

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
EKONOMETRİ ANABİLİM DALI**

DOKTORA TEZİ

**TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİN MAKRO
İKTİSADİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN
EKONOMETRİK ANALİZİ**

İlker KURTDERE

2502411195

TEZ DANIŞMANI

Prof. Dr. Nilgün ÇİL

İSTANBUL - 2021

ÖZ

TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİN MAKRO İKTİSADİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ

İLKER KURTDERE

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de turizm gelirlerinin makro iktisadi değişkenler üzerindeki etkisini ekonometrik olarak analiz etmektir.

Çalışmanın birinci bölümünde turizm ekonomisi genel ayrıntılarıyla incelenmiştir. Bu bölümde aynı zamanda turizm sektörünün özellikleri, sektörel gelişimi, sektör işletmeleri, Dünyada, Avrupa Birliği ülkelerinde, Akdeniz Havzası ülkelerinde ve Türkiye’de turizmin yeri ve önemi üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde turizmin diğer sektörler başta olmak üzere milli gelir, diğer makro iktisadi değişkenler ile çevre üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerine değinilmiştir.

Son olarak üçüncü bölümde turizm gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla, ihracat, istihdam, enflasyon, cari açık dengesi ve karbondioksit emisyonu üzerindeki etkileri 1995-2019 yılları arasında incelenmiştir. Bu amaçla öncelikle yapısal kırılmaları dikkate almayan geleneksel birim kök (Genişletilmiş Dickey Fuller, Philips-Perron) ve eşbütünleşme (Engle ve Granger) testleri uygulanmıştır. Engle ve Granger eşbütünleşme testi sonuçlarına göre turizmin sadece Gayri Safi Milli Hasıla üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Sonraki aşamada söz konusu etkiler sadece bir yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök (Zivot ve Andrews) ve eşbütünleşme (Gregory ve Hansen) testleriyle incelenmiştir. Gregory ve Hansen eşbütünleşme testi sonuçları; turizm gelirlerinin bir kırılma ile ihracat, istihdam, cari açık ve karbondioksit emisyonu üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğunu göstermiştir.

Analizin üçüncü aşamasında turizm gelirlerinin ele alınan makro iktisadi değişkenler üzerindeki etkileri iki yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök (Lee ve

Strazicich) ve eşbütünleşme (Hatemi-J) testleriyle tekrarlanmıştır. Hatemi-J eşbütünleşme sonuçlarına göre ise turizm gelirlerinin iki yapısal kırılma durumunda Gayri Safi Milli Hasıla, ihracat, enflasyon ve cari açık üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğu görülmüştür. Farklı test uygulamalarında farklı sonuçlara ulaşılması, yapısal kırılmaları dikkate almanın önemini göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Turizm Gelirleri, Makro İktisadi Değişkenler, Çevre, Yapısal Kırılmalı Birim Kök ve Eşbütünleşme Testleri.



ABSTRACT

THE ECONOMETRIC ANALYSIS OF THE EFFECT OF TOURISM REVENUES ON MACRO EKONOMIC VARIABLES IN TURKEY

İLKER KURTDERE

The aim of this study is to analyze the effect of tourism revenues on macroeconomic variables in Turkey, econometrically.

In the first section of the study, the tourism economy is examined in general details. At the same time, in this section, the characteristics of the tourism sector, its sectoral development, sectoral enterprises, the place and importance of tourism in the World, European Union countries, Mediterranean Basin countries and Turkey are emphasized.

In the second section, the positive and negative effects of tourism on other sectors, national income, other macroeconomic variables and the environment are mentioned.

Finally, in the third section, the effects of tourism revenues on Gross National Income, exports, employment, inflation, current account balance and carbon dioxide emissions are examined over the 1995-2019 period. For this purpose, first of all, traditional unit root (Generalised Dickey Fuller, Philips-Perron) and cointegration (Engle and Granger) tests, which do not take into account structural breaks, are applied. According to the Engle and Granger cointegration test results, it has been determined that tourism only has a long-term effect on the Gross National Income.

In the next step, the mentioned effects are examined with unit root (Zivot and Andrews) and cointegration (Gregory and Hansen) tests, which only consider a structural break. Gregory and Hansen cointegration test results show that tourism revenues have a long-term effect on exports, employment, current account deficit and carbon dioxide emissions with a structural break.

In the third stage of the analysis, the effects of tourism revenues on the macroeconomic variables are repeated with unit root (Lee and Strazicich) and

cointegration (Hatemi-J) tests, which take into account two structural breaks. According to the Hatemi-J cointegration results, it has been observed that tourism revenues have a long-term effect on Gross National Income, exports, inflation and current account deficit in case of two structural breaks. Different results are obtained in different test applications, indicating the importance of considering structural breaks.

Keywords: Tourism Sector, Tourism Revenues, Macro Economic Variables, Environment, Unit root and Cointegration Tests with Structural Breaks.

ÖNSÖZ

Doktora eğitimi konusunda beni cesaretlendirerek, yol gösterici olan Prof. Dr. Ahmet GÖKÇEN'e, tez yazım sürecimin her aşamasında olumlu tavrıyla beni teşvik eden, bilgi birikimiyle çalışmama farklı yönlerden bakmamı sağlayan değerli danışman hocam Prof. Dr. Nilgün ÇİL'e, bu çalışmanın gerçekleştirilmesinde destek ve katkılarını esirgemeyen Prof. Dr. Burcu KIRAN BAYGIN ve Prof. Dr. Gürel ÇETİN'e, tez jürimde bulunarak fikirlerini sunan Prof. Dr. Nurcan METİN ve Prof. Dr. Kutluk Kağan SÜMER'e sonsuz şükranlarımı sunar, teşekkür ederim.

İLKER KURTDERE

İSTANBUL-2021

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT.....	v
ÖNSÖZ.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar LİSTESİ.....	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xiii
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM EKONOMİSİNİN İNCELENMESİ

1.1. Turizm Sektörü Kapsamı.....	4
1.1.1. Turizm Kavramı.....	6
1.1.1.1. Turizm Tanımı.....	6
1.1.1.2. Turizmin Özellikleri.....	10
1.1.1.3. Turizmin Önemi.....	12
1.1.1.4. Türkiye’de Turizmin Tarihçesi.....	13
1.1.2. Turizm Sektörünün Gelişiminin Türkiye Odağında İncelemesi.....	15
1.1.3. Turizm Sektörünün Özellikleri.....	16
1.1.4. Turizmde İstihdam Kavramı ve Sektörün Değerlendirmesi.....	17
1.2. Turizm Sektörü İşletmeleri.....	18
1.2.1. Konaklama İşletmeleri.....	20
1.2.2. Yiyecek-İçecek İşletmeleri.....	22
1.2.3. Seyahat İşletmeleri.....	22

1.2.4. Rekreasyon İşletmeleri.....	23
1.3. Turizm Sektörünün Genel İncelemesi.....	24
1.3.1. Dünyada Turizm Sektörü.....	24
1.3.2. Avrupa Birliği Ülkelerinde Turizm.....	32
1.3.3 Akdeniz Havzası Ülkelerinde Turizm.....	36
1.3.4. Türkiye’de Turizm Sektörü.....	42
1.4. Türkiye’nin Dünya ve Avrupa Turizmi İçerisindeki Yeri.....	53
1.5. Türkiye Açısından Turizm Sektörünün Önemi.....	56
1.5.1. Ekonomideki Yerinin ve Öneminin İrdelenmesi.....	56
1.5.2. Turizm Odağında Yarattığı Katma Değerin İncelenmesi.....	58
1.6. Turizm Sektöründe Rekabet Yapısının İrdelenmesi.....	63

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN ETKİLERİ

2.1. Turizm Ekonomisi, Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Yönü.....	66
2.1.1. Turizmin Ekonomik İndikatörler Üzerindeki Etkileri.....	71
2.1.1.1. Turizmin Döviz Girdisi Olarak Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkileri.....	71
2.1.1.2. İstihdam ve Yeni İş Yaratma Etkisi.....	75
2.1.1.3. İhracat ve Cari İşlemler Dengesine Etkisi.....	80
2.1.1.4. Hayat Standardı Üzerinde ve Kalitenin Arttırılması Üzerine Etkisi.....	82
2.2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi.....	85
2.2.1. Tarım Sektörü Üzerine Etkisi.....	86
2.2.1.1. Turizmin Tarım Sektörüne Olumlu Etkileri.....	87

2.2.1.2. Turizmin Tarım Sektörüne Olumsuz Etkileri.....	87
2.2.2. Sanayi Sektörü ile İlişkisi.....	87
2.2.2.1. Turizmin Sanayi Sektörüne Olumlu Etkileri.....	89
2.2.3. Hizmetler Sektörü ile İlişkisi.....	89
2.2.3.1. Turizmin Hizmet Sektörüne Olumlu Etkileri.....	91
2.2.4. Ulaştırma Sektörü ile İlişkisi.....	91
2.2.5. Turizmin Alt Yapıya Etkisi.....	92
2.2.6. Turizmin Çarpan Mekanizmasının Milli Gelire Etkisi.....	94
2.3. Turizmin Sosyolojik Yönü.....	95
2.3.1. Birey Üzerindeki Sosyolojik Etkileri.....	96
2.3.2. Toplum Üzerindeki Sosyolojik Etkileri.....	97
2.4. Turizmin Çevresel Yönü.....	99
2.4.1. Turizmin Çevre Üzerine Olumlu Etkileri.....	102
2.4.2. Turizmin Çevre Üzerine Olumsuz Etkileri.....	103
2.5. Turizmin Olumsuz Etkileri.....	105
2.5.1. Fırsat Maliyeti.....	105
2.5.2. Enflasyonist Baskı.....	106
2.5.3. Turizme Aşırı Bağımlılık.....	107
2.5.4. Dış Alım Eğilimindeki Artış.....	107
2.5.5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi.....	108
2.5.6. Dışsal Faaliyetler.....	108
2.6. Turizmin Sürdürülebilirliğinin Sağlanması.....	108

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİN MAKRO İKTİSADİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ

3.1. Uygulama Sonuçları.....	112
SONUÇ.....	126
KAYNAKÇA.....	128
ÖZGEÇMİŞ.....	144

TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No
Tablo 1 Dünya Turist Hareketleri.....	25
Tablo 2 Dünya Turist Sayısı ve Turizm Geliri (2018).....	26
Tablo 3 Dünya Turizm Harcamaları (2018 yılı).....	28
Tablo 4 Dünya Ülkeleri İlk On (Turist Sayısı- Turizm Geliri-Turizm Harcaması)...	31
Tablo 5 Avrupa Birliği Ülkeleri Gezen Turist Sayıları (1990-2019).....	34
Tablo 6 Avrupa Ülkeleri Turizm gelirleri, Turist Sayıları.....	35
Tablo 7 Akdeniz Havzasına Yönelik Uluslararası Turizm Hareketleri.....	39
Tablo 8 Akdeniz Havzasına Yönelik Uluslararası Turizm Gelirleri.....	41
Tablo 9 Türkiye Turist Sayısı - Turizm Gelirleri - Turizm Gelirlerinin GSYİH'ya Oranı.....	48
Tablo 10 Türkiye’de Yerli ve Yabancı Turizm Gelirleri.....	50
Tablo 11 Turizm Gelirlerinin Alt Başlıklarda Gösterimi (2018).....	52
Tablo 12 Türkiye-Avrupa-Dünya Turizm Gelirlerinin Toplam Turizm Gelirlerindeki Payı.....	54
Tablo 13 Dünya Ülkeleri 2018 Yılı Turist Sayısı ve Turizm Geliri Sıralaması.....	55
Tablo 14 Türkiye Turizm Gelirleri ve GSYİH’deki Payı (1990-2018).....	59
Tablo 15 Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın Sektörler Bazında Dağılımı (%).....	62
Tablo 16 Yabancı ve Yerli Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Harcamanın Yıllık Gösterimi.....	72
Tablo 17 Türkiye’nin İstihdam, İşsizlik Oranı ve Turizm İstihdamı Sayıları (1990-2017).....	78

Tablo 18 Türkiye’de Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı.....	80
Tablo 19 Geleneksel Birim Kök Testi Sonuçları.....	112
Tablo 20 Engle-Granger Eşbütünleşme Testi Sonuçları.....	113
Tablo 21 Zivot ve Andrews Bir Kırılmalı Birim Kök Testi Sonuçları.....	115
Tablo 22 Gregory-Hansen Bir Kırılmalı Eşbütünleşme Testi Sonuçları.....	118
Tablo 23 Lee ve Strazicich İki Kırılmalı LM Birim Kök Testi Sonuçları.....	121
Tablo 24 Hatemi-J İki Kırılmalı Eşbütünleşme Testi Sonuçları.....	123
Tablo 25 Uygulanan Eşbütünleşme Test Sonuçlarının Özeti.....	124

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1 Turizm Sektörü Bileşenleri.....	20
Şekil 2 Yıllar İtibariyle Enflasyon.....	84

GİRİŞ

Turizm sektörü, dünya genelinde gayrisafi milli hasılanın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Bu nedenle dünyada en hızlı gelişim gösteren sektörlerin başında yer almaktadır. Sektörün gelişmesinde en önemli etkenler arasında gelişen ve değişen teknolojik unsurlardan kaynaklı hızlı haberleşme ve ulaşım etkisi belirtilebilmektedir. Böylece yeni bölgelerin keşfedilmesi yönünde etkileşim, ziyaret etme düşüncesini de beraber getirmektedir. Turizm sektörünün en yüksek düzeye ulaşması da bu yönde, söz konusu durumların bir sonucudur.

Turizm faaliyetlerinin etkileri, çeşitli düzeylerde kendisini gösterebilmektedir. Buna göre sosyal ve kültürel yönde bir faaliyet bütünlüğünü yansıtmasına ek olarak, ekonomik yönden etkileri ülke bazında en önemli unsurlardır. Turizm sektörünün en önemli etkisi, diğer sektörlerin de bu sektörler doğrultusunda gelişme göstermesidir. Birbirleriyle ilişkili olan sektörler arasında özellikle de ulaştırma, sanayi, hizmet gibi sektörler belirtilebilmektedir. Ayrıca bu sektörün bir sonucu olarak görülen çevreyi koruma ve değerlendirme durumları, turizm sektörünün etkinliğinde önemli bir durumu temsil etmektedir.

Ekonomik ölçüde turizm sektörü, milyonlarca kişiyi hem üretici hem de tüketici düzeyinde ilgilendirmektedir. Turizm bu yönde, ekonomik gelişmelerde itici ve sürükleyici bir yapıyı temsil etmektedir. Ayrıca mal ya da hizmet tüketimlerinde, mal ya da hizmet üretimlerini sağlayan firmalar açısından gelir kaynağı görevini üstlenmektedir. İhtiyaçların artmasını sağlayan turizm ile beraber, mal ve hizmet düzeylerini artırma, yatırımları yapma, üretimleri geliştirme gibi çeşitli olumlu etkileri sunmaktadır. Bu durum ayrıca hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeleri etkilemesi açısından yoğun bir şekilde ilgi gösterilen sektörler arasındadır. Yoğun bir şekilde ilgi gösterilen sektörler içerisinde bulunması, dünya genelinde en hızlı düzeyde gelişen sektör olması yönünde önemlidir. Böyle bir durumda turizm sektörü, ülke ekonomisinde katkıları ön planda tutan sektörler arasındadır. Ülkelerin, turizm sektöründen en iyi ölçüde pay alabilecekleri çalışmaları yapmaları, ülkelerinin turizm potansiyellerini geliştirme çalışmalarına ortam hazırlamıştır.

Turizmin ekonomi üzerindeki etkilerine baēlı çalışmalar genelde, büyüme, kalkınma, bölgesel kalkınma, istihdam gibi alanlara yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Yapılan çalışmalarda dikkate alınan unsurlar hem kısa vadede hem de uzun vadede turizmin ülke geneline etkilerini belirleme ile ilişkilidir. Uzun dönemlerde ekonomide bir dengeyi oluşturma ve gelişmiş ülke yapısına ulaşmada önemli bir etki taşıyan turizm sektörü, ülkelerin bu sektör ile doērudan ya da dolaylı yönde bir gidişini belirleyici çalışmaları çevrelemesi açısından önemlidir. Ayrıca Dünya Turizm rgt'nün verileri incelendiēinde, turizm sektöründeki gelişmelerin hız kazanması ve OECD lkeleri başta olmak üzere diēer ülkelerin de etkin çalışmaları yapma hedefleri sonucu, 2020 yılında turist sayısı 1600 milyon elde edilecek gelirden 2000 milyar \$ hedefine ulařabileceēi öngörülmektedir. Bu deēer, dünya genelinde turizm sektörünün önemini her geçen gün biraz daha artıran sektör olması açısından önemlidir.

Turizmin etkisinin hem ulusal hem de uluslararası düzeyi, Türkiye kapsamında baz alındıēında, gelişmekte olan bir ülke konumunda bulunmasından dolayı sektöre ilgi duyulmasına etki göstermiştir. Bu ilginin en belirgin sonuçları içerisinde turizm talebinde artışların hız kazanması, döviz darboēazı sorunlarına birer çözümleyici etkiyi ortaya koyması, maliyetlerin az olması, ekonomik lde kısıtlamalardan, tarifeler ile kotalardan daha az düzeyde etkilenmesi gibi unsurlar, turizm sektörünün daha çok geliştirilmesine ortam hazırlayıcı özelliklerdir.

Dünya genelinde turizm sektörüne ilişkin deēerlendirme ise, yine en hızlı büyüme gösteren sektörler konumunda olduēundan söz edilebilmektedir. Dünya genelinde turizm faaliyetlerinin, büyüme hızı ortalama olarak 1980-2000 yılları arasında %6,8 düzeyinde büyüme göstermiştir. Uluslararası ticaret hacmi bu süre sonucunda %15 düzeylerine ulaşmıştır. 1990'lı yıllarda ise hizmetler sektörü içerisinde turizm sektörü, diēer sektörler içerisinde ilk sırada yer almıştır. Bu sürecin 2000'li yıllarda etkisi ise daha yüksek deēerdedir. Buna göre turizm hareketine katılanların oranı, 698 milyon kişiye ulaşmıştır. Turizm gelirleri ise, %9'luk bir düzeye ulaşarak 476 milyar dolar düzeyine gelmiştir.

İfade edilenler çerçevesinde turizm faaliyetleri, ülkenin ve dünya ekonomisinin en önemli girdileri arasındadır. Turizme yönelik yatırımlar, ülkelerin ekonomilerine etki gösterdiğinden, yatırımlar da bu yönde oluşturulmakta ve diğer sektörlerle ilişkili olarak bu durum gerçekleştirilmektedir. Buna göre araştırmada turizm ekonomisine yönelik genel incelemeler yapılacaktır. Bu yönde, sektörel kapsamda incelemelerin yapılmasının yanı sıra, dünya genelinde ve Türkiye bağlamında ifadeler geliştirilmeye çalışılacaktır. Ayrıca araştırmada, turizmin ekonomik temelde büyüme üzerindeki etkisinin yanı sıra sosyolojik ve çevreye yönelik etkilerine de yer verilecektir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM EKONOMİSİNİN İNCELENMESİ

Çalışmanın bu bölümünde, turizm sektörü kapsamına, turizm sektörü işletmelerine, turizm sektörü incelemelerine, dünya genelinde turizme, Türkiye kapsamında turizme, turizm sektöründeki rekabet yapısına ve girdi-çıkıtı arasındaki etkinliğine yer verilecektir. Böylece turizm sektörüne genel kapsamdan bakılarak, bu durumun hem dünya hem de Türkiye genelinde nitelendirmesi yapılacaktır.

1.1. Turizm Sektörü Kapsamı

Teknolojik ve ekonomik değişimlerin hız kazanması, özellikle de turizm sektörüne bağlı etkiler ortaya koymaktadır. Ayrıca bu değişimlerin ve gelişimlerin genel potansiyeli, sektörlerden hangilerinin bu yapılanmalarda yer alacağına yönelik belirteçler içermektedir. Diğer bir ifadeyle söz konusu bu sektörlerden birisi olan turizm sektörü hem ulusal ekonomi bazında hem de rekabet gücünü elde edebilme çerçevesinde önemli bir yer tutmaktadır. Turizm sektörünün ülke ekonomilerinin tamamı için yarattığı çıktılar kapsamında, en önemli sektörler arasında bulunması, bu yönde konumunu sürdürmesinde de etkin bir durumu temsil etmektedir. Turizm sektörünün diğer sektörler ile de ilişkili olması, kapsamını daha etkin bir profile ulaştırmaktadır¹.

Turizm sektörünün kapsamı, günümüz anlamı ile değerlendirildiğinde, çok farklı yansımaları ile beraber karşımıza çıkabilmektedir. Öneminin giderek artması ve gelişen bir sektör konumunda olması, diğer sektörlerin de gelişmelerini gerekli kıldığından, bu yönde çalışmaların yapılmasının önemi büyüktür. Turizm sektörü bu yönüyle hizmetler, ulaştırma gibi sektörlerle de bağlı olan bir grubu temsil etmektedir. Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerde, sektörün konumunu yetkinleştirici bir rol üstlenmektedir².

Tarihi süreç dikkate alındığında, seyahat eyleminin insanlığın tarihi ile beraber gelişme gösterdiği belirtilebilmektedir. Turizm amacıyla gidilen, gezilen ve

¹ Kuşat, N.: 2011. “Küreselleşen Dünyada Turizm Sektörü: Bilgi İletişim Teknolojileri Ve Rekabet Gücü”, Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi, 3(5), 114-138.

² Başol, K.: 2012. “Türkiye Ekonomisi”, İstanbul, Türkmen Kitabevi

konaklama yapılan bölgelerde, insan sayısında artış olmakta ve nüfus yoğunlaşmakta dolayısı ile o bölgenin ekonomik canlanmasında bir artış olmaktadır. Modern olması bağlamında ilk turizm hareketi, Dünyada ilk kurumsal turizm organizasyonu 1841 yılında, İngiltere de Thomas Cook tarafından organize edilen 570 kişilik seyahattir. Bu organizasyondan sonra, ülkelerde ilk kurumsal turizm organizasyon örnekleri görülmeye başlanmıştır. Thomas Cook'un tur organizasyonu, “Statler” isimli şirketin konaklama hizmeti, “Stouffer Kardeşler” in de restoran hizmetleri bu konudaki ilk örnekleri oluşturmaktadır³.

Medeniyetlerin zamanla gelişmesi, toplumsal düzeyde gelişmeleri kapsamı, yoğun iş temposunda insanların tatil ihtiyaçlarının artması, ulaşım araçlarının sayısının, kolaylıklarının ve hızının artması gibi unsurlar, teknolojik gelişmelerin de en iyi ölçüde bir turizm sektörünü oluşturabilmesi yönünde önemli bir yer tutmaktadır. Dünya genelinde çeşitli coğrafyalarda söz konusu olan doğal ve tarihi değerlerin, güzelliklerin tanıtılması ve turizmin gelişmesinde katkı sunucu unsurlar, bu sektöre her geçen gün yatırımların yapılmasına etki gösterir düzeydedir⁴.

Turizm sektörünün kapsamı her geçen gün değişim göstermiştir. Teknolojik gelişmelerin hız kazanması, geçmiş dönemlerde turizm talepleri ve beklentiler ile günümüzdeki talepler ve beklentiler arasındaki ilişkiyi de ayrı bir potansiyele ulaştırmıştır. Örnek üzerinden durum nitelendirildiğinde, otel odalarının genel durumları 20 yıl önceki gibi olmamakla birlikte, sürekli bir değişim niteliğini de kapsamaktadır. Bu durum, turizm sektörünün her yönden farklı sektörlerin etkinliklerini artırıcı bir durumu temsil etmesi bağlamında önemli bir niteliğe ulaştırmaktadır. Arz ve talep arasındaki ilişkinin, turizm sektöründeki nitelendirici özellikleri de artırıcı yönleri, turistik tüketicilerin davranışlarında ve beklentilerde değişime ortam hazırlamıştır. Bu nedenle turizm sektörü kapsamı, değişen ve gelişen sistemler baz alınarak tekrardan genişletilmektedir⁵.

³ Maviş, Feri 1992 Otel İşletmeciliği İlke ve Kavramlar, Eskişehir

⁴ Önen, M.O.: 2008. “Dünyada Ve Türkiye’de Turizm”, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü

⁵ Karataş, M., Babür, S.: 2013. “Gelişen Dünyada Turizm Sektörünün Yeri”, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15(25), 15-24

1.1.1. Turizm Kavramı

1.1.1.1. Turizm Tanımı

İnsanların yaşadıkları yerlerden belirli sürelerle ayrılmaları ve başka ülkelere ya da bölgelere gitme istekleri, dinlenme, gezme-görme, eğlenme, öğrenme gibi çeşitli isteklerini karşılayabilmelerinin bir sonucudur. Böylece insanlar hem psikolojik hem de sosyo-kültürel ihtiyaçlarını belirli oranlarda karşılamaktadırlar. Ekonomik çerçevede geniş bir durumu temsil eden ve turizm olarak isimlendirilen bu eğilim, günümüz uygarlığında temel bir özelliktir⁶.

Turizm kavramı, Latince “tornus” kelimesinden gelmektedir. Bu kavram, insanların belirli bir eksen etrafında dönmelerine denilmektedir. Bu kavram, diğer ülkelerde ilk olarak “tour” şeklinde geçmiştir. İnsanların gezme faaliyetleri içerisinde görülmeye değer olan yerleri temsil etmesi, iş ya da eğlence kapsamlı gezip geri dönmelerini belirtmesinden kaynaklı olarak, bu kavram belirtilmiştir. Turizm kavramı üzerine yapılan başka bir tanımlama ise, dinlenme ya da iş amacıyla bir yerden yola çıkma ve böylece belirli bir destinasyona yönelme durumu şeklinde belirtilmektedir⁷.

Turizme yönelik ilk tanım 1905’ yılında Guyer Feuler tarafından ortaya sunulmuştur. Feuler’e göre “Turizm, zamanla artan hava değişimleri ve bunun sonucunda ortaya çıkan dinlenme gereksinimleri, bu ihtiyaç sebebiyle doğa ve sanatla bütünleşen göz alıcı güzellikleri tanıma isteği; doğanın ve baharın canlanmasının insanlara verdiği mutluluk inancıyla da, özellikle uluslararası alandaki ticari ve endüstri faaliyetlerinin gelişmesi ve ulaşımında yaşanan teknolojik yeniliklerin getirdiği hız ile rahatlığın bir sonucu olarak, uluslar arası ilişkilerin gelişmesi ve uzaklık kavramının yerini saatler kavramına bırakması ve ulusların birbirlerine daha çok yaklaşması anlamına gelen modern çağın gerekliliğine ilişkin bir olaydır”. Bu tanımda öncelikle turizm hareketlerinin daha ziyade sosyolojik yönü ön plana çıkartılmışken sonraları ekonomi biliminin de gelişmesi ile turizm

⁶ Uçkun, S.: 2004. “İşletme Ve İşletme Türleri, Turizm İşletmeleri”, İstanbul: Değişim Yayınları

⁷ Yıldız, Z.: 2011. “Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3(5), 54-71

hareketlerinin ekonomik yönü fark edilmeye başlanmış ve ekonomistlerce, turizmin ekonomik yönü açısından da tarifleri yapılmaya başlanarak ve tanımlara öncelik verilmeye çalışılmıştır. Ekonomik anlamda ilk tanım 1910 yılında, ekonomist olan Avusturyalı Herman Von Schullar tarafından yapılmıştır. Schullar’a göre turizmin tanımı “Dünya üzerindeki bir ülke, bir şehir veya bölgeden, yabancı olarak adlandırılan insanların ülkeye giriş yapması ve ülkede geçici süre kalışları ile ortaya çıkan hareketlerin, ekonomiksel olarak tarif edilmesidir.” şeklinde belirtilmiştir. Bu tanım o dönem için yeterli bulunmayarak çeşitli tartışmalara da yol açmıştır⁸

Bunun üzerine başka bir ekonomist olan Pickard, “Turizmin temel fonksiyonunun ülkeye giren ve ülkede harcama yapan yabancıların bu harcadıkları döviz kaynaklarının ekonomi üzerindeki etkileri ve ülkeye olan faydasını araştırmaktır.” Şeklinde yeni bir tanımlama ortaya atmıştır. A.J.Norval ise turizmi “Gerçekleştirilen ziyarette devamlılık amacı olmadan veya ticari nitelikte olmayan, herhangi bir sebeple seyahat gerçekleştiren ve bu seyahatler esnasında başka bir yer parası ile harcamaların yapılması olayıdır” şeklinde tanımlamıştır.⁹

Turizm, insanların her gün yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerin dışındaki cazibe merkezlerini ziyaret ve buralardaki faaliyetlerini kapsayan geçici kısa vadeli bir harekettir.¹⁰

Özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra bazı cemiyetlerin kurulmaya başlaması ile turizmin kurumsal anlamda tanımları yapılmaya başlanmış ve ilk tanımlama Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği olan AIEST (Association Internationale D’Experts Scientifiques Du Tourisme), tarafından tanımı yapılarak “Turizm, ülke vatandaşı dışında kalan yabancıların başka ülkelere seyahatleri ve bu seyahatlerin gelir geçer veya sürekli kazanç sağlama faaliyeti amacıyla yerleşik olmaması şartı ile, konaklama faaliyetlerinin tümüdür” ifadeleri ile yerini almıştır¹¹.

⁸ Kozak vd., s:1.

⁹ Tunç, Azize ve F. Saç 1998 Genel turizm, Ankara: Detay Yayıncılık.s:1

¹⁰ M. Zeki Dinçer Turizm ekonomisi ve Türkiye ekonomisinde turizm s:7

¹¹ Tunç ve Saç,1998:1

Bu tanım kısaca, kişileri tüketici olarak değerlendirmekte yer değişimleri ve bu değişim yapılan ülkelerde kalma hareketlerinden doğan olay ve ilişkilerin tümü olarak ifade edilmektedir¹².

Birleşmiş Milletler- Dünya Turizm Örgütü (BMDTÖ)'ne göre turizm, boş vakitlerini değerlendirmek amacıyla insanların iş ya da diğer sebepler kaynaklı günlük yaşamsal alanlarının dışındaki yere yönelik seyahat etme ve seyahat eylemleri esansındaki tüm aktiviteleri olarak ifade edilmiştir¹³.

Türkiye'de, ilk olarak turizmin, Birleşmiş Milletlerce (BM) 1963 tarihinde yapılan tanımı benimsenmiş, Türk mevzuatına bu tanımlama 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanununun 36. Maddesinde yer bulmuş ve Bakanlar Kurulunun 5.8.1955 gün 5643 sayılı kararı ile uygulamaya alınan Turizm İşbirliği Tüzüğü'nün 3. maddesi ile turizm; "yerleşme niyeti olmadan hava değişikliği yapmak, sağlık açısından tedavi görmek, eğlenmek, dinlenmek gibi maksatlarla ve kültür ya da sanatsal faaliyetler nedeniyle vatandaşların tek başına veya topluluk olarak gerçekleştirdikleri seyahatlerdir" şeklinde tanımlamıştır. Bu tanımlama ile turizm kısaca; süresi 24 saatten az olmaması, gidilen yerde devamlı kalınmaması ve gelir elde etme amacı güdülmemesi koşullarının varlığı ile bireyin yolculuk ve/veya kalma hareketlerinin tümü olarak tanımlanmıştır.¹⁴

Turizm, tanımlardan anlaşılacağı üzere çok yönü olan ve bu sebeple etkilerinin de çok boyutlu olduğu bir sektör olup ve temelinde insan ve insanın hareketleri unsurunu barındırmaktadır¹⁵. İnsan unsurunun neden olduğu ekonomik hareketler toplumların turizme olan ilgisini daha arttırmış, gün geçtikçe teorisinden uygulama alanlarına kadar gelişen turizm olayı, özellikle de turizmden elde edilen gelirleri saptayabilmek, bu sektörde ortak kriterler belirleyebilmek adına OECD (İktisadi İş birliği ve Kalkınma Teşkilatı) tarafından ele alınarak benimsenen ve Birleşmiş Milletler istatistik uzmanları tarafından 1937 yılında ortaya konulan

¹² Han X., B. Fang, "Measuring the Size of Tourism and its Impact in an Economy", Statistical Journal of UN Economic Commission for Europe, Vol. 14, Issue 4, 1997, ss.357-359.

¹³ Evans, N. Ve D. Campbell 2003 Strategic Management for Travel and Tourism, Oxford. 75 s:398

¹⁴ Tolungüç, Ahmet 1999 Turizm Olgusu ve Türk Turizm, Ankara: A.Ü. İLEF Reklam Atölyesi 79 s:13

¹⁵ Smith, 1995, s.46

tanımlar günümüze kadar gelmiştir. OECD ise W.Hunziker'in (1941) yaptığı tanım olan "Turizm; çalışma ve sonucunda para kazanma amacı kaynaklı olmayan ve devamlı orada kalma faaliyetine dönüşmeyen, yabancı niteliğindeki insanların bir yerde konaklama faaliyetleri ile başka bir yere seyahat faaliyetlerinden ortaya çıkan olayların tümüdür" ifadelerini benimsemiştir.

Yine OECD kendi tanımlamalarında turizm hareketlerini gerçekleştirecek kişinin yani turistin sahip olması gereken nitelikleri ayrıca şu şekillerde belirtmiştir:

1. Eğlence ve tatile çıkma amacı ile, aile kaynaklı, sağlıkla ilgili veya bu niteliklere benzer sebeplerle seyahat ederler,
2. Bilime yönelik, yönetsel, diplomasi amaçlı, dinsel, spor ve buna benzer nedenlerle veya bu amaçlardaki toplantılarda bulunma niyeti ile seyahat ederler,
3. İş kaynaklı seyahat ederler,
4. Deniz üstü gezmeleri gerçekleştirenler (bu gezi süreleri 24 saati geçmese bile).

Tüm bu tanımlamalardan yola çıkarak ve çok yönlü bir hareket ve sektör olarak turizm kavramını şu şekilde ifade edebiliriz:

"Turizm, ilgili ülke insanların devamlı bulundukları yaşamsal alanlarının dışında, sürekli orada kalma ve kazanç sağlama niyeti olmaksızın ve politik veya askeri bir amaç güdülmezsiz; serbest bir ortam içerisinde, iş, ilgi, din, sağlık, spor, dinlenme, eğlenme, kültür, deneyim kazanma amaçlarıyla ya da aile ziyareti, iş ile ilgili kongre, sempozyum ve seminerlere katılmak gibi niyetlerle, şahsi ya da topluluk olarak gerçekleştirdikleri seyahatlerden, gidilen yerde 24 saati aşan ya da o yer konaklama mekanında en az bir gece kalmaları nedeniyle ortaya çıkan iş ve ilişkileri kapsayan tüketime yönelik sosyal ve bütünleşmiş olayların yer aldığı hizmet ve kültür sektörüdür."¹⁶

¹⁶ UNWTO 2015 World Bank 2018. <http://data.worldbank.org/country/turkey>

1.1.1.2. Turizmin Özellikleri

Turizm insan merkezli olarak çok boyutlu bir sektördür. İnsanların belli bir zaman diliminde çeşitli amaç ve niyetlerle gerçekleştirdikleri gezi ve kalmalarını kapsar. Turizm hareketlerinde insanların bir yerde devamlı bulunma amacı olmaksızın seyahat etmesi ve orada kalması durumu söz konusudur. Bu özellikleriyle turizm sektörü ve turizm endüstrisi diğer sektörlerle karşılaştırıldığında kendine has birtakım özellikleri ortaya çıkmaktadır. Turizmin kendine has özellikleri aşağıda belirtilmiştir¹⁷.

- a) Turizm faaliyeti, kazanç elde etme ve ticari nitelik göstermeyen gezi ve konaklama şeklinde kalmalardır.
- b) Turizm hareketlerinde tüketime yönelik harcamalar söz konusudur. Bu harcamalar insanların iş sebebiyle, merak etmeleri sebebiyle, manevi ziyaretler, sağlık amaçlı gidişler, spora yönelik faaliyetler, dinlence, kültürel faaliyetler ve bunun gibi benzeri amaç ve niyetlerle yapılan seyahatler sırasında gerçekleştirilmektedir.
- c) Turizm faaliyeti kapsamında yapılan geziler turizmin dinamik olduğunu gösterirken 24 saat veya bir gecelemeyi aşan konaklamalar olarak tanımlı statik unsurunu ortaya koymaktadır.
- d) Turizm sadece bireyin kendi seyahat ve kalmalarından oluşmamakta aynı zamanda kurumları, işletmeleri ve bunların hizmetsel yöndeki faaliyetlerinden de oluşan bir endüstridir.
- e) Turizmin, hizmet sektörü olması sebebiyle kurum ve firmaların ürettikleri mal ve hizmetlerin ilgili yerde tüketiciye sunulması esastır. Müşteri, mal ve hizmetin üretildiği yerde harcamada bulunarak tüketimini gerçekleştirir.
- f) Üretilen mal ve hizmetlerin harcanabilmesi ise ancak boş zaman oluşturulması ile mümkündür.
- g) Turizm sektöründe yer alıp hizmet veren seyahat firmaları (acente) ile tur operatörleri turist arz ve taleplerine yönelik sektörde dengeleyici rol almaktadırlar.

¹⁷ Olalı, H., Korzay, M.: 1993. "Otel İşletmeciliği", İstanbul: Beta Yayınevi s:36

- h) Turizm hareketleri, yıl içinde belirli aylarda aşırı yoğunlaşma yaratarak bu kişilerin yer aldığı ülkelerde de ilgili aylarda hareketliliği artırmaktadır.

Kavram olarak incelendiğinde ise beş ana özellik ortaya çıkmaktadır¹⁸ :

- a) Turizm, birbirini izleyen olay ve ilişkilerden oluşan bir bütündür.
- b) Bu olay ve ilişkiler, insanların değişik mekanlara gezme hareketlerinden ve gittikleri bu yerlerde kalmalarından kaynaklanmaktadır. Bu nitelik dinamik olarak tespit edilirken o yerlerde kalma işlevinin gerçekleştirilmesi statik olarak nitelendirilmektedir.
- c) Seyahat ve konaklama, aslında yaşamsal ve iş alanlarının dışındaki yerlerde gerçekleşmektedir. Bu sebeple bu alanlarda bulunan insanların davranış ve eylemlerinden daha farklı eylemler ortaya çıkmaktadır.
- d) Yer değişikliklerinin özelliği hem kısa hem de geçici olmalarıdır. Başka deyişle gidilen yerde birkaç gün, bir veya birkaç hafta ya da ay gibi belli bir süre sonunda geri dönme niyeti yer almaktadır.
- e) Seyahat edilen yerlerde para kazanma ve kazanç sağlama türünden faaliyetler söz konusu değildir. Turistik seyahatlerin amaçlarında, iş aramak, iş bulmak ya da iş kurmak gibi çabalar yer almaz.

Turizm olayı insan üzerine yoğunlaşmış ve insanın psikolojik olarak kendini iyi hissetmesi ve bu iyilik konusunda tatmin duygusu sağlamasına yönelik bir olgudur. Turizm olayının ortaya çıkmasına neden olan ve turizmin kendini geliştirmesine yön veren eylemlerin merkezinde insan yer almakta ve insan, turist olarak tanımlanmaktadır. Turistin günümüze kadar çok çeşitli tanımlamaları yapılmıştır. Ancak en genel tanımla turist, belirli bir süre içinde seyahat hareketini yerine getiren, ziyaret amacı ile gittiği yerde yirmi dört saatten fazla bulunan ya da gidilen ülkenin herhangi bir konaklama tesisinde en az bir gece kalan, boş zamanı ve satın alma gücü sınırlı olmakla birlikte rahatını düşünen, yaşamsal geleneklerinin sağlanmasını isteyen ve koruyan, hijyen ve konforuna düşkün olan insandır.

¹⁸ Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G. (2006). Social Tourism and its Ethical Foundations. Tourism, Culture and Communication, 7 (12), 7-17.

1.1.1.3. Turizmin Önemi

Eski zamanlarda sadece seyahat etme faaliyeti olarak görülen turizm, günümüzde seyahatin dışında birçok alanda da etkili olmakta ve turizm; ekonomik, sosyal, kültürel, toplumsal, çevresel ve üretimsel olarak birçok yönlü faaliyetler bütünüdür. Modern oluşumda turizm hareketi, özellikle sanayi devrimin başladığı İkinci Dünya Savaşı sonrasında belirgin olarak ortaya çıkmış, savaşların azalması özellikle küreselleşmenin de etkisi ile turizm hareketleri hızla artmış dünya ekonomilerinde oldukça hızlı bir gelişim ile ekonomik katma değer yaratan sektörlerin başında yer almıştır¹⁹. Turizmin önemi şu şekilde ifade edilebilir:

- a) Turizm dünya nüfusunu tüketici ve üretici olarak iki boyutlu ilgilendirmektedir.
- b) Turizmden elde edilen döviz gelirleri ile ülkelerin dış ödemeler genel dengesi ve dış ticaret açıklarının kapatılması sağlanmaktadır.
- c) Turizm ülke gelişimlerinin itici ve sürdürülebilir bir unsurudur. Turizm amacıyla üretilen mal hizmetlerin tüketimi, bunları üreten firmaların geliri sayılmakta ve kazançlarını artırmaktadır. Bu ihtiyaçların artışı ise daha fazla mal ve hizmet üretilmesini sağlayarak hem itici hem de sürdürülebilir olarak yatırımların, üretimin ve gelirlerin artmasına hizmet etmiştir.
- d) Turizm faaliyetleri sonucu yeni yer ve mekanların hizmete sunumu söz konusu olmakta ve bu hareketlerdeki yoğunluk daha çok personel kullanımını gerektirerek istihdamı da olumlu yönde etkilemektedir.

Turizm faaliyetlerinin sosyal açıdan önemi ise;

- a) Turizm ile, insan ve topluluklar uluslararası alanda birbirlerini tanıyarak karşılıklı iletişim ve bağlılık yaratmaktadır.
- b) Turizm hareketleri ile farklı ülkelerdeki değişik ve geleneksel anıt ve kültürel değerler öğrenilmekte ve bunlar karşılıklı şekilde tanınmakta ve

¹⁹ İÇÖZ, Orhan 2001 Turizm İşletmelerinde Pazarlama / Marketing in Tourism Operations, Turhan Kitabevi, Ankara,

bu etkileşim ile insanların kültür düzeylerinde çeşitlenme ve yükselme ortaya çıkmaktadır.

- c) Turizm faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması anlamında doğal, sosyal ve kültürel çevrenin korunması ve değerlendirilmesi zorunluluğu ortaya çıkmakta, bu koruma gelecek kuşaklara yaşanabilir bir dünya bırakılması bağlamında önemli olmaktadır.

Türkiye’de turizm bulunduğu coğrafik konum nedeni ile erken dönemlerde değeri anlaşılmış ve bu sektöre yönelik kamu ve özel kesim örgütlenmeleri ile çeşitli kurumsallaşmalar gerçekleştirilmiştir. Türkiye’de küresel anlamda ortaya çıkan yeni turizm anlayışında yer alma çabaları 1980’li yıllardan sonra ortaya çıkmıştır. 1980’li yıllar sonrasında Türkiye, başta ekonomik alan olmak üzere sosyal, kültürel ve toplumsal alanlarda da dışarı açılma stratejisi izleyerek dünya turizmde bulunduğu coğrafya stratejik konumunu, kültürel ve doğal zenginliklerini kullanarak yer almaya çalışmıştır. Ancak o dönemde uygun yatırımlar, alt yapı ve üst yapı çalışmalarının yeterli olmaması nedeniyle gerekli tanıtımlar istenen düzeyde yapılamamış ve turizmin tam etkinliği sağlanamamıştır.

1.1.1.4. Türkiye’de Turizmin Tarihçesi

Turizmin tarihsel süreci, Sümerlerin M.Ö. 4000 yılına kadar dayanmaktadır. Finikeliler de bu yönde ilk gezginler arasında belirtilebilmektedir. Mısır da M.Ö. 3000 yıllarında piramitler ve tapınaklardan kaynaklı olarak gezginlerin ilgilerini en çok çeken ülkeler konumundadır. Eski Mısır ve Babil krallıklarında ise, gezginler açısından yolların güvence altında tutulduğu, ayrıca konaklama amacıyla ev olanaklarının sunulduğu bilinmektedir. Evlerin ve bahçelerin bu yönde inşa edilmesi üzerinden, turizm faaliyetleri üzerindeki etkinlikleri belirtilebilmektedir²⁰. Turizm aktiviteleri arasında başka bir değerlendirme ise, eski çağlarda ulusların ticaret amacıyla ülkelere ya da komşu ülkelere ziyaret gerçekleştirmeleridir. Uzak yolculukların çoğunluğu ise, deniz yoluyla gerçekleştirilmiştir. Bu durumun nedeni,

²⁰ Barutçugil, İ.S.: 1984. “Turizm İşletmeciliği”, Bursa: Uludağ Basımevi. s: 28

kara yollarının iyi olmamasından kaynaklıdır²¹. Başka bir değerlendirme ise Yunanlılara yönelik geliştirilebilmektedir. Yunanlılarda olimpiyatların olması, seyahat olanaklarının olmasına ortam hazırlamıştır. Ayrıca bu olimpiyatlara giden kişiler, kasabalarda konaklama ve turizm öncülüklerini yapmalarından dolayı, turizm faaliyetinin oluşmasına ve artmasına kaynaklık göstermişlerdir²². İstanbul'un fethine kadar turizm faaliyetleri belirli süreçlerde gelişmiştir. Bu yönde turistik faaliyetler, zevk, eğlence ve sağlık turizmine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Ayrıca dini amaçlı seyahatlerde Hristiyanlık ve Müslümanlığa bağlı olarak geliştirilmiştir. Dolayısıyla da bu durum turizmin, belirli özelliklerini geliştirme ya da kullanmada bir araç görevi üstlenmiştir. Bu yönde inanç, ekonomik, spor, sağlık gibi kategoriler, turizmin daha çok etkinleşmesinde önemli birer fonksiyon olmuştur. Bu sayede turizm faaliyetleri etkinleşmiştir²³.

Turizm kavramı ve turizmin tarihsel süreci, çok eski zamanlardan günümüze kadar her daim gerçekleştirilen ya da bu durumun gerçekleşmesi eğiliminde belirli bir durumu temsil eden görevi kapsamı yönüyle önemlidir. Dünya genelinde farklı etkenlerden dolayı turizm desteklense de bu süreç özellikle de inanca, sağlığa, ekonomiye bağlı geliştirilmiştir. Ancak günümüzde bu faaliyetlerin temelinde yer alan unsur ekonomik faaliyetlerde en iyi düzeyde yararlanma ve ekonomiyi iyileştirme durumları söz konusudur. Böylece diğer faaliyetlerin en büyük katkısı olarak düşünülen unsur, ekonomik faaliyetlerin niteliğidir. Diğer yandan turizm faaliyetlerinin gelişmesinde temel nitelik, organize turların da etkinlik kazanmasıdır. Böylece daha uygun fiyata gezilerin ayarlanması, turizmin ve insanların kültürel bilgilerinin iyileştirilmesinde birer araç konumundadır. Bu ölçüde turizm faaliyetlerinin tarihsel süreçleri, farklı etkenlerden kaynaklı olarak devamlılık göstermiştir²⁴.

²¹ Doğanay, H.: 2001. "Türkiye Turizm Coğrafyası", Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları

²² Yıldız, Z.: 2011. "Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi", Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3(5), 54-71.

²³ Acuner, Ş.A.: 2006. "Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi", Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları

²⁴ Bayer, M.Z.: 1992. "Turizme Giriş", İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları s:11

1.1.2. Turizm Sektörünün Gelişiminin Türkiye Odağında İncelemesi

Türkiye genelinde turizm sektörü ve gelişimi, 1980’li yıllar ile beraber bir anlayış olarak şekillenmiştir. Türkiye’de henüz çok yeni bir sektör konumunda bulunması, rakip ülkeler temelinde çalışmaların yapılmasını da hızlandırmıştır. Türkiye’de bu açıdan bakıldığında turizm sektöründe geliştirici nitelikli çalışmalar, kitle turizminin gelişmesine yöneliktir. Ayrıca alınacak turizm politikalarında dikkat çekilmesi gerekli ana özelliklerden biri, hükümetlerin turizm için, ulusal olarak özellikle bölgesel ve yerel düzeyde bir politikalarının olması gerekliliğidir²⁵. Türkiye bu yönde çalışmalar yaparken, turizm sektöründe öncü olan ülkeleri baz alarak çalışma niteliklerini oluşturmaktadır. Bu durum, kitle turizminden olumsuz etkilenmelerin olmasından dolayı, önleyici yönde çalışmaların yapılmasına ortam hazırlamıştır. Alternatif yönde turizm çalışmalarının yapılması, bu yönde gerekli bir durum olarak etkinliğini ortaya koymuştur. Böylece Türkiye’de turizm etkinliklerinin gelişmesi iki ayrı yönden bakılarak değerlendirilmektedir. 1990’lı yıllardan önce ve bu yıllardan sonra olarak incelenen turizm sektörü, Türkiye’nin turizme yönelimlerinde farklılaşmaların yaşandığı dönemleri temsil etmesi açısından dikkate değerdir²⁶.

Türkiye’de turizm çalışmalarının 1980’li yıllar ile gelişmesinde temel unsur; bu dönemin başlarında alınan 24 Ocak 1980 kararlarıdır. Bu kararlar doğrultusunda Türkiye’de devalüasyonun gelişmesi, yabancı sermayelerde teşviklerin sağlanması, döviz alış ve satışlarda serbestleştirici girişimlerin ortaya koyulması, Turizmi Teşvik Kanunu’nun temelini atılması gibi kararlar alınmıştır. Bu kararların en önemli etkileri olarak da nitelendirilen unsurlar, turizm sektörünün en iyi ölçüde nitelikleri geliştirici yönünden bakıldığında dikkate değerdir. Bu kararlardan özellikle de Turizmi Teşvik Kanunu, turizm sektöründe yatırım ve kredi kolaylıklarını sağlama, vergiler, resimler ve harç istisnalarını sağlama, personeli çalıştırma, KDV ertelemelerini sağlama, çeşitli hizmetlerde öncelikleri oluşturma gibi durumlar, turizmin gelişmesinde en önemli unsurlar arasındadır. Bu yönde turizmin

²⁵ Wanhill, S. R. C., “UK, Politics and Tourism”, Tourism Management, Vol.8, No.1, ss.54-58

²⁶ Gülbahar, O. (2008). Turizmin Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Cari İşlemler Dengesine Etkisi. Journal Of Qafqaz University, (24): 159.

gelişmesinde Türkiye'nin mevcut olanaklarını turistik faaliyetlere uygun bir hale getirme çalışmaları, öncelikli olarak ekonomik düzlemde ortaya koyulan kolaylıkların birer sonucu olarak kendisini göstermektedir²⁷.

1.1.3. Turizm Sektörünün Özellikleri

Turizm sektörünün gelişimi değerlendirildiğinde, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içerisinde mevcut yeri, sektörler arasındaki büyüme kapasitesi ile ilişkilidir. Bu sektörün büyüme niteliği ekonomideki hem dalgalanmalara hem de krizlere rağmen gelişen bir yapıda olduğundan, bu sektörde başarıyı kılan bazı özellikler mevcuttur. Türkiye'nin başarılı olmasında ülkenin tecrübesi, sektörel birikimleri ve hizmetleri iyileştirme çabası, eşsiz düzeyde doğası, kültürel çeşitliliği, çok sayıda medeniyete ev sahipliği yapmaları gibi unsurlar belirtilebilmektedir. Ayrıca bu yönde yapılan çalışmalar, ulaştırma hizmetlerini en iyi düzeye getirme ve diğer sektörlerle bağlantılı bir yapıyı temsil etme açısından dikkate değer bir konumdadır²⁸.

Turizm özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki yoksulluğun azaltılmasında da rol oynayabilmektedir²⁹.

Turizm sektörünün kapsamının, çeşitli sektörlerle bağlantılı olması, ekonomi üzerinde belirgin bir etkiyi ortaya koymadaki başarısı gibi faktörler, turizm sektörünün özelliklerinin ülkeler açısından en iyi şekilde algılanmasını gerektirmiştir. Özellikle de istihdama ve yapılan yatırıma bağlı çalışmaların ortaya koyulması, bu başarının temelini oluşturmada ilk temel unsurlar içerisinde almasına ortam hazırlamıştır³⁰. Bu yönde turizmi etkileyen faktörler, aşağıda maddeler halinde sıralandıkları şekillerde belirtilebilmektedir³¹.

- Ülkelerdeki ekonomik yatırımlar, turizm yatırımları ile işgücü politikaları, turizm sektörünü etkilemektedir.

²⁷ Cooper, C.P., Ozdıl, I.: 1992. "From Mass To Responsible Tourism: The Turkish Experience", London: Butterworth-Heinmann Ltd

²⁸ Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2018, s:166.

²⁹ Hrubcovaa, Loster ve Obergrubera, 2016: 446.

³⁰ Dilber, İ.: 2007. "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi", Yönetim Ve Ekonomi, 14(2), 205-220

³¹ Tutar, F., Alpaslan, C. Tutar, E. Ve Erkan, Ç. (2013). Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri. Global Journal Of Economics And Business Studies, Issn: 2147-415x s: 16-17.

- Ülkelerin turizme yönelik faaliyetleri, turizm işletme yapıları ve kendi mevcut profili, turizmi etkilemektedir.
- Sektör genelinde istihdamı sağlanan personelin, yeteneklerinin, uygunluklarının ve verimliliklerinin yeterli bir profilde olması önemlidir.
- Sosyal ve mali haklara ilişkin unsurlar, turizm sektörü ve diğer sektörler arasında belirgin bir düzeyde olmalıdır.
- Turizm işletmelerinin söz konusu faaliyetlerinin ne kadar sürdüğü önem taşımaktadır. Buna göre düşük ve yoğun sezon dönemlerindeki getiriler, ekonomik nitelikleri etkilemektedir.
- Ülke genelinde turizm imajlarının, insanlar üzerinde bıraktığı izlenimler turizm sektörünü etkilemektedir.
- Dış etkenli politik, ekonomik ve sosyal unsurlar, turizm sektörünü etkilemektedir.
- Turizm ve pazarlama çalışmalarından elde edilen başarılar, turizm sektörünün genel yapısını etkilemektedir.

Sonuç olarak turizm, bir devlet ekonomisinin ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilebilir, ayrıca turizm hem sosyal hem de ekonomik kalkınma için de büyük bir önem taşımaktadır³².

1.1.4. Turizmde İstihdam Kavramı ve Sektörün Değerlendirmesi

İstihdam kavramı, ekonomik ölçüde en geniş anlamda değerlendirildiğinde, üretim faktörlerinin tamamını belirtmektedir. Faktörlerin tamamını kullanma ve en iyi düzeye ulaştırma çalışmaları, ülkeleri ciddi bir duruma sevk etmektedir. Üretim düzeylerinin en üst düzeyde tutulduğu faktörler, “tam istihdam milli gelir düzeyi” ile ilişkili bir yapıdadır. Bu durum, bir yandan ülkelerin daha çok başarılı olacakları ölçüde çalışmaları ortaya koymalarını gerektirirken, diğer yandan da mevcut kaynakların da en iyi şekilde olmasını gerektirmektedir. Üretim faktörlerinde eksik istihdam kavramı meydana geldiği takdirde ise, özellikle de turizm sektörü ile bu durum ilişkilendirildiğinde, ciddi bir risk faktörü kendisini göstermektedir. Böyle bir

³² Onetiu, A. N. ve Predonu, A. M. (2013). “Economic and Social Efficiency of Tourism”, Procedia - Social and Behavioral Sciences, (92), 648 – 651

unsur, kaynakların eksik istihdamına bağılı olarak ciddi bir sorun ortaya koymaktadır. Ülkelerin ekonomik kalkınmaları ve gelişimleri, vatandaşların tamamına iş olanaklarını sağlama ve böylece turizm faaliyetlerinde de önemli çalışmaları koyma özellikleri, bu istihdam yapısında mevcut profilin değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır³³.

Dünya genelinde yaşanan sorunların en başında işsizlik sorunsallığı gelmektedir. Ülkelerin bu oranı düşürme mücadeleleri, çeşitli çalışmaları yapmalarını gerektirmektedir. Turizm sektörünün insanın insana hizmet sağladığı bir sektör olması, istihdamın da sağlanmasında insan faktörünün önemini göstermektedir. Diğer bir ifadeyle sektörün kalkınması, insan kaynağını en iyi şekilde kullanma ve istihdam olanaklarını artırma ile sağlanabilmektedir. Ülke genelinde çeşitli reklamların ve tanıtımların turist sayılarını ve turizm gelirlerini artırma mücadeleleri, istihdamın yeterli düzeye ulaştırılması ile elde edilebilen bir durum olmaktadır. Ayrıca istihdam olanakları, ülkenin mevcut durumu ile de ilişkili olduğundan, gerekli istihdam yapısının oluşturulması sağlanmalıdır. Diğer bir deyişle bu durum Türkiye'nin coğrafi konumlarına bağılı değerlendirildiğinde, kültürel özelliklerin ve bu konumun en iyi şekilde sunulması gerekliliği önemli bir yer tutmaktadır. Sanayileşmenin sağlanamamasının ciddi bir risk teşkil etmesi, bölgesel kalkınmanın bölgelerde aynı düzeylerde gerçekleştirilememesi, hane halklarında refah düzeyinin artması ve istihdam açıklarının da kapatılması eğilimli çalışmalar, turizm sektöründe istihdam olanaklarını en iyi düzeyde ortaya koymayı gerektirmektedir. Bu nedenle sektörel çalışmalar, turizm olanaklarında istihdam yapısı ile ilişkili çalışmaları kapsamalıdır³⁴.

1.1. Turizm Sektörü İşletmeleri

Turizm sektörü, hizmetler sektörü içerisindedir. Bu yönüyle kompleks bir yapıya sahip olması, iç içe geçmiş ve birbirleriyle bağlantılı diğer sektörlerle ihtiyaç duymasından dolayı önemlidir. Uyumlu çalışma zorunlulukları turizm sektöründe,

³³ Ekonomistler Derneği: 2017. "Kayıtlı İstihdamın Desteklenmesi İçin Turizm Sektörü Ve Kuşadası Özelinde Strateji Önerileri", İstanbul: Turizm Sektörü Çalışanları Geleceğe Güvenle Bakıyor Projesi s:20

³⁴ Tutar Vd., s: 15

diğer sektörler ile ilişkinin etkin düzeyde olmasını gerektirmektedir. Örnek üzerinden bu durum irdelendiğinde, konaklama ve yiyecek işletmeleri olmadan herhangi bir turistik faaliyetten söz edilememektedir. Ayrıca bu durum ile de sınırlı kalmayan turizm sektörü, bölgelerin tercih edilebilecek ölçüde çekici olmasını da sağlayacak çalışmaların yapılmasını gerekli kılmaktadır. Turizm girişimcilerinin de sektörün önemli girdileri arasında yer alması, yapılan çalışmalarda yenilikçi uygulamaları yapmalarını gerektirmektedir. Ancak her ne yönden turizm sektörü değerlendirmesi yapılırsa yapılsın, turizm işletmelerinin mevcut varlığına bağlı ilişkilendirmeler, önemli bir yapıda bulunmaktadır³⁵. Bu yönde belirtilen turizm sektör işletmeleri, aşağıda maddeler halinde sıralanmaktadır³⁶ ;

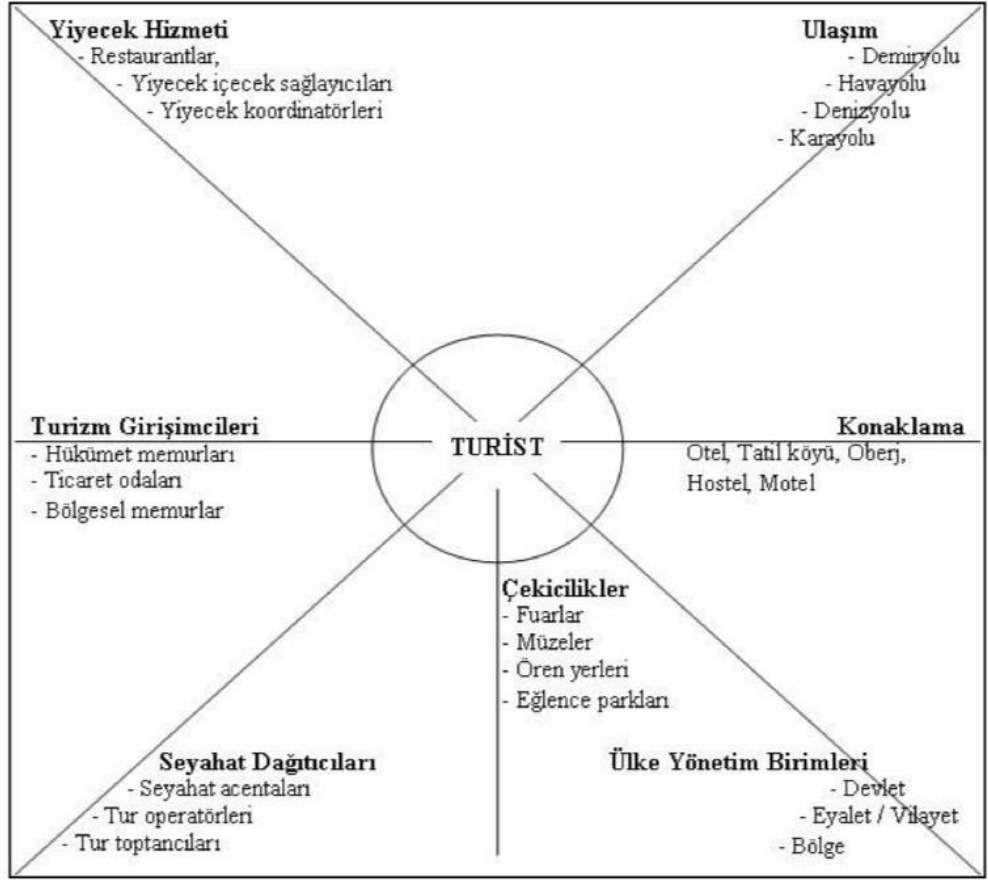
- Konaklama firmaları,
- Yeme – içme sağlayan firmalar,
- Seyahat firmaları,
- Çevresel seyahat sağlayan firmalar.

Turizm sektöründe ifade edilen işletmelerin, turistik maliyetleri özendirici yapıda çalışmalar ortaya koymaları, ülke genelinde turistin ziyaret oranlarını da etkiler düzeydedir. Buna göre turistin yiyecek hizmetinden, ulaşım yapısından, konaklamadan, bölgesel çekiciliklerden, seyahat dağıtıcılarından ve ülke yönetim birimlerinden yararlanma özellikleri, turizm girişimcilerinin de etkileri ile başarılı bir ölçüyü destekler özelliği temsil etmelidir. Ayrıca ülke yönetim birimlerince de bu durum dikkate alınmalıdır. Çalışmalarda devlet, vilayet, bölge, eyalet gibi etkin çalışma özelliklerinin ortaya koyulmasını gerektiren hususlar, çekicilikleri oluşturmada çalışmaların daha verimli yapılabileceği bir durumu ortaya koyabilmektedirler. Böylece daha etkin bir turistik faaliyet yapısı da oluşturulabilmektedir³⁷. Bu yönde ifade edilen unsurlar, Şekil 1’de gösterildiği şekilde belirtilebilmektedir.

³⁵ Ünüvar, Ş.: 2008. “Konaklama İşletmelerinde Reklam Kampanyaları Uygulamaları: Stratejik Bir Yaklaşım”, Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi 2008, s:7

³⁶ Akat, Ö.: 1997. “Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği”, İstanbul: Motif Matbaası s:79

³⁷ Ünüvar, 2008: 8



Şekil 1 Turizm Sektörü Bileşenleri

Kaynak: Ünüsan, Ç., Sezgin, M: 2005. “Turizmde Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi”, Konya: Nüve Kültür Merkezi Yayınları

1.2.1. Konaklama İşletmeleri

Konaklama işletmeleri, turistlerin destinasyona uğraması ile başlayan ve konaklama olmak üzere her türlü ihtiyaçların karşılandığı emek yoğun işletmeleri ifade etmektedir. Bu işletmeler, özellikle de tatil amaçlı seyahatlerde turist zamanının büyük bir bölümünü oluşturan işletme yapısında olmaları yönünden önemlidir. Konaklama işletmelerinin rolleri bu temelde, turistlerin memnuniyetini kazanabilecek yönde olmaktadır. Diğer bir ifadeyle konaklama işletmelerine ilişkin

kalitenin oluşturulması, esas itibariyle nitelikli işgücüne sahip olmaları açısından da önemli bir profildedir³⁸.

Konaklama işletmelerinin, insan kaynaklarının nitelikleri ve yeterli düzeyde istihdam edilmelerini sağlamaları, personelin kaliteli bir hizmet yapısını sunmaları açısından önemleri büyüktür. İşbirliklerinin yakın ve zorunlu olması, çeşitli özellikleri kapsamaktadır³⁹. Bu işletmelerdeki işlevsellikler, mevsimsel şartlara göre değişkenlik göstermektedir. Belirli dönemlerde artışların ve belirli dönemlerde azalışların söz konusu olması, taleplerdeki azalışların ve artışların yetkin bir düzeyde takibinin yapılmasını gerektirmektedir. Ziyaretçi sayılarına bağlı olarak ekonomik temelde bir özellik ortaya koyan bu işletmeler, mevcut ekonomik niteliklerin de en iyi sonuçlarda olabilmesi bağlamında önemli bir profildedir. Dengesizlik durumunun meydana gelmesi, turizm faaliyetlerinde azalmaya neden olurken, iyileştirici ölçüde çalışmaların yapılması, özellikle de ekonomik ölçüde etkin bir sektör konumunu belirtmektedir⁴⁰.

Konaklama işletmelerinde nitelikli işgücünün oluşturulması ise, başarının en iyi şekilde yakalanmasında bir etkidir. Konaklama sektöründe bu yönde bir işgücünün elde edilmesi, çeşitli özelliklere sahip çalışanların da olmasını gerektirmektedir. Buna göre yüksek işgücü devir hızının olması, personel tatmininin sağlanması, işletmelerde mevcut çalışanın tutulması, düşük sendikalaşmalar gibi özelliklerin de dikkate alınması, çalışanlardan elde edilen verimi etkilemektedir. Turizm sektöründen uzaklaşan kişilerin söz konusu olması, bu sektörün etkinliğini azaltan faktörler arasındadır. Bu nedenle sektörel bazda yetkinlik, çalışanların konaklama işletmeleri içerisinde başarıyı ortaya koymalarını gerekli kılmaktadır⁴¹.

³⁸ Üngüren, E., Çevirgen, A.: 2016. "Alanya'daki Konaklama İşletmelerinin Genel Yapısının Analizi", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(43), 2223-2236

³⁹ Olalı, H., Korzay, M.: 1993. "Otel İşletmeciliği", İstanbul: Beta Yayınevi s:10-11

⁴⁰ Ball, R.M.: 1989. "Some Aspects Of Tourism, Seasonality And Local Labour Markets", Area, 21(1), s:5

⁴¹ Baum, T.: 2012. "Human Resource Management In Tourism: A Small Island Perspective", International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research, 6(2), 124-132.

1.2.2. Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Turizm sektöründe, turistlerin beslenme ihtiyaçlarının karşılanması ve belirli düzeyde kârın elde edilmesi amacıyla kurulan işletmelerdir. Bu işletmeler hem yeme-içme kapsamında hem de bağımsız şekilde faaliyet gösterebilen işletmeler olabilmektedir. Bu işletmeler lokanta şeklinde adlandırılrsa da günümüzde “restoran” şeklinde de belirtilmektedir. Bu lokantalar ise genel olarak geleneksel ve Amerikan tipi lokantalar olmak üzere iki ayrı şekilde belirtilmektedir. Bu lokantalar ve özellikleri aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır.⁴²

Geleneksel lokantalar, garson aracılığıyla müşterilerden siparişlerin alındığı ve servislerin uygulandığı lokantalardır. Bu lokantalarda, müşterinin menüden istediği yemekleri seçmesi ve garsondan talep etmesi üzerine, garson siparişi gerçekleştirmektedir.

Amerikan tipi lokantalar, özellikle de hızlı servisin yapılması amacıyla geliştirilen lokantalardır. Self servis şeklinde de belirtilen bu lokantalar, konukların kendi yiyeceklerini ve içeceklerini aldıkları lokantalardır. Bu tür lokantaların ekonomik yönden etkilerinin en iyi ölçüde yapılması, işletmeler tarafından tercih edilen bir konumlamada olmasında etkindir. Böylece işletmeler açısından daha çok avantajın elde edildiği lokanta tipi geliştirilmektedir.

1.2.3. Seyahat İşletmeleri

Seyahat işletmeleri, turizm sektörü ile iş birliği yaparak işletme konumlamasını taşımaktadır. Diğer bir deyişle seyahat işletmeleri, organize turların yapılması ve tur gezilerinin oluşturulması, bu işletmelerin temel varlıklarını belirtmektedir⁴³ Turistik ürünlerin oluşturulması ve ürünlerin belirli fiyatları kapsayıcı şekilde doğrudan ya da acenteler vasıtasıyla sunulması, turizm faaliyetlerini daha çok etkinleştirmektedir. Uygun turizm seyahatlerini elde edenlerin

⁴² Barutçugil, İ.S.: 1984. “Turizm İşletmeciliği”, Bursa: Uludağ Basımevi. s:55-56

⁴³ Holloway, J.C.: 1994. “The Business Of Tourism”, Great Britain: Pitman Publishing

bu işletmeleri tercih etmeleri, tur operatörü aracılığıyla seyahatlerin gerçekleştirilmesinde etkindir⁴⁴.

Seyahat işletmeleri, turizm sektöründe hem kalitatif hem de kantitatif açıdan dikkate alınan işletmeleri belirtmektedir. Seyahat işletmeleri bu yönde, turistik işletmelerde aracılık eden işletmeleri ve turistlerin bir yerden başka bir yere taşınmalarını sağlayıcı, yani yer değişimlerini destekleyici işletmeleri çevrelemektedir. Böylece turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde seyahat işletmeleri oldukça önemlidir. Bu durumun önemi genel olarak ekonomik faktörlere ilişkin unsurlardır. Bu tür işletmelerin sayılarının gün geçtikçe artması dikkate alındığında, turizm faaliyetlerinin tarihsel sürecinde turizm hareketleri, 1950’li yıllardan günümüze kadar kendisini gösteren bir işletme yapısındadır. Modern anlamda düzenlemelerin yapılması ve diğer işletmelerle aracılık edilmesi, seyahat işletmelerinin devamlılıklarının sağlanması ve turistik faaliyetlerin geliştirilmesinde yerleri oldukça önemlidir⁴⁵

1.2.4. Rekreasyon İşletmeleri

İnsanların rekreasyon faaliyetleri, tatil ve turizm etkinlikleridir. Kişinin sosyal yaşantısında önemli bir yer edinen bu işletmeler, insanların çeşitli aktivitelerde bulunabilmelerinde bir araç görevindedir. Turizm ve rekreasyon faaliyetleri, rekreasyon işletmelerinin gelişmesinde en önemli unsurdur. Eğlenme, dinlenme, hayata bağlanma gibi insanın kendi hayatındaki birtakım özellikler, bu işletmelerin varlıklarını etkileyen niteliklerdir⁴⁶. İhtiyaç duyulan her alanda bu işletmelerin genel potansiyelleri, iş hayatının yoğunlaşması, şehirleşmenin artması ve sanayileşmeden kaynaklı streslerin çoğalması gibi etkilerin sonucu olarak turizm faaliyetlerini destekleyici işletmelerin kurulmasına ortam hazırlamıştır. Rekreasyon ile turist kavramları arasındaki ilişkinin bir sonucu olarak gelişme kazanan bu işletmelerin potansiyelleri, turistik tüketici davranışlarının bir yansımasını vermektedir. Bu yönde

⁴⁴ Alaeddinoğlu, F., Can, A.S.: 2007. “Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri Ve Seyahat Acenteleri”, Ticaret Ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 2, 50-66.

⁴⁵ Ünüvar, s: 10-11

⁴⁶ Serçek, S., Özaltaş Serçek, G.: 2015. “Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihinde Rekreasyon Aktivitelerinin Etkisi”, International Periodical Fort He Languages, Literature And Historyof Turkish Or Turkic, 10(14), 681-698.

ekonomik bir faaliyetin de baz alınması, turistik eğilimlerde rekreasyon işletmelerinin geliştirilmesini ortaya koymaktadır. Böylece bu işletmelerin insanların isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılayacak özellikleri yansıtmamasından dolayı, rekreasyonel analizlerin de yapılarak işletmelerin kurulması hedeflenmektedir⁴⁷.

1.3. Turizm Sektörünün Genel İncelemesi

1.3.1. Dünyada Turizm Sektörü

Turizm sektöründe özellikle son yıllarda yaşanan hızlı gelişme ve büyüme sektörün günümüzdeki ekonomik büyüme ve kalkınmaya etkisinin de güçlü olacağını göstermekte ve itici güç olmaktadır.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) yıllar itibarı ile yapmış olduğu değerlendirmeler incelendiğinde dünya üzerinde yer değiştiren turist rakamlarının tahminlerin de üzerinde gerçekleştiği ve hatta ileriye dönük tahminlerin de revize edilmesi gerektiğini göstermektedir.

Bu örgüt dünya üzerindeki turizm verilerini her yıl derleyip toparlayan ve irdeleyen bir kurum olarak verilerle yakından ilgili olup 2020 yılı için planladıkları turist sayısı 1.4 milyar kişi olarak tahmin edilmişken yayımladıkları son Turizm Barometresi ile bu rakamların 2018 yılından bir önceki yıla göre yaklaşık % 6' lık bir artış göstererek hedefi yakaladığı görülmüştür⁴⁸. UNWTO, tahminlerini yaparken bazı etmenleri dikkate alarak projeksiyonlarını oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucunda birçok sektörde insan gücünün yerini otomasyon sistemlerinin alacak olması ve bunun sonucunda bireylerin çalışma sürelerinin kısalarak boş vakitlerinin açığa çıkacak olması, bireylerin turizm etkinliklerine katılmalarını sağlayacaktır. Dünya nüfusunun önümüzdeki yıllarda daha da artacak olması dikkate alındığında turizm hareketlerine katılacak potansiyelin de artması kaçınılmaz olacaktır. Diğer taraftan ticari ilişkilerdeki kongre, fuar ve toplantıların artması turizmin gelişmesine neden olacaktır. Harcanabilir gelir düzeylerindeki artışlar, turizm faaliyetlerine ayrılan paylarında artmasına sebep olacaktır. Tüm bu etmenler

⁴⁷ Swarbrooke, J., Horner, S.: 2004. "Consumer Behaviour In Tourism", Oxford: Martins The Printers. s:220)

⁴⁸ UNWTO, 2019

dünya turizmini geliştirecek, ileri seviyelere taşıyacak ve doğal olarak her ülke bu sektördeki kazanç pastasından payını almaya çalışacaktır. Gerçi bu olumlu ve iteleyici ivmeler gerçekleşirken terörizm, savaşlar, ekonomik durgunluklar, doğal afetler, sosyal olaylar, dünya çapında veya ülkelerde yaşanan bulaşıcı hastalıklar ve bunlar gibi diğer olumsuzluklar ise turizm hareketlerini negatif yönde etkileyebilecektir. Bu etmenlerle UNTWO' nun 2019 yılı için dünya turizm büyümesinin %3- %4 arasında gerçekleşmesi yönünde öngörülerini mevcut bulunmaktadır. Dünya turizmi geçmişe yönelik incelendiğinde, geçmişe göre bu derece artırıcı etkiyi geliştiren unsurlar arasında öncelikle uçuşların geçen yıllara göre ekonomikleşmesi görülmektedir. Petrol ve dolayısı ile yakıt fiyatlarındaki öngörülebilirlik ve istikrar, uçuşları daha uygun hale getirmekte bu durum da yeni yer görme, gezme, bilgilenme arayışları içinde olan insan topluluğunu çekici kılmakta ve farklı ülkelere yapılan ziyaretleri artırmaktadır.

Ayrıca daha yeni yeni gelişmekte olan ülke pazarlarından liderliği üstlenmiş olan Hindistan, Rusya'nın küçük Asya ve Arap ülkeleri son yıllarda oldukça yoğun bir dış seyahat talebi ile karşı karşıya kalmıştır. Bu seyahatlerin artışıdaki sebep ise, seyyahların yeni ve farklı yerler görme isteklerinden kaynaklanmasının yanı sıra bu ülkelerin turizmi geliştirmek anlamında daha da şeffaflaşmasından ve insanları etkilemeye çalışmasından kaynaklandığı belirtilebilir.

Tablo 1 Dünya Turist Hareketleri (1990- 2018)

Turist Sayıları (Milyon)	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Dünya	435	526	674	809	953	1,138	1,189	1,235	1.403
Avrupa	251,2	303.5	390.3	452.3	496.7	567.6	583.8	596.1	712,6
Asya-Pasifik	58,7	86.3	114.1	152.8	206.0	272.0	293.6	316.5	342,6
Amerika	99,3	108.1	130.6	136.5	155.6	188.6	200.2	209.9	217,2
Orta Doğu	8,2	8,5	12,8	21,4	33.5	37.6	37.4	34.8	63,6
Afrika	9,8	11,5	14,9	19,3	28,3	34.4	36.0	39.2	67,1

Kaynak: <https://www.e-unwto.org/>

Tablo 1’te 1990 yılından 2018 yılına kadarki turist sayıları yer almakta olup 1990 yılında 435 milyon olan turist sayısı 2018 yılında 1.403 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu artış 2018 yılı için yaklaşık %2,23’lük bir artışı göstermektedir. 1990 yılından 2018 yılına kadar en yüksek artış orta doğu bölgesinde gerçekleşmiş (%6,76), onu %5,85 ile Afrika izlemiş daha sonra da Asya-Pasifik %4,84 ile takip etmiştir. Amerika’ya giden turist sayısının ise oldukça düşük seviyelerde gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 2 Dünya Turist Sayısı ve Turizm Geliri (2018)

Bölgeler	Turist Sayısı*		Turizm Geliri**	
	(milyon)	% Pay	(milyar US\$)	% Pay
Avrupa	712.6	50.8	519.6	41.9
Asya-Pasifik	342.6	24.4	390.0	31.5
Amerika	217.2	15.5	326.2	26.3
Afrika	67.1	4.8	36.8	3.0
Orta Doğu	63.6	4.5	67.4	5.4
DÜNYA TOPLAMI	1,403.0	100.0	1,239.0	100.0

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (2018)

Turist sayıları olarak konu irdelendiğinde Tablo 2’de görüleceği üzere, Avrupa’ya seyahat eden uluslararası turist sayısının 2018’de 713 milyona ulaşmış olduğu görülmektedir. Bu sayı bir önceki yıla oranla %6’lık iyi bir artışa işaret etmektedir. Yine aynı oran ile Asya ve Pasifik bölgesi ise 2018 yılında 343 milyon uluslararası turisti kendi bölgesine çekmeyi başaramıştır.

Turist sayılarına bakıldığında turizm gelirlerindeki düşük oran bu kıyaslamada karşımıza çıkmakta ve Amerika’nın 2018 yılında %3’lük artışla toplam 217 milyon ziyaretçiyi ağırladığı görülmektedir. Kuzey Amerika’daki büyüme yüzde

4 olurken, Güney Amerika yüzde 3, Orta Amerika ve Karayipler bölgesinde yüzde 2'lik artışlar gerçekleşmiştir.⁴⁹

Afrika bölgesi 2016 yılına göre yüzde 10 artış ile toplamda 67 milyon turiste kapılarını açmıştır. Afrika gibi yüzde 10'luk artış yakalayan diğer bir bölge Ortadoğu olup bu bölgeye giden turist sayısı da 64 milyon kişi olarak açıklanmıştır. Bu bölgelerdeki sayı artışları bu bölgelerdeki iş imkânlarının daha etkinleştirildiği anlamı ile bağdaştırılabilir.

Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2019 yılındaki 2018 yılına ilişkin raporuna göre ise; uluslararası turizm sonucu ortaya çıkan ihracat 2018'de 1,7 trilyon dolara ulaşarak 2017 yılına göre reel %4 artış göstermiştir. Bu rakam döviz kuru dalgalanmaları ve enflasyona göre düzeltilmiş rakamdır⁵⁰.

Turizm ihracatının geçen 7 sene ile art arda mal ihracatından daha hızlı büyüdüğü bundaki en önemli etmenin ise güçlü bir ekonomik ortamda uluslararası seyahatlerden kaynaklanan güçlü talep olduğu belirtilmektedir. Turizm ihracatı mal ihracatından %3 daha fazla büyümüştür.

Dünya üzerinde seyahat alanında yaşanan bu güçlü büyüme, uluslararası turizmden elde edilen gelirlerin toplamda 1,7 trilyon dolar olmasını sağlayarak küresel hizmet ihracatının %29'unu ve toplam mal ve hizmet ihracatının %7'sini oluşturmuştur.

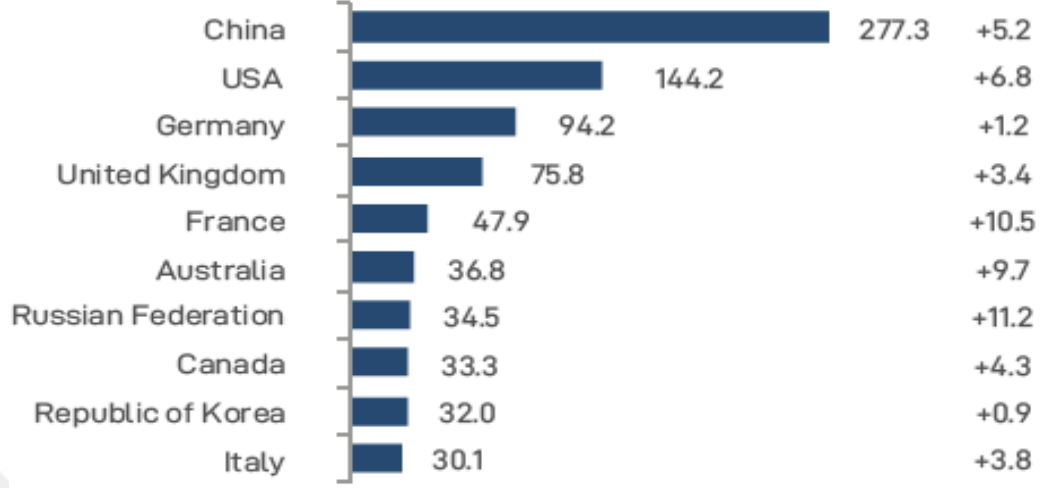
Bu rakamlar ile turizm sektörü dünya ekonomilerindeki ilk beş sektör arasında, kimyasal üretim ve akaryakıt endüstrisinin gerisinde kalmış fakat gıda ve otomotiv endüstrilerinin önüne geçmiştir.

Uluslararası turizmden elde edilen toplam ihracat rakamının dağılımı, uluslararası turizm gelirlerinde 1.448 milyar \$ ve uluslararası yolcu taşımacılığı hizmetlerinde 256 milyar \$ olarak detaylandırılmaktadır. Turizm, birçok destinasyon için önemli bir döviz kaynağı ve ihracat çeşitlendirmesi için önemli bir araç oluşturmaktadır.

⁴⁹ UNWTO, 2018 Yılı Raporu (World Tourism Organization)

⁵⁰ UNWTO, 2019 Yılı Raporu

Tablo 3 Dünya Turizm Harcamaları (2018 yılı)



Kaynak: UNTWO, 2019 Yılı Raporu

Yine UNTWO Raporuna (2019) göre; dünyanın en büyük harcaması Çin tarafından gerçekleştirilmiş ve 2018 yılında uluslararası turizm harcamalarında Çin 277 milyar ABD dolarına ulaşmıştır. Çin, 2017 yılı rakamlarına göre reel bazda %5 artış kaydetmiştir. Bunun yanında en büyük ikinci ülke olan Amerika Birleşik Devletlerinde ise %7 daha fazla harcama yaparak 144 milyar \$'a ulaşmıştır. İngiltere'den yapılan uluslararası harcamalar 2018'de %3, İtalya'da ise %4 artarken, İspanya, 2018'de uluslararası turizm harcamalarında %12 artış kaydetmiştir.

Daha önceki yıllarda büyük kayıplar gösteren bu destinasyonlarına bir önceki yıllara göre yine yoğun ziyaretçi akını alması, uluslararası seyahat sektörünü yeniden geleceğe dair ümitlendirmiştir. Bu gelişmede rol oynayan etken olarak, küresel ekonomide geçen yıllara göre izlenen kısmi iyileşme ve bunun etkisi ile hem geleneksel hem de gelişmekte olan pazarlardan sayılan başta Rusya ve Brezilya olmak üzere bu tür ülkelerden yurt dışına çıkanların sayısındaki artış belirtilmektedir.

Ayrıca yakıt fiyatlarında oluşan tek düzenlilik ve tahmin edilebilir uçuşları ekonomik hale getirmektedir. Bu durum ile kaynak pazarların çeşitlilik göstermekte

olduğunu ve buralara seyahat eğiliminin ağır basmakta olduğunu göstermektedir. Ayrıca gelişmekte olan pazarlar arasında yer alan özellikle Hindistan ve Rusya ve ayrıca küçük Asya ve Arap kaynak pazarları güçlü bir dış seyahat eğilimi göstermektedir. Uluslararası turizmi olumsuz etkileyecek hususlar olarak küresel ekonomide yaşanacak yavaşlama ve İngiltere’de Brexit süreci ve bu süreç ile yaşanan kısmi belirsizlikler ve özellikle Amerika ile Çin arasında yaşanan ticari gerilmeler belirtilebilmektedir. Bu durum uluslararası seyahat edenleri bekleme ve izleme moduna sokabilmektedir.⁵¹

Dünya çapında özellikle ihracat alanında yarattığı katma değer ile turizm, kimyasallar ve yakıtlardan sonra yer almakta iken ihracata faydası ile otomotiv sektöründen önce yer almaktadır. Turizmin gelişmekte olan birçok ülke açısından ihracata katma değeri oldukça büyük boyuttadır⁵²

Dünya Turizm Örgütü, dünya turizmini daha sürdürülebilir hale getirmek amacıyla turizmdeki genişlemeyi sadece yeni yerler görme, tanıma, keşfetme anlamının dışında tüm ülkeler için ve tüm yerel topluluklar açısından iş ve girişimcilik imkânları yaratarak da devam ettirme ilkesini ana hedefleri arasında belirtmektedir.

Uluslararası turizmin gelişimine neden olan bu etmenlerle birlikte, ülkeler arası farklılaşan fiyat tipleri, seyahat ve gezi girdileri ve dağıtım kanallarının artması da uluslararası turizmi pozitif etkilemiştir⁵³. Bununla birlikte, Dünya Bankası, Birleşmiş Milletler ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi türünden uluslararası kuruluşların da küresel anlamda turizmin büyük bir endüstri olması konusunda önemli çabaları mevcuttur⁵⁴. Bu tür çabaların uluslararası turizmin gelişimini hızlandırmasının yanı sıra dünya genelinde turizmin yayılmasını da sağlayarak potansiyeli bulunan yeni yerlerin turizme kazandırılmasına olanak sağlamaktadır.

⁵¹ UNWTO, 2019 Yılı Raporu

⁵² <http://www.turob.com/tr>

⁵³ Crouch, G. I. ve Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity, Journal of Business Research, 44 (3): 137-152.

⁵⁴ Pleumarom, 2001, s: 2

UNWTO’ da görevli uzmanlar, gezen turist sayısını 2020 yılı için 1.4 milyar kişi olarak tahmin ederken bu tahminin erken gerçekleşmiş olmasına rağmen 2019 yılı için dünya turizmi büyümesini yaklaşık % 3 ila % 4 olacağı hususundaki görüşlerini yinelemektedirler.



Tablo 4 Dünya Ülkeleri İlk On (Turist Sayısı- Turizm Geliri-Turizm Harcaması - 2017 Yılı)

ULUSLARARASI TURİST SAYISI				ULUSLARARASI TURİZM GELİRİ				ULUSLARARASI TURİZM HARCAMALARI			
2017			2016	2017	MİLYAR \$		2016	2017	MİLYAR \$		2016
SIRA	ÜLKE	MİLYON	SIRA	SIRA	ÜLKE	MİLYAR	SIRA	SIRA	ÜLKE	MİLYAR	SIRA
1	FRANSA	86,9	1	1	ABD	210,7	1	1	ÇİN	257,7	1
2	İSPANYA	81,8	3	2	İSPANYA	68	2	2	ABD	135	2
3	ABD	75,9	2	3	FRANSA	60,7	3	3	ALMANYA	89,1	3
4	ÇİN	60,7	4	4	TAYLAND	57,5	4	4	İNGİLTERE	71,4	4
5	İTALYA	58,3	5	5	İNGİLTERE	51,2	5	5	FRANSA	41,4	5
6	MEKSİKA	39,3	8	6	İTALYA	44,2	7	6	AVUSTRALYA	34,2	6
7	İNGİLTERE	37,7	6	7	AVUSTRALYA	41,7	9	7	KANADA	31,8	7
8	TÜRKİYE	37,6	10	8	ALMANYA	39,8	8	8	RUSYA	31,1	11
9	ALMANYA	37,5	7	9	ÇİN	35,6	12	9	KORE	30,6	8
10	TAYLAND	35,4	9	10	JAPONYA	34,1	11	10	İTALYA	27,7	9

Kaynak: UNTWO, 2018 Raporu

Tablo 4' e göre dünya üzerinde gezen turist sayısında 86,9 milyon ile Fransa başı çekmektedir. Bir Avrupa Birliği ülkesi olan Fransa'yı yine aynı birlik içerisinde yer alan İspanya 81,8 milyon turist sayısı ile takip etmektedir. İki ülke bu sıralamada zaman zaman yer değiştirmekte ve bu konuda birbirleri ile rekabet etmektedirler. Türkiye gezen turist sayısında arzu edilen seviyeler olmasa da 37,6 milyon ile ilk 10 arasında yer almayı başaramamıştır.

Turizm gelirlerini incelersek; her zaman olduğu gibi dünya ülkeleri arasında en yüksek gelir ABD'ye ait olmaktadır. Gezen turist sayısı az olmakla birlikte gelirin 210,7 milyar US\$ ile yüksek oluşu dolardaki yükselişle de ilgili olmaktadır. Turizm gelirlerinde yine İspanya ile Fransa yarış halindedirler. Bazı yıllar Fransa ikinci sıraya yerleşmektedir.

Turizm harcamalarında ise Çin en yüksek harcama rakamı 257,7 milyar US\$ ile ilk sırada yer almaktadır. Çin'in son yıllarda küreselleşmenin etkisi ile dışa açık bir ekonomi izlemeye başlaması ve turizm anlamında gezen turist çekme çabaları ile bu harcamanın yüksekliği söz konusu olmaktadır. Harcamalarda ABD 135 milyar

US\$ ile ikinci sırada yer alırken Almaya ABD'yi 89,1 milyar US\$ ile takip etmektedir.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) "Dünya Turizm Barometresi- 2019" raporu sonuçlarına göre, 2018 yılı için dünya üzerinde gezen turist sayısı %6.0 artışla 1.4 milyar kişiye ulaştı. UNWTO'nun Dünya Turizm Barometresi raporuna göre, 2017 yılında turist sayısı 1 milyar 322 milyon kişi düzeyindeydi. Bu veriler, turist sayısında 2010'dan bu yana en yüksek rakam elde edildiğini ortaya koydu. UNWTO Barometre verilerine göre, turist çeken destinasyonlardan Ortadoğu'da yüzde 10, Afrika'da ise yüzde 7.0 ile ortalamanın üzerinde büyüme gerçekleşirken, Asya ve Pasifik ile Avrupa'daki büyüme yüzde 6.0 ile ortalama düzeyinde kaldı. Böylece, Avrupa kıtası 713 milyon, Asya ve Pasifik 343 milyon, Amerika 217 milyon, Afrika 67 milyon, Ortadoğu 64 milyon uluslararası turist ağırladı.

UNWTO 2019 yılı için dünya turist sayısında yüzde 3-4 büyüme öngörmüştür. Avrupa için tahmin yüzde 3-4, Amerika için yüzde 2-3, Asya ve Pasifik için yüzde 5-6, Afrika için yüzde 3-5, Ortadoğu için yüzde 4-6 oldu. Aynı raporda 2030 yılı için 1,8 milyar küresel turist olacağı tahmin edildi. Turizmde geçen yıllardaki büyümenin de gösterdiği gibi turizm ekonomik büyüme ve kalkınmanın önemli etkenlerinden biri olduğu ve bu genişlemenin, geride hiçbir kişi bırakmadan yeni işler ve girişimciler yaratarak, tüm ülkeler ve özellikle yerel topluluklar için gerçek yararlı duruma getirilmesi amacıyla, turizm konusunu sürdürülebilir şekilde yönetilmesini sağlamak sorumluluğunda olunduğu belirtilerek 2019 yılında eğitim, beceri ve iş yaratılması konularında yoğunlaşma sağlanması gerekliliği vurgulandı⁵⁵.

1.3.2. Avrupa Birliği Ülkelerinde Turizm

Gün geçtikçe nüfusu artan Avrupa Birliği ülkelerinin seyahat hareketleri de doğal olarak artmaktadır. Son yıllarda özellikle Avrupa'da önemi büyük boyutlara ulaşan kültür mirası ve bu mirasın turizmin kültürel etkisi ile değerlendirilmesi önem kazanmakta bu olgu da ülkeler arası turistik faaliyetleri hızlandırmaktadır.

⁵⁵ Pololikashvili –UNWTO 2019 Raporu

Günümüzde Avrupa Birliği ülkelerinin dünya turizminin büyük boyutlara ulaşmasında ve hızlı gelişiminde etken bir rolü vardır. Dünya üzerinde en önde gelen 40 turizm ülkesinin yaklaşık 12 adedi Avrupa Birliği üyesidir. İspanya, İtalya, Yunanistan, Fransa, Portekiz deniz, kum ve güneş yoğunluklu turizme destek verirken, Orta Avrupa ülkeleri kış turizmini ve kaplıca, termal turizmine destek vermekte, Batı Avrupa ise metropol kentlerindeki moda, kongre, sempozyum, iş, festival gibi etkinliklerle kültürel turizme destek vermekte ve turizmin bu yönlerini ön planda göstermektedirler.

Avrupa İstatistik Ofisi (Eurostat) verilerine göre, 2017 yılı başında yaklaşık 512 milyona yaklaşan AB üyesi 28 ülkenin toplam nüfusu, bu yılbaşında yaklaşık 513 milyona ulaşmış ve 1 milyon kişi ile artış göstermiştir. Bu nüfus artışında en büyük artışı yaklaşık 83 milyon nüfus ile Almanya, yaklaşık 67 milyon nüfus ile Fransa, yaklaşık 66 milyon nüfus ile İngiltere, yaklaşık 61 milyon nüfus ile İtalya ve 47 milyon ile İspanya izlemiştir. Söz konusu dönem için Türkiye'nin toplam nüfusu yaklaşık 81 milyon sınırına dayanmıştır.

AB-28 ülkelerindeki iç turizm, turizm tesislerindeki konaklamaların yaklaşık %40'ına sahiptir. AB'deki çoğu turist Avrupalı ya da 28 üye devletlerden olan ziyaretçilerden oluşmaktadır. Yabancı turistlerin tercih ettiği ülkeler çoğunlukla İspanya, İtalya ve Fransa olarak tespit edilmiştir. Almanya, İngiltere ve Hollanda Avrupa Birliğine üye 28 ülkedeki turizmin çoğunu oluşturmaktadır. İspanya yurt dışı tatillerde en çok tercih edilen destinasyon olup İtalya ve Fransa, İspanya'yı sırası ile takip etmektedirler. Avrupa Birliği -28'deki Turist gelirleri ve giderleri genelde dengelidir. Ancak son yıllarda Fransa ve İspanya'nın turizmden pay almada çekişmesine şahit olunmaktadır ⁵⁶.

⁵⁶ UNWTO; 2018 Raporu

Tablo 5 Avrupa Birliği Ülkeleri Gezen Turist Sayıları (1990-2019)

Turist Sayıları	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Dünya	435	526	674	809	953	1,138	1,189	1,235	1.403	2,23
Avrupa	251,2	303.5	390.3	452.3	496.7	567.6	583.8	596.1	712,6	1,84

Kaynak: <https://www.e-unwto.org/>

Tablo 5 incelendiğinde Avrupa Ülkeleri gezen turist sayısı 1990 yılında 251,2 milyon iken 2018 yılında 712,6 milyon olarak gerçekleşerek %1,84 ‘lük bir artış sağlamıştır. %1,84’lük artış dünya toplam gezen turist artış yüzdesi olan %2,23’den daha düşük gerçekleştiği ve dünya ülkeleri toplamı ile aynı paralellikte artmadığı görölmektedir.

Tablo 6 Avrupa Ülkeleri Turizm gelirleri, Turist Sayıları
(MİLYAR \$)

SIRALAMA	ÜLKELER	2015	2016	2017
1	İspanya	56.6	60.5	68.1
2	Fransa	44.9	42.5	60.7
3	İngiltere	45.5	47.9	49.0
4	İtalya	39.4	40.2	44.2
5	Almanya	36.9	37.5	39.8
6	Türkiye	26.6	18.7	22.5
7	Avusturya	18.2	19.3	20.5

ÜLKELERE GÖRE GELEN TURİST SAYISI (MİLYON KİŞİ)

SIRALAMA	ÜLKELER	2015	2016	2017
1	İspanya	84.5	82.6	86.9
2	Fransa	68.2	75.3	81.8
3	İngiltere	50.7	52.4	58.3
4	İtalya	34.4	35.8	37.7
5	Almanya	39.5	30.3	37.6
6	Türkiye	35.0	35.6	37.5
7	Avusturya	26.7	28.1	29.5

Kaynak: TTYD, Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, 2018

2017 yılı perspektifinde Avrupa ülkeleri arasındaki sıralama incelendiğinde Türkiye ağırladığı turist açısından 5. Sırada yer alırken turizm gelirleri açısından 6. Sırada bulunmaktadır. Avrupa ülkeleri arasında Fransa ve İspanya'nın zaman zaman turist sayısı olarak ve turizm geliri olarak rekabet ettikleri ve birbirlerini sıkı takipte oldukları görülmektedir. Bu tabloda Türkiye iyi bir yere gelmeye çaba sarf etmektedir⁵⁷.

AB tarafından geliştirilmesi hedeflenmiş olan ortaklaşa turizm politikasının niteliği daha ziyade bilgi paylaşımındaki iş birliğine yönelik olup, bu politikaların özendirici ve yönlendirici özelliği bulunmaktadır⁵⁸

Türkiye, Turizm Danışma Komitesinin (Tourism Advisory Committee-TAC) faaliyetleri çerçevesinde AB'nin bu politikalarına dahil olmaktadır. TAC, 22 Aralık 1986 tarih ve 86/664/EEC sayılı karar ile oluşturulmuş olup bu komiteye tüm üye ve resmi olarak aday olan ülkeler katılmaktadır. Avrupa Birliği turizminin ana hedefleri arasında; turist rehberliği hizmetleri, turizm destinasyonları, turizmde sürdürülebilirlik, meslek kalitesinin geliştirilmesi, vize uygulamaları, EDEN ve Calypso gibi projeler vb. gibi hususlar yer almaktadır. Turizm Politikası ile öncelikli olarak istihdam etkisinin yaratılması ve bölgesel nitelikte kalkınmanın gerçekleştirilmesi, sürdürülebilir kalkınmaya yönelik geliştirici önlemlerin alınması, kaliteli çevre ve kültürel anlamda bu nesile bırakılan mirasın korunması ve tüm bunların sağlanması ile Avrupa kimliğinin etkin ve kalıcı tesisi hedeflenmektedir.

1.3.3. Akdeniz Havzası Ülkelerinde Turizm

Akdeniz havzasında yer alan ülkelerinin toplam nüfusu yaklaşık 500 milyon civarındadır. Bu havza, Afrika, Asya ve Avrupa ülkelerinin içerisinde bulunduğu bir alana sahiptir. Çeşitliliğin bol olduğu bu havzada sekiz adet farklı dil kullanımı, üç ana ilahi din mevcudiyeti ve farklı büyüklükteki toprak parçalarından oluşan ve farklı sayılardaki nüfusu ile genel anlamda Akdeniz kültürel yapısını ve ekolojisini

⁵⁷ UNWTO, 2018 Raporu

⁵⁸ European Commission-ECO, 2016

oluşturan ülkeler yer almakta olup çeşitli açılardan farklılıkları olmasına rağmen bazı yönlerden birbirlerine çok yakın benzerlikleri mevcuttur⁵⁹.

Akdeniz Havzası içerisinde yer alan ve dünya turizm rakamlarında önemli bir yere sahip olan Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin birbirlerine benzer yönlerinden en önemlisi hepsinin deniz, kum, güneş, kültürel miras, arkeolojik eserler açısından aynı karakteristikte bulunmalarıdır⁶⁰.

Akdeniz havzasında yer alan ülkeler, turistik ürün olarak aynı karakteristik özelliklere sahip olmalarına rağmen farklı karakteristik özellikleri nedeniyle alternatif turizm için de dereceleri farklı ama önemleri hemen hemen aynı avantajlara sahiptirler⁶¹.

Akdeniz Havzası genel anlamda dört bölgede incelenmekte ve turizm alanı olarak gruplandırma aşağıdaki gibi yapılmaktadır.

- 1- Kuzeybatı Akdeniz Böl.: İspanya, Portekiz, Fransa, İtalya, Monako
- 2- Kuzeydoğu Akdeniz Böl.: Hırvatistan Türkiye, Arnavutluk, Yunanistan, Slovenya,
- 3- Güneybatı Akdeniz Böl.: Tunus, Fas, Cezayir,
- 4- Güneydoğu Akdeniz Böl.: Mısır, Libya, Lübnan, Suriye, İsrail, Kıbrıs, Malta

1960'lı yıllardan sonra hızlı bir gelişim içerisine giren Akdeniz Havzası'nda ana sektörlerden olan turizm endüstrisi de paralel olarak önemli ve hızlı gelişmeler göstermiştir. Ancak turizm sektörü daha sonrası havzada ve havzayı etkileyebilecek alanda bazı gelişmeler yaşanması ile sektöre uğramıştır. Bu gelişmeler kısaca şu şekilde belirtilebilir: 1974 yılında petrol fiyatlarındaki ani yükseliş ve petrol krizi, 1986 yılında Çernobil olayı ve Amerika-Libya Savaşı, 1991 yılında patlak veren Irak

⁵⁹ Apostolopoulos, Y., Loukissas, P. ve Leontidou, L. (2000), "Tourism, development, and change in Mediterranean ". In: Apostolopoulos, Y., Loukissas, P. and Leontidou, L. (Eds.) Mediterranean Tourism: Facets of Socioeconomics Development and Cultural Change. London : Routledge 3-14.

⁶⁰ Patsouratis, V., Frangouli Z. ve Anastasopoulos G. (2005), Competition in tourism among the Mediterranean countries, Applied Economics, 37:16, 1865-1870.

⁶¹ Papatheodorou, A. (1999), The demand for international tourism in the Mediterranean region, Applied Economics, 31:5, 619-630

Savaşı ve bu savaş sonrası 1990'lı yıllarda bu bölgede oluşan siyasal istikrarsızlık ve uluslararası terörizm, 2001 yılında 11 Eylül saldırısı sonrası ortaya çıkan 2003 yılı Irak Savaşı ve tüm bunların derinden etkilediği dünya ekonomilerinin durağanlaşması ve geriye gitmesi verilmektedir. Bu gelişmelerin Euro bölgesi ülkelerinin ekonomilerine olumsuz yansımaları öncelikle Avrupa bölgesini ve arkasından da Akdeniz Havzasını büyük boyutlarda olumsuz etkilemiştir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen 2003 yılında gerçekleşen, turist sayısı dünya turizminde %1,7 oranında azalış göstermesine karşın Avrupa'da büyüme hızı %0,4 olarak gerçekleşmiştir. Bunun en önemli sebebinin, Orta ve Doğu Avrupa'da ortaya çıkan yeni destinasyonlara olan talep olduğu Dünya Turizm Örgütü tarafından açıklanmıştır⁶².

Havza'nın geçmişi ve turizm sektörleri ülkeler bazında kısaca irdelenirse; Portekiz'de yaşanan İhtilal, Fas'taki yaşanan Sahra anlaşmazlığı, Lübnan'da başlayan iç savaş, Kıbrıs adasının ikiye bölünmesi, Yunanistan'da yaşanan hükümet darbesi, İtalya'da baş gösteren kolera salgını, Fransa ve İspanya kıyılarında artan deniz kirliliği yönündeki propagandalar bu ülkelere olan turistik faaliyetlerinde azalmaya neden olmuştur⁶³. Ancak Akdeniz Havzası'nın iklim özelliklerinin turizm için çok elverişli olması ve bu bölgede daha önce medeniyetler anlamında çok köklü yaşanmışlıkların bulunması bu havzaya olan ilgiyi her zaman kalıcı yapmış ve merak duygusu ile bölgeye yönelik turistik hareketlerin artmasını sağlamıştır⁶⁴. Diğer etmenler ise ilk olimpiyatların bu havzada başlamasıyla bu bölgeye kitlesel seyahatlerin başlaması, 16. ve 17. yüzyıllarda Avrupalıların çocuklarının eğitimi için bu bölge ülkelerini seçmeleri ve 19. yüzyılda deniz ve kıyıda yaşamının moda olmaya başlaması şeklinde sayılabilmektedir⁶⁵.

Tablo 7 incelendiğinde, Akdeniz Havzası'nın 1990 yılı ile 2005 yılı arasındaki turizm verileri bölgenin dünya turizm hareketlerinde 1990 yılında %

⁶² Türsab, 2005

⁶³ Baykal, Füsün (1992), Akdeniz Havzasında Uluslararası Turizm ve Türkiye, Turizm Yıllığı , Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara ,s:30

⁶⁴ Bozok, Düriye (1996), "Türkiye'ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Gelişme Stratejileri", Yayınlanmamış Doktora Tezi, BAÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir

⁶⁵ Baykal, Füsün (1992), Akdeniz Havzasında Uluslararası Turizm ve Türkiye, Turizm Yıllığı , Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara.S:30-35

35'lik bir payı var iken 2005 yılında bu pay % 32'lerde gerçekleşmiştir. Bu pay içerisinde en büyük sahiplik ise önce İspanya sonrasında İtalya'ya aittir. Bu payda en düşük oran Mısır' a ait olmakla birlikte son yıllarda Mısır'ın bu payı artırdığı da gözlemlenmektedir⁶⁶. Akdeniz Bölgesinde yer alan ülkeler her zaman dünya turizmi için önemli bir konuma sahiptir.

Tablo 7 Akdeniz Havzasına Yönelik Uluslararası Turizm Hareketleri

	Bölgesel Dağılımı			
	1990	1995	2000	2005
Kuzeybatı Akdeniz	121,53	135,75	178,67	180,33
Kuzeydoğu Akdeniz	15,3	19,47	29,63	44,56
Güneybatı Akdeniz	8,37	7,24	10,2	13,67
Güneydoğu Akdeniz	6,96	9,62	13,77	18,24
Toplam(Akdeniz Havzası)	152,16	172,08	232,27	256,8
Toplam (Dünya)	439	540	687	806
Bölgenin % Payı	34,6	31,9	33,8	31,8
İspanya	34,08	34,92	47,89	55,55
Portekiz	8,02	9,51	12,09	12
İtalya	26,67	31,05	41,18	36,51
Yunanistan	8,87	10,13	13,09	14,27
Mısır	2,41	2,87	5,11	8,24

Kaynak: <https://www.e-unwto.org/>

Tablo 7'de görüldüğü gibi, bu havzada 1990 yılından itibaren uluslararası turizme katılanların sayısı 2005 yılına kadar devamlı artmış ve yıllık yaklaşık %3,5'luk bir artış göstermiş ve 2005 yılı için turist sayısı yaklaşık 257 milyon olarak gerçekleşmiştir. Bu artışla birlikte Akdeniz havzasını ziyaret edenlerin sayısı genel ve alt bölge olarak diğer bölgelere göre artmaktadır. Fakat Akdeniz bölgesinde turist sayısı bakımından 1990 yılında dünya payında %34,6 olan payı, 2005 yılında %31,8'e düşmüştür. Tablo 7 incelendiğinde İtalya haricinde Akdeniz ülkelerinin yıllar itibarı ile dengeli bir oranda gezen turist sayılarını artırdıkları görülmektedir.

⁶⁶ Batman, Orhan (2001), Uluslararası Turizmde Akdeniz Havzası ve Türkiye, Expo Touristik, Dünya Yayınları, Yıl:3, Sayı:2001/03.

İtalya ise 2000’li yıllardan sonra bu sayıda azalış kaydetmiştir. Bu tabloda Mısır’ın oldukça iyi bir atılım yakaladığı, İspanya’nın da bu payda geri kalmadığı görülmektedir.



Tablo 8 Akdeniz Havzasına Yönelik Uluslararası Turizm Gelirleri

	1990	1995	2000	2005
Kuzeybatı Akdeniz	58,68	86,4	93,47	133,5
Kuzeydoğu Akdeniz	7,81	11,58	20,96	40,86
Güneybatı Akdeniz	2,31	2,86	3,81	6,88
Güneydoğu Akdeniz	4,87	9,99	12,72	15,15
Toplam(Akdeniz Havzası)	73,67	110,83	130,96	196,39
Toplam (Dünya)	270	411	481	680
Bölgenin % Payı	27,3	27	27,2	28,9

Kaynak: <https://www.e-unwto.org/>

Tablo 8’ de ise Akdeniz havzasının dünya turizm gelirlerinden 1990- 2005 yılları arasında elde ettiği payı gösterilmektedir. Havzanın dünya turizm hareketleri içerisindeki payında görülen küçük oranlı düşüşün aksine, turizm gelirleri 1990 yılında %27,3’ den 2005 yılında %28,9’a yükselmiştir. Bölgeye giden turist sayısındaki azalışın nedenleri arasında bu bölgelerde oluşan istikrarsızlıklar ve uluslararası terörizm belirtilebilir.

Akdeniz havzasının turistik hareketleri 4 bölüm ile irdelendiğinde; turizm hareketlerinin yaklaşık %70’ini Kuzeybatı Akdeniz, %17’sini Kuzeydoğu Akdeniz, %7’sini Güneydoğu Akdeniz Bölgesi ve %5’ini de Güneybatı Akdeniz bölgeleri karşılamıştır. Kuzeybatı Akdeniz bölgesinin havza içinde payının yüksek oluşu dünya turizminde tercih edilen ilk beş ülkeden üçü olan İtalya, Fransa ve İspanya’nın bu havza bölgesinde yer alması ve bu ülkelerin de Avrupa Birliği’ne üye ülkeler arasında olmasının rolü büyüktür. Bu payda diğer bir önemli etken de mesafe faktörü olarak karşımıza çıkmakta ve uzaklık faktörü bu ülkeler lehine çalışmış gözükmektedir. Havza bölgelerindeki paylar incelendiğinde; Kuzeybatı Akdeniz bölgesinin payının azalış gösterdiği ancak diğer bölge turist sayısının artış oranının yüksekliği sebebi ile bu payın düşük olduğu anlaşılmaktadır.

İtalya, Slovenya ve Yunanistan ülkeleri açısından turizm gelirlerinin yeri önemlidir. Bu pay ve oranlardaki değişikliklerin yüksek gelirli turistlerin destinasyon tercihleri kaynaklı olduğu söylenebilir.

SEÇİLMİŞ AKDENİZ ÜLKELERİNİN 2000 / 2017 YILLARI
İTİBARIYLA ZİYARET EDEN TURİST SAYILARI (MİLYON)

YIL/ÜLKE	İspanya	Fransa	İtalya	Portekiz	Yunanistan
2000	46.3	77.1	35.1	5.5	13
2001	48.5	75.2	35.7	5.3	14
2002	50.3	77	36.3	5.5	14,1
2003	50.8	75	35	5.3	13,9
2004	52.4	74.4	36.7	5.6	13,3
2005	55.9	74.9	38.1	5.7	14,7
2006	58	77.9	41.9	6.3	16
2007	58.6	80.8	42.8	6.7	16,1
2008	57.1	79.2	41.7	6.9	15,9
2009	52.1	76.7	41.1	6.4	14,9
2010	52.6	77.6	43.7	6.7	15
2011	56.1	81.5	47.4	7.2	16,4
2012	57.4	81.9	48.7	7.5	15,5
2013	60.6	83.6	50.2	9.1	17,9
2014	64.9	83.7	51.6	10.4	22
2015	68.1	84.4	55	11.7	23,5
2016	75.3	82.6	56.7	13.3	23.7
2017	81.8	86.6	60.5	15.4	26.1

1.3.4. Türkiye’de Turizm Sektörü

Ülkemiz ekonomisi için turizm çok önemli bir paydaya sahip sektörlerden birisi olarak başta gıda, tarım, ulaştırma, enerji, tekstil ve inşaat olmak üzere toplamda 54 alt sektör ile ilişkili olabilmekte ve bu fonksiyonu ile çok çeşitli değişkenleri etkileyen ayrıca etkilediği değişkenlerden de etkilenen bir sektör olarak ülkemiz ve ekonomisi açısından önemli bir yere sahiptir⁶⁷.

Türkiye’nin ülke ekonomisi içerisinde turizmin önemini fark etmesi ve bu sektörün gelişimi için gereken öncelikleri belirleyip yatırım yapması sonucunda, yıllar olarakta incelendiğinde Türkiye’ye gelen turist sayılarının her dönem arttığı

⁶⁷ Kara & Çömlekçi, 2012

buna paralel olarak turizmden elde edilen gelirlerin her yıl mutlaka artış eğiliminde olduğu görülmektedir.

Ülke turizmini etkileyen birçok faktör vardır. Bu faktörlerin olumlu ve olumsuz etkileri de ülke turizmini etkilemekte ve bu durumda ülkenin ekonomisini olumlu ya da olumsuz yönde tetiklemektedir ⁶⁸.

Bu faktörler aşağıdaki gibidir:

İklim Koşulları: Türkiye'nin ılıman iklim kuşağında bulunması özellikle Ege, Akdeniz ve Güney Marmara kıyılarının uygun iklim koşullarına sahip olması özellikle deniz turizmi için önem arz etmekte ve bu tür turizmi geliştirmektedir. Genelde devamlı yağış alan Karadeniz kıyılarının ise deniz turizminde ekonomik faydası az denecek kadardır.

Yer şekilleri: Türkiye'nin denize sıfır alanlarının yanı sıra rakımı yüksek alanlarının da bulunması kış turizmi açısından kayda değer olarak görülmektedir. Kış turizmi açısından önemli bir çekiciliğe sahip olan ülkemizde özellikle kar yağışının yoğun yaşandığı Bursa-Uludağ, Kayseri-Erciyes, Erzurum-Palandöken ve Bolu-Kartalkaya, Kartepe gibi yükseltilerinde kış turizmi etkin olarak yapılmakta ve buralardaki modern fonksiyonel kayak merkezleri bu turizme olumlu etki yaratmaktadır. Yine Nevşehir yöresinde bulunan peribacaları ve etkileyici görseli bu bölgenin turizminin gelişmesinde çok önemli bir yere sahiptir.

Tarihi Özellikler: Türkiye'nin geçmişi birçok uygarlıklara kapılarını açmış ve Anadolu'da birçok medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Tarih öncesi çağlardan bu yana çeşitli uygarlıkların kurulduğu bir yer olmasının beraberinde tarihin yarattığı geleneksel özellikleri ile de dikkatleri üzerine çekmeyi gerektirecek bir ülke konumundadır. Bu eski dönemlerden kalan birçok kültürel ve sanatsal yapıtların varlığı tarihi turizmin gelişmesine önemli katkıda bulunmaktadır. Diğer taraftan Türkiye'nin teknolojide gelişim hızını yakalaması ile her açıdan uzmanlık kazanmış seyahat acenteleri ve havayolu şirketleri ile de bu turizme katkıda bulunmaktadır.

⁶⁸ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

Festivaller ve Fuarlar: Türkiye bulunduğu konum sebebiyle uluslararası arenada düzenlenen birçok kongre, festival ve fuarlara ev sahipliği yapmakta, bu durum dış turizmin canlanmasına ve oldukça yoğun turist transferi ile karşılaşılmasına sebep olmaktadır.

Dış Ülkelerle İlişkiler: Dış ülkelerle uluslararası platformlarda yapılan her türlü ılıman ilişkiler bu ülke insanlarına Türkiye'yi tanıma fırsatı vermekte ve Türkiye'nin ziyaret edilebilme olasılık ve çekiciliğini artırmaktadır.

Ülkedeki güvenilirlik: Ülkeler arası transferlerde turistler özellikle gidilecek ülkenin ne derece güvenilir olduğuna bakmakta ve planlarını bu güvenilirlik üzerinden yapmaktadırlar. Güvenilir ülke her daim turisti çekebilirken, topraklarında savaşların, kargaşaların ve insan hayatı tehlikesinin bulunduğu ülkeler turisti çekmek bir yana kendi vatandaşını da kaybetme tehlikesi ile karşı karşıya kalabilmektedir.

Ülkemizde genel anlamda bilinen turizmin yanı sıra Alternatif Turizm olarak adlandırılan aşağıdaki çeşitler de mevcuttur⁶⁹.

Sağlık ve Kaplıca Turizmi: Türkiye toprak bütünlüğü içerisinde oldukça zengin ve şifalı kaplıca sulara sahiptir. Bu konuda ülkenin farklı coğrafi bölgelerine yayılmış bir kaplıca cenneti olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Kaplıca suları üstünde nitelikli tesisleriyle özellikle şifa bulmak isteyenlerin ilgisini kazanmakta ve cezbetmektedir. Sağlık Turizmi uluslararası ülkelere özellikle fiziksel durumunu iyileştirmek amacıyla gelen ya da bir takım cerrahi operasyonlar için ülkemizi tercih eden, saç ekimi, diş tedavisi, organ nakli, fizik tedavi vb. gibi sağlık sorunlarının tedavisi amacıyla kaplıca veya diğer sağlık merkezlerine seyahat eden kişilerin oluşturduğu bir ülkeler arası transfer olup bu durum aynı zamanda sağlık kuruluşlarının iş hacmini de arttırmaya olanak veren turizm türüdür. Değişik tanımlamaları bulunsa da sağlık turizmini, herhangi bir sağlık problemi sebebiyle oturulan/yaşanılan yerden yurt içinde veya yurt dışında diğer bir yere hizmet almak maksadıyla yapılan seyahatlerdir.

⁶⁹ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019

Kış Turizmi: Türkiye'nin yükselti ortalamasının yüksekliği nedeniyle kar kaplı dağları ve bu dağlarının üzerinde kurulan son derece kapsamlı kayak tesisleriyle önemli bir kış turizm merkezidir.

Ülkeler arası yapılan kış sporlarına misafirperverlik yapması ile bu turizm çeşidi gittikçe önem kazanmakta ve hatta ve kış sporları turizminde çeşitlilik sağlaması ve turizm dönemlerinin tüm yıla yayılması ilkesi ve bu yönde gelişen turizm talebinin karşılanması amacıyla "Koruma Kullanma" ilkesine öncelik verilmeye çalışılmaktadır. Bu noktada ülkemizin doğal, kültürel ve tarihi güzelliklerinin bulunulan bölge ve ülke çıkarları yönünde kullanılabilir olmasına yönelik çalışmalar 2023 yılı için hedeflenen Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında sürdürülmektedir. Türkiye Turizm Stratejisi içerisinde yer alan Kış Turizmi Bölgesi (Erzurum, Erzincan, Kars, Ağrı ve Ardahan) kış sporlarının ve bu illerdeki turizm merkezlerinin geliştirilmesine yönelik olarak yürütülmektedir. Ülkenin tamamında yapılan araştırma ve incelemede tespit edilen 48 tane kış turizm potansiyeli oluşturabilecek alandan 25 tanesi kış turizm merkezi olarak ilgili Bakanlık'ça ilan edilmiştir (T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü).

Yayla Turizmi: Türkiye'de yaşayan kültürlerden biri olan yayla hayatı bir turizm ürünü olarak iç ve dış turizme açılmıştır. Bölgelerimizin sahip olduğu uygun iklimsel özellikler ve yöresel farklılık gösteren geleneksel yaşam biçimleri ile bazı aktivitelere de fırsat yaratmakta ve teşvik etmektedir. Özellikle trekking, dağcılık, atlı doğa gezisi, yamaç paraşütü, flora/fauna incelemesi, jeep safari vb. doğa sporlarına uygun alanlar yayla turizmi için gayet idealdir.

Mağara Turizmi: Türkiye bünyesinde bulundurduğu yaklaşık 40.000 adet mağara ile dünyadaki diğer ülkelere göre çok daha fazla mağara bölgesine sahip ve "mağara cenneti" olarak adlandırılacak bir durumdadır. Turizm çeşitliliği açısından mağaralar özellikle son dönemlerde önemli bir potansiyel oluşturmaktadır. 15 km'den fazla olan Isparta'daki Pınar gözü Mağarası Türkiye'nin en uzun mağarası olarak turizme açılmıştır. Türkiye'nin en derin mağarası ise -1429 metre ile Mersin'deki Peynirlik önü Mağarasıdır. T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, bugüne kadar yaklaşık 13 adet mağarayı turizme kazandırmıştır.

Av Turizmi: Türkiye'nin coğrafi yapısının önemli özelliklerinde biri olan bitki örtüsü ve yaban hayatı av turizminin gelişimine önemli katkılarda bulunmaktadır. Avcılığa ve av turizmine hem ilgi hem de merak duyanlara önemli bir imkân sunmaktadır.

Kongre Turizmi: Avrupa'yı ve Asya'ya bağlama ve bu iki kıta arasında köprü pozisyonunda olan Türkiye'ye bu arenadaki iş hacmi sebebiyle toplantı ve kongrelere için çok iyi bir konumdadır. Türkiye bu konumunun yanında çok kaliteli konaklama imkânları ve konferans tesisleri ile ulaşım kolaylığı, aranan bir iklim, alternatif destinasyonlar ve çok daha düşük maliyet avantajı ile dünyanın belli başlı şehirlerinden biridir. İzmir, Antalya ve Ankara'ya hem transfer hem de direkt uçuşlar ile ulaşım kolaylığı yaratmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, Ortadoğu ve Asya'nın belli başlı şehirlerine yapılan günlük seferler de ayrıca cazibeyi artırmaktadır.

Golf Turizmi: Yakın zamanda hizmete giren ve uluslararası niteliklere sahip kaliteli golf tesisleri ile dünya golf sevenlerini birleştiren merkezlerle turizme katkı sağlanmaktadır.

Yat Turizmi: Akdeniz, Ege Denizi, Karadeniz ve Marmara Denizi, Türkiye'yi kuzey, batı ve güneyden sarmakta böylece üç tarafının denizlerle çevrili olması Türkiye'ye sahip olduğu koy ve körfezleri ve iyi donanımlı marinaları ile yatçıları çekebilme gücü vermektedir.

İpek Yolu: Ülkemiz coğrafyası Doğu ile batı arasında bir köprü işlevi gören, İpek Yolunun en önemli güzergâhlarından biridir. Çin' den başlayıp, Orta Asya'yı geçerek Avrupa' ya ilerleyen eski İpek yolu Orta Asya'da birden fazla güzergâha sahip olarak Trakya'dan başlayıp Avrupa'ya uzanmıştır Türkiye'deki yat limanları kullanılarak deniz yolu ile de Avrupa'ya ulaşım sağlanabilmektedir. Bu sebeple buralarda çeşitli aktivitelerin artmasına neden olarak turizmi destekleyici rol üstlenmiştir.

İnanç Turizmi: Hem çok Tanrılı hem de tek Tanrılı birçok dinleri bünyesinde barındıran Türkiye, tüm inançlara topraklarında hizmet vermesi sebebiyle çok çeşitli

eserlere sahip olmakla kalmayıp bunlara gerekli bakımlarla günümüze kadar gelmelerine de destek olmaktadır.

Akarsu-Rafting Turizmi: Türkiye'nin nehir varlıkları da önemli bir boyutta olup, su sporları içinde son yıllarda önemli bir turizmi potansiyeli sunmaktadır. Akarsu Turizmi olarak tanımlanan rafting, kano ve nehir kayağı için çok elverişli nehirlerle sahip olan ülkemiz bütçeden büyük kaynak ihtiyacı olmayan akarsu turizmi, çevrenin tarihi, arkeolojik, kültürel, otantik değerleri ile de çok ilgili olup çevresinde yer alan ve bütünleşik şekilde geliştirilebilecek diğer turizm değerleri de bu proje kapsamında belirlenmiştir.

Su Altı Dalış: Türkiye sularında bulunan önemli batıklar ve su altı mağaraları, dalıcılar tarafından keşfedilmeyi beklemektedir.

Kuş Gözlemciliği: Az bilinen doğayı kuşların dünyasında tanıtmayı amaçlayan, sahada gözleme dayalı yapılan bir aktivitedir. Ülkeler kuş gözlemcileri tarafından yapılan saha çalışmalarında kaydedilen kuş tür sayıları ile bu alanda kuş popülasyonu hakkında veriler tutarlar. Türkiye'de tespit edilen 450 çeşit kuş türü kuş gözlemcileri tarafından kaydedilmiştir. Türkiye'nin çeşitli boyutlardaki yoğun sulak bölgelerine sahip olması ve kuş göç yolları üzerinde bulunması bu turizmin ortaya çıkmasındaki en önemli nedenlerdendir.

Botanik Turizmi: Ülkelerdeki coğrafi farklılığın getirdiği iklim çeşitliliği o ülkelerdeki bitki çeşitliliğini artırmaktadır. Türkiye bu çeşitlikten dolayı 9000 çeşit bitkiyi bünyesinde bulundurmaktadır. Bu sayı Avrupa Kıtasında toplam 12.000 adettir. Dünyada sadece belli bir bölgede yetişebilen bitkiler açısından ülkemiz Avrupa'dan üstündür. Türkiye'de turizm, genelde ekonomideki ve dış ilişkilerimizdeki seyre göre dalgalanmalar gösterebilmektedir. Ekonominin olumlu seyrine paralel olarak gelişebilmekte veya tam tersi durumlarda daralabilmektedir. 2010 yılında turist sayısının artmasıyla turizm gelirimiz 20 milyar 806 milyon 708 bin 444 \$ olmuş, dört yıl sonra 2014 yılında turist başı ortalama gelir 775 dolara yükselmiştir. Fakat iki yıl sonra 2016 yılında ülkemizde yaşanan olumsuzluklar ile 633 dolara kadar düşmüştür. Buda turizmin farklı sektörlerini kongre turizmi, termal turizmi, kültür turizmi ve spor turizmi gibi alternatif turizm alanların da olumsuz

yönde etkilenmesine sebep olmuştur⁷⁰. 2015 yılına kıyasla 2016 yılında turist sayısında yaşanan %30'luk düşüş ve doğrudan turizm gelirlerini de düşürerek dolaylı olarak ekonomik büyüklüğün de yaklaşık %50 civarında daralmasına sebep olmuştur⁷¹.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nden (UNWTO) alınan bilgilere göre, Türkiye, dünyada en çok seyahat gerçekleştirilen ülkeler arasında ilk on ülke arasında yer almaktadır. Yine aynı örgütün yayınladığı verilerde en çok turizm geliri elde eden ülkeler arasında ilk 15 ülke içerisinde bulunmaktadır⁷².

Tablo 9 Türkiye Turist Sayısı- Turizm Gelirleri- Turizm Gelirlerinin GSYİH'ya Oranı

YILLAR	GELEN ZİYARETÇİ SAYISI	ÇIKAN ZİYARETÇİ SAYISI	TURİZM GELİRİ (1000 \$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	TURİZM GELİRİNİN GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%)	TURİZM GİDERİ (Milyon\$)
2003	16.463.623	16.302.053	13.854.866	850	4,4	2.425
2004	20.753.734	20.262.640	17.076.607	843	4,2	2.954
2005	25.045.142	24.124.501	20.322.111	842	4,1	3.395
2006	23.924.023	23.148.669	18.593.951	803	3,4	3.271
2007	27.239.630	27.214.988	20.942.500	770	3,1	4.043
2008	31.137.774	30.979.979	25.415.067	820	3,3	4.266
2009	31.759.816	32.006.149	25.064.482	783	3,9	5.090
2010	32.997.308	33.027.943	24.930.997	755	3,2	5.875
2011	36.769.039	36.151.328	28.115.692	778	3,4	5.531
2012	37.715.225	36.463.921	29.007.003	795	3,3	4.593
2013	39.860.771	39.226.226	32.308.991	824	3,4	5.254
2014	41.627.246	41.415.070	34.305.903	828	3,7	5.470
2015	41.114.069	41.617.530	31.464.777	756	3,7	5.698
2016	30.906.680	31.365.330	22.107.440	705	2,6	5.050
2017	37.969.824	38.620.346	26.283.656	681	3,1	5.137
2018	46.112.592	45.628.673	29.512.926	647	3,8	4.896
2019*	6.859.710	6.644.391	4.629.679	697	-	1.067

2019 yılı verileri ilk 3 aylık dönemi kapsamaktadır.

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Merkez Bankası, Kültür ve Turizm Bakanlığı

⁷⁰ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

⁷¹ TUSİAD, 2019

⁷² UNWTO, 2015:6-7.

Tablo 9'da görüldüğü üzere 2003 yılından günümüze kadar olan süreçte, Türkiye turizminde, turist sayısının yanı sıra turizm gelirleri açısından büyük boyutlu artışlar yaşanmıştır. Türkiye'yi 2003 yılında tercih eden turist sayısı yaklaşık 17 milyon kişi iken, bu sayı 2005 yılında 25 milyona yükselmiş, ardından 2010'da 33 milyona ve beş yıl sonra 2015 yılında yaklaşık 42 milyona, 2018 yıl sonunda ise 46 milyona ulaşmıştır. Türkiye ilk yıllardan beri çok iyi bir ivme yakalamışken 2016 yılında yaşanan bazı olumsuzluklar sebebi ile bu ivmeyi kaybetmiş gözükmele beraber 2018 yılında yine atak yaparak aradaki farkı telafi etmeye çalışmıştır.

Türkiye'nin 2003 yılında turizmden elde ettiği gelir yaklaşık 14 milyar dolar iken, 2005 yılında 20,3 milyar dolara, 2010 yılında 25 milyar dolara ve 2015 yılında 31,4 milyar dolara 2018 yılında ise 29,5 milyar dolara yükselmiştir. 2016 yılında ülkeye gelen turist sayısında yaşanan azalış nedeni ile turizm gelirleri doğal olarak düşüş kaydetmiş ancak 2018 yılında olumlu gelişmeler ve geliri artırma yönünde yapılan atılımlar sonucu yine eski seviyeleri yakalama çabasında olmuştur.

Yine Tablo 9 incelendiğinde 2003 -2018 yılı aralığında turizmden elde edilen gelirlerin GSYİH'ya oranlarının yaklaşık %3 ile %4,5 aralığında dalgalandığı görülmektedir. 2000 öncesi yıllarda bu oranlar yaklaşık %2- %3 aralığında seyrederken Türkiye'nin hem bulunduğu coğrafi konum avantajı ile dört mevsim turisti çekebilmesi hem de bu sektörün önemini kavraması ve bu sektöre yatırımları artırması, çeşitli alternatif turizm kanalları oluşturması ve bunların sonuç olarak turizmin ülke ekonomisine olan olumlu etkilerinin varlığı ile 2000'li yıllar sonrası turizm gelirlerinin GSYİH'daki payı artmış ve GSYİH'daki yeri daha önemli görülmüştür.

Tablo 10 Türkiye’de Yerli ve Yabancı Turizm Gelirleri

YILLAR	TURİZM GELİRİ (1000 \$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	TURİZM GELİRİ (1000\$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	GSM+Marina Hizmet Harcamaları (1000\$)
2003	10.141.116	740	3.600.411	1.384	113.339
2004	13.061.118	759	3.862.552	1.262	152.937
2005	15.725.813	766	4.374.383	1.214	221.915
2006	13.918.757	722	4.463.614	1.153	211.580
2007	15.936.347	692	4.703.850	1.121	302.303
2008	19.612.296	742	5.418.439	1.191	384.332
2009	19.063.702	697	5.690.629	1.222	310.150
2010	19.110.003	670	5.558.366	1.231	262.627
2011	22.222.454	709	5.638.484	1.168	254.753
2012	22.410.364	715	6.354.378	1.241	242.261
2013	25.322.291	749	6.760.180	1.252	226.519
2014	27.778.026	775	6.289.260	1.130	238.617
2015	25.438.923	715	5.843.074	970	182.780
2016	15.991.381	633	5.964.853	978	151.206
2017	20.222.971	630	5.908.752	903	151.933
2018	24.028.311	617	5.345.472	801	139.142
2019*	3.703.613	678	905.829	765	20.237

*2019 yılı 3 aylık

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Merkez Bankası, Kültür ve Turizm Bakanlığı

İncelenen 2003-2018 yılları arasında Türkiye’nin turizmden elde ettiği gelirleri rakamsal olarak yaklaşık 14 milyar dolar artmıştır. 2003 yılında gerçekleşen II. Körfez Krizinin etkisiyle turist sayısındaki önceki yıllara göre azalış, 2003 yılından itibaren artış eğilimi göstermiştir. Bu artışta yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının Türkiye’ye yaptıkları seyahatler ve burada yaptıkları harcamaların da turizm geliri olarak kaydedilmeye başlanması payı büyüktür. 2006 yılına gelindiğinde ülkemizde yaşanan olumsuz ve ülkemizi etkileyen uluslararası olumsuzluklar (Kuş gribi, İsrail-Lübnan savaşı vb.) sebebiyle turizm gelirleri %8,5 oranında azalmıştır. Ancak Tablo 10’dan görüleceği üzere bu azalış yabancı turiste oluşmuş, vatandaşlarımızın turizm hareketlerinde aksine artış gerçekleşmiştir. 2014 yılına gelindiğinde yabancı turist sayısı 2006 yılına göre neredeyse %100’ e yakın artış göstermiş ancak aynı orandaki artış vatandaşlarımızda gerçekleşmemiştir.

Yabancı turist sayısındaki artışta özellikle Türk Hava Yolları Kurumu'nun çeşitli ülkelere uçuşlar gerçekleştirmeye başlaması ve Turizm Bakanlığı'nın Türkiye'yi yabancı ülkelere tanıtım seferberliği en başta sayılabilir. 2015 yılına gelindiğinde Türkiye'de, turizm sektörünü olumsuz etkileyen çeşitli olaylar yaşanmıştır. Bunlardan en etkileyicisi Rusya ile ilişkilerin bozulma eğilimi göstermesi ve en çok ziyaret eden Rusların Türkiye'ye gelmekten vazgeçmesi olarak belirtilebilir⁷³.

2015 yılında başlayan Türkiye'nin turizm sektöründeki gerileme 2016'da yaşanan güvenlik riski oluşturan terörizmin yurt içi ve yurt dışı olarak özellikle Avrupa'da giderek artması ile Avrupa'daki gelecek turist sayısını olumsuz etkileyen gelişmeler, 2016 yılının Türkiye turizmi için kayıp bir yıl olmasına neden olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre; 2016'da turizm geliri bir önceki yıla göre %29,7 azalarak, 22 milyar 107 milyon dolar ve uluslararası ziyaretçi sayısı ise %24,6 gerileyerek 31 milyon 365 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Ancak 2017 yılında Türkiye turizmde hızlı bir ivme kazanmış ve bu yılda ülkenin uluslararası ziyaretçi sayıları ve turizm gelirleri ciddi miktarlarda artmıştır.

İncelenen dönem içerisinde dikkat çeken bir diğer husus ise turist başına düşen ortalama harcama miktarıdır. Turist başına düşen ortalama harcama miktarı, ülkenin turizm etkinliğinin önemli bir göstergesidir⁷⁴. Tablo 10'da görüldüğü üzere yıllar itibari ile Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı artarken, ülkenin turizmden elde ettiği gelir miktarı aynı sayısal büyüklükte artış göstermemektedir.

⁷³ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

⁷⁴ Ekinci, Y. Ve Doğdu, A. (1992). Planlı Dönemlerde Türk Turizmine Bakış (1963-1990) Turizm Yıllığı 1992. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayını s:119

Tablo 11 Turizm Gelirlerinin Alt Başlıklarda Gösterimi (2018)

Kişisel harcamalar (A)	22.546.616
-Yeme İçme	5.933.587
-Konaklama	3.299.496
-Sağlık	863.307
-Ulaştırma (Türkiye İçi)	1.943.636
-Spor, Eğitim, Kültür	347.688
-Tur Hizmetleri	117.374
-Uluslararası Ulaşım	4.191.515
-Cep Telefonu Dolaşım	101.905
-Marina Hizmet	37.238
-Diğer Mal Ve Hizmetler	5.710.869
--Giyecek Ve Ayakkabı	3.326.167
--Hediyelik Eşya	1.260.846
--Halı, Kilim Vb.	93.661
--Diğer Harcamalar	1.030.195
Paket tur harcamaları (ülkemize kalan pay) (B)	6.966.311
Turizm geliri (A+B)	29.512.926

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Merkez Bankası, Kültür ve Turizm Bakanlığı

Tablo 11’de 2018 yılı turizm gelirleri oluşturan alt sektörlere yer verilmiştir. Tablodan görüldüğü üzere turizm gelirleri içerisinde en yüksek rakam yeme içme sektöründe yer almaktadır. 2018 yılı turizm sektöründen elde edilen gelirlerin detayında en yüksek payı yaklaşık %24 ile paket turların oluşturduğu bunu %20’lik oran ile yeme içme kaleminin takip ettiği, uluslararası ulaşımın ise %14 lük bir fayda sağladığı görülmektedir. Bu harcamalardan diğer kayda değer bir rakam da kişisel harcamalar dışında kalan paket tur harcamalarıdır. Paket tur harcamalar; ulaşım, kalma ve bunlara yardımcı olarak sayılmayan diğer hizmetlerin en az ikisinin bir arada, her fiyatlamamanın dahil olduğu bir fiyatla satılan veya taahhüdü verilen ve hizmeti 24 saatten uzun bir süreyi kapsayan veya gecelik konaklamayı içeren sözleşmeler olarak bilinmekte ve burada öne çıkan en önemli husus paket turda “her şeyin dahil olduğu bedelle” belirlenmiş olmasıdır. Paket turlar tur operatörleri tarafından sağlanmaktadır. Son yıllarda turizm sektöründeki hızlı gelişmeler sonucunda, seyahat acentelerinin yetersiz kalması tur operatörlerinin de sektördeki yerini almalarını sağlamıştır.

1.4. Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmi İçerisindeki Yeri

Küreselleşmenin etkisi ve de teknolojik uygulamaların artan hızı ile dünya turizminin dinamik yapısı her geçen gün bu alanda rekabeti artırmakta bu durumda dünya ülkelerinin bu alana eğilimlerini güçlendirmektedir.

Turizm faaliyetleri, gezme, görme, yeni yerler tanıma, keşfetmeye yönelik sağladığı faydanın yanı sıra yarattığı ekonomik, sosyal, politik ve kültürel etkiler nedeniyle sürekli olarak göz önünde bulundurulmuş ve geliştirilmesi için çaba sarf edilen bir araç olarak önemli rolü bulunmaktadır. Bu durum turizm sektörüne tüm ülkelerde önem verilmesini sağlamaktadır⁷⁵.

Dünya ülkeleri arasında turist transferlerini incelediğimizde bu hareketler içerisinde Türkiye'nin de yadsınamayacak bir paya sahip olduğu görülmektedir. Son on yıllık bir zaman diliminde dünyadaki turist sayıları incelendiğinde Tablo 3'de görüldüğü üzere 2008 yılı sonrası turist sayısı Türkiye, Avrupa ve Dünyada devamlı artış sağlamıştır.

⁷⁵ Özdemir & Kervankıran, 2011, s:22

Tablo 12 Türkiye-Avrupa-Dünya Turizm Gelirlerinin Toplam Turizm Gelirlerindeki Payı

Yıllar	Turist Sayısı (milyon kişi)*					
	(1) Türkiye	(2) Avrupa	(3) Dünya/l	(1) / (2) %	(1) / (3) %	(2) / (3) %
2008	25,0	488,3	917,0	5,1	2,7	53,0
2009	25,5	482,7	884,0	5,5	2,9	52,3
2010	31,4	488,7	949,0	6,4	3,3	51,5
2011	34,7	520,0	997,0	6,7	3,5	52,2
2012	35,7	540,0	1,038,0	6,6	3,4	52,0
2013	37,8	566,6	1,087,0	6,7	3,5	52,1
2014	39,8	583,6	1,135,0	6,8	3,5	51,4
2015	39,5	607,7	1,188,0	6,5	3,3	51,2
2016	30,9	619,3	1,239,0	5,0	2,5	50,0
2017	37,6	674,4	1,329,0	5,8	3,0	50,8
2018**	46,1	712,6	1,403,0	6,5	3,3	50,8
2008-2018 Yıllık Ort. Büyüme (%)	8,4	4,7	5,3			

Yıllar /	Turizm Geliri (milyar US\$)					
	(1) Türkiye	(2) Avrupa	(3) Dünya/l	(1) / (2) %	(1) / (3) %	(2) / (3) %
2008	22,0	472,0	940,0	4,7	2,3	50,2
2009	25,1	412,5	853,0	6,1	2,9	48,4
2010	22,6	412,1	928,0	5,5	2,4	44,4
2011	25,1	466,6	1,042,0	5,4	2,4	44,8
2012	25,3	454,9	1,115,0	5,6	2,3	40,8
2013	28,0	491,7	1,197,0	5,7	2,3	41,1
2014	29,6	508,8	1,245,0	5,8	2,4	40,9
2015	26,6	449,8	1,202,0	5,9	2,2	37,4
2016	20,4	449,4	1,225,0	4,5	1,7	36,7
2017	22,5	519,6	1,340,0	4,3	1,7	38,8
2018**	25,7	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Son yıla kadar yıllık ort. büyüme (%)	1,66	1,1	4,7			

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/>

Türkiye’de 2008 yılında 25 milyon olan turist sayısı %85’ e yakın artış göstererek 46,1 milyon seviyelerine ulaşmıştır. Avrupa’da 2008- 2018 yılları arasındaki turist sayısındaki artış yaklaşık %46,5’ler da gerçekleşmiş, Dünya’da ise bu oran yaklaşık %53’ler ile ifade edilmektedir. Bu durum Türkiye’nin toplam dünya ülkeleri turist sayısı çekmede daha avantajlı bir konumda olduğunu göstermektedir.

Bu hali ile Türkiye Avrupa’ya giden turist sayısının 2008 yılında %5,1’ini karşılarken dünyanın % 2,7’sini karşılamıştır. 2018 yılında ise bu oranlarda kademeli artış sağlayarak Avrupa’daki turist sayısının % 6,5’u dünyadaki turist sayısının % 3,3’ ü Türkiye tarafından ağırlanmış olduğu görülmektedir.

Tablo 13 Dünya Ülkeleri 2018 yılı Turist Sayısı ve Turizm Geliri Sıralaması

Turist Sayısı (**)				Turizm Geliri		
	Ülkeler	(milyon)	% Pay	Ülkeler	(milyar US\$)	% Pay
1	Fransa	93.6	6.7	ABD	215.5	16.1
2	İspanya	82.6	5.9	İspanya	70.3	5.2
3	ABD	82.2	5.9	Fransa	64.7	4.8
4	Çin (Anakara)	62.1	4.4	Tayland	62.0	4.6
5	İtalya	61.2	4.4	Birleşik Krallık	47.9	3.6
6	Meksika	41.7	3.0	İtalya	46.7	3.5
7	Birleşik Krallık	35.7	2.5	Avustralya	46.5	3.5
8	Türkiye	46.7	3.3	Almanya	41.0	3.1
9	Almanya	39.0	2.8	Macao	41.3	3.1
10	Tayland	38.2	2.7	Japonya	40.6	3.0
11	Avusturya	30.8	2.2	Hong Kong	37.5	2.8
12	Japonya	31.3	2.2	Çin	42.4	3.2
13	Yunanistan	30.1	2.1	Hindistan	30.3	2.3
14	Hong Kong	29.2	2.1	Türkiye	25.7	1.9
DÜNYA TOPLAMI		1,403.0	100.0	DÜNYA TOPLAMI***	1,340.0	100.0

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)

Turizm gelirleri dünyada 2008 yılında 940 milyar dolar iken 2018 yılında 1.340 milyar dolar'a yükselerek %43 artış yaşamıştır. Yukarıdaki tabloda turist sayıları ve turizm gelirleri en yüksek olan ülkeleri ayrı ayrı göstermektedir⁷⁶.

En gelişmiş ülke ekonomisi olarak 215.5 Milyar \$ turizm geliri elde eden ve turizm geliri elde eden ülkelerin başında yer alan ABD 82.2. milyon kişi turist sayısı ile 3. sırada yer almaktadır.

ABD'yi takiben 70.3 Milyar \$ turizm geliri ile İspanya ikinci sırada, 64.7 Milyar \$'la Fransa üçüncülüğe yerleşmiş durumdadır. Avrupa Birliği ülkesi olan İtalya 46.7 Milyar Dolar, İngiltere 47.9 Milyar Dolar ve Almanya ise 41.0 Milyar \$ gelir elde etmektedirler. Türkiye 2018 yılında 25.7 Milyar \$ turizm geliri ile dünya ülkeleri arasında 14.sırada yer almaktadır.

⁷⁶ UNWTO,

Fransa 93,6 milyon turist ile birinci konumunu korumaktadır. İspanya 82,6 milyon ile ikinci ve 82,2 milyon ile ABD takip etmektedir. Türkiye 46,7 milyon gelen turist sayısı ile 6. basamakta yer almıştır.

Türkiye'nin 1.403 milyon olan turist sayısının %3,3'ünü kendi topraklarına çekebildiği ve bu sayıdaki gelen turist karşılığında 25,7 milyar \$ turizm geliri elde ettiği ve bu rakamlar ve sayılar üzerinden dünya turizminde illaki ilk on beş ülke arasındaki yarışta yer aldığını ve varlığını sürdürdüğünü söyleyebiliriz.

1.5. Türkiye Açısından Turizm Sektörünün Önemi

1.5.1. Ekonomideki Yerinin ve Öneminin İrdelenmesi

Turizm sektörünün gelişmesi II. Dünya Savaşı sonrası değişime uğrayan ekonomik, kültürel ve siyasi durum ve sosyal koşullar sonucunda ortaya çıkmıştır. Günümüzde teknoloji, iletişim, ulaşım, refah seviyesinin artması, tüketimin artması, harcanabilir gelir ve atıl zamanın artması sonucunda oldukça hızlı gelişme kaydeden turizm sektörü; Dünya Turizm Örgütü'ne göre, meydana getirdiği istihdam, hizmet verdiği insan sayısı, oluşturduğu gelir ve katma değerle dünyanın en büyük sektörü konumuna gelmiştir⁷⁷.

Dünyada turizm sektöründe yaşanan hızlı büyüme kulvarına Türkiye ancak 1980'li yıllardan sonra katılabilmektedir. Özellikle 1980'li yıllardan sonra turizmin ekonomik gelişme için ivme yaratacak bir alan olarak görülmesi sonucu yetersiz ekonomik kaynakların büyük bir kısmı sektörün gelişimine ayrılmıştır. Bu yönde hızlı bir süreç yaşayarak dinamik bir gelişme ile turizm sektörü günümüzde ekonominin gelişmesinde öncü sektörlerinden birisi durumuna gelmiştir. Özellikle 1980'li yıllardan sonra gelişim gösteren ve ekonomik bütünlük içinde yükselen sektörler arasında yer alan turizm sektörü, bu ivmesi ve ekonomiye katkıları ile tüm kesimlerin ilgisini çeker hale gelmiştir. Ekonomideki büyüklüğünü ifade etmek üzere bacasız sanayi olarak da adlandırılan sektör, özellikle Türkiye ekonomisinin karşılaştığı darboğazların etkilerinin minimuma indirilmesinde ve bu darboğazların

⁷⁷ KandırVd.,2008, s: 212

aşılmasında geçerli bir çıkış yolu olarak görülmektedir⁷⁸ Ödemeler dengesi içerisinde görünmeyen ihracat olarak yer alan turizm gelirleri ülkenin ekonomik sıkıntılar yaşadığı dönemlerde sağladığı gelir ile ülkeye önemli miktarda döviz geliri sağlayarak, cari açığın giderilmesinde, dönemsel de olsa işsizliğin azalmasında, ödemeler bilançosuna katkı sağlamada önemli bir paya sahiptir⁷⁹

Turizm sektörü değişik büyüklüklerde 54 alt iş kolu ile şu an turizm gelirleri açısından ihracattan sonra gelen ikinci büyük döviz kaynağı konumundadır.

Dünyada ise telekomünikasyon ve enformasyondan sonra gelen üçüncü ana hizmet sektöründen biri olarak turizm yine önemini göstermektedir. Ülke ekonomisini oluşturan tüm sektörlerdeki emek yoğunluğu irdelendiğinde turizmin ayrıca yurtiçi istihdama katkısı da inkar edilmemekte ve inşaat sektöründen sonra ikinci sırada yer alan büyük bir sektör olarak varlık göstermektedir⁸⁰

Turizm sektörü öncelikle bir hizmet sektörü olup ülkelerdeki ekonomik, politik, toplumsal ve sağlık gibi birçok alanında pozitif etki yaratan ve bu etki ile ülke ekonomisine katkıda bulunan bir sektördür. Turizm sektörünün bu katma değeri ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler potansiyel turizmi yakalamak açısından uluslararası turizm faaliyetlerine oldukça önem vermektedirler.

Ülkelerin ekonomik gelişmelerini hızlandıran turizmin diğer yandan, ulusal geliri tabana yayma, toplumun refah düzeyini yükseltme, kültürel alışverişi geliştirme yönünde büyük katkıları da bilinmektedir. Turizm sektörünün gelişmesi ile ülkelerdeki döviz girdisinin artması ulusal geliri olumlu etkilemektedir. Ayrıca turizm ile dünyada hızlı gelişim gösteren diğer sektörler de pozitif yönde etkilenecek bu sektörlere ivme katma yönünde öncü rolü bulunmaktadır.

⁷⁸ Oktayer Vd., 2007, s: 11

⁷⁹ Çımat, A. Ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (6): 1-18

⁸⁰ Kızılgöl & Erbaykal, 2008, s: 352

1.5.2. Turizm Odağında Yarattığı Katma Değerin İncelenmesi

Dünya ekonomileri için oldukça önemli bir yerde bulunan turizm sektörü Türkiye ekonomisi açısından da önemi ile temel makroekonomik değişkenler üzerinde pozitif etki yaratmaktadır. Turizm sektörü, ülkemizin karşılaştığı ekonomik olumsuzluk dönemlerinde sağladığı döviz geliri ile dış ödemeler dengesini kapatmakta, işgücü kullanımının artırılmasında, ödemeler dengesinde ülkeye sağlanan döviz önemli bir rol oynamaktadır.

Turizm özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin gelişmelerini tamamlamasında ivme sağlayan bir sektör durumuna gelmiştir. Bu sebeple turizm sektörüne, gereken önem ve önceliği veren ülkeler bu faaliyet kolunun GSYH ve ödemeler dengesine sağladığı katkılar ile ülkeleri, turizm sektörünün gelişmesini sağlamaya yönelik yeni imkânlar arayışına girmeye zorlamaktadır.

Tablo 14’de görüldüğü üzere 1980’den bu yana gelişen süreçte, Türkiye turizminde hem turist sayısı hem de turizm gelirleri açısından önemli sayılabilecek artışlar yaşanmıştır.

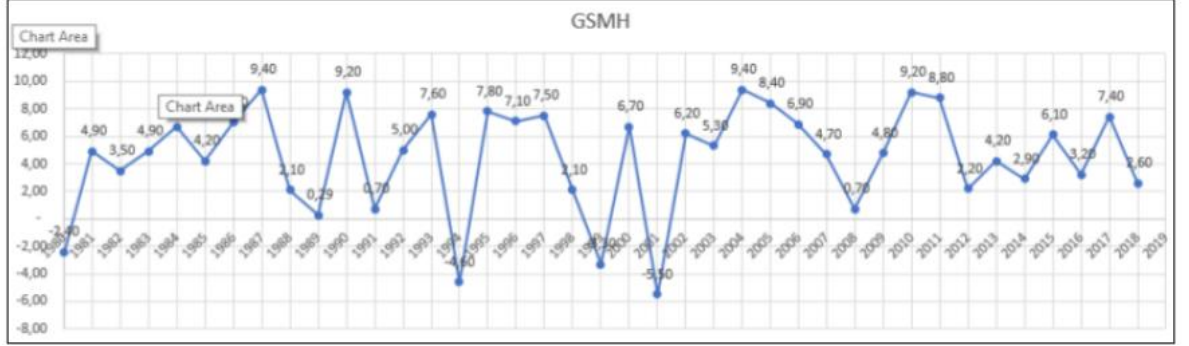
Türkiye’nin uluslararası turist sayıları ve turizm gelirlerinin ülkenin gayri safi yurtiçi hasılasına, ekonomik büyümesine, istihdamına, enflasyonuna ve cari işlemler dengesine olan etkisi aşağıdaki tablo aracılığıyla değerlendirilmiştir.

Tablo 14 Türkiye Turizm Gelirleri ve GSYİH'deki Payı (1980-2018)

Yıllar	TÜRKİYEYE GELEN TURİST SAYISI	TURİZM GELİRLERİ	GSMH	GSMH DEKİ PAYI
1980	1.288.060	327,00	- 2,40	0,50
1981	1.405.311	381,00	4,90	0,50
1982	1.391.717	370,00	3,50	0,60
1983	1.625.099	411,00	4,90	0,70
1984	1.117.094	840,00	6,70	1,40
1985	2.614.924	1.482,00	4,20	2,20
1986	2.391.085	1.215,00	7,00	1,60
1987	2.855.546	1.721,00	9,40	2,00
1988	4.172.727	2.755,00	2,10	2,60
1989	4.559.151	2.557,00	0,29	2,40
1990	5.389.308	3.225,00	9,20	2,20
1991	5.517.897	2.654,00	0,70	1,80
1992	7.076.096	2.639,00	5,00	2,30
1993	6.500.638	3.559,00	7,60	2,20
1994	6.670.618	4.321,00	- 4,60	1,30
1995	7.726.886	4.557,00	7,80	2,90
1996	8.614.085	5.562,00	7,10	2,90
1997	9.689.004	8.089,00	7,50	2,10
1998	9.752.697	7.809,00	2,10	1,30
1999	7.464.000	5.201,00	- 3,30	4,30
2000	10.428.153	7.636,00	6,70	2,90
2001	11.618.969	10.451,00	- 5,50	5,30
2002	12.789.827	12.421,00	6,20	5,40
2003	13.340.956	12.655,00	5,30	4,50
2004	16.826.062	17.077,00	9,40	4,40
2005	20.272.877	20.322,00	8,40	4,20
2006	18.916.436	18.594,00	6,90	3,50
2007	22.248.328	20.545,00	4,70	3,20
2008	24.994.007	25.415,00	0,70	3,40
2009	25.505.784	25.064,00	4,80	4,10
2010	26.999.809	24.981,00	9,20	3,40
2011	29.343.196	28.116,00	8,80	3,60
2012	29.769.386	29.351,00	2,20	3,70
2013	32.846.560	32.309,00	4,20	3,40
2014	35.708.163	34.306,00	2,90	3,70
2015	40.314.135	31.465,00	6,10	3,70
2016	41.335.993	22.107,00	3,20	2,60
2017	39.024.237	26.234,00	7,40	3,10
2018	40.822.111	29.512,00	2,60	3.80

Kaynak: TÜİK, Turizm Bakanlığı, TURSAB

Tablo 14 incelendiğinde, Turizm gelirlerinin önceki yıllara göre genelde istikrarlı bir artış gösterdiği görülmekle birlikte bu istikrarın en büyük boyutlu olarak 2016 yılında yaşanan darbe girişimi nedeniyle düşüş yönünde bozulduğunu belirtebiliriz. O yıl Türkiye'ye gelen turist sayısının azalması ile doğru orantılı olarak turizm gelirlerinde bir düşüş yaşanmıştır.



Son on yıl incelendiğinde 2009 yılında en yüksek düzeyine ulaşan kişi başına GSYH'yı karşılamaya payı %4,10 olarak gerçekleşmiş, bu yıldan sonra düşüş eğilimine girmiştir. Raporun kapsadığı yıllar itibarıyla, 2014 yılında turizm gelirleri 34.306 milyon dolara yükselmişken 2016 yılında 22.107 milyon dolara sert gerilemiş ve 2017 yılında yükseliş göstererek yeniden 26.283 milyon dolar seviyelerini yakalamıştır.

Kişi başına GSYH'da meydana gelen düşüşlerde dolar kurunda oluşan hızlı artışın etkisi bilinmektedir. Turizm sektörü, ülke birliğine yönelik terör saldırıları ve ülkeyi bölme planlı darbe girişimi ve özellikle Rusya Federasyonu ile dış politikada ortaya çıkan olumsuz gelişmeler ve yakın coğrafyadaki savaş ve çatışmalar nedeniyle 2016 yılında oldukça sıkıntılı bir dönem geçirmiştir. Ülke içi ve ülke dışında cereyan eden bu olay ve bu olayların yansımaları, yerli olmayan turistlerin ülkemize olan ilgisinin azalmasına ve kendilerini daha güvende hissettikleri alternatif ülkelere gidişi şeklinde karşımıza çıkmış ve bu durum sektörün zora girmesine sebebiyet vermiştir.⁸¹

2017 yılında ise yakın coğrafyada devam eden çatışmalar ve toplumsal kargaşalar dışındaki olumsuzlukların nihayet bulması ve Rusya ile olan ilişkilerin normale dönmesi ile sektörde düzelmeler gerçekleşmiş ve ülkemizden yurt dışına çıkan turist sayısı yaklaşık % 23,1 artış ile yaklaşık 39 milyon kişiye, ülkeye giren

⁸¹ TOBB,

turist sayısı da yaklaşık aynı oranlarda artarak yaklaşık 38 milyon kişiye yükselmiştir.

Türkiye’de turizm sektörünü etkileyen unsurların aşağıdaki şekilde olduğu belirtilmiştir⁸² :

- Turizm alanında yapılan yatırımlar,
- Ülkeye giriş yapan yabancı turist sayıları ve bunların bazı niteliklerine göre kısımlandırılması,
- Ülkemizden çıkış yapan vatandaşlarımızın sayıları,
- Turizm kaynaklı gelirler ve kişi başına harcama ortalaması,
- Turizm giderleri ve kişi başına harcama ortalaması,
- Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı,
- Turizm gelirlerinin ihracat – ithalat dengesi ile karşılaştırılması

Bu faktörler ile Türkiye’de turizm sektörünün artı değeri incelendiğinde 1998 ile 2018 yılları arasında turizm gelirlerinin devamlı yükselen trend göstermesi sebebiyle GSYH verilerinin de genel anlamda sürekli artış eğilimi iki faktör arasındaki doğru orantıyı göstermektedir. 1998 yılında turizm gelirlerinin ekonomik bir faaliyet olarak GSMH’a oranı başka bir deyişle Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı %2.6 iken bu oran 2018 yılında %3.9’a yükselmiştir. Bunun anlamı turizm gelirlerinin GSMH’yı karşılama oranı geçmiş yıllara göre yaklaşık %1.3 artış göstermiş ve turizm sektörünün GSMH elde etmedeki payı ve başarısı artmıştır.

Türkiye’nin 2023 yılı stratejik hedefleri olarak bu sektördeki işgücünü artırılması ve ülke ekonomisinde turizmin değer yaratıcı etkisinin ilk sıralarda yer alması amaçlanmakta olup 2023 yılında uluslararası pazarda Türkiye’nin turist sayısı ve turizm geliri bakımından ilk beş ülke arasına girebilmesi bu sektörün etkisini çok daha önemli hale getirecektir.

Turizm gelirlerinin mal ihracındaki faydasının ise geçmiş yıllara nazaran düşüş yaşamış olduğu görülmektedir. 1998 yılında bu fayda %26,6 civarında iken,

⁸² Ünlüöner, K., Şahin, S.Z.: 2011. “Turizmde İstihdam”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10 s:37.

2018 yılında faydanın %17,6'lara düştüğü görülmektedir. Başka bir deyişle turizmin ihracattaki payının azaldığı gözlemlenmektedir. Bu duruma etken olarak yabancı yatırımlarının yetersizliği belirtilebilir. Yabancı sermaye yatırımlarının desteklenmesi turizm sektöründe yabancı sermaye yatırımlarını artıracaktır.

Nitekim GSMH'nın sektörel bazda dağılımı gösteren Tablo 15 verilerine göre ticaret ve turizm sektörü %19,9 gibi yüksek bir oranla Gayri Safi Milli Hasıla' ya fayda sağlamada önderlik yapmaktadır. İkinci sırada ise Kamu Hizmetleri yer almaktadır.

Tablo 15 Gayri Safi Yurtiçi Hasılanın Sektörler Bazında Dağılımı (%)

GAYRİ SAFİ YURT İÇİ HASILANIN DAĞILIMI (Cari Fiyatlarla, %)						
Sektörler	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1.Tarım	5,6	5,3	5,5	6,0	5,6	4,5
1.Bitkisel	2,7	2,3	2,6	2,9	2,7	1,9
1.2.Hayvancılık	2,4	2,6	2,5	2,8	2,5	2,1
1.3.Ormanlık	..	..	..	..	..	..
1.4.Balıkçılık	0,4	0,4	0,4	0,3	0,3	0,5
2.Sanayi	8,4	8,4	8,8	9,2	9,2	9,7
2.1.Taşocakçılığı	0,6	0,6	0,5	0,7	0,7	0,9
2.2.İmalat Sanayii	2,8	2,9	3,1	3,7	3,7	3,3
2.3.Elektrik-Su	5,1	4,8	5,1	4,8	4,8	5,5
3.İnşaat	4,8	4,9	4,2	4,7	4,4	5,8
4.Ticaret-Turizm	19,9	20,1	20,6	19,7	19,7	20,1
4.1.Toptan ve Perakende Ticaret	11,4	11,2	12,3	10,7	10,9	11,1
4.2.Otelcilik ve Lokantacılık	8,5	8,9	8,3	9,0	8,7	9,0
5.Ulaştırma-Haberleşme	9,3	9,4	8,9	8,8	8,3	8,0
6.Mali Müesseseler	7,3	7,6	7,2	7,0	7,7	6,9
7.Konut Sahipliği	4,4	4,7	4,5	4,4	4,6	4,5
8.Serbest Meslek ve Hizmetler	11,5	11,7	11,6	13,9	14,5	15,7
9. Kamu Hizmetleri	18,6	17,7	18,1	16,8	15,9	15,1
10. İthalat Vergileri	10,2	10,2	10,6	9,5	10,2	9,7
GSYİH	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Kaynak: Devlet Planlama Örgütü

Turizm faaliyetleri olarak belirtilen konaklama, seyahat, seyahat organizeleri ve satışı gibi dinamik aktivitelerin yanında, ulaştırma ve inşaat sektörlerindeki faaliyetleri ile diğer sektörler için de ivme sağlayan bir rol üstlenmiştir⁸³.

Turizm öncelikle mal ve hizmetlerin tüketimi olarak işlevinin yanı sıra bu mal ve hizmetlerin imalatını yapan firmalar açısından da gerçekleşen bir gelir kaynağını içerir. Bu mal ve hizmetlere olan ihtiyaçların artması ile mal ve hizmet üretme zorunluluğu artmıştır. Bu zorunluluk da yatırımları, üretimi ve gelirleri arttırmayı gerektirmektedir.

1.6. Turizm Sektöründe Rekabet Yapısının İrdelenmesi

Dünyadaki dinamik yapı ve yeni ekonomik revizyonlar tüm sektörleri yeniden yapılanmaya itmektedir. Bu dinamik yapı özellikle son yıllarda küreselleşme adıyla anılmakta ve tüm ülke ve devletleri etkilemekte ve özellikle rekabet edilebilirliği artırmaktadır.

Küreselleşmenin etkileri tüm dünya sektörleri içerisinde özellikle turizm sektörünü dinamik olarak etkilemektedir. Turizm sektöründe küreselleşmenin etkisi ve teknolojik gelişmeler ile pazar yapıları da hızla değişime uğramaktadır. Pazardan pay alabilme stratejileri, ülke sektörünün diğer ülke sektörlerini ile rekabet gücünü belirleyicileri olmakta ve ülke ekonomisine bu sektör ile daha fazla destek olunmaya çalışılmaktadır⁸⁴.

Gelişmekte olan ülkelerin yeni ekonomik yapıya uyum sağlayabilmeleri ve sistemin içerisinde pay alabilmeleri, ekonomilerini olabildiğince dışa açık tutmalarıyla sağlanabilecektir. Teknolojinin gelişimi ile birlikte bilgi alışverişinin de hızlanması ile dışa açık ülke ekonomileri yeni iş imkanlarına kavuşurken bazı iş alanları da önemini yitirebilir. E-ticaretin yaygınlaşması ve çok etkin kullanılır olması başta firma maliyetlerini azaltarak, bilişim teknolojilerinden yararlanan işletmelere hem ulusal hem de uluslararası piyasalardaki rekabet gücünü artırmış ve rekabet üstünlüğü sağlamıştır. Bu durum da ülkelerin ekonomik açıklarla

⁸³ Usta, Ö.: 2001. "Genel Turizm", İzmir: Anadolu Matbaacılık. s:111

⁸⁴ <http://ttyd.org.tr>

mücadelede özellikle ithal ağırlıktan ihracat ağırlıklı politikalar geliştirilmesi ve bu yolla kalkınmaya gitmelerine sebep olmuştur.

Günümüz dünyasında ekonomik gücün varlığı yüksek rekabet yapabilmekle sağlanabilmektedir. Bir ülkenin ekonomik açıdan performans üstünlüğünü belirleyen o ülkenin rekabet gücünün varlığıdır. Rekabet üstünlüğü ise kalite, maliyet ve hız üstünlüğü ile sağlanmaktadır.

Turizm pazarının büyümesi ve bu sektörde rekabet üstünlüğü yaşanması dünya pazarına girişler için caziplik sağlarken diğer yandan bu durum, pazardaki mevcut firmaların rekabet avantajı sağlamak için daha değişik yeniliklere yönelme ve motivasyonu artırmasıyla sağlanacaktır⁸⁵.

Turizm sektörü için rekabet gücünü ülke içinde sonra da uluslararası arenada firma bazında ön plana çıkacak sonra bunun genele yayılması ile uluslararası alanında da hizmet ve ürünlerde bir tercih edilebilirlik sağlama yeteneği olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu dönüşümü yapacak firmalar hem iç turizm hem dış piyasalarda gelir artışı sağlayacaktır.

Rekabet gücü, özünde ulusal bazda şirket ve girişimcilerin yeteneklerine bağlı olmakla birlikte bu gücün devlet eliyle desteklenerek uluslararası arenaya taşınması ve uluslararası niteliğe kavuşturulması ve uluslararası alanda yarışın içerisinde yer alınması gerekliliğidir⁸⁶.

Uluslararası turizmde rekabet gücü bazı unsurlardan etkilenmektedir. Bu unsurlardan işletme kaynaklı olanlar; üretilen mal veya hizmetin kalitesi ve bu ürünlerin maliyeti (işgücü, pazarlama, hammadde, vergi, enerji, sermaye, ithalat, sosyal güvenlik maliyetleri), fiyatı, elde edilecek birim kârı, üretimde faydalanılan teknoloji, teşkilatlanma ve idari yapısı, misyon ve vizyonu, kaynakların verimli kullanımı, modernlik ve yaratıcılık olarak sıralanabilmektedir. İşletme dışı etkenler ise devletin ekonomide yaptığı düzenleme ve müdahaleler, ülkeler arası ticaret düzenleri, iç talepteki şekil, ekonomik istikrar, para politikaları, yabancı yatırımcı

⁸⁵ Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3(5): 54-71

⁸⁶ Türkkan, 2006 s: 45-49

katılımı, fiziki ve kurumsal altyapı, mali piyasaların yapısı ve rekabeti düzenleyici norm ve kurallar olarak ifade edilebilmektedir⁸⁷.

Bu özelliği ile rekabet tıpkı turizm sektörü gibi dinamik bir olgudur. Aynı zamanda da turizm alanında devamlı büyümenin ve hedeflere ulaşmanın gerçekleştirilmesi için sürekliliğinin de sağlanması gerekmektedir. Bu sebeple de şirketlerin, ülkelerin ve devletlerin rekabet güçlerini artırabilmeleri sağlanmalı bunun için de swap analizlerini iyi yapmaları, yani fırsat ve tehditler ile kuvvetli ve zayıf yönlerin net bir şekilde belirlenmesi ve ayrıca gerek iç gerek dış çevre faktörlerinin bilinmesi gerekmektedir.

Diğer bir açıdan bakıldığında bir ülkede ihracatın gelişimi ile ekonominin gücünü azaltıcı kur gücü azalmakta ve ülkenin yabancı paraya olan ihtiyacı düşmekte, ticaret dışı sektörlerde pozitiflik elde edilmekte, kıt kaynakların etkili ve dengeli kullanımı sağlanmakta, diğer temel sektörlerdeki doğrudan yatırımlar canlanmakta ve tüm bunların sonucunda gerçekleşen ihracat ekonomik büyümeye pozitif olarak etki yaratmaktadır⁸⁸. Bu durumda turizmin yurt dışından gelen turist ile döviz girdisi sağlaması yönü ile ülke ekonomisine pozitif etkisinden bahsedilmek mümkün olmaktadır. Buradan hareketle; rekabet edilebilir unsurlarla bir strateji olarak turizmin sağlamış olduğu döviz girdisinin boyutu ile orantılı olarak ekonomik büyümeye neden olacaktır.

⁸⁷ Tiryakioğlu, 2004 s: 510

⁸⁸ Samırkaş ve Bahar, 2013 s: 103-104

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZMİN ETKİLERİ

2.1. Turizm Ekonomisi, Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi Yönü

Turizm sektöründen beklenen ve elde edilen faydanın ülke ekonomik büyümesine etkisini araştıran ve aralarında nasıl bir ilişki olduğuna dair günümüze kadar birçok araştırma ve çalışma yapılmıştır.

Araştırmalar sonucunda elde edilen verilere göre, dış turizmden elde edilen gelirlerin ülke ekonomik büyümesi üzerinde pozitif etkisi olduğunu söyleyebiliriz. Yapılan araştırmalarda kullanılan bazı yöntemlerle çok nadir de olsa ilişki olmadığı yönünde sonuç çıksa da genel anlamda turizmin ülkenin ekonomik büyüme ve refahını etkilediği tespit edilmiştir.

Bir hizmet sektörü olan turizm, dünya ülkelerince üzerinde önemle durulan bir sektördür. Sektörün daha da canlandırılması yönünde büyük gayretler gösterilmektedir. Bu doğrultuda turizm sektörünün gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomilerine katkı sağladığı gerçeği ile söz konusu katkının tespit edilmesine yönelik yapılmış çalışmalara sıklıkla rastlanılmaktadır. Bu çalışmalar, araştırmaya dayanak oluşturduğu için değerli kabul edilmektedir. Dünyada yapılan araştırma ve çalışmalar sonucu elde edilen bulgulara aşağıda değinilmiştir⁸⁹.

OECD üyesi olan ve olmayan ülkeler arasında turizmin gelişiminin ekonomik büyümeye olan etkisi ve arasındaki ilişkinin araştırılması sonucu pilot seçilen OECD üyesi ülkeler hem de üye olmayan ülkelerde turizmin gelişimi ile Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) arasında olumlu yönde bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. OECD üyesi olmayan ülkelerde (Latin Amerika, Asya ve Sahra Altı Afrika Ülkeleri) bu etkinin daha baskın olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Turizm gelirlerinin değişken olarak alındığı ülkelerde özellikle Sahra Altı ülkelerinde turizmin GSYİH etkisi en yüksek seviyeye çıkmıştır. Bunun sonucunda Sahra Altı ülkeleri gibi az gelişmiş ve

⁸⁹ Samırkaş, 2014, s: 66-67

gelişmekte olan ülkelerde turizmin büyümedeki olumlu etkisi açısından geliştirilmesi faydalı olabilecektir⁹⁰

Uzun dönemli büyümede turizmin etkisinin araştırılması ile kalkınmada ivme kazandırıcı itici güç olduğu vurgusuna yer verilmiştir. Balear ve İspanya'nın Kanarya adalarında, turizm ekonomik büyümeyi sağlayan itici bir güçtür. Turizmin önemi iki ada boyutunda incelendiğinde, GSYİH'nin %80'inden fazlasını tek başına oluşturması sebebiyle vurgulanmaktadır.⁹¹

Çil Yavuz (2006) çalışmasında Türkiye'de 1992:Q1-2004Q2 arasındaki döneme ait turizm gelirlerindeki artışın ekonomik büyümeye etkisini araştırmıştır. Çalışmada geleneksel birim kök testi (Augmented Dickey Fuller) ve yapısal kırılmanın varlığını dikkate alan Zivot ve Andrews(1992) birim kök testi kullanılmıştır. Zivot ve Andrews test sonuçları, ADF testinin aksine Gayri Safi Milli Hasıla ve turizm değişkenlerinin trend durağan olduğunu göstermiştir. Standart Granger nedensellik ve Toda Yamamoto (1995) testleri sonuçlarına göre turizm gelirleri ile iktisadi büyüme arasında nedensellik ilişkisi yoktur.

Durbarry (2004), Mauritius'un ekonomik büyümesinde turizmin oldukça önemli bir payı olduğu bulgusunu elde etmiştir.⁹²

Oh'un (2005) Kore'ye yönelik yaptığı çalışmada ise olumsuz etkiye dikkat çekilmiş turizmin ekonomik büyümeye katkı sağladığı hipotezi reddedilmiştir. VAR modeli ile zaman serisi kullanılarak oluşturulan kointegrasyon analizinde turizm ve ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişkinin Kore'de oluşmadığına vurgu yapılmıştır.⁹³

Kim, Ming-Hsiang ve SooCheong (2005); Tayvan'da yaptıkları araştırmada turizmin Tayvan ekonomisinde etkin olduğu ve bunun sonucu olarak da büyüme ve turizm arasında uzun dönemde bir ilişki ve nedensellik bulunduğu kanaatine varmışlardır.

⁹⁰ LEEVE Chang, 2008 Akt; Samırkaş, 2014: s: 66-67

⁹¹ Parilla, Font ve Nadal, 2007; Akt. Samırkaş, 2014: 66-67).

⁹³ Akt, Samırkamış,2014;66-67

Bu kapsamda Hazari ve Sgro (1995), gelişmekte olan ülke turizm yapılarını incelemiş ve ülke büyümesindeki etkisini araştırmıştır. Bu kapsamda OECD ülkelerinden çeşitli verilere ulaşmıştır. Ulaşılan verilere dinamik panel veri analizi uygulamış ve çalışmanın sonucunda turizmin gelişmekte olan ülkelerin büyümesini olumlu etkilediğini ortaya koymuştur.

Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002), turizm sektörünün İspanya'nın ekonomik büyümesi ve dış ticaret dengesi üzerinde oluşturduğu etkiyi tespit etmek amacıyla eşbütünleşme ve nedensellik testlerini kullanarak bir çalışma gerçekleştirmiştir. Araştırmanın sonucunda, turizm sektörünün ülke ekonomisini uzun dönemde olumlu yönde etkilediği ve son 30 yıl içerisinde turizm gelirlerinin İspanya'nın dış ticaret açıklarının kapanmasında etkin rol oynadığını belirlenmiştir.

Parilla, Font ve Nadal (2007) alışmalarında ülkenin uzun dönemli büyümesinde turizm sektörünün etkisini araştırmışlardır. Çalışmanın bulgularına göre, İspanya'nın Balear ve Kanarya adalarında, özellikle bölgesel kalkınmada önemli ivme yaratıcı bir güç olduğu ve sektörün her iki ada açısından büyük önem taşıdığı tespit edilmiştir. Ayrıca adaların GSYİH'nın yaklaşık %80'inin turizm sektörü aracılığıyla sağlandığını belirlenmiştir.

Lee ve Chang (2008) OECD (Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü) üyeliği bulunan ve OECD üyeliği bulunmayan ülkelerde turizm sektörünün gelişmesi ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisini bulgulamak istemişler ve çalışmanın sonucunda her iki ülkede turizmin gelişimi ile GSYİH arasında doğru orantılı bir ilişki tespit etmişlerdir. Granger nedensellik testi sonucu 1963-2002 yılları arasında turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi, turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek taraflı oluşmuştur⁹⁴. Turizm Türkiye'nin ekonomik büyümesine olumlu katkı sağlamaktadır.

Yıldırım ve Öcal'ın (2004) ortaya koyduğu sonuçlar da bu yorumu desteklemiş arkasından Gündüz ve Hatemi (2005), 1963- 2000 yılları arasında yıllık veriler ile kurmaya çalıştığı nedensellik testleri; turizm ile ekonomi arasındaki

⁹⁴ Kırbay-Kasman, S. Ve Kasman, A. (2004). Turizm Gelirleri Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme Ve Nedensellik İlişkisi. İktisat, İşletme Ve Finans Dergisi, 220: 122-131.

ilişkinin yönünü tespit etme doğrultusunda turizmden ekonomik büyümeye tek yönlü bir ilişki olduğu ve turizm doğrultusunda büyüme varsayımının Türkiye için de uygun olacağı yorumuna ulaşmışlardır.

1963-2004 döneminde turizm gelirleri ile GSMH değişkenlerine ilişkin yönün tespitinde iki değişken arasındaki ilişkinin uzun süreli olduğu ve turizmin olumlu yönde ekonomik büyümeyi etkilediği değerlendirilmesi yapılmıştır.⁹⁵

Ancak Yavuz'un (2006) 1992 ile 2004 yıllarını içeren çalışmasında Granger nedensellik testine göre elde ettiği bulgulara ve yaklaşımına göre turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasında nedensellik ilişkisi kurulamamıştır.

1980-2008 yıllarını içeren net turizm geliri ile yerli olmayan turist sayısı faktörlerinin büyüme ve ödemeler bilançosu üzerindeki etkilerinin nedensellik analizi ile testinde yabancı turist sayısının dış ticaret dengesini gecikmeli olarak etkilediği görülmüştür. Turizm sektörünün dış ticaret dengesi üzerinde bir etkisinin var olduğu ama büyüme üzerinde direkt bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.⁹⁶

1964-2006 döneminde Türkiye'de turizmden elde edilen gelirler ile ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiyi ARDL yöntemi ile analizinde kısa dönemli ilişki bulunmazken, uzun dönemde turizmin ekonomik büyümede önemli olduğu belirtilmiştir.⁹⁷

1992:1-2007:2 dönemleri aralığı incelendiğinde Türkiye'nin uzun dönem ekonomik gelişiminde turizmin rolünün önemine değinilmiş ve turizmin ekonomik büyümeyi teşvik ettiği hipotezi Johansen eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleri ile onaylanmıştır.⁹⁸

Kırbaş-Kasman ve Kasman'ın (2004) çalışmalarında turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisinin olumlu yönde gerçekleştiği ve turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü olduğunu tespit

⁹⁵ Bahar, 2006, s: 55-56

⁹⁶ Hepaktan & Çınar, 2010, s: 135-154

⁹⁷ Çetintaş, H. Ve Bektaş, Ç. (2008). Türkiye'de Turizm Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa Ve Uzun Dönemli İlişkiler. *Anatolia*, 19(1): 1-8

⁹⁸ Alper, 2008:1-11

etmişlerdir. Başka bir ifadeyle, turizmin Türkiye'nin ekonomik büyümesine olumlu yönde bir katkı sağladığı saptanmıştır.

Kuşat (2011), turizm sektörünün ülke ekonomilerinin tamamı için yarattığı çıktılar kapsamında, en önemli sektörler arasında bulunması, bu yönde konumunu sürdürmesinde de etkin bir durumu temsil etmektedir. Turizm sektörünün diğer sektörler ile de ilişkili olması, kapsamını daha etkin bir profile ulaştırmaktadır

Erkan, Kara ve Harbalıoğlu (2013), 2005-2012 yıllarını kapsayan dönemde Türkiye'de turizm gelirlerinin belirleyicilerini tespit etmek amacıyla bir çalışma yapmışlardır. Bu amaç kapsamında elde edilen verilere VAR ve Granger nedensellik analizleri uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda, Türkiye'de turizm gelirleri ile turist sayısı arasında çift taraflı nedensellik ilişkisinin varlığı, reel döviz kurunun ise turizm gelirleri üzerinde herhangi bir etki oluşturmadığı saptanmıştır.

Uğuz (2014) çalışmasında, 1981 ile 2010 dönemine ait turizm gelirleri ile mal ihracatı- ithalatına ilişkin verileri kullanarak, Türkiye'nin turizm gelirleri ile cari işlemler dengesi arasındaki ilişkisini belirlemeyi amaçlamıştır. Bu amaç kapsamında verilere Johansen eşbütünleşme testi, hata düzeltme modeli ve Granger nedensellik testi uygulamıştır. Araştırmanın sonucunda, turizm gelirleri ile dış ticaret açığı arasında anlamlı bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır.

Kayış ve Aygün (2016), Türkiye'de turizm sektörünün enflasyon üzerine etkisini tespit etmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Bu amaç doğrultusunda Türkiye'nin 2003-2011 yılları arasındaki turizm geliri ve tüfe aylık yüzde değişimini içeren verilere ulaşılmıştır. Elde edilen verilere birim kök testleri ve nedensellik analizleri uygulanmıştır. Buna göre, incelenen dönemde Türkiye'de turizm geliri ile enflasyon arasında nedensellik ilişkisi olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca, turizm geliri ve enflasyon değişkenlerinin birbirini çok düşük oranlarda açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatür taraması sırasında, turizm sektörünün ülke ekonomilerindeki yerinin çok sayıda araştırmacı tarafından önemsendiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda konuyla ilgili çok sayıda çalışma yapıldığı tespit edilmiştir. Tespit edilen benzer çalışmaların

bir kısmına araştırmada yer verilmiştir. Bu kapsamda genel itibariyle konuya ilişkin çalışmalar incelendiğinde, bu çalışmaların benzer ve birbirini destekleyen sonuçlar içerdiği gözlenmektedir.

Turizm sektörü bir ülkenin ekonomisinde yer edinen diğer tüm sektörlerle doğrudan veya dolaylı olarak etkileşimi bulunan bir alanıdır. Diğer sektörlerle bu çok geniş boyutlu ilişkisi sebebiyle, turizmin bu konudaki boyutunun araştırılması ve değerlendirilmesi ve pek çok yönünün ortaya konulmasını gerektirmektedir. Nitekim en geniş çaplı varlığı ekonomik kalkınmayı sağlaması yönündedir.

lke ekonomik gelişimleri üzerindeki etkisinin çeşitliliği sebebiyle turizm sektörü, birçok araştırmacı ve analizcinin bu konuda çalışma yapmasına sebep olmuştur. Gelişmiş ülkelerin ve gelişmekte olan ülkelerin turizmden elde ettiği gelirin bir miktarı, o ülkelerin iktisadi kalkınmasına, büyümesine ve ülkenin gelişimine çok önemli katkılar sağlamaktadır. Bu yönüyle değerlendirdiğimizde, az gelişmiş ülkelerde turizmin ekonomik fayda ve etkileri gelişmiş ülkelere göre çok daha önemli boyutta olabilmektedir.⁹⁹

Yukarıda incelenen sonuçlar gereği turizmin Türkiye'nin ekonomik cari açığını olduğu kadar büyümesini de etkilediği ve ekonomik büyüme için turizm gelirlerinin artırılmasının önemli rol oynadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

2.1.1. Turizmin Ekonomik İndikatörler zerindeki Etkileri

2.1.1.1. Turizmin Döviz Girdisi Olarak demeler Dengesi zerindeki Etkileri

Turizmin lke ekonomisine olan olumlu etkilerinin varlığı Birleşmiş Milletler Dünya Turizm rgt (UNWTO) verilerine göre Türkiye, dünyada en çok ziyaret edilen ülkeler arasında 2018 yılında 8'inci ve en çok turizm geliri elde eden ülkeler arasında 14'nc sırada yer almaktadır.¹⁰⁰

⁹⁹ Bahar,2007:22

¹⁰⁰ UNWTO, 2018, s: 6-7

Tablo 16 Yabancı ve Yerli Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Harcamanın Yıllık Gösterimi

Yıllar	Uluslararası Turizm Gelirleri (Milyon \$)	Yıllık Değişim Oranı (%)	Uluslararası Turist Sayıları (Bin Kişi) *	Yıllık Değişim Oranı (%)	Turist Başına Harcama (\$)	GSYİH (2010 Sabit Fiyatlarla Milyon \$)	Turizm Gelirlerinin GSYİH'deki Payı (%)
1990	3,225.0	26,1	5,190.7	3,2	621.3	350,217	0,9
1991	2,654.0	-17,7	5,106.7	-1,6	519.7	352,739	0,7
1992	3,639.0	38,6	6,827.3	33,6	533.0	370,502	0,9
1993	3,959.0	8,7	5,925.7	-13,2	668.1	398,85	0,9
1994	4,321.0	9,1	6,410.9	8,1	674.0	380,231	1,1
1995	4,957.0	14,7	7,247.0	13	684.0	410,187	1,2
1996	5,962.1	20,2	7,970.2	9,9	748.0	440,457	1,3
1997	8,088.5	35,6	9,233.5	15,8	875.9	473,833	1,7
1998	7,808.9	-3,4	8,878.8	-3,8	879.4	484,771	1,6
1999	5,203.0	-33,3	7,069.2	-20,3	736.0	468,456	1,1
2000	7,636.0	46,7	9,990.8	41,3	764.3	500,192	1,5
2001	10,066.5	31,8	13,450.1	34,6	748.4	471,693	2,1
2002	11,900.9	9,1	15,214.5	13,1	782.2	500,768	2,3
2003	13,203.1	10,9	16,302.0	7,1	809.9	527,135	2,5
2004	17,076.6	29,3	20,262.6	24,2	842.7	576,489	2,9
2005	20,322.1	19	24,124.5	19	842.3	624,924	3,2
2006	18,593.9	-8,5	23,148.6	-4	803.2	668,003	2,7
2007	20,942.5	12,6	27,214.9	17,5	769.5	699,189	3
2008	25,415.0	21,3	30,979.9	13,8	820.3	703,796	3,6
2009	25,064.4	-1,3	32,006.1	3,3	783.1	669,831	3,7
2010	24,930.9	-0,5	33,027.9	3,1	754.8	731,168	3,4
2011	28,115.6	12,7	36,151.3	9,4	777.7	795,311	3,5
2012	29,007.0	3,1	36,463.9	0,8	795.4	812,231	3,5
2013	32,308.9	11,3	39,226.2	7,5	823.6	846,284	3,8
2014	34,305.9	6,1	41,415.0	5,5	828.3	871,843	4
2015	31,464.7	-8,2	41,617.5	0,4	715.0	1,087,550	2,9
2016	22,107.4	-29,7	31,365.3	-24,6	705.0	1,118,833	2
2017	26,283.6	18,8	38,620.3	23,1	681.0	1,205,786	2,2
2018	29,513.0	10,9	45,628,6	18,14	647.0		

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.kultur.gov.tr, Erişim Tarihi: 02.05.2019

Tablo 16’da görüleceği üzere Türkiye turizminin 1990 yılından 2018 yılına kadar incelenmesi ile hem turist sayısında hem de turizm gelirlerinde önemli olabilecek artışlar görülmektedir. Türkiye’ye 1990 yılında gelen turist sayısı yaklaşık 5 milyon iken, 2000 yılında yaklaşık %100 artışla 10 milyona, 2010 yılında yaklaşık

%536 artışla 33 milyona ve 2015 yılında yaklaşık %702 artışla 42 milyona ulaşmıştır. 2018 yıl sonu rakamları ise yaklaşık 46 milyona ulaşmıştır.

Tabloda Türkiye'nin 1990 yılından 2018 yıl sonuna kadar turizmden elde ettiği gelirler incelendiğinde 1990 yılında 3,2 milyar dolar olan turizm gelirleri 2000 yılında yaklaşık %136 artışla 7,6 milyar dolara, 2010 yılında yaklaşık %673 artışla 25 milyar dolara ve 2015 yılında yaklaşık %876 artışla 31,4 milyar dolara yükselmiştir. Turist sayısındaki yüzdeler artışlar incelendiğinde turizm gelirlerinin turist sayısından daha fazla oransal artış elde edildiği görülmektedir. Bunda ekonomik etkilere yer verilebilir. Dolar fiyatındaki artış ve düşüşlerin ve Türkiye'deki enflasyon verilerinin kayda değer etkileri mevcuttur. Enflasyonist dönemlerde yükselen fiyatlar sebebi ile turist sayısı yüzdeler (2015 yılı %702) artıştan daha yüksek yüzdeler (2015 yılı %876) oranda turizm geliri elde etmiştir. Bu etkiler içinde bulunan yılın geçirdiği değişik koşullara ve olaylara bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir.

1990-2018 yılları arasında Türkiye'de turizm gelirleri sayısal olarak yaklaşık 26 milyar dolar artmıştır. 1992 ve 1997 yılları arası hızlı artışlar sonunda 8 milyar doları aşan turizm gelirleri I. Körfez krizinden dolayı 1991 yılındaki %17,7'lik azalış göstermekle birlikte her yıl artış yaratmıştır. 1997 Güneydoğu Asya ve 1998 Rusya mali krizlerinin çıkması sektörün daralmasına sebep olmuştur. 1999 yılında meydana gelen 17 Ağustos depremi ve arkasından 12 Kasım depremi o yıl turizm gelirlerinin %33,3 oranında düşüşüne sebep olmuştur. 2000-2005 yılları arasında %11 ile %47 arasında devam eden artışlar olmuştur. 2003 yılında ortaya çıkan II. Körfez Krizinin etkisiyle turist sayısında düşüş kaydedilmiş ancak 2003 yılından daha istikrarlı bir yapıya kavuşarak ve özellikle yurtdışında ikamet eden yurttaşlarımızın Türkiye'ye gelerek yaptıkları gezi harcamaları sonucu turizm gelirlerinde artış yaşanarak turizm gelirlerinin totalini artırmıştır (Gülbahar, 2008: 159). 2015 yılında ise Türkiye'de başta turizm sektörü olmak üzere birçok olumsuzluklar yaşanmıştır. 24/11/2015'te Rusya'ya ait savaş uçağı Türk hava sahasına girmiş ve Türk yetkili makamlarınca uyarılmasına rağmen, aldırış etmeden Türkiye hava sahasını 17 saniye süre ihlal etmiştir. Bu doğrultuda Rus uçağı Türk jetlerinin müdahalesi sonucu düşürülmüş ve

bu durum iki ülke arasında krize sebep olmuştur. Bunun üzerine Rusya Hükümetinin Türkiye'ye aldığı tedbir kararları neticesinde ülke turizm gelirleri 2015 yılında %8,2 azalma göstermiştir. 2015 yılında Türkiye'ye 41,6 milyon turistin geldiği ve bu rakamın 3,7 milyonunun (%10,07) Rus turistlerden oluştuğu kayıt altına alınmıştır. Aynı yılda yabancı turist başına ortalama harcama 715 dolar olarak tespit edilmiştir. Rus turistlerin bıraktığı döviz gelirinin yaklaşık 3 milyar dolar olduğu ayrıca belirlenmiştir.¹⁰¹

2015 yılında Türkiye'nin turizm sektöründeki gerileme ile 2016'da yaşanan güvenlik sorunları ve terör saldırılarının Avrupa'dan gelen ziyaretçileri de olumsuz etkilemesi ile 2016 yılının Türkiye turizmi için kayıp bir yıl olmasına neden olmuştur. 2016'da turizm geliri bir önceki yıla göre %29,7 azalarak, 22 milyar 107 milyon dolar ve uluslararası ziyaretçi sayısı ise %24,6 gerileyerek 31 milyon 365 bin kişi olarak gerçekleşmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı). Ancak 2017 yılında Türkiye turizmde hızlı bir ivme kazanmış ve bu yılda ülkenin uluslararası ziyaretçi sayıları ve turizm gelirleri ciddi miktarlarda artmıştır. İncelenen dönem içerisinde dikkat çeken bir diğer husus ise turist başına düşen ortalama harcama miktarıdır. Turist başına düşen ortalama harcama miktarı, ülkenin turizm etkinliğinin önemli bir göstergesidir.¹⁰²

Tablo 17'de de görüldüğü üzere yıllar itibari ile bazı yıllarda Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı artarken, ülkenin turizmden elde ettiği gelir miktarı aynı oranda artış göstermemiştir. Bu husus ülkeye gelen turistlerin az para harcamalarına ve gelir düzeylerinin düşük olmasına bağlanabilmektedir.

Turizm sektöründe yer alan işletmeler, ürettikleri turistik mal ve hizmetleri satarak gelir elde etmekte böylece turizmin ayrıca tüketim yönüne de dikkat çekilmektedir. Bu özellik ile gelir akışının, turistlerin ikamet ettikleri yerden

¹⁰¹ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018

¹⁰² Ekinci, Y. Ve Doğdu, A. (1992). Planlı Dönemlerde Türk Turizmine Bakış (1963-1990) Turizm Yıllığı 1992. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayını s:119

ayrılmalarıyla başladığı, tüm gezi süresince süreklilik gösterdiği ve yaşanılan yere geri döndüklerinde nihayetlendiği belirtilmektedir¹⁰³.

Turizmin girdisi olan dövizlerin ödemeler dengesi üzerindeki rolleri döviz arz ve talebi oluşturmada etkili olup bunun neticesinde turizm gelir ve giderleri bir dış turizm bilançosu yaratmakta ve bu farkın olumlu anlamda yüksek olması bilançonun gelir bölümünün de yüksek olmasına sebep olacaktır. Bu sebeple ülkeye gelen turist sayısı oldukça önem arz etmektedir.

2.1.1.2. İstihdam ve Yeni İş Yaratma Etkisi

Geniş anlamıyla istihdam kavramı ekonomide ele alındığında tüm üretim faktörlerini içermekte ve tüm faktörlerin etkin kullanılması durumunda azami üretim seviyesine ulaşılmaktadır. Bu husus ekonomik terim olarak "tam istihdam" kavramı ile ifade edilebilmektedir.¹⁰⁴ Buna karşılık; kısmen kullanılması veya bir kısmının kullanılması durumu ise "eksik istihdam" kavramı ile ifade edilmektedir.

Ülkeler arzu ettikleri refah düzeylerine ulaşabilmeyi amaçladıkları ve hedefledikleri için ekonomik kalkınmayı sağlamak istemektedirler. Böylece tüm vatandaşlara iş olanağı sağlamak ve istihdam yaratmak devletlerin önemli işlevlerinden biri olup bu turizmin de en önemli bileşenidir. Turizmin sahip olduğu istihdam potansiyeli ve küresel anlamda geniş kitlelere ulaşabilmeleri açık, gizli ve yüksek işsizlik durumlarında pozitif etki yaratmaktadır.¹⁰⁵

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörü, ülke toplam gelirlerine yarattığı katkı ile sanayinin alternatifi olarak kabul edilmekte ve ekonomik kalkınmanın olmazsa olmazlarından biri olarak görülmektedir. Bu sektördeki ekonomik beklentileri karşılamak ve uluslararası pazardan daha fazla pay alabilmek adına turizm müesseselerinin kapasitesi ve sayısının artması her zaman istenilen bir olaydır. Nitekim Türkiye'nin son yıllarda milli gelirin artmasına verdiği fayda ve katkı ile bu işletmeler ülkemizde hızlı artış göstermiştir.

¹⁰³ Ünlüönen, K., Şahin, S.Z.: 2011. "Turizmde İstihdam", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10 s: 37

¹⁰⁴ Boz, 2006:5-7

¹⁰⁵ Aykaç Alp, E.: 2011. "Türkiye'de Turizm Gelirleri İle Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi", Dumlupınar Üniversitesi, s: 1-9

Turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olarak artan bu işletmelerde çalıştırılacak ve istihdam edilecek insan gücü ihtiyacına bağlı olarak istihdam edilen çalışan sayısı da artış göstermektedir. Başka bir deyişle işletme kapasitesi ve sayılarının artışıyla birlikte insan gücü de artmaktadır. Bunun sonucunda turizm, bir ülkeye parasal olumlu etkisinin yanı sıra istihdam olanağı da sağlayarak istihdama pozitif etkide bulunmaktadır.¹⁰⁶

Özellikle, Türkiye’yi bu alanda cazip kılan unsur sadece maddi kaynak, yatırım, tarih ile tabiat zenginlikleriyle birlikte insan ve organize olma gücünün de var olması, bu sektörde istihdamın ne denli önemli olduğunu açığa çıkarmaktadır.¹⁰⁷ Bu sebeple turizm sektörü direkt istihdama artı değer yaratırken, bu sektöre girdi sağlayan diğer sektörlerle de dolaylı yoldan istihdam sağlamaktadır. Nitekim bu sebeple toplam ülke istihdamını olumlu yönde etkilemektedir.¹⁰⁸

Türkiye 1980’li yıllar sonrası ekonomide dışa açık olmuş ve bu yıllardan sonra dışa açık olmanın gerektirdiği şartlara uyum sağlamıştır. Bu dönemde dış ticarete serbesti kazandırılmış, ihracat ağırlıklı sanayiye önem verilmiş, para ve sermaye piyasaları yeniden düzenlenmiş ve geliştirilmesi için gerekli adımlar atılmıştır.¹⁰⁹

1990-2018 yılları arasında toplam %45,7’lik artışla ülke nüfusu 56.473.030’ten 82.003.882’ye yükselmiştir.¹¹⁰ Ülkemizde yıllık ortalama nüfus artışı her yıl yaklaşık %1,5 olarak gerçekleşmektedir. 1990 yılında sektör, 1 milyon 244 bin kişiye turizmde iş imkânı sunmuştur. Yıllar itibarı ile bakıldığında her yıl için nüfusun yaklaşık ortalama %30-32 civarı istihdam edilmekte ve yine bu istihdam edilen nüfusun ortalama yaklaşık %7-8’i turizm sektöründe yapılmaktadır.

¹⁰⁶ Yıldız, Z.: 2011. “Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3(5), s: 54-71.

¹⁰⁷ Tutar, F., Alparlan, C., Tutar, E., Erkan, Ç.: 2013. “Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri”, Küresel İktisat Ve İşletme Çalışmaları Dergisi, 2(4), 14-27.

¹⁰⁸ Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3(5): 54-71

¹⁰⁹ Hepaktan, C. E. (2008). Türkiye’nin Dönüşüm Sürecinde Dış Ticaret Politikaları. 2. Ulusal İktisat Kongresi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İzmir

¹¹⁰ www.tuik.gov.tr

Özellikle, turizm sektöründe istihdam açısından bakıldığında turizm ve alt sektörleriyle birlikte, önceki yıla göre istihdamda büyüme gerçekleşmiştir. Yiyecek-içecek alt hizmetlerinde 2017 yılında yaklaşık 578 bin olan çalışan sayısı, %14,3 oranında artarak 660 bine yükselmiştir. Konaklama sektöründe 2017'de yaklaşık 237 bin olan çalışan sayısı, %26,4 artışla yaklaşık 299 bine çıkmıştır. Spor, eğlence, dinlenme faaliyetleri alanında 2017'de yaklaşık 43 bin olan çalışan sayısı, %18,1 artışla yaklaşık 51 bin kişiye çıkmıştır. Seyahat acenteleri ve tur operatörleri hizmetlerinde geçen yıl 43 bin olan istihdam, %14,9'luk bir artışla yaklaşık 50 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Havayolunda geçen yıl 23 bin olan çalışan sayısı, bu yıl %10,1 artarak yaklaşık 26 bin kişiye yükselmiştir¹¹¹.

¹¹¹ <http://ttyd.org.tr>

Tablo 17 Türkiye'nin İstihdam, İşsizlik Oranı ve Turizm İstihdamı Sayıları (1990-2017)

Yıllar	Toplam İstihdam Edilen Kişi Sayısı (Bin Kişi)	Toplam İstihdamın Toplam Nüfusa Oranı (%)	İşsizlik Oranı Yıllık Ortalama (%)	Turizmde Doğrudan İstihdam Edilen Kişi Sayısı (Bin Kişi)	Turizmde İstihdam Edilen Toplam (Doğrudan+Dolaylı) Kişi Sayısı (Bin Kişi)	Toplam İstihdam İçinde Turizm İstihdam Oranı (%)
1990	19,030	35,20	8,00	283.2	1,244.6	6,50
1991	19,21	34,90	8,20	255.5	1,317.3	6,80
1992	19,56	35,00	8,50	336.3	1,286.0	6,50
1993	18,68	32,90	8,90	381.4	1,315.7	7,00
1994	20,03	34,70	8,50	438.2	1,456.5	7,20
1995	20,91	35,70	7,60	465.3	1,525.6	7,20
1996	21,55	36,20	6,60	512.9	1,679.8	7,80
1997	21,08	34,90	6,80	580.0	1,607.4	7,60
1998	22,33	36,40	5,90	542.0	1,655.0	7,40
1999	21,51	34,50	6,60	507.2	1,350.5	6,20
2000	21,58	34,10	5,60	531.5	1,535.3	7,10
2001	21,52	33,50	7,20	527.3	1,759.9	8,10
2002	21,35	32,70	9,00	523.9	1,725.2	8,00
2003	21,15	32,00	9,10	555.9	1,815.6	8,50
2004	21,01	31,30	8,90	510.2	1,815.8	8,60
2005	19,63	28,90	9,50	472.6	1,732.2	8,80
2006	19,93	29,00	9,00	483.4	1,711.4	8,50
2007	20,21	29,00	9,20	449.3	1,761.8	8,70
2008	20,60	29,20	10,00	466.1	1,800.5	8,70
2009	20,62	28,90	13,10	464.5	1,892.6	9,10
2010	21,86	30,20	11,10	466.0	1,700.4	7,70
2011	23,27	31,60	9,10	505.7	1,990.2	8,50
2012	23,94	31,90	8,40	530.1	1,949.6	8,10
2013	24,60	32,20	9,00	548.1	2,049.0	8,30
2014	25,93	33,40	9,90	575.8	2,130.5	8,20
2015	26,62	33,80	10,30	599.9	2,374.7	8,90
2016	27,21	34,20	10,90	495.1	2,197.6	8,00
2017	28,19	35,30	10,90	525.2	2,277.0	8,00

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Türkiye’de turizm sektörünün yarattığı istihdam etkisi incelenen Tablo.18 ile 27 yılda önemli gelişme göstermiştir. Bu etki sektörün toplam istihdamda doğrudan yarattığı katma değer şeklindedir.

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) verilerine göre turizm sektöründeki gelişim ile birlikte Türkiye’de turizm sektörünün istihdama doğrudan etkileri

rakamlar incelendiğinde ilgili dönemde %74,8 oranında artarak, 283 bin kişiden yaklaşık 525 bin kişiye ulaşmıştır. İlgili dönemde toplam turizm istihdamı 1 milyon 244 bin kişiden 2 milyon 277 bin kişi olarak artış göstermiştir. Buna göre, 2017 yılında ülkede toplam istihdamın yaklaşık %8'i turizm sektöründe yer almaktadır. Türkiye'de turizm sektörünün istihdama oldukça önemli katkıları olmasının yanı sıra mevsimlik niteliği sebebiyle olumsuz etkisi de söz konusudur. Kıyı turizmi gelişmiş olmasına rağmen ancak Nisan ve Ekim ayları aralığında gerçekleşmekte ve bu aylarda sektörün faaliyet hacmi ekonomiyi genişletirken diğer taraftan istihdamı da olumlu etkilemektedir. Ancak bu dönem dışındaki diğer aylarda sektörde daralma oluşmakta bu durum da istihdamı olumsuz yönde etkilemektedir. Dolayısıyla Türkiye'de kıyı turizminin canlı olmadığı dönemlerde bu sektörde istihdam edilenler işsiz kalmakta ve mevsimsel işsizlik gibi bir işsizlik türü oluşmaktadır. Bu durum ülkedeki istihdamı olumsuz biçimde etkilemektedir¹¹².

Dışardan gelen sermayenin bu sektördeki yatırımları, sektörü beslemekle kalmayıp diğer sektörlerde de olumlu etki yaratmakta ve diğer yan sektör gelirlerinin artmasını sağlamaktadır¹¹³.

Karataş ve Babür (2013) yapmış oldukları çalışmada, gelişim gösteren ve yeni teknolojik bilgilerle donatılan dünya üzerinde turizm sektörünün ekonomi üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerine yönelik varlığını araştırmışlardır. Elde ettikleri bulgular; ekonomik gelişmenin ülkedeki turizm işletmelerinin faaliyetlerini, iletişim yöntemlerini ve turistlerin gerçekleştirdikleri seyahatlerle ilgili olarak bilgi toplamak ve turistik hizmet ve ürün satın alma yollarını, davranışlarını ve beklentilerini büyük ölçüde değiştirdiği yönünde oluşmuştur. Bu bağlamda turizmin ülke ekonomilerindeki yeri ve önemini bilgi teknolojilerini de katarak incelemiş olmuşlardır.

¹¹² Yıldız, Z. (2011). Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3(5): 54-71

¹¹³ Ekinci, Y. Ve Doğdu, A. (1992). Planlı Dönemlerde Türk Turizmine Bakış (1963-1990) Turizm Yıllığı 1992. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayını

2.1.1.3. İhracat ve Cari İşlemler Dengesine Etkisi

Turizmden elde edilen döviz gelirin in ihracattan elde edilen gelire oranlanması da turizmin bilinen ekonomik göstergelerinden biridir. Turizmden elde edilen döviz gelirin in ihracat içindeki payı gelirlerin ödemeler dengesindeki katkısını belirtmektedir.

Türkiye’de turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı yüksektir ancak zaman içerisinde ihracat tutarının artması ve turizm gelirlerinin azalması sonucu turizm gelirlerinin ihracattaki payı gerileyebilmektedir. Böyle olmakla birlikte Türkiye’nin turizm kanalıyla sağladığı döviz girişlerinin varlığı ekonomide oluşan dış ticaret açıklarını kapatmakta kullanılmak ve bu durum da turizm gelirlerinin önemini ortaya koymaktadır.

Tablo 18 Türkiye’de Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı

Yıllar	Net Turizm Geliri (Milyon Dolar)	Dış Ticaret Dengesi (Milyon Dolar)	Net Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapama Oranı (%)	Cari İşlemler Dengesi (Milyon Dolar)	Net Turizm Gelirlerinin Cari Açığı Kapama Oranı (%)
1990	2,705.0	- 9,45	28,60	- 2,63	103,00
1991	2,062.0	- 7,29	28,20	250,00	-
1992	2,863.0	- 8,08	35,40	- 974,00	-
1993	3,025.0	- 14,08	21,40	- 6,43	47,00
1994	3,455.0	- 4,17	82,90	2,63	-
1995	4,045.0	- 13,15	30,70	- 2,34	172,90
1996	4,700.0	- 10,26	45,70	- 2,44	192,80
1997	6,372.5	- 15,05	42,30	- 2,64	241,50
1998	6,055.0	- 13,93	43,40	2,00	-
1999	3,732.0	- 9,67	38,60	- 925,00	-
2000	5,925.0	- 21,96	26,90	- 9,92	59,70
2001	8,328.5	- 3,28	253,70	3,76	-
2002	10,020.9	- 6,40	156,40	- 626,00	-
2003	10,778.3	- 13,41	80,30	- 7,55	142,60
2004	14,122.2	- 22,44	62,90	- 14,20	99,40
2005	16,927.5	- 32,94	51,30	- 20,98	80,60
2006	15,323.0	- 40,89	37,40	- 31,17	49,10
2007	16,899.3	- 46,83	36,00	- 36,95	45,70
2008	21,148.9	- 52,92	39,90	- 39,43	53,60
2009	19,974.0	- 24,76	80,60	- 11,36	175,80

2010	19,056.4	- 56,33	33,80	- 44,62	42,70
2011	22,584.2	- 89,16	25,30	- 74,40	30,30
2012	24,413.7	- 65,37	37,30	- 47,96	50,90
2013	27,085.3	- 79,92	33,80	- 63,61	42,50
2014	28,835.5	- 63,60	45,30	- 43,55	66,20
2015	25,766.4	- 48,16	53,50	- 32,24	79,90
2016	17,057.6	- 40,86	41,70	- 32,61	52,30
2017	21,146.4	- 58,96	35,80	- 47,39	44,60

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, TCMB

Tablo 18’de görüldüğü üzere Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası’ndan elde edilen veriler ışığında turizm gelirlerinin, Türkiye’nin dış ticaret açığının önemli bir kısmını karşılayabileceğini söylemek mümkün olmaktadır. Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payı 1990 yılında %28,6 iken bu oran 2003 yılında %80’lere kadar yükselmiştir. 2017 yılında ise %35,8 olarak gerçekleşmiştir. İlgili yıl turizm gelirleri aracılığıyla cari işlem açığının yaklaşık %44,6’sı gibi yüksek bir kısmı kapatılabilmiiştir. Bu oranın yüksek olması her zaman dışa açık ve cari açık sorunu yaşayan ülkemiz açısından oldukça önem arz etmektedir. Bununla birlikte Türkiye’de turizm gelirlerinin ihracata oranı ile dış ticaret açığını kapatma payının artması,  demeler dengesini düzeltmenin yolu olarak gösterilmektedir.

Tüm  lkeler açısından turizmin ekonomiye önemli kaynak yaratıyor olması sebebiyle, özellikle gelişmekte olan  kelerce ekonomik kalkınmada araç olarak kullanılmaktadır.  lkelere önemli derecede gelir unsuru yaratan ve yıllar geçtikçe önemi iyice anlaşılan turizm, diğer gelir kalemlerine göre daha farklı özelliktedir. Bu  zellikler aşağıda yer almaktadır.¹¹⁴

Turizm faaliyetlerinde taşıma ve ulaştırma hizmetleri ihracat özellikleri ele alındığında, navlun çıktısı bulunmamaktadır.

Turizm dinamik bir yapıda olup kendisine bağlı tüm sektörlerde ivme yaratmaktadır.

¹¹⁴ Mathieson and Wall 1993: 38–39, Akt. Unur 2000, s:4

Turizm ile pazarlanması mümkün olmayan kültürel varlıklar üzerinden de gelir elde edilmekte ve döviz girdisi yaratılmaktadır.

Turizm sektörü ülkede oluşan veya oluşabilecek siyasi, ekonomik, toplumsal her türlü değişkene karşı narin yapıdadır.

Turizm ürünü taşıdığı görünmez nitelik ve özellikleri nedeniyle farklı pazarlama tekniklerine sahiptir.

Bir ülkede dış ödemeler dengesinin amacı ülkeye bir yıl içerisinde ne kadar döviz girişi ve çıkışı yapıldığını göstermektir. Ödemeler dengesi değişken bir yapıya sahip olup ödemeler bilançosunun sadece ilgili yılı içerdiği ve geçmiş barındırmadığı savunulmaktadır.¹¹⁵

Ancak ülkemiz turizminin çeşitlendirmeler yapılarak yılın tamamına yayılması ve sürekliliğinin sağlanması halinde açıkları kapamada istikrarlı bir yapıya kavuşulduğu da görülecektir. Bununla birlikte Deniz- Güneş-Kum hedefi ile gelen orta kesim turistlerin yanı sıra yüksek gelire sahip turistlerin de ülkeye çekilmesi, uzun süreli konaklamaların artırılması, ülke turizminin doğru ülkelere pazarlanmasının yapılması halinde toplam turizm geliri çok daha büyük boyutlara ulaşacak ve hizmetler kaleminde yer alan turizm gelirlerinin ödemeler dengesi açıklarını kapatmasındaki etkinliği de daha fazla olacaktır.

2.1.1.4. Hayat Standardı Üzerinde ve Kalitenin Artırılması Üzerine Etki

Enflasyon ülkemizin uzun yıllardır mücadele ettiği en önemli makroekonomik problemlerden biridir. Türkiye yüksek enflasyon ile 1979-1980 yıllarındaki ödemeler dengesi nedeniyle ortaya çıkan kriz sebebi ile tanışmıştır. O dönemlerde %100'lere yaklaşan bu oran, yıllık enflasyonun %10'un altına düştüğü 1960-70'lere ters düşen bir durumdur. Enflasyon ile mücadele etmek için 1980'lerin başında oldukça etkili bir istikrar programı açıklanmış ve uygulamaya konulmuştur. Bu programın içeriğinde yer alan sıkı parasal politikalar ve uygulamaya sokulan

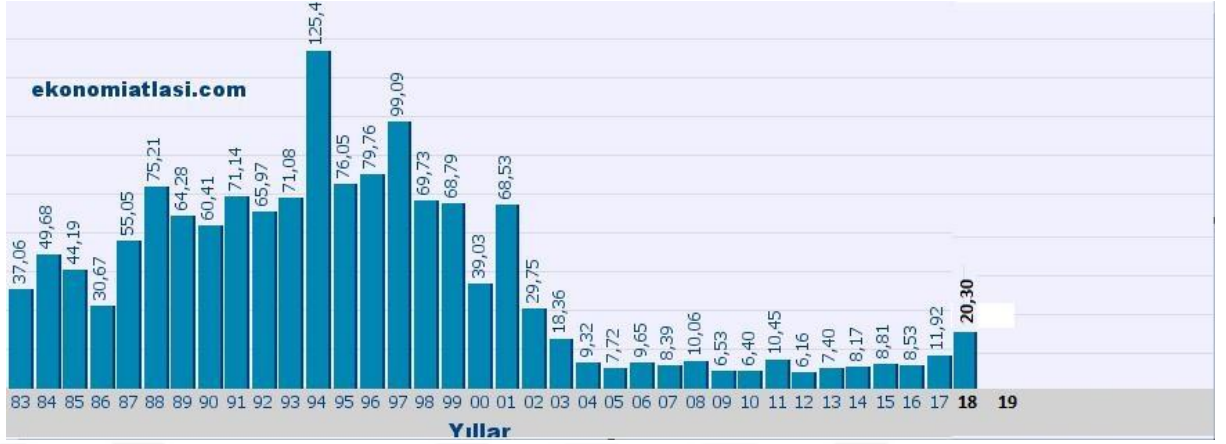
¹¹⁵ Seyidoğlu, 1999

köklü reformlar sayesinde kısa süre içerisinde enflasyon düşürülmüştür. Ayrıca bu dönemde ekonominin dışarı açılması yoluna gidilmiş ve yeni pazarlar keşfedilmiştir.

1980’li yıllarda enflasyon düşürülmüş olmasına rağmen, sonraki yıllarda makroekonomik dengeler tekrar bozulmuş ve TÜFE, %50’nin altına indirilememiştir.¹¹⁶ 1990’lı yıllar, Türkiye ekonomisindeki istikrarın bozulduğu yıllarda ve enflasyonun arttığı bir dönemde karşımıza çıkmaktadır. 1991 yılında büyüme %2’nin altına düşmüş, 1990-1993 yılları arasında %7 olarak gerçekleşmiştir. Bu belirsizliğin ve istikrarsızlığın getirdiği ülke riski sonucu, ülkeden yabancı sermaye çıkışları yaşanmaya başlamıştır. Bu durum Türk Lirasına olan güveni sarsmış, bu güvensizlik döviz talebi arttırmıştır. Yoğun talep karşısında Merkez Bankası zaten kıt olan rezervleri ile eksi rezerv vermeye başlamıştır. Döviz açık rakamının yükselmesi Türkiye’yi yatırım yapılabilir ülke kategorisinden çıkarmış ve Türkiye manipülasyonların ve spekülasyonların bolca yer aldığı bir ülke durumuna gelmiştir. 1994 yılında ise enflasyon rakamı tepe noktalara ulaşmış (%106,2), 24 Ocak’ta alınan tedbir uygulamalarına ve sıkı para politikası izlenmesine rağmen mecburen para arzı arttırılmıştır. Para arzının artmasında diğer önemli etken olarak kamudaki açıkların T.C. Merkez Bankası kaynakları ile karşılanmaya çalışılması para arzını arttırmış, bunun sonucunda enflasyonun yükselmesine neden olması söylenebilir (Aydoğan, 2004: 95). 1990’lı yılların sonuna gelindiğinde Türkiye, yaşanan yüksek enflasyon süreci ve bu sürecin bir parçası olarak artan borçları ile kriz içinde olmamakla birlikte krize eğilimli bir ekonomiye sahip ülke pozisyonuna girmiştir.

Şekil 3’te Türkiye’nin 1990-2017 yılları arasında gerçekleşen yıllık ortalama enflasyon oranları görülmektedir.

¹¹⁶ Alper ve Üçer, 1998, s: 9



Kaynak: www.ekonomiatlasi.com, TCMB

Şekil 3 Yıllar İtibariyle Enflasyon

Ekonominin istikrarsız bir şekilde genişleyip, tekrardan daralması ve bu sebeple uygulanan sıkılaştırıcı veya genişletici politikalar ülkede kişi başına düşen reel GSYİH'sinin de değişiklik göstermesine neden olmuştur. 1990'lı ve 2000'li yıllarda 10 bin doların üstüne çıkmıştır. Küresel krizlerden etkilenen ülkelerin kişi başına düşen gelirlerinde de azalma olduğu kaydedilmiştir. Nitekim ülkemiz de 2008-2009'lu yıllarda küresel krizden olumsuz etkilenmiş ve ülkede kişi başına düşen gelir gerilemiştir. Nitekim 2016 ve 2017 yılında kişi başına düşen milli gelir yaklaşık 15 bin dolar olarak tespit edilmesiyle Türkiye dünyada orta üst gelirli ülkeler ve orta gelirli ülkeler arasında yer almıştır.¹¹⁷

Turizm sektörünün verimli zamanlarında daha yüksek zirveler, kötü zamanlarında ise daha keskin düşüşler yaşadığı şekilden de izlenmektedir. Turizm sektörünün büyüme ve gelişme gösterdiği dönemlerde ülkede büyüme ve enflasyonla mücadele edildiği görülmektedir. Özellikle ülke GSYİH'sinin çok fazla daraldığı ve olumsuz etkilendiği 2009 küresel kriz sonrasında bile turizm sektörü pozitif yönlü bir gelişme sergilemiştir. Nitekim bu durumda turizm sektörünün, ülke ekonomisinin yaşadığı sıkıntılı dönemden çıkmasını sağlayacak kilit bir sektör olduğunu söylemek mümkün olmaktadır.

¹¹⁷ TCMB.

2.2. Turizmin Sektörler Üzerindeki Etkisi

Ülkede ekonomi başlıca üç ana sektörden oluşmaktadır. Bu sektörleri tarım, sanayi ve hizmetler sektörü olarak tanımlayabiliriz. Sektörler de alt sektörlerle ayrılmakta ve tüm bu sektörlerin toplam üretimleri ekonominin toplam üretim değerini vermektedir. Bu sektörlerce üretilen mal ve hizmetler ya ülke içinde ya da ihracat yolu ile ülke dışında tüketilmelidir. Bu durum aynı zamanda mal ve hizmetler için de geçerlidir. Mal ve hizmetler olarak ödemeler dengesinde yerini alan turizm hareketlerinde ülke içi veya ülke dışı ürün ve hizmetlerin sunulması, tüketilmesi söz konusu olmaktadır. Turistik mal ve hizmetlerin taşınmaz olması, turistlerin turizm alanına giderek söz konusu turistik mal veya hizmeti satın alması, bu mal ve hizmeti üreten firma veya ülkelerin, yurtdışına herhangi bir mal veya hizmeti göndermeden, döviz geliri elde etmeleri anlamına gelmektedir¹¹⁸.

Birçok ülke açısından ve özellikle gelişmekte olan ülkeler için turizm gelirinin en cazip yönlerinden biri sağladığı ekonomik faydanın kısa sürede hissedilebilmesidir. Turizm yatırımlarının semeresi tarım ve sanayi yatırımlarından daha uzun sürede elde edilebilmektedir. Böyle olmakla birlikte turizm sektörü her hâlükârda etkin verimli bir tanıtım kampanyası ile turizm gelirlerinin hem uzun hem de kısa süreli süreçlerde ülkelerin gereksinim duyduğu döviz girdisini sağlayabilen ve böylece gelir ve istihdama olumlu katkıları olan bir sektör olmaktadır.

Sektörde gerçekleştirilen her nevi harcama ve bu alana yapılan her seviyedeki yatırım, çarpan etkisinin sonucu olarak ekonomiyi canlı kılmaktadır.¹¹⁹

Ancak son zamanlarda hemen hemen tüm dünya ülkelerinde daha zahmetli olan tarım ve sanayi sektöründen daha ziyade hizmet sektörü daha fazla varlık göstermektedir. Çünkü bu ülkelerde hizmet sektöründen elde edilen gelir, tarım ve sanayi sektöründen daha fazla gelir getirmeye başlayan bir sektör konumuna gelmiştir.¹²⁰

¹¹⁸ Tutar, F., Alparslan, C., Tutar, E., Erkan, Ç.: 2013. "Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri", Küresel İktisat Ve İşletme Çalışmaları Dergisi, 2(4), 14-27.

¹¹⁹ Tutar, F., Alparslan, C., Tutar, E., Erkan, Ç.: 2013. "Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri", Küresel İktisat Ve İşletme Çalışmaları Dergisi, 2(4), 14-27.

¹²⁰ T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı

2.2.1. Tarım Sektörü Üzerine Etkisi

Gayri Safi Milli Hasıla’da turizm sektörü ve tarım sektörü arasındaki birleştirici güç ile ticaret açıklarını kapatma şeklindeki görünür etkisinin yanı sıra tarım ve turizm sektörünün yakın etkileşim içinde oldukları ve tarım turizmi olarak tanımlanan başka bir iletişim alanı daha bulunmaktadır.

Son yıllara kadar tarım ve turizm sektörlerinin birbiri ile ilişkisinin olabileceği pek düşünülmemektedir. Hatta turizm ve turizmin yaygınlaştırılması tarım için bir tehdit olarak algılanmakta ve turizmin yaygınlaşmasının tarımı tehdit eden yüzü görülmektedir. Ancak günümüzde hızlı kentleşme, faaliyetlerin yoğunluğu ve çeşitliliği sebebi ile artan stres, teknoloji yoğunluklu hızlı yaşam, yoğun çalışma koşulları artık insanları daha huzurlu alanlara ve stresle baş etme yöntemlerine yöneltmektedir. Bu durumda karşımıza en kolay ulaşılabilir unsur “toprak” çıkmaktadır. Toprağın turizm ile birleşmesi ve kaynaşması kavram olarak karşımıza “ekolojik tarım” veya “tarım turizmini” çıkarmaktadır.¹²¹

Dünya literatüründe ‘agro turizm’ olarak da bilinen ve özellikle İtalya ve Yunanistan’da gelişmiş örneklerini bulabileceğimiz bir turizm anlayışı olan Agro Turizm, toprağa dokunarak tatil yapma fikrini ana tema olarak benimsemiştir. Türkçe adıyla “tarım turizmi” olarak bilinen bu kavram tarım ile turizmi bir araya getiren yeni bir tatil hareketi olarak da adlandırılmaktadır.¹²²

Bu tatil kavramı ile hem gelen turiste doğayla iç içe farklı bir yaşam deneyimi sunarken, kaldıkları bölgedeki insanları ve onların kültürlerini tanıyabilecekleri bir olanak sunulmaktadır. Hem de bölgedeki halkın maddi gelir elde etmesi sağlanarak kırsal kalkınma hedeflenmektedir. Tarım turizmi projeleri sayesinde büyük şehirlerde doğal yaşamdan uzak kalan insanlar doğal yaşamı yeniden deneyimleme doğayla ilgili sorumluluklarının farkına varma olanağı elde etmektedirler. Tarım turizmi projeleri ile iki sektörün iş birliği içinde ülke ekonomisine olumlu katkısı gerçekleştirilmektedir.

¹²¹ T.C. Kültür Ve Turizm Bakanlığı

¹²² <http://www.ekoturizmderneği.org>

Diğer taraftan turizm sezon dönemlerinde yeme içme faaliyetleri ile doğru orantılı olarak artış gösteren tarımsal gıda talebinin karşılanmasına yönelik mamul ve ürünlerin üretimi ile ilgili sektör gelirinde artışı ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca yerli halk mülkiyeti kendisine ait olan tarım arazisini ve çiftliğini de turizmin içinde kullanma yöntemlerini seçebilmektedir.

2.2.1.1. Turizmin Tarım Sektörüne Olumlu Etkileri

Turizm ve tarım birbirinin tarımsal tamamlayıcısıdır. Bu nedenle turizmin tarım sektörü üzerinde ekonomik etkileri vardır. Turizmin tarım sektöründe standardizasyonu ürün kalitesini artırır dolayısıyla halkın gelir ve refahı artar yeni açılan işletmeler sayesinde işsizliği azaltır. Turizmin gelişimi kırsaldan kentte göçü azaltır, tarımsal faaliyetlerin olduğu yörelerde el sanatları ve iş kollarının gelişmesine bağlı olarak üst yapının gelişmesine neden olur, turizm ve tarım mevsimlerinin aynı olması tarımsal alanların talebe bağlı olarak genişlemesine neden olur.

2.2.1.2. Turizmin Tarım Sektörüne Olumsuz Etkileri

Turizmin tarım sektörüne olumlu etkileri yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Tarıma ayrılan verimli alanların daralmasına neden olur, turizm ve tarım mevsimsel işsizliği artırır bunun yanında turizm alanlarının genişlemesine bağlı olarak fiyatların artması çiftçinin rant peşinde koşmasına, verimli toprakların elden çıkarılmasına neden olur. Tarımla uğraşan çiftçinin kentlere göç etmesine, verimli tarım alanlarını terk etmesine neden olur.

2.2.2. Sanayi Sektörü ile İlişkisi

Sanayi işletmeleri ile bölgesel turizm ilişkisi irdelendiğinde özellikle bölgesel destinasyonların gelişmesi üzerinde sanayinin olumsuz etkilerinin olduğu bir gerçektir. Böyle olmakla birlikte endüstri işletmelerinin faaliyetleri ile ekonomide yaratmış oldukları artı değerlerden dolayı olumlu etkileri de göz ardı edilmemelidir. Öncelikle endüstri işletmelerindeki işgücünün refah seviyelerinin yükselmesi onları turizm sektöründe turizmi talep edenler olarak tanımlayacaktır. Diğer taraftan sanayinin gelişmiş olduğu çevrelerde bağlı bulundukları sektörlerin düzenledikleri

çeşitli toplantıların yakın olan turizm alanlarında gerçekleştirilmesi turizme diğer bir artı değer yaratacaktır.¹²³

Bunu bir örnek ile ele alırsak; Tüpraş, Türkiye Petrol Rafinerileri işletmesinin bölge turizminin gelişmesine üç farklı şekilde etkisi olacağı düşünülmektedir.

Öncelikle kendi bünyesinde istihdam ettiği kişilerin gelir seviyelerini yükseltmesi ve bu parasal güç ile turizme aileleri ile birlikte katılmaları,

Diğer taraftan sektör ile ilişkili bayi, merkez gibi toplantıların bulunulan bölgede yapılması,

Ve son olarak tesislerin bir turizm destinasyonu olarak bölgeyi ziyarete gelen turistlere gezme imkânının sağlanması şeklinde olumlu katkı yaratmasının mümkün olmasıdır.

Bununla birlikte sanayileşme sürecinde istenen ilerlemeyi ve performansı gösteremeyen gelişmekte olan ülkeler turizmden elde ettikleri döviz gelirleri ile finansman yaratabilmektedirler. Turizmin ülkeler için reklam ve pazarlama aracı olmasının yanında ekonomik kısıtlamalardan etkilenme düzeyinin düşüklüğü, sektörün gelişme maliyetlerinin diğer sektörlerle kıyasla daha düşük olması ve bu sektördeki talebin her geçen gün artma eğiliminde bulunması sebebiyle de önemi artmaktadır.¹²⁴

Sonuç olarak, sanayi işletmelerinin olumsuz etkileri olduğu gibi olumlu etkileri de bulunmaktadır. Olumlu etkilerinin daha fazla artırılması turizmne katkı sağlayacak ve bu durum da ekonomik kalkınmadaki olumlu katkıyı artıracaktır.

Turizmin tüketim malı talebi, ara malı üreten sanayiler üzerindeki etkisi daha fazla olmakta, yatırım malı üreten sanayiler üzerindeki etkisi ise daha az olmaktadır.

¹²³ T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

¹²⁴ Dilber, İ.: 2007. "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi", Yönetim Ve Ekonomi, 14(2), 205-220

2.2.2.1. Turizmin Sanayi Sektörüne Olumlu Etkileri

Turizm sektörünün gelişmesi ile birlikte turizm yatırımlarında kullanılan sanayi mallarının daha fazla kullanılmasına bağlı olarak sanayi üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır.

* Turizmin gelişmesi altyapı yatırımlarında kullanılan gelişmiş modern araçlara gereksinim duyulması bu araç ve gereçlerin imalatını yapan sanayi ürünlerine talebi arttırır.

* Gerek altyapı gerek konaklama gibi işletmelerin inşaatında kullanılan her türlü malzeme (demir, çelik, çimento, orman ürünleri ve madeni eşya) üreten fabrika ve iş kolları bu sayede canlanır.

* Bilgi çağı ile birlikte bilgisayar gibi yeni teknolojik ürünleri üreten sanayi dallarında talep ve gelir artışlarına sebep olur.

* Turizmde artan talep sanayide iş hacmi ve üretimin artması yanında istihdamın da artmasına neden olur.

* Turistik bölgelerde artan taleple birlikte tarıma bağlı sanayide meyve suyu, konserve ve unlu mamulleri üretiminin artışına ve bunun yanında katma değer yaratmasına neden olmaktadır.¹²⁵

2.2.3. Hizmetler Sektörü ile İlişkisi

Turizm sektöründen elde edilen döviz getirisi ekonomi üzerinde olumlu etki yaratmaktadır. Turizm yoluyla elde edilen döviz gelirleri bir tür ihracat geliri gibidir. Turistik amaçlı bir ülkeye gelen turistlerin gereksinimlerini karşılamak, yemek, içmek, hatıra eşyası ve benzeri mal veya hizmet alımlarında bulunmak amacıyla doğrudan ve dolaylı olarak yaptıkları her tür harcamalar, o ülkenin dış turizm gelirlerini oluşturur ve aynen mal ihracatında olduğu gibi döviz varlığı yarattığından ülke ekonomisi açısından ihracat olarak nitelendirilir.

¹²⁵ Dr. Hüseyin Çeken Turizm Ekonomisi, 168 Muğla Sıtkı kocaman Üniv.

Diğer taraftan yurt dışına çıkan ülke vatandaşlarına yapılan döviz teminlerinin yanında turizm sektörünün varlığı ve sürekliliği için zorunlu olan tamamlayıcı mal ve hizmet ithalatına yapılan harcamalar döviz talebini arttırmaktadır. Çünkü bu faaliyetler sonucu döviz çıkışı söz konusu olmaktadır. Özellikle gıda, inşaat başta olmak üzere dışarıdan mal ve hizmet ithal eden tüm işletmeler döviz talebini arttıracaktır. Yine ülke vatandaşlarının yurt dışına çıkışları ve oralarda yapmış oldukları turistik harcamaları da ülkeden döviz çıkışına sebep olacak ve ithalat olarak değerlendirilecektir.¹²⁵

Turizmin ülkenin döviz gelirlerini arttırması ve ödemeler dengesine pozitif katkıda bulunabilmesi için turizmden elde edilen döviz gelirlerinin döviz giderlerinden fazla olması gerekmektedir. Turizme dair tüm hareket ve faaliyetler incelendiğinde, turizm faaliyetlerinin sadece ülkeye turist giriş ve çıkışlarıyla ilgili olmadığı ayrıca dış ödemeler dengesinde de yerini aldığı görülmektedir.¹²⁶

Nitekim sadece yurt dışına çıkıp yeni yerler görme ve keşfetme hareketlerinin döviz gelirlerini artırıcı ve azaltıcı etkisi yanında bir takım hizmet gelirleri de aynı yetkiyi dolaylı da olsa yaratmaktadır. Sağlık turizmi olarak adlandırılan turizm çeşidi ile yurt dışından oldukça yoğun yabancı turist tedavi maksatlı olarak gelmektedir Aynı zamanda kaplıca turizmi de aynı etkiyi göstermektedir.

Diğer taraftan artan rekabetçilik ile otel işletmelerinin müşterilerine etkin hizmet verebilmeleri bağlamında ayrıca bir hizmet kalitesini de gerektirmektedir. Hizmet kalitesi otel işletmelerinin en belirleyici ve tercih edici bir rekabet aracıdır. Sunulan hizmetin belli bir kalite düzeyinin üzerinde olması otellerin başarısı ve sürekliliği için son derece önemlidir. Tüm bu unsurlar Türkiye'ye müşteri çekme çabalarında çok etkin rol oynamaktadır.¹²⁷

TUİK verilerine göre turizm sektöründe üç önemli grubun diğer sektörlerde sağladığı girdi miktarının dağılımı sırasıyla oteller-lokantalar, eğlence hizmetleri ve seyahat acenteleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

¹²⁵ Alpogu.H.,Koç.E.:2016 “Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçen Yöntemler” s:43-57

¹²⁶ Alpogu.H.,Koç.E.:2016 “Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçen Yöntemler” s:92

¹²⁷ Kırbaş-Kasman, S. Ve Kasman, A. (2004). Turizm Gelirleri Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme Ve Nedensellik İlişkisi. İktisat, İşletme Ve Finans Dergisi, 220: 122-131.

2.2.3.1. Turizmin Hizmet Sektörüne Olumlu Etkileri

Hizmet sektöründe turizm amaçlı hizmetlerde aranan özellikler üçüncü üretim sektöründe farklılaşmaya yol açar. Bu olumlu farklılaşmanın üçüncü üretim sektörü üzerindeki etkilerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.

* Turizm sektörünün gelişmesi cari tüketimle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir. Artan talebe bağlı olarak mal ve hizmete olan talep artar.

* Turizm donatım sanatları ile ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir. Örnek; inşaat sektörü vb.

* Turizm talebine bağlı rahatlık ve konfor ön plana çıkacağından çeşitli üretim ve hizmet olarak canlılık meydana gelir. Çiçekçilik, pastahane vb.

* Turizm turistin sağlığına ve güvenliğine yönelik hizmetleri geliştirir. Sağlık, emniyet ve sigorta hizmetleri gibi.

* Mal ve hizmetlerde daha lüks üretim yaparak sanayi kuruluşlarında kalite artışlarına neden olur.¹²⁶

2.2.4. Ulaştırma Sektörü ile İlişkisi

Ulaşım, bir ülkenin turistik bölgelerinin rahatlıkla ziyaret edilebilmesini sağlayan bir ağıdır. Ulaştırma da turizmin en büyük kaynaklarından biridir. Ancak önemi ne denli büyük olursa olsun yine de bir ara ürün pozisyonundadır. Turistin amacı gitmek isteği yere ulaşım vasıtaları ile bir şekilde ulaşabilmektir. Eğer bir bölgede tarihi ve kültürel ziyaret edilecek birçok turistik zenginlikler var ancak buralara ulaşım yok ise o mekânların ziyareti mümkün olamamaktadır. Bu durum gelir kaybına sebebiyet vermektedir.

Turizmin gelişmesi bir ülkede var olan turistik zenginliklerle birlikte bu zenginliklere gidebilmeyi sağlayacak ulaşım imkânlarını da gerektirmektedir. Bu bakımdan turizmin gelişimi, birtakım faktörlerle birlikte ulaşımın gelişmesine bağlı olarak sağlanabilecektir. Böyle olmakla birlikte turizmin etkin varlığı da ulaştırmayı

¹²⁶ Euding W. And Redman “Economics and Tourism”

yakından ilgilendirmekte ve gereksinimlerin karşılanması için ulaştırmanın da gelişmiş olması gerekliliği aranmaktadır. Bu sebeple ulaştırma ile turizm ilişkisi bir neden ve sonuç ilişkisidir¹²⁸ ve bu ilişki aşağıda verilmiştir.

Turizm ulaşımı; insanların turistik amaçlarla yaptıkları seyahatlerde turizm pazarlarında, turistik mekânlara ve merkezlere taşınması ile ilgili bir faaliyettir.

Ulaşım, turizm için döviz girdisi sağlayan bir kaynaktır.

Sanayinin gelişimi ile ulaşım hem hızlanmış hem de ulaşım imkânı sağlayan araçların çeşitlenmesini sağlamıştır.

Ulaşımın gelişmesi ile ülkeler arası turistik hareketler ve faaliyetler de artış göstermiş ve her toplum bireyleri rahatça seyahat imkânına kavuşmuştur. Bunun sonucunda ulaşım turizmi hem miktar hem de kalite yönünden olumlu yönde etkilenmiştir.

Turizmde ulaşım sistemleri; insanlara katlanılabilir ucuz bir fiyatla, daha fazla zaman sağlayan bir özelliğe sahiptir.

Turizm ulaşımı; hız, güven ve düzenlilik istikrarlılık gibi çağ şartlarını taşıyan gerçekçi ve dinamik bir faaliyettir.

Turizm ulaşımı; özellikle birden fazla merkezli paket tur düzenlemeleri de ulaşım araçları arasında koordinasyonu gerektirmektedir.

Turizm ile ulaşım birbirini bütünler birer hizmettir. Bilindik ulaşım araçları ile (Deniz yolu, demir yolu, karayolu, hava yolu) yerine getirilen bu hizmet, gereksinim halinde ilgili yerde üretilen ve anında tüketilen niteliktedir.

2.2.5. Turizmin Alt Yapıya Etkisi

Alternatif turizm, yerel halk ve misafirlerin olumlu yönde karşılıklı etkileşimini ve tecrübelerini paylaşmalarına imkân sağlayan yerel işgücünü, yöresel ve doğal mimariyi öne çıkaran ve doğal, sosyal ve toplumsal değerlerle uyumlu turizm formları olarak tanımlanmaktadır. Alternatif turizm türleri ana turizm faaliyetlerine her zaman destek amacı ile hareket etmektedir. Ancak alternatif

¹²⁸ TTYD

turizmin bu desteği sağlayabilmesi bir takım koşullara bağlıdır. Bunlar şu şekilde belirtilebilmektedir.¹²⁹ Alternatif turizm varlıklarına ulaşılabilirliğinin sağlanmasına yönelik altyapı faaliyetlerinin geręekleřtirilmesi;

- a) Alternatif turizm varlıklarının cazibesinin yükseltilmesi amaçlı altyapı faaliyetlerinin geręekleřtirilmesi,
- b) Alternatif turizm imkanlarının ulaşılabilirliğinin ve cazibesinin altyapı çalışmaları ile yükseltilmesi, o alternatif turizmin bölge ekonomisine olan katkısının artırılması anlamına gelmektedir.

Bir ÷lke veya bölgeye yönelik turizm talebindeki artış o bölgeye kamu tarafından veya özel sektör tarafından yeni güçlendirici ve destekleyici yatırımlar yapılmasını da gerektirmektedir. Genellikle kamu sektörü altyapı yatırımlarını, özel sektör ise üstyapı yatırımlarını yapmaktadır. Böyle olmakla birlikte bazen devlet bu yatırımları yapması yönünde özel sektöre teşvik edici uygulamalar da sunabilmektedir. Her yeni yatırım turizm sektöründe kapasite artışı ve ek kapasite olarak tanımlanmaktadır. Bu halde turizm talebinin artması ve turizm yatırımlarının artması sadece turizm sektörünü değil diğer sektörlerdeki yatırım miktarını da etkilemektedir.¹³⁰

Altyapı yatırımları devlet tarafından “görünmeyen hizmetler” olarak hem halkın yararlanması hem de ekonomik gelişme amacıyla geręekleştirilmektedir. Turizmin gelişmesiyle doğrudan turizme yönelik hem altyapı hem de üstyapı yatırımları artacaktır.¹³¹

Devletin, turizmden sağlanan getiriye yükseltmek maksadına yönelik yapmış olduğu birtakım alt yapı ve üst yapı harcamaları ve bunlarla ilgili diğer yapılan devlet harcamaları, turizmin kamu harcamalarındaki artırıcı ilişkisini göstermektedir.¹³² Bu bağlamda devletin turizm alanına ilişkin yapmış olduğu kamu harcamaları yatırım indirimi, vergi muafiyetleri, vergi iadeleri, kredi ve

¹²⁹ Baytok, A., Pelit.E.,Soybalı,H.H.,2017, Alternatif Turizm mi Turizmde Çeşitlilik mi? Kavramsal Bir Değerlendirme Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi s: 1-14

¹³⁰ Ünlüöner, K., şahin, S.Z.: 2011. “Turizmde İstihdam”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 10 s:37.

¹³¹ Kozak, 2015, s:120

¹³² Özdemir, 1992,s: 13-14

sübvansiyonlar, altyapı harcamaları, idari harcamalar olarak kendini göstermektedir. Eğer bir ülkede veya bir bölgede alt yapı ve üst yapı yatırımları mevcut değil ise bu bölgenin turizmle ilişkisi de düşük olacaktır.

2.2.6. Turizmin Çarpan Mekanizmasının Milli Gelire Etkisi

Milli gelir içinde yer alan turizm gelirleri çarpan mekanizması etkisiyle geniş bir gelir etkisi göstermektedir. Turistlerin kendi ihtiyaçlarını karşılamak için yaptıkları harcamalar kendi toplamı kadar gelir yaratacaktır. Uluslararası turizm geliri gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere transfer anlamına gelir. Döviz geliri ise gelişmekte olan ve gelişmiş ülkeler için ihracat ve yatırım gücünü ifade ettiğinden büyük önem taşımaktadır.

Birinci aşamada turizm geliri elde edenler bir kısmını tasarruf edecek, geri kalanını mal ve hizmet alanında kullanacaklar bir kısmı da kredi borçlarına faiz ödemeleri yapacaklarından ülkedeki iktisadi dolaşım dışına çıkmış olacaktır.

İkinci aşamada mal ve hizmetleri satanlar gelirlerinin geri kalanını harcayacaklardır. Turizmde yeni iş imkanlarının yaratılması ile kişisel gelirler artacak, ilk elde yaratılan gelir sıfır oluncaya kadar devam edecektir. Mekanizmanın her safhasında âtil iş gücü ve kapasitesinin mevcut olması gerekmektedir. Bunun yanında ekonomik hammadde yardımcı malların tedarikinde güçlüklerle karşılaşmamalıdır. Bu şartlar gerçekleşmediği takdirde toplam arz elastikiyetini kaybeder, sadece nakdi geliri artırıcı yönde işler.

Turizm çarpanı, her bir turist elindeki dövizin değişik sızıntı kanallarını geçerek reel ekonomide dolaşarak katlanarak büyüdüğünün göstergesidir. Turizm gelir çarpanı bazen dezavantaj olabilir. Turistlerin tüketim alanında harcadığı paralar akıp gidebilir. Buna sızıntı denir.¹³⁵

¹³⁵ M. Zeki Dinçer. Turizmin Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm s. 63-65

Diğer sızıntı şekilleri:

- a. Turistik bölge dışındaki bağlantılardan dolayı seehat acentalarına ve tur operatörlerine ödenen komisyonlar, reklam ve promosyon ödemeleri,
- b. Yurt dışında bulunan kişilere ödenen faiz ve kar,
- c. Turistlerin kullandığı yerel bankaların faydalandığı kredi kartı ve seyahat çekleri,
- d. Yurt dışında ikamet eden, emlağını kiraya veren mal sahibine ödenen kira.

2.3. Turizmin Sosyolojik Yönü

Turizm, ekonomik bir olay olmasının yanında sosyolojik, kültürel, coğrafi ve politik yönleri de olan ve toplum ile birlikte sosyal yapıyı etkileyen ulusal ve uluslararası platformda gerçekleşen bir harekettir. Turizmin sadece ekonomik bir olay olmaması yalnız gelir sağlayan ve döviz kazandıran özellikleriyle ekonomik sorunları değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel yapıyı etkilemesi açısından ekonomik olmayan konuların da incelenmesini gerektirmektedir.

Dünya üzerinde ülkeler içinde ve arasında, çok sayıda insan rahatlamak, yeni yerler görmek ve farklı kültürleri tanımak için seyahat etmektedir. Turizmin ana aktörü bireyler ve insan topluluklarıdır ve turizm faaliyetleri insan hareketlerini içeren bir olaydır. Bu nedenle turizmin bireyler, aileler, toplum ve sosyal sınıflar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkilerinin bir sonucu olarak meydana gelen değişiklikler, sadece insanların yaşam tarzını değil aynı zamanda şehirlerin ve kırsal alanların yapısını da değiştirmektedir. Turizmin olumsuz etkilerini en aza indirmek, sosyal ulaşım kapasitesini geliştirmekle mümkün olabilmektedir.

Turizm, aynı zamanda bir toplumda birlikte yaşayan insanların belli bir yönünü oluşturan sosyal bir olay olarak da kabul edilmektedir. Bu nedenle, seyahat ve konaklama sırasında kurulan ilişkilerin bir sonucu olarak, farklı eğitimsel, sosyal ve kültürel yapıya sahip toplumlar arasındaki etkileşim bilgi, deneyim, gelenek ve kültürel yapılarda zamanla değişikliklere yol açmaktadır.

Özellikle az gelişmiş ülkelerde, turizm geliştikçe, toplumsal yapının boyutlarının, değer yargılarının ve manevi ölçütlerin ve geleneklerin değiştiğini, sosyal davranışların devamlı bir değişme eğiliminde olduğunu ve turist davranışlarının şekillenmeye başladığını görmekteyiz. Turizm, turist kabul eden ülkeler için aile yapısı, inşaat tarzı, yaşam tarzı, kültürel etkinliklere katılım gibi birçok sosyal yapıda değişiklikler oluşturmaktadır.

Her ne kadar sosyal yapı kavramı sosyolojinin temel kavramlarından biri olsa da, göz önünde bulundurulması gereken somut gerçeklik, belli insanları bir araya getiren mevcut ilişkilerdir. Sosyal yapı kavramı, toplumun temel unsurlarını, toplumdaki bir bütün olarak yerlerini, ilişkilerini ve dolayısıyla faaliyet gösterdikleri sırayı açıklar. Bir kişinin bedeninin ve aklının faaliyetleri, bütün unsurların bir bütün olarak düzenli olarak birbirine bağımlılığının bir sonucudur. Toplumsal yapı ve bu yapıyı meydana getiren unsurları bu şekildeki bir işleyişe benzetmek mümkün bulunmaktadır.¹³³

Turizm, farklı sosyal ve kültürel yapıya sahip toplumlar arasındaki etkileşimi sağlar. Bu etkileşim sosyal yapıda bazı değişikliklere yol açar. Turizm sektörü için sosyal çevrenin etkisi çok önemlidir. Sosyal yapının benimseyemediği veya tahammül edemediği olaylar, turizm işletmesinin veya yerel turizmin ömrünü bitirebilir. İnsan yapısı, ilişkileri, demografik ve kültürel özellikleri, gelenek ve görenekleri, yaşam tarzlarını, folkloru, değer yargıları vb. gibi doğrudan veya dolaylı olarak etkilenen hususlar sosyal yapı kavramı içinde incelenebilmektedir.

2.3.1. Birey Üzerindeki Sosyolojik Etkileri

Yabancı bir yere seyahat ederken, bir insan yalnızca coğrafya olarak değil, aynı zamanda kişisel, sosyal ve kültürel bir ortamda da yabancı bir çevreyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu nedenle, geziyi tamamen keyifli ve cesaretlendirici kılmak için turistlerin çözmesi gereken bazı sorunları bulunmakla birlikte turistlerin, para ve zaman kaynaklarını ülkelerinden çok daha farklı durumlarda kullanmaları gerekmektedir. Ayrıca “kültürel mesafe” ölçüsünü belirleyerek yabancı bir ortama

¹³³ Dogan, İsmail. (1998). Sosyoloji. İstanbul. Sistem Yayıncılık s:133

gitmeye karar verebilirler. Gezen turistler yeni kültürleri değişik derecelerde kabullenerek diğer ülke insanları ile sosyolojik ilişkiye girmektedir. Turizm, bu yerleşimlerde yaşayan insanların dünya görüşlerini, anlayışlarını ve düşüncelerini etkileyebilecek sosyal ve kültürel bir olaydır. Turizm, farklı yapılara sahip toplumlar arasında ilişkiler kurmayı amaçlamaktadır. Farklı seviyelerde bilgi, görgü, gelenek ve kültür arasında etkileşim kurarak kültürel çeşitliliğin sağlanmasına da katkıda bulunmaktadır. Bu bölgelerde yaşayan insanların bilgi ve becerilerini değiştirmek ve farklı diller öğrenmek, turizmden yararlanmak için eğitim anlayışlarını zenginleştirmenin bir göstergesidir.¹³⁴

Yerel kültürde bulunmayan kılık, kıyafet, müzik, el ve kol hareketleri, selamlaşma biçimleri gibi tutum ve davranışlar olumsuz yönde değişime uğrayabilir. Diğer yandan kıyaslama sonucunda kendilerinde gördükleri eksiklikleri giderme konusunda yerel halkı çaba sarf etmeye hatta üretime yönelik girişimlerde bulunmaya yönlendirebilir ki bu da olumlu değişime sebep olabilir. Ayrıca bireylerin ailece yaptıkları seyahatin değişik derecelerde eğitici yönü de bulunmaktadır. Bir seyahatin eğitici yönü ne kadar yüksek olur ise yararı da o kadar fazla olabilmektedir.

2.3.2. Toplum Üzerindeki Sosyolojik Etkileri

Seyahat, bir ülkenin diğer insanları anlama ve onları takdir etme üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Gelişmiş ve aydınlanmış ülkelerdeki hükümet politikaları genellikle vatandaşlarını, ülkenin diğer bölgelerini tanımaları ve anavatanlarına değer kazandırılmaları için seyahat etmeyi, özellikle yurtiçi seyahatini teşvik etmektedir. Bir ülkedeki ziyaretçilerin varlığı yerli halkın yaşam tarzını etkilemektedir. Ziyaretçilerin davranışları ve ev sahibi ülkenin vatandaşlarıyla olan kişisel ilişkileri genellikle yerel halkın yaşam tarzı ve tutumları üzerinde oldukça etkili olabilmektedir.¹³⁵

¹³⁴ Özdemir, Mehmet. (1992). Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri. Ankara, TC Turizm Bankası AS Yayınları. s:73

¹³⁵ Barutçugil, Sabit. (1989). Turizm İşletmeciliği İstanbul. Beta Basım Yayın, s:73

Tüm toplumlar turizmden faydalansa bile, turizmin gelişimi, özellikle büyük tasarımlar söz konusu olduğunda, toplum içindeki sosyal sınıflar arasındaki bölünmeleri ve eşitsizlikleri güçlendirebilmektedir. Zenginler büyük otellerden ve lüks turizm tesislerinden yararlanırken, toplumun diğer katmanlarının bu imkanlardan yararlanamaması ve bu sosyal farkı giderememesi bir olumsuzluk olarak karşımıza çıkabilmektedir. Zengin kişiler ve daha yüksek sosyal sınıflara mensup kişiler daha sık seyahat etmektedirler. Düşük gelir ve meslek seviyelerinde olan insanlar çok az seyahat etme temayülü göstermektedir. Ama bunların hayat standartları yükseldikçe ve boş zamanları arttıkça, piyasanın bu parçasının da önemli ölçüde yükselmesi beklenmektedir. Başka bir ifade ile gelirin ve sosyal sınıf statüsünün seyahat üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır.¹³⁶

Turizm ile toplum sosyolojik olarak özellikle çalışan kesimin düşünce ve değer yargılarının genişletilmesi, sosyal kaynaşma sağlanması, kendi ülke insanlarını tanıma olanağı sağlaması, diğer milletler ile yakınlaşma ve dostluk duygularının geliştirilmesi, sosyal eşitliğin sağlanması, yaşlılar için yeniden aktif bir yaşam ortamının yaratılması gibi hususlarda önemli faydalar elde edebilmektedir.

Ayrıca, sosyolojik olarak turizm, nüfusun yaş kompozisyonundaki değişimleri sonucu, eğitim seviyesinin artması ve iletişimdeki gelişmeler, insanların sosyal refah seviyesinin artması ve toplumdaki farkındalıklarının geliştirilmesi, dünyadaki yaşam standartlarının yükselmesi, milletler arasında diğer bütün milletlere karşı bir ilginin uyanmasını da sağlamıştır.

Özellikle, ülkelerin siyasi ve bürokratik otoriteleri ile turizme yatırım yapan yerli ve yabancı girişimciler, turizmin toplumsal yapıdaki etkilerini bilmeli ve değerlendirmelidir. Çünkü sadece pragmatik ve rasyonel platformda olsa bile, kârlılıkları ile kısa ve uzun dönemde sosyal yapı üzerindeki olumlu veya olumsuz etkileri arasında büyük bir ilişki olabilmektedir.¹³⁷

¹³⁶ Dogan, İsmail. (1998). Sosyoloji. İstanbul. Sistem Yayıncılık s:137

¹³⁷ Özdemir, Mehmet, (1992), Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri. Ankara, TC Turizm Bankası AS Yayınları, s: 75

Kültürel değerler, normlar ve davranışlar toplumdaki insanların manevi ve sosyal ihtiyaçlarını karşılayan oluşumlardır. Toplumun ortak değerleri, normları ve davranış kalıpları, toplumda oluşturulmuş dünya görüşü, dini inançlar, ahlak, milli duygular, tarihsel bilinç ve gelenekler ortak bir geçmiş ve bilinçle oluşmaktadır. Ortak ideallerin belirlenmesi insanların ve toplumun amaçlarını toplu olarak etkilemektedir. Genel olarak toplumda geçerli olan değerlerin, normların ve davranışların yansıması ve toplumun ve bireylerin şekillendirdiği dünya görüşü, din, ahlak, gelenek ve ulusal duyguların yansımalarında farklılıklar vardır. Ayrıca, bir ülkenin kültürü diğer kültürlerle etkileşimden sürekli olarak etkilenir. Bu nedenle toplumda var olan değerler, normlar ve davranış sistemleri arasında önemli farklılıklar vardır. Bu farklılıkları ortadan kaldırmak ve farklı kültürleri mutlakiyetçi bir tavırla dışlamak da kültürel sistemin bir parçasıdır.¹³⁸

Turizm, adetleri ve gelenekleri olumsuz yönde etkileyebilmekte ve bozabilmektedir. Turist ise zamanla fiziksel ve ahlaki değerler açısından değişime uğrayabilmektedir. Turistlerin davranışlarına da yansıyan bu değişimler ziyaret edilen ülkenin gelenekleri ve adetleriyle çelişebilmektedir. Turizmde küçük farkındalık yaratma hataları, ziyaret edilen ülkedeki turistlere benzeme isteği yaratacaktır. Kültürel kirlilik olarak da adlandırılan bu durum yemek yemekten kişisel ilişkilere kadar, giyimde ve davranışlarda kendini göstermekte ve turizmin olumsuz etkisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.4. Turizmin Çevresel Yönü

Bacası olmayan fabrika olarak tanımlanan turizm sektörü özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra neredeyse her ülke için önemli bir gelir kaynağı olarak görülmüştür. Gelir ve istihdam yaratma üzerinde önemli etkileri olan bu sektörü canlandırmak için dünya ülkeleri yüksek miktarlarda harcama yapmaya başlamıştır. 1980'lerden bu yana ABD ve Batı Avrupa'da öne çıkan yeni üretim ve tüketim tarzı, turizm sektörünün gelişimini hızlandırmış olmakla birlikte bazı sorunları da beraberinde getirmiştir. Bu sorunların en önemlisi küresel olarak hissedilen çevresel bozulmalardır. Bu gelişmelerin turizm faaliyetlerinin doğal ve kültürel kaynakları

¹³⁸ Erkan, Hüsnü. Ekonomi Sosyolojisi, Baris Yayınları, İzmir, 2000. s: 58-59

üzerindeki olumsuz etkileri ve bu etkilerin turizmin geleceğini tehlikeye düşürdüğü ve düşüreceği anlayışı ile alternatif turizm kavramı gelişmiş ve bu kavram ile turizm faaliyetleri daha da gelişmiştir¹³⁹.

Alternatif turizm, sosyal uyum ile birlikte ekolojik uyumu da dikkate alan, yerli ve yabancı girişimcilerin işbirliğini gerektiren ve yerli malzemelerin kalkınmada kullanılmasını ön planda tutmayı amaçlayan bir turizm türüdür. Alternatif turizm kavramının ortaya çıkmasına neden olan ana faktörler, turizmin artan olumsuz çevresel etkilerinin tanınması, yeni turistik faaliyetler arayan turist sayısındaki artış, ekonomik ve çevresel faktörlerin önemi ve turizm pazarındaki alternatif eğilimlere yönelik genel eğilimler olarak belirtilmektedir. İnsanların turizm faaliyetlerine katılmak için harcadıkları gelirin yükselen refah düzeyine paralel olarak artması, uluslararası turizm pazarından daha yüksek bir pay almak isteyen ülkeler arasındaki rekabette de doğal olarak artışa neden olmuştur.¹⁴⁰

Günümüzde insanlar davranışlarını sadece ekonomik nedenlerle şekillendirmekte ve tüm faaliyetlerini elde ettikleri ekonomik kazançla göre düzenlemektedirler. İnsanların ve toplumların dünyadan beklentilerinin büyük bir bölümünü sadece ekonomik getiri kaynakları ile şekillendirmesi yaşam için çok önemli unsurların göz ardı edilmesine sebebiyet vermektedir.

Ancak 20. yüzyılın son çeyreğine gelindiğinde insanlığın giderek daha fazla endişe duymaya başladığı gelişmelerden biri çevre sorunları olarak karşımıza çıkmaktadır. Tabiatı hiçe sayan aşırı sanayileşme ve aşırı tüketim sonucunda havanın, denizlerin, nehirlerin ve göllerin kirlendiği, ozon tabakasının delindiği, küresel ısınmanın ayyuka çıktığı, dünyanın akciğeri olarak tabir edilen yağmur ormanlarının azaldığı, dünya genelinde pek çok bitki ve hayvan türünün yok olduğu,

¹³⁹ Erdoğan, N. (2007). Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde Sürdürülebilirlik Üzerine bir Değerlendirme. Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları. Çankırı: Ankara Üniversitesi.

¹⁴⁰ DPT. (2004). Ekonomik ve Sosyal Göstergelerdeki Gelişmeler. Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı. s:172

ziraat yapılan toprakların verimsizleştigi özellikle 1970’li yıllardan sonra açıkça görülmüştür.¹⁴¹

Günümüzde insanların yaşamlarının idamesi için istifade ettiği kaynaklar ise giderek azalmaya başlamıştır. İnsanların büyük bölümü ekonomik bir kaygı içerisine düşmesi ve bu gününü refah içinde yaşamaya başlaması zaten kıt olan su, toprak ve hava verimliliği gibi dünya kaynaklarında azalmaya ve bozulmaya neden olmuştur. Bu faktörlerin dengesindeki bu bozulmalar dünyada var olan tüm sektörlerde olduğu gibi turizmde sektöründe de değişimlere ve bu değişimler sonucu birtakım tedbirlerin alınmasına neden olmuştur. Gelecek kuşaklara da yaşam hakkı verilebilmesi ve yaşanabilir bir dünya bırakılabilmesi bağlamında turizm faaliyetlerinde ve turizme yönelik plan ve projelerde çevrenin de dikkate alınabilmesi artık yadsınamaz bir gereklilik olmaya başlamıştır.

Kentsel yerleşimin her geçen gün artması sebebiyle şehirlerde yaşayan insanların tatil tercihlerini kırsal bölgelerde, doğa içinde geçirme eğilimi artmaktadır. Bu da kırsal bölgelerde turistik tesislerin kurulmasını gerektirmektedir. Özellikle kırsal bölgelerde doğal yaşama uygun turistik tesislerin kurulması gelecek kuşakların da düşünüldüğü anlamına gelecektir. Bu tesislerin tamamıyla doğaya dost teknolojiler kullanılarak kurulması, sürdürülebilir enerji kaynaklarının kullanılması, bu tesislerde sağlanacak gıda maddelerinin mümkün olduğunca organik bir şekilde tesis bünyesinde üretilebilmesi gibi önlemler çevrenin korunması ile mümkün olabilecektir.

Temiz bir endüstri olarak tanımlanmakla birlikte turizm faaliyetlerinin neredeyse tüm çevresel unsurlar üzerinde olumlu etkileri bulunmakla birlikte çoğu zaman olumsuz etkilerinin de olduğu görülmektedir. Turizm sektörü doğal varlıkların sergilendiği güzellikler, dinlenme, sağlık, spor, bilim ve eğlence faaliyetlerine uygun ortamlardır.¹⁴²

¹⁴¹ Berdal Aral, Üçüncü Kuşak İnsan Hakları Olarak Kollektif Haklar, Siyasal Kitabevi 2010, s.1.

¹⁴² Dindar, M. (2002). Turizm ve Çevre İlişkileri. II. Turizm Şurası Bildirileri. Ankara: Turizm Bakanlığı. s:264

Bununla birlikte bölgede artan yoğun ve kalabalık nüfus yeni yerleşim yeri talebinin arazi kullanımı üzerindeki baskısı, çevresel sorunları da beraberinde getirmektedir. Turizm ile çevre arasında üç önemli unsur bulunmaktadır.

Turizm ile çevre arasındaki ilişkiyi gösteren başlıca üç önemli husus bulunmaktadır.¹⁴³

- Fiziksel çevrenin birçok unsuru turistler için çekim kaynağıdır.
- Turizm tesisleri ve altyapısı, çevrenin bir yönünü teşkil eder.
- Turizmin gelişmesi ve bir alanın çevresel kullanımı çevresel etkiler yaratır.¹⁴⁴

Turizm alanında, çevresel etki ve bu etkinin seviyesi yeterince dikkate alınmamıştır. İşletmeler maliyetleri azaltmak için çevre koruma programlarından ve olanaklarından devamlı kaçınmaktadırlar. Bu durum sonuç olarak ülkemizin denize kıyısı olan yerleşim alanlarında nüfusunun kirlenmesine neden olmaktadır. Turizm, insanlara, şehir hayatından sıyrılıp dinlenme ve psikolojik rahatlama, stresten uzak kalma imkânı sağlayan hizmetler veren bir sektördür. Böyle olmakla birlikte, çevreye gösterilen duyarsızlık, bu sektör tarafından insanlara sağlanan bu faydalardan daha yüksek oranda çevresel zarar ile sonuçlanmaktadır.

Yapılan turizm faaliyeti ne olursa olsun sonuç olarak çevreye yani doğaya doğrudan veya dolaylı olarak etkileri olacaktır.

2.4.1. Turizmin Çevre Üzerine Olumlu Etkileri

Turizm sektörü, iyi planlanıp kontrol edildiğinde hızla gelişme potansiyeline sahip bir sektördür. Bu sektörün hammaddeyi doğal çevre, kültürel alt yapı, tarihi alanlar ve coğrafi zenginlik ve çevresel güzelliklerdir. Bir ülke veya bölgedeki turizmin sürekliliği turizme hizmet eden hammaddenin sürekliliğinin sağlanmasına

¹⁴³ Demir, C. (2002). Turizm ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Olumsuz Çevresel Etkileri; Türkiye'deki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama. DEÜ İİBF Dergisi s:93

¹⁴⁴ Inskeep, E. (1991). Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach. New York: Van Nostrand Reinhold

bağlıdır. Bir ülke veya bölgede turizmin gelişmesi turizmin sürekliliğini sağlamak için çevreye olan yatırım talebini artıracaktır. Bu durumda turizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri şu şekilde belirtilebilir:¹⁴⁵

Çevre bilincinin geliştirilmesi ve kalitesinin artırılması, yerel halkın çevreye çok fazla dikkat etmesi ve çevrenin korunması konusunda üstüne düşen sorumluluklarının anlatılması ile bölge halkının bilincinin artmasını sağlar.

Turistlerin hem doğal hem de yapay çevreye ilgisi, çevre bilincini artırarak çevrenin önemine ve korunmasına dikkat çekebilir. Bu durum insanların, kamu yönetiminin ve turizm işletmelerinin de aynı paralellikte davranmalarına neden olabilir.

Arkeolojik alanların, tarihi mekânların ve mimari üslupların korunması, turistler için çekici olan arkeolojik ve tarihi yerlere turistlerin ilgisinin çekilebilmesine ve böylece bu mekanların sürekliliği anlamında korunmasına yardımcı olabilir. Aksi takdirde, bu alanların kötüye kullanılması ve kaybolması nedeniyle ülke veya bölgenin kültürel mirası tahrip olabilmektedir.

Doğal alanların korunması; turizm, deniz yaşamının gelişimi, ulusal ve bölgesel parklar dahil önemli doğal alanların ve vahşi yaşamın korunmasında faydalı olabilecektir.

Altyapının iyileştirilmesi; turizmin gelişmesiyle birlikte bölgedeki yollar, havaalanları, su ihtiyacı, altyapı ve haberleşme hizmetleri, ekonomik ve çevresel faydalar olarak bölgeye sağlanacaktır.

2.4.2. Turizmin Çevre Üzerine Olumsuz Etkileri

Turizm, insanların kendi ikametlerinin bulunduğu yer dışında katıldığı ve etkinlik gösterdiği faaliyetler veya hareketler bütünüdür. Başka bir deyişle turizm, üretildiği yerde tüketilen hizmetlerin sunulduğu bir sektördür. Bu nedenle, turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği yere toplu bir insan sirkülasyonu oluşur. Özellikle bölgede turistlerin ilgisini çeken yerler varsa, altyapı ve üstyapı yatırımları ve ziyaret eden kişilerin davranışları nedeniyle bazı çevresel sorunlar yaşanması olasılık

¹⁴⁵ Avcıkurt, C. (2003). Turizm Sosyolojisi. Detay Yayınları: Ankara.s:33

dahilindedir. Çevre, kaynakları ile birlikte belli bir ulaşım potansiyeline sahiptir. Toplu taşımalar olarak da tanımlayabileceğimiz kitle turizmi ile bu kapasite aşıldığında altyapı ve kaynaklar tahrip olmaya ve hatta son bulmaya doğru gidebilmektedir.¹⁴⁶

Turizm fiziksel ortamda oluşur. Kullanılacak fiziksel çevrenin çekiciliği turizm talebini etkiler. Turizmin çevre üzerinde yarattığı yıkım, turizmin çevre ile olan ilişkisini açıkça göstermektedir. Dünya nüfustaki artış turizm rakamlarında da görülmektedir. Seyahat ederken insanlar tarafından kullanılan araçların yaydığı gazlar veya konaklama işletmelerinin neden olduğu çevresel zarar bu artış ile doğru orantılıdır.¹⁴⁷

Turizmde çevre düzenlemesi ile yapılacak değişiklikler bölgedeki biyolojik çeşitliliği tehdit eden hareketlerdir. Ekolojik turizm gibi ekolojik açıdan sürdürülebilir faaliyetler dikkatlice uygulanmazsa ekolojik etkileri olumsuz olabilmektedir.¹⁴⁸

Aynı zamanda çevre, doğal alanların turizme açılması veya turistik işletmelerin kullanımından olumsuz yönde etkilenmektedir. Turizm alanlarında yer alan doğal cazibelerinin insan ziyaretine açılmasıyla orijinalliğin bozulmasına maruz kalma tehlikesinin yanı sıra turistlerin yarattığı çevre kirliliği de turizmin olumsuz etkilerinden sayılmaktadır.¹⁴⁹

Turizm, çevresel değerlere büyük ölçüde bağımlı olmakla birlikte, içinde bulunduğu ortamda olumsuz değişikliklere neden olabilir. Zira turizm diğer sektörlerin aksine, doğaya bağımlı, doğal ve yapısal çevreye karşı oldukça hassastır. Gerekli önlemler alınmazsa, turistik faaliyetler belli bir zaman sonunda doğal

¹⁴⁶ Dinçer Şen, S. (2010). Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm. Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi. Mersin: Mersin Üniversitesi s:139

¹⁴⁷ Seçilmiş, C. (2013, 12 18). <http://csecilmis.ogu.edu.tr/Son3hafta.pdf>

¹⁴⁸ Panizzon, D., & Boulton, A. (2000). Biodiversity in Australia: What, Where and for How Long? Australian Science Teachers Journal,s: 17-26

¹⁴⁹ Doğan, T. (2012). Turizm ve Çevre İlişkisi Bağlamında Ekoturizmin Çevre Üzerine Etkileri. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı

çevreye zarar vermeye başlar ve tarihi alanların, havanın, suyun ve denizin önü alınamaz şekilde kirlenmesine neden olur.¹⁵⁰

Turizmin doğal çevreye yapacağı baskının önlenmesi için gerekli tedbirlerin alınmaması, turist alan ülkenin turizm arzını oluşturan değerleri bilerek kendi elleriyle tahrip etmesi anlamına gelecektir. Başka bir deyişle, gelen turistin ülkenin hammadde kaynaklarını tüketerek ülke veya bölge turizmden elde edeceği gelirle, ülkenin kaynaklarının plansız tüketimle, tarım alanların azalmasıyla fiyat artışlarına bölgelerde sosyal hayatının değişeceği ve kültürel değerlerin kaybolmasına yol açabileceği düşünülmelidir.

2.5. Turizmin Olumsuz Etkileri:

2.5.1 Fırsat Maliyeti

Turizmin olumlu ekonomik etkileri yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bunlardan biri de fırsat maliyetidir. Fırsat maliyeti; malın üretiminde kullanılan ve görev alan üretim faktörleriyle (emek, sermaye, doğal kaynak ve girişimcilik) üretilmesi mümkün olan ancak üretmedikleri mal ve hizmet miktarlarıdır.¹⁶⁰ Fırsat maliyeti ekonomideki kaynakların yüksek gelir elde etmek için planlanmasında yardımcı olmaktadır. Burada kıt kaynakların etkin kullanımı son derece önemlidir. Yatırımcıların var olan kaynakları turizme yatırmaları halinde elde edecekleri gelirle, diğer sektörlerde yatırmaları sonucu elde edecekleri geliri karşılaştırmaları doğru bir değerlendirme olacaktır. Feda edilen veya vazgeçilen fırsatları doğru bir şekilde tanımlamak ve değerlerini bilmek gerekir. Örneğin; milli parkların kurulması ile ormandan elde edilen ürünlerden vazgeçilmesi ithalata sebep olarsa gelir gider dengesi uzun vadede doğru hesaplanmalıdır. Diğer bir örnek verecek olursak, kâğıt hamuru için ağacın azalması baskı kağıtlarının ithaline neden olur. Bir diğer örnek de turizmin gelişmesi tarım alanlarının rantını arttırdığından, çiftçi arazisini satarak rant elde etme yoluna gider. Sonuçta tarımsal arazilerin

¹⁵⁰ Meydan, S. (1998). Sürdürülebilir Turizm Gelişimi ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi Alanına Yönelik Bir Anket Uygulaması Sonucu. Gazi Üniversitesi TTEF Dergisi, s: 82-95.

¹⁶⁰ Dinler Z. (2004) İktisada Giriş Bursa s. 151

azalmasına neden olduğundan tarımsal ürün ithal etmek zorunda kalınır. Bu durum ödemeler dengesinde, enflasyonda olumsuz neticelere neden olur.

2.5.2. Enflasyonist Baskı

Enflasyon bir ülkede mal ve hizmet fiyatlarının sürekli artış göstermesidir. Enflasyon milli paranın reel satın alma gücünü zayıflatmaktadır.

Turizm sektörü ile enflasyon arasında bir bağ vardır. Turizmle enflasyon arasındaki ilişki iki şekilde değerlendirilir: Turizmin enflasyona etkisi ve enflasyonun turizme etkisi.¹⁶¹

Turizmin Enflasyona Etkisi:

- * Turist talebi fazla olunca turistik mal ve hizmetlerin dış satın alma fiyatları da artacaktır. Bunun sonucu enflasyonist baskı ortaya çıkacaktır.
- * Turizm sezonunun kısa olması fiyatları etkiler. Yılın belli aylarında kısa ve kısmi enflasyon görülebilir.
- * Bir ülkede net döviz gelir girdileri o ülkede turizmden elde edilen döviz gelirlerinden fazla veya döviz kuru 1'den küçük ise turizm sektörünün enflasyon üzerinde olumsuz etkisi olduğu söylenebilir.¹⁵⁹
- * Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde turizm talebi yatırımlar üzerinde kısa süre enflasyona yol açabilir.
- * Dış turizm bilançosunun pasifinin fazla vermesi döviz talebini artırır ve enflasyonist baskıya neden olur.
- * İç ve dış turizmin gelişmesi ithal malların talebini ve yerel ürünlerin talebini arttırarak fiyat artışlarına neden olur.¹⁶²

Enflasyonun Turizm Sektörüne Etkisi:

- * Enflasyonist baskı tüm sektörlerde etkili olduğu gibi turizm sektöründe de etkisini gösterir. Turizm talebinin artması işletmelerde nitelikli eleman talebini arttıracığından ücret artışlarına dolayısı ile işletmelerde maliyet artışına neden olur.
- * Ülkede yaşanan devalüasyon zorunlu ithal girdi fiyatlarını arttıracığından maliyetlerin yükselmesi kaçınılmaz olur.

¹⁶¹ Göksan E.1978 Turizmoloji s,34

¹⁵⁹ İçöz 2005 turizm ekonomisi s,288

¹⁶² Olalı Timur Turizm ekonomisi s, 305

* Enflasyonist baskı fiyat artışlarına neden olduğundan satın alma üzerinde olumsuz etki yapar.

* Enflasyon verimli yatırımların yapılmasını engeller.

* Turistik ürünlerin girdi fiyatlarının maliyet enflasyonundan etkilenecek artması sonucu faktör maliyetlerinin artmasına neden olur.

* Enflasyon turizm talebini yönlendiren tur operatörlerinin kararlarını ve paket turu niteliğini olumsuz etkiler.

* Enflasyon, enflasyonu yüksek olan ülkelere enflasyonu düşük olan ülkelere turist kaymalarına neden olur.

2.5.3. Turizme Aşırı Bağımlılık

Hassas yapıya sahip turizm sektörü turizme bağlı az gelişmiş veya gelişmekte olan küçük ülkelere turizm talebinin başka ülkelere kayması nedeniyle büyük krizler yaşayabilir. Bu nedenle bu ülkelere turizmi geliştirirken denge unsurunu daima dikkate almak gerekir. İşsizliğin yaşandığı kalifiye olmayan iş gücünün istihdam kaynaklarının az olduğu yerlerde turizm sektörünün teşvik edilmesi doğru olabilir. Bu da işsizliği ve eksik istihdamı ortadan kaldırmakta bunun yanında gelişen elemanlar başka sektörleri destekleyebilir. Ancak turizme sürekli bağımlılık makro dengeleri turizme göre ayarlamak her zaman ekonomik olarak savunulmayabilir.¹⁶³

2.5.4. Dış Alım Eğilimindeki Artış

Ülkeye gelen turistlerin yeme içme alışkanlıkları işletmeleri dışarıdan bazı mal ve hizmetleri ithal etmek zorunda bırakır. Bunun yanında yerli halk da özenerek ithal mallara yönelmektedir. Yabancı sermayeli turizm işletmeleri yabancı uyruklu personel çalıştırmakta ve bunlara ödenen ücretler ve de işletmelerin kar transferi yapması gibi nedenler ile ülke dışına döviz çıkışı olmaktadır. Bu da ülkede pasif dış turizm gibi sızıntılara neden olmaktadır.¹⁶⁴

¹⁶³ Lea J. 1988 Tourism and Development third world s, 50

¹⁶⁴ T.T.B turizm Raporu yayın No: 77 s, 16

2.5.5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi

Turizm sektörünün mevsimlik olması dolayısıyla yılın belli aylarında talep söz konusu olurken belli aylarda talep sona ermektedir. Talep yüksekliği ekonomik etkilerini diğer sektörler üzerinde göstermektedir. Sezonun sona ermesi olumsuz etkisini gösterir. Talebin yüksekliği bölgede veya yörede otellerin doluluk oranını etkiler. Otel işletmeleri talep yetersizliğinden dolayı faaliyetlerini tamamen durdurur. Bazı işletmeler ise faaliyetlerine düşük talep ve düşük kapasite devam ederler. Bu da sabit maliyetler olarak toplam maliyetler içinde büyük oran teşkil eder. Düşük kapasite kapalı sezonda konaklama sektöründe iş hacmini azaltmaktadır. Bu da eksik istihdama yol açar. Eksik istihdam aynı zamanda ülkede toplam talebin düşmesine neden olmakta, düşük talep maliyetleri olumsuz etkilemektedir. Kapalı sezonda yatırım tam olarak kullanılmadığı için kapitalin geri dönüşümü yavaşlar. Diğer sektörlerle göre daha az çekiciliği olan bir yatırım alanına dönüşür. Bu olumsuzlukları minimize etmek için turizm aktivitelerini yılın her mevsimine yaymak gerekir. Bu da ülkenin sahip olduğu turistik arz verilerinin çeşitliliğine ve zenginliğine bağlıdır.

2.5.6. Dışsal Faaliyetler

Turizm sektörünün kalabalıklaşması sonucunda maliyetlerdeki artışa neden olan olumsuzluklar dışsal maliyet olarak değerlendirilir.

- * Yerel hizmetlerin maliyetlerinin artmasına sebep olmaktadır.
- * Turizm sektörünün kalabalıklaşması alt yapı hizmetlerinin yetersizliğine (su, elektrik vb.) neden olmaktadır.
- * Firma sayısının artması sonucu emek sektörüne olan talep artışı ücret artışlarına neden olmaktadır.

2.6. Turizmin Sürdürülebilirliğinin Sağlanması

Sürdürülebilirlik kavramı turizm açısından ele alındığında, turizm arzı olarak kullanılabilecek potansiyel kaynakların gelecekte tahrip edilmeden ve orijinallliğini

bozmadan kullanılmasını sağlayacak şekilde kullanımının düzenlenmesi olarak ifade edilebilir.¹⁵¹

Salomone (2014) sürdürülebilirliğe ait yapmış olduğu tanımlamalarda çevreye verilen zararı ve bu zararın da ekolojik dengede zamanla çıkacak olumsuz etkisini savunmuş ve turizmin sürdürülebilirliğini “insanoğlunun yükünü taşıyabilmek adına yeryüzünün kapasitesini muhafaza etmek” olarak tanımlamıştır.

Çevre kökeni ile başlayıp hayatımızın her alanında yer edinen sürdürülebilirlik kavramı hakkında uluslararası çevrelerde en çok tercih edilen tanım 1987 yılında yayınlanan “Ortak Geleceğimiz” raporunda yer alır. Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu’nun (WCED) raporundaki tanım; “bugünün gereksinim ve beklentilerini, gelecek nesillerin kendi gereksinim ve beklentilerini karşılayabilme olanaklarından ödün vermeksizin karşılayabilmektir” şeklindedir.

Turizmin çevremiz üzerinde yapacağı olumsuz etkilerinin önüne geçmek ve sürekliliği sağlamak için alınması gereken önlemlere ise aşağıda yer verilmektedir:¹⁵²

- a. Ülke kaynaklarının belli bir plan çerçevesinde sürekli ve dengeli kullanımı sağlanmalıdır.
- b. Ülkemizdeki doğal, sosyal ve kültürel kaynaklar, korunması ve kullanması arasında bir denge planı çerçevesinde turizmin kullanıma açılmalıdır.
- c. Turizmin planın her aşamadaki önemi planlı yürütülmeli, aşırı tüketim ve atık miktarı azaltılmaya yönelik eğitim çalışmaları ile sektör çalışanları bilgilendirilmelidir.
- d. Bu dönüşüm esnasında çevresel tahribatın en aza indirgenmesi ön planda tutulması gerekir.
- e. Bu planlama ulusal ve yerel stratejik planlama ile paralel ve çevresel etki değerlendirme yapısı altında geliştirilmelidir.

¹⁵¹ Birkan, 2001, s: 17

¹⁵² Meydan, S. 1998. s: 82-95

- f. Bulunduğunuz bölgenin tüm kültürel çeşitliliği, sosyal yaşamı ve doğal çevresi korunmalı ve değerlerini attıracak çalışmalar yapılmalıdır.
- g. Bu çalışmalar esnasında yerel toplumla iletişimde tüm imkanlar kullanılmalıdır.
- h. Sürdürülebilirlik ilke ve politikaları yerel toplum bilgilendirme süreçlerine dahil edilerek onların desteği alınmalıdır.
- i. Oluşan verileri doğru toplayarak yapılacak raporlama ve analizlerle süreç değerlendirmelidir. Turizm bölgesinde izleme çalışmaları yapılarak, ortaya çıkan sorunları yerel toplumun beklentilerini de göz önünde bulundurarak kısa sürede çözümler geliştirilmesi önemlidir.

Bu nedenle, sürdürülebilir turizm kapsamında eko turizm yalnızca insanların ziyaret ettiği ve eğlendiği bir etkinlik değil, aynı zamanda farklı kültürel, sosyal ve dini yapıya sahip turistlerin birbirleriyle etkileşime girip iletişim kurduğu, çevreyi ve doğayı koruduğu ve çevreyi tanıma fırsatı buldukları bir turizm etkinliğidir.

Doğanın ve kültürel kaynakların korunmasına dayanan eko turizm, kültürle ilgili her olay ve olgunun tanınması ve değerlendirilmesi olarak son zamanlarda iyice ivme kazanmış bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Davranışlar çeşitliliği olan kültür ise, belli bir çevrede yaşayan insanın kişiliğine, yaşadığı toplumun özelliklerine, gelenek ve göreneklerine göre şekillenmektedir.¹⁵³ Eko turizmin ön plana çıkmasının en önemli sebeplerden biri de turistlerin her yönüyle kültür farklılıklarını görmeyi, farklı kültürlerin gelenek ve göreneklerini tanımayı ve o kültürde zaman geçirmeyi istemeleri olarak sayılabilir.

Kısacası turizmin sürdürülebilirliği ilgili ekoturizmi oluşturan tüm yerel, bölgesel ve ülkesel değerlerin bilinip korunması, modern dünya beklentilerinin yerel kültürlerin önüne geçmesi önlenmesi, var olan kültür ve geleneklerin çekiciliğinin

¹⁵³ BELBER, Burcu Gülsevil, (2009), “Tatil Turizminde Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihinde Kültürün Etkisi”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fa-kültesi Dergisi, S. 34, ss.91-116

her dönem aralıksız devamlılığının sağlanması ve geliştirilmesi sürekliliğin sağlanması için önemli bir detaydır.¹⁵⁴

Hızla küreselleşen dünyada, beslenme alışkanlıklarının hızlı tüketime dayalı beslenmeyi desteklediği günümüzde, unutulmaya yüz tutmuş somut olmayan kültürel mirasımız yöresel yemekler kültürünün korunması, yaşatılması, gelecek nesillere aktarılacak sürdürülebilirliğin sağlanması açısından büyük önem arz etmektedir.

Turizmin önemli bir parçası olan yemek kültürü, bazı turistler için destinasyon noktasını belirlemede önemli bir unsur haline gelirken bu durum yerel tüketimi, rekabeti ve hizmet kalitesini canlı tutup şüphesiz aynı zamanda yerel halkın gelir düzeyine de katkı sağlamaktadır.

Bölgede turizm faaliyet süresinin kişi bazında uzatabilmesi için alternatif turizm çeşitliliğinin artırılması önemlidir. İnsanların gittikleri yerlerde yürüyerek zaman geçirmesini sağlamak alışveriş faaliyetlerini arttıracaktır. Turistlerin gittikleri bölgelerdeki kültürel yiyecek içecekleri ön plana çıkaracak ortamların sağlanması, yöresel yemeklerin kitle turizmini destekleyici unsur olarak kullanılması, eco turizmini ön plana çıkan en önemli faaliyetlerdir.

Bugünkü gereksinimlerimiz, gelecek kuşakların kendi gereksinimlerini karşılamalarına olanak sağlayacak şekilde karşılanmalıdır. Diğer bir anlatımla bugünün sağlanan yaşam standardı, ekonomik açıdan gelecek kuşakları herhangi bir sıkıntıya sokmamalıdır. Ancak bugünkü yaşam biçimi ve ekonomik anlayış devam eder ve doğal kaynaklar yok olursa, o zaman gelecekteki yaşam standartlarının kaynakları da yok olmuş olacaktır¹⁵⁵

Bu tanımlamaya göre, bugün insanlığın ihtiyaçlarını karşılarken, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını da içerecek şekilde turizm eyleminin planlanmasına dikkat çekilmekte ve bu bağlamda, turizmin de içinde yer aldığı ekonomik kalkınma planlarının gelecekteki durumu göz ardı etmemesini sağlamaktadır. Böylece her açıdan gelecek nesillerin durumlarının ve gelecekteki yaşama haklarının bugünkü durumundan daha kötü olması engellenmiş olmaktadır.

¹⁵⁴ Sezgin ve Karaman, 2008

¹⁵⁵ WCED, 1987, s: 43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE TURİZM GELİRLERİNİN MAKRO İKTİSADİ DEĞİŞKENLER ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN EKONOMETRİK ANALİZİ

3.1. Uygulama Sonuçları

Çalışmanın bu bölümünde, Türkiye’de turizm gelirlerinin makro iktisadi değişkenler üzerindeki etkileri incelenmektedir. Bu amaç için 1995-2019 dönemlerini kapsayan yıllık turizm gelirleri, Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH), ihracat, istihdam, enflasyon, cari açık dengesi ve karbondioksit emisyonu (CO₂) verileri Dünya Bankası veri sitesinden temin edilmiştir. Analize başlamadan önce negatif değerler içeren cari açık serisi dışındaki tüm serilerin logaritması alınmıştır. Analizde ilk aşama olarak serilerin birim kök özellikleri geleneksel birim kök testlerinden Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) ve Philips-Perron (PP) testleri ile incelenmiş ve serilerin düzeyine ve ilk farklarına uygulanmış test sonuçları Tablo 19’da sunulmuştur.

Tablo 19 Geleneksel Birim Kök Testi Sonuçları

Seriler	ADF	PP
<i>LTURİZM</i>	-1.644 (0)	-1.571 (3)
<i>ΔLTURİZM</i>	-4.487 (0) ^a	-4.493 (5) ^a
<i>LGSMH</i>	-0.755 (0)	-0.797 (1)
<i>ΔLGSMH</i>	-4.308 (0) ^a	-4.307 (1) ^a
<i>LİHRACAT</i>	-1.230 (0)	-1.457 (1)
<i>ΔLİHRACAT</i>	-3.807 (0) ^a	-3.784 (2) ^a
<i>LİSTİHDAM</i>	-1.639 (0)	-1.639 (0)
<i>ΔLİSTİHDAM</i>	-3.738 (0) ^b	-3.708 (4) ^b
<i>LENFLASYON</i>	-0.485 (0)	-0.535 (1)
<i>ΔLENFLASYON</i>	-4.004 (0) ^a	-4.040 (2) ^a
<i>CARİ AÇIK</i>	-2.078 (0)	-1.939 (2)
<i>ΔCARİ AÇIK</i>	-4.877 (1) ^a	-5.897 (4) ^a
<i>LCO2</i>	-3.020 (0)	-3.057 (1)
<i>ΔLCO2</i>	-5.863 (0) ^a	-6.473 (5) ^a

Notlar: ^a ve ^b sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde H_0 birim kök hipotezinin reddedildiğini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler ADF testi için uygun gecikme uzunluğunu, PP testi için ise bant genişliğini göstermektedir.

Tabloya bakıldığında ele alınan tüm serilerin düzeyde birim köklü olup, ilk farkları alındığında durağan hale geldikleri görülmektedir. Diğer bir ifadeyle analizdeki tüm serilerin $I(1)$ oldukları söylenebilmektedir. Bu durum, eşbütünleşme testlerinin uygulanabilmesi için gerçekleşmesi gereken önemli bir koşulun gerçekleşmiş olduğunu göstermektedir. Bilindiği gibi eşbütünleşme testlerinin uygulanabilmesi için analize dahil edilen tüm serilerin düzeyde birim köklü, ilk farkları alındığında durağan olması gerekmektedir. Bu koşulun sağlanmasıyla birlikte turizm gelirlerinin sırasıyla GSMH, ihracat, istihdam, enflasyon, cari açık ve CO₂ üzerindeki uzun dönem etkileri ayrı ayrı geleneksel eşbütünleşme testi olarak bilinen Engle-Granger (1987) eşbütünleşme testi ile incelenmiş ve sonuçları Tablo 20’de raporlanmıştır.

Tablo 20 Engle-Granger Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Uzun Dönem İlişkisi	Engle - Granger test istatistiği
Turizmin GSMH Üzerindeki Etkisi	-3.698 ^b
Turizmin İhracat Üzerindeki Etkisi	-2.074
Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi	-1.818
Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi	-2.284
Turizmin Cari Açık Üzerindeki Etkisi	-2.706
Turizmin CO ₂ Üzerindeki Etkisi	-1.411

Notlar: ^b, %5 anlamlılık düzeyinde eşbütünleşmenin olmadığını ifade eden H_0 hipotezinin reddedildiğini belirtmektedir.

Sonuçlar incelendiğinde turizmin sadece GSMH üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğu, ihracat, istihdam, enflasyon, cari açık ve CO₂ üzerinde uzun dönemli bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir. Geleneksel yöntemlerin serilerde söz konusu olabilecek yapısal kırılmaları dikkate almaması dolayısıyla sonuçlarının da eğilimli olabileceği düşüncesinden hareketle analizlerin bir de yapısal kırılmaları dikkate alan birim kök ve eşbütünleşme testleriyle yapılması düşünülmüştür. Perron(1989) çalışmasına göre; serilerde yapısal kırılma varsa geleneksel birim kök testlerinin sonuçları birim köklü çıkma eğilimdedir. Perron(1989) kırılma tarihinin bilindiği durum için bir test geliştirmiştir. Diğer bir ifade ile Perron(1989) testi literatürde çok

büyük bir öneme sahip olmasına rağmen yapısal kırılmaları dışsal olarak ele almasından dolayı eleştirilmiştir. Zivot ve Andrews(1992); kırılma tarihini içsel olarak belirleyen ve tek kırılmayı dikkate alan bir birim kök testi geliştirmiştir. Bu test, alternatif hipotez altında tahmini bir kırılmaya izin veren yeni bir birim kök testidir ve aşağıdaki 3 farklı model üzerinden uygulanmaktadır. Model A, düzeyde tek kırılmaya, Model B eğimde tek kırılmaya, Model C ise hem düzeyde hem de eğimde tek kırılmaya izin veren modellerdir ve aşağıdaki gibi oluşturulmaktadır:¹⁵⁶

$$Model A: Y_t = \mu + \beta t + \delta Y_{t-1} + \theta_1 DU(\lambda) + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$Model B: Y_t = \mu + \beta t + \delta Y_{t-1} + \theta_2 DT(\lambda) + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

$$Model C: Y_t = \mu + \beta t + \delta Y_{t-1} + \theta_1 DU(\lambda) + \theta_2 DT(\lambda) + \sum_{i=1}^k \delta_i \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t$$

Burada, $t = 1, 2, 3, \dots, T$ zamanı, λ kırılma noktasını, DU düzeydeki kırılmayı, DT eğimdeki kırılmayı göstermektedir.

$$DU(\lambda) = \begin{cases} 1 & t > TB \\ 0 & DIĞER \end{cases}$$

$$DT(\lambda) = \begin{cases} t - T\lambda & t > TB \\ 0 & DIĞER \end{cases}$$

¹⁵⁶ Zivot, E. ve Andrews, D.W.K. (1992) Further Evidence on the Great Crash, the Oil-Price Shock, and the Unit-Root Hypothesis. Journal of Business and Economic Statistics, 10, 251-270.

Kırılma noktası $\lambda = TB/T$ şeklinde belirlenmektedir ve buradaki TB kırılma tarihini vermektedir. Analizimizde hem düzeyde hem de eğimde tek kırılmaya izin veren Model C ele alınarak Zivot ve Andrews birim kök testi uygulanmış ve sonuçları Tablo 21’de tablolastırılmıştır.

Tablo 21 Zivot ve Andrews Bir Kırılmalı Birim Kök Testi Sonuçları

Seriler	Zivot-Andrews test istatistiği	Kırılma tarihi
<i>LTURİZM</i> Δ <i>LTURİZM</i>	-3.226 (0) -4.905 (2) ^c	2008 -
<i>LGSMH</i> Δ <i>LGSMH</i>	-2.569 (0) -7.070 (0) ^a	2012 -
<i>LİHRACAT</i> Δ <i>LİHRACAT</i>	-3.229 (1) -4.849 (0) ^c	2010 -
<i>LİSTİHDAM</i> Δ <i>LİSTİHDAM</i>	-3.653 (3) -6.455 (0) ^a	2010 -
<i>LENFLASYON</i> Δ <i>LENFLASYON</i>	-4.126 (0) -6.563 (0) ^a	2003 -
<i>CARİ AÇIK</i> Δ <i>CARİ AÇIK</i>	-4.419 (0) -5.776 (1) ^a	2011 -
<i>LCO2</i> Δ <i>LCO2</i>	-4.774 (0) -6.251 (0) ^a	2006 -

Notlar: ^a ve ^c sırasıyla %1 ve %10 anlamlılık düzeylerinde H_0 birim kök hipotezinin reddedildiğini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler uygun gecikme uzunluklarını ifade etmektedir. Zivot-Andrews testi için kullanılan kritik değerler %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyleri için sırasıyla -5.57, -5.08 ve -4.82’dir.

Sonuçlar incelendiğinde ele alınan tüm serilerin düzeyde birim köklü, ilk farkları alındığında durağan yapıda oldukları görülmektedir. Diğer bir ifade ile analizde tek kırılmanın dikkate alınması durumunda da serilerin bütünleşme derecesi 1’dir ($I(1)$). Tespit edilen kırılma tarihlerine bakıldığında turizm gelirleri için 2008, GSMH için 2012, ihracat ve istihdam için 2010, enflasyon için 2003, cari açık için 2011, karbondioksit emisyonu için ise 2006 yılında bir değişimin olduğu görülmüştür. Özellikle turizm gelirleri açısından bakıldığında kırılmanın 2008 yılında gerçekleşmesinin bazı sebepleri bulunmaktadır. Dünya Turizm Örgütü 2008 yılında Türkiye’ye yaklaşık 25 milyon turistin geldiğini ve 22 milyar dolar turizm

gelirinin elde edildiğini belirtmiştir. 2009 yılında yaşanan küresel krizden dolayı dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de turizm gelirleri düşmüştür. Krizin yanı sıra Türkiye’de yaşanan domuz gribi vakaları ve Davos olayının yaşanması da turist sayısını azaltmıştır. 2009 küresel krizinin GSMH, ihracat, istihdam ve cari açık üzerindeki etkileri daha sonraki yıllarda da devam etmiştir. Zivot ve Andrews (1992) birim kök testi sonuçları eşbütünleşme testinde de tek kırılmanın ele alınması gerektiğini göstermiştir. Bu amaçla turizm gelirlerinin diğer değişkenler üzerindeki uzun dönem etkilerini tek kırılma bazında ele almak için Gregory ve Hansen (1996) eşbütünleşme testi uygulanmıştır. Gregory ve Hansen eşbütünleşme testi de bir yapısal kırılmayı içsel olarak belirlemektedir. Bu test, değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisini aşağıdaki 3 farklı model üzerinden analiz etmektedir.

Model C (Düzeyde kırılma):

$$Y_{1t} = \mu_1 + \mu_2 \phi_{1T} + \alpha^T Y_{2t} + e_t \quad t = 1, 2, \dots, n$$

Model C/T (Trendli düzeyde kırılma):

$$Y_{1t} = \mu_1 + \mu_2 \phi_{1T} + \beta t + \alpha^T Y_{2t} + e_t \quad t = 1, 2, \dots, n$$

Model C/S (Rejim değişikliği):

$$Y_{1t} = \mu_1 + \mu_2 \phi_{1T} + \alpha_1^T Y_{2t} + \alpha_2^T Y_{2t} \phi_{1T} + e_t \quad t = 1, 2, \dots, n$$

Modellerde μ_1 kırılma öncesi sabit terimi, μ_2 kırılmadan dolayı sabit terimde meydana gelen değişikliği, α_1 kırılmadan önceki eğim katsayısını, α_2 ise

kırılma sonrası eğimde meydana gelen değişikliği ifade etmektedir.¹⁵⁷ Yapısal kırılmaları tanımlayan gölge değişkenler aşağıdaki şekilde oluşturulmaktadır:

$$\varphi_{1T} = \begin{cases} 0 & t \leq [n\tau] \\ 1 & t > [n\tau] \end{cases}$$

Burada τ ; (0,1) değerlerini alabilen kırılma noktasını, $[n\tau]$ ise yapısal kırılma noktasının tamsayı kısmını ifade etmektedir. Bu 3 farklı model türü üzerinden uygun kırılma tarihini bulmak için aşağıdaki 3 farklı istatistik (ADF^* , Z_t^* ve Z_α^*) hesaplanmaktadır.

$$\left. \begin{aligned} ADF^* &= \inf ADF(\tau) \\ Z_t^* &= \inf Z_t(\tau) \\ Z_\alpha^* &= \inf Z_\alpha(\tau) \end{aligned} \right\} \tau \in T$$

Bu istatistiklerin minimum olduğu tarih eşbütünleşme için uygun kırılma tarihini vermektedir. Uygun model için hesaplanan test istatistikleri Gregory ve Hansen(1996) çalışmasında türetilmiş kritik değerler ile karşılaştırılarak eşbütünleşmenin olmadığını ifade eden H_0 hipotezine karşı bir yapısal kırılma ile eşbütünleşmenin olduğunu ifade eden alternatif hipotez test edilir. Analizde, rejim değişikliği (C/S) modeli dikkate alınarak uygulanmış Gregory- Hansen(1996) testine ait ADF^* , Z_t^* ve Z_α^* istatistiği sonuçları Tablo 22’de tablolatırılmıştır.

¹⁵⁷ Gregory, A. W. ve Hansen, B. E. (1996). Residual-based tests for cointegration in models with regime shifts. Journal of econometrics, 70(1), 99-126.

Tablo 22 Gregory-Hansen Bir Kırılmalı Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Uzun Dönem İlişkisi	İstatistik değerleri		Kırılma Tarihi
Turizmin GSMH Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-4.180	2006
	Z_t^*	-3.900	2004
	Z_α^*	-21.38	2003
Turizmin İhracat Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-4.793 ^c	2006
	Z_t^*	-4.189	2004
	Z_α^*	-.22.37	2003
Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-4.815 ^c	2010
	Z_t^*	-4.919 ^c	2010
	Z_α^*	-25.77	2010
Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-4.210	2001
	Z_t^*	-4.256	2002
	Z_α^*	-23.44	2002
Turizmin Cari Açık Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-5.123 ^b	2000
	Z_t^*	-4.871 ^c	2010
	Z_α^*	-25.46	2003
Turizmin CO ₂ Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-5.699 ^a	2014
	Z_t^*	-5.822 ^a	2014
	Z_α^*	-29.24	2014

Notlar: ^a, ^b ve ^c sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde eşbütünleşmenin olmadığını ifade eden H_0 hipotezinin reddedildiğini belirtmektedir. Gregory - Hansen testinde ADF^* ve Z_t^* istatistikleri için kullanılan kritik değerler %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyleri için sırasıyla -5.47, -4.95 ve -4.68'dir. Z_α^* istatistiği için kritik değerler ise %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde sırasıyla -57.17, -47.04 ve -41.85 değerleridir.

Tablodaki sonuçlar turizm gelirlerinin bir kırılma ile ihracat, istihdam, cari açık ve karbondioksit emisyonu üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğunu, GSMH ve enflasyon üzerinde ise uzun dönemli bir etkisi olmadığını göstermektedir. Uzun dönem ilişkisinin tespit edildiği durumlarda belirlenen kırılma tarihlerinin turizm-ihracat ilişkisi için 2006, turizm-istihdam ilişkisi için 2010, turizm-cari açık ilişkisi için 2000 ve 2010, turizm-CO₂ ilişkisi için ise 2014 yıllarına tekabül ettiği görülmüştür. Yapısal kırılmaların dikkate alınmadığı durumda sadece GSMH

üzerinde uzun dönemli etkisi olan turizm gelirlerinin, bir yapısal kırılma dikkate alındığında GSMH üzerinde uzun dönemli bir etkisi olmamasına rağmen daha önce ilişkili olmadığı ihracat, istihdam, cari açık ve karbondioksit emisyonu değişkenleriyle ilişkili bulunması dikkat çekmektedir. Böyle bir durumda yapısal kırılmanın dikkate alınmaması durumunda analiz sonuçlarının güvenilir olmayacağı açık şekilde görülmektedir. Bu bilgilerden hareketle sonuçların değişip değişmediğini kontrol etmek amacıyla iki yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök ve eşbütünleşme testleri ile analiz tekrarlanmıştır. Bu kısımda öncelikle iki yapısal kırılmayı içsel olarak dikkate alan Lee ve Strazicich(2003) LM birim kök testi kullanılmıştır. Zivot ve Andrews(1992) birim kök testinin H_0 hipotezinde birim kök durumu kırılma olmadan ele alınmışken, Lee ve Strazicich iki kırılmalı LM birim kök testinde H_0 hipotezi yapısal kırılma ile birim köklü olarak oluşturulmuştur.¹⁵⁸ Lee ve Strazicich(2003) LM birim kök testinin yapısı aşağıdaki gibi özetlenebilir:

$$Y_t = \delta' Z_t + \varepsilon_t, \quad \varepsilon_t = \beta \varepsilon_{t-1} + u_t$$

Bu modelde, Z_t dışsal değişkenler vektörüdür ve $Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{2t}, DT_{1t}, DT_{2t}]$ şeklinde gösterilebilir. ε_t ise saf hata terimidir. D_{it} ve DT_{it} ($i=1, 2$) yapısal kırılmaları ifade eden gölge değişkenlerdir ve aşağıdaki gibi tanımlanabilir:

$$Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{2t}]', \quad (i=1,2), \quad D_{it} = \begin{cases} 1 & , \quad t \geq TB_i + 1 \\ 0 & , \quad DIĞER \end{cases}$$

¹⁵⁸ Lee, J. ve Strazicich, M. C. (2003). Minimum Lagrange multiplier unit root test with two structural breaks. Review of economics and statistics, 85(4), 1082-1089.

$$Z_t = [1, t, D_{1t}, D_{2t}, DT_{1t}, DT_{2t}] \quad , \quad (i=1,2) \quad , \quad DT_{it} = \begin{cases} t - TB_i & , \quad t \geq TB_i + 1 \\ 0 & , \quad DİĞER \end{cases}$$

.

TB kırılma tarihini ifade etmektedir. Teste ait model spesifikasyonlarına bakıldığında düzeyde tek kırılma bulunduğunda Model A, düzeyde iki kırılma bulunduğunda Model AA, düzeyde ve trendde tek kırılma varsa Model C, düzeyde ve trendde iki kırılma varsa Model CC tahmin edilmektedir. Testte LM istatistikleri aşağıdaki regresyon denkleminde elde edilmektedir:

$$\Delta Y_t = \delta' \Delta Z_t + \phi \tilde{S}_{t-1} + \sum_{i=1}^k \gamma_i \Delta S_{t-i} + u_t$$

$$\inf \tilde{\tau}(\tilde{\lambda}) = \inf \tilde{\tau}(\lambda)$$

$\lambda = TB/T$ olmak üzere, minimum test istatistiğini veren yıl, kırılma tarihi olarak belirlenmektedir. Test için kullanılması gereken kritik değerler Lee ve Strazicich(2003, 2004) çalışmalarında raporlanmıştır. İki kırılmalı birim kök testi üzerinden tekrarladığımız analizimizde, hem düzeyde hem de trendde iki kırılmayı dikkate alan Model CC üzerinden uygulama yapılmıştır ve sonuçları Tablo 23’de sunulmuştur.

Tablo 23 Lee ve Strazicich İki Kırılmalı LM Birim Kök Testi Sonuçları

Seriler	Lee ve Strazicich test istatistiği	Kırılma tarihleri
<i>LTURİZM</i> <i>ΔLTURİZM</i>	-2.568 (0) -4.805 (1) ^a	2000 - 2015 -
<i>LGSMH</i> <i>ΔLGSMH</i>	-2.513 (3) -4.333 (0) ^a	2000 - 2011 -
<i>LİHRACAT</i> <i>ΔLİHRACAT</i>	-2.411 (1) -4.439 (0) ^a	2007 - 2009 -
<i>LİSTİHDAM</i> <i>ΔLİSTİHDAM</i>	-2.196 (3) -3.977 (0) ^b	2000 - 2011 -
<i>LENFLASYON</i> <i>ΔLENFLASYON</i>	-2.043 (3) -4.918 (0) ^a	2006 - 2013 -
<i>CARİ AÇIK</i> <i>ΔCARİ AÇIK</i>	-2.722 (0) -6.112 (0) ^a	2001 - 2005 -
<i>LCO2</i> <i>ΔLCO2</i>	-4.403 (1) ^a -	2000 - 2012 -

Notlar: ^a ve ^b sırasıyla %1 ve %5 anlamlılık düzeylerinde H_0 birim kök hipotezinin reddedildiğini ifade etmektedir. Parantez içindeki değerler uygun gecikme uzunluklarını ifade etmektedir. Lee ve Strazicich testi için kullanılan kritik değerler %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyleri için sırasıyla -4.073, -3.563 ve -3.296'dır.

Tablodaki sonuçlar *LCO2* serisi dışındaki tüm serilerin düzeyde birim köklü fakat ilk farkları alındığında durağan olduklarını göstermektedir. *LCO2* serisinin ise iki kırılma durumunda düzeyden durağan olduğu görülmektedir. Dolayısıyla *LCO2* serisi için iki kırılma durumunda eşbütünleşme testi uygulayabilme şartı sağlanamamıştır. Bu durumda turizm gelirlerinin uzun dönem etkileri karbondioksit emisyonu dışındaki GSMH, ihracat, istihdam, enflasyon ve cari açık serileri için araştırılmıştır. Bu amaç için kullandığımız eşbütünleşme yöntemi; iki yapısal kırılmayı dikkate alarak geliştirilen Hatemi-J(2008) testidir. Bu test için aşağıdaki model kullanılmaktadır.¹⁵⁹

¹⁵⁹ Hatemi-j, A. (2008). Tests for cointegration with two unknown regime shifts with an application to financial market integration. Empirical Economics, 35(3), 497-505.

$$Y_t = \alpha_0 + \alpha_1 D_{1t} + \alpha_2 D_{2t} + \beta_0' X_t + \beta_1' D_{1t} X_t + \beta_2' D_{2t} X_t + u_t$$

Burada α_0 ; yapısal kırılmалardan önceki sabit terimi, α_1 ; birinci kırılmadan kaynaklanan sabit terimi, α_2 ; ikinci kırılmadan kaynaklanan sabit terimi göstermektedir. β_0' ; kırılmалardan önceki eğim katsayısını, β_1' ve β_2' ise birinci ve ikinci kırılmadan sonra oluşan eğim katsayısını ifade etmektedir. Modelde yer alan gölge değişkenler;

$$D_{1t} = \begin{cases} 1 & t > [n\tau_1] \\ 0 & t \leq [n\tau_1] \end{cases}$$

$$D_{2t} = \begin{cases} 1 & t > [n\tau_2] \\ 0 & t \leq [n\tau_2] \end{cases}$$

şeklinde tanımlanmaktadır. Bu testte H_0 hipotezi; değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin olmadığını ifade ederken, alternatif hipotez ise iki yapısal kırılmayla eşbütünleşmenin bulunduğuna işaret etmektedir. Gregory Hansen(1996) eşbütünleşme testinde olduğu gibi ADF^* , Z_t^* ve Z_α^* istatistikleri hesaplanmaktadır. Kırılma tarihi belirlenirken tüm mümkün kırılma tarihleri için modeller tahmin edilir ve en küçük test istatistiğini veren tarih yapısal kırılma tarihi olarak gösterilmektedir. İstatistikleri karşılaştırmamız gereken kritik değerlere Hatemi-J(2008) çalışmasından ulaşılabilmektedir.

Turizm gelirlerinin diğer iktisadi değişkenler üzerindeki uzun dönem etkilerini araştırmak amacıyla uyguladığımız Hatemi-J(2008) eşbütünleşme testi sonuçları Tablo 24'de tablolatırılmıştır.

Tablo 24 Hatemi-J İki Kırılmalı Eşbütünleşme Testi Sonuçları

Uzun Dönem İlişkisi	İstatistik değerleri		Kırılma Tarihleri
Turizmin GSMH Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-6.328 ^b	2004 – 2011
	Z_t^*	-4.375	2004 – 2010
	Z_a^*	-23.120	1998 – 1999
Turizmin İhracat Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-5.596	2003 – 2011
	Z_t^*	-5.705 ^c	2000 – 2011
	Z_a^*	-27.720	2000 – 2011
Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-5.474	2000 – 2011
	Z_t^*	-4.213	2010 – 2011
	Z_a^*	-22.179	2009 – 2010
Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-5.828 ^c	2002 – 2011
	Z_t^*	-6.101 ^b	2003 – 2011
	Z_a^*	-30.231	2003 – 2011
Turizmin Cari Açık Üzerindeki Etkisi	ADF^*	-6.747 ^a	2003 – 2009
	Z_t^*	-6.298 ^b	2002 – 2010
	Z_a^*	-31.093	2002 – 2010

Notlar: : ^a, ^b ve ^c sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde eşbütünleşmenin olmadığını ifade eden H_0 hipotezinin reddedildiğini ifade etmektedir. Hatemi-J testinde ADF^* ve Z_t^* istatistikleri için kullanılan kritik değerler %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyleri için sırasıyla -6.503, -6.015 ve -5.653 olmaktadır. Z_a^* istatistiği için kritik değerler ise %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeylerinde sırasıyla -90.794, -76.003 ve -52.232'dir.

Sonuçlara bakıldığında turizm gelirlerinin iki kırılma durumunda GSMH, ihracat, enflasyon ve cari açık üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğuna dair kanıtlar bulunmaktadır. Bu durumda turizm gelirlerinin sadece istihdam üzerinde uzun dönemli bir etkisi bulunamamıştır. Eşbütünleşmenin tespit edildiği durumlarda kırılma tarihlerine bakıldığında turizmin GSMH üzerindeki etkisi için ADF^* istatistiğine göre 2004 ve 2011, turizmin ihracat üzerindeki etkisi için Z_t^* istatistiğine göre 2000 ve 2011, turizmin enflasyon üzerindeki etkisi için ADF^* istatistiğine göre 2002-2011 ve Z_t^* istatistiğine göre 2003-2011, turizmin cari açık üzerindeki etkisi için ise ADF^* istatistiğine göre 2003-2009 ve Z_t^* istatistiğine göre 2002-2010

yıllarının belirlendiği görülmüştür. Analizde kullanılan tüm eşbütünleşme testlerinin sonuçlarını genel olarak değerlendirmek için 25 numaralı tabloya bakılabilir.

Tablo 25 Uygulanan Eşbütünleşme Test Sonuçlarının Özeti

Uzun Dönem İlişkisi	Engle-Granger	Gregory-Hansen	Hatemi-J
Turizmin GSMH Üzerindeki Etkisi	✓		✓
Turizmin İhracat Üzerindeki Etkisi		✓	✓
Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi		✓	
Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi			✓
Turizmin Cari Açık Üzerindeki Etkisi		✓	✓
Turizmin CO ₂ Üzerindeki Etkisi		✓	Uygulanamamıştır.

Sonuçlara bir bütün olarak bakıldığında, turizmin GSMH üzerindeki uzun dönem etkisi Engle-Granger ve Hatemi-J testlerine göre, turizmin ihracat üzerindeki uzun dönem etkisi Gregory-Hansen ve Hatemi-J testlerine göre, turizmin istihdam üzerindeki uzun dönem etkisi sadece Gregory-Hansen testine göre, turizmin enflasyon üzerindeki uzun dönem etkisi sadece Hatemi-J testine göre, turizmin cari açık üzerindeki uzun etkisi Gregory-Hansen ve Hatemi-J testlerine göre, turizmin karbondioksit emisyonu üzerindeki etkisi ise sadece Gregory-Hansen testine göre tespit edilmiştir. Yapısal kırılmaların dikkate alındığı durumlarda tespit edilen

ilişkilerin, alınmadığı durumlara göre daha fazla olması kırılmaların analizlerde ele alınmasının önemini göstermektedir.



SONUÇ

Turizm sektörü, dünyada en hızlı gelişim gösteren sektörlerin başında yer almaktadır ve sektörün gelişmesinde gelişen ve değişen teknolojik unsurlardan kaynaklı hızlı haberleşme ve ulaşım önemli bir rol oynamaktadır. Buna bağlı olarak, yeni bölgelerin keşfedilmesi yönünde bir etkileşim oluşmakta bu da ziyaret etme düşüncesini beraberinde getirmektedir. Oluşan etkileşimin bir sonucu olarak da turizm sektörü daha ileri bir düzeye ulaşacaktır.

Turizm faaliyetlerinin çeşitli düzeylerde birçok etkisi bulunmaktadır. Bu faaliyetler sosyal ve kültürel yönde bir bütünlük yansıttmasının yanı sıra ekonomik olarak da ülkeleri etkilemektedir. Turizmin en önemli etkisi, diğer sektörlerin de turizm sektörüne bağlı olarak gelişme göstermesidir. Ulaştırma, sanayi ve hizmetler gibi sektörler özellikle birbiriyle ilişki içindedir. Turizm sektörünün etkinliğinde önemli olan diğer bir konu ise çevreyi koruma ve değerlendirmedir.

Ekonomik olarak bakıldığında turizm sektörü, milyonlarca kişiyi hem üretici hem de tüketici düzeyinde ilgilendirmektedir. Turizm bu açıdan itici ve sürükleyici bir yapıyı temsil etmektedir. Mal ya da hizmet tüketimlerinde, mal ya da hizmet üretimlerini sağlayan firmalar açısından gelir kaynağı görevini üstlenmektedir. İhtiyaçların artmasını sağlayan turizm ile birlikte mal ve hizmet düzeylerini artırma, yatırımları yapma, üretimleri geliştirme gibi çeşitli olumlu etkileri sunmaktadır. Buna bağlı olarak turizm sektörü hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeleri etkilemesi açısından yoğun bir şekilde ilgi gösterilen sektörler arasındadır. Yoğun bir şekilde ilgi gösterilen sektörler içerisinde bulunması, dünya genelinde en hızlı düzeyde gelişen sektör olması yönünde önemlidir. Böyle bir durumda turizm sektörü, ülke ekonomisinde katkıları ön planda tutan sektörler arasındadır. Ülkelerin, turizm sektöründen en iyi ölçüde pay alabilecekleri çalışmaları yapmaları, ülkelerinin turizm potansiyellerini geliştirme çalışmalarına ortam hazırlamıştır.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de turizm gelirlerinin makro iktisadi değişkenler üzerindeki etkisini ekonometrik olarak incelemektir. Bu amaçla çalışmanın uygulama kısmında 1995-2019 dönemi için yıllık turizm gelirleri, Gayri Safi Milli Hasıla, ihracat, istihdam, enflasyon, cari açık dengesi ve karbondioksit

emisyonu verileri ele alınmış ve turizm gelirlerinin her bir iktisadi değişken üzerindeki etkisi tek tek analiz edilmiştir. Uygulamada öncelikle yapısal kırılmaları dikkate almayan geleneksel birim kök (Genişletilmiş Dickey Fuller, Philips-Perron) ve eşbütünleşme (Engle ve Granger) testleri uygulanmıştır. Engle ve Granger eşbütünleşme testi sonuçları turizmin sadece Gayri Safi Milli Hasıla üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğunu göstermiştir. Sonraki aşamada söz konusu etkiler sadece bir yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök (Zivot ve Andrews) ve eşbütünleşme (Gregory ve Hansen) testleriyle incelenmiştir. Gregory ve Hansen eşbütünleşme testi sonuçları; turizm gelirlerinin bir kırılma ile ihracat, istihdam, cari açık ve karbondioksit emisyonu üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğuna dikkat çekmiştir. Son olarak üçüncü aşamada turizm gelirlerinin makro iktisadi değişkenler üzerindeki etkileri iki yapısal kırılmayı dikkate alan birim kök (Lee ve Strazicich) ve eşbütünleşme (Hatemi-J) testleriyle analiz edilmiştir. Hatemi-J eşbütünleşme sonuçlarına göre turizm gelirlerinin iki yapısal kırılma durumunda Gayri Safi Milli Hasıla, ihracat, enflasyon ve cari açık üzerinde uzun dönemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değişen sonuçlar, ekonometrik uygulamalarda söz konusu yapısal kırılmaları ele almanın önemini daha net göstermiştir.

KAYNAKÇA

- Acuner, Ş.A.: **Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi**, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, 2006.
- Akat, Ö.: **Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği**, İstanbul: Motif Matbaası, 1997.
- İlkin, A., Dinçer, Z.: **Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi**, Ankara. TOBB Yayınları, 1991, No 217.
- Alaeddinoğlu, F., Can, A.S.: “Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri Ve Seyahat Acenteleri”, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, 2007, 2, 50-66.
- Alpagu.H., Koç.E.: “Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçen Yöntemler”, **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi**, 2016, 11(1), 157-163.
- Apostolopoulos, Y., Loukissas, P., Leontidou, L.: **Tourism, development, and change in Mediterrenean**. In: Apostolopoulos, Y., Loukissas, P. and Leontidou, L. (Eds.) *Mediterranean Tourism: Facets of Socioeconomics Development and Cultural Change*. London : Routledge, 2000, 3-14.
- Aslan, Z., & Aktaş, G.: “Turizm Açısından Çevre Sorunlarına Genel Bir Yaklaşım”. **Çevre Dergisi**, 1994, 43-45.
- Avcıkurt, C.: **Turizm Sosyolojisi**, Detay Yayınları, 2003, Ankara.

- Aydoğan, E.: “1980’den Günümüze Türkiye’de Enflasyon Serüveni”. **Celal Bayar Üniversitesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, 2004, 11(1): 95.
- Aykaç Alp, E.: “Türkiye’de Turizm Gelirleri İle Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2011, 1-9.
- Ball, R.M.: “Some Aspects Of Tourism, Seasonality And Local Labour Markets”, **Area**, 1989, 21(1), 35-45.
- Barutçugil, İ.S.: **Turizm İşletmeciliği**, 1984, Bursa: Uludağ Basımevi.
- Barutçugil, İ.S. : **Turizm İşletmeciliği**, İstanbul. Beta Basım Yayın,1989.
- Başol, K.: **Türkiye Ekonomisi**, İstanbul: Türkmen Kitabevi, 2012.
- Baum, T.: “Human Resource Management in Tourism: A Small Island Perspective”, **International Journal Of Culture, Tourism And Hospitality Research**, 2012, 6(2), 124-132.
- Batman, O.: **Uluslararası Turizmde Akdeniz Havzası ve Türkiye**, Expo Touristik, Dünya Yayınları, 2001, 3, Sayı:2001/03.
- Baykal, F.: **Akdeniz Havzasında Uluslararası Turizm ve Türkiye**, Turizm Yıllığı , Türkiye Kalkınma Bankası, Ankara, 1992.

- Bayer, M.Z.: **Turizme Giriş**, İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, 1992.
- Baysan, S.: **Ekolojik Etkiler: Turistler, Konaklama Tesisleri ve Yerel Halkın Tutumları**. Turizm,İlkeler ve Yönetim, Turhan Kitabevi, 2004, Ankara, 49-72.
- Baytok, A., Pelit.E., Soybalı, H.H.: “Alternatif Turizm mi Turizmde Çeşitlilik mi? Kavramsal Bir Değerlendirme”, **Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2017, 1-14.
- Bothe, C., Crompton, J. L. ve Kim, S.: “Developing a Revised Competitive Position for Sun/Lost City, South Africa, **Journal of Travel Research**, 1999, 37 (4): 341-352.
- Bottomore, T. B.: **Toplum Bilimi**, İstanbul Der Yayınları, 1998. (Çev; Ünsal Oskay).
- Bozok, D.: “Türkiye’ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebinin Yapısal Analizi ve Gelişme Stratejileri”, **Yayınlanmamış Doktora Tezi**, BAÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir,1996.
- Butler, W.R.: **Seasonality in Tourism: Issues And Implications**, Oxford: Elsevier Science Ltd, 2001.
- Cho, V.: “A Comparison of Three Different Approaches to Tourist Arrival Forecasting”, **Tourism Management**, 2003, 24 (3): 323-330.

- Cooper, C.P., Ozdil, I.: **From Mass To Responsible Tourism: The Turkish Experience**, London: Butterworth-Heinmann Ltd.,1992.
- Crouch, G. I. ve Ritchie, J. R. B.: “Tourism, Competitiveness and Societal Prosperity”, **Journal of Business Research**, 1999, 44 (3): 137-152.
- Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı: **Turizm Sektörü**”, Ulusal İstihdam Stratejisi 5. İzleme Ve Değerlendirme Kurulu Toplantısı, 2018.
- Çetintaş, H., Bektaş, Ç.: “Türkiye’de Turizm Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa Ve Uzun Dönemli İlişkiler”. **Anatolia**, 2008, 19(1): 1-8.
- Çımat, A., Bahar, O.: “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”. **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, 2003, (6): 1-18.
- Demir, C.: “Turizm ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Olumsuz Çevresel Etkileri; Türkiye’deki Milli Parklara Yönelik Bir Uygulama”. **DEÜ İİBF Dergisi**, 2002.
- Dilber, İ.: “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi”, **Yönetim ve Ekonomi**, 2007, 14(2), 205-220.
- Dinçer Şen, S.: “Turizmin Çevresel Etkileri ve Bir Çözüm Olarak Ekoturizm”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**. Mersin, Mersin Üniversitesi, 2010.

- Dindar, M.: **Turizm ve Çevre İlişkileri.** II. Turizm Şurası Bildirileri. Ankara: Turizm Bakanlığı, 2002.
- Doğan, H. Z.: **Turizmin Sosyo Kültürel Temelleri.** Aydın Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, 1987.
- Doğan, H. Z.: **Turizmin Sosyo Kültürel Temelleri.** Ankara, Detay Yayıncılık, 2004.
- Doğan, İ.: **Sosyoloji,** İstanbul. Sistem Yayıncılık, 1998.
- Doğan, T.: “Turizm ve Çevre İlişkisi Bağlamında Ekoturizmin Çevre Üzerine Etkileri”. **Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.** Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2012.
- Doğanay, H.: **Türkiye Turizm Coğrafyası,** Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları , 2001.
- DPT: **Ekonomik ve Sosyal Göstergelerdeki Gelişmeler.** Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı, 2004.
- Durberry, R.: “Tourism And Economic Growth: The Case Mauritius”. **Tourism Economics,** 2004, 10(4): 389-401.
- Ekinci, Y., Doğdu, A.: **Planlı Dönemlerde Türk Turizmine Bakış (1963-1990) Turizm Yıllığı,** 1992. Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Yayını.

- Ekonomistler Derneği: **Kayıtlı İstihdamın Desteklenmesi İçin Turizm Sektörü ve Kuşadası Özelinde Strateji Önerileri**, İstanbul: Turizm Sektörü Çalışanları Geleceğe Güvenle Bakıyor Projesi, 2017.
- Engle, R. F., Granger, C. W.: “Co-integration and error correction: representation, estimation, and testing”. **Econometrica: Journal of the Econometric Society**, 1987, 251-276.
- Eralp, Z.: **Turizmin Toplumsal Değişimi ve Sosyo-Ekonomik Etkisi**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları, 1974.
- Erdoğan, N.: **Kitle Turizmi, Alternatif Turizm ve Ekoturizmde Sürdürülebilirlik Üzerine Bir Değerlendirme**, Türkiye'nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları. Çankırı: Ankara Üniversitesi, 2007.
- Erkal, M.: **Sosyoloji**. İstanbul. Der Yayınları, 1999.
- Erkan, B., Kara, O., Harbalıoğlu, M.: “Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri”. **Akademik Bakış Dergisi**, 2013, Kırgızistan, (39): 1-20.
- European Commission: **The European Union Tourism Indicator System: ETIS Toolkit for Sustainable Destination Management, EC**”, Internal Market, Industry Entrepreneurship and SMEs, Luxembourg: Publications Office of the EU, 2016.

- Gövdeli, T.: “Türkiye’de Turizm, İhracat ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Maki Eşbütünleşme ve Bootstrap Nedensellik Analizi”, **Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2018, 8, 8.
- Gregory, A. W., Hansen, B. E.: “Residual-based tests for cointegration in models with regime shifts”. **Journal of Econometrics**, 1996, 70(1), 99-126.
- Gülbahar, O.: “Turizmin Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Cari İşlemler Dengesine Etkisi”, **Journal of Qafqaz University**, 2008, (24): 159.
- Gülbahar, O.: “1990’lardan Günümüze Türkiye’de Kitle Turizminin Gelişimi Ve Alternatif Yönelimler”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2009, 14(1), 151-177.
- Gürkan, M. İ.: “Turizmin Sosyal Yapı Üzerindeki Etkileri”. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**. 1996, Mart –Haziran. S: (112-113).
- Han X., Fang, B.: “Measuring the Size of Tourism and its Impact in an Economy”, **Statistical Journal of UnEconomic Commission for Europe**, Vol. 14, Issue 4, 1997, ss.357-359.
- Hassan, S. S.: “Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry”. **Journal of Travel Research**, 2000, 239-245.

- Hatemi-j, A.: “Tests for cointegration with two unknown regime shifts with an application to financial market integration”. **Empirical Economics**, 2008, 35(3), 497-505.
- Hepaktan, C. E.: “Türkiye’nin Dönüşüm Sürecinde Dış Ticaret Politikaları”. **2. Ulusal İktisat Kongresi**, Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF, İzmir, 2008.
- Hepaktan, E., Çınar, S.: “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri”, **Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2010, 8(2): 135-154.
- Holloway, J.C.: “**The Business Of Tourism**”, Great Britain: Pitman Publishing, 1994.
- Inskeep, E.: **Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach**. New York: Van Nostrand reinhold, 1991.
- İssı, Y.: “Türkiye Turizminin Yapay ve Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri”. **İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası**, 1989, 1-4.
- İncekara, A.: **Dünya ve Türkiye Ekonomisi**. İktisadi Araştırmalar Vakfı, 2015.
- Kahraman, N., Türkay, O.: **Turizm ve Çevre**. Ankara: Detay Yayın, 2006.
- Karataş, M., Babür, S.: “Gelişen Dünyada Turizm Sektörünün Yeri”, **Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 2013, 15(25), 15-24.

- Kırbaş-Kasman, S., Kasman, A.: “Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eşbütünleşme ve Nedensellik İlişkisi”. **İktisat, İşletme ve Finans Dergisi**, 2004, 220: 122-131.
- Kuşat, N.: “Küreselleşen Dünyada Turizm Sektörü: Bilgi İletişim Teknolojileri ve Rekabet Gücü”, **Akademik Araştırmalar Ve Çalışmalar Dergisi**, 2011, 3(5), 114-138.
- Lee, J., Strazicich, M. C.: “Minimum Lagrange multiplier unit root test with two structural breaks”. **Review of Economics and Statistics**, 2003, 85(4), 1082-1089.
- Maviş, F.: **Otel İşletmeciliği İlke ve Kavramlar**, Eskişehir, 1992.
- Meydan, S.: “Sürdürülebilir Turizm Gelişimi ve Güney Antalya Turizm Gelişim Projesi Alanına Yönelik Bir Anket Uygulaması Sonucu”. **Gazi Üniversitesi TTEF Dergisi**, 1998, 82-95.
- Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G.: “Social Tourism and its Ethical Foundations”. **Tourism, Culture and Communication**, 2006, 7 (12), 7-17.
- Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G.: “Tourism and Social Policy: The Value of Social Tourism”. **Annals of Tourism Research**, 2009, 36 (2), 316-334.
- Minnaert, L., Maitland, R., Miller, G.: “What’s Social Tourism”, **Current Issues in Tourism**, 2011, 14 (5), 403-415.

- Nickson, D: **Human Resource Management For The Hospitality And Tourism Industries**, Oxford: Butterworth-Heinemann-Elsevier Ltd., 2007.
- Olalı, H., Korzay, M.: **Otel İşletmeciliği**, İstanbul: Beta Yayınevi, 1993.
- Onetiu, A. N. ve Predonu, A. M.: “Economic and Social Efficiency of Tourism”, **Procedia- Social and Behavioral Sciences**, 2013, (92), 648 – 651.
- Önen, M.O.: **Dünyada ve Türkiye’de Turizm**, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, 2008.
- Özdemir, M.: **Turizmin Türkiye’nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**. Ankara, T.C. Turizm Bankası AS Yayınları, 1992.
- Özel, H. A.: “Türkiye’de Ticari Serbestleşmenin Tarihsel Gelişimi”. **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, 2011, 6(2): 89.
- Panizzon, D., Boulton, A.: “Biodiversity in Australia: What, Where and for How Long?”, **Australian Science Teachers Journal**, 2000, 17-26.
- Papatheodorou, A.: “The demand for international tourism in the Mediterranean region”, **Applied Economics**, 1999, 31:5, 619-630.
- Patsouratis, V., Frangouli Z., Anastasopoulos G.: “Competition in tourism among the Mediterranean countries”, **Applied Economics**, 2005, 37:16, 1865-1870.

- Peker, H.S.: “Türkiye’de Enflasyon ve Enflasyon Hedeflemesi Uygulamasının Değerlendirilmesi”, **Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 2011, (22): 499-500.
- Pizam, A.: “Life and Tourism in the Year 2050”, **International Journal of Hospitality Management**, 1999, 18 (4): 331-343.
- Poon, A.: **Tourism, Tecnology and Competitive Strategies**. Wallingford, UK: CAB International, 2002.
- Prideaux, B. “The Role of the Transport System in Destination Development”, **Tourism Management**, 2000, 21 (1): 53-63.
- Rızaoğlu, B.: **Turizm Davranışı**. Ankara. Detay Yayıncılık, 2003.
- Ritchie J. R. B., Crouch G. I.: **The Competitive Destination**, England: CABI Publishing, 2003.
- Roney, S.A.: “Sürdürülebilir Turizm: Eleştirel Bir Yaklaşım”, **First Tourism Congress Of Mediterranean Coutries**, 17-21 Nisan, Antalya, 2002.
- Sancar, F.: “Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm: Özgün Değerlerin Korunması ve Geliştirilmesi”. **Turizm ve Çevre Konferansı**, Ankara: TÇSV Yayım, 1991.

- Serçek, S., Özaltaş Serçek, G.: “Turistlerin Konaklama İşletmesi Tercihinde Rekreatyon Aktivitelerinin Etkisi”, **International Periodical for the Languages, Literature And History of Turkish or Turkic**, 2015, 10(14), 681-698.
- Sheldon, J.P.: “The Tour Operator Industry: An Analysis”, **Annals Of Tourism Research**, 1986, 13(3), 349-365.
- Smith, S. L. J.: **Tourism Analysis**, Longman, Harlow, England, 1995.
- Sönmez, B.: “Türk Turizminin Dünya Turizmindeki Yeri Türkiye Ekonomisine Etkileri”, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, 2012, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.
- Swarbrooke, J., Horner, S.: **Consumer Behaviour in Tourism**, Oxford: Martins The Printers, 2004.
- Şahin, H.: **Türkiye Ekonomisi Tarihsel Gelişimi- Bugünkü Durumu**, Bursa: Ezgi Kitapevi, 2009, 10. Baskı.
- Şahin, H.: **Türkiye Ekonomisi**, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları, 2007.
- Tahsin, E.: **Türkiye Ekonomisinde Büyüme Beklentileri**. İFESAM-Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Merkezi, İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, 2015.

- Tutar, F., Alparslan, C., Tutar, E., Erkan, Ç.: “Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri”, **Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi**, 2013, 2(4), 14-27.
- Tutar, F., Alpaslan, C. Tutar, E., Erkan, Ç.: “Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri”, **Global Journal of Economics And Business Studies**, 2013, Issn: 2147-415x: 16-17.
- TÜRSAB **Avrupa Seyahat Pazarı Evriliyor**, TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, 2005, <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/akrobat/GENEL/05Avrupa.pdf>.
- Uçkun, S.: **İşletme Ve İşletme Türleri, Turizm İşletmeleri**, İstanbul: Değişim Yayınları, 2004.
- Uğuz, S.Ç.: “Türkiye’de Cari İşlemler Dengesi Ve Turizmin Önemi”, **KMÜ Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 2014, 16(26): 18-22.
- Usta, Ö.: **Genel Turizm**, İzmir: Anadolu Matbaacılık, 2001.
- Usta, Ö.: **Sosyal Turizm**, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, 1982.
- Usta, Ö.: **Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım**, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları, 1988.
- Üngüren, E., Çevirgen, A.: “Alanya’daki Konaklama İşletmelerinin Genel Yapısının Analizi”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 2016, 9(43), 2223-2236.

- Ünlüöner, K., Şahin, S.Z.: “Turizmde İstihdam”, **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**, 2011, 10(37).
- Ünüsan, Ç., Sezgin, M: **Turizmde Strateji Eksenli Pazarlama İletişimi**, Konya: Nüve Kültür Merkezi Yayınları, 2005.
- Ünüvar, Ş.: “Konaklama İşletmelerinde Reklam Kampanyaları Uygulamaları: Stratejik Bir Yaklaşım”, **Doktora Tezi**. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2008.
- Ürger, S.: **Genel Turizm**. Antalya. Akdeniz Üniversitesi Basımevi, 1993.
- Vagianni H., Spilanis, I.: “Sustainable tourism: utopia or necessity? The role of new forms of tourism in the Aegean Islands – Greece”, in Bramwell B. (ed), Coastal mass tourism. Diversification and sustainable development in S.Europe, **Channel View Publications**, 2004, ss.269-291.
- Vanhove, N.: “A Comparative Analysis of Competition Models for Tourism Destinations”, **International Tourism Conference: Perspectives in Tourism Marketing**, Gokova, Mugla, 20-22 May, 2005.
- Wanhill, S. R. C.: “UK, Politics and Tourism”, **Tourism Management**, 1987, Vol.8, No.1, ss.54-58.
- Werthner, H., Klein, S.: **Information Technology And Tourism- A Challenging Relationship**, Wien, 1999.

- Yıldız, Z.: “Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 2011, 3(5): 54-71.
- Yoon, Y.: “Development of a Structural Model for Tourism Destination Competitiveness From Stakeholders’ Perspectives”, **Dissertation Submitted**, The Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University, Virginia, 2002.
- Yüksel, A., Hançer, M.: **Ekolojik Etkiler: Konaklama Tesisleri, Turistler ve Yerli Halkın Tutumları, Turizm İlkeler ve Yönetim**. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Zengin, B.: “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri”, **Akademik İncelemeler Dergisi**, 2010, 5(1): 116.
- Zivot, E. ve Andrews, D.W.K.: “Further Evidence on the Great Crash, the Oil-Price Shock, and the Unit-Root Hypothesis”, **Journal of Business and Economic Statistics**, 1992, 10, 251-270.
- AKTOP Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği: <https://aktob.org.tr/>
- T.C. Ekonomi Bakanlığı: <http://www.ekonomi.gov.tr>, 2018.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı: <http://www.kultur.gov.tr/>

TCMB, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası <http://www.tcmb.gov.tr/>

TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu <http://www.tuik.gov.tr/>

TUSIAD: <https://tusiad.org/tr>

World Bank <http://data.worldbank.org/country/turkey>, 2018.



ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı:

İlker KURTDERE

Eğitim Durumu:

Lisans: İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi, İşletme İstatistik Disiplini-1975.

Yüksek Lisans: İstanbul Üniversitesi, İktisadi Ticari Bilimler Akademisi, Finansman-1978.

Yüksek Lisans: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sosyal Siyaset Anabilim Dalı-1992.

Doktora: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı – 2021.

İş Tecrübesi:

TOBB Fiyat Tetkik Dairesi- Fiyat Uzmanı

Nilba Leader GmbH- Yönetim Kurulu Başkanı

Gülben Tekstil Sanayi ve Ticaret A.Ş. – Genel Müdür

Ereğli Demir Çelik Fabrikası T.A.Ş.- Satış Daire Başkanı

Gezer Ayakkabı Sanayi ve Ticaret A.Ş.-Genel Müdür

Kale Endüstriyel Radyatör Grubu- Genel Müdür