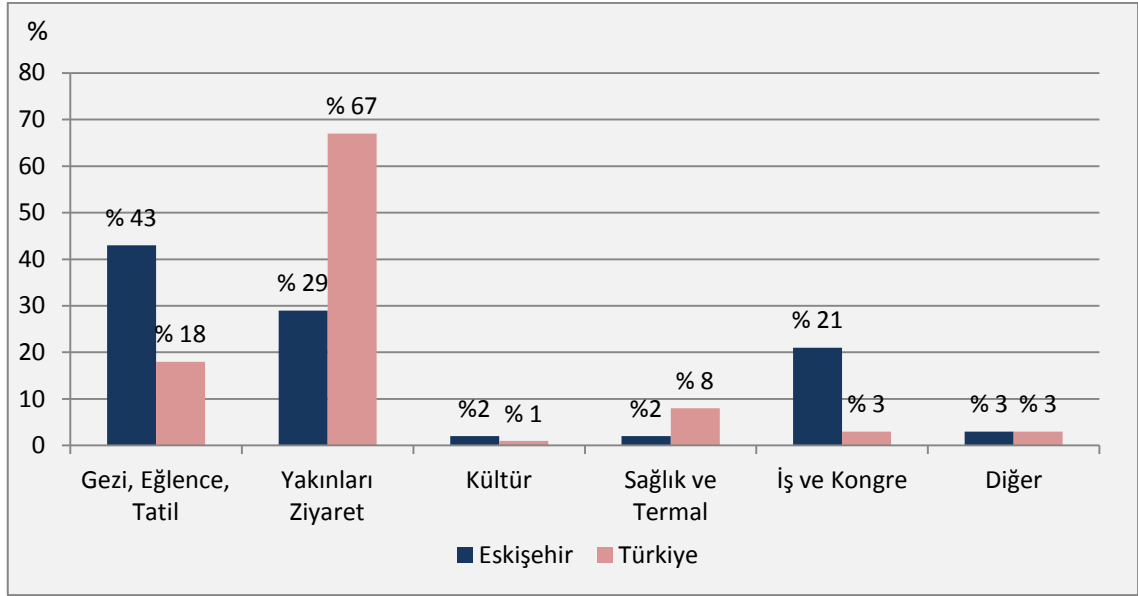
2000 yılında 60 bin yerli ziyaretçi giriş yapmış ve 76 bin geceleme yaşanmıştır. Özellikle 2005 yılında büyük bir artış gösteren yerli ziyaretçi sayısı, bir önceki yıla göre yaklaşık 32 bin artarak 91 945 kişiye ulaşmıştır. 2011 yılı itibarıyla ise 183 bin yerli ziyaretçi Eskişehir'e gelirken, 274 bin geceleme yaşanmıştır. 2000-2011 yılları arası yerli ziyaretçi sayısındaki 100 binin üzerinde artış ve geceleme sayısındaki yaklaşık 4 katı artışa rağmen Eskişehir'in turizm potansiyeli göz önüne alındığında gelen yerli ziyaretçi ve geceleme sayılarının daha yüksek olması gerektiği görülmektedir. Tablo 21'de 2000-2010 yılları arasında Eskişehir ve Türkiye'deki turizm belgeli otellerin doluluk oranları verilmiştir.

Tablo 21. 2000-2010 Yılları Arasında Eskişehir ve Türkiye’deki Turizm Belgeli Otellerin Doluluk Oranları

Yıllar	Eskişehir Doluluk Oranları (%)		Türkiye Doluluk Oranları (%)	
	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı
2000	28,61	2,91	13,48	23,33
2001	19,44	3,26	12,80	32,82
2002	23,34	1,95	12,65	36,04
2003	28,24	2,53	13,33	33,56
2004	38,45	3,74	13,50	36,57
2005	28,95	4,14	13,16	39,22
2006	32,60	2,13	14,91	32,35
2007	36,99	3,74	14,43	36,68
2008	34,87	3,50	13,80	37,71
2009	33,33	2,52	13,52	35,38
2010	31,91	2,44	11,94	37,23
2011	33,32	3,25	13,34	38,12

Kaynak: Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Eskişehir’de turizm belgeli otellerin yerli ziyaretçilere göre doluluk oranları Türkiye ortalamasının üzerindedir. Son 10 yılda en yüksek doluluk oranı % 38,45 ile 2004 yılında gerçekleşmiştir. En düşük doluluk oranı ise % 19,44 ile 2001 yılında gerçekleşmiştir. Son 5 yıla baktığımızda, yerli ziyaretçilerin otellerdeki doluluk oranları içindeki payı % 30-35 arasında değişmektedir. Buna karşılık, yabancı ziyaretçilerin otellerdeki doluluk oranları içindeki payı % 2,5-4 düzeyindedir. 2011 yılı itibarıyla doluluk oranları içinde yerli ziyaretçilerin payı % 33,32 iken, yabancı ziyaretçilerin payı % 3,25’tir. Şekil 26’da Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçilerin seyahat amaçlarına göre dağılımı verilmiştir.



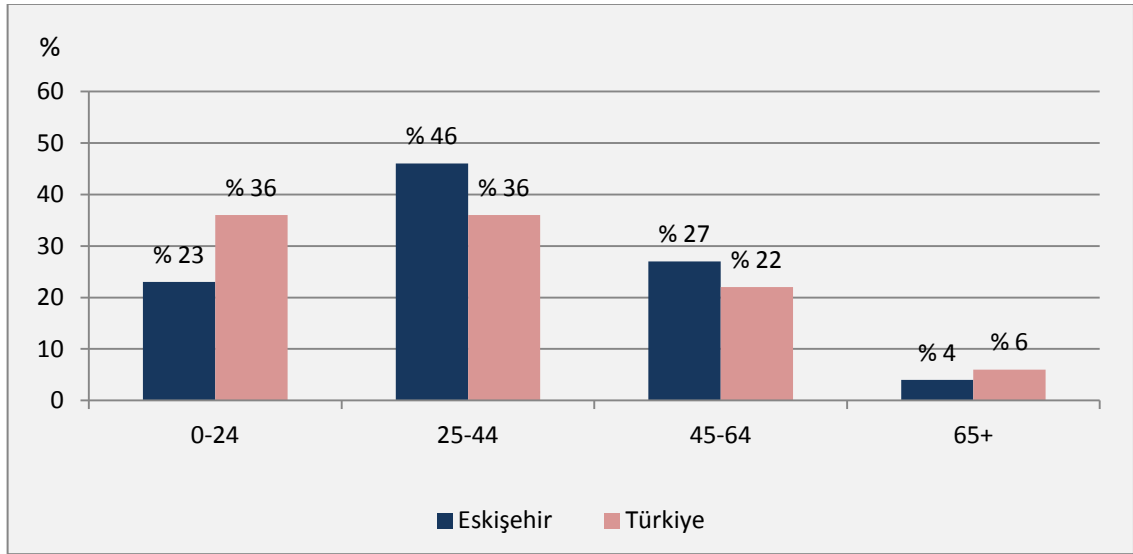
Şekil 26. Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Seyahat Amaçlarına Göre Dağılımı (2010)

Kaynak: TÜİK ve Eskişehir turizm master planı verilerinden derlenmiştir.

Anadolu Üniversitesi'nin, Eskişehir'e gelen yerli ziyaretçiler üzerinde yaptığı araştırmaya göre; 2010 yılındaki seyahatlerin % 43'ü gezi, eğlence ve tatil amaçlı, % 29'u ise yakınları ziyaret amaçlı gerçekleştirilmiştir.⁹³ Türkiye genelinde ise, 2010 yılında iç turizmdeki seyahatlerin % 18'i gezi, eğlence ve tatil amacıyla yapılırken, % 67'si yakınları ziyaret amacıyla gerçekleştirilmiştir. Eskişehir'e yapılan seyahatlerde çoğunluğu gezi, eğlence ve tatil amacıyla yapılan seyahatlerin oluşturduğu görülmektedir. Eskişehir çok fazla termal kaynağa sahip olmasına rağmen, sağlık ve termal amaçlı yapılan seyahatlerde Türkiye ortalamasının çok altında kalmaktadır. 2010 yılında Türkiye'deki iç seyahatlerin % 8'i sağlık ve termal turizmi amacıyla gerçekleşirken, bu oran Eskişehir için sadece % 2'dir. Bu oranlar Eskişehir'in termal kaynaklarından turizm amacı ile yeterince yararlanamadığını ve şehrin termal turizmi kimliği oluşturamadığını göstermektedir. Kültür amaçlı yapılan seyahatlerde Eskişehir % 2'lik bir oran ile Türkiye ortalamasının (% 1) biraz üzerindedir. Kültürel açıdan birçok değere (Yunus Emre, Odunpazarı Evleri, Seyyid Battal Gazi Türbesi, Frigya

⁹³ Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2011), s. 54.

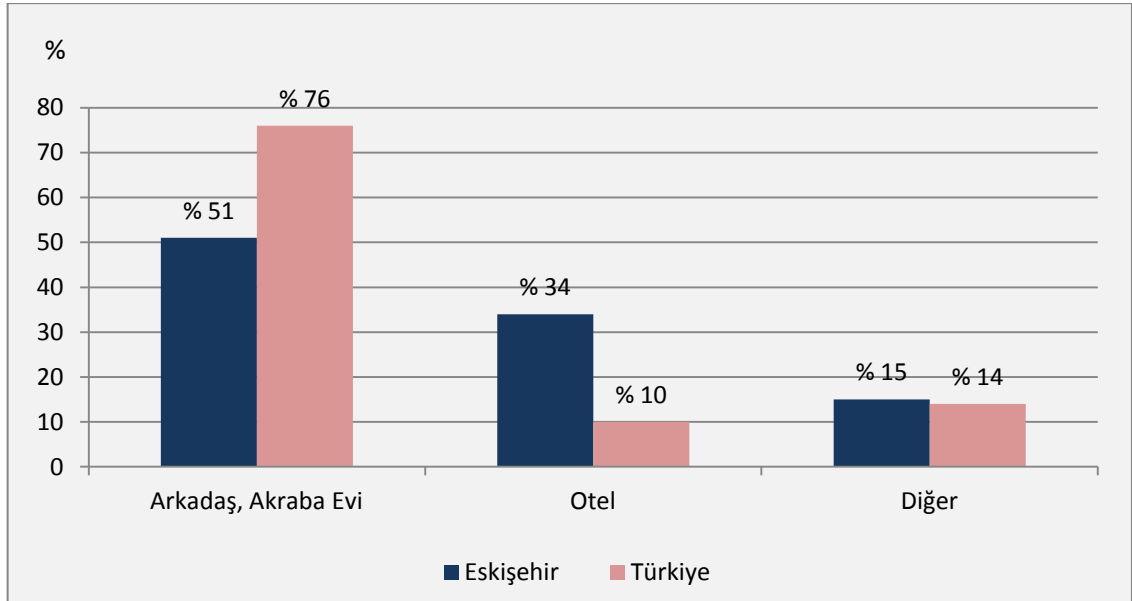
Vadisi vb.) sahip olan Eskişehir'in, bu değerlerden de turistik olarak yeterince yararlanamadığı görülmektedir. 2010 yılında Eskişehir'e gelen yerli ziyaretçilerin % 21'i iş ve kongre amacıyla seyahat ederken, bu oran Türkiye genelinde % 2'dir. İş ve kongre amaçlı yapılan seyahatlerde Eskişehir, Türkiye ortalamasının çok üzerinde bulunmaktadır. İki üniversitenin bulunması, sanayinin gittikçe gelişmesi, yıl boyunca birçok ulusal ve uluslararası kongre, konferans gibi etkinliklerin düzenlenmesi, büyük kentlere yakın olması ve ulaşım güzergâhlarının merkezinde bulunması gibi nedenler Eskişehir'e kongre ve iş amaçlı çok sayıda seyahatin gerçekleşmesinde etkili olmuştur. Kongre ve iş amaçlı yapılan seyahatlerin fazlalığından da anlaşılacağı gibi, termal ve kültür amaçlı seyahatlere kıyasla kongre ve iş amaçlı seyahatler Eskişehir turizminde daha büyük bir paya sahip olup, son yıllarda Eskişehir'in kongre ve iş turizmi kenti kimliğinin ön plana çıkmasında etkili olmuştur. Şekil 27'de Eskişehir'e gelen yerli ziyaretçilerin yaş gruplarına göre dağılımı verilmiştir.



Şekil 27. Eskişehir'e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı (2010)

Kaynak: TÜİK ve Eskişehir turizm master planı verilerinden derlenmiştir.

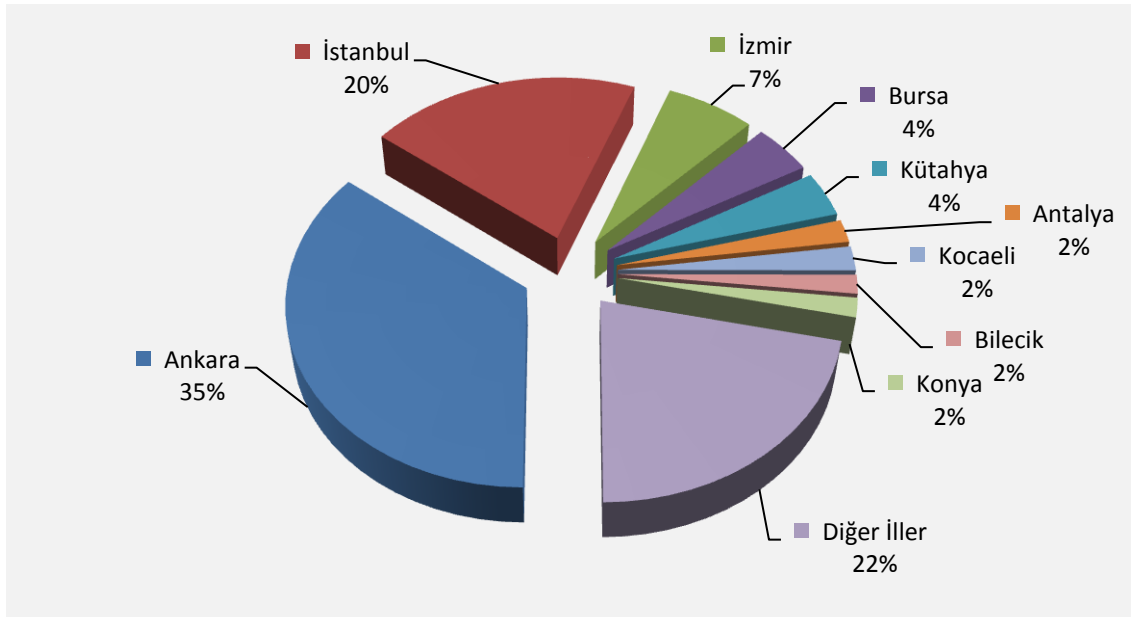
2010 yılında Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçilerin yaklaşık % 75’i yetişkin yaş grubundaki insanlardır. 25-44 yaş grubundaki yerli ziyaretçilerin oranı Eskişehir için % 46, Türkiye için % 36’dır. 45-64 yaş grubundaki yerli ziyaretçilerin oranı ise % 27. Gerek kongre ve iş amaçlı gerekse gezi, eğlence ve tatil amaçlı seyahatlerin çokluğu, Eskişehir’de yetişkin yaş grubundaki yerli ziyaretçilerin fazla olmasında etkilidir. Eskişehir’e seyahat eden 0-24 yaş grubundaki yerli ziyaretçilerin oranı % 23’tür. Genç nüfusun fazla olmasında Eskişehir’in üniversite ve öğrenci kenti olması büyük öneme sahiptir. Bütün yaş gruplarına bakıldığında Eskişehir’in genç ve yetişkin yaş grubundaki yerli ziyaretçiler tarafından tercih edildiği görülmektedir. 65 ve üzeri yaş grubundaki yerli ziyaretçilerin oranı Eskişehir için % 4, Türkiye içinse % 6’dır. Eskişehir’e yapılan sağlık ve termal amaçlı seyahatlerin az olması ve sağlık ve termal turizmin genellikle yaşlı nüfus tarafından tercih edilmesi, 65 ve üzeri yaş grubundaki yerli ziyaretçilerin düşük bir orana sahip olmasını açıklamaktadır. Şekil 28’de Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçilerin konakladığı yerlere göre dağılımı verilmiştir.



Şekil 28. Eskişehir’e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Konakladığı Yerlere Göre Dağılımı (2010)

Kaynak: TÜİK ve Eskişehir turizm master planı verilerinden derlenmiştir.

2010 yılında, iç turizmde Türkiye’de yerli ziyaretçilerin % 76’sı arkadaş, akraba vb. evinde kalırken, Eskişehir’de bu oran % 51’dir. Eskişehir’in bir üniversite kenti olması dolayısıyla Eskişehir’e yapılan seyahatlerde genç nüfusun oranının fazla olması, tüm konaklamanın yarıdan fazlasının arkadaş ve akraba evinde olmasını etkilemektedir. Yerli ziyaretçilerin otellerde yaptıkları gecelerinde ise Eskişehir, Türkiye ortalamasının çok üzerindedir. Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçilerin % 34’ü otellerde konaklamaktadır. Otellerde konaklama oranının çok olmasında, Eskişehir’e iş ve kongre amaçlı seyahatlerin fazla olmasının etkili olduğu söylenebilir. Nitekim Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçilerin % 21’inin iş ve kongre amacı ile seyahat ettikleri, Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçilerin seyahat amaçlarına göre dağılımında görülmektedir. % 15’lik kısım ise, orduevi, polisevi, öğretmenevi vb. yerlerde konaklamayı tercih etmektedir. Şekil 29’da Eskişehir’e gelen yerli ziyaretçilerin geldiği illere göre dağılımı verilmiştir.



Şekil 29. Eskişehir’e Gelen Yerli Ziyaretçilerin Geldiği İllere Göre Dağılımı (2010)

Kaynak: Anadolu Üniversitesi Yayınları. 2011: 46.

Eskişehir'e en fazla Ankara'dan yerli ziyaretçi gelmektedir. Eskişehir'e gelen yerli ziyaretçilerin % 35'i Ankara'dan gelmektedir. Ankara'dan gelen yerli ziyaretçi sayısının fazla olmasında Eskişehir'e olan yakınlığının yanı sıra, yüksek hızlı trenin sağladığı ulaşım kolaylığı da etkili olmaktadır. Ankara'nın ardından % 20'lik oran ile İstanbul, % 7'lik oran ile İzmir ve % 4'lük oran ile Bursa gelmektedir. Görüldüğü gibi, büyük şehirlerden gelen yerli ziyaretçiler % 66'lık bir orana sahiptir. Eskişehir'in İstanbul, Ankara, İzmir ve Bursa gibi büyük şehirlerin merkezinde bir noktada yer alması ve ulaşım imkanlarının kolaylaşması, bu illerden gelen yerli ziyaretçi sayısının artmasını sağlamıştır. Bununla birlikte, Eskişehir'in bir sanayi kenti olması İstanbul, Ankara gibi büyük şehirlerden gelen ziyaretçi sayısını etkilemektedir. Büyük şehirlerden gerek iş gerekse kongre, eğitim, sempozyum gibi nedenlerle çok sayıda ziyaretçi gelmektedir. Diğer illerin gönderdiği ziyaretçi sayısında ise coğrafi yakınlık göze çarpmaktadır. Kütahya'nın oranı % 4 ve yine Eskişehir'e coğrafi açıdan yakın olan illerden Bilecik, Kocaeli ve Konya'nın oranı % 2'dir.

Dördüncü Bölüm

Eskişehir’deki Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin İç Turizme Yönelik Algıları Üzerine Bir Araştırma

1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Dünyada gittikçe önem kazanan iç turizm, Türkiye turizminin gelişmesinde de üzerinde önemle durulması gereken bir turizm türü haline gelmiştir. 2011 yılında dünyadaki turizm harcamalarının % 70,5’inin, Türkiye’deki turizm harcamalarının ise % 53,1’inin iç turizmde yapılması, iç turizmin önemini göstermektedir. Çalışmanın amacı, Eskişehir’in ekonomik gelişimine katkı sağlayacak iç turizmin mevcut durumu, iç turizm ile ilgili sorunlar ve çözüm önerilerine ilişkin Eskişehir’deki konaklama işletmelerinin üst düzey yöneticilerinin algılarını ortaya koymaktır. Araştırmada, iç turizm için önem taşıyan işletmeler arasından (konaklama, yiyecek-içecek, seyahat acenteleri, eğlence vb.) sadece konaklama işletmeleri ele alınmıştır. Bu kapsamda, ilk bölümde söz konusu konaklama işletmelerinin profilinin çıkartılması amaçlanıp, ikinci kısımda ise konaklama işletmeleri yöneticilerinin Eskişehir’de iç turizme yönelik algıları ölçülmüştür.

2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini, Eskişehir ilinde faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı işletme ve yatırım belgeli konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Eskişehir ilinde bulunan turizm işletme ve yatırım belgeli konaklama işletmeleri tablo 22’de verilmiştir.

Tablo 22. Eskişehir’deki Turizm İşletme ve Yatırım Belgeli Konaklama İşletmeleri

İşletme Türü	İşletme Sayısı
5 Yıldızlı	1
4 Yıldızlı	2
3 Yıldızlı	9
2 Yıldızlı	4
1 Yıldızlı	1
Diğer	2
Toplam	19

Araştırmada, örneklem seçimine gidilmemiş, evrenin tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda, anket uygulamasını turizm işletme ve yatırım belgeli 19 konaklama işletmesinden 15’i kabul etmiştir. Bu işletmeler tablo 23’te verilmiştir.

3. Araştırma Verilerini Toplama Yöntemi

Araştırma için gerekli veriler konaklama işletmeleri yöneticilerine uygulanan anketler yoluyla elde edilmiştir. (Anket, “Ek” te verilmiştir.) Anket uygulamaları, konaklama işletmeleri doğrudan ziyaret edilerek ve bu işletmelerdeki yöneticilerle yüz yüze yapılmıştır. Anket 40 sorudan oluşmaktadır. Anketin ilk bölümünde konaklama işletmelerinin profiline yönelik sorular bulunurken, ikinci bölümünde konaklama işletmeleri yöneticilerinin görüşlerinin alınmasına yönelik sorular bulunmaktadır. Anket yoluyla elde edilen verilerin değerlendirilmesinde SPSS 13.0 (Statistical Package for The Social Science) programından yararlanılmıştır.

4. Araştırma Verilerinin Değerlendirilmesi

Tablo 23. Eskişehir’deki Turizm Belgeli Konaklama İşletmelerinin Sınıflarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
5 Yıldızlı	1	6,7
4 Yıldızlı	2	13,3
3 Yıldızlı	7	46,7
2 Yıldızlı	2	13,3
1 Yıldızlı	1	6,7
Diğer	2	13,3
Toplam	15	100,0

Araştırma kapsamında olan 15 konaklama işletmesinin sınıfına göre dağılım tablo 23’te verilmiştir. Gerek araştırma kapsamındaki gerekse Eskişehir’deki tüm otellerin yaklaşık yarısı 3 yıldızlı konaklama işletmesidir. Eskişehir’de 3 yıldızlı konaklama işletmelerinin çoğunlukta olduğu görülürken, 1 ve 5 yıldızlı konaklama işletmesi sayısı ise azdır.

Tablo 24. Konaklama İşletmelerinin Mülkiyet Yapılarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Yerli	14	93,3
Yabancı	1	6,7
Toplam	15	100,0

Eskişehir’deki araştırmaya konu olan konaklama işletmelerinin neredeyse tamamı yerli işletmedir. 15 konaklama işletmesinden sadece biri yabancı işletmedir. Tablo 25’te konaklama işletmelerinin hukuki yapılarına göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 25. Konaklama İşletmelerinin Hukuki Yapılarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Şahıs	1	6,7
Anonim	6	40,0
Limitet	8	53,3
Toplam	15	100,0

Eskişehir’deki konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğu limitet ve anonim işletmedir. Konaklama işletmelerinden sadece biri şahıs işletmesidir. Tablo 26’da araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin bağımsız veya zincir işletme olma durumlarına göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 26. Konaklama İşletmelerinin Bağımsız veya Zincir İşletme Olma Durumlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Bağımsız işletme	12	80,0
Zincir işletme	3	20,0
Toplam	15	100,0

Eskişehir’deki bağımsız işletme niteliğindeki konaklama işletmelerinin, zincir işletme niteliğindeki konaklama işletmelerine göre sayılarının fazla olduğu görülmektedir. Eskişehir’de zincir işletme niteliğindeki konaklama işletmelerinin sayısı azdır.

Eskişehir’de araştırma kapsamındaki tüm konaklama işletmeleri bütün yıl hizmet vermektedir. Söz konusu konaklama işletmelerinin şehir oteli olarak hizmet vermesi nedeni ile sezonluk hizmet veren konaklama işletmesi bulunmamaktadır. Tablo 27’de konaklama işletmelerinin oda ve yatak sayılarına göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 27. Konaklama İşletmelerinin Oda ve Yatak Sayılarına Göre Dağılımı

Oda Sayısı	Frekans	Yüzde	Yatak Sayısı	Frekans	Yüzde
0-49	7	46,7	0-99	7	46,7
50-99	6	40,0	100-199	7	46,7
100+	2	13,3	200+	1	6,7
Toplam	15	100,0	Toplam	15	100,0

Araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğu küçük ölçekli (100 ve daha az oda sayısına sahip oteller) konaklama işletmeleridir. 2 tane orta ölçekli (100-300 oda sayısına sahip oteller) konaklama işletmesi bulunmaktadır. Tablo 28’de konaklama işletmelerindeki odalar, tek kişilik, çift kişilik ve süit oda sayılarına göre değerlendirilmiştir.

Tablo 28. Konaklama İşletmelerindeki Odaların Türlerine Göre Dağılımı

	Frekans	Ortalama	Standart Sapma
Tek Kişilik Oda	12	31,50	30,865
Çift Kişilik Oda	14	36,93	23,117
Standart Sapma	13	7,31	9,205

Araştırma kapsamındaki 15 konaklama işletmesinden 12’sinin tek kişilik odası bulunmaktadır. 12 işletmede ortalama 31,50 tek kişilik oda bulunmaktadır. 14 konaklama işletmesinde bulunan çift kişilik odaların ortalaması 36,93’tür. 13 konaklama işletmesinde bulunan süit odaların ise ortalaması 7,31’dir. Tablo 29’da araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin yıllık doluluk oranlarına göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 29. Konaklama İşletmelerinin Yıllık Doluluk Oranlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
% 20-40 arası	0	0
% 40-60 arası	4	26,7
% 60 ve üstü	11	73,3
Toplam	15	100,0

Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticilerinin tamamı, otellerinin % 40'ın üzerinde doluluk oranlarına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Ancak konaklama işletmeleri yöneticilerinin doluluk oranları ile ilgili verdikleri bilgiler, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verileriyle örtüşmemektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, 2011 yılında Eskişehir'deki bakanlık belgeli konaklama işletmelerinin ortalama doluluk oranı 36,57'dir. Konaklama işletmelerinin çalışan personel sayısına göre dağılımı tablo 30'da görülmektedir.

Tablo 30. Konaklama İşletmelerinin Çalışan Personel Sayısına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
25'in altında	4	26,7
25-50 arası	9	60,0
50'den fazla	2	13,3
Toplam	15	100,0

Araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin çoğunluğunun 25-50 arası personele sahip olduğu görülmektedirken, 50'den fazla personele sahip konaklama işletmelerinin sayısı azdır. Küçük ve orta büyüklükteki konaklama işletmelerinin sayısının fazlalığı nedeniyle 50'den fazla personele sahip konaklama işletmelerinin oranı düşüktür. Personelin, bağlı olduğu departmanlara göre dağılımı tablo 31'de değerlendirilmiştir.

Tablo 31. Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personelin Departmanlara Göre Dağılımı

	Frekans	Ortalama	Standart Sapma
İdari Personel	15	3,67	2,845
Ön Büro Dep.	15	5,67	2,469
Yiyecek-İçecek Dep.	14	9,21	6,066
Kat Hizmetleri Dep.	15	6,27	3,918

Eskişehir'deki konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğunun küçük ölçekli olması nedeniyle bu konaklama işletmeleri düşük idari personel ve ön büro personeli sayılarına sahiptir. Yine konaklama işletmelerinin oda ve yatak sayılarının az olması nedeniyle kat hizmetleri departmanında çalışan personel sayısı az olduğu görülmektedir. Tablo 32'de konaklama işletmelerinin müşterilerinin otele geliş şekillerine göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 32. Konaklama İşletmelerinin Müşterilerinin Otele Geliş Şekillerine Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Münferit	5	33,3
Seyahat acentesi ile	5	33,3
Anlaşmalı işletmeler	5	33,3
Toplam	15	100,0

Müşterilerin otele geliş şekillerinde eşit bir dağılım görülmektedir. 5 konaklama işletmesinde münferit girişlerin fazla olduğu belirtilirken, yine 5 konaklama işletmesinde seyahat acentesi ile girişlerin çoğunlukta olduğu belirtilmiştir. Diğer 5 konaklama işletmesinde ise anlaşmalı işletmelerin rezervasyonları çoğunluktadır. Araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin yerli müşterilerinin geceleme sayılarına göre dağılım tablo 33'te görülmektedir.

Tablo 33. Konaklama İşletmelerinin Yerli Müşterilerinin Geceleme Sayılarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
1-3 geceleme	14	93,3
4 ve daha fazla geceleme	1	6,7
Toplam	15	100,0

Yerli müşterilerin geceleme sayılarına göre dağılımında, konaklama işletmelerinin tamamına yakını konaklamaların 1-3 gece arası gerçekleştiğini belirtmiştir. Sadece bir konaklama işletmesi, 4 ve üzeri geceleme için daha fazla gerçekleştiğini ifade etmiştir. Seyahatlerin yüksek oranda kongre ve iş gibi nedenlerle yapılması sebebiyle konaklamalarda 1-3 geceleme oranı yüksektir.

Anketteki 13. soruda, konaklama işletmelerinde en çok hangi yaş grubundaki yerli müşterilerin konakladığı sorulmuştur. 15 işletmenin tamamı, 25-44 yaş grubundaki yerli müşterilerin çoğunlukta olduğunu belirtmiştir. 14. soruda ise işletme yöneticilerine, konaklama işletmelerine gelen müşterilerin Eskişehir’e geliş amaçları ile ilgili bilgi alınıp alınmadığı sorulmuş, konaklama işletmelerinin tamamı bilgi alındığını belirtmiştir. Buna göre tablo 34’te konaklama işletmelerinin, yerli müşterilerinin Eskişehir’e geliş amaçlarına göre dağılımı görülmektedir.

Tablo 34. Konaklama İşletmelerinde Konaklayan Yerli Müşterilerin Eskişehir’e Geliş Amaçları

	Frekans	Yüzde
Gezi, eğlence, tatil	3	20
İş	8	53,3
Yakınları ziyaret	0	0
Konferans, seminer, eğitim	4	26,7
Kültür	0	0
Sağlık, termal	0	0
Diğer	0	0
Toplam	15	100,0

Konaklama işletmelerinden alınan bilgilere göre, Eskişehir’de konaklama gerçekleştiren yerli ziyaretçiler en çok iş amacı ile Eskişehir’e gelmektedir. Konaklama işletmelerinin % 53,3’ü, yerli müşterilerin Eskişehir’e geliş nedenlerinin iş seyahatleri olduğunu belirtmiştir. İş amacı ile yapılan seyahatleri konferans, seminer, eğitim vb. amaçlar ile gerçekleştirilen seyahatler izlemektedir. Konaklama işletmelerinin % 26,7’si konferans, seminer, eğitim vb. amaçlı seyahatlerin çoğunlukta olduğunu belirtmiştir. Gezi, eğlence, tatil amaçlı seyahatlerin çoğunlukta olduğunu belirten işletmelerin oranı ise % 20’dir. Bu bulgular Eskişehir’de büyük oranda iş ve kongre turizminin gerçekleştiği bilgisini desteklemektedir.

Tablo 35. Konaklama İşletmelerinin Yerli Müşterilere Yönelik Pazarlama ve Tanıtım Faaliyetlerinin Varlığı

	Frekans	Yüzde
Evet	13	86,7
Hayır	2	13,3
Toplam	15	100,0

16. soruda konaklama işletmelerinin, yerli müşterilere yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin olup olmadığı sorulmuştur. Buna göre tablo 34'te konaklama işletmelerinin yerli müşterilere yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin varlığına göre dağılımı verilmiştir. 13 işletme yerli müşterilere yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin olduğunu belirtirken, 2 işletme ise olmadığını belirtmiştir. Söz konusu 13 işletmenin pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde kullandığı araçların dağılımı tablo 36'da görülmektedir.

Tablo 36. Konaklama İşletmelerinin Pazarlama ve Tanıtım Faaliyetlerinde Kullandığı Araçlar

	Frekans	Yüzde
Reklam ve halkla ilişkiler	7	30,5
Promosyon ürünler, broşür, hediyelik eşya	3	13,0
Seyahat acenteleri ve tur operatörleri	6	26,1
Fuar ve Festivaller	4	17,4
Diğer	3	13,0
Toplam	23	100,0

Eskişehir'deki konaklama işletmeleri pazarlama ve tanıtım faaliyetlerini en fazla reklam ve halkla ilişkiler ile gerçekleştirmektedir. Reklam ve halkla ilişkilerin oranı %30,5'tir. Reklam ve halkla ilişkileri, % 26,1 ile seyahat acenteleri ve tur operatörleri aracılığı ile yapılan pazarlama ve tanıtım faaliyetleri izlemektedir. Fuar ve festivallerin oranı % 17,4 ve promosyon ürünler, broşür ve hediyelik eşyaların oranı % 13'tür. Tablo 37'de konaklama işletmelerinin 2011 yılı kârlılık durumlarına göre dağılımı verilmiştir.

Tablo 37. Konaklama İşletmelerinin 2011 Yılı Kârlılık Durumlarına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet (Kârda)	11	73,3
Hayır (Kârda Değil)	2	13,3
Cevapsız	2	13,3
Toplam	15	100,0

11 işletme 2011 yılını kâr ile kapattığını, 2 işletme ise kârsız kapattığını belirtmiştir. 2 işletme bu soruya cevap vermemiştir. Eskişehir’deki konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğunun 2011 yılını kâr ile kapattığı görülmektedir. 19. soruda konaklama işletmesi yöneticilerine, Eskişehir’deki konaklama işletmeleri arasındaki rekabetin seviyesi sorulmuştur. Tablo 38’de konaklama işletmeleri arasındaki rekabet seviyesine ilişkin dağılım verilmiştir.

Tablo 38. Eskişehir’deki Konaklama İşletmeleri Arasındaki Rekabet Seviyesi

	Frekans	Yüzde
Yoğun	7	46,7
Normal	6	40,0
Az	2	13,3
Toplam	15	100,0

Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticilerinin yaklaşık yarısı, Eskişehir’deki konaklama işletmeleri arasındaki rekabetin yoğun olduğunu ifade etmişlerdir. Rekabetin az olduğunu düşünen yönetici sayısı ise düşüktür. Tablo 39’da konaklama işletmelerinin Eskişehir turizm sektöründe yeni yatırım yapma düşüncelerine göre dağılımları görülmektedir.

Tablo 39. Konaklama İşletmelerinin Yeni Yatırım Yapma Düşüncelerine Göre Dağılımları

	Frekans	Yüzde
Evet	7	46,7
Hayır	8	53,3
Toplam	15	100,0

Eskişehir’deki konaklama işletmelerinde 7’si Eskişehir turizm sektöründe yeni yatırım yapmayı düşündüklerini ifade ederken, 8’i ise yeni yatırım düşünmediklerini belirtmiştir. Söz konusu 7 konaklama işletmesinin turizm sektöründe yapacakları/yapmayı düşündükleri yatırım türlerinin dağılımı tablo 40’ta verilmiştir.

Tablo 40. Konaklama İşletmelerinin Turizm Sektöründe Yapmayı Düşündükleri Yatırım Türüne Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Mevcut Yatak Kapasitesini Arttırmak	1	10,0
Konaklama İşletmesi Yatırımı Yapmak	6	60,0
Yiyecek-İçecek İşletmesi Yatırımı Yapmak	0	0
Rekreasyon ve Eğlence İşletmesi Yatırımı Yapmak	2	20,0
Diğer	1	10,0
Toplam	10	100,0

Yapılması planlanan yatırım türlerinin dağılımına bakıldığında, en çok yeni konaklama işletmesi yatırımının bulunduğu görülmektedir. Yeni konaklama işletmesi yatırımının oranı % 60'tır. Rekreasyon ve eğlence işletmesi yatırımı ise % 20 ile 2. sırada yer almaktadır. Mevcut yatak kapasitesi artırımının oranı ise % 10'dur. Anketteki 22. Soruda, konaklama işletmelerinin turizm sektörü dışındaki başka sektörlerde yatırımlarının bulunup bulunmadığı sorulmuştur. Buna göre, konaklama işletmelerinin başka sektörlerdeki yatırımlarının varlığına göre dağılımı tablo 41'de görülmektedir.

Tablo 41. Konaklama İşletmelerinin Turizm Sektörü Dışındaki Başka Sektörlerdeki Yatırımlarının Varlığına Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Evet	11	73,3
Hayır	4	26,7
Toplam	15	100,0

Araştırmaya konu olan konaklama işletmelerinden 11'inin turizm sektörü dışındaki başka sektörlerde yatırımları bulunurken, 4'ünün bulunmamaktadır. Söz konusu işletmelerinin yatırımlarının bulunduğu sektörlerle göre dağılımı tablo 42'de verilmiştir.

Tablo 42. Turizm Sektörü Dışındaki Başka Sektörlerde Yatırımları Bulunan Konaklama İşletmelerinin, Yatırımlarının Bulunduğu Sektörlere Göre Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Tarım	1	9,1
Sanayi	5	45,5
Hizmet	5	45,5
Toplam	11	100,0

Konaklama işletmelerinden 5'inin sanayi sektöründe ve yine 5'inin hizmet sektöründe yatırımları bulunmaktadır. İşletmelerden sadece 1'inin tarım sektöründe yatırımları bulunmaktadır. Tablo 43'te konaklama işletmeleri yöneticilerinin, Eskişehir'de turizmin sorunlarına yönelik görüşlerine ilişkin ifadeler verilmiştir.

Tablo 43. Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin, Eskişehir'de Turizmin Sorunlarına Yönelik Görüşleri

İfadeler	Frekans	Ortalama	Standart Sapma
Eskişehir'deki konaklama işletmeleri nitelik olarak yetersizdir.	15	2,67	1,113
Eskişehir'deki konaklama işletmeleri sayı olarak yetersizdir.	15	3,13	1,506
Eskişehir'deki yiyecek-içecek işletmeleri sayı olarak yetersizdir.	15	2,93	1,438
Eskişehir'deki rekreasyon ve eğlence işletmeleri sayı olarak yetersizdir.	15	3,80	0,941
Eskişehir turizm sektöründe kalifiye eleman yetersizdir.	15	4,33	1,113
Eskişehir'e olan ulaşım imkanları (havayolu, demiryolu) yetersizdir.	15	3,40	1,454
Turistik ve genel altyapı (su, enerji, iletişim vb.) yetersizdir.	15	3,13	1,356
Eskişehir turizm sektörüne yapılan teşvikler yetersizdir.	15	3,73	1,280
Eskişehir'deki turistik değerlerin tanıtım faaliyetleri yetersizdir.	15	4,00	0,845

*5'li likert ölçeğinde 5 kesinlikle katılıyorum, 1 kesinlikle katılmıyorum olarak ifade edilmiştir.

Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticileri, Eskişehir’deki konaklama işletmelerinin sayı olarak yetersiz olduğunu düşünürken, nitelik olarak yeterli olduğunu ifade etmişlerdir. Konaklama işletmeleri yöneticileri, Eskişehir’deki yiyecek-içecek işletmelerini sayı olarak yeterli bulurken, rekreasyon ve eğlence işletmelerinin sayı olarak yetersiz olduğunu belirtmişlerdir. Diğer ifadelerle bakıldığında; konaklama işletmeleri yöneticileri, Eskişehir’e olan ulaşım imkanlarının, Eskişehir’in turistik ve genel altyapısının, Eskişehir turizm sektörüne yapılan teşviklerin ve Eskişehir’deki turistik değerlerin tanıtım faaliyetlerinin yetersiz olduğunu düşünmektedirler. Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticilerine göre, Eskişehir turizmindeki en önemli sorun turizm sektöründe kalifiye eleman bulmadaki güçlölüdür. Tablo 44’te konaklama işletmeleri yöneticilerinin, Eskişehir’de turizmin gelişimine yönelik görüşlerine ilişkin ifadeler verilmiştir.

Tablo 44. Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin, Eskişehir’de Turizmin Gelişimine Yönelik Görüşleri

İfadeler	Frekans	Ortalama	Standart Sapma
Yüksek hızlı tren Eskişehir turizmini geliştirmiştir.	15	3,93	1,335
Havayolu ulaşımının geliştirilmesi Eskişehir turizmi açısından çok önemlidir.	15	4,00	1,195
İki üniversitenin Eskişehir turizmine katkısı fazladır.	15	4,20	1,082
Kültürel ve tarihi değerlerin Eskişehir turizmine katkısı fazladır.	15	4,00	1,195
Termal kaynakların Eskişehir turizmine katkısı fazladır.	15	2,87	1,187
Festivaller ve kültürel etkinlikler (Yunus Emre Festivali, Uluslararası Eskişehir Festivali vb.) Eskişehir turizmi açısından önemlidir.	15	3,87	1,356

*5’li likert ölçeğinde 5 kesinlikle katılıyorum, 1 kesinlikle katılmıyorum olarak ifade edilmiştir.

Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticileri, yüksek hızlı trenin ve hava yolu ulaşımının Eskişehir turizmi açısından önemli olduğunu belirtmişlerdir. Konaklama işletmeleri yöneticileri, üniversitelerin, kültürel ve tarihi değerlerin Eskişehir turizmine katkısının fazla olduğunu düşünürken, termal kaynakların Eskişehir turizmine katkısının az olduğunu ifade etmişlerdir. Ayrıca konaklama işletmeleri yöneticileri, festival ve kültürel etkinliklerin Eskişehir turizmi açısından önemli bir yere sahip olduğunu belirtmişlerdir. Tablo 45’te, konaklama işletmeleri yöneticilerinin görüşleri doğrultusunda, Eskişehir turizminin gelişiminde önem kazanacak turizm türlerinin dağılımı verilmiştir.

Tablo 45. Eskişehir Turizminin Gelişiminde Önem Kazanacak Turizm Türüne İlişkin Görüşler

	Frekans	Yüzde
Kültür Turizmi	5	33,3
Kongre ve İş Turizmi	7	46,7
Sağlık ve Termal Turizmi	2	13,3
İnanç Turizmi	0	0
Diğer	1	6,7
Toplam	15	100,0

Araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin % 46,7'si, Eskişehir turizminin gelişiminde en çok önem kazanacak turizmi türünü, kongre ve iş turizmi olarak ifade etmiştir. Konaklama işletmelerinin % 33,3'ü kültür turizminin, % 13,3'ü ise sağlık ve termal turizminin daha çok önem taşıyacağını vurgulamıştır. Anketin son sorusunda Eskişehir'in turizm ile ilgili sorunlarının çözümünde en çok katkıyı kimlerin sağlayabileceği sorulmuş ve yerel yönetimler, üniversiteler, hükümet ve sivil toplum kuruluşları arasında sıralama yapılması istenmiştir. Tablo 46'da söz konusu sıralama ile ilgili dağılım görülmektedir.

Tablo 46. Eskişehir'in Turizm İle İlgili Sorunlarının Çözümünde En Çok Katkıyı Kimlerin Sağlayacağına İlişkin Görüşler

	Yerel Yönetimler		Üniversiteler		Hükümet		Sivil Toplum Kuruluşları	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
1	10	66,7	3	20,0	2	13,3	0	0
2	5	33,3	5	33,3	4	26,7	1	6,7
3	0	0	6	40,0	6	40,0	3	20,0
4	0	0	1	6,7	3	20,0	11	73,3
Toplam	15	100,0	15	100,0	15	100,0	15	100,0

Araştırmaya katılan konaklama işletmelerinin % 66,7'si, Eskişehir'in turizm ile ilgili sorunlarının çözümünde en çok katkıyı yerel yönetimlerin sağlayabileceğini ifade etmiştir. Konaklama işletmelerinin % 20'si sorunların çözümünde en çok katkıyı üniversitelerin sağlayabileceğini düşünürken, % 13,3'ü ise hükümetin sağlayabileceğini belirtmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Turizm sektörü dünyada en hızla gelişen ve büyüyen sektörlerin başında yer almaktadır. 2000 yılında 475 milyar dolar olan dünya turizm gelirlerinin 2 kattan fazla artarak günümüzde 1 trilyon dolara ulaşması, turizm sektörünün dünya ekonomisinde hızla büyüyen bir sektör olduğunu göstermektedir. Bugün turizm gelirlerinde ve ziyaretçi sayısında üst sıralarda bulunan ülkeler dış turizm faaliyetleri kadar iç turizm faaliyetlerinin de gelişmesine önem vermektedir. Ülkemiz açısından da dış turizm faaliyetleri kadar iç turizm faaliyetleri de büyük önem taşımaktadır. 2011 yılında ülkemizde yabancı ziyaretçilerin yaptıkları harcamalar 17,7 milyar dolar iken yerli ziyaretçilerin yaptıkları harcamalar yaklaşık 8,6 milyar dolardır. Dolayısıyla ülkemizde iç turizmin de dış turizm kadar önem verilmesi gereken bir turizm türü olduğu görülmektedir.

Eskişehir kaynakları ve turistik değerleri ile gerek dış turizmin gerekse iç turizmin gelişmesi açısından büyük potansiyele sahiptir. Bu çalışmada Eskişehir'deki konaklama işletmeleri yöneticilerine yönelik olarak yapılan anket çalışmasında, Eskişehir'deki mevcut konaklama işletmelerinin profilinin çıkarılması ve Eskişehir'deki konaklama işletmeleri yöneticilerinin Eskişehir turizmi ile ilgili algılarını belirlemek amaçlanmıştır. Eskişehir'deki konaklama işletmeleri yöneticileri üzerinde uygulanan çalışma sonucu elde edilen bulgular şu şekildedir:

Araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin, % 40 ve üzeri doluluk oranlarına sahip oldukları görülmektedir. Konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğu, 2011 yılını kâr ile kapattıklarını belirtmişlerdir. Eskişehir'e gelen yerli ziyaretçilerin profiline bakıldığında, neredeyse tamamına yakınının iş ve kongre amacıyla kısa süreli konaklama gerçekleştiren yetişken yaş grubundaki kişilerin olduğu görülmektedir. Konaklama işletmelerinin % 80'i iş ve kongre, % 20'si gezi, eğlence, tatil amaçlı seyahatlerin çoğunlukta olduğunu ifade etmişlerdir.

Eskişehir’de turizmin sorunlarına yönelik konaklama işletmeleri yöneticilerinin görüşleri doğrultusunda şu sonuçlara ulaşılmıştır; Eskişehir’deki konaklama işletmeleri ve rekreasyon ve eğlence işletmeleri turistik ihtiyacı karşılamada sayıca azdır. Bununla birlikte, Eskişehir’deki mevcut konaklama işletmelerinin nitelik olarak yeterli olduğu ve Eskişehir’deki yiyecek-içecek işletmelerinin turistik ihtiyacı karşılamada sayı olarak yeterli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, gerek Eskişehir’e olan ulaşım imkanlarının gerekse Eskişehir’deki turistik ve genel altyapının Eskişehir turizmi açısından yeterli seviyede olmadığı görülmüştür. Eskişehir turizmindeki en önemli sorunlar ise Eskişehir turizm sektöründe kalifiye eleman bulmadaki güçlük ve Eskişehir’deki turistik değerlerin tanıtım faaliyetlerinin yetersizliğidir.

Eskişehir’de turizmin gelişimine yönelik ifadeler değerlendirildiğinde ise şu sonuçlara ulaşılmıştır; Yüksek hızlı tren trenin Eskişehir turizminin gelişmesinde olumlu etkisi bulunmaktadır ve havayolu ulaşımı Eskişehir turizmi açısından önemlidir. Bununla birlikte sorunlara yönelik görüşlerde konaklama işletmeleri yöneticilerinin Eskişehir’e olan ulaşım imkanlarının yetersiz olduğunu ifade etmelerinden, gerek demiryolu gerekse havayolu ulaşımının henüz yeterli seviyede olmadığı anlaşılmaktadır. Kültürel ve tarihi değerlerin, festivallerin ve kültürel etkinliklerin Eskişehir turizmi açısından önemli olduğu dolayısıyla kültür turizminin Eskişehir turizminin gelişiminde büyük önem taşıdığı görülmektedir. Ayrıca iki üniversitenin varlığının da Eskişehir turizmi açısından önem taşıması, kültür turizmi amaçlı seyahatlerin yanında kongre, seminer ve eğitim gibi amaçlarla yapılan seyahatlerin de Eskişehir turizminin gelişmesine katkı sağladığını ortaya koymaktadır. Konaklama işletmeleri yöneticilerinin, Eskişehir’deki konaklama işletmelerinde konaklayan yerli müşterilerin % 26,7’sinin kongre, seminer, eğitim gibi nedenlerle Eskişehir’e geldiklerini belirtmeleri bu ifadeyi desteklemekte ve üniversitelerin Eskişehir’de özellikle kongre turizmi açısından önem taşıdığını göstermektedir. Bununla birlikte, Eskişehir termal kaynaklar açısından zengin bir bölgede bulunsa da, termal turizmin Eskişehir turizmine katkısı fazla değildir.

Araştırma sonucunda ortaya çıkan sonuçlar dikkate alınarak Eskişehir’de gerek iç turizmin gerekse dış turizmin gelişmesine yönelik öneriler şu şekildedir:

- Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticileri, Eskişehir’deki konaklama işletmelerinin sayı olarak yetersiz olduğunu ifade etmişlerdir. Ancak Turizm ve Kültür Bakanlığı’ndan alınan veriler, mevcut konaklama işletmelerinin bile doluluk oranlarının düşük seviyede olduğunu göstermektedir. Eskişehir turizminin gelişimi için nitelikli konaklama tesislerine ihtiyaç vardır. Eskişehir’de 4 ve 5 yıldızlı konaklama tesislerinin az sayıda olduğu düşünüldüğünde, yapılacak yeni yatırımlar ile 4 ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerinin sayısının arttırılması daha yararlı olacaktır.
- Eskişehir’de eğlence ve rekreasyon işletmelerinin sayılarının turistik ihtiyacı karşılamada yetersiz olduğu görülmektedir. Şehrin çeşitli yerlerinde yeni eğlence ve rekreasyon işletmesi yatırımlarının yapılması hem Eskişehir turizmini gelişmesi katkı sağlayacak hem de kongre, iş ve kültür turizmi gibi turizm türlerinin etkinliğini arttıracaktır. Ayrıca Kent Park, Şelale Park, Sazova Bilim, Sanat ve Kültür Parkı gibi projelerin sayılarının arttırılıp, yeni rekreasyon alanlarının oluşturulması Eskişehir turizmi açısından faydalı olacaktır.
- Eskişehir termal turizminin yapılabilmesi için geniş kaynaklara sahiptir. Eskişehir çok önemli termal kaynaklara sahip olsa da, bu termal kaynaklardan turizm amaçlı yeterince yararlanılamamaktadır. Dolayısıyla Afyon, Kütahya gibi hem termal tesislerin daha fazla olduğu hem de termal turizmin Eskişehir’e kıyasla daha gelişmiş olduğu illerin gerisinde kalmaktadır ve daha az termal turizmi amaçlı seyahat eden ziyaretçi çekmektedir. Bugün nitelik termal tesis noksanlığı sebebiyle, Eskişehir’de yaşayan insanlar bile termal turizmi amaçlı Afyon, Kütahya, Denizli gibi illere seyahat etmektedir. Ege bölgesinde bakanlık belgeli 11 termal konaklama işletmesi bulunurken, Eskişehir’de bakanlık belgeli konaklama tesisi bulunmamaktadır. Termal kaynaklardan yararlanmak ve termal turizmi geliştirmek dolayısıyla termal turizm amaçlı daha fazla ziyaretçi çekmek için termal kaynakların bulunduğu bölgelere nitelikli termal konaklama işletmesi yatırımı yapılması gereklidir. Özellikle şehir merkezindeki termal kaynakların bulunduğu yerlere nitelikli termal tesisler yapılarak, bu termal kaynaklardan daha fazla yararlanılması ve termal turizmin geliştirilmesi sağlanabilir. Böylelikle termal

turizmin geliştiği diğer iller gibi, Eskişehir’de termal turizmi kenti imajını ortaya çıkartabilir.

- Eskişehir kùltùr turizmi yapılabilmesi için önemli değèrlere (Frig Vadisi, Yunus Emre, Seyyid Battal Gazi Türbesi, ulusal ve uluslararası kùltürel etkinlik vb.) sahiptir. Bu kùltürel ve tarihi değèrlerin daha fazla tanıtımının yapılması, hem kùltür hem de inanç turizmi kapsamında Eskişehir turizminin gelişiminde faydalı olacaktır. Bu değèrlerin Türkiye ve Dünya’da tanıtımının etkin olarak yapılabilmesi için yerel yönetim ve Turizm ve Kùltür Bakanlığı arasında iş birliğinin sağlanması gerekir.
- Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticileri, günümüzde Eskişehir turizmi için büyük bir öneme sahip olan kongre ve iş turizminin, gelecekte de Eskişehir turizminin gelişiminde büyük bir öneme sahip olacağını belirtmişlerdir. Kongre ve iş turizminin dünya ve turizm gelirleri içindeki payı gün geçtikçe artmaktadır. Eskişehir ve iş turizminin gelişebilmesi açısından büyük potansiyeli sahiptir. Eskişehir’in kongre ve iş turizmi merkezli büyümesi, gelecekte hem dış turizm hem de iç turizmden daha büyük bir pay almasını sağlayacaktır. Kongre ve iş turizminin kùltür, termal ve eğlence turizmi gibi turizmi türleri ile birleştirilerek geliştirilmesi, hem kongre ve iş turizmi amaçlı seyahat eden ziyaretçilerin Eskişehir’de daha fazla gecekemelerini sağlayacak hem de Eskişehir’de kongre ve iş turizminin etkinliğini arttıracaktır.
- Eskişehir’deki konaklama işletmelerinin Eskişehir turizminin tanıtım faaliyetlerinde, turizmin sorunlarına ilişkin çözümlerde ve gelecekte turizmin gelişmesi için yapılabilecek projelerde birlikte hareket edebilecekleri bir yapılanmaya gitmeleri gerekmektedir.
- Büyük nitelikteki konaklama işletmelerinin ve uygulama otellerinin sayılarının arttırılması, yeni mezun öğrencilerin tecrübe ve mesleki bilgi ve beceri gibi eksikliklerini kapatmaların sağlayacaktır. Dolayısıyla Eskişehir turizm sektöründeki kalifiye eleman eksikliği sorununun önüne geçilebilir.

- Eskişehir’de farklı sınıflardaki konaklama işletmelerinin eksikliği nedeniyle günlük kiralık daire, residence gibi yerlerde konaklamaların yaygınlaşmasına neden olmuştur. Apart otellerin sayıları arttırılabilir.
- Şehrin çeşitli yerlerine, gerek yerli ziyaretçilerin gerekse yabancı ziyaretçilerin yararlanabilmesi için turizm rehberlik büroları kurulmalıdır.
- Araştırma sürecinde, gerek Eskişehir gerekse diğer illere ilişkin turizm ve konaklama verilerinin ve istatistiklerinin yetersiz olduğu görülmüştür. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK vb. kurumların illere ilişkin verilerini arttırıp daha geniş bir veritabanı oluşturması, turizm ile ilgili yapılacak çalışma ve projeler için faydalı olacaktır.
- Araştırmaya katılan konaklama işletmeleri yöneticileri, havayolu ve demiryolu ulaşımının Eskişehir turizmi açısından önemli olduğunu ancak mevcut seviyelerinin yeterli düzeyde olmadığını ifade etmişlerdir. Havayolu ve demiryolu ulaşımının geliştirilmesiyle, Eskişehir’in ulaşılabilirliğinin arttırılarak daha fazla yerli ve yabancı ziyaretçi için çekim noktası olması sağlanabilir.

Ek

Konaklama İşletmesi Yöneticilerine Uygulanan Anket Soruları

Sayın Yönetici;

Bu anket, T.C. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Uluslararası İşletmecilik Tezli Yüksek Lisans Programı dahilinde hazırlanmakta olan yüksek lisans tezine veri sağlamak üzere hazırlanmıştır.

Bu araştırma, Eskişehir’de faaliyet gösteren konaklama işletmelerinde, yöneticilerin algılarını değerlendirmek amacıyla yapılmaktadır. Bu çalışmadan elde edilecek sonuçlarla Eskişehir turizminin gelişimine katkıda bulunmayı arzuluyoruz. Araştırma verileri sadece akademik amaçlı kullanılacağından, vereceğiniz bilgiler tamamen gizli tutulacak ve toplu olarak değerlendirilecektir. Değerli zamanınızı ayırdığınız ve desteğiniz için teşekkür ederiz.

Erman KARAKAHYA

Anadolu Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yüksek Lisans Öğrencisi

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Özgür TONUS

1) İşletmenizin sınıfı nedir?

- ☐ 5 yıldızlı konaklama işletmesi
- ☐ 4 yıldızlı konaklama işletmesi
- ☐ 3 yıldızlı konaklama işletmesi
- ☐ 2 yıldızlı konaklama işletmesi
- ☐ 1 yıldızlı konaklama işletmesi
- ☐ Diğer

2) İşletmenizin mülkiyet yapısı nasıldır?

() Yerli () Yabancı () Yerli – Yabancı ortaklığı

3) İşletmenizin hukuki yapısı nedir?

() Şahıs () Anonim
() Komandit () Limitet

4) İşletmeniz;

() Bağımsız işletme () Zincir işletme

5) İşletmeniz faaliyet süresine göre hangi sınıfta yer almaktadır?

() Devamlı oteller () Mevsimlik oteller

6) İşletmenizin toplam oda ve yatak sayısı;

a- Oda sayısı: b- Yatak sayısı:

7) İşletmenizdeki oda sayısının dağılımı;

a- Tek kişilik oda sayısı: b- Çift kişilik oda sayısı:
c- Süit oda sayısı

8) İşletmenizin yıllık doluluk oranı;

() %20-40 arası () %40-60 arası () %60 ve üstü

9) İşletmenizde çalışan personel sayısı;

() 25'in altında () 25-50 arası () 50'den fazla

10) İşletmenizde çalışan personel sayısının dağılımı;

a- İdari personel kişi
b- Ön büro departmanı kişi
c- Yiyecek-İçecek departmanı kişi
d- Kat hizmetleri departmanı kişi

11) İşletmenizde konaklayan müşterilerin otele geliş şekilleri nasıldır?

() Münferit () Seyahat acentesi ile () Diğer

12) İşletmenizde konaklayan yerli müşterilerin geceleme sayıları?

() 1-3 geceleme () 4 ve daha fazla geceleme

13) İşletmenizde konaklayan yerli müşterilerin yaş grupları?

() 0-14 () 15-24 () 25-44 () 45-64 () 65+

14) İşletmenize gelen müşterilere, Eskişehir'e geliş amaçları ile ilgili bilgi alınıyor mu?

() Evet () Hayır

Hayır cevabını verenler ankete 16. sorudan devam edeceklerdir.

15) İşletmenizde konaklayan yerli müşterilerin Eskişehir'e geliş amaçları nedir?

() Gezi, eğlence, tatil () İş
() Yakınları ziyaret () Konferans, Seminer, Eğitim
() Kültür () Diğer
() Sağlık, termal

16) İşletmenizin yerli müşterilere yönelik pazarlama ve tanıtım faaliyetleri var mı?

() Evet () Hayır

Hayır cevabını verenler ankete 18. sorudan devam edeceklerdir.

17) İşletmenizin pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde kullandığı araçlar nelerdir?

() Reklam ve halkla ilişkiler
() Promosyon ürünler, broşür, hediyelik eşya
() Seyahat acenteleri ve tur operatörleri
() Fuar ve festivaller
() Diğer (lütfen bilgi veriniz.....)

18) İşletmeniz 2011 yılını kar ile mi kapattı?

☐ Evet

☐ Hayır

19) Sizce Eskişehir’de konaklama işletmeleri arasındaki rekabet seviyesi ne durumdadır?

☐ Yoğun

☐ Normal

☐ Az

20) Eskişehir turizm sektöründe yeni yatırım yapmayı düşünüyor musunuz?

☐ Evet

☐ Hayır

Hayır cevabını verenler ankete 22. Sorudan devam edeceklerdir.

21) Turizm sektöründe ne tür yatırım yapmayı düşünüyorsunuz?

☐ Mevcut yatak kapasitesini arttırmak

☐ Konaklama işletmesi yatırımı yapmak

☐ Yiyecek-İçecek işletmesi yatırımı yapmak

☐ Rekreasyon ve eğlence işletmesi yatırımı yapmak

☐ Diğer (lütfen bilgi veriniz.....)

22) İşletmenizin turizm sektörü dışındaki başka sektörlerde yatırımları var mı?

☐ Evet

☐ Hayır

Hayır cevabını verenler 24. Sorudan devam edeceklerdir.

23) Hangi sektör veya sektörlerde yatırımlarınız bulunmaktadır?

☐ Tarım

☐ Sanayi

☐ Hizmet

Aşağıdaki Eskişehir’de turizmin sorunlarına yönelik ifadelere ilişkin fikrinizi belirtiniz.

		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
24)	Eskişehir’deki konaklama işletmeleri nitelik olarak yetersizdir.					
25)	Eskişehir’deki konaklama işletmeleri sayı olarak yetersizdir.					
26)	Eskişehir’deki yiyecek-içecek işletmeleri sayı olarak yetersizdir.					
27)	Eskişehir’deki rekreasyon ve eğlence işletmeleri sayı olarak yetersizdir.					
28)	Eskişehir turizm sektöründe kalifiye eleman yetersizdir.					
29)	Şehir içi ulaşım imkanları yetersizdir.					
30)	Eskişehir’e olan ulaşım imkanları (havayolu, demiryolu) yetersizdir.					
31)	Turistik ve genel altyapı (su, enerji, iletişim vb.) yetersizdir.					
32)	Eskişehir turizm sektörüne yapılan teşvikler yetersizdir					
33)	Eskişehir’deki turistik değerlerin tanıtım faaliyetleri yetersizdir.					

Aşağıdaki Eskişehir’de turizmin gelişimine yönelik ifadelere ilişkin fikrinizi belirtiniz

		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne Katılıyorum Ne	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
34)	Yüksek Hızlı Tren Eskişehir turizmini geliştirmiştir.					
35)	Havayolu ulaşımının geliştirilmesi Eskişehir turizmi açısından çok önemlidir.					
36)	İki üniversitenin Eskişehir turizmine katkısı fazladır.					
37)	Kültürel ve tarihi değerlerin Eskişehir turizmine katkısı fazladır.					
38)	Termal kaynakların Eskişehir turizmine katkısı fazladır.					
39)	Festivaller ve kültürel etkinlikler (Yunus Emre Festivali, Uluslararası, Eskişehir Festivali vb.) Eskişehir turizmi açısından önemlidir.					

40) Eskişehir turizminin gelişiminde sizce hangi turizm türü daha çok önem taşıyacaktır?

() Kültür turizmi () Kongre ve iş turizmi () Sağlık ve termal turizmi

() İnanç turizmi () Diğer

41) Eskişehir’in turizm ile ilgili sorunların çözümünde sizce en çok katkısı kimler sağlayabilir? (1’den 4’e kadar sıralayınız)

() Yerel yönetimler

() Üniversiteler

() Hükümet

() Sivil Toplum Kuruluşları

Anketimiz sona ermiştir. Teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2008). *Sosyal, ekonomik ve mali göstergeler doğrultusunda Eskişehir'de seçilmiş sektörlerin analizi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2011). *Eskişehir turizm master planı 2011-2015*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Anadolu Üniversitesi Yayınları. (2006). *Eskişehir turizm geliştirme projeleri*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Andaç, F. (2006). *Turizm hukuku*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. ve Kozak, B. (2008). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- BEBKA (2011). Bursa Eskişehir Bilecik bölge planı 2010-2013. Bursa: BEBKA.
- Boz, N. (2004). *Turizm hukuku*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Cook, R. A.; Yale, L. J. ve Marqua, J. J. (2010). *Tourism: the business of travel*. New Jersey: Prentice Hall.
- Devlet Planlama Teşkilatı. (2007). *Turizm özel ihtisas komisyonu raporu (2007-2013)*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.
- Dinçer, B.; Özaslan, M. ve Kavasoğlu T. (2003). *İllerin ve bölgelerin sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralaması araştırması (2003)*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı.
- Dinçer, B. Ve Özaslan, M. (2004). *İlçelerin Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması (2004)*. Ankara: T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı
- Eren, A. (2010). *Türkiye ekonomisi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Eskişehir Büyükşehir Belediyesi. (2010). *İstatistiklerle Eskişehir 2009*. Eskişehir.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye’de iç turizm pazarı analizi ve pazarı canlandırmaya yönelik alternatif turizm olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 8 (16), s. 131.
- İçöz, O. (2005). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2006). *Turizm ve çevre*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Karluk, R. (2009). *Uluslararası ekonomi*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kozak, M. ve Bahar, O. (2011). *Turizm ekonomisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- Kozak, N.; Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2008). *Genel turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mason, P. (2008). *Tourism impacts, planning and management*. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Oktayer, N.; Susam, N. ve ak, M. (2007). *Türkiye’de turizm ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.
- Orhan, O. Z. ve Erdoğan, S. (2010). *İktisada giriş*. Ankara: Palme Yayıncılık.
- Özdemir, P. (1999). Türkiye’de iç turizm. *Dokuz Eylül Üniversitesi İdari ve İktisadi Bilimler Fakültesi Dergisi*. 14 (2), s. 161.
- Özel, . H. (2010). *Güdülere dayalı yerli turist tipolojisinin belirlenmesi: iç turizm pazarına yönelik bir uygulama*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Önal, Y. B.; Dzakın, E. ve ifti, H. (2006). *Ekonomik büyümenin yükselen değeri turizm ve Türkiye ekonomisine etkisinin analizi*. İstanbul: Kare Yayınları.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Reece, W. S. (2010). *The economics of tourism*. New Jersey: Prentice Hall.
- Soyak, A. (2005). *Türkiye’ye yönelik yabancı turizmin iktisadi etkileri*. İstanbul: Derin Yayınevi
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023-Eylem planı 2007-2013*. Ankara.
- T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı. (2012). *Türkiye’de Kültür ve Turizm Verileri 2002-2011*. Ankara.
- United Nations World Tourism Organisation. (2010). *International recommendations for tourism statistics 2008*. New York: United Nations.
- nlnen, K.; Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2011). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Yağcı, . (2003). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

İnternet Kaynakları

BEBKA. <http://www.bebka.org.tr/sayfa.php?id=20> (Erişim tarihi: 15.05.2012)

Eskişehir Büyükşehir Belediyesi.

http://www.eskisehir-bld.gov.tr/haber_dvm.php?resim_id=348 (Erişim tarihi: 20.05.2012)

Eskişehir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

<http://www.eskisehirkulturturizm.gov.tr/belge/1-58515/termal-turizm.html>

(Erişim tarihi: 20.05.2012)

T.C. Eskişehir Valiliği,

http://www.eskisehir.gov.tr/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=108 (Erişim tarihi: 20.05.2012)

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. <http://www.kultur.gov.tr/TR,23265/turizm-cesitleri.html> (Erişim tarihi: 15.04.2012)

TCMB. Ödemeler dengesi istatistikleri tanım ve Türkiye uygulaması.

<http://www.tcmb.gov.tr/odemedenge/odemet.pdf> (Erişim tarihi: 03.04.2012)

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu. <http://www.turing.org.tr/tr/tarihcemiz.asp> (Erişim tarihi: 15.04.2012)

TURSAB. http://www.tursab.org.tr/tr/istatistikler/turist-sayisi-ve-turizm-geliri/1963-sayi-gelir-ve-degisim_68.html (Erişim tarihi: 15.04.2012)

TURSAB. <http://www.tursab.org.tr/tr/seyahat-acentalari/seyahat-acentasi-arama?search=1> (Erişim tarihi: 15.05.2012)

Türkiye’de iç turizm kavramı, literatür ve mevzuat taraması ve iç turizmde önemli bir destinasyon olan Ayvalık ile ilgili arz ve talep verileri.

<http://ebookbrowse.com/aymeyo-blm1-pdf-d59435738> (Erişim tarihi: 05.05.2012)

<http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2011/09/01/en-yasanabilir-il-belli-oldu> (Erişim tarihi: 15.05.2012)