

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**TURİZMİN EKONOMİYE ETKİSİ; 2008-2018 YILLARI
ARASI İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan;

Sümevra YEŞİLKAŞ ERDAL

İstanbul, 2020

T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÖNETİMİ BİLİM DALI

**TURİZMİN EKONOMİYE ETKİSİ; 2008-2018 YILLARI
ARASI İNCELENMESİ**

Yüksek Lisans Tezi

Tezi Hazırlayan;

Sümevra YEŞİLKAŞ ERDAL

Öğrenci No:

17550458036

Orcid ID: 0000-0002-4328-3632

Danışman;

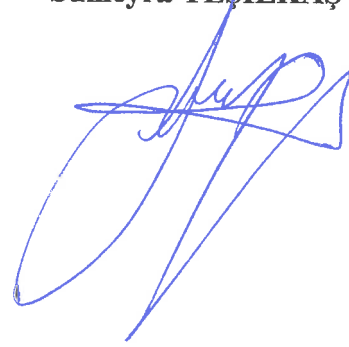
Doç. Dr. Perihan PAKSOY ÇAVUŞOĞLU

İstanbul, 2020

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “ Turizmin Ekonomiye Etkisi; 2008-2018 Yılları Arası İncelenmesi” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere uygun şekilde tarafımdan yazıldığını, yararlandığım eserlerin tamamının kaynaklarda gösterildiğini ve çalışmamın içinde kullanıldıkları her yerde bunlara atıf yapıldığını belirtir ve onurumla doğrularım. 11/08/2020.

Sümevra YEŞİLKAŞ ERDAL



T.C.
BEYKENT ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ
TEZLİ YÜKSEK LİSANS SINAV TUTANAĞI

11.08.2020

Enstitümüz *İşletme* Anabilim Dalı *İşletme Yönetimi* Programı Yüksek Lisans öğrencilerinden 17550458036 numaralı *Sümeıra YEŞİLKAŞ ERDAL*'ın "Beykent Üniversitesi Eğitim-Öğretim Yönetmeliği"nin ilgili maddesine göre hazırlayarak Enstitümüze teslim ettiği "*Turizmin Ekonomiye Etkisi; 2008-2018 Yılları Arası İncelenmesi*" konulu tezini, Yönetim Kurulumuzun 16/06/2020 tarih ve 2020/18 sayılı toplantısında seçilen ve Taksim Yerleşkesinde/Online toplanan biz jüri üyeleri huzurunda, ilgili yönetmeliğin (c) bendi gereğince (...) dakika süre ile Microsoft Teams programı aracılığıyla on-line olarak aday tarafından savunulmuş ve sonuçta adayın tezi hakkında "*OYBİRLİĞİ*" ile "*KABUL*" kararı verilmiştir.

İşbu tutanak, 4 nüsha olarak hazırlanmış ve Enstitü Müdürlüğü'ne sunulmak üzere tarafımızdan düzenlenmiştir.

DANIŞMAN
Doç. Dr. Perihan PAKSOY ÇAVUŞOĞLU
(Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Prof. Dr. Ahmet Güner SAYAR
(Beykent Üniversitesi)

ÜYE
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Emin BAYNAZOĞLU
(Trakya Üniversitesi)

Adı ve Soyadı : Sümeyra YEŞİLKAŞ ERDAL
Danışmanı : Doç. Dr. Perihan PAKSOY ÇAVUŞOĞLU
Türü ve Tarihi : Yüksek Lisans, 2020
Alanı : İşletme Yönetimi
Anahtar Kelimeler : Turizm, Turizm Ekonomisi, Turizm Sektörü, Turizmin
Ekonomiye Katkıları

ÖZ

TURİZMİN EKONOMİYE ETKİSİ; 2008-2018 YILLARI ARASI İNCELENMESİ

Turizm, Türkiye ve dünyada ekonomiye katkısı en büyük olan hizmet sektörüdür. Ekonomiye olan büyük katkısı nedeniyle her geçen gün daha da önem kazanmaktadır.

Turizm doğrudan veya dolaylı olarak birçok sektörü etkilemektedir. Sanayiden ticarete birçok alana etki eder. Turizm ne kadar gelişmişse diğer sektörler de o derece gelişme gösterir. Sektörler arası ilişkinin gelişmesi ekonomiye de büyük katkı sağlar. Ayrıca ülkeye çokça miktarda döviz girdisi olur. Bu döviz girdisi ülkenin gelişmişliğine ve ekonomisine olumlu etki eder. Birçok alanda istihdam yaratarak işsizliği azaltma konusunda ekonomiye can verir.

Sektörün 7/24 anlayışıyla işleyişi nedeniyle kesintisiz hizmet veriyor olması zaman sınırlılığını ortadan kaldırır. Buna bağlı olarak gelir kalemleri sürekli olarak işlemektedir.

Turizmin ekonomiye olan olumlu katkılarından dolayı Gayri Safi Milli Hasıla miktarında artış görülebilir.

Bu doğrultuda turizmin 2008-2018 yılları arasında ekonomiye olan olumlu katkıları incelenmiştir. Bu katkılar incelenirken araştırma yöntemlerinden korelasyonel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

Name and Surname : Sümeyra YEŞİLKAŞ ERDAL
Supervisor : Assoc. Dr. Perihan PAKSOY ÇAVUŞOĞLU
Degree and Date : Master, 2020
Major : Management Business Administration
Keywords : Tourism, Tourism Economics, Tourism Sector, Contribution
of Tourism to Economy

ABSTRACT

THE EFFECT OF TOURISM ON ECONOMY; ANALYSIS BETWEEN 2008-2018

Tourism, is the main service industry which contributes to economy in Turkey and even the World. Due to its great contribution to the economy, it is becoming more and more important day by day.

Tourism directly or indirectly affects many sectors. It affects many areas from industry to trading. The more tourism develops, the more other sectors develop. The development of the inter-sectoral relationship also contributes greatly to the economy. There are also a lot of foreign currency inflow into the country. This foreign exchange input has a positive impact on the development and economy of the country. It enlivens the economy in terms of reducing unemployment by generating employment in many areas.

Due to the 7/24 understanding of the sector, providing uninterrupted service eliminates time limitation. Therefore, income items are continuously processed.

Due to the positive contribution of tourism to the economy, the amount of Gross National Product may increase.

In this respect, the positive contributions of tourism to the economy between 2008 and 2018 were examined. Correlational research method was used in the study.

İÇİNDEKİLER

ÖZ	i
ABSTRACT	ii
TABLolar LİSTESİ	vii
GİRİŞ	1
1. TANIM VE GENELLEMELER	3
1.1. Ekonomi İle İlgili Temel Kavramlar	3
1.1.1. Ekonominin Tanımı.....	3
1.1.2. Kıtık Kavramı.....	4
1.1.3. İhtiyaç Kavramı	4
1.1.4. Mal ve Hizmet	5
1.1.5. Değer ve Fayda.....	6
1.1.6. İktisadilik ve Verimlilik	6
1.1.7. Kârlılık.....	7
1.1.8. Tüketim.....	7
1.1.9. Üretim.....	7
1.1.10. Üretim Faktörleri	8
1.2. Turizm ve Turist Kavramları	8
1.2.1. Turizmin Tanımı.....	8
1.2.2. Turizm Türleri	10
1.2.2.1. Sağlık Turizmi	10
1.2.2.2. Sosyal Turizm ve Kitle Turizmi	11
1.2.2.3. Dağ ve Kış Turizmi.....	11
1.2.2.4. Öğrenci ve Gençlik Turizmi	11
1.2.2.5. Üçüncü Yaş Turizmi.....	11
1.2.2.6. Yat Turizmi.....	12
1.2.2.7. İnanç Turizm.....	12
1.2.2.8. Diğer Turizm Türleri	12
1.2.3. Turist.....	13
1.2.4. Günübirlilikçi.....	14
1.2.5. Ziyaretçi.....	15

1.2.6. Turizm Geliri	15
1.2.7 Turizm Gideri	15
1.2.8. Kişi Başı Ortalama Turizm Harcaması.....	16
1.2.9. Türkiye Turizminin Son 10 Yıldaki Gelişimi	16
1.2.10. Uluslararası Turizmde Türkiye'nin Yeri	17
1.2.10.1. Türkiye Turizminin Dünya ve Avrupa Turizmindeki Yeri	19
1.3. Turizm Endüstrisinde Yer Alan İşletmeler	20
1.3.1. Seyahat İşletmeleri	20
1.3.2. Konaklama İşletmeleri.....	21
1.3.3. Ulaştırma İşletmeleri	22
1.3.4. Yiyecek İçecek İşletmeleri	23
1.3.5. Rekreasyon (Eğlence – Dinlence) İşletmeleri	23
1.3.6. Alışveriş İşletmeleri.....	24
1.4. Sektör ve Turizm.....	24
1.4.1. Sektör Kavramı.....	24
1.4.2. Turizm Sektörü ve Özellikleri	25
2. TURİZM PİYASASI	27
2.1. Piyasa Kavramı	27
2.2. Turizm Piyasası	28
2.3. Turizm Sektöründe Fiyat Oluşumu	29
2.4. Turizm Talebi.....	29
2.5. Turizm Talebinin Özellikleri.....	31
2.6. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler.....	32
2.6.1. Ekonomik Faktörler.....	32
2.6.1.1. Milli Gelir	32
2.6.1.2. Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatı	33
2.6.1.3. Ulaştırma.....	33
2.6.1.4. Ödemeler Dengesi.....	34
2.6.1.5. Turizm Sektörünün Durumu	34
2.6.1.6. Konjktürel Durumu.....	34
2.6.2. Ekonomik Dış Faktörler	35
2.6.3. Sosyal Faktörler.....	35

2.6.4. Politik Faktör	36
2.6.5. Psikolojik Faktörler	36
2.7. Turizm Talebinin Fiyat Esnekliğini Etkileyen Faktörler	37
2.8. Turizm Arzı	37
2.8.1. Arzın Tanımı	37
2.8.2. Turizm Arzı	38
2.8.3. Turizm Arzının Özellikleri	39
2.8.4. Turizm Arzının Unsurları	40
3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ	41
3.1. İstihdam Kavramı	41
3.2. İşsizlik	41
3.3. İstihdam – Turizm Sektörü İlişkisi	41
3.4. Turizmin Diğer Sektörlerle İlişkisi	46
3.4.1. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi	46
3.4.2. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkisi	47
3.4.3. Turizmin Hizmet Sektörüne Etkisi	47
3.5. Turizmin Alt ve Üstyapıyla İlişkisi	48
3.6. Turizm Sektörünün İstihdam Oluşturduğu Alanlar	49
3.7. Turizm Sektöründe İstihdam Özellikleri	51
3.8. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi	51
3.9. Turizm Gelir Etkisi	53
3.10. Turistik Yatırımların Gelir Etkisi	54
3.11. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri	55
3.11.1. Turizmin Ekonomiye Olan Olumlu Etkileri	55
3.11.2. Turizmin Ekonomiye Olan Olumsuz Etkileri	56
3.11.2.1. Fırsat Maliyeti	57
3.11.2.2. Enflasyonist Baskı	57
3.11.2.3. Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi	58
3.11.2.4. Enflasyonun Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi	58
3.11.3. Turizme Aşırı Bağımlılık	59
3.11.4. Dış Alım Eğilimindeki Artış	59
3.11.5. Mevsimsellik Etkisi	59

3.11.6. Dışsal Maliyetler	60
3.11.7. Kriz ve Turizm	61
3.12. Turizm Gelirleri ve Sızıntı	61
3.12.1. Turizm Geliri ve Hesaplanması.....	61
3.12.2. Dünyada ve Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Hesaplanması	63
3.12.3. Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Hesaplanması	65
3.12.4. Turizm Gelirlerinin Karşılaştırılması İle İlgili Problemler	66
3.12.4.1. Sızıntı Kavramı	66
3.12.4.2. Turizm Gelirlerindeki Sızıntılar.....	67
3.13. Türkiye Ekonomisinde Turizm	69
3.13.1. Turizm ve Ekonomi	69
3.13.2. Türkiye Ekonomisinde Turizmin Yeri	69
3.13.3. Türkiye Ekonomisinde Turizm Sektörü Verileri.....	69
3.13.4. Turizmin Ekonomik Özellikleri	70
3.13.5. Turizmin Ekonomiye Katkısı	72
3.13.6. Türkiye Turizminde İstihdam.....	73
3.13.7. Turizmin Gelir Kaynakları	74
3.13.8. Turizmden Kişi Başı Elde Edilen Gelir.....	76
3.13.9. Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı.....	77
3.13.10. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapatma Payı	79
4.YÖNTEM	81
4.1.Hipotez	81
4.2.Araştırma Deseni.....	81
4.3.Araştırma Evreni	81
4.4.Veriler Toplama Yöntemi	81
4.5.Verilerin Analizi.....	81
4.6. Bulguların Değerlendirilmesi.....	83
SONUÇ	84
KAYNAKÇA.....	86
ÖZGEÇMİŞ	89

TABLolar LİSTESİ

Tablo.1. Türk Turizminin Geçmiş 10 Yıldaki Gelişimi.....	16
Tablo.2. Yıllara göre dünya turizm sıralamasında Türkiye'nin yeri.....	17
Tablo.3. Dünya turizm verileri.....	18
Tablo.4. Dünya Turizm Gelirleri	19
Tablo.5. Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmi İçindeki Yeri	20
Tablo.6. Seyahat Acenteleri (Merkez + Şube).....	21
Tablo.7. Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisleri.....	22
Tablo.8. Türkiye Havalimanlarında Toplam Yolcu Sayısı	23
Tablo.9. Turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısı.....	43
Tablo.10. Turizm Harcamalarının İstihdam Oluşturduğu Alanlar.....	50
Tablo.11. 2008-2018 Yılları Arası Sektörel Dağılım.....	70
Tablo.12. Turizm Gelirleri ve Ortalama Harcamalar.....	71
Tablo.13. Ziyaretçi Sayıları.....	72
Tablo.14. Turizmin istihdama toplam katkısı	73
Tablo.15. Milliyete göre yıllık giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı	75
Tablo.16. Ortalama geceleme sayısı	75
Tablo.17. Turizmin Gelir Kaynakları.....	76
Tablo.18. Kişi başına elde edilen gelir.....	77
Tablo.19. Turizm Gelirlerinin GSYH'ye oranı.....	78
Tablo.20. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı	80
Tablo.21. Yıllara Göre Büyüme Rakamları	82
Tablo.22. Turizm Sektörünün Ekonomiye Etkisi	82

GİRİŞ

Dünya genelinde en hızlı gelişen sektörlerden biri olan turizm sektörü, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler tarafından üzerinde çok durulan bir sektör olma özelliği taşımaktadır. Dünya turizm örgütünün verilerine göre turizm gelirleri 2020 yılında 2 trilyon dolar olacaktır. Bu veriye göre her ülke bu rakamdan pay almak istemekte ve buna bağlı olarak çeşitli girişimlerde bulunmaktadır. Her ülkenin girişimi farklılık göstermektedir. Gelişmiş ülkeler turizm sektörünün gelirlere olan etkisinden pay almak isterken gelişmekte olan ülkeler daha çok döviz girdisi veya istihdam kapasitesiyle ilgilenmektedir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde büyük bir işsizlik sorunu bulunur. Şüphesiz ki turizm sektörü bu sorunu gidermek için önemli bir sektördür. Sektörün büyük bölümünde 7/24 vardiya, emek yoğun iş gücü ve büyük bir hizmet arzı olması ekonomik açıdan turizmi oldukça önemli bir noktaya getirmektedir. Ayrıca sektör, teknolojik gelişmelerden oldukça sınırlı bir şekilde faydalanmaktadır. Bundan dolayı insan gücüne olan ihtiyaç daha fazladır. Bu da istihdamı, dolayısıyla da ekonomiyi olumlu etkileyen bir diğer faktördür.

Turizm sektörü ayrıca birçok sektörü de dolaylı olarak etkilemektedir. Birbirine bağlı birçok sektörü içinde barındıran, lokomotif olma özelliği taşıyan turizm sektörü istihdama büyük katkı sağlamaktadır. Bu yönüyle istihdam politikalarına önem veren ülkeler için ideal bir yatırım aracıdır. Araştırmalar sonucu elde edilen tahminlere göre gelecekte dünya genelinde istihdam yaratmada ilk sırada olacağı düşünülmektedir (İlkbahar, 2016, 102).

Günümüzde artan refah seviyesi ve keşfetme isteği turizmin ekonomiye olan olumlu hareketliliğini arttırmaktadır. Bu hareketlilik hem ulusal hem de uluslararası boyutta katılım isteği oluşturmaktadır. Ulusal boyuttaki katılım hem yöre halkının elde ettiği geliri eritmesiyle hem de çalışan nüfusun sektöre yönelmesiyle olumlu etkilenmektedir. Uluslararası boyuttaki en önemli etken ise döviz girdisidir. Döviz miktarındaki artış ekonominin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Turizm sektörünün ekonomiye olan katkılarına dair birçok çalışma yapılmış olsa da bir görüş birliğine varılamamıştır. Ancak bu çalışmada turizm ve ekonomi

ilişkisi incelenerek ekonomik büyümeyle olan olumlu katkısı ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmada 2008-2018 yılları arasındaki veriler incelenmiştir. Bu doğrultuda da turizm ve ekonomi ilişkisi kısa ve uzun dönemli verileri ortaya konmuştur. Veriler elde edilirken Dünya Turizm Örgütü (WTO), Turizm Bakanlığı, TÜİK ve TÜRİSAB'dan yararlanılmıştır.



1. TANIM VE GENELLEMELER

1.1. Ekonomi İle İlgili Temel Kavramlar

1.1.1. Ekonominin Tanımı

Yunanca “oikia” (ev) ve “nomos” (kural) kelimelerinin birleşmesi ile oluşan “oikianomia” kelimesine dayanan ekonomi, ev yönetimi anlamına gelmektedir. Ekonomiyle ilgili yazılan ilk eser, Xenophon’un “Ekonomique”dir.

Türkiye’de ise “İlmi Servet” ve “İlmi Serveti Millet” kavramları olarak karşımıza çıkmaktadır. Harcamayı kısıtlama ve tasarruf yapma anlamına gelen Arapça “kasd” kelimesinden türetilen “iktisat” kelimesi daha sonraları yaygın olarak kullanılmıştır ve günümüzde de “ekonomi” kelimesi ile anlamdaş olarak kullanılmaya devam etmektedir (Çeken, 2019, 1).

Ekonomi, kıt kaynakların çeşitli mal ve hizmetlerin üretiminde kullanmak için ne oranda seçileceğini ve bu malların tüketimi için toplum arasında nasıl bir dağılım olduğunu incelemektedir.

İktisat dalının var olma sebebi, insanların sınırsız ihtiyaçlarına karşı kıt kaynakların olması ve bu kıt kaynakları kullanmak için çok fazla insanın farklı milliyet ve değişik taleplerinin hepsini veya bir kısmını gidermek amacıyla alternatif yollar üretmektir. Kaynakların kıt olması insanları ihtiyaçlarında bir önem ve tercih sırası yapmak zorunda bırakmaktadır. Tam bu esnada devreye ekonomi girer. Hangi ihtiyacın hangi oranda karşılanacağı, hangisinin tercih edileceği, tercih kararların kim tarafından ve nasıl alınacağı ekonominin doğmasına neden olmaktadır. (Eğilmez, 2020, 27).

Geniş anlamda ekonomi bilimi, sınırsız sayıdaki insan ihtiyaçlarını maksimum derecede gidermek için, sınırlı kaynakların çeşitli üretim alanlarına pay edilmesi ve buradan elde edilen ürünlerin (mal ve hizmetlerin) farklı tüketim alanlarına dağıtılması esnasında meydana gelen insan davranışlarına konu olan kanun ve düzenlemeleri inceleyen sosyal bir bilimdir.

Ekonominin birçok tanımı olmasına karşın bazı ortak özelliklerinin altının çizilmesi gerekmektedir. Bu özellikleri tanımı tam olarak karşılamasa da ekonomi biliminin olmazsa olmaz bazı nitelikleridir. Bu nitelikleri sıralayacak olursak (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 4);

- Kıt kaynakların sonsuz ihtiyaçları karşılaması amacına yöneliktir.
- İnsan topluluklarının davranışlarını konu edinen sosyal bilimdir.
- Sınırlı kaynakları insan ihtiyaçları doğrultusunda mal ve hizmete dönüştürmektir.
- Asıl amacı kıt kaynakları en verimli şekilde kullandırmaktır.

1.1.2. Kıtlık Kavramı

Sınırsız olan insan ihtiyaçlarına karşın bunları karşılayan mal ve hizmetler sınırlıdır. Mal ve hizmetlerin sınırlı olması bunların elde edilmesinde kullanılan kaynakların kıt olması sebebiyledir. Bu bakımdan kaynak kullanımında bir tercih yapılması gerekmektedir.

Günlük kullanımdaki kıtlık ile ekonomik anlamdaki kıtlık birbirinden farklıdır. Halk arasında bir mal ve hizmetin tamamen bitip tükenmesi olarak kullanılırken ekonomik anlamda toplumun tüm ihtiyaçlarını karşılayamayacak mal ve hizmetler olarak kullanılmaktadır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 4).

Özetleyecek olursak kıtlık; sınırlı kaynakların herkesin ihtiyaçlarına yetecek kadar olmamasıdır.

1.1.3. İhtiyaç Kavramı

İktisat bilimi önemli oranda insan ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir. İnsan ihtiyaçları ise sınırsızdır. Sınırsız olan bu ihtiyaçların karşılanması kimi zaman zordur. Bunun nedeni sonu olmayan bu ihtiyaçların karşılanması için yararlanılan kaynaklar sınırlıdır.

İhtiyaç, bireyin bir şeyin eksikliğinde bu eksikliği giderme çabasıdır. Başka bir ifade ile karşılandığında tatmin olma duygusu veren hislerdir (Eğilmez, 2020, 60).

Gereksinme, giderilmediğinde bireye acı, elem, üzüntü veren, giderildiğinde ise zevk, haz ve mutluluk veren bir duygudur (Çeken, 2019, 1).

İhtiyacı üç gruba ayırabiliriz;

- Zorunlu ihtiyaçlar; karşılanmadığında hayati tehlike doğuran ihtiyaçlardır. Beslenme, barınma, giyinme gibi.

- Kültürel ihtiyaçlar; eğitim, sanat, turizm gibi ihtiyaçlardır.

- Lüks ihtiyaçlar; zorunlu ve kültürel ihtiyaçların karşılanmasından sonra gelen ihtiyaçlardır.

İhtiyaçlarla ilgili çıkarımlar yapacak olursak;

- İhtiyaçlar farklı şiddetlerde olabilir.

- İhtiyaçlar sonsuzdur.

- İhtiyacın şiddeti karşılandıkça azalır.

- İhtiyaçlar yer değiştirebilir.

1.1.4. Mal ve Hizmet

İnsan ihtiyaçlarının karşılanmasına yarayan maddi değerlere mal denir. Hizmet ise maddi değeri olmamasına rağmen ihtiyaçları karşılayan değerlere denir.

Mallar değişik alanlarda değişik adlar almaktadır. Eğer mal satılmak üzere elde tutuluyorsa meta, başka bir malın üretilmesine aracı oluyorsa sermaye adını almaktadır (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 6).

Bireyin zorunlu veya kültürel tüm ihtiyaçlarını dolaylı veya dolaysız olarak karşılamak için kullanıma hazır her şeye mal denilmektedir. İhtiyacı gidermesine

rağmen herhangi bir somut değeri olmayan her şeye hizmet denilmektedir (Eğilmez, 2020, 66).

Mal ve hizmetlerin değer taşıması o mal ve hizmetin bireye fayda sağlayıp sağlamadığı ile orantılı değildir. Örneğin, sigara insan ihtiyacını karşılayan bir maldır. Sağlık açısından değersiz olması ekonomik açıdan değersiz olduğu anlamına gelmez.

1.1.5. Değer ve Fayda

Mal ve hizmetlerin değeri tüketicinin o mala ve hizmete verdiği önemle orantılıdır. İnsanlar mal ve hizmetlere kendilerine sağladıkları fayda oranında değer vermektedir.

Mal ve hizmetlerin değişim değeriye başka mal ve hizmetlerle değiştirilme imkânına dayandığı için bu değer fiyat olarak adlandırılmaktadır. Bu değer objektiftir. Bir başka deyişle değişim değerinin para ile ifade edilmesidir. Fakat bazı durumlarda bir mal başka bir mal ile değiştirilerek de değişim değeri belirlenebilmektedir (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 11).

Değer, objektif ve sübjektif olarak ikiye ayrılmaktadır. Objektif değer piyasa tarafından belirlenir ve kimse için değişiklik göstermez. Sübjektif değer ise kişiden kişiye değişmez (Eğilmez, 2020, 52).

1.1.6. İktisadilik ve Verimlilik

İktisadilik, bir işi en ekonomik biçimde en çok fayda sağlayacak şekilde yapmaktır. Minimum düzeyde para, emek, mal ve zaman harcayarak maksimum düzeyde sonuç elde etmektir (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 11).

Verimlilik, bir birimlik girdi başına elde edilen mal veya hizmettir. Verimlilik ikiye ayrılabilir;

- Fiziki verimlilik; işleme giren girdi ve çıktıların direkt kendisinin dikkate alınmasıdır.

- Ekonomik verimlilik; işleme giren girdi ve çıktılarının değeri dikkate alınmasıdır.

1.1.7. Kârlılık

Kâr kısaca “Satış-Alış=Kâr” veya “Tüketim-Üretim=Kâr” olarak ifade edilmektedir. Kâr, kendisi ile kârı oluşturan sermayeyi oranlayarak hesaplanmaktadır.

1.1.8. Tüketim

Tüketim insan ihtiyaçlarının mal ve hizmetler ile karşılanmasıdır. Diğer bir ifade ile nihai kullanımdır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 12). Yani elde edilen mal ve hizmet bir daha değişmemek ve satılmamak üzere ortadan kaybolur. Tüketim bireyin ihtiyacını karşılamak amacıyla bizzat kendisi tarafından gerçekleştirilmektedir. Bazı ihtiyaçlar da tüketilse de bitmezler. Örneğin; müzik dinlemek.

İnsanların ihtiyaçlarının mal ve hizmetler tarafından giderilmesidir. İnsan ihtiyaçları sınırsızdır ve sürekli bu ihtiyaçları gidermek için çaba sarf etmektedir. Bu çabaların sonucunda tüketim artmaktadır (Eğilmez, 2020, 53).

1.1.9. Üretim

Sonsuz ihtiyaçların karşılanması için yaratılan, ortaya çıkarılan, yapılan mal ve hizmetlerin tümüdür (Mill, 2019, 79). Diğer bir deyişle fayda meydana getiren faaliyetler bütünüdür. Üretimin iki temel ögesi vardır. Bunlar girdilerin çıktıya dönüştürülmesi ve girdilerin bileşimidir.

Üretimi iki şekilde açıklayabiliriz;

- Dolaysız üretim; tüketime hazır üründür.

- Dolaylı üretim; bütünü oluşturan parçaların üretilmesidir (Çeken, 2019, 4).

1.1.10. Üretim Faktörleri

Üretim faktörleri bu faaliyetleri oluştururken ihtiyaç duyulan kaynaklara denir. Bu faktörler emek, sermaye, girişimci ve tabiattır (Mill, 2019, 79).

- Tabiat; üretim yapılacak doğal ortamdır. İnsan eliyle üretilmez. Tarla veya arsa buna örnek gösterilebilir. Tarla ve arsanın kullanımı karşısı ödenen bedele rant denir.

- Emek; üretim faktörlerine etki eden insan gücüdür.

- Sermaye; üretime etki eden emek faktörüne yardımcı olan ve emeğin verimliliğini arttıran üretim unsurlarıdır.

- Girişimci; belirli bir işi her yönüyle organize eden ve bu işi tüm riskleriyle üstlenen gerçek veya tüzel kişilerdir.

1.2. Turizm ve Turist Kavramları

1.2.1. Turizmin Tanımı

Turizm, insanların sürekli yaşadıkları yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanmasıyla ilgili faaliyetlerdir. İnsanların, tarihin her çağında değişik nedenlerle seyahat ettikleri bilinmektedir. Ancak günümüzde sanayinin gelişmesi, kişi başına düşen gelirin artması, refah düzeyinin yükselmesi, insanların boş zamanlarının çoğalması, turizme çok farklı bir yön vermiştir. Turizm hareketine doğrudan ve dolaylı olarak bağımlı bulunan turistlerin, gereksinim duydukları mal ve hizmetleri üreten veya pazarlayan; başta konaklama, seyahat ve yeme - içme işletmeleri olmak üzere, tüm turizm işletmelerinin kurulması, geliştirilmesi ve faaliyetlerinin sürdürülmesi ile ilgili karar ve eylemlerin tümü, turizm endüstrisi içinde düşünülmelidir. Turizmin tanımından hareketle turizm endüstrisi, “Turistlerin, ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında gereksinim duydukları ulaştırma, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşılayan faaliyet alanlarının tümüdür.” şeklinde tanımlanabilir (MEB Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği, 2011, 2).

Turizm, arka arkaya bir yıldan fazla olmamak üzere boş zaman, iş veya diğer amaçlar için olağan ortamlarının dışındaki yerlere seyahat eden ve kalan insanların faaliyetleridir.

Turizm, müşterinin memnuniyeti, güvenliği ve keyfi özellikle turizm işletmelerinin odak noktası olduğundan, müşterilerin değişen ihtiyaçlarına ve isteklerine sürekli uyum sağlama becerisini gerektiren dinamik ve rekabetçi bir endüstridir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 1).

Latince “dönmek” kavramını karşılayan “toamus” sözcüğü turizm kavramının kökenini oluşturur. İngilizcede var olan “touring” ve “tour” sözcükleri de buradan türemiştir. Bu kelimenin çıkış noktası geri dönmek şartıyla yapılan kültürel, eğitsel vb. etkinliklerin tümü için yapılan süresi değişkenlik gösteren seyahatlerdir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 18).

Turizm birçok aktiviteyi ve bölümü içinde bulundurur. Çok fazla kolu olması tanımını zorlaştırırsa da bütün bu bölümler birbiri ile ilişkilidir.

Turizm kavramı, ikamet yerlerinden ayrılanların hizmet almak için gitmiş oldukları yerdeki personelin ve bölümlerin, kişinin seyahatini kolay ve eğlenceli kılmasını içermektedir.

Turizm, birçok farklı kültürel ve çekici unsurun kişiyi etki altına alarak bunlar arasında kurulan ilişki ve faaliyetleri içermektedir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 19).

Turizmin ülkeler için gittikçe önem kazanması bu kavramın kendi içinde bir takım özellikleri barındırmasına neden olmaktadır.

Turizmin 5 temel unsuru vardır (Çeken, 2019, 16);

1) Aynı etkinlik türünün birçok kolu olduğundan olaylar ve faaliyetler bütünüdür.

2) Turizm olgusu iki temel unsurdan oluşur. Bunlardan ilki dinamik unsurdur. Dinamik unsur hareket halini yansıtan seyahattir. Diğeri ise statik unsurdur. Bu da durağan hali yansıtan konaklamadır.

3) Turizm faaliyetleri ikamet edilen yerin uzağında yapılmaktadır.

4) Turizm faaliyetleri kalıcı değildir. Genellikle geçici ve kısa vadeli konaklama içermektedir.

5) Turizm faaliyetleri maddi kazanç sağlamaya yönelik olmamaktadır.

1.2.2. Turizm Türleri

Turizm faaliyeti birçok farklı nedenle gerçekleştirilmektedir. Turizm işletmeleri de bu nedenlere cevap verebilmek adına farklı kollar oluşturmaktadır. Bu işletmeleri kısaca açıklamakta fayda vardır.

1.2.2.1. Sağlık Turizmi

İnsanlar sadece eğlence amacı ile değil şifalı kaynaklara ulaşmak içinde seyahat etmektedirler. Sağlık turizminin amacı sağlığı koruma, iyileştirme ve geliştirmektir. Bunun için termal turizm kaynakları sıklıkla tercih edilmektedir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 24).

Sağlık turizminin üç farklı biçimi vardır;

- a) Klimatoloji: Temiz hava tedavisidir.
- b) Termalizm: Kaplıca ve ılıca gibi sıcak şifalı su kaynaklarıdır.
- c) Üvalizm: Belirli bir yöreye ait ürün ile yapılan tedavidir.

Günümüzde sanayileşme ve şehirleşme oranları çok yüksek olduğu için sağlık turizmine olan ilgi sürekli artmaktadır.

1.2.2.2. Sosyal Turizm ve Kitle Turizmi

Ülkemizde sosyal turizm 1960 senesinde ücretli yıllık izin kavramı ile kanunlaşmıştır.

Sosyal-Kitle turizmi genellikle gelir düzeyi düşük kesime hitap etmektedir. Gelir seviyesi düşük grubun turizm faaliyetlerine katılmaları için tüm çalışmaların toplamıdır (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 26).

Daha önceden tüm yönleriyle organize edilmiş, fiyatı belirlenmiş, her şey dâhil uygulamaya dâhil olan ve düşük gelir düzeyine sahip kişilerin katıldığı turizm faaliyetleridir (Çeken, 2019, 24).

1.2.2.3. Dağ ve Kış Turizmi

Günümüzde sanayileşmenin ve kentleşmenin artması ile insanlar tatil yapma ihtiyacı hissetmektedir. Yazın deniz kenarına giderken kışın dağlara temiz hava almaya çıkarlar. Böylelikle dağ-kış turizminin doğmasına neden olmaktadır (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 18, 19).

Dağ yürüyüşü, kayak, tırmanıcılık, bisiklet turu, snowboard gibi faaliyetler dağ turizmini oluşturmaktadır (Çeken, 2019, 24).

1.2.2.4. Öğrenci ve Gençlik Turizmi

Yaş ortalaması 15-24 olan bireylerin gezmek, eğlenmek ve merak duygusunu gidermek amacıyla aile fertlerinden bağımsız olarak maddi kısıtlamalar içinde seyahat etmesidir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 24).

Öğrenci ve gençler kendileri için tanımlanan indirimli ve başka gençlerle tanışabilecekleri basit konaklama yerlerini tercih etmektedirler. Bu yaş grubu en fazla seyahat eden gruptur.

1.2.2.5. Üçüncü Yaş Turizmi

50 yaş ve üzeri bireylerin turizm faaliyetlerine katılmalarıyla oluşur. Genellikle emekliye ayrılmış, yaşadıkları yerin dışına yapılan ziyaret ve ziyaretleri

süresince turizm sektörünün tüm hizmetlerinden yaralanan insan grubudur (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 26).

Turizm işletmeleri açısından en çok tercih edilen grupların başında gelmektedirler. Bunun nedeni yaşlı kesimin zaman bakımından özgür ve maddi açıdan sıkıntı çekmemesinden mevsim dışı da seyahat edebilmeleridir.

1.2.2.6. Yat Turizmi

Turizm faaliyetleri içinde yat turizmi önemli bir şekilde gelişim göstermektedir. İnsanın tatil ve spor ikilisini birlikte yapma isteği hız kazanınca yat turizmi de gelişmiştir. Ege de bu turizm için gerekli kıyılara sahiptir. Bundan dolayı bu bölgede yat turizmi oldukça gelişmiştir. Türkiye de 1975 yılından bu yana yat turizmine önem verilmiştir (Çeken, 2019, 24).

1.2.2.7. İnanç Turizm

Diyanet İşleri Başkanlığına göre din; “akli melekeleri yerinde olan insanların hür iradesiyle en güzel, en iyi, en doğru olduğuna inandıkları akli kanunlardır. (Lütfi Şentürk, Din ve Dinin Toplum Hayatındaki Etkisi, <https://dergi.diyanet.gov.tr/makaledetay.php?ID=18214>, 30.05.2020)” Bu doğrultuda insanlar inandıkları dinin gereği olarak din büyüklerinin veya otoriterlerin bulunduğu yerlere ziyarette bulunmaktadır. Kutsal yerlerin mabetlerin tapınakların ziyareti dinin bir gereği olarak düşünülür ve bu doğrultuda oluşturulan tüm faaliyetler din turizmini oluşturmaktadır.

1.2.2.8. Diğer Turizm Türleri

Klasik turizm çeşitlerinin yanı sıra gelişip değişen pazarlama yöntemleri sayesinde birçok farklı turizm kolu oluşmuştur. Bunlardan bahsedecek olursak (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 29);

- Av Turizmi: Türkiye’de 1981 yılından beri resmi olarak başlamıştır. Av yapmaya uygun olan bölgelerin belirli tarihlerde av turizmine açılması çevre ve şehircilik bakanlığı izni ile olur. Bu izin karşılığında bir belge verilmektedir. Türkiye’de bu belgeyi vermeye yetkili 278 acente vardır.

- Eko Turizm: Ekolojik açıdan bozulmamış ekolojik alanlara yapılan ziyaretlerin oluşturduğu turizmdir.

Turizm Bakanlığı'na göre bozulmamış doğal alanları ziyarette bulunan ziyaretçiler yöre halkının sosyo - ekonomik açıdan gelişmesini sağlamakla birlikte ekolojik düzenin de bozulmamasını sağlamaktadırlar.

- Rafting Turizmi: Rafting akış hızı yüksek nehirlerde akış yönünde yapılan su sporudur. Türkiye'de özellikle Çoruh nehri bu konuda çok gelişmiştir.

- Eğlence Turizmi: İstanbul Alibeyköy sınırları içerisinde yer alan İsfanbul Eğlence Merkezi ve Temapark'ı gibi merkezlere yapılan ziyaretlerdir.

- Kongre Turizmi: Kişi veya grupların buldukları yerden eğitim, mesleki gelişim ve uzmanlık gerektiren alanlarda bilgi almak için ayrılması ve gittikleri yerde konaklama ve seyahat faaliyetlerinin tümüdür.

- Yayla Turizmi: Turizm Bakanlığı 1990 yılında yayları turizm faaliyetleri içerisine almıştır. Bununla birlikte 26 yayla turizm merkezi ilan edilmiştir. Yayla turizmi insanların yaz aylarında yaşadıkları yerlerden ayrılarak yaylaya çıkmasıyla oluşmaktadır. İnsanlar burada hem yaz sıcağından korunurlar hem de kış için çeşitli hazırlık yapar.

1.2.3. Turist

Ziyaret edilen ülkedeki özel (İkinci konut, arkadaş ve akraba evi vb.) veya kamuya açık konaklama tesislerinde en az bir gece kalan ziyaretçidir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme raporu).

Alışlagelmiş ikametgâhı dışındaki yerlere, günlük ortamlarının dışında, en az bir gece, ancak bir yıldan fazla olmayan ve normal amacı herhangi bir ücretlendirilmiş faaliyetin uygulanmasından farklı olan yerlere seyahat eden herkeştir.

Bu açıklamalara göre bir bireyin turist olabilmesi için yerine getirmesi gereken bazı kavramlar vardır. Bunlar; yaşanılan yerin dışına çıkma, en az 24 saat geçirme,

konaklama yapma ve para harcama gibi özelliklerdir. Bu özellikleri daha da açarsak turist;

- Turizm faaliyetlerinin öznesidir.
- Temel amacı haz ve tatmin sağlamaktır.
- Tüm faaliyetlerini yapabilecek para ve zamana sahiptir.
- İkametine memnun dönmek ister.
- Sınırlı zamanını en iyi şekilde değerlendirmek ister.
- Seyahat amacı ne olursa olsun turist olarak kabul edilir (Çeken, 2019, 16).

Turistler konaklama süresine ve geldikleri ülkelere göre ikiye ayrılmaktadır. Bunlar da kendi içinde tekrardan ayrılırlar (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 6);

- Gecelik ziyaretçi; gittiği yerde en az 24 saat geçiren turistir.
- Günübirlükçi; gittiği yerde 24 saatten daha az süre ile kalan ve konaklamayan turistir.

Geldikleri ülkeye göre ise şu şekilde ayrılırlar.

- Uluslararası ziyaretçi; ziyaret ettiği ülke yaşadığı ülkeden farklı olan turistlerdir. Bu ziyaret 1 yıldan fazla olmamalıdır.
- Yerli ziyaretçi; ziyaret ettiği yer yaşadığı ülke ile aynı olan ziyaretçidir. Bu ziyaret 6 ayı geçmemelidir.

1.2.4. Günübirlükçi

Ziyaret edilen ülkede özel veya kamuya açık konaklama tesislerinde geceleme yapmayan ziyaretçidir.

Ülkeye gemi ile gelen ve geceleme yapmak üzere geldiği gemiye (gemi o limanda birden fazla gün kalsa bile) geri dönen yolcular, trenle grup halinde yolculuk

eden ve trende geceleleyen yolcular, o ülkede ikamet etmeyen ve gün boyu o ülkede kalan mürettebat bu tanıma dâhildir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme raporu).

İş veya tatil amaçlı olarak 24 saat veya daha kısa bir süre için geçici olarak bir yeri ziyaret eden kişidir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 6).

Günübirlikçi “ziyaret edilen ülkede 24 saatten az kalan geçici ziyaretçilerdir “

1.2.5. Ziyaretçi

Daimi ikametgâhı ve yaşadığı çevrenin dışındaki bir ülkeyi, 12 ayı aşmayan süreyle ve o ülkede para karşılığı bir iş yapmak dışında bir amaçla ziyaret eden kişidir. Turizm istatistiklerinde turist sayısı ile günübirlikçi sayısının toplamı ziyaretçi sayısını ifade eder (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme raporu).

Ziyaretçi, “devamlı ikamet ettiği ülkeden başka bir ülkeye ettiği gelir elde etme amacı dışında herhangi bir sebeple ziyaret eden kişidir. “ (TC Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme Raporu).

1.2.6. Turizm Geliri

“ Ülke dışında yaşayan vatandaş ve yabancıların ülkemizde turizm amaçlı yeme-içme, konaklama, sağlık, ulaşım, spor, eğitim, kültür, Türk firmaları ile yapılan uluslararası yolculuk ücretleri, cep telefonu dolaşım harcamaları, marina hizmet harcamaları, giyecek, hediyelik eşya, halı-kilim vb. mal ve hizmetlere yapmış oldukları bireysel ve paket tur harcamalarıdır.” (Gayrimenkul, konut için tamir-bakım harcamaları, dayanıklı tüketim malları, bağış hariç) (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme raporu).

1.2.7 Turizm Gideri

“Türkiye’de ikamet edip yurt dışını ziyaret eden vatandaşlarımızın yurt dışında, turizm amaçlı; yeme-içme, konaklama, sağlık, ulaşım, spor, eğitim, kültür, yabancı firmalar ile yapılan uluslararası yolculuk ücretleri, cep telefonu dolaşım harcamaları,

giyecek, hediyelik eşya, halı-kilim vb. mal ve hizmetlere yapmış oldukları bireysel ve paket tur harcamalarıdır. (Gayrimenkul, konut için tamir-bakım harcamaları, dayanıklı tüketim malları, bağış hariç)” (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme raporu).

1.2.8. Kişi Başı Ortalama Turizm Harcaması

“Turizm gelirinin çıkan ziyaretçi sayısına bölünmesi ile elde edilen ziyaretçi başına ortalama harcama miktarını ifade etmektedir” (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme raporu).

1.2.9. Türkiye Turizminin Son 10 Yılda Gelişimi

Türk turizmi geçtiğimiz 10 yılda önemli gelişmeler kaydetmiştir. 2008 yılında yabancı ziyaretçi sayısı 25 milyon civarındayken bundan elde edilen gelir yaklaşık 25 milyondur. Geçen 10 yılda yabancı ziyaretçi sayısı %49 artarak 40 milyon dolaylarına gelmiştir ve buradan elde edilen gelir 2008’e göre %16 artıp 29 milyona ulaşmıştır. Turizm gelirlerinin GSMH’ ye göre oranı 2008 yılında %2,6 iken 2018 yılında %3,9’a ulaşmıştır.

Turizm Bakanlığı belgeli konaklama kapasitesi 2008 yılında 567 bin iken 2018 yılında 935 bine çıkmıştır.

Tablo.1. Türk Turizminin Geçmiş 10 Yılda Gelişimi

Türk Turizminin Geçmiş 10 Yılda Gelişimi	2008	2018	Değişim Change %		2008	2018	Değişim Change %
Yabancı Ziyaretçi Sayısı <i>Foreign Arrivals</i>	26.431.124	39.488.401	49,4	Uçak Koltuğu <i>Airplane Seats</i>	43.524	97.351	123,7
Turizm Geliri (milyon US\$) <i>Tourism Receipts (US\$ million)</i>	25.415	29.513	16,1	Yat Yatağı Sayısı <i>Number of Yacht Beds</i>	9.512	21.130	151,3
Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Kapasitesi <i>Accommodation Capacity Licenced by the Tourism Ministry</i>	567.470	935.286	64,8	Seyahat Acentası <i>Travel Agencies</i>	5.799	10.299	77,6
Komple Yeni Yatırım Teşvik Belgesi Tutarı (1000 TL) <i>Amount of Greenfield Investment Incentive Certificates(1000 TL)</i>	422.569	4.243.802	904,3	Turizm Gelirinin GSYH'ya Göre Oranı <i>Tourism Receipts / GDP</i>	2,6%	3,9%	
Türkiye'nin Dünya Turizmdeki Yeri <i>Turkey's Rankings in the World Tourism</i>				Turist Sayısı <i>Tourist Arrivals</i>	3,5%	3,3%	
				Turizm Geliri <i>Tourism Receipts</i>	3,0%	1,9%	

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde,

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

1.2.10. Uluslararası Turizmde Türkiye'nin Yeri

2. Dünya Savaşı'ndan sonra dünyada yaşanan ekonomik ve siyasi gelişmelerin ardından turizm sektörü önem kazanmıştır. Yaşanan uluslararası rahatlamının sonrasında insanlar hem yurtiçi hem yurtdışına özgürce seyahat etmişlerdir. Bu hareketliliğin yarattığı istihdam fırsatıyla turizm sektörü hızla önemli bir sektör haline gelmiştir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 63).

Turizm alanında yapılan araştırmalarda elde edilen verilere bakacak olursak yaşadığımız yüzyılın en büyük endüstrisinin turizm olacağı net bir şekilde görünmektedir.

UNWTO (Dünya Turizm Örgütü)'ya göre 2020 yılında uluslararası turist sayısı 1,6 milyona varacak. Turizm gelirleri ise 2 trilyon doları aşacak. 2000 yılından beri yaşanan turist sayısı artışı bunu doğrular niteliktedir.

Tablo.2. Yıllara göre dünya turizm sıralamasında Türkiye'nin yeri

Yıllar	Yıllara göre Dünya turizm sıralamasında Türkiye'nin yeri
2008	8
2009	7
2010	7
2011	6
2012	6
2013	6
2014	6
2015	6
2016	11
2017	8
2018	6

Kaynak : T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Turizm İstatistikleri*, (23.12.2019) tarihinde ,

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>

2008-2018 yılları arasında dünya turizmde Türkiye'nin yerini gösteren Tablo 2, 2008 yılından beri süregelen yükselişin 2016 yılından itibaren yerini düşüşe bıraktığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak 2016 yılında ülkede yaşanan darbe girişimi gösterilebilir. Bu yıldan itibaren turizm sektöründe yapılan çeşitli politikalar ve devlet teşvikleriyle 2017 ve 2018 yıllarında tekrar yükseliş görülmektedir.

Tablo.3. Dünya turizm verileri

Turist Sayısı / Tourist Arrivals				
	Ülkeler	(milyon) (million)	% Pay Share %	Countries
1	Fransa	93,6	6,7	France
2	İspanya	82,6	5,9	Spain
3	ABD	82,2	5,9	USA
4	Çin (Anakara)	62,1	4,4	China
5	İtalya	61,2	4,4	Italy
6	Türkiye	46,7	3,0	Mexico
7	Meksika	41,7	2,5	UK
8	Birleşik krallık	35,1	3,3	Turkey
9	Almanya	39,0	2,8	Germany
10	Tayland	38,2	2,7	Thailand
11	Avusturya	30,8	2,2	Austria
12	Japonya	31,3	2,2	Japan
13	Yunanistan	30,1	2,1	Greece
14	Hong Kong	29,2	2,1	Hong Kong
	DÜNYA TOPLAMI	1.403,0	100,0	TOTAL OF THE WORLD

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde,

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Tablo 3'te 2018 yılındaki dünya turizm verileri gösterilmiştir. Bu verilere göre tüm dünya üzerinde toplam 14 milyar kişi turizm faaliyetlerine katılmıştır. Türkiye bu pastadan %3,3 pay alarak 46,7 milyon turisti ağırlamıştır.

Tablo.4. Dünya Turizm Gelirleri

Turizm Geliri / Tourism Receipts			
Ülkeler	(milyar US\$) (US\$ billion)	% Pay Share %	Countries
ABD	215,5	16,1	USA
İspanya	70,3	5,2	Spain
Fransa	64,7	4,8	France
Tayland	62,0	4,6	Thailand
Birleşik Krallık	47,9	3,6	UK
İtalya	46,7	3,5	Italy
Avustralya	46,5	3,5	Australia
Almanya	41,0	3,1	Germany
Macao	41,3	3,1	Macao
Japonya	40,6	3,0	Japan
Hong Kong	37,5	2,8	Hong Kong
Çin	42,4	3,2	China
Hindistan	30,3	2,3	India
Türkiye	25,7	1,9	Turkey
DÜNYA TOPLAMI***	1.340,0	100,0	TOTAL OF THE WORLD

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

2018 yılı dünya turizm verilerinin yansıtıldığı Tablo 4’te Türkiye’nin elde ettiği gelirin sıralamadaki yeri görünmektedir. Ziyaret edilen ülkeler arasında 6. sırada olmasına rağmen elde edilen gelir sıralamasında 14. sırada yer almaktadır. Bunun en önemli nedeni olarak Türkiye turizminde uygulanan “Her şey dahil” paketin uygulanması gösterilebilir.

1.2.10.1. Türkiye Turizminin Dünya ve Avrupa Turizmindeki Yeri

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre 2008-2018 yılları arasında tüm dünya üzerinde toplamda ortalama 18,4 milyar kişi turizm faaliyetlerine katılmıştır. Türkiye 8,4 milyar turisti çekmeyi başarmıştır. 2008’de 25 milyon kişi ziyaret ederken 2018 yılında bu sayı %54 artarak 46,1 milyona ulaşmıştır. Avrupa’da bu durum 486 milyondan 712 milyona, Dünya’da ise 917 milyondan 1,4 milyara ulaşmıştır. Avrupa ve Dünya ile paralel olarak Türkiye de -2016 yılı hariç- sürekli bir artış içinde olmuştur.

Tablo.5. Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmi İçindeki Yeri

Türkiye'nin Dünya ve Avrupa Turizmi İçindeki Yeri	Turist Sayısı (milyon kişi)					
	(1) Türkiye	(2) Avrupa	(3) Dünya	(1) / (2) %	(1) / (3) %	(2) / (3) %
2008	25,0	486,3	917,0	5,1	2,7	53,0
2009	25,5	462,7	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	1.186,0	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			

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

1.3. Turizm Endüstrisinde Yer Alan İşletmeler

“ Turizm işletmeleri, geçici bir süre için yer değiştirme hareketinin doğurduğu seyahat, konaklama ihtiyaçlarının, buna bağlı diğer ihtiyaçların karşılanmasına yarayan mal ve hizmetlerin üretilmesini ve pazarlanmasını sağlayan ekonomik birimler olarak tanımlanır. Turizm endüstrisinin karmaşık yapısı, çok sayıda ve değişik özellikte işletmenin ortaya çıkışının temel sebebini oluşturmaktadır. Değişik ihtiyaçlardan oluşan turizm 4 talebinin karşılanmasında etkili olan, işletmelerin sayılarının fazlalığı, niteliklerinin birbirinden değişik olması nedeniyle sınıflandırma yapmak güçleşmektedir. Turistlerin temel ihtiyaçlarının karşılanması dikkate alınarak; seyahat işletmeleri, konaklama işletmeleri, ulaştırma işletmeleri, yiyecek- içecek işletmeleri, rekreasyon (eğlence - dinlence) işletmeleri ve alışveriş işletmeleri şeklinde sınıflandırılabilir” (MEB Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği, 2011, 3,4).

1.3.1. Seyahat İşletmeleri

Turizm faaliyetlerine katılacak olan turistlerin yiyecek, içecek, konaklama, eğlence gibi aktivitelerini planlamaktadır.

Tablo.6. Seyahat Acenteleri (Merkez + Şube)

24. Seyahat Acentaları (Merkez + Şube)	A GRUP	B GRUP	C GRUP	TOPLAM TOTAL
2008	5.301	182	316	5.799
2009	5.571	144	272	5.987
2010	5.848	104	210	6.162
2011	6.531	93	183	6.807
2012	6.655	85	172	6.912
2013	7.053	78	152	7.283
2014	7.735	74	141	7.950
2016	9.024	71	138	9.233
2017	9.590	62	123	9.775
2018	10.127	57	115	10.299

Kaynak: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, *Turizm Verileri*, (23.12.2019) tarihinde,

<https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turistik-tesis-isletmeler>

Tablo 6 incelendiğinde 2008 ve 2018 yılları arasında Seyahat Acentelerin (merkez + şubeler olmak üzere) A,B,C gruplarındaki toplam sayılar görülmektedir. 2008 yılında A grubu acente sayısı 5301, B grup 182, C grup 316 ve toplamda 5799 adet acente bulunmakta imiş. A grup acente sayıları verilen yıllar arasında sürekli artış göstermiştir. Buna karşın B ve C grubunda da sürekli bir düşüş söz konusudur. A grubunda ki artış B ve C gruplarında ki düşüş karşılaştırıldığında toplam hep bir artış olmuştur. 2008 yılında 5799 olan toplam, 2018 yılına geldiğimizde 10.299'a ulaşmıştır. Bu 10 içindeki büyüme yaklaşık olarak %56'dır. Bu noktada A,B ve C grubu acentelerinin ne olduğunu kısaca açıklamak gerekirse;

A grubu: Tüm seyahat acenteciliği faaliyetleri içermektedir.

B grubu: Tüm seyahat faaliyetlerinin biletlerini satmaktadır.

C grubu: Sadece Türk vatandaşların yurt içi turlarını düzenlemektedir.

1.3.2. Konaklama İşletmeleri

Konaklama işletmeleri, misafirlerin bir süre için konaklama, yeme-içme, eğlenme ve diğer ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulan işletmelerin bütünüdür. Bu sektörden hizmet alan misafirlerin seyahat nedenleri, gelir düzeyleri ve benzeri faktörlerden birbirinden farklı olduğu için sektörü oluşturan işletmeler de çok farklılık göstermektedir (MEB Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği, 2011, 5).

Tablo.7. Turizm Bakanlığı Belgeli Konaklama Tesisi

Yıllar	Yatırım Belgeli		İşletme Belgeli	
	Tesis	Yatak	Tesis	Yatak
2008	772	258.287	2.566	567.470
2009	754	231.456	2.625	608.765
2010	877	252.984	2.647	629.465
2011	922	267.900	2.783	668.829
2012	960	273.877	2.870	706.019
2013	1.056	301.862	2.982	749.299
2014	1.117	309.556	3.131	807.316
2015	1.125	314.194	3.309	850.089
2016	1.135	312.912	3.641	899.881
2017	1.051	263.033	3.771	935.286
2018	982	225.382	3.928	975.109

Kaynak : T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Turizm İstatistikleri*,(23.12.2019) tarihinde ,
<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201121/isletme-bakanlik-belgeli-tesis-konaklama-istatistikleri.html>

Tablo 7’yi incelediğimizde 2008 yılında 772 tesis, 258.287 yatak, yatırım belgeli olarak bulunmaktadır. İşletme belgeli olarak 2566 tesis ve 567.470 yatak bulunuyordu.2018 yılına geldiğimizde bu durum şu şekilde değişmiştir. Yatırım belgeli tesis kapasitesi 982, yatak kapasitesi ise 225,382 olmuştur. Tesislerde %27’lik bir artma görülürken yatak kapasitesinde %14’lük bir düşüş yaşanmıştır. İşletme belgeli tesisler 2018 yılında 2928’e ulaşırken yatak kapasitesi 975,109’a çıkmıştır. Tesislerde %53’lük yatak kapasitesinde ise %71’lik bir büyüme olmuştur.

1.3.3. Ulaştırma İşletmeleri

“Turizm ve ulaştırma birbiri ile iç içe girmiş ve ayrılması mümkün olmayan iki kavramdır. Bir yer değiştirme hareketi olan turizm olgusunda, turistlerin bu hareketi gerçekleştirebilmeleri için ulaşım araçlarına ihtiyaçları vardır. Teknolojinin sınırlanmayan, hızlı gelişimi ulaştırma sektöründe de kendini göstermiştir. 18 Ulaşım alanında meydana gelen gelişmeler konaklama süresini uzatmıştır. Ulaşımın sağlanan zaman, turistlerin kalış süresine eklenmektedir. Örneğin, üç günde gidilebilen

bir yere uçakla üç saatte gidilebilmesi, yol için ayrılan sürenin konaklama ve tatil süresine eklenmesi, tatil için değerlendirilebilmesi anlamına gelmektedir” (MEB Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği, 2011, 17).

Tablo.8. Türkiye Havalimanlarında Toplam Yolcu Sayısı

20. Türkiye Havalimanlarında Toplam	İç Hat Domestic	Dış Hat International	TOPLAM TOTAL
2008	35.832.776	43.605.513	79.438.289
2009	41.226.959	44.281.549	85.508.508
2010	50.575.426	52.224.966	102.800.392
2011	58.258.324	59.362.145	117.620.469
2012	64.721.316	65.630.304	130.351.620
2013	76.148.526	73.281.895	149.430.421
2014	85.416.166	80.304.068	165.720.234
2015	97.041.210	84.033.321	181.074.531
2016	102.499.358	71.244.179	173.743.537
2017	109.599.161	83.432.585	193.031.746
2018	112.758.617	97.231.289	209.989.906

Kaynak: Devlet Hava Meydanları Genel İşletme Müdürlüğü, *İstatistikler*, (23.12.2019) tarihinde, <https://www.dhmi.gov.tr/Lists/IstatistikList/Attachments/147/YOLCU.pdf>

Türkiye Havalimanlarında toplam yolcu sayısı 2008 yılında 79.438.289’dur. Bunların 35.832.776’sı iç hatlar, 43.605.513’ü dış hatlardadır. Verilen yıllar arasında bu sayılar sürekli artış göstermiştir. Yalnızca 2016 yılında dış hatlarda 13 milyonluk bir düşüş söz konusudur. Bunun nedeni Rusya ile yaşanan füze krizidir. 2016 yılında Rusya’dan gelen turist sayısı çok ciddi bir şekilde azalmıştır. Bu kriz çözüldükten sonra ki yıllarda rakamlarda tekrar yükseliş gözükmektedir. 2018 yılında toplam 209.989.906’dır. Bunların 112.758.617’si iç hatlar, 97.231.289’u dış hatlardır. Verilen yıllar arasında iç hatlarda %69, dış hatlarda %44 ve toplamda %63 bir gelişme söz konusudur.

1.3.4. Yiyecek İçecek İşletmeleri

Restoranlar, konaklama yapan veya yapmayan turistlerin yiyecek içecek gereksinimlerini karşılayan temel birimdir. Restoranlar, vestiyer, mutfak ve bardan oluşmaktadır (MEB Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği, 2011, 32).

1.3.5. Rekreasyon (Eğlence – Dinlence) İşletmeleri

Turistlerin müzik dinleyip dans ettiği, alkollü alkolsüz içeceklerin ve aperatif yiyeceklerin servis edildiği eğlence işletmeleridir. Daha çok genç turizmine

katılanların tercih ettiği disko ve barlarda m¼zik ve dans ¼n plandadır (MEB Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği, 2011, 35).

1.3.6. Alışveriş İşletmeleri

Seyahat faaliyetinde bulunanlar gittikleri yerlerde turizm faaliyetleri dışında alışveriş işletmelerinden de yararlanırlar. Bu işletmeler, hediyelik eşya satan işletmeler, kuyumcular, dericiler, halıcılar, butikler, çeşitli marketler vb. gibi sıralanmaktadır (MEB Konaklama ve Seyahat İşletmeciliği, 2011, 36).

1.4. Sekt¼r ve Turizm

1.4.1. Sekt¼r Kavramı

T¼rkede “kesin” ve “b¼lge” kelimeleri ile karşılanan sekt¼r kavramı k¼k¼n¼ Fransa’dan almaktadır. ”çeşitli ¼r¼nleri ¼reten işletmelerin, temel ¼r¼nlerine g¼re işletmeler b¼t¼n¼ oluşturması” anlamına gelmektedir (¼nl¼nen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 33).

Hangi sekt¼re daha fazla ¼nem verilmesi gerektiği g¼rmek için ekonomiyi dallara ayırmak gerekmektedir. Bu ayırımla hem ¼lke içerisindeki sekt¼rlerin karşılaştırılması hem de ¼lkeler arası ekonomik sekt¼rleri karşılaştırırken kolaylık sağlanmaktadır. Karşılaştırma verilerine g¼re ¼lkeler kendi ekonomik analizlerini yapmakta ve sekt¼rel ayırımlar yapmaktadır.

Uluslararası bazda karşılaştırmaların yapılabilmesi için sekt¼r tanımının tam olarak yapılması gerekmektedir. Bu tanım yapılırken kavramdan anlaşılması gereken nokta ve belli başlı ¼zellikler ortaya konulmaktadır (Eğilmez, 2020, 46).

Sekt¼r kavramı genel anlamda branş kavramı ile karşılaştırılmaktadır. Branş kavramı farklı sekt¼rlerin ¼r¼nlerini ¼retildiđi bir b¼t¼n değildir. Branş aynı cins ¼r¼nlerin ¼retildiđi bir b¼t¼n olarak tanımlanabilir. Sekt¼r daha geniş çaplı bir kavramdır.

Ekonomi sekt¼rlere ayrılırken çeşitli teorik analizler ve uygulama kanalları ¼nem arz etmektedir. Ekonomi çeşitli şekilde sekt¼rlere ayrılmaktadır. ¼rneđin, tarım, sanayi hizmetler, ¼zel, kamu gibi.

Ekonomi sektörünü 3 kesime ayırmak mümkündür;

- Birinci sektör: Tarım, madencilik gibi temel faaliyetleri içermektedir.
- İkinci sektör: İnşaat ve imalat sektörüdür.
- Üçüncü sektör: Turizm, ticaret, ulaştırma, eğlence sanayi, bankacılık ve borsa sektörlerini kapsamaktadır (Mill, 2019, 222).

Hizmetler sektörü ekonomik büyüme oranlarına 2018 yılında %5.60 katkıda bulunmuştur.

En temel anlamıyla benzer alanlarda faaliyet gösteren işletmeler topluluğudur. Turizm sektörü ise turistik faaliyetlerde bulunanların mal ve hizmetlerini karşılayan tüm işletmeler bütünüdür. Bu işletmelerin büyük bir bölümü seyahat, konaklama ve turistik faaliyetlerle ilgilidir.

Hizmetler sektörünün alt dallarından biri olan turizm sektörü hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için ekonomik getirisi fazla ve döviz girdisi sağlayan küresel bir sektördür. Bununla birlikte birçok sektöre de etki ettiğinden hem kendisini hem de farklı sektörleri etkilemektedir. Doğrudan veya dolaylı olarak 54 sektörü etkilemektedir (Eğilmez, 2020, 153).

1.4.2. Turizm Sektörü ve Özellikleri

Turizm sektörü hem gelişmekte hem de gelişmiş ülkelerin turistik arz potansiyellerinin kullanılması ve buradan maddi değer elde etmede oldukça önemlidir. Ülkeler turizm arzlarında politikalar geliştirerek artış sağlayabilmektedir. Milli gelire katkı sağlar ve refah düzeylerini geliştirebilirler. Ayrıca turizm sektörü birçok alanı kapsadığından kompleks bir yapıya sahiptir. Böyle kompleks bir yapıda olan sektörün özelliklerini açıklamaya çalışalım; (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 43 ve Çeken, 2019, 25).

- Turizm yalnızca konaklama ya da yalnızca seyahat etme faaliyetleri değildir. Turistlerin faydalanabileceği her türlü alt ve üst dallardan oluşmaktadır. Bu özelliği turizme “ağır endüstri” sıfatını kazandırmaktadır.

- Turizm endüstriyel bir faaliyet alanıdır. Bunun kapsamına tabiat, müteşebbis, sermaye ve iş gücü kavramlarını kapsamasından anlayabilmekteyiz.

- Turizm hizmetler sektörünün alt dalıdır. Turistler mal ve hizmetlerin üretildikleri yerde tüketim sağlamaktadırlar.

- Turizmin entegre endüstri olma özelliği; ulaşım, konaklama, eğlence, yiyecek içecek gibi farklı sektörlerin çalışmasını birbiri ile entegre olarak ilişkilendirmektedir.

- Turizm sektörü boş zamanın yaratılması ve değerlendirilmesi sonucu oluşmaktadır.

- Turizm hizmetleri hazırlanış, sunuş ve tüketiliş açısından uzun bir süresi kapsamaktadır.

- Turizmde satışa konu olan unsur hizmettir.

- Ülkemizde çeşitli jeolojik yapı ve farklı mevsimlerin yaşanması 4 mevsim turizm arzı oluşmasını sağlamaktadır.

- Turizm sektörünün ham maddesi sahip olunan doğal kaynaklar ve kültürel özellikler olduğundan ham madde yetmezliği yaşanmamaktadır.

- Ulusal ekonomiye büyük ölçüde katkı sağladığından “endüstrileşmeyi sağlayan endüstri” niteliğine sahiptir.

- Turizm sektörü yatırımları oldukça büyük sermaye gerektirdiğinden risk faktörü yüksektir.

- Aynı alandan hem seyahat hem konaklama hem de farklı hizmetler alınabildiğinden hizmet ürünü karma yapıya sahiptir.

- İnsan gücüne dayanır. Emek yoğunudur. Bundan dolayı teknoloji kullanımı sınırlıdır.

- Hizmetler anında tüketilir. Stok yapılamamaktadır.

- Turizm sektörü siyasal, sosyal ve ekonomik olaylardan etkilenmektedir.

2. TURİZM PİYASASI

2.1. Piyasa Kavramı

Piyasa kelimesi İtalyanca ‘da çarşı anlamına gelen “piazza” kelimesinden doğmuştur. Pazar kelimesi ise Arapça ‘da ki “bazar” kelimesinden gelmiştir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 93).

Piyasa kelimesi genel anlamda mal ve hizmet satıcılarının, bu mal ve hizmeti talep edenlerle fiyat ve miktar bakımından ilişki kurması demektir. Arz ve talepte bulunan taraflar, kimi zaman yüz yüze bulunmaktadır. Yani arzı elinde bulunduran gerçek veya tüzel kişiler talepte bulunanlara mal veya hizmet sunar fakat piyasa oluşumu için doğrudan bir ilişki şart değildir (Eğilmez, 2020, 65).

Arz ve talep tarafları, aracılar aracılığı ile ilişki kurabilmektedir.

Arzı ve talebi sağlayanların farklı sebeplerle bir araya geldikleri yer piyasadır. Arzı sağlayan ürünlerini satarak kârını maksimum seviyeye getirmek istemektedir. Talebi oluşturan taraf ise ihtiyaçlarını gidererek maksimum faydayı sağlamaktadır. Bu durum iki taraf içinde diğer tarafın var olmasıyla mümkün olur. İki taraflı ilişki içinde olduğu sürece anlam ifade etmektedir.

Tüketici açısından tanımlamak gerekirse; gereksinimlerini duyduğu mal ve hizmeti temin ettiği yer olarak tanımlanabilir.

Piyasanın olmazsa olmaz özellikleri şunlardır (Çeken, 2019, 84);

- Arz ve talep tarafını buluşturan bir örgüttür.

-Aynı cins malın fiyatı piyasanın her yerinde aynıdır. Fakat kendi piyasası içinde farklı masraf farkları olabilmektedir.

-Piyasa çok geniş ve farklı mal ve hizmetleri kapsamaktadır.

-Piyasadaki malların fiyatı arz ve talebe göre değişiklik göstermektedir.

-Süreklilik arz etmektedir.

-Piyasada çok satıcı varsa tam rekabet piyasası; tek satıcı varsa iki yönlü monopoldür.

2.2. Turizm Piyasası

Turizme ait mal ve hizmetlerin satıldığı yer turizm piyasasıdır. Bu piyasada arz kısmını turizm işletmeleri, talep kısmını ise turistler oluşturmaktadır. Turizm piyasası içerisinde ulaştırma konaklama, yiyecek, içecek, eğlence, dinlence, turizm acenteleri tur operatörleri yer almaktadır (Eğilmez, 2020, 46).

Turizm piyasası belirli bir bölgedeki turizm potansiyelinin belirlenen şartlar, fiyatlar ve zamanda bu hizmeti almaya razı olan, maddi yönden kendini hazır hissedenlerin bulunduğu yerdir.

Turizm piyasası da talepte bulunma gücüne sahip olanlar ile arz sağlama gücüne sahip olanların turizm faaliyeti oluşturma amacıyla belli bir yerde karşılaşmasıdır.

Turizm piyasası bireyler için farklı işletmeler için farklı anlamlar ifade etmektedir. Fakat arzı oluşturan işletmeler ile talep kısmını oluşturan bireylerin genellikle birbirinden uzak ve bağımsız olması, diğer sektörlerden farklı olarak turizm piyasasına soyut bir anlam katmaktadır.

Turizm piyasasında hem turist çeken, hem de turist gönderen yerlerin analizi yapılabilmektedir. Bu analiz yapılırken, talepte bulunan turistlerin hangi coğrafi bölgeden gelip hangi coğrafi bölgeye ziyarette bulunduğu coğrafi piyasa yaklaşımına girmektedir. Turistleri yaş, cinsiyet, eğitim ve benzeri durumlarından kategorize edip yapılan analizler, demografik ve kültürelidir. Ekonomik veya politik yaklaşımda ise turistlerin gelir gider seviyeleri, ülkelerin politik istikrarı gibi unsurlar analiz edilmektedir. Yapılan bu analizler sonrasında, gelecekte ne gibi adımlar atılacağı da göz önüne serilebilmektedir. Turistlerin zevk ve tercihleri doğrultusunda adımlar atılabilmektedir.

2.3. Turizm Sektöründe Fiyat Oluşumu

Fiyat, “bir mal veya hizmetin değişim değerinin parayla ifadesidir.” Bir başka deyişle para birimi ile ifade edilebilen değişim ölçütüdür.

Turizm talebine etki eden önemli unsur fiyattır. Turistler, her ne kadar fiyatları göz önünde bulundursa da seçimlerine etki eden birçok faktör vardır; reklamlar, tercihler, trendler, moda, merak, özentisi gibi.

Turizmde fiyatları talep belirlemektedir. Aralarındaki etkileşim farklılık gösterebilir. Bazen, turistik hizmetlerin fiyatını talep belirlerken bazen de talebin hacmi belirlemektedir.

Arzı fazla olan mal veya hizmetin fiyatı yüksek olurken arzı az olan mal veya hizmetin fiyatı düşük olabilmektedir. Arz, talep ve fiyat ilişkisi birbirine sıkı sıkıya bağlı bir ilişki içindedir (Mill, 2019, 97).

2.4. Turizm Talebi

Gidilecek olan herhangi bir yere talebin fazla olması (turizmle ilgilenenler) için büyük önem arz etmektedir. Turizm talebini arttıran diğer bir etken ise üretilen ürünlerin veya hizmetlerin o turizmin yapıldığı yerde tüketilmesi zorunluluğudur.

Turizm talebiyle ilgili çok sayıda tanımlama yapılmıştır. Bazıları şunlardır (Çeken, 2019, 65);

“Turizm talebi herhangi bir yeri gezen veya gezmeyi düşünen, yakında veya uzakta olan gezi mekânlarını kullanan kişiler toplamıdır”.

“Turizm talebi, turistik bir yere başka yerlerden gelen turistlerin yaptıkları hareketlerdir”.

“Turizm talebi, insanların yaşadıkları yerlerden uzakta, boş zamanlarını değerlendirmek ve yeterli ekonomik durumlarını kullanarak, günü birlik veya sürekli konaklamalarla turistik ürünlerden faydalandıkları tutarların toplamıdır”.

Turizm talebi için üç ana unsur vardır (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 92);

1) Gerçek veya efektif talep: Herhangi bir turistik yere gidecek olan insanların, gittikleri turistik mekândaki hizmet ve olanaklardan faydalanma hakkıdır.

2) Potansiyel talep: Çeşitli ekonomik ve zamansal sebeplerle istedikleri gezi planlarını hayata geçiremeyen kişilerdir.

3) Ertelenmiş talep: Yeterli veri sahibi olmayan, imkânlar konusunda sıkıntılar yaşayan veya her ikisinin de yokluğunu çeken kişilerin gezi planlarını gerçekleştirememesidir. Tüm bu şartlar sağlansa bile bu kişiler sadece konsantrasyon yakaladıkları zaman gezi yapabilirler.

Potansiyel ve ertelenmiş talep aslında kişilerin yapmak istedikleri fakat çeşitli nedenlerle yapamadıkları içlerinde hep yapmak isteği duydukları talepler olarak düşünülebilir.

Turizm kaynaklarında talep mevzusu büyük ehemmiyet arz etmektedir. Ama genelde anlamsal olarak hatalı kullanılmaktadır. Bastırılmış talepler hiç yokmuş gibi davranırlar dolayısıyla bunu ölçmek hiç kolay değildir.

Günümüzde giderek önemi yükselen turizm talebi daha karmaşık bazı etkenler tarafından uyarılmıştır. Bu etkenler (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 93);

- Çeşitli gezi firmalarının, turistlere yönelik yaptığı avantajlı gezi paketleri sunarak daha güncel planlar yapması.

- Gelişen ve daha serbest hale gelen havayolu ulaşımının etkisiyle seyahat tüketicilerinin daha büyük seçeneklere ulaşabilmesini sağlamaktadır.

- Seyahat firmalarının yaptığı paket turlar, herhangi bir yere gidecek olan turistlerin hem maliyetlerini hem de gezi tecrübesi az olan turistlerin endişesini azaltmıştır.

- Turizm sektöründeki değişiklik sürekli devam etmektedir. Çünkü sürekli değişen dünya düzeni, turistlerin sürekli değişen ihtiyaçları ve tercihleri, yaşanan teknolojik gelişmeler turizm sektöründeki sürekli değişimi zorunlu hale getirmiştir.

Yukarıdaki etkenler turizm sektörünün bütünüyle gelişmesini sağlamıştır. Çünkü insanlar bu sayede ekonomik geziler yapabilmişlerdir. Ekonomik gezilerde insanlara çekici gelmiş ve dolayısıyla turist miktarının sürekli artmasını sağlamıştır. Turizm ayrıca çeşitli alanların yükselmesine ve daralmasına etki etmiştir.

2.5. Turizm Talebinin Özellikleri

Turizm talebi başka hizmetlere yönelik taleplere göre isteğe bağlı olduğu için farklılıklar göstermektedir. Bunlar (Çeken, 2019, 67);

- Turizm talebi özel bir taleptir. Tamamen turizmi gerçekleştirecek olan kişinin duygularına, düşüncelerine ve isteklerine bağlıdır.

- Turizm talebinin içinde birden fazla ihtiyacı giderecek durumlar vardır. Örneğin; iş amacıyla seyahatler, yeme-içme amacıyla yapılan seyahatler, eğlence veya mutluluğa yönelik seyahatler, konut olarak gerçekleştirilen seyahatler gibi birden fazla ihtiyaca yönelik ve bu ihtiyacı giderici olabilmektedirler.

- Turizmi gerçekleştirecek olan kişiler için en önemli durum kendi ekonomik imkânlarıdır. Çünkü ekonomik olarak kişilerin kendi özel durumlarına göre seyahatin esnekliği değişebilir. Aslında her turist bir tüketicidir.

- Turizmdeki ürün ve hizmetlerin yerini başka hizmetler alabilir. Özellikle lüks hizmetleri söyleyebiliriz. Turizmin yerini lüks hizmetlere kaptırmamak için sağladığı imkânlara cevap verici ve rekabetçi olmalıdır. Böyle olduğu sürece turizm talebinden vazgeçmek çok zor olmayacaktır.

- Turizm sektörünün kendi içinde birbiriyle rekabet eden durumları vardır. Örneğin; konaklamaya harcanan giderler, ulaşım harcanan giderler, yeme-içmeye harcanan gider gibi.

- Her turizmin kendine özgü yapılması gereken mevsimler vardır. Yani belirli turizm belirli mevsimde yapılmaktadır. Dolayısıyla bazı mevsimlerde turizm

yoğunluğu yaşanabilmektedir. Bunu önlemenin yolu turizmi bütün mevsimlere dağıtmaktır.

- Turizm talebi global etkenlerden daha az etkilenecek gelişimin ve değişimini her zaman arttırmaktadır.

- Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, turistlere sağladığı imkân ve olanaklar ülkeler arası turizm ihtiyaçlarında ve turist tüketimlerinde farklılık göstermektedir.

- Turizm tüketiminde emredici motifler vardır. Engel ve Schobe bu motifleri incelemiştir. İki motifte de ortak olarak; kişilerin gelirleri arttıkça mecburi olmayan ihtiyaçlara (turizm gibi) yönelimi artarken; kişilerin gelirleri azaldıkça mecburi olmayan (turizm gibi) yönelim gelire oranla azalmaktadır.

2.6. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler

Turizm talebini etkileyen faktörleri; ekonomik olan faktörler ve ekonomik olmayan faktörler olarak ikiye ayırabiliriz. Ekonomik faktörler turizm talebini çok güçlü şekilde etkilemektedir. Ama bunu sürece yaydığımızda ekonomik olmayan faktörlerin turizm talebi daha fazla etkilediği görülmektedir. Turizmin sağladığı ürün ve hizmetler insanların ortak ihtiyaçlarından doğmaktadır (Eğilmez, 2020, 45).

Genel olarak ekonomik, psikolojik, sosyal ve politik faktörler turizm talebini etkilemektedir.

2.6.1. Ekonomik Faktörler

2.6.1.1. Milli Gelir

Herhangi bir ülkede bir yıl boyunca üretilen tüm ürünlerin ve hizmetlerin parasal karşılığıdır (Eğilmez, 2020, 116).

- Milli Gelir Miktarı: Milli gelir ile turizm talebi arasında doğrusal bir ilişki vardır. Milli gelir arttıkça turizm talebi artarken, milli gelir azaldıkça turizm talebi azalmaktadır. Çünkü turizm yapabilmek için insanlar yeterli bir gelire sahip olmalıdırlar.

- Kişi Başına Düşen Milli Gelir: Bir ülkenin toplam gelirini o ülkede yaşayan toplam kişi sayısına böldüğümüzde kişi başına düşen milli geliri buluruz. Kişi başına düşen milli gelir fazla ise turizm talebi fazla, kişi başına düşen milli gelir az ise turizm talebi azdır. Fakat kişi başına düşen milli gelirden vergi kesintileri alındıktan sonra insanların eline geçen net harcanabilir para ancak turizm gibi faaliyetlerde kullanılabilir. Vergiler ve kesintiler ne kadar az olursa turizm gibi sektörlere para yarılabilir. Tüm bunlarda turizm talebini etkilemektedir.

- Milli Gelir Dağılım Şekli: Bir ülkede milli gelir ülkede yaşayan insanlara ne kadar dengeli dağıtılır ise turizm talebi de dengeli bir şekilde tüm insanların katılabileceği bir hale gelmiş olmaktadır.

2.6.1.2. Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatı

Turistik mal ve hizmetlerin fiyatları ile turistik talep arasında ters orantı vardır. Yani turistik mal ve hizmetlerin fiyatı arttıkça turizm talebi azalmaktadır. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatları azaldıkça turizm talebi artmaktadır. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatı turizm talebi üzerinde çok büyük etkiye sahiptir (Çeken, 2019, 71).

Turizmi oluşturan unsurların her birinin fiyatındaki değişimler turizmin bütündeki unsurların fiyatlarını yeniden şekillendirerek iki türlü etki yapmaktadır.

- Gelir Etkisi: Turizmi oluşturan unsurların fiyatlarının artması turistlerin satın alma gücünü düşürmektedir. Eğer turizmi oluşturan unsurların fiyatları azalır turistlerin satın alma gücü yükselerek turizm talebini artırmaktadır.

- İkame Etkisi: Turizmi oluşturan mal ve hizmetlerin fiyatları yükseldiğinde turistler aynı ürünleri daha ucuza almaya çalışır. Bu da doğal olarak turizm talebini artırmaktadır.

2.6.1.3. Ulaştırma

Turistik arzı olan ülkelerin, turistik talebi çok fazla olan ülkelere yakın olması turizm talebini etkilemektedir. Turistik arzı olan ülkeler, turistik talebi olan

ülkelere yakın olursa turizm talebini olumlu etkiler (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 104).

Günümüzde turizm içindeki mesafenin fazla bir önemi kalmamıştır. Çünkü teknolojik gelişmeler (hız, konfor, güvenlik) mesafe kavramına bağlılığı azalmıştır. Ancak ulaştırma maliyetlerinin artması turizm talebini düşürmektedir. Mesafe ve ulaşım ücretlerinin toplamı düşünüldüğünde toplam ne kadar artarsa turizm talebi bundan olumsuz etkilenmektedir.

2.6.1.4. Ödemeler Dengesi

Ödeme dengesi açık veren ülkeler, ülke dışına döviz çıkışını engellemeye çalışmaktadırlar. Ülke vatandaşlarının yurt dışına çıkmasını, dövizleri sınırlayarak engellemeye çalışırlar. Buda turizmi olumsuz etkilemektedir. Ödeme dengesi fazla veren ülkeler ise bu fazlalığı turizm yoluyla bitirmeye çalışırlar. Buda turizmi olumlu yönde etkilemektedir (Çeken, 2019, 72).

2.6.1.5. Turizm Sektörünün Durumu

Bir ülkedeki turistik hizmetlerin kalitesi, fiyatı ve miktarı o ülkenin turizmi için çok önemlidir. Turistik hizmetler yeterli, kaliteli ve fiyatları da bütün insanlar için ekonomik olursa o ülkedeki turizm talebi artmaktadır. Turizm talebi arttığında o ülkenin turizm arzının üstüne çıkarsa o zaman fiyatlar yükselecek ve turistler yükselen fiyatlardan dolayı başka ülkelere yönelecektir. Bu durumda turizm talebini olumsuz etkilemektedir (Çeken, 2019, 72).

2.6.1.6. Konjoktürel Durumu

Küresel ekonomide meydana gelen dalgalanmalar turizm talebini etkilemektedir. Küresel ekonominin canlı olması, paranın çoğalmasını ve paranın dolaşımını hızlandıracağı için turizm talebini artırmaktadır. Fakat küresel ekonomi daralırsa, para azalacağı ve üretim duracağı için ekonomiyle doğrudan ilişkili olan turizm talebi bundan olumsuz etkilenmektedir (Eğilmez, 2019, 77).

2.6.2. Ekonomik Dış Faktörler

Turizm talebini etkileyen ekonomik faktörlerin yanında, ekonomik olmayan faktörlerin de etkilerini dikkate almamız gerekmektedir (Eğilmez, 2019, 108).

2.6.3. Sosyal Faktörler

Sosyal faktörler şu şekilde sayabilir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 101,102);

- Ailevi Durum: İnsanların durumları turizm talebini etkilemektedir. Kişilerin bekâr olmaları, az çocuklu veya çok çocuklu olmaları turizm talebini olumlu veya olumsuz etkilemektedir. Bebeği olan, çok çocuklu olan veya çocuklarının okul durumu olan aileler için turizm faaliyetleri zordur. Fakat bekâr kişilerin turizm faaliyetlerine katılmaları daha kolay olur.

- Dil Güçlükleri: Turizm seyahatlerine katılan kişilerin gittikleri ülkelerin dillerini bilmeleri işlerini kolaylaştıracaktır. Ya da insanların dillerine daha hakim oldukları ülkelere gitmeyi tercih edebilmektedirler. Ancak ortak dil bilmeseler bile gittikleri yerlerde turizm rehberleriyle bu sorun ortadan kaldırılabilmektedir.

- Eğitim Seviyesi: Kişilerin eğitim seviyeleri yükseldikçe yeni bilgiler edinecek ve bu bilgiler yerinde görme isteği oluşturacaktır. Eğitim seviyesi yükseldikçe turizm talebi bundan olumlu etkilenecektir. Eğitim seviyesi yüksek olmayan kişilere de belirli turizm eğitimleri verilerek turizm talebi arttırılabilmektedir.

- Meslek: Özellikle bazı meslek gruplarının büyük şirket sahipleri veya uluslararası şirket yöneticileri gibi mesleklerin sürekli ülke dışına farklı ülkelere girme gerekliliği turizm talebini olumlu etkileyecektir. Ancak gelir seviyesi düşük mesleklerin ekonomik durumları yeterli olmadığı için turizm talebi olumsuz etkilenecektir.

- Yaş ve Cinsiyet: Turizm seyahatlerine katılan kişilerin yaş ve cinsiyetleri turizm talebini etkilemektedir. İnsanların yaş ve cinsiyetlerine göre tercih ettikleri turizm çeşitleri değişiklik göstermektedir. Mesela gençlerin daha sportif faaliyetleri tercih ederken, yaşlıların daha sağlık turizmine yönelmesi örnek olabilir.

- Şehirleşme: Şehirlerin kalabalığından, gürültüsünden ve yoğunluğundan bunalan insanlar dinlenmek ve stres atmak amacıyla turizm faaliyetlerine daha fazla katılmaktadırlar.

- Sosyal Mevzuat: İnsanların yaşadıkları ülkelerin tatillerinin süreleri turizm talebini olumlu etkilemektedir. Bir ülkede ne kadar fazla tatil olursa o ülkede turizm hareketliliğinin o kadar fazla olduğu düşünülmektedir.

2.6.4. Politik Faktör

- Turistin Kendi Ülkesinin Politik Durumu: Turizm seyahatlerine katılacak kişilerin yurt dışına çıkış yasağının olmaması gerekmektedir.

- Gidilen Ülkenin Politik Durumu: Turizm seyahatlerine katılacak kişiler dinlenmeye, gezmeye, eğlenmeye gittikleri için daha özgürce hareket edebileceği ülkelere girmek istemektedirler.

- Genel Politik Durum: Ülkeler arasında ki diplomatik ve politik ilişkiler turizm talebini etkilemektedir. Günümüzde ülkeler arası ilişkiler iyi durumda olduğundan turizm talebi sürekli artmaktadır (Çeken, 2019, 74).

2.6.5. Psikolojik Faktörler

Turistik hareketlerde insanların duygusal ve parasal olarak tatmin olma duyguları sürekli büyüme eğilimindedir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 104).

- Daha kaliteli olan mal ve hizmetler turistlerin ilgilerini çekebilmektedir.

- Değişen ve gelişen ihtiyaçlara göre turistik hareketlerde mesafe daha da uzayabilmektedir.

- Turizm hareketlerine katılan turistlerin konaklama süreleri uzayabilmektedir.

- Yapılan her turistik hareket daha başka turistik hareketlere katılma isteğini ve arzusunu sürekli olarak arttırmaktadır.

2.7. Turizm Talebinin Fiyat Esnekliğini Etkileyen Faktörler

Turizm talebin fiyat esnekliğini etkileyen faktörleri şu şekilde sıralayabiliriz (Çeken, 2019, 81; Eğilmez, 2019, 239,240).

1) Turistik Mal ve Hizmete Karşı Duyulan İhtiyacın Şiddeti: Turizm kişisel isteğe bağlı olan bir hareketliliklerdir. Fakat bazı turizm hareketlerinde kişisel ihtiyaçlar karşılanabildiği için ne olursa olsun azalma olmayabilir. Sağlık turizmi buna güzel bir örnektir. Çünkü sağlık turizminde insanlar şifa bulmaya gittikleri için bu zevk olmaktan çıkacaktır ve ihtiyaç haline gelecektir. Fakat sadece kişisel zevk için yapılan turistik hareketlerden o günkü durumlara göre vazgeçilebilmektedir.

2) Turistik Mal ve Hizmetin İkame Olacağı: Turistlerin gittikleri yerlerde ürünler ve hizmetler anlamında önüne ne kadar seçenek gelirse bu durumun turistik tüketimi çeşitlendireceği için her kesimden turiste hitap edebilecektir. Turistik tüketim çeşitliliği fazla olan yerlerde turizm talebi sürekli artacaktır.

3) Turistik Mal ve Hizmetlerin Turist Bütçesindeki Payı: Turistlerin gittikleri turistik yerlerdeki ürün ve hizmetlere harcadıkları para ne kadar az olursa turizm talebi artacağı gibi ürün ve hizmetlerin fiyatları fazla değişmeyecektir.

4) Turistik Mal ve Hizmetlerin Fiyatındaki Değişimden Sonra Geçen Zaman Süresi: Turistik ürün ve hizmetlerin fiyatı düştüğünde turistler bu durumdan nicelik olarak daha fazla faydalanacaktır. Fiyat değişimleri kısa süreli dönemlerde zor iken uzun süreli dönemlerde zor iken uzun süreli dönemlerde daha değişken olabilmektedir.

2.8. Turizm Arzı

2.8.1. Arzın Tanımı

Mal ve hizmet miktarının fiilen satılmak istenmesine arz denmektedir. Bu mal ve hizmetin arz sayılabilmesi için piyasaya sürülmüş olması gerekmektedir. Yani, stok olarak mal ve hizmet arz değeri görmez. Mutlaka piyasaya sürülmüş olması gerekmektedir (Mill, 2019, 61).

Arzı, gerçek veyahut tüzel kişilerin satmak istedikleri mal ve hizmet miktarı olarak tanımlamak mümkündür. Bu mal ve hizmetin piyasa arzı belirli bir süre içinde mal ve hizmet akışı veya akım anlamında bir arzı ifade etmektedir. Arz belirlenmiş bir zaman diliminde, önceden belirlenen fiyattan satılmak istenen mal ve hizmetlerin miktarıdır (Eğilmez, 2020, 59).

Firma arzı ise bir firmanın satmak niyetiyle piyasaya mal ve hizmet sürmesidir. Sektör arzı da aynı alandaki firmaların tamamının oluşturduğu arzıdır.

Bir mal veya hizmetin arz miktarı birçok değişkene bağlıdır. Bunun yanı sıra bir mal veya hizmetin arzı öncelikle fiyatıyla ilişkilidir. Eğer bir malın fiyatı yüksek ise arzı da yüksek olmaktadır. Bu duruma “Ceteris Paribus” denir. Diğer taraftan, malın fiyatı düşük ise arzı da düşecektir. Fiyat ile arz arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır.

2.8.2. Turizm Arzı

Turizm arzı ile alakalı tanımlar incelendiğinde genel olarak aynı noktalara değinen benzer tanımlamalara rastlamak mümkündür (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 75);

Turizm arzı turizm faaliyetlerine katılanlara doğrudan veya dolaylı olarak sunulan doğal ve insan yapımı çekici tüm mal ve hizmetleri sunmaktır. Turizme bağımlı veya turizmden bağımsız olarak iki farklı arz tanımı yapılabilmektedir. Turizmden bağımsız arz; doğal şartlar, değerler, olaylar gibi durumlardır. Turizme bağımlı arz ise kamu iradesinin turistik arzıdır.

Bir ülkede bulunan tüm doğal ve insan yapımı turistik zenginlikler, turizm arzı adını alır. Bu turistik zenginlikler belli bir dönemde belli bir fiyata ve belli şartlarda, turistlerin hizmetine sunulmuştur. Bu durumda, turizm verileri ve hammaddeleri, kullanılmış olmaktadır (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 70).

Ülkede tüm turistik zenginlikler turizm arzı anlamına gelmemektedir. Turizm potansiyeli kullanılabildiği ve işletilebildiği durumlarda turizm arzına dâhil olmaktadır.

Özetlemek gerekirse belli bir bölgede, belirli şartlarda, belirli bir fiyata satılmaya razı olunan turistik zenginliklerin miktarıdır.

Turistik arz kapasitesi ise maddi hizmetlerin kalitesi turizm personelin becerisi, konaklama, yiyecek – içecek, eğlence, dinlence gibi ihtiyaçlara cevap verebilen, turistler tarafından satın almaya razı olunan bütün mal ve hizmetlerin tümüne verilen addır.

2.8.3. Turizm Arzının Özellikleri

Turizm arzının tanımını yaptıktan sonra daha iyi anlaşılması adına özelliklerini de açıklamak gerekmektedir (Çeken, 2019, 50);

- Turizm yatırımları yüksek sermaye gerektirmektedir. Lüks bir yiyecek içecek işletmesi açıp işletmek büyük yatırım gerektirmektedir.
- Turizm çok fazla kişiye hitap ettiğinden her insana uygun mal ve hizmet ürünü sunması gerekmektedir. Çünkü en önemli unsur müşteri memnuniyetidir
- Turizmde hizmete sunulan mal veya hizmet anında tüketilmektedir. Bundan dolayı stoklama yapılamamaktadır.
- Turizmde tüm risk satıcı üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu da girişimcileri çekimser yapmaktadır.
- Turizm sektörü emek yoğun insan gücüne dayanmaktadır. Bundan dolayı makineleşme otomasyon kullanıma çok sınırlıdır.
- Diğer sektörlerde sunulan ürünler paketlenerek satılacakları yere ulaştırılırken turizm sektöründe hizmeti alan kişi, ürüne kendi gelmektedir.
- Konaklama hizmetlerinde, turizm arzı daha belirgindir. Yatak kapasitesi arz kapasitesidir; kapasite kullanımı ise konaklanan gece sayısıdır.
- Turizmde tam rekabet yoktur. Çünkü her turist farklı bir bölgeyi merak eder. Mevsimlere göre farklı turizm faaliyetleri yapılmaktadır.

2.8.4. Turizm Arzının Unsurları

Bir bölgenin sahip olduğu turistik zenginlikler o bölgenin arzının fazla olduğu anlamına gelmemektedir. Çünkü turizm arzı, birtakım şartlar, fiyat ve zaman bakımından turist tarafından satın alınmasıyla oluşmaktadır.

Turizmin, birden fazla çeşide sahip olması arz potansiyelinin değişkenlik göstermesine sebep olmaktadır. Buna karşın belli başlı unsurları vardır ki değişmez; doğal kaynaklar, sosyal kaynaklar, psikolojik unsurlar ve turizm sektörünün durumu gibi.

Ayrıca turizm arzının bileşenleri beş kategoriye ayrılmıştır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 83);

1- Doğal kaynaklar; sahip olunan doğal unsurlar bu kategoride yer almaktadır; hava iklim, yer şekilleri, su kaynakları gibi.

2- Altyapı; bu tesislere, kanalizasyon, yollar, köprüler, elektrik ve gaz dağıtım gibi unsurlar örnek verilebilmektedir.

3- Üstyapı; yerüstü tesisleri, tatil siteleri, oteller, mağaralar gibi yerlerdir.

4- Ulaştırma ve Ulaştırma Donanımı; gemi, uçak, otomobil, tren gibi.

5- Konukseverlik ve Kültürel Kaynaklar; turistlerin en iyi şekilde ağırlanmasını sağlayan tüm unsurlar burada yer almaktadır.

3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

3.1. İstihdam Kavramı

Ekonomi biliminde istihdam terimi dar ve geniş olarak iki anlamda kullanılmaktadır. Dar anlamıyla; yalnızca emek ve onun üretim faaliyetlerine katılması akla gelmektedir. Üretim unsurlarından bir kısmının etkisiz kalması ekonomide eksik istihdam oluşturmaktadır. Emeğin her istihdam seviyesinde değişen oranı dar anlamda kullanılan istihdam için kullanılabilir.

Geniş anlamda istihdam ise bir ekonomide kullanılan bütün üretim faktörlerini kapsamaktadır. Bir ekonomide tüm üretim faktörleri tamamıyla kullanılıyorsa o ekonomi ulaşılabileceği en yüksek düzeye ulaşmış olur. Buna “tam istihdam milli gelir seviyesi” denmektedir (Şit, 2016, 101-117).

3.2. İşsizlik

İşsizlik sorunu Türkiye’de Cumhuriyet yıllarından bu yana çeşitli nedenlerden dolayı sürekli artış göstermiştir. Yaşanan hızlı toplumsal değişimler ve ekonomik sorunlar bu nedenlerdendir. 1950 yılından sonra köyden kente büyük göç hareketleri olmuştur. Bu göç büyük işsizlik sorunu oluşturmuştur. Küreselleşen dünya ve ayak uydurulamayan teknolojik gelişmeler 80’li ve 90’lı yıllarda çok yüksek işsizlik oranlarına neden olmuştur. 2001’de yaşanan ekonomik kriz rakamları daha yüksek seviyelere çıkarmıştır. Ayrıca 2001 krizinin etkileri hala devam ederken bir de 2008 krizi patlak verince işsizlik oranı daha da yüksek rakamlara ulaşmıştır. Peş peşe yaşanan iki kriz ardından genel olarak ekonomide bir iyileşme olsa da işsizlik oranlarında anlamlı bir düşüş yaşanmamıştır (Yenilmez ve Kılıç, 2018, 57).

3.3. İstihdam – Turizm Sektörü İlişkisi

Turizm sektörü 80’li yıllardan sonra gelişme göstermeye başlamıştır. Gelişmeyle beraber ülke ekonomisine de katkı sağlayan sektörlerden olmuştur. Ayrıca Türkiye dünya sıralamasında turist ziyaretlerinde önemli bir yere sahiptir. Turizm sektörü ekonomiye döviz girdisi sağladığı için önemli bir sektördür. Bunun yanı sıra yeni istihdam alanları yaratması dolayısıyla işsizliğin azaltılmasında ve ödemeler dengesi problemlerinin giderilmesinde de önemli bir yere sahiptir. Bunun

etkisiyle turizm, ekonominin gelişmesi ve büyümesine etki eden çok önemli bir kilit role sahiptir (Akın, Şimşek ve Akın, 2012, 64).

Emek yoğun bir özelliğe sahip olan turizm sektörü doğrudan ve dolaylı istihdam sağlama özelliğine sahiptir. Ülkedeki toplam istihdam hacmini, turizmin oluşturduğu istihdam büyük ölçüde etkilemektedir. Turizmin etkiledi istihdamı üç başlıkta açıklayabiliriz. Bunlar (İlkbahar, 2016, 103,104);

- Doğrudan istihdam; sektör içerisinde var olan otel, restoran ve acente gibi turizmin yapı taşlarını oluşturan işletmelerin oluşturduğu istihdam türüdür.

- Dolaylı istihdam; direkt olarak sektör içerisinde istihdam edilmeyen, turistik harcamalardan kaynaklanmayan fakat sektörle alakalı olduğundan turistik arzlara cevap veren diğer sektörlerde oluşan istihdam türüdür. Ulaşım, eğlence ve alışveriş merkezlerinde çalışan personel buna örnek olabilmektedir.

- Ek istihdam; turistik bölgede işletmeye sahip olan halkın, turistik harcamalardan elde ettiği geliri tekrardan harcamasıyla oluşan istihdam türüdür. Buna örnek olarak bakkal, market, kuyumcu harcamaları gibi harcamalar verilebilir.

Bununla beraber, turizmin istihdam etkisi tam anlamıyla ölçülememektedir. Bunun nedeni istihdam verilerinin yalnızca istihdam edilenleri kapsamasıdır. İstihdamı sağlayanlar ve kendi işletmesinde çalışanlar istihdam verilerine dâhil edilememektedir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de kendi aile otelini işleten birçok insan vardır. Bu insanlar dâhil edilmediğinden, veriler önemli ölçüde eksik kalmaktadır. Ayrıca sektörde turizmle alakalı olmayan personelde istihdam edilebilmektedir. Örneğin; muhasebeci; turizm sektörüyle alakalı olmamasına rağmen turizm işletmesi içinde çalışmaktadır. İstihdam verilerini etkileyen diğer unsur ise mevsimlik –sezonluk- işçilerdir. Daimi çalışan personel olmadıkları için verilerde oynamaya neden olmaktadır (İlkbahar, 2016, 104).

Dünya Turizm Örgütü tahminlerine göre turizm sektörü ileriki yıllarda istihdam sağlamada ilk sırada yer alan sektör olacaktır.

Tablo.9. Turizm sektöründe sigortalı çalışan sayısı

Yıllar	Kişi x1000
2008	259
2009	261
2010	454
2011	681
2012	786
2013	937
2014	1.050
2015	1.066
2016	890
2017	922
2018	1.083

Kaynak: Türkiye Otelciler Federasyonu, *Turofed Dergi (Sayı:1-10)*, (25.12.2019) tarihinde, <https://www.turofed.org.tr/turofed-dergi>

Tablo 9 incelendiğinde turizm sektöründe sigortalı olarak çalışan kişi sayısının 2016 yılına kadar artışta olduğu görülmektedir. Ancak 2016 yılında ülkede yaşanan darbe girişiminden dolayı turizm olumsuz etkilenmiş ve buna bağlı olarak da istihdam sayısı %19 düşüşe geçmiştir. 2017 ve 2018 yıllarında uygulanan turizm ve teşvik programlarıyla sektör canlanmış ve istihdam sayısı tekrar yükselişe geçmiştir.

İstihdamın tanımını yaptıktan sonra onu üç ana başlık altında incelemek gerekirse (Mill, 2019, 176);

1-Eksik istihdam; Bir ekonomide var olan iş ve emek gücünün o ekonomide tamamen kullanılamamasıdır. Farklı bir deyişle iş arayanların iş bulamaması, işverenlerin eleman bulamamasıdır

2-Tam istihdam; bir ekonomide var olan tüm iş ve emek gücünün o ekonomide tamamen kullanılmasıdır.

3-Aşırı istihdam; emek ve işgücü arzının emek ve işgücü talebini karşılayamamasıdır.

Turizmde istihdam, teknoloji ve otomasyondan sınırlı şekilde yararlanmaktadır. Bundan dolayı insan gücüne olan ihtiyaç fazladır. İnsan gücüne olan ihtiyacın fazla olması, bu sektörü istihdam etme bakımından diğer sektörlerden üstün kılmaktadır. İstihdamın fazla olmasının nedenleri (Tatlıyer, 2020, 17);

- Emek yoğun olan turizm sektöründe teknoloji, rezervasyon yapma ile sınırlıdır. Bunun dışında kalan tüm alanlarda insan gücü baskındır.

- Düşük ücretli iş gücü; turizmde, genellikle sezonluk işçiler, vasıfsız veya yarı vasıflı elemanlar kullanılmaktadır. Bundan dolayı düşük ücret ödemesi yapılmaktadır.

- Yarı zamanlı veya geçici istihdam, yüksek sezonda artan talebi karşılayabilmek için alınan çok sayıda yarı zamanlı veya geçici işçileri kapsamaktadır. Sektörün 7/24 hizmet veriyor olması nedeniyle vardiyalı sisteme bağlı çok sayıda eleman çalışmaktadır.

- Mevsimsellik; sezonluk artan talepler doğrultusunda iki çeşit emek gücü oluşur. İlki tüm yıl boyunca turizm işletmesinde kalıcı olarak çalışanlar, diğeri ise yüksek sezonda geçici olarak istihdam edilenlerdir.

Ülkeler arasında turizm sektöründe yapılan hizmetler, işletme özellikleri, istihdam edilen personel özellikleri farklı olsa da turizmin istihdam üzerindeki etkisini etkileyen belli başlı unsurlar vardır (Çeken, 2019, 1; Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 4-11);

- Ülkedeki ekonomik yapı ve iş politikaları
- Turizm sektörünün diğer sektörlerle olan rekabet durumu
- Ülkedeki turizm faaliyetlerinin mevsimsel mi yoksa bütün sezonlarda mı geçerli olduğu
- Ülke gençlerinin, turizm faaliyet ve politikalarına nasıl baktığı

- Turizm sektörüne istihdam edilen personelin yetenek ve bilgi düzeyi
- Sektör içi işlerin yarı zamanlı olup olmaması.

İstihdamın, tüm verileri ve özellikleri incelendikten sonra istihdam çeşitlerine bakmakta fayda var. İstihdamın, dolaylı, doğrudan ve uyarılmış olmak üzere üç farklı çeşidi vardır (Eğilmez, 2020, 38);

1- Doğrudan istihdam, turizm sektöründe turizm işletmelerinde bizzat görev yapanların oluşturduğu istihdamdır.

2- Dolaylı istihdam, turizm sektörünün kendi ihtiyaçlarını karşılamak adına yararlandıkları mal veya hizmet satın aldıkları yerlerde çalışanların oluşturduğu istihdamdır.

3- Uyarılmış istihdam, doğrudan veya dolaylı yoldan istihdam edilenlerin elde ettikleri gelirleri, yöre halkı işletmelerinde harcamasıyla oluşan istihdamdır.

Turizm sektörünün hem sezonluk hem de çok fazla yarı zamanlı personel çalıştırması bu sektördeki istihdam sayısının tam olarak bilinmemesine neden olmaktadır. Bu sektöre hizmet verenlerin, turizmle ilgili olmayan ama aynı işletme içinde çalışanlar olduğu görülmektedir. Örneğin, konaklama işletmesinde çalışan bir muhasebeci, turizmle ilgisi olmamasına rağmen turizm sektöründe çalışmaktadır. Diğer yandan, bu veriler yalnızca istihdam edilenleri kapsar. Kendi işletmesinde çalışanları kapsamaması sektörde de çok fazla kendi işletmesine sahip aile olduğu için yine bu veriler dışında kalırlar. Mevsimlik işçilerde bu verileri hem yıl içinde hem de yıldan yıla oldukça değiştirir.

Turizm sektörünün sağladığı istihdamın başlıca özelliklerini şu şekilde sıralayabiliriz.

- Sektörün mevsimsel özelliğinden dolayı belirli zamanlarda personel alımı çoğalır.
- Sezonsal olması, eksik istihdama yol açmaktadır.
- Talebin arttığı dönemlerde kalifiye eleman sayısı artmaktadır.

- Vasıfsız veya yarı vasıflı işgücüne sahip olanlara iş imkânı sağlamaktadır.
- Kadın personel sayısı diğer sektörlerden çok fazladır.
- Sektörün 7/24 çalışma anlayışı sosyal hayatı etkilemektedir.

3.4. Turizmin Diğer Sektörlerle İlişkisi

Turizm hizmetler sektörün bir alt dalıdır. Hizmetler sektörünün bir alt dalı olmasıyla birlikte diğer sektörlerle de ilişki içindedir.

Turizm sektörü turizmin ihtiyaç duyduğu mal ve hizmetleri karşılarken, ekonominin birçok sektöründen yararlanmaktadır. Yararlanmakla kalmaz, bazı alanları kapsayarak onların da gelişmesini sağlamıştır. Bir ülke turizminde artan talep beraberinde sanayi, tarım ve hizmetler sektörünü içine alacak şekilde o ülkenin ekonomisine yayılmaktadır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 252).

Turizm sektörü içerisinde yer alan, konaklama, yiyecek içecek ve eğlence işletmeleri kendi bünyelerine mal ve hizmet satın alırken, tarım ve sanayi sektörleri ile yakın ilişki içindedir. Böylelikle turizm sayesinde ülkeye giren döviz ve gelir etkisi farklı sektörlerle yayılmış olur (Çeken, 2019, 143).

Ülke ekonomisini oluşturan ekonomik sektörler giderek değişmekte ve gelişmektedir, bu durum toplumun ekonomik ve sosyal yapısında değişimler meydana getirmektedir. Bunun temel nedeni, yerli halkı ve yabancı turistlerin ihtiyaçlarının farklılaşmasıdır. Yerli halkın ihtiyaçları ile turist ihtiyaçları arasında farklar vardır.

Son dönemlerde Türkiye'ye yurtdışından çok sayıda turist gelmektedir. Dolayısıyla talep oldukça fazladır. Talebi karşılamak adına turizm sektörü birçok alana yayılıp, birçok sektörle ilişki kurmuştur. Önceleri 32 farklı sektörle girdi çıktı sağlarken, son dönemlerde bu sayının 54'e çıktığı görülmektedir.

3.4.1. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi

Turizm sektörü tarım sektörüne önemli ölçüde gelir sağlayan bir sektördür. Gelir etkisinin yanında istihdam sağlayıcı etkisi de vardır.

Artan turizm faaliyetlerinin yaratmış olduğu ihtiyaçlara, özellikle yüksek sezonda cevap vermek adına tarım sektöründen oldukça yararlanılmaktadır. Turistlerin yeme içme ihtiyacını karşılamak için tarım sektöründen, mal satın alırlar. Böylece hem gelire hem de istihdama etki etmektedir.

İstihdam açısından etkisine değinecek olursak, mevsimsel de olsa turistik faaliyetlerin ihtiyaçlarına cevap vermek adına tarım sektöründe çok fazla işgücü istihdam edilmektedir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 14).

Gelir ve istihdama olan olumlu etkilerinin yanında bazı olumsuz etkileri de vardır örneğin, tarım arazilerinin imara açılması ve bu arazi sahiplerinin yaşam tarzını değiştirmek zorunda kalması gibi.

3.4.2. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkisi

Turizme olan talebin artmasıyla birlikte sanayi sektörüyle olan ilişkisi de artmaktadır. Bu ilişkiye çeşitli şekillerde oluşur (Çeken, 2019, 149);

- Altyapı yatırımlarının yapılması için kullanılan araç gereçlerin üretildiği sanayi kolları ile olan ilişki

- İşletmelerin yapımında kullanılmak üzere malzeme temini yapan inşaat sektörü ile ilişkisi

- Teknolojik gelişmeleri takip edip, gelişen teknolojiye ayak uydurmak üzere otomasyon, sistemlerinin güncellenmesi, bilişim, sanayiye ile olan ilişkisi

- Yiyecek içecek sektörünün gelişmesi ile tarım ve sanayi ile ilişkisi

3.4.3. Turizmin Hizmet Sektörüne Etkisi

Turizm hizmetler sektörünün içerisinde önemli bir yere sahiptir. Dünya genelinde ticaretin dörtte üçünün hizmetler sektörü oluşturmaktadır. Turizmin hizmet sektörüyle olan ilişkisini inceleyecek olursak (Çeken, 2019, 149);

- Bir ülkedeki veya bölgedeki esnafın oluşturduğu üretim sektörünü geliştirmektedir. Fırın, manav, bakkal gibi.

- İnşaat sektörü gibi üçüncü üretim sektörlerini geliştirmektedir
- Kafe, pastane, çiçekçi gibi konfora yönelik üçüncü üretim sektörlerini geliştirmektedir.
- Turistlerin sağlık ve güvenlik ihtiyaçlarına yönelik üçüncü üretim sektörlerini geliştirmektedir.
- Lüks tüketim ürünlerine hizmet veren kuruluşların üçüncü üretim sektörünü geliştirmektedir.

3.5. Turizmin Alt ve Üstyapıyla İlişkisi

Turizmde artan talebe paralel olarak altyapı ve üstyapı çalışmalarını geliştirmek gerekmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler için turizmin gelişmesi açısından oldukça önemlidir. Altyapı çalışmaları devlet eliyle yapılmaktadır. Devlet bunu yaparken, hem halkın ihtiyaçlarını karşılamak hem de ekonomik gelişme sağlama amacındadır. Bir bölgede yapılan altyapı çalışmasının, turizmle ne kadar alakalı olduğunu saptamak zordur. Bu durum turizmin altyapı üzerine olan etkisinin belirlenmesini zorlaştırır. Fakat turizmin gelişmesiyle, altyapının da gelişeceği tahmininde bulunabiliriz (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 120).

Turizm bölgesinde yapılan yol, su, elektrik, kanalizasyon, müze, planlar ve benzeri altyapı çalışmaları fiziksel altyapıda yer alır. Kamu kurum ve kuruluşlarının, turizmi geliştirmeye yardımcı olmak adına yürüttüğü etkinlikler, kurumsal altyapıda yer almaktadır.

Üstyapı ise turizmin gelişmesinde altyapı kadar öneme sahip olmakla birlikte sektöre daha fazla bağımlıdır. Çünkü altyapı, yalnızca turizme hizmet etmez, genel yöre halkının da hizmetine açıktır. Fakat üstyapı tamamen turizme hizmet etmektedir. Barınma, beslenme, eğlenme ve dinlenme gibi birçok ihtiyacı karşılayacak şekilde, üstyapı, işletmeleri inşa edilmektedir. Birincil üstyapı işletmeleri konaklama, yiyecek, içecek işletmeleri, eğlence ve alışveriş merkezleridir. İkincil üstyapı birimleri ise birincil üstyapı birimlerini tamamlayıcı nitelikte olan ulaşım, araç bakım ve onarım merkezleri, doğal güzellik alanları, sağlık güvenlik

gibi birimlerdir. Birinci, üstyapı ve ikincil üstyapı birimlerini geliştirerek (Çeken, 2019, 151);

-Konaklama işletmelerinin kapasitesi artırılmaktadır.

-İkincil üstyapı faaliyetleri, turistlerin harcama yapmasını sağlamaktadır.

-İkincil üstyapı, turizmin sezon süresini artırmaktadır.

-Yeni istihdam alanları oluşturmaktadır.

-Konaklama tesislerinin çok yönlü olmasıyla turistler, aynı işletmede daha fazla zaman ve para harcamaktadır.

-Doğal güzellikler ve tarihi yalanlar daha özenle korunmaktadır.

3.6. Turizm Sektörünün İstihdam Oluşturduğu Alanlar

Şekil 1’de turizm harcamalarının doğrudan veya dolaylı olarak istihdam oluşturduğu alanlar verilmiştir. Şekil incelendiğinde turizm sektörünün konaklamadan muhasebeye kadar birçok alana etki ettiği görülmektedir.

Tablo.10. Turizm Harcamalarının İstihdam Oluşturduğu Alanlar

Turistlerin Harcama Yaptıkları Yerler	Turizm Sektörünün Yaptığı Harcamalar	En Son Yarar Sağlayıcılar
Konaklama Yiyecek İçecek Uluslararası Ulaşım Gezi ve Turlar Eğlence Hatıra ve Hediyelik Eşya Fotoğraf ve Bant Kişisel Bakım, ilaç ve kozmetik Giyim Değişik	Maaşlar ve Ücretler Bahşişler, İkramiyeler Yerel Vergiler, Gelir Vergiler Komisyonlar Müzik ve Eğlence Yönetimsel ve Genel Harcamalar Yasal ve Mesleki Hizmetler Yiyecek İçecek vb. Satın Alımlar Malzeme ve Üretim Maddeleri Alımı Tamir Bakım, Onarım, Koruma Reklam, Tanıtım, yayın, iyileştirme Çalışmaları Toplu Hizmetler, Su, Gaz, Elektrik, Çevre vb. Ulaştırma Lisanslar, İzin belgeleri Sigorta primleri Gayrimenkul ve araç gereç kiralama Mobilya ve Demirbaş eşyalar Borçların anapara ve faiz geri ödemeleri Gelir, kurumlar ve diğer vergiler Amortisman Yatırımcılara ve yabancı sermayeye geri dönüş (kar payı ve iştirak hissesi olarak)	Muhasebeciler, gayrimenkul yapıcı ve satıcıları, medya yayın evleri, matbaalar Reklamcılar, sigorta şirketleri Nalburiye dükkânları Mimarlar, avukatlar, bankalar Esnaf ve zanaatkârlar Otomobil acenteleri, danışmanlar Fırınlara, bakkallar Plaj yardımcıları, rehberler Kasaplar, yemekçiler, veznedarlar Kasiyerler, hayır kurumları, seyahat işletmeleri, finansmancılar, emlakçılar eczaneler baharatçılar Tezgâhtarlar, sekreterler Giyim mağazaları, konfeksiyoncular Kulüpler, barlar, diskolar Müteahhitler, ressamalar, yöneticiler vb.

Kaynak: (Yıldız, 2011, 63)

3.7. Turizm Sektöründe İstihdam Özellikleri

Turizm sektörü genel itibariyle yaz mevsiminde yoğunluk yaşayan bir sektördür. Buna bağlı olarak mevsimlik işçi oldukça fazladır. Son 10 yılda yapılan yatırımlarla birlikte hem kalifiye hem de kalifiye olmayan işçiye istihdam sağlamaktadır. Buradan hareketle istihdam özelliklerini şu şekilde sıralayalım (Barutçugil, 2004, 257);

- Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında kadın çalışan sayısı fazladır.
- Mevsimlik işçi gücü yoğundur.
- Aynı işletme içinde farklı yaş, meslek, gelir ve kültür grubundan gelen personel görev alabilir.
- Hem mevsimlik olması hem de tam ve yarı zamanlı çalışan personelin olması nedeniyle kaç kişinin istihdam edildiği istatistiksel olarak belirlenemez.
- İş gücünün ne kadarının direkt olarak sektöre ne kadarının yöre sakinlerine hizmet sunduğu tespit edilemez.
- Personel değişim oranı oldukça yüksektir. Buna neden olarak mevsimlik işçi, düşük ücret ve çalışma şartlarının zorluğu gösterilebilir.
- Yabancı personel çalıştırma potansiyeli yüksektir.
- 7 gün 24 saat hizmet sunma özelliği vardır.
- Sektör henüz sendikalaşmaya uygun değildir.

3.8. Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Ödemeler dengesi bir ülke içinde yaşayanların bir yıl içerisinde diğer ülkelerle yaptıkları iktisadi işlemlerdir farklı bir deyişle, bir ülke vatandaşlarının başka ülkelere farklı nedenlerle yaptığı döviz girdisinin bilançosal gösterimidir (Eğilmez, 2020, 171).

Bu iktisadi işlem sonucunda ülkeye döviz girdisi sağlanıyorsa alacak kalemi, çıktı oluyorsa borç kalemi olarak kayıt yapılmaktadır. Bu nedenle, ödemeler dengesi

kayıtları alacak ve borç olarak iki taraflı olarak kayıt edilmektedir. Ödemeler dengesi 4 bölümden oluşmaktadır (Eğilmez, 2019, 282);

1.Cari işlemler hesabı; Bu hesabı kendi içinde de 4 kola ayırılır.

Dış ticaret dengesi hesabı.

Hizmetler dengesi hesabı.

Birincil gelir dengesi hesaba

İkincil gelir dengesi hesabı.

2.Sermaye hesabı; üretimi yapılmayan veya iktisadi olmayan varlıkların tutulduğu hesaptır.

3.Finans hesabı; yatırımları kapsar.

4.Net hata ve noksan hesabı; çeşitli nedenlerden dolayı oluşan hata ve açıklıkları kapsar.

Uluslararası turizmden kaynaklı oluşan dövizler, dövizdeki arzı ve talebi etkiler. Turist alan ülkeler döviz arzına, turist veren ülkeler döviz talebini uyararak artıran bir rol oynamaktadır. Turizmin ödemeler dengesindeki etkisi meydana gelmiş olur.

Turizmin aynı zamanda ihracata endüstrisini tamamlar nitelikte olduğundan, döviz akımını sürekliliğini sağlamaktadır.

Diğer sektörler için bir kısıtlama sebebi olan teknolojik gelişmeler turizmi etkilemediğinden dışa bağımlılığını azaltmak isteyen ülkeler için oldukça önemli bir yere sahiptir. Ödemeler dengesinde de turizmin etkisini iki kategoride incelenebilir (Eğilmez, 2019, 291);

1.Yerli halkın ülke dışına çıkması sonucu oluşan etki

2. Yurtdışından ülkeye giriş yapan insanların oluşturduğu etki

Bir ülkenin dış turizm bilançosu bu iki etkinin etkileşimi ele alınarak hazırlanır. Bu ülkenin yıllık olarak hesaplanan her türlü turistik faaliyetlerinden doğan ve

kaynağını başka ülke insanlarından alan döviz hareketleri dış turizm bilançosunu oluşturmuştur. Bu bilanço, yalnızca ülke dışından gelenlerden sağlanan dövizler ile hesaplanmaktadır.

Dış turizm bilançosu düzenlenirken üç durum ortaya çıkabilir (Çeken, 2019, 125);

- Denk dış turizm bilançosu; Yıl içindeki turizm faaliyetlerinden doğan döviz girdi çıktısının eşit olmasıdır.

- Aktif dış turizm bilançosu; ülkeye giren dövizin çıkan dövizden fazla olmasıdır.

- Pasif dış turizm bilançosu; ülkeden çıkan dövizin giren dövizden fazla olmasıdır.

Daha fazla döviz girdisi sağlanarak ülkelerin ödemeler dengesindeki gücü arttırabilmektedir. Bu durumda ortaya çıkabilecek bazı maliyetlerin, turizmden elde edilen gelirden sızıntılar meydana getirebileceği düşünülmektedir;

- Turizme yönelik mal ve hizmetlerin ithalat maliyeti

- İşletme unsurlarının tamamlanması için yapılan ithalat maliyetleri

- Dışarıdan sağlanan satışlardan alınan komisyonlar

- Reklam ve tanıtım maliyetleri

Bu sızıntılar, ülkeye giren turistlerin tüketiminden olacağı gibi turist ve vatandaşların etkileşimi ile de olmaktadır.

3.9. Turizm Gelir Etkisi

Turizm genel itibariyle bir tüketim hareketidir. Bu tüketimden elde edilen harcamaların başlangıç noktası, turistlerin ikametlerinden ayrılmasıdır. Tekrar ikamet noktasına dönene kadarki tüm seyahat ve konaklama esnasında ortaya çıkan harcamalar turizmin gelir etkisine etki ettiği görülmektedir. Bu etkinin bazı özellikleri vardır (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 114);

- Turizm geliri uluslararası bağlamda gelişmekte olan ülkelere gelişmiş ülkelere gelen döviz akımıdır.
- Turizm az maliyetli unsurların (deniz, güneş, kum gibi) kullanımıyla yüksek fayda sağladığından milli gelire önemli ölçüde fayda sağlamaktadır.
- Endüstri ve sanayi açısından gelişmiş ülkelere geride kalan ülkeler turizm gelirleri sayesinde bu açığı kapatabilmektedir.

Turistlerin yapmış olduğu harcamaların ülke ekonomisine 3 şekilde katkısı olduğu söylenebilir;

1.Doğrudan gelir etkisi; turistlerin yaptığı birinci derece harcamalardır. Konaklama, yeme - içme işletmeleri gibi yapılan ödemelerdir. Bu işletmeler ne kadar yerli ise ülke ekonomisine o kadar etki etmektedir.

2.Dolaylı gelir etkisi; doğrudan geliri elde eden yerli işletmelerin farklı sektörlerle yapmış oldukları harcamalardır.

3.Uyarılmış gelire etkisi; doğrudan veya dolaylı olarak elde edilen gelirin işletme kirası, personel maaşı, yerel halka sağladığı kazanç gibi nedenlerle ekonomiye geri döndürülmesidir.

Turizm potansiyeline sahip bölgelere gelen turistler, buldukları faaliyetler sonucu belirli harcamalar yaparlar. Böylelikle çarpan etkisinin ilk aşaması oluşmuş olur. Çarpan etkisini kısaca tanımlamak gerekirse turistin; turizm işletmesinden mal ve hizmet satın alarak işletmeye sağladığı kazancın, farklı nedenlerle farklı sektörlerle tekrar harcanmasıdır.

3.10. Turistik Yatırımların Gelir Etkisi

Turizm sektörüne olan yoğun ilgi ve artan talebi karşılamak için kamu ve özel sektör girişimleri giderek artmaktadır. Bu bağlamda devlet altyapı koşullarını iyileştirirken özel sektör ise üstyapı çalışmalarına ağırlık vermektedir. Bu yatırımlar sonucunda turizm sektöründe arz kapasitesi oluşmaktadır.

Hizmetler sektörüne yapılan yatırımlar ilk andan başlayarak ekonomiye, kademe kademe etki ederler. İlk aşamada yapılan turistik yatırım miktarı kadar bir

gelir artışı meydana gelmektedir. Bu gelirden payını alanlar, bir kısmını harcayıp bir kısmına tasarruf ederler, yapılan harcamalar ve döviz girdileri bu şekilde ekonomiye tekrar kazandırılır (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 165).

Devletin vergiler aracılığıyla da gelir elde ettiği görülür; turistlerin harcama yaptığı mal ve hizmetlerden alınan dolaylı vergiler, ithal ürünlerden alınan gümrük vergileri, işletmelerden alınan vergiler, yabancı turistlerin kamu hizmetlerinden yararlanmasından doğan dolaylı vergilerdir.

Devletin, turizmde elde ettiği gelirin dışında turizm faaliyetlerinin devamını sağlayabilmek adına yaptığı harcamalarda vardır. Çünkü devlet, hem sektör devamlılığını sağlamakla hem de rekabet ortamında elini güçlendirmekle yükümlüdür. Devletin turizm sektörüne yaptığı harcamaları, sıralamak gerekirse (Çeken, 2019, 134);

- Turistin seyahati boyunca yararlandığı, altyapı ve kamu hizmetlerine yapılan yatırımlar,
- Devletin sektörü geliştirmek adına yaptığı mali kolaylık ve teşvikler,
- Sektöre düşük faizli krediler
- Turizm hizmetlerinin düzene devam edilebilmesi için yapılan idari harcamalardır.

3.11. Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri

3.11.1. Turizmin Ekonomiye Olan Olumlu Etkileri

Turizm sektörü birçok farklı hizmet sektörünü kapsayan geniş kapsamlı hizmet sektörüdür. Kapsayıcı nitelikte olması ekonomide üretim artırıcı ve istihdam sağlayıcı yönünün gelişmesini sağlamaktadır. Günümüzde uluslararası bir boyutta olduğundan ülkeye döviz girdisi sağlamaktadır. Yıllar içindeki paylarını incelediğimiz tablodan yola çıkarak sanayiden sonra en çok döviz girdisi sağlayan sektördür (Arabacı, 2018, 107).

Turizmin gelişmiş olduğu ve büyük bir kazanç payına sahip olduğu ülkelerde turizmin GSYH'deki payı önem taşımaktadır. Bunun yanı sıra döviz girdisi sayesinde dış ticaret açığını kapatmada da önemli bir paya sahiptir.

Turizmden elde edilen döviz ile sektör, ekonomik büyümeden önemli bir rol elde eder. Bu rol ülke ekonomisi açısından önem arz etmektedir.

Turizm; ulaşım, ticaret, inşaat, konaklama, sağlık, bankacılık, yiyecek – içecek gibi sektörleri doğrudan veya dolaylı olarak etkileyerek yayılma etkisi göstermektedir. Ayrıca turizm gelirlerindeki artışlar ülkeler ve bölgeler arasındaki farklılıkların azaltılmasına olanak sağlamaktadır (Arabacı, 2018, 108).

Turizm döviz girdisi sağlar ve dolayısıyla olumlu etkiye sahiptir. Ancak sektör dış etkilerden hızlı bir şekilde etkilendiği için zaman zaman olumsuz etkileri görülmektedir. Örneğin savaşlar, salgın hastalıklar, ülkeler arası ilişkiler gibi nedenler turizmi dolayısıyla da ekonomiyi olumsuz etkiler.

“Ülkeye gelen ziyaretçilerin yaptıkları harcamalar bir gelir olarak ortaya çıkmakta ve buda milli gelire etkide bulunmaktadır. Turizmin ülke ekonomisi içindeki yerini tespit etmek için turizm gelirlerinin gayri safi milli hâsıla içindeki payını incelemek gerekmektedir. Turizm gelirlerinin GSMH' a olan katkısı şu şekilde ifade edilebilir; turistlerin yapmış oldukları harcamalar ile turistlere mal ve hizmet sunmak amacıyla yapılan gider harcamaları arasındaki fark Turizm gelirlerinin GSMH' a olan katkısını ifade etmektedir. Turizmin milli gelire olan katkısı; turistik harcamaların toplam tutarı cari piyasa fiyatları ve sabit fiyatlarla ile hesaplanmakta ve bu tutardan turizm sektörüncü satın alınan mal ve hizmetlerin tutarı arasındaki fark, şeklinde hesaplanmaktadır” (Arabacı, 2018, 107).

3.11.2. Turizmin Ekonomiye Olan Olumsuz Etkileri

Turizm sektörünün ülke veya bölge ekonomilerine büyük olumlu katkıları vardır. Fakat bunun yanında fırsat maliyeti, enflasyonist baskı, turizme aşırı bağımlılık, dış alım eğilimindeki artış, turizmin mevsimsel etkisi ve dışsal maliyetler gibi birçok ekonomik anlamda olumsuz yönü de vardır. Bunları sırayla açıklayalım (Çeken, 2019, 153; Mill, 2019, 232);

3.11.2.1. Fırsat Maliyeti

Fırsat maliyeti bir malın üretilmesi aşamasında etkili olan üretim unsurlarıyla üretilmesi olası olan fakat üretilmeyen mal ve hizmetlerin miktarıdır.

Fırsat maliyetiyle ülke ekonomisinin sahip olduğu tüm kaynaklardan maksimum geliri elde etmenin planlanmasına yardımcı olunmaktadır. Yatırımcıların veya yöneticilerin yapmış olduğu yatırım fonlarından, kısa süre içinde en yüksek verim alma anlamına da gelir.

Fırsat maliyetlerinin ölçülmesi, ilk aşamada nelerden vazgeçildiğinin veya nelerin feda edildiğinin açıkça tanımlanması ve değerlendirilmesiyle belirlenmektedir. Ulusal bir bakış açısı ile bir teknoloji merkezinin yapımı, maliyet bakımından küçük olabilir. Ancak bölgesel bir bakışla fırsat maliyeti çok daha büyük görülebilmektedir. Tarım alanının imar ulaştırılması, ağaçların kesimi, yakacak odunun azalması gibi etkileri olacaktır.

Bazı bölgelerde tarım ve turizm alanları yan yanadır. Turizmin gelişmesi açısından önemli iken, diğer taraftan tarım alanlarının rant için tahrip edilmesi mümkün olabilir. Uzun vadede bölgede üretilen yerli bir ürünün bile ithal edilmesine kadar bir sürece sebep olabilmektedir.

3.11.2.2. Enflasyonist Baskı

Bir ülkede fiyatların alım seviyesinin düşüşe uğraması, enflasyon olarak adlandırılır. Enflasyon, satın alma gücünü zayıflatır. Enflasyonun varlığından söz edebilmek için öncelikle ülkedeki bütün mal ve hizmet fiyatlarının artış göstermesi gerekmektedir. Ekonomiye etki eden tüm sektörlerde olduğu gibi turizmde de enflasyon ile bir ilişkiden bahsedebiliriz. Bir bölgenin talebindeki artış, arzını da aynı oranda arttırır. Bu da enflasyonist baskı sağlamaktadır.

3.11.2.3. Turizmin Enflasyon Üzerindeki Etkisi

Bir ülkede turizmin, enflasyon yaratıp yaratmadığını belirlemek için birtakım ölçütler vardır;

- Bir bölgeye olan talebin artması ve dolayısıyla turistik harcamaların artması, bölge halkının sunduğu hizmet karşısında daha önce ödediği fiyatın üstünde işlem gerektirir. Bir bölgede talep arttıkça fiyatlarda artış gösterir. Böylece enflasyonist baskı oluşur.

- Turizm sektöründen elde edilen döviz girdileri, sektörün dağıttığı gelirlerden daha az ise bu noktada turizmin enflasyonist baskısından söz edilebilmektedir.

- Turizm, sezonluk ve bölgesellik özelliğine sahiptir. Belirli zamanda belirli bir bölgede kısmi enflasyon artışlarına neden olmaktadır. Sezon başında artan taleple birlikte artar ve sezon sonu eski seviyesine ulaşır.

- Gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde turizm talebinin oluşturduğu yatırımlar kısa vadeli enflasyona yol açmaktadır.

3.11.2.4. Enflasyonun Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi

Bir ülkede meydana gelen enflasyon artışı her sektörü etkilediği gibi turizm sektöründe etkiler. Turizmin enflasyondan etkilenmesinin başlıca nedenleri;

- Turizmin emek yoğun ve 7/24 hizmet veren bir sektör olmasından dolayı çok fazla istihdam sağlaması gerekmektedir. Talebin artması arzı da artırır ve işgücü fiyatında artışlara sebep olur.

- Devalüasyon sonucu ithal ürünlerin fiyatlarının artması, turizm sektöründe kullanılan ithal ürünlerin fiyatlarının artmasına neden olmaktadır.

- Turistik ürünlerin üretimindeki maliyetlerin artması, turizm faaliyetlerindeki fiyatları arttırmaktadır.

- Fiyat artışları, yatırımları engeller.

- Turizmdeki yüksek kalite düşer

3.11.3. Turizme Aşırı Bağımlılık

Turizm sektörü dış etkenlerden kolaylıkla etkilenebilen hassas bir sektördür. Bundan dolayı ekonomileri turizme endeksli ülkelerde turizm talebinin farklı ülkelere kayması sonucu büyük krizler çıkabilir. Bu nedenle denge unsurları önemli bir yer tutmaktadır.

İşsizlik oranlarının yüksek olduğu ve kalifiye olmayan işgücünün bulunduğu yerlerde turizmin teşvik edilmesi, istihdam bakımından olumlu bir gelişme olmuştur. İşsizlik durumu ortadan kalktığında ise işgücüne sahip olanlar daha iyi bir eğitim alarak farklı sektörlerle yönelebilmektedir. Böyle bir durumda da turizme olan aşırı ilgi her zamanki gibi ekonomiye katkı sağlayamamaktadır.

Turizm faaliyetleri sürekli olarak yön değiştirmektedir. Bunun nedeni talebin zorunlu olmaması, ülkelerarası turizm trafiği, sosyoekonomik veya ülkeler arası siyasi olaylar olmuştur.

3.11.4. Dış Alım Eğilimindeki Artış

Turizm sektöründe özellikle de yiyecek içecek alanında yurtdışından ithal edilmek zorunda olunan ürünler vardır. Bunun nedeni gelen turistlerin yeme içme alışkanlıklarına uygun hizmet verebilmektir. Ayrıca bölge halkı da bu ürünlerden haberdar oldukça, tüketimi artıracaklardır. Bunların yanında daha iyi hizmet verebilmek adına ithal edilen mobilya dekorasyon ürünleri ve hatta yabancı personel çalıştırma gibi unsurlar ülke dışına döviz çıktısı sağlayarak pasif dış turizmi oluşturmuştur. Böylece ekonomik bir sızıntı olmaktadır.

3.11.5. Mevsimsellik Etkisi

Turizm talebinin belli sezonlarda sınırlı olması, turizme mevsimsel bir nitelik kazandırmıştır. Yılın belirli dönemlerinde talep artar ve sonraki dönemlerde talep sona erer. Turizm sektöründeki talebin yüksek olması, bu sektörün ekonomik yansımalarını daha çok gelir, istihdam ve diğer sektörlerde hissettirmektedir. En fazla etkilenen alan ise konaklamadır.

Turizmin talep yoğunluğuna göre mevsimsel oluğu bu bölgedeki konaklama tesislerinin doluluk oranını etkilemektedir. Otel işletmeleri düşük sezonlarda, işletme faaliyetlerini tamamen durdurma ya da azaltma yoluna giderler. Bazı işletmeler prestijlerini korumak adına işletmelerini düşük bir gelire açık tutmaktadırlar. Tüm bunlara rağmen yine de düşük sezonda istihdam kaybı olmaktadır. Bundan dolayı ülkede eksik istihdam oluşur. Eksik istihdam, talepte azalmaya neden olmaktadır. Azalan taleple birlikte ekonomide olumsuzluklar ortaya çıkmaktadır.

Yapılan yatırımların geri dönüşü düşük sezonda yavaşlar. Bundan dolayı tüketim yatırımları her zaman için yıl boyu üretim yapan işletme yatırımlarından daha az ilgi görmektedir. Yatırımcılar bu yüzden konaklama işletmelerine yatırım yapmaktan çekinmektedir. Bundan dolayı yüksek sezonda konaklama sıkıntılarını yaşanmaktadır. Turizmdeki talep ve ekonomi de bu durumdan olumsuz etkilenmektedir. Yatırımdan kaynaklanan eksiklikler, bu yatırımda yardımcı rol üstlenen diğer yan sektörleri de olumsuz etkilemektedir. Bundan dolayı turizmin mevsimsel etkisini ortadan kaldıracak yıl boyu geçerli olacak yeni turizm faaliyetleri oluşturulmalıdır.

3.11.6. Dışsal Maliyetler

Turizmin gelişmesiyle birlikte, turistik faaliyette bulunan bölgenin yerli halkına da birtakım maliyetler yüklenmektedir. Maliyet artışına sebep olan olumsuz durumlar, dışsal maliyet olarak adlandırılırken bunun nedeni sektörün kalabalıklaşmasıdır. Dışsal maliyetler;

- p ve temizlik gibi hizmetler,
- Firma atıklarının oluşturdukları zararlar
- Firma sayısı arttıkça altyapı hizmetlerinin artması
- İş gücünün artmasıyla ücretlerin yükselmesi
- Tarihi alanların doğal kaynakların ve kamusal yapıların tahribinden doğan onarım maliyetleridir.

3.11.7. Kriz ve Turizm

Asya Pasifik Seyahat Birliği'ne göre turizmde kriz; “turizm sektörünü olumsuz Şekilde etkileyebilecek potansiyele sahip doğal ya da insanlar tarafından oluŐturulmuŐ her türlü felaket” olarak tanımlanmaktadır (Davras ve Aktel, 2018, 29).

Turizm krizinin oluŐmasında turizm yapılan destinasyona karşı oluşan önyargılar ve destinasyonun cazibesini etkileyebilecek olgular etkilidir. Cazibesini yitiren bir merkez turist ziyareti bakımından dŐuŐe geçer. Bu dŐuŐ turizm gelirlerini, işletmeleri, istihdamı ve dolayısıyla ekonomiyi etkilemektedir.

Dünya üzerinde birçok farklı noktada görülen doğal afetler, savaşlar, salgın hastalıklar, siyasi dengesizlikler artış gösterdiğinden hem yöre halkı hem de ülkenin genel ekonomik hareketliliğinde belirgin olarak dŐuŐe sebep olmaktadır. rnek verilecek olursa; 11 Eylül Saldırısı, Irak Savaşı, Avustralya'da meydana gelen büyük orman yangını, Sars Virüsü, KuŐ Gribi vb.

Türkiye'de ise 1994, 2000, 2001, 2008 ekonomik krizleri, 1999 Gölcük Depremi, KuŐ Gribi, Suriye Savaşı, Rusya ile uçak kazası krizi, 15 Temmuz Darbe Girişimi vb gibi nedenler ekonomide ve turizmde krizlere yol açmıŐtır.

Krizler lke veya dünya çapında olacağı gibi işletme bazında da gerçekleŐebilmektedir. İŞletmenin kötü yönetilmesi, yetersiz sistem yapısı, işletme körlüğü gibi nedenler i faktörlerdir. Bunun dışında bir de i faktörler vardır. Bunlar; güçlü rakipler, yeni yasal düzenlemeler, ülkeler arası ilişkiler ve benzerleri olmaktadır.

3.12. Turizm Gelirleri ve Sızıntı

3.12.1. Turizm Geliri ve Hesaplanması

Dünya Turizm rgt'ne göre turizm geliri “ bir ülkeye gelen ziyaretçilerin yabancı döviz kaynakları ile tüketim harcamaları olarak kabul edilen mal ve hizmetlere yaptıkları ödemelerden elde edilen gelirlerdir” diye tanımlanmıŐtır. Turizm gelirleri gnbirlikilerin ve kruvaziyer yolcularının harcamalarının da kapsamaktadır. Bu tanımın yanında ziyaretçi, turist ve günübirlikçi kavramlarının

tanımlarını da vermek gerekirse (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2018 Değerlendirme Raporu);

Ziyaretçi, “devamlı ikamet ettiği ülkeden başka bir ülkeyi gelir elde etme amacı dışında herhangi bir sebeple ziyaret eden kişidir. “

Turist “ziyaret ettiği ülkede en az 24 saat kalan ve seyahatinin sebebi eğlence, dinlence, tatil, spor, iş, aile, görev, toplantı, konferans, sağlık, eğitim, din ve benzeri sebeplerden oluşan kişilerdir.”

Günübirlikçi “ziyaret edilen ülkede 24 saatten az kalan geçici ziyaretçilerdir.”

Bir ülke için turizm geliri sağlayan kişileri şöyle sıralayabiliriz;

- Eğlence ve iş amacıyla seyahat edenler
- Günübirlikçiler ve transit yolcular
- Gemi ile seyahat edenler
- Öğrenciler,
- Kamu görevlileri
- Gemi ve uçak çalışanları

Yukarıda saymış olduğumuz kişiler kendileri veya yakınları için mal ve hizmet satın alarak gelir etkisi yaratmaktadır. Harcama yaptıkları yerler ise;

- Konaklama işletmeleri
- Yiyecek İçecek İşletmeleri
- Kültür ve eğlence aktiviteleri
- Ulaşım giderleri
- Günlük tur harcamaları
- Giyecek, hediyelik eşya, bijuteri
- Diğer servisler; kira bedeli enerji ve benzeri gibi.

Gelirleri eklenmemesi gerekenler ise (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı2018 Değerlendirme Raporu);

- İş adamlarının şirketleri hesabına yaptığı ticari satın almalar
- Otomobil gibi daha sonradan satılabilecek mallar

- Ulaşım araçlarının içinden veya duty freeden yapılan alışverişler
- Vize pasaport alan vergileri
- Göçmen harcamaları
- Tur operatörlerinin aldığı komisyonlar

3.12.2. Dünyada ve Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Hesaplanması

Bir ülkede turizmden elde edilen gelirlerin ekonomiye etkisinin analiz edilebilmesi için bu gelirlerin kaynaklarına ve diğer ekonomik sektörlere olan dağılımına ilişkin olan tüm verilerin incelenmesi gerekmektedir. Uluslararası turizmden kaynaklı turist gelirlerinin hesaplanmasında ve ölçülmesinde üç farklı yöntem kullanılmaktadır (Çınar, 2018, 121);

- Merkez Bankası metodu
- Anket metodu
- Turizm uydu hesapları

Merkez Bankası metodu

Dünya üzerindeki tüm bankalar ve şubeleri, kendilerine ziyaretçiler, tarafından bozdurulan tüm döviz miktarlarını Merkez Bankasına bildirmektedirler. Bu yolla Merkez Bankası metodu uygulanmış olmaktadır. Bu metod, ülkelerin ödemeler dengesini ve döviz işlemleri kayıt altına alan muhasebesel bir işlemdir. Muhasebesel işlem olduğundan, döviz bozduranın kişisel bilgilerini içermemektedir. Bu sistemin doğru işleyebilmesi adına dövizlerin yabancılar tarafından bozdurulduğundan emin olmak gerekmektedir.

Ülkeye giren tüm dövizler bankalara bozdurulmadığından bu durum Merkez Bankası metodunun aksayan yönüdür. %30 - %40 arasında bir oranla piyasadaki kişilerde kalmaktadır. Ayrıca bankadan satın alınan dövizin bankaya tekrar satılması, ziyaretçilerin ödemelerini kendi ülkelerinden yapması gibi durumlarda diğer aksayan yönlerdir.

Dünya Turizm Örgütü’ne göre, bu metodun etkin çalışabilmesi için bazı özellikleri taşıması gerekmektedir;

- Turistler tarafından yapılan döviz işlemlerinin diğer tüm döviz işlemlerinden ayrı yapılması
- Turistler tarafından yapılan tüm döviz işlemlerini kapsamaması
- İşlemlerin açık ve anlaşılır bir şekilde kaydedilip Merkez Bankasına bildirilmesi gerekir.

Anket yöntemi.

Merkez Bankası metoduna göre daha zordur. Detaylı bir altyapı çalışması gerektirmektedir. Bu yöntemde anketörlük hizmetini sunan şirketler, turistlerin gecelemlerinin sayısını onların günlük ortalama harcama sayısı ile çarparak, hesaplama yapmaktadırlar.

İki farklı anket tipi vardır; daha önceden belirlenen turistlerin harcama tutarlarını belirtmelerini isteyerek doğrudan anket, turistlerin etkileşimde bulunduğu her türlü mal ve hizmeti sunanlarla yapılan anket ise dolaylı ankettir.

Anket yönteminde turistik gelirleri elde ederken, fiyat istikrarının olmaması önemli bir problemdir. Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarının belirlenmesinde enflasyon ve mevsimlik etkilediğinden tüm bunlar göz önüne alınarak ortak bir fiyat belirlemek sorunu çözecektir. Dünya Turizm Örgütü'ne göre anket yönteminin bazı avantajları vardır;

- Veriler ilk elden alınır.
- Harcamalarla ilgili detaylı bilgi toplanır.
- Turistin özellikleriyle ve ziyaret sebebine ilişkin bilgi toplanır.

Bunun yanında birde dezavantajları vardır;

- Uygun ve doğru bilgiye ulaşmak maliyetli olabilir.
- Turistler, ankete katılmaya razı olmayabilir.
- Uygulama eğitim ve deneyim gerektirir.

Turizm Uydu Hesapları

Turizm uydu hesapları “turizm aktivitelerini yerel ekonomi içinde değerlendirebilmek” için geliştirilmiştir. Bu sistemde, turizmin tüm faaliyetlerinin anlamlı ve ölçülebilir taraflarının istatistiklerini derleyen, düzenleyen ve iç ilişkilerini kuran bir hesaplama yöntemi vardır.

Turizm uydu hesapları, hem kendi içinde hem de milli muhasebe sistemi ile ilişkilendirilen ekonomik hesaplar bütünüdür. Bu hesaplamalar yapılırken standart bir hesap yöntemi belirlenmemiştir. Genel olarak şunları kapsar. Turizmin;

- Mal tüketimi,
- Arzı tüketme miktarı,
- Sektör üretim hesapları,
- Bağlantılı toplam sermaye oluşumu,
- İstihdamı,
- Ödemeler dengesine etkisi,
- Katma değeri.

Bir ülke turizm Uydu Hesapları doğru ve nitelikli bir şekilde yaparak “ülkeler arası kıyaslanabilirlik ve ulusal ekonominin, standart ölçüleriyle uygunluk zamana bağlı olmayan tutarak” gibi konularda büyük gelişme sağlamaktadır.

3.12.3. Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Hesaplanması

Türkiye’de turizm gelirleri 1984 yılından bu yana anket yöntemiyle tahmin edilmektedir. Bu tarihten önce Merkez Bankası kayıtlarına giren dövizler sayılmakta girmeyenler kabul edilmemekteydi. 29 Aralık 1983 tarihinde 18266 sayılı kanun ile Türk parasının kıymeti korunmak istenmiş ve bundan sonraki aşamada kayıtlar Merkez Bankası'na bildirilmemiştir. 1984 yılından bu yana turizm gelirleri turizm uydum hesaplaması ve anket yöntemi ile tahmin edilmeye başlanmıştır (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 219).

Anketler yıl içinde 4 farklı dönemde, üçer aylık zaman dilimlerinde ve pasaport kontrolü sırasında sınır ve havalimanlarından yapılmaktadır. Bu anketler, uluslararası

kurallara uygun yapıldığından Türkiye'de ikamet eden yabancı askeri personeli, diplomat, öğrenci ve 15 yaşından küçükleri kapsamamaktadır.

Cevap verme yüzdesini yükseltmek adına 10 dilde anket hazırlanır (İngilizce, Fransızca, Almanca, İspanyolca, İbranice, Arapça, Rusça, Bulgarca, Romence). Anket formunda turistlerin geliş amacı, konaklama süresi, ortalama harcaması, hangi turla geldiği gibi unsurlar yer almaktadır. Turistin vermiş olduğu bilgilerin yapmış olduğu harcama ile tutarlı olup olmadığı incelenmektedir. Tutarsız bilgiler anket dışı bırakılmaktadır.

3.12.4. Turizm Gelirlerinin Karşılaştırılması İle İlgili Problemler

Turizm Bakanlığı verilerine göre, ülkelerarası turizm gelirleri karşılaştırılırken birtakım hatalar yapılmaktadır. Bunlar (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 229-230).

- Ziyaret edenlerin geldikleri ülkeler ve bu ülkelerdeki harcama alışkanlıklarının değişkenlik göstermesi, harcama alışkanlığı çok olanların yüksek harcama yapması,

- Ülke içi fiyatların gelinen ülkeden farklılık göstermesi ve Türk Lirasının yabancı para karşısındaki durumu,

- Bazı ülkelerin verilerini saklaması

3.12.4.1. Sızıntı Kavramı

Turizmin ülke ekonomileri için gerçek etkileri incelenirken (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 230).;

- istihdam oranı,

- diğer sektörlerle etkisi,

- katma değeri,

- turizmin GSYH' ye payı,

- ihracat gelirlerine oranı gibi bazı unsurlar göz önüne alınmaktadır.

Turizm sektörünün oluşturduğu gelir bu kriterler arasında en önemlisidir. Tüm bu gelir etkisinin yanında gelir sızıntıları ve ithalat sızıntıları da mevcuttur. Net gelirin hesaplanması için sızıntıların çok iyi bilinmesi gerekmektedir.

Turizm sektörünü ülkeye gerçek ekonomik kazancını toplam döviz miktarıyla değil tüm sızıntılardan sonra elde kalan döviz miktarıyla ölçülmesi gerekmektedir.

3.12.4.2. Turizm Gelirlerindeki Sızıntılar

Sızıntı ekonomideki kullanım şekliyle milli gelirin olağan akımından ayrılan akıntılar anlamına gelmektedir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 230). Bir ülke ekonomisinde milli gelirin dengeye ulaşması, toplam talebin toplam arzı ulaşmasıyla olmaktadır. Toplam talebin toplam arzdan düşük kaldığı dönemlerde üretim hacmi kısılmaktadır. Bundan dolayı ekonomide atıl kapasite ve işsizlik meydana gelir. Aşağıdaki formül ile denge şartı sağlanmaktadır;

$$S+M+T=I+X+G$$

(S tasarruf, M imalat, T vergiler, x ihracat, I yatırımlar, G harcamalar)

Eşitlik durumunda milli gelirin toplam harcamaların toplam sızıntılara eşitlik getirdiği düzeyinde sağlandığı görülmektedir. Tasarruflar, ithalat ve vergilerin sızıntıları oluşturan kalemlerdir. Herhangi birinde oluşan artış milli geliri düşürmektedir. İthalat harcamaları gelir üzerinde vergiler, tasarruf eğilimi gibi unsurlar ekonomide tekrar tam olarak harcanılamamaktadır. Bu kayıplar sızıntı olarak adlandırılmaktadır.

Sızıntı kalemlerini ayrıntılı bir şekilde sıralayacak olursak;

- Turist tercihlerinden doğan mal ve hizmetler
- Tur acentelerine ödenen komisyonlar
- Yabancı firmalara ödenen franchise bedelleri
- Yabancılara olan borçların faizli ödenmesi

- Yabancı firma sahiplerine ödenen karlar
- Turizm yatırımlarındaki döviz maliyetleri
- Reklam, promosyon, tanıtım bedelleri
- Sektör personelinin yurtdışındaki eğitim masrafları
- Devlete ödenen vergi tutarları akla gelmektedir.

Bu bilgilere bakılarak turizmdeki sızıntıların diğer sektörlere göre daha az olduğu söylenebilmektedir. Bazı gelişmekte olan ülkelerde bu durum iyimse karşılanabilmektedir. Bu durum bazı görünmeyen sızıntıları göz ardı etmenlerinden kaynaklanmaktadır. Tarihi dokulara, doğal kaynaklara, kamu hizmet binalarına vb. yapılara turistler tarafından verilen zararlar görünmeyen sızıntılara örnektir. Bunlarla birlikte sızıntıya etki eden birçok faktör vardır;

- Nüfus miktarı
- Toplam GSYH ve kişi başına düşen GSYH
- Tarım ürünleri hacmi ve işleme kapasitesi
- Sanayii üretimi miktarı
- Turizm ölçeği
- Hükümet düzenlemeleri
- Turist çekici promosyonlar
- Turizm şekli
- Gelen turist alışkanlıkları

3.13. Türkiye Ekonomisinde Turizm

3.13.1. Turizm ve Ekonomi

Turizm sektörü hem ülke içinde hem de ülkeler arasında gelir transferi sağlamaktadır. Bu özelliği ile çok cazip bir ekonomik faaliyettir. Diğer bir yönü de normalde maddi hiçbir değeri olmayan unsulardan kazanç elde ederek gelir üretmesidir. Ayrıca çarpan etkisiyle milli geliri etkilemektedir (Çakır, 2001, 379).

3.13.2. Türkiye Ekonomisinde Turizmin Yeri

Bir ülkenin kalkınmasında turizmle olan bağlantısının önemi ve ekonomik kalkınma ilişkisinin ortaya koymak teorik bir konudur. Turizmin ekonomik etkilerini ölçerek bir ülke kalkınmasında turizmin öneminden ve payından söz edilebilmektedir. Gelir etkisi, istihdam kapasitesi, yatırımlar toplamı, ithalat, ihracat gibi unsurları hesaplanarak somut bir veriye ulaşılabilmektedir. Her ekonomi diğerlerinden farklı olacağından ülke ekonomileri bazından konuşabilmek için sektörel analiz ve sonuçlar değerlendirilmelidir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 165).

Türkiye turizminde “turizm yatırımları, gelen yabancı sayıları ve birtakım özelliklerine göre sınıflandırılması, yurtdışına giden vatandaş sayıları, turizm gelirleri ve ortalama kişi başına harcama, turizm gelirlerinin GSYH’ye payı, turizm gelirlerinin ihracat ve ithalat gelirleri ile mukayesesi” gibi durumlar turizm sektörün ekonomiye olan etkilerinin değerlendirirken yardımcı olmaktadır.

3.13.3. Türkiye Ekonomisinde Turizm Sektörü Verileri

Tablo 11’deki tablo incelendiğinde 2008-2018 yılları arasında iş gücü potansiyelinin en yüksek olduğu sektör hizmetler sektörüdür.

Tablo.11. 2008-2018 Yılları Arası Sektörel Dağılım

SEKTÖR	2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		2016		2017		2018	
	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%	Bin kişi	%
TOPLAM	20.604	100,0	20.615	100,0	21.858	100,0	23.266	100,0	23.937	100,0	24.601	100,0	25.933	100,0	26.621	100,0	27.205	100,0	28.189	100,0	28.189	100,0
TARIM	4.621	22,4	4.752	23,1	5.084	23,3	5.412	23,3	5.301	22,1	5.204	21,2	5.470	21,1	5.483	20,6	5.305	19,5	5.464	19,4	5.245	17,7
SANAYİ	4.537	22,0	4.179	20,3	4.615	21,1	4.842	20,8	4.903	20,5	5.101	20,7	5.316	20,5	5.332	20,0	5.296	19,5	5.383	19,1	4.385	19,9
İNŞAAT	1.239	6,0	1.305	6,3	1.434	6,6	1.680	7,2	1.717	7,2	1.768	7,2	1.912	7,4	1.914	7,2	1.987	7,3	2.095	7,4	43.526	7,0
HİZMETLİ	10.208	49,5	10.380	50,4	10.725	49,1	11.332	48,7	12.016	50,2	12.529	50,9	13.235	51,0	13.891	52,2	14.617	53,7	15.246	54,1	13.570	55,4

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (24.12.2019) tarihinde,

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Tabloya bakarak son 10 yılda sektörel istihdamın yaklaşık 20 milyondan yaklaşık 29 milyona ulaştığını söyleyebilmekteyiz. Tarım, sanayi ve inşaat sektörleri hemen hemen aynı bantlarda seyrederken hizmetler sektöründe her yıl düzenli artışlar görülmektedir.

3.13.4. Turizmin Ekonomik Özellikleri

Turizmin tanımlarından olan “sürekli yaşanılan mekanda elde edilen gelirin başka bir mekanda harcanmasını zorunlu kılmaktır” tanımı ile turizmin ekonomik özelliğini oldukça iyi şekilde açıklamaktadır. Buradan anlaşılacağı üzere kişinin bir bölgede elde ettiği geliri başka bir bölgede harcamasıyla o bölge halkının geliri sağlanmış olmaktadır (Çakır, 2001, 379-380).

Bu şekilde başlayan para sirkülasyonu, paranın el değiştirmesi ve dolaşımı sonucu tüm ülke ekonomisi etkilenmektedir. Turistten elde edilen gelirin bir kısmı tasarruf için ayrılırken bir kısmı da çeşitli ihtiyaç ve mallara harcanmaktadır.

Tablo.12. Turizm Gelirleri ve Ortalama Harcamalar

YABANCI ¹		VATANDAŞ ²		YABANCI + VATANDAŞ ³	YILLAR
TURİZM GELİRİ (1000 \$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	TURİZM GELİRİ (1000 \$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	GSM+Marina Hizmet Harcamaları (1000 \$)	
19 612 296	742	5 418 439	1 191	384 332	2008
19 063 702	697	5 690 629	1 222	310 150	2009
19 110 003	670	5 558 366	1 231	262 627	2010
22 222 454	709	5 638 484	1 168	254 753	2011
22 410 364	715	6 354 378	1 241	242 261	2012
25 322 291	749	6 760 180	1 252	226 519	2013
27 778 026	775	6 289 260	1 130	238 617	2014
25 438 923	715	5 843 074	970	182 780	2015
15 991 381	633	5 964 853	978	151 206	2016
20 222 971	630	5 908 752	903	151 933	2017
24 028 311	617	5 345 472	801	139 142	2018

Kaynak : Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Tablo.13. Ziyaretçi Sayıları

YILLAR	TOPLAM					
	GELEN ZİYARETÇİ SAYISI	ÇIKAN ZİYARETÇİ SAYISI	TURİZM GELİRİ (1000 \$)	ORTALAMA HARCAMA (\$)	TURİZM GELİRİNİN GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%)	TURİZM 4 GİDERİ (Milyon \$)
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

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Tablo 12 ve 13 birlikte incelendiğinde turizmden elde edilen gelirin 2008-2018 yılları arasındaki rakamları görülmektedir. Genel itibarı ile verilen yıllar arasında gelirlerde sürekli artış görülmektedir -2009 ve 2016 yılları hariç-. 2008 yılında yaşanan ekonomik krizin etkileri kendisini 2009 yılında göstermiş ve turizm gelirlerinde bir miktar düşüşe sebep olmuştur. Daha sonraki yıllarda 2016 yılına kadar sürekli artış içerisinde olan gelirler 2016 yılında yaşanan darbe girişimi ve Rusya ile olan füze krizinden olumsuz etkilenmiştir. Ülkeye gelen turist sayısında azalma olmuş ve dolayısıyla gelirlerde önemli ölçüde düşüş yaşanmıştır. Sonraki yıllarda ülke içi ve ülke dışı ilişkiler düzeldiğinden rakamlar yeniden yükselişe geçmiştir.

3.13.5. Turizmin Ekonomiye Katkısı

Turizm, ülkelere gelir sağlayıcı ve döviz getirici özelliği olan bir hizmet sektörüdür. Bu yönüyle ekonomik boyutu oldukça önemli olan sosyal faaliyetler

bütünüdür. Ekonomiye olan olumlu etkileri nedeniyle, günümüzde çok önemli ekonomik faaliyet haline gelmiştir. Büyük oranda istihdam gücüne sahip olduğundan ekonomiye olumlu katkı sağlamaktadır. Turizmin ekonomiye olan ilişkisi, 21. yüzyılda ülkelerin yaşadığı krizleri aşmada önemli bir role sahiptir (Mill, 2019, 233).

3.13.6. Türkiye Turizminde İstihdam

Turizmin ülke ekonomisine en büyük katkısı istihdam alanındadır. Gelişmekte olan tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de sanayileşerek kalkınma temel amaçtır. Fakat sanayileşme istihdam sorununu çözmede yeterli değildir (Ünlüöner, Tayfun ve Kılıçlar, 2018, 251).

Günümüzde gelişen teknoloji ile birlikte emek yoğun iş gücüne olan ihtiyaç azalmaktadır. Teknoloji birçok alanda kolaylık sağlasa da istihdamı olumsuz etkilemektedir. Tam bu noktada emek yoğun iş gücüne ihtiyacı olan turizm sektörü devreye girmektedir.

Turizm insan gücüne ihtiyaç duyduğundan istihdam açısından çok büyük fırsatlar yaratmaktadır. Fakat bu istihdam verilerine ulaşmak oldukça zordur. Yalnızca yakın tarihe kadar olan veriler sağlıklıdır.

En çok gelişme gösteren sektörün hizmetler sektörü olduğu görüldüğüne göre bu sektördeki istihdam ayrı bir tabloda incelenebilir;

Tablo.14. Turizmin istihdama toplam katkısı

Turizmin İstihdama Toplam Katkısı	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Türkiye											
x1000	1896,7	1949,5	1793,1	2030,9	1947,3	2011,4	2131,4	2109	2014,2	2010,2	2205,6
Dünya											
x1000	272370	266378	264593	270158	274529	281112	287040	296101	303431	311703	318811

Kaynak: World Travel Tourism Council, *Country Data, Database*, (23.12.2019) tarihinde,

<https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/data-gateway/>

Tabloda görüldüğü üzere gerek Türkiye’de gerekse dünyada turizm sektöründe istihdam edilen personel sayısı her yıl artış göstermektedir. Son 10 yıl incelendiğinde 1 milyon 896 binden, 2 milyon 205 bine çıkarak %26 oranında bir yükselme söz konusu olmuştur.

World Travel Tourism Council’ in 2025 tahminlerini incelediğimizde turizmin istihdama doğrudan katkısının 915 bin, dolaylı istihdamın ise 1 milyon 902 bin kişi olması beklenmektedir.

3.13.7. Turizmin Gelir Kaynakları

Aşağıda verilmiş olan tablolar incelendiğinde Avrupa’dan Türkiye’ye yıllık ziyaret rakamları her zaman en yüksek grup olmuştur. TÜİK’ ten alınan verilere göre giriş çıkış yapan ziyaretçi sayısı ve ortalama geceleme süresi gibi bilgiler elde edilebilmektedir. Fakat farklı birimlerden elde edilecek bilgiler derlenemediğinden sağlıklı verilere ulaşamamaktayız. Ortalama geceleme istatistiklerine bakacak olursak, yabancı ziyaretçilerin ortalama 8,9 gün konaklama yaptığını söyleyebilmekteyiz. Fakat bu veriler toplam sayıyı verdiğinden belli bir merkezde toplam kaç gün kaldığını bilemiyoruz.

Ülkemizde oldukça yaygın olan “ Her Şey Dahil” sistem özellikle kıyı bölgelerindeki konaklama süresini uzatmaktadır. Bu sistemde ortalama geceleme 10-15 gün arası değişmektedir.

Turistik bir bölgede bulunan otel, yakın çevredeki tarihi ve turistik kaynakları da besler. Bu durum turistik olguların birbirinin tamamlayıcısı olduğunu gösterir. Türkiye de bu yapıya oldukça uygun bir bölgedir. Bu kaynakları akıllıca kullanarak turizm gelirlerinin kaynakları arttırılabilir (N. Kozak, M. A. Kozak ve M. Kozak, 2019, 114).

Tablo.15. Milliyete göre yıllık giriş yapan yabancı ziyaretçi sayısı

Milliyete göre yıllık giriş yapan yabancı ziyaretçi sayıları												
Ülke grup		2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
Türkiye	Genel Toplam	39.488.401	32.410.034	25.352.213	36.244.632	36.837.900	34.910.098	31.782.832	31.456.076	28.632.204	27.077.114	26.336.677
AVRUPA OECD ÜLKELERİ	Toplam	13.074.403	9.927.582	10.352.977	15.870.330	16.376.814	15.954.808	15.583.736	15.599.564	14.209.364	14.051.895	13.424.264
DİĞER AVRUPA ÜLKELERİ	Toplam	4.306.151	3.220.760	2.808.773	3.231.773	3.066.220	2.823.049	2.646.012	2.595.476	2.412.354	2.377.986	2.374.360
BATI ASYA ÜLKELERİ	Toplam	4.507.854	3.593.001	2.505.651	3.563.993	3.377.008	3.055.786	2.147.531	2.088.314	1.887.040	1.609.965	1.664.789
AFRİKA ÜLKELERİ	Toplam	1.156.667	794.254	666.727	885.887	888.107	807.484	713.399	445.487	377,3	426,119	312,096
AMERİKA ÜLKELERİ	Toplam	286.638	182,847	175,025	278,14	228,035	245,961	185,3	181,617	135,902	157,651	127,117

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 (Günübirlikçi ziyaretçi sayısı dahil edilmemiştir.)

Tablo.16. Ortalama geceleme sayısı

Ortalama Geceleme Sayısı, 2008 - 2018				
Yıllar	Toplam	Yabancı	Vatandaş (Türkiye'de ikamet eden)	Vatandaş (Türkiye'de ikamet etmeyen)
2008	11,0	8,8	18,6	22,7
2009	11,2	8,9	21,2	23,9
2010	10,8	8,7	19,1	22,9
2011	11,0	9,1	15,2	22,4
2012	10,8	9,0	12,5	21,4
2013	10,2	8,6	13,1	19,7
2014	10,0	8,6	12,9	18,5
2015	10,1	8,7	11,9	17,5
2016	11,4	9,8	11,0	17,4
2017	10,9	9,6	9,9	16,9
2018	9,9	9,0	9,4	15,3

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Son 10 yıldaki turizm verilerine bakıldığında turizmin ekonomi içindeki payının giderek önem kazanması turizm politikaları için örnek teşkil etmektedir.

Türkiye jeopolitik açıdan Asya ile Avrupa arasında bir köprü görevi gördüğünden aktarmalı olarak seyahat eden turistlerin de uğrak yeri olmuştur. Ülkeler arası turizmde Akdeniz ilk sırayı almaktadır. Türkiye'nin de Akdeniz'e kıyısı olması ve bölgede birçok turistik merkezin bulunması çok büyük bir önem taşımaktadır. Bu vasıta ile elde edilen gelir oldukça önemlidir.

Türkiye’de kalkınma planları uygulamaya konulduğundan bu yana turizme hep yer verilmiştir. Bununla paralel olarak turizm verilerinde olumlu yönde değişimler olmuştur. 2008 yılında yaklaşık 25 milyon dolar olan turizm gelirleri 2018 yılında yaklaşık 30 milyona ulaşmıştır.

Tablo.17. Turizmin Gelir Kaynakları

Yıllar	Yabancı Ziyaretçilerden Elde Edilen Gelir	% Pay	Yurtdışında Yaşayan Türklerin Türkiye’de Yaptıkları Turistik Harcamalardan Edilen Gelir	% Pay	GSM + Marina Hizmet Harcamaları	% Pay	Toplam Turizm Geliri	% Pay
Years	Tourism Receipts from Foreign Visitors (US\$ 1000)	Share %	Tourism Receipts from Turkish Citizens Residing Abroad (US\$ 1000)	Share %	GSM + Marina Service Expenditures (US\$ 1000)	Share %	Total of Tourism Receipts (US\$ 1000)	Share %
2008	19,612,296	77.17	5,418,439	21.32	384,332	1.51	25,415,067	100.00
2009	19,063,702	76.06	5,690,629	22.70	310,150	1.24	25,064,482	100.00
2010	19,110,003	76.65	5,558,366	22.30	262,627	1.05	24,930,997	100.00
2011	22,222,454	79.04	5,638,484	20.05	254,753	0.91	28,115,692	100.00
2012	22,410,364	77.26	6,354,378	21.91	242,261	0.84	29,007,003	100.00
2013	25,322,291	78.38	6,760,180	20.92	226,519	0.70	32,308,991	100.00
2014	27,778,026	80.97	6,289,260	18.33	238,617	0.70	34,305,903	100.00
2015	25,438,923	80.85	5,843,074	18.57	182,780	0.58	31,464,777	100.00
2016	15,991,381	72.33	5,964,853	26.98	151,206	0.68	22,107,440	100.00
2017	20,222,971	76.94	5,908,752	22.48	151,933	0.58	26,283,656	100.00
2018	24,028,311	81.42	5,345,472	18.11	139,142	0.47	29,512,926	100.00

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

3.13.8. Turizmden Kişi Başı Elde Edilen Gelir

2018 yılı verilerine bakıldığında ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre %33, turizm gelirleri ise %11 artmıştır. Tüm bu artışa rağmen kişi başına düşen harcama miktarı %5 azalmıştır.

2016 yılında verilerde ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Bunun nedeni hem ülke içerisindeki darbe girişimi hem de Rusya ile olan füze krizidir. Turist sayısı %25 azalmıştır. Buna paralel olarak turizm gelirleri %30 ve kişi başı harcama da %7 azalmıştır.

2008-2018 yılları arasının incelendiği tabloya bakarsak kişi başı harcamalar %28 azalma göstermiştir. Toplam turizm gelirlerinde artış olmasına rağmen kişi başı harcamalar düşüş göstermiştir.

Tablo.18. Kişi başına elde edilen gelir

Yıllar	Yabancılar			Yurt Dışında Yaşayan T.C. Vatandaşları			Toplam		
	Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri	Kişi Başı Ortalama Harcama	Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri	Kişi Başı Ortalama Harcama	Ziyaretçi Sayısı	Turizm Geliri	Kişi Başı Ortalama Harcama
2008	26.431.124	19.612.296	742	4.548.855	5.418.439	1,191	31.137.774	25.415.067	820
2009	27.347.977	19.063.702	697	4.658.172	5.690.629	1,222	31.759.816	25.064.482	783
2010	28.510.852	19.110.003	670	4.517.091	5.558.366	1,231	32.997.308	24.930.997	755
2011	31.324.528	22.222.454	709	4.826.800	5.638.484	1,168	36.769.039	28.115.692	778
2012	31.342.464	22.410.364	715	5.121.457	6.354.378	1,241	37.715.225	29.007.003	795
2013	33.827.474	25.322.291	749	5.398.752	6.760.180	1,252	39.860.771	32.308.991	824
2014	35.850.286	27.778.026	775	5.564.784	6.289.260	1,130	41.627.246	34.305.903	828
2015	35.592.160	25.438.923	715	6.025.370	5.843.074	970	41.114.069	31.464.777	756
2016	25.265.406	15.991.381	633	6.099.924	5.964.853	978	30.906.680	22.107.440	705
2017	32.079.527	20.222.971	630	6.540.819	5.908.752	903	37.969.824	26.283.656	681
2018	39.488.401	24.028.311	617	6.624.191	5.345.472	801	46.112.592	29.512.926	647

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Ziyaretçi sayısındaki azalma, turizm gelirlerindeki azalma ve kişi başına düşen harcamaların azalmasında yaşanan ülke içi ve ülkeler arası krize bağlı olarak pazarın değişmesi, farklı ülkelere turist gelmesi ve farklılık gösteren fiyat politikaları etkili olmuştur.

3.13.9. Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı

Turizm gelirlerinin ekonomideki yeri GSYH'ye olan oranına bakılarak hesaplanmaktadır. Döviz girdilerinin turizm ekonomisine etkisi, döviz miktarının toplam turist sayısı içindeki payına bakarak ölçülmektedir. Toplam tüketim harcamaları içerisinde turist harcamalarının payı, turizmin ekonomideki yerinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır.

Tablo.19. Turizm Gelirlerinin GSYH'ye oranı

Yıllar	GSYH (milyon US\$)	Turizm Geliri (milyon US\$)	Turizm Gelirinin GSYH'a Göre Oranı
2008	764573	25.415	3,3
2009	641801	25.064	3,9
2010	768291	24.930	3,2
2011	829761	28.116	3,4
2012	870184	29.007	3,3
2013	948342	32.309	3,4
2014	931383	34.306	3,7
2015	856961	31.465	3,7
2016	860551	22.107	2,6
2017	851000	26.284	3,1
2018	763000	29.513	3,9

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde,

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Tablo 19 incelendiğinde turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı yıllara göre şu şekilde olmuştur;

- 2008 yılında; 3,3
- 2009 yılında; 3,9
- 2010 yılında; 3,2
- 2011 yılında; 3,4
- 2012 yılında; 3,3
- 2013 yılında; 3,4
- 2014 yılında; 3,7
- 2015 yılında; 3,7
- 2016 yılında; 2,6
- 2017 yılında; 3,1
- 2018 yılında; 3,9

Oranlara baktığımızda Türkiye'nin turizm ülkesi olma yolunda olduğunu söyleyebilmekteyiz.

Tablo 8'i incelediğimizde genel itibariyle Türkiye'de yıllar içerisinde turizm gelirlerinde artış görülmektedir. 10 yıl içerisindeki verilere bakıldığında yalnızca 2016 yılında ciddi bir düşüş görülmüştür. Bunda darbe girişimi ve Rusya ile olan siyasi gerilim etkili olmuştur. 2016'da turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı 2,6'ya gerilemiştir.

Turizm gelirleri 2017 yılında bir önceki yıla göre %18,89 artış göstermiştir. Bunda Rusya ile olan krizin çözüme kavuşması etkili olmuştur. Turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı 3,1'e çıkmıştır.

2018 yılında ise turizm gelirlerinde artış olmasına rağmen GSYH'de bir önceki yıla göre düşüş yaşanmıştır ve turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı 3,9 olmuştur.

3.13.10. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açığını Kapatma Payı

TÜİK verilerine göre turizm sektörünün dış ticaret açığını kapatmadaki payını incelediğimizde; 2008 yılında yaklaşık 70 milyon dolar olan açığın %44,3'lük kısmını turizm sektörü karşılamıştır. 2009 yılında açığın kapanmasındaki en büyük turizm sektörü olmuştur. 38 milyon dolarlık açığın 32 milyon dolarını karşılayarak %82,5'lik kısmını tek başına üstlenmiştir. 2010 yılında %46, 2011 yılında %34, 2012 yılında %43, 2013 yılında %32, 2014 yılında %40, 2015 yılında %49, 2016 yılında %39, 2017 yılında %34, 2018 yılında ise %53'ünü karşılamıştır.

Verilere baktığımızda yıldan yıla değişimler olsa da turizm sektörü dış ticaret açıklarını kapatmada her zaman büyük yüzdelere sahip olmuştur. Bunun en önemli nedeni ülkeye döviz girdisi sağlaması olmuştur.

Tablo.20. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı

TURİZM GELİRLERİNİN DIŞ TİCARET AÇIKLARINI KAPAMA PAYI			
YIL	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin DTA Kapama payı (%)
2008	69.936.378	30.979.979	44,3
2009	38.785.809	32.006.149	82,52
2010	71.661.113	33.027.943	46,09
2011	105.934.807	36.151.328	34,13
2012	84.066.659	36.776.645	43,75
2013	99.858.613	32.308.991	32,35
2014	84.508.918	34.305.903	40,59
2015	63.268.398	31.464.777	49,73
2016	55.995.686	22.107.440	39,48
2017	76.736.291	26.283.656	34,25
2018	55.040.000	29.512.926	53,62

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (25.12.2019) tarihinde, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

4.YÖNTEM

4.1.Hipotez

H1: Turizm ekonomiyi olumlu yönde etkiler.

H2: Turizm ve ekonomi arasında pozitif yönde güçlü ilişki vardır.

H3: Turizm istihdam olanakları yaratır.

H4: Turizmin dış ticaret açığını kapatma özelliği vardır.

H5: Turizm GSYH'yi artırır.

4.2.Araştırma Deseni

Çalışmada korelasyonel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Korelasyonel araştırma; araştırmada yer alan iki ya da ikiden fazla değişken içeren örneklemden veri toplanmasıdır (Akarsu, 2019, 34). Bu çalışmada turizm sektörü ve ekonomi arasındaki ilişki incelenmiştir.

4.3.Araştırma Evreni

Bu çalışmanın araştırma evreni 2008-2018 yılları arasında Türkiye turizmine etki eden yerli ve yabancı turistlerin toplam harcamaları ve bıraktıkları dövizler gibi etmenlerdir. Bu veriler Turizm Bakanlığı ve TÜİK'ten elde edilmiştir.

4.4.Veriler Toplama Yöntemi

Araştırmanın verileri TÜİK, Kültür ve Turizm Bakanlığı, UNWTO, WWTO, Merkez Bankası, Türkiye Sınai Kalkınma Bankası, Turefod, Devlet Hava Meydanları İşletme Müdürlüğü gibi birimlerden elde edilmiştir.

4.5.Verilerin Analizi

2008-2018 yıllarındaki hizmetler sektöründeki büyüme ve ekonomik büyüme verileri Tablo 14'de verilmiştir. Yıl yıl karşılaştırma yapılarak korelasyonel veriler elde edilmiştir. Korelasyon için aşağıdaki formül kullanılmıştır;

$$r = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2 \cdot n(\sum y^2) - (\sum y)^2}$$

Tablo 20'deki ekonomik büyüme ve hizmetler sektörü büyüme oranları yukarıda verilen formüle göre işleme konulmuştur. Korelasyon Katsayısı: 0,02 çıkmıştır. Bu da turizm ve ekonomi arasında zayıf bir ilişki olduğunu gösteriyor.

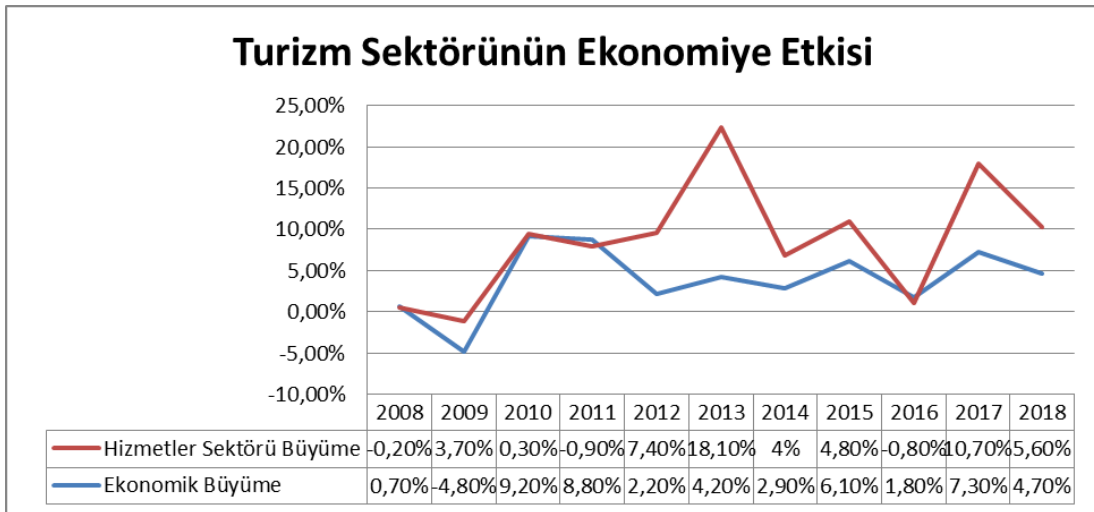
Tablo.21. Yıllara Göre Büyüme Rakamları

Yıllar	Turist Sayısı	Turizm Gelirleri	Ekonomik Büyüme	Hizmetler Sektörü Büyüme
2008	31.137.774	25.415.067	0,70%	-0,20%
2009	31.759.816	25.064.482	-4,80%	3,70%
2010	32.997.308	24.930.997	9,20%	0,30%
2011	36.769.039	28.115.692	8,80%	-0,90%
2012	37.715.225	29.007.003	2,20%	7,40%
2013	39.860.771	32.308.991	4,20%	18,10%
2014	41.627.246	34.305.903	2,90%	4%
2015	41.114.069	31.464.777	6,10%	4,80%
2016	30.906.680	22.107.440	1,80%	-0,80%
2017	37.969.824	26.283.656	7,30%	10,70%
2018	46.112.592	29.512.926	4,70%	5,60%

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, *Turizm İstatistikleri Veri tabanı*, (30.12.2019) tarihinde,

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072

Tablo.22. Turizm Sektörünün Ekonomiye Etkisi



4.6. Bulguların Değerlendirilmesi

Hipotez	Durum
H1: Turizm ekonomiyi olumlu yönde etkiler.	Kabul
H2: Turizm ve ekonomi arasında pozitif yönde güçlü ilişki vardır.	Ret
H3: Turizm istihdam olanakları yaratır.	Kabul
H4: Turizmin dış ticaret açığını kapatma özelliği vardır.	Kabul
H5: Turizm GSYH'yi arttırır.	Kabul

H1 Kabul: Türkiye ekonomisine döviz girdisi sağlar ve istihdam yaratmaktadır.

H2 Ret: İncelenen yıllar arasında ekonomik krizler, ülke içi ve ülkeler arası siyasi krizler olduğundan dolayı turist sayısında ve elde edilen gelirlerde düşüş yaşanmıştır ve turizm – ekonomi ilişkisi zayıf yönde seyir almıştır.

H3 Kabul: Tablo 9'daki verilerden anlaşılacağı üzere turizm istihdam olanakları yaratmaktadır.

H4 Kabul: Tablo 20'den anlaşılacağı üzere turizmin dış ticaret açığını kapattığı görülmektedir.

H5 Kabul: Tablo 19'dan anlaşılacağı üzere turizm GSYH'yi arttırmaktadır.

SONUÇ

Günümüzde en hızlı gelişen sektör olan turizm sektörü dış ticaret açığını kapatma açısından Türkiye için oldukça önemlidir. Çünkü turizm sektörü istihdam sağlamaya, GSYH'yi arttırmaya, işsizlik sorunun giderilmesine ve bölgeler arasında dengesiz dağılan gelir düzeyini dengeli hale getirmekte önemli rol oynayan faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin en büyük sorunu olan işsizlik, turizm sektörünün emek-yoğun yapısıyla çözüme kavuşabilmektedir. Şöyle ki; turizm sektöründe makineleşme ve otomasyon sistemleri kullanımı çok sınırlıdır. Çünkü turizmin işi insanlardır ve insanı ağırlamada yine insan gücü çok önemlidir.

Yıllara göre turizm sıralamasında Türkiye'nin yeri son 10 yılda yaklaşık 2 basamak yükselmiştir. Veriler de gösteriyor ki dünya ile paralel olarak ülkemizde de turizm gelişme göstermektedir.

Turizm sektörü ülkeye döviz girdisi sağlamaktadır. Bu sayede gelir kaynaklarında artış ve ödemeler dengesinde düzelmeler görülmektedir. Turizm gelirlerinde 2008 yılından 2018 yılına kadar belirli oranda artış görülmüştür. 2008 yılında yaklaşık 25 milyon dolar olan turizm gelirleri 2018 yılında yaklaşık 30 milyon dolara çıkmıştır. %17'lik bu gelişme GSYH'ye olumlu etki sağlamıştır. 2008 yılından 2018 yılına kadar -2016 hariç- belirli oranlarda artış göstermiştir. %16'lık gelişmeyle 3,3'ten 3,8'e yükselmiştir.

Turizm sektörü ulaşımdan inşaata, konaklamadan yiyecek-içeceğe kadar birçok sektöre etki etmektedir. Bu yönüyle ekonomiye olumlu katkı sağlamaktadır. Turizm işletmesine istihdam edilen personelin sektör dışından olması muhtemeldir. Örneğin; muhasebe personeli. Turizm sektöründen olmamasına rağmen turizm sektöründe istihdam edilerek işsizliğe ve dolayısıyla ekonomiye olumlu yönde katkısı olmaktadır. Ayrıca hizmetler sektöründeki büyüme ekonomik büyümeyle paralel olarak gelişme göstermektedir. 2008 yılında yaşanan krizden dolayı ekonomik büyüme %0,7 civarındadır. Hizmetler sektöründeki büyüme ise -%0,2 olmuştur. Krizin ekonomik etkilerinden hizmetler sektörü de etkilenmiştir. 2011 ve 2016 yılları hariç çalışmayı kapsayan yıllar arasında önemli bir düşüş olmamıştır.

2008 yılında ekonomik büyüme %7 iken hizmetler sektöründeki büyüme %5,6 olmuştur.

Türkiye hem yaz turizmine hem de kış turizmine uygundur. Bu nedenle farklı bölgelerde ve bu bölgelerde yaşayan insanlar arasındaki gelir farklılıklarını ortadan kaldırmada önemli bir etkisi vardır. Yaz sezonunda 6 ay denize girilebilirken kış sezonunda kar turizmi, yaylacılık turizmi gibi faaliyetlerle yıl boyunca gelir kaynağı olma özelliğine sahiptir.

Sektör dışında yaşanan krizler sektörü direkt olarak etkileyebilme gücüne sahiptir. Örneğin 2015 yılında yaşanan Rusya ile füze krizi 2016 yılında Rus turist sayısını oldukça düşürmüştür. Siyasi ilişkiler turizm faaliyetlerine olumsuz etki etmiştir. Bu nedenle ülkemiz farklı pazarlara açılmalı ve yeni turist profilleri çekmeye çalışmalıdır.

Hükümetinde desteğiyle yeni turizm politikaları geliştirilmelidir. Turizme yapılan yerli yatırımlar desteklenmelidir. Gerek vergi indirimi gerekse arazi yardımıyla turizm yatırımlarının artması sağlanmalıdır. Bu sayede işsizlik ve dolayısıyla ekonomide gelişmeler gözle görülür şekilde artacaktır. Ayrıca Rusya ile olan kriz örneğindeki durumlarla karşılaşma olasılığına karşın bir kriz yönetim planı olmalıdır.

Bu çalışmada turizm gelirleri ile ekonomi arasında nedenselliğe dayanan bir ilişki olduğu saptanmıştır. Turizm gelirleri arttığı ölçüde ekonomik büyüme de artış gösterir. Turizme yapılan yatırımlar istihdam alanı yaratarak işsizliğe ve ekonomiye olumlu katkı sağlamaktadır. Bu nedenle hizmetler sektörünün tüm kolları desteklenmeli ve geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- 1. Akarsu, B, 2. Akarsu, B, **Bilimsel Araştırma Tasarımı**, Birinci Baskı, Cinius Yayınları, İstanbul, 2019.
- Barutçugil, İ., **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi (1. Baskı)**, Kariyer Yayıncılık, İstanbul, 2004.
- Çeken, H, **Turizm Ekonomisi**, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2019
- Çınar, H., **Dış Ticaretçinin El Kitabı (1. Baskı)**, ARC Eğitim Danışmanlık Yayınevi, İstanbul, 2018.
- Eğilmez, M., **Türkiye Ekonomisi (2. Baskı)**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2020.
- Eğilmez, M., **Ekonominin Temelleri (4. Baskı)**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2020.
- 1. Kozak, N, 2. Kozak, M, A, 3. Kozak, M, **Genel Turizm**, 20. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara, 2019
- Milli Eğitim Bakanlığı, **Konaklama ve Seyahat Hizmetleri**, Ankara, 2011.
- Mill, A., **Ekonomi 101 (2. Baskı)**, Say Yayınları, İstanbul, 2019.
- Tatlıyer, M., **İstihdamı Paylaşmak (1. Baskı)**, Seta Kitapları, Ankara, 2020.
- 1. Ünlüönen, K, 2. Tayfun, A, 3. Kılıçlar, A, **Turizm Ekonomisi**, 6. Baskı, Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 2018

RAPORLAR

-T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, **Turizm İstatistikleri 2018 Genel Değerlendirme Raporu**, Ankara, 2019.

İNTERNET / Süreli Yayının Elektronik Versiyonu

-1.Akın, A, 2.Şimsek, M,Y, 3.Akın, A, **Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi**, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, Cilt:4, Sayı:7, 63-81, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/180476>, 23.12.2019

-Arabacı, H, **Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme**, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:4, Sayı:3, 104-108, http://ibaness.org/bnejss/2018_04_03/11_Arabaci.pdf, 9.9.2019

-Çakır, P, **Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Genel Bir Yaklaşım**, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:17, Sayı:1, 377-393, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/798515>, 14.11.2019

-1.Davras, M, 2.Aktel, M, **2015-2016 Krizinin Türkiye Turizmine Yansımaları**, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Cilt:9, Sayı:21, 27-38, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/515063>, 9.9.2019

-Şit, M, **Türkiye' Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı**, İlkbahar, Cilt:7, Sayı:1, 101-117, <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/269300>, 23.12.2019

-1.Yenilmez, F, 2.Kılıç, E, **Türkiye'de İşgücüne Katılma Oranı-İşsizlik Oranı İlişkisi: Cinsiyet ve Eğitim Düzeyine Dayalı Bir Analiz**, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt:13, Sayı:2, 55-76, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/515153>, 14.11.2019

-Yıldız, Z, **Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi**, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi Cilt:3, Sayı:5, 54-71, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/213959>, 9.9.2019

İNTERNET KAYNAKLARI

- UNWTO *Tourism Highlights 2018*, 2018, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419876> , Erişim Tarihi: 27/09/2019
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri, 2018, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> , Erişim Tarihi: 28/09/2019
- www.ktb.gov.tr,
- www.ticaret.gov.tr
- www.tuik.gov.tr
- www.tursab.gov.tr
- www2.unwto.org
- <https://dergi.diyamet.gov.tr/makaledetay.php?ID=18214>

ÖZGEÇMİŞ

18 Mayıs 1992 yılı, İstanbul ili Gaziosmanpaşa ilçesi doğumluyum. İlk ve ortaokul öğrenimini aynı ilçede, lise öğrenimimi ise Eyüp ilçesinde tamamladım. Daha sonra Beykent Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Lisans bölümünde öğrenim gördüm. Mezun olduktan sonra bir firmada pazarlama bölümünde çalıştıktan sonra ayrıldım. Buradan sonra bir devlet okulunda İngilizce öğretmenliği yaptım. 2017 yılında Beykent Üniversitesi İşletme Yönetimi Yüksek Lisans öğrenimime başladım.

Özel ilgi alanım eğitim psikolojisi alanında yazılar okumaktır.

Yabancı dilim İngilizcedir. Memleketim Ordu olup 1 yıllık da evliyim.

Sümevra YEŞİLKAŞ ERDAL