

**TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİ:
TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Mustafa KORKMAZ

Yüksek Lisans Tezi

Çalışma İktisadı Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Emrah İsmail ÇEVİK

2019

T.C.
TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÇALIŞMA İKTİSADI ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİ:
TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Mustafa KORKMAZ

ÇALIŞMA İKTİSADI ANABİLİM DALI
DANIŞMAN: DOÇ. DR. EMRAH İSMAİL ÇEVİK

TEKİRDAĞ-2019
Her hakkı saklıdır.

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Hazırladığım Yüksek Lisans Tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, yazımda enstitü yazım kılavuzuna uygun davranıldığımı taahhüt ederim.

... /... / 20... (İmza)

(Öğrenci Adı SOYADI)

T.C.
TEKİRDAĞ NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
..... ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

..... tarafından hazırlanan “.....”
konulu YÜKSEK LİSANS Tezinin Sınavı, Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Öğretim Yönetmeliği uyarınca günü saat
.....’da yapılmış olup, tezin OYBİRLİĞİ /
OYÇOKLUĞU ile karar verilmiştir.

Jüri Başkanı:		Kanaat:	İmza:
Üye:		Kanaat:	İmza:
Üye:		Kanaat:	İmza:

Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu adına

...../...../20.....

Prof. Dr. Rasim YILMAZ

Enstitü Müdürü

ÖZET

Kurum, Enstitü : Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
ABD : Çalışma İktisadı Ana Bilim Dalı
Tez Başlığı : Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki:
Türkiye Örneği
Tez Yazarı : Mustafa Korkmaz
Tez Danışmanı : Doç. Dr. Emrah İsmail Çevik
Tez Türü, Yılı : Yüksek Lisans Tezi, 2019
Sayfa Sayısı : 98

Bir ülkenin turizm gelirleri o ülkenin gelişmesine önemli katkı sağlamaktadır. Günümüzde turizm gelirleri ülkelerin ekonomileri için vazgeçilmez bir konuma gelmiştir. Uluslararası gelişmeler, Avrupa Birliği gibi uluslararası işbirliği örgütleri fiilen sınırların kalkmasını sağlamıştır. Sınırların kalması sonucunda turizm faaliyetlerine katılanları sayısında büyük bir artış görülmektedir. Uluslararası turizmin gelişmesiyle kültürler arası yakınlaşma sağlanmış, toplumlar arasındaki önyargıların giderilmesinde önemli rol oynamıştır. Artan turizm gelirleri ekonomilerin ihtiyaç duyduğu para alkışını sağlamaktadır. Turizmin döviz sağlama özelliği ülkelerin ödeme dengeleri için hayatı önem taşımaktadır. Bu sayede ülkeler bütçe açıklarını azaltma olanağı kazanmaktadırlar. Bir ülkede turizm faaliyetlerini gelişmesi bölgesel gelişmişlik farklarını gidermede etkili olmaktadır. Turizm zenginliğine sahip olan ülkeler ekonomileri için artı bir değer kazanmış olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekonomi, İstihdam, Turizm Ekonomisi, Küreselleşme

ABSTRACT

Institution, Institute : Tekirdağ Namık Kemal University, Institute of Social Sciences,
Department : Department of Labor Economics
Title : The Relationship between Tourism and Economic Growth: Evidence from Turkey
Author : Mustafa Korkmaz
Adviser : Assoc. Prof. Emrah İsmail Çevik
Type of Thesis, Year : MA Thesis, 2019
Total Number of Pages : 98

The tourism revenues of one country make a significant contribution to the development of that country. Today, tourism revenues are indispensable for the economies of the countries. International developments, such as the European Union, have effectively promoted the demarcation of borders. As a result of the limitations, there is a big increase in the number of those who participate in tourism activities. With the development of international tourism, a rapprochement between cultures has been achieved and played an important role in eliminating prejudices among societies. Increased tourism revenues provide the currency applause that economies need. The ability to provide foreign exchange for tourism is vital for countries' payment balances. In this way, countries have the opportunity to reduce budget deficits. The development of tourism activities in a country is effective in dispelling regional development disparities. Countries with a wealth of tourism have gained a lot of value for their economies.

Keywords: Tourism, Economy, Employment, Tourism Economy, Globalization

ÖNSÖZ

Yapmış olduğum bu çalışmada Dünya’da ve Türkiye’de turizmin önemi hakkında akademik açıdan ne tür çalışmalar olduğunu, kısaca özetlemeye çalıştım. Çalışmamda; Turizmin ve turistin tanımı, küreselleşen dünyada turizm, turizmin olumlu etkileri, turizm olumsuz etkileri, ödemeler dengesi üzerindeki yeri, istihdama katkısı, turizm ürünü, turizm pazarlaması konularını kısaca ele aldım.

Turizm ülkemiz için ne kadar önemli olduğunu, çalışmamı hazırladığım esnada yapmış olduğu araştırmalar sırasında tekrar anlamış bulunmaktayım. Ülkemizin turizm olanaklarının ne denli çok olduğunu düşündüğümüzde, Dünya turizmi pastasından aldığımız payın az olduğunu görülmektedir.

Yapılan akademik çalışmalara baktığımızda turizm konusunda alacağımız çok daha uzun bir yol olduğu görülmektedir. Umarım en kısa süre içerisinde ülkemiz, bacasız sanayi olan turizmde hak ettiği noktaya gelir.

‘Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği’ adlı çalışmam sırasında bilgi ve tecrübesiyle her zaman yanımda olan ve yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım değerli hocam Doç. Dr. Emrah İsmail Çevik’e sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım. Üzerimde emeği bulunan tüm hocalarıma teşekkür ederim.

Her zaman yanımda olan, her şeye rağmen beni desteklemekten ve inanmaktan vazgeçmeyen sevgili annem ve babama sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Bu süreçte desteklerini esirgemeyen tüm yakınlarıma teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
KISALTMALAR.....	vii
TABLolar.....	viii

1.BÖLÜM

TURİZM ve TURİST KAVRAMI

GİRİŞ.....	1
1.TURİZM ve TURİSTİN TANIMI.....	3
1.1.Turizmin Tanımı.....	3
1.2.Turistin Tanımı.....	5
1.3.Turizmin Tarihçesi.....	6
1.3.1.İlk Çağda Turizm.....	6
1.3.2.Orta Çağda Turizm.....	8
1.3.3.Yeni Çağda Turizm.....	9
1.4.Turizm Çeşitleri.....	10
1.4.1.Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri.....	10
1.4.1.1.Bireysel Turizm.....	11
1.4.1.2.Kitle Turizmi.....	11
1.4.1.3.Grup Turizmi.....	12
1.4.2.Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri.....	12
1.4.2.1.İç Turizm.....	12
1.4.2.2.Dış Turizm.....	13
1.4.3.Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri.....	13
1.4.3.1.Gençlik Turizmi.....	13
1.4.3.2.Orta Yaş (Yetişkin) Turizmi.....	15

1.4.3.3.Üçüncü Yaş Turizmi	16
1.4.4.Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri.....	17
1.4.4.1.Sosyal Turizm	17
1.4.4.2.Lüks Turizm	18
1.4.5.Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri.....	18
1.4.5.1.Deniz Turizmi	18
1.4.5.2.Kongre Turizmi.....	19
1.4.5.3.Termal Turizmi	19
1.4.5.4.Yat Turizmi.....	20
1.4.5.5.Mağara Turizmi.....	21
1.4.5.6. Kış Turizmi	22
1.4.5.7.Av Turizmi	22
1.4.5.8.Golf Turizmi.....	23
1.4.5.9.İnanç Turizmi	24
1.4.5.10.Yayla Turizmi.....	25

2.BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Turizm Arzı.....	28
2.2.Turizm Arz Esnekliği.....	29
2.3.Talep-Talebin Özellikleri-Talebi Etkileyen Unsurlar	29
2.4.Turizm Talebi	31
2.5.Turizm Talep Esnekliği	32
2.6.Turizm ve Ekonomi İlişkisi	33
2.6.1.Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	33
2.6.1.1.Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi	33
2.6.1.2.Turizmin Gelir yaratıcı etkisi	35
2.6.1.3.İstihdam Yaratıcı Etkisi	37
2.6.1.4.Turizmin Alt Yapıya ve Üst Yapıya Etkisi	40
2.6.1.5.Turizmin Devlet Gelirleri ve Harcamalarına Etkisi	41
2.6.1.6.Turizmin Bölgeler Arası Dengeli Kalkınmaya Etkisi	42

2.6.1.7.Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Katkısı	43
2.7.Türkiye’de Turizm	46
2.7.1.Cumhuriyet Öncesi Türkiye’de Turizm	46
2.7.2.Planlı Dönem Öncesi Türk Turizmi (1923-1963)	48
2.7.3.Planlı Dönem Sonrası Türk Turizmi	49
2.7.4.Kalkınma Planlarında Turizm	50
2.7.4.1.Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı	50
2.7.4.2.İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	50
2.7.4.3.Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	51
2.7.4.4.1978 Programı.....	51
2.7.4.5.Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı	51
2.7.4.6.1980 Yılı Sonrası Türkiye’de Turizm	52
2.7.4.7.1984 Geçiş Programı	52
2.7.4.8.Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	52
2.7.4.9.Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	53
2.7.4.10.1995 Geçiş Dönemi	53
2.7.4.11.Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı	53
2.7.4.12.Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı	54
2.7.4.13.Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı.....	54
2.7.4.14.Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı	54
2.8.Türkiye’de Turizm Gelirleri	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

LİTERATÜR TARAMASI ve EKONOMETRİK ANALİZ

3.TÜRKİYE’NİN TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME ANALİZİ	61
3.1.Literatür Taraması	61
3.2.Çalışmanın Amacı ve Kapsamı	66
3.3.Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi	66
SONUÇ ve ÖNERİLER	71
KAYNAKÇA.....	74

KISALTMALAR LİSTESİ

ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AIEST	: Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
GSMH	: Gayri Safi Milli Hâsıla
GSYH	: Gayri Safi Yurtiçi Hâsıla
IAGTO	: Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği
ICCA	: Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
MÖ	: Milattan Önce
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
SER	: Sabit Sermaye Yatırımı
STK	: Sivil Toplum Kuruluşları
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
USTB	: Uluslararası Turizm Bürosu
TCMB	: Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TG	: Turizm Gelirleri
TİC	: Ticari Açıklık
TUROFED	: Türkiye Otelciler Federasyonu
TÜRSAB	: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
YY	: Yüzyıl

ŞEKİL ve TABLO LİSTESİ

Şekil 1.1: Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar.....	4
Tablo 2.1: Türkiye'nin Turizm gelirleri.....	56
Tablo 2.2: Ülkelere Göre Turizm Gelirleri Dünya Sıralaması (Milyar \$).....	58
Tablo 2.3: Ülkelere Göre Turist Sayısı Dünya Sıralaması (Milyon Kişi).....	59
Şekil 3.1: Turizm Gelirlerinin Milli Gelire Oranı.....	67
Tablo 3.1: Birim Kök Testi Sonuçları.....	68
Şekil 3.2: Turizm Gelirlerinden GSYİH'ye Yönelik Nedensellik İlişkisi.....	69
Şekil 3.3: GSYİH'den Turizm Gelirlerine Yönelik Nedensellik İlişkisi.....	70

GİRİŞ

Turizm günümüzde hızla gelişmekte olan bir sektördür. Bireylerin gelir düzeyindeki artış nedeniyle turizm faaliyetlerine katılmak için ayırdıkları bütçe artmaya başlamıştır. Ulaşımındaki gelişmeler sayesinde günümüzde uzak destinasyonlara erişim imkânı doğmuştur. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler, özellikle internetin günlük hayatın vazgeçilmez bir unsuru haline gelmesiyle, turizm faaliyetine katılmak isteyenlerin haklarında hiçbir şey bilmedikleri veya çok az şey bildikleri ülkelerle ilgili bilgi sahibi olabilmektedirler. Teknolojideki bu gelişmeler sayesinde ülkeler veya turizm bölgeleri gerekli tanıtım faaliyetlerini yapabilmektedirler.

Turizm sektörü ülkelerin ekonomileri için büyük bir önem arz etmektedir. Günümüzde ekonomilerin büyümesinde önemli bir yapı taşı görevi üstlenmektedir. Turizmin döviz getirme özelliği sayesinde dış ticaret açığının kapatılmasına veya azaltılmasında büyük katkılar sağlamaktadır. Turizmin sağlamış olduğu ekonomik imkânlar ülkelerin bütçeleri için önemli bir yer tutmaktadır. Turizm ülkelerin tanıtımı ve itibarına katkı sağlamaktadır. Turistik faaliyetler sayesinde ön yargıların önüne geçilebilmektedir. Kültürler arasında iletişim sağlanmakta, bireylerin birbirlerini tanımalarına katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı Türkiye’de ekonomik büyüme, turizm gelirleri arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü tespit etmektir. Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde turizm ve turist tanımı ve turizmin tarihsel süreci ana hatlarıyla ele alınmıştır. Turizm çeşitleri ise detaylı olarak açıklanmıştır.

İkinci bölümde turizm arzı ve özellikleri, turizm talebi ve özellikleri, turizm ve ekonomi ilişkisi başlığı altında turizmin olumlu ekonomik etkileri incelenmiş, devamında Türkiye’de turizm; cumhuriyet öncesi, planlı dönem öncesi ve planlı dönem sonrası olmak üzere üç başlık altında açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde literatür taraması yapılmış, Türkiye’de ekonomik büyüme, ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin varlığını tespit edebilmek için ekonometrik

analizler yapılmıştır. Öncelikle ADF ve PP birim kök testi uygulanmış daha sonra nedensellik analizi uygulanmaktadır. Nedensellik analizi sonuçları turizm gelirleri ile

GSYİH arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ve nedenselliğin turizm gelirlerinden GSYİH'ye yönelik olduğunu göstermektedir. Ayrıca söz konusu ilişkinin kısa dönemden ziyade orta ve uzun dönemde ortaya çıktığı ve turizm gelirlerinin GSYİH'yi dört yıl ve daha uzun bir sürede etkilediği belirlenmiştir. Analiz sonuçları turizmin ülke ekonomisine olumlu katkı yaparak milli geliri etkilediğini belirtmektedir.

1.BÖLÜM

1.TURİZM ve TURİSTİN TANIMI

Birçok ülke ekonomisi için turizm vazgeçilmez bir gelir kalemidir. Bu denli önemli bir sektör olan turizmin ne olduğunu bilmek son derece önemlidir. Bu bölümde tarihsel süreç içerisinde turizm ve turist tanımı oluşumu ele alınmaktadır.

1.1.Turizmin Tanımı

Turizm kelimesinin kökenine baktığımızda Latince ‘Totus’ kelimesinden geldiği görülmektedir. ‘Tour’ kelimesi de totus kelimesinden gelmektedir. Avrupa dillerine de sözcük bu anlamı ile geçmiştir (Aslan, 2010:3). Yıllar içerisinde yazarlar turizmin farklı özelliklerine değinerek farklı tanımlar yapmışlardır. İlk turizm tanımı ise 20.yy başında Guyer-Feuler tarafından yapılmıştır.

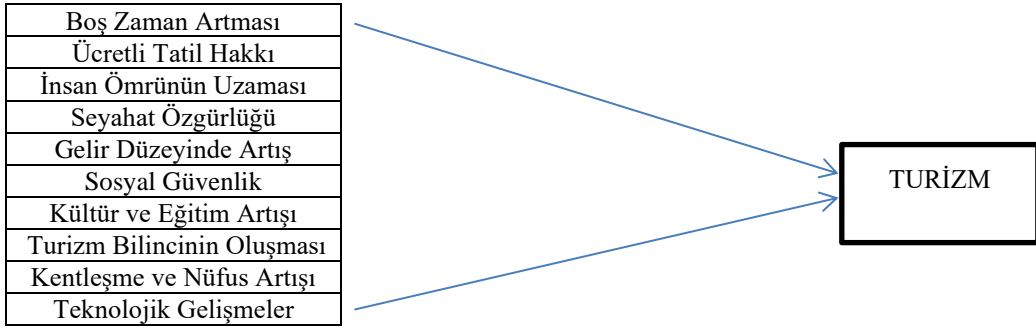
Guyer-Feuler’e göre; *“turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olay’dır.”* (Kozak vd, 2001:1). I. Dünya Savaşının başlamasıyla tanım oluşturma çabaları kesintiye uğramış olmasına rağmen, turizm olgusunun ekonomik olarak araştırılması ivme kazanmıştır.

II. Dünya Savaşının bitmesiyle turizmin ekonomik kısmı öne çıkmıştır. Turizmin önemini erken kavrayan ülkeler; istihdam, dış ticaret açığı, milli gelir vb. olumlu yönlerini fark ederek turizm sektörüne önem vermişlerdir (Çakır ve Bostan, 2000:36). 2000’li yıllarla birlikte turizmin kitlesel özelliği gerilemeye başlamıştır. Bu

dönemde öne çıkan yaklaşım ise bireysel turizm hareketleri olmuştur. Günümüzde seyahat etmek temel bir insan hakkı olarak kabul edilmektedir. Turizm toplumun ve kişilerin bilgi birikimlerini artırmalarında önemli bir yer tutmaktadır (Kozak vd, 2013:8).

Turizmin gelişiminde birden çok faktörün etkili olduğu görülmektedir. Bireylerin sahip oldukları haklar (ücretli tatil hakkı, seyahat özgürlüğü, sosyal güvenlik), imkânlar (boş zaman artışı, gelir düzeyindeki artış) ve diğer etmenler (kültür ve eğitim artışı, insan ömrünün uzaması, turizm bilincinin oluşması, kentleşme ve nüfus artışı, teknolojik gelişmeler) sayesinde turizm etkinliklerine katılanların sayısında artışa ve sektörün gelişmesini sağlamıştır.

Şekil 1.1: Turizmin Gelişmesine Etki Eden Unsurlar



Kaynak:Kozak vd,2001:35

Sanayi Devrimi sonucu turizm büyümeye başlamış ve bugünkü haline ulaşmıştır. Turizmin günümüzdeki haline gelmesini sağlayan unsurlar devrimden sonra oluşmaya başlamıştır. Gelişimi sağlayan unsurlar; boş zaman artması, ücretli tatil hakkı, insan ömrünün uzaması, seyahat özgürlüğü, gelir düzeyinde artış, sosyal güvenlik, kültür ve eğitim artışı, turizm bilincinin oluşması, kentleşme ve nüfus artışı, teknolojik gelişmeler gibi unsurlar Sanayi Devrimi ve sonrasında gelişmeye başlamıştır (Kozak vd, 2001:33-34)

Turizm ilk başlarda ekonomik olarak belli bir güce sahip bireylerin katıldığı bir faaliyetken, gelişen sanayi sonucunda daha düşük ekonomik güce sahip olan kişilerinde katıldığı bir faaliyet haline gelmiştir (Kara, 2009:3).

Turizm, bireylerin yerleşik olarak yaşadıkları yerden geçici bir süre için ayrılıp, siyasi, ekonomik ya da herhangi bir işte çalışmak vb. amaçlar gütmeyen;

ziyaret, gezmek, eğlenmek, spor aktivitelerine, din, kongre, sağlık, kültürel faaliyetlere katılmak amacıyla yaptıkları seyahatlerdir. Bireysel veya toplu olarak gittikleri yerde yirmi dört saatten fazla kalmak veya gittikleri yerdeki bir konaklama tesisinde en az bir gece konaklamalarından ortaya çıkan sosyal, kültürel bir tüketim olayıdır (Bayer, 2009:5)

Uluslararası Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) tanımına göre “*turizm yabancıların, seyahat ve geçici veya devamlı asli kazanç elde etme faaliyeti için yerleşmeye dönüşmemek koşuluyla, konaklamalarından doğan ilişkilerin ve olayların tümüdür.*” şeklinde tanımlanmaktadır (Ağaoğlu, 2009:5)

Turizm, yabancı veya yerli bireylerin farklı coğrafya, farklı kültür, farklı ülkeler görmek amacıyla; gezmek, eğlenmek, dinlenmek için yapılan ve ülkeye yabancı misafir ağırlamak için geliştirilen faaliyetlerin bütününden oluşur (Güvenilir, 2015:1).

Turizm, yabancıların herhangi bir gelir elde etme düşüncesi ve yerleşme amacı gütmeyen seyahatlerini yapmaları ve gittikleri yerde konaklamaları sonucunda oluşan olayların bütünüdür (Mert, 2014:3).

1.2.Turistin Tanımı

Turist kavramı; eğitim almış kişilerin İngiltere’den, Kıta Avrupası’na doğru yapmış oldukları seyahatlere daha sonra soylularında katılması sonucunda süreç anlam değişikliğine uğramıştır. İngiltere içinde seyahat edenler ile ülke dışına seyahatte bulunanları ayırabilmek için ‘TOURİST’ ifadesi kullanılmıştır. İngiltere’den Avrupa’ya turist adıyla gidip gelenler çevrelerindeki insanlar tarafından gıpta ile bakılmakta ve bu geziler kişilere prestij sağlamaktaydı (Eralp,1983:8-9).

Turist, turizmin genel tanımına bağlı kalarak ve tanımdaki özelliklere uygun olarak kısıtlı bir zaman içerisinde seyahate çıkan, gittiği yerde en az 24 saatten fazla ikamet eden ya da gittiği yerdeki bir konaklama tesisinde bir gece konaklamayı tercih eden insanlardır. Belli bir boş zamanı ve ekonomik güce sahip, fiziki kapasite olarak sınırlı olan; geleneklerine bağlı, rahatına ve temizliğe dikkat eden, konfora çok önem vermeyen, maceraya düşkün olmayan kişilerdir (Bayezit, 2003:9).

Turist, seyahati boyunca herhangi bir mal ve hizmet üretme veya satış amacı gütmeyen, herhangi bir gelir elde etmeyi amaçlamayan, ortalama mali gücü olan, tüketici konumunda bulunan ve zamanı sınırlı olan kişilere denir (Ünlüöner, vd. 2007:20).

Norval tarafından turistin tanımı 1936 yılında şu şekilde yapılmıştır: “*Turist, sürekli ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaç ile yabancı bir ülkeye giden ve geçici süre kalacağı bu ülkede başka yerde kazandığı parayı harcayan kimsedir*” (Kozak vd, 2001:6).

22747 sayılı Seyahat Acenteleri Yönetmeliğinde şu şekilde tanımlanmıştır. “*Para kazanma amacı olmaksızın dinlenmek ve eğlenmek için ya da kültürel, bilimsel, sportif, idari, diplomatik, dinsel, sıhhi ve benzeri nedenlerle, oturduğu yer dışına geçici olarak çıkan ve tüketici olarak belirli bir süre seyahat edip kalan ve yeniden ikametgahına dönen kimsedir.*”

Turist ile günübirlikçi arasındaki farka baktığımızda; turizm ve turistin temel özelliklerine sahip olan kişilerin, gittikleri yörede konaklama tesisinde kalmayarak yirmi dört saatten az vakit geçirenlere günübirlikçi denmektedir. Turist ile günübirlikçi arasındaki ana fark zaman kavramıdır (Bayezit, 2003:10).

1.3.Turizmin Tarihçesi

Turizmin gelişimi, önemi ve büyümesini anlayabilmek için tarihsel süreci hakkında bilgi sahibi olmak gerekmektedir. Bu bölümde sırasıyla; ilk çağda turizm, orta çağda turizm ve yeni çağda turizm olmak üzere üç başlıkta incelenecektir.

1.3.1.İlk Çağda Turizm

Turizmin başlangıcı, parayı, tekerleği, yazıyı ilk icat eden ve kullanan Sümerler dönemine M.Ö. 4000 yılına kadar götürülebilir. M.Ö. 3000 yıllarında gezginleri en çok cezbeden yerlerin başında tapınaklar ve piramitler nedeniyle Mısır olmuştur. Babil Krallığı ve Eski Mısır’da, gezginlerin dinlenme ve konaklama ihtiyacını karşılamak amacıyla ev ve bahçelerin yapıldığı, ayrıca yolların güvenlik altına alındığı bilinmektedir (Yıldız, 2011:56).

Mısırlılar yapmış oldukları eserlerle (piramitler vb.) turizmin geleceğini şekillendirirken; ayrıca deniz yolculukları yaparak, ticaret nedeniyle seyahat etmenin yanı sıra festivallere katılıp eğlenmek amacıyla seyahatler düzenlemişlerdir. Fenikeliler gibi Mısırlılarda gemicilikte ilerlemiş olması eğlence ve ticaret amacıyla yaptıkları seyahatlerin sayısını arttırmıştır (Kozak vd, 2013:12).

Eski Yunanda bilinen en önemli turizm etkinliği M.Ö. 700 yıllarında başlayan Olimpiyat oyunları olmuştur. Olimpiyatlar turizm tarihi için önemli bir aşama olarak kabul edilmektedir. Oyunları izlemek ve katılmak için yapılan seyahatler spor turizmin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Büyük İskender tarafından M.Ö. 334 yılında Anadolu’da kurulan Efes Demokratik Şehir Devleti’nin yoğun ilgi çektiği ve bir turizm mevsiminde yedi yüz bin kişi tarafından ziyaret edildiği bilinmektedir. Bu dönemde Efes kenti; kütüphanesi, caddeleri, eğlence yerleri, çarşısı, tiyatrosu ile döneminin bilinen en önemli uygarlık, ticaret, kültür, sanat merkezi haline gelmiştir (Budak, 2000:7).

Romalılar kara yolunu kullanarak geniş boyutlu seyahat eden ilk millet olmuşlardır. Romalıların amacı imparatorluklarının sınırlarını genişletmektir. Bu sayede birçok devleti imparatorlukları sınırlarına kattılar ve sınırları içerisinde yollar inşa ettiler. Romalılar tarafından yapılan en önemli karayolu M.Ö. 312 yılında inşasına başlayıp M.S. 200 yılına kadar süren İmparatorluğun tamamını kapsayan “Via Appia” yolu olmuştur. Yolun güzergâhı üzerinde yolcuların dinlenmesi ve atlı arabaların onarılması amacıyla her 25-40 km arasında bir yapı mevcuttu (İçöz, 2006:1).

Ulaştırma, turizmin ve seyahatlerin hızlı, rahat ve konforlu olması için önemli bir faktördür. Roma İmparatorluğu döneminde yol yapım ve bakım olanaklarının yüksek olması turizmin gelişmesinde kolaylık sağlamıştır.

Güvenlik, turizmin ve seyahatlerin gelişmesinde kritik bir faktördür. Kişilerin dinlenme ve seyahatleri sırasında can ve mal güvenliğinin sağlanmasını önemlidir. Roma İmparatorluğu güçlü olduğu dönemde bu güvenliği sağlamıştır (Budak, 2000:8).

Güvenli ve güzel yolların olması, Romalı ve varlıklı kişilerin turizme katılmalarını teşvik etmiştir. Tedavi ve dini amaçla seyahat ettikleri kaplıca ve içmelerde düzenledikleri eğlenceleri zamanla gelenek haline getirerek, imparatorluk içerisinde bir turizm endüstrisi oluşturmuşlardır (Erdoğan, 1995:164).

Doğuda, seyahat ve turizmin gelişimine baktığımızda Arap yarımadasında İslam dininin ortaya çıkmasıyla bu dinin önemli ibadeti olan Hac vazifesini yerine getirmek amacıyla seyahat edilmesi turizmi geliştirmiştir. Kutsal yerleri ziyaret eden kişilerin gittikleri yerlerdeki tarihi yapılar, doğal güzellikler ve insanlar hakkındaki düşüncelerini başka kişilere aktarmaları turizmin büyümesinde etkili olmuştur (Erdoğan, 1995:164).

1.3.2.Orta Çağda Turizm

Zevk ve eğlence amacıyla seyahat etmek 5.yüzyılda Roma İmparatorluğunun çökmesi ile son buldu. Avrupa'da feodal yapının güçlü olması nedeniyle derebeyleri güvenliği sağlamakta yetersiz kalmaktaydılar. Sadece maceracı insanlar Avrupa'daki karanlık dönemde seyahat edebiliyorlardı (Budak, 2000:8).

Kilisenin güçlenmesi ile zevk için seyahat etmek dünyevi olarak kabul edilmesi ve yasaklanması sonucunda seyahat ve turizm faaliyetleri olumsuz yönde etkilenmiştir (Kozak vd, 2013:13).

Orta Çağda dinin önem kazanmasıyla din turizmi öne çıkmıştır. Bu dönemde farklı dinlere mensup kişiler ibadet etmek, dinlerini yaymak ve anlatmak amacıyla seyahat etmişlerdir.

13.yy kadar seyahatlerin temel amacını ticaret oluşturmuştur. Pusulanın icat edilmesi ve denizcilik yeteneklerinin gelişmesi sonucunda zorlu ve uzun deniz seferleri kolaylaşmış oldu. 14 ve 15.yy'da çok direkli gemilerin yapılması, kıtaların haritalarının oluşturulması ve okyanusların seyahatlere açılmasının sonucunda yeni bölgelerin keşfedilmesini sağlamıştır (İçöz, 2006:2).

15.yy'dan itibaren Avrupa'da hüküm süren mistik felsefenin yerine Rönesans'ın geçmesi ile insanı, doğayı, kültürel değerleri farklı bir bakış açısıyla değerlendirilmeye başlanmıştır. Bilhassa sağlık, kültür, dinlenme tekrar önem

kazandı. Bunun sonucunda Rönesans'ın merkezi olan İtalya en önemli ziyaret edilecek yer halini almıştır (Erdoğan, 1995:165).

Venedikli Marco Polo batı dünyasının orta çağdaki en önemli gezginiydi. Uzun süre Kubilay Han'ın hizmetinde kalmış, tüm Orta Asya'yı gezmiştir.

1.3.3.Yeni Çağda Turizm

Avrupalı üst sınıf aileler 16. ve 17.yy'da çocuklarını birkaç yıllık iyi hazırlanmış, eğitim amaçlı gezilere gönderirlerdi. Bu seyahatler zamanla "Grand Tour" adını almıştır. Eğitim seyahatlerine katılan bu çocuklar ileriki dönemlerde yönetici konumuna gelecekleri için gittikleri bölgelerde özel ilişkiler geliştirmenin de dâhil olduğu birçok konuda kendilerini yetiştirmeleri hedeflenirdi. Seyahatlerin öncelikli yönü siyasal olmakla birlikte, seyahate katılanların gittikleri bölgenin kültürünü tanınmaları da sağlanmış olurdu (Kozak vd, 2001:30).

Grand Tour aslında, İngiltere Kraliçesi tarafından yurt dışına görevli olarak gönderilecek (büyükelçi, konsolos) kişilerin eğitim süreçlerini tamamlamaları için yapılan bir uygulama gezisidir. İlki Sir Philip Sidney başkanlığında düzenlenen ve üç yıl süren bu turda ziyaret edilen ülkeler Fransa, İsviçre, Almanya, İtalya, Benelüks ve Avusturya ülkeleridir (Ahipaşaoğlu, 2006:11).

Yeni Çağ'daki önemli seyahatlere örnek vermek gerekirse Cristopher Columbus'un 1492-1502 yılları arasında Küba, Bahama, Jamaika, Orta Amerika, Güney Amerika'nın kuzey kesimleri keşfi önemli yer tutar. 1519 yılında Macellan'ın İspanya'nın batısından başlayarak deniz yoluyla dünyanın çevresini dolaşması, İngiliz denizci James Cook'un Pasifikte Yeni Zellanda, Yeni Kaledonya, Hawaii, Avusturalya ve Amerika'nın kuzeydoğusunu keşfi Yeni Çağ'daki önemli seyahatlere örnek gösterilebilir (Çallı, 2015:14).

17. yüzyılda yüksek sosyeteye katılmak, bazı çevrelerde ilgi çekmek ve ayrıcalık görmek isteyenler, kendini yurt dışında seyahat etmiş olmayı zorunlu hissediyordu. Romalılar dönemindeki gibi turizm varlıklı kişilerin katılabildiği ayrıcalıklı bir yaşam biçimiydi. Zengin kişiler refakatçileriyle birlikte seyahatin

yüksek maliyetini karşılayabilmenin yanı sıra uzun süreler boyunca (bazen birkaç yıl) çalışmadan ihtiyaçlarını karşılayabilmek zorundaydılar (Ahipaşaoğlu, 2006:12).

19.yy'da buhar gücünün ulaşım araçlarında kullanılmaya başlanmasıyla, 1830'lu yıllarda tren ulaşım aracı olarak kullanıma girmiştir. Bunun sonucu olarak tatil turizmine İngiltere'de ilginin artmasına neden olmuş, 20.yy damga vuran kitle turizminin temelleri 19.yy'da atılmaya başlanmıştır. Thomas Cook tarafından gerçekleştirilen ilk toplu seyahat 5 Haziran 1841 tarihinde İngiltere'de Leicester-Loughborough arasındaki 12 millik mesafede tren ile gerçekleştirilmiştir. Böylece Thomas Cook, kitle turizmine giden yolda ilk adımı atan seyahat organizatörü olarak tarihteki yerini almıştır (<https://www.iktisatsozlugu.com/nedir-1962-turizm-tarihcesi-#.XMhizFQzZdg>)

Turizm faaliyetinin tarihine baktığımızda dikkat çekici özelliği, eski çağlarda turizm etkinliklerine katılanların çoğunluğunu aristokrat ve zengin insanların oluşturduğu ve bu faaliyetlerin güçlüklerini ve hatta tehlikelerine göze alabilenlerin gerçekleştirebildiğidir. Kısaca, bu dönemde turizmin gerçekleşebilmesi için;

Refah

Taşıt ve yol

Seyahat ve yol güvenliği ile mümkün olabildiğidir (Erdoğan, 1995:166).

1.4.Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerini sınıflandırabilmek için ortak noktalarını alarak turizm çeşitlerinin oluşturulması konunun anlaşılabilmesi için yararlı olacaktır.

1.4.1.Katılan Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerine katılanların sayısına göre yapılan sınıflandırmadır. Bireysel, grup ve kitle turizmi olmak üzere üç başlık altında toplanmaktadır.

1.4.1.1.Bireysel Turizm

Turizm faaliyetine katılan bir veya birkaç kişinin gerçekleştirdiği turizm şekline bireysel turizm denmektedir. Bireylerin gelir düzeyindeki artış, ulaşımın rahat ve kolay hale gelmesi, güvenlik sorunlarının çözülmesi kişileri bireysel turizme katılma yönünde cesaretlendiren en önemli faktörlerin başında gelmektedir.

Bireysel turizm etkinliğine katılanlar genellikle yüksek gelir düzeyine sahip olan kişiler, eğitimini yeni bitirmiş öğrenciler ve gençler olduğu görülmektedir. Macera arama, yeni yerler görme isteği veya buna benzer sebeplerle bireysel turizmi tercih etmektedirler. Seyahatlere katılanların büyük kısmı Batı Avrupa ülkelerinde yaşayanların oluşturduğu son dönemde Amerika'lı, Kanada'lı, Avustralya'lı kişilerinde katılımlarında artış yaşanmaktadır. İlk başlarda erkekler bireysel turizme katılırken, son zamanlarda kadınlarında katılımında artış olduğu görülmektedir (Kozak vd, 2001:13).

1.4.1.2.Kitle Turizmi

Kitle turizmi Sanayi Devrimi sonucunda bireylerin maddi durumlarının iyileşmesi ve ücretli izin kavramının gelişmesiyle, özellikle hava ulaşımının yaygınlaşması, maliyetlerin azalmasına ve bireylerin seyahatlere katılmasına olanak sağlamış ve bunun sonucunda kitle turizmi kendine has bir pazar ve organizasyon oluşturmuştur. 20.yy ile başlayan ve turizm sektöründe yeni bir başlangıç olarak kabul edilen kitle turizmi 1960'lı yıllardan itibaren öncülüğünü işçi ve orta gelir grubundaki kişilerin katıldığı bir turizm türü olmuştur (Ovalı, 2007:66).

Kişilerin isteklerinin benzer hale gelmesi, toplumsal alanların birçoğunda olduğu gibi turizmde de kendini göstermiş, modern dönem öncesindeki bireysel turizm faaliyetlerinin yerine kitle turizmi almıştır. Toplumun isteklerinin paralel olması sonucunda turizm faaliyetlerinin tek tipe yönelmesine neden olmuş ve bu da kitle turizminin ortaya çıkmasını sağlamıştır. (Tırıl, 2018:162).

1.4.1.3.Grup Turizmi

Grup turizmi, ortak amaç için bir araya gelen bireylerin turizm faaliyetine birlikte katılmalarını ifade eder. Öğrenci grupları, dernek üyeleri, meslek birlikleri vb. katılımı ile gerçekleşmektedir. Grup turizmine katılan kişi sayısına baktığımızda 11 ile 16 kişi arasındadır. Katılan grupların devamlılık göstermeleri ve kişi sayısının belli aralıklarla sınırlı olması grup turizmin kitle turizminden ayıran özellikleridir (Kozak vd, 2001:14).

1.4.2.Ziyaret Edilen Yere Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetine katılanların ülke sınırları içerisinde veya ülke dışında yapmış oldukları seyahatleri ifade etmektedir. İç turizm ve dış turizm olmak üzere iki başlık altında toplanmaktadır.

1.4.2.1.İç Turizm

İç turizmi geliştirmek için yapılan (altyapı, sermaye, personel eğitimi, bilgi birikimi vb. gibi çalışmalar ayrıca dış turizmin gelişmesine de yardımcı olacaktır. İç turizmini geliştiren ülkelerin, zaman içinde dış turizmini geliştirmesi daha kolay olacaktır (Kervankıran, 2017:2).

Dünya genelinde en çok turisti ağırlayan ülkelerin, iç turizm istatistiklerini incelendiğinde iç turizm potansiyellerinde yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Birçok Avrupa ülkesinin iç ve dış turizmi arasında doğru bir denge oluşturduğu görülmektedir. Türkiye’de iç turizm olgusu Avrupa’da olduğu gibi sürekli önem kazanan ve ekonomiye önemli katkı yapan bir sektör haline gelmiştir (Güzel, 2011:128).

Ülke içerisinde vatandaşlarının tatil ihtiyaçlarını karşılayamayan, tatil olanakları yaratamayan ülkelerin turizmde başarı elde etmeleri beklenemez (Özdemir, 1999:160).

1.4.2.2.Dış Turizm

Farklı ülke ve kültürlerde yetişen kişilerin, çeşitli nedenlerle yaşadıkları ülkelerin hudutları dışındaki bölgelere seyahat etmeleri ve bu seyahatler sırasında oluşan ilişkiler bütününe dış turizm denir (Güzel, 2011:128).

Dış turizmin önemine baktığımızda, alt ve üst yapının gelişmesine katkı sunar, yabancı sermaye girişi sağlar, farklı sektörlerin canlandırılması, istihdam ve gelir artırıcı yönleri nedeniyle ekonomiye olumlu yönde katkı sağlayan bir turizm çeşididir. Dış turizm farklı kültürleri tanıma, kendi kültürünün yanı sıra farklı kültürlere saygı bilincini oluşmasını sağlayan, ülkeler arası barışa katkı sunması gibi birçok toplumsal fayda sağlayan özellikleri bulunmaktadır (Kozak vd, 2001:15).

1.4.3.Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerine katılanların yaşlarına göre yapılan sınıflandırmadır. Bireylerin yaşları ilerledikçe isteklerinde değişimler yaşanmaktadır. Gençlik, orta yaş ve üçüncü yaş olmak üzere üç başlık altında incelenmektedir.

1.4.3.1.Gençlik Turizmi

15-25 yaş grubundaki gençlerin bireysel veya grup halinde, anne, baba ve diğer aile üyelerinden bağımsız, bir yıldan az süreli, farklı kültürleri deneyimlemek amacıyla turizm faaliyetlerine katılmalarına gençlik turizmi denir.

Gençlik turizmi 7 kategoride sınıflandırılabilir. Bunlar; yerli genç turistler, eğitim amacıyla turizm faaliyetlerine katılanlar, kısa ve uzun vadeli turistler, alternatif turistler, kurumsallaşmış turistler, kurumsallaştırılmamış turistler ve deneyim turistleri olarak belirlenmiştir (Çakar ve Seyitoğlu, 2016:2).

Turizm gelişmesine en fazla katkısı olan ve turizm faaliyetlerine en çok katılanların yaş aralığı, gençlerin oluşturduğu 15-25 yaş grubudur. Turizm faaliyetlerine genç yaşta katılımın daha fazla olduğu görülmektedir. Gençlik turizme katılanların yaş aralığı ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte genel olarak 15-26 veya 15-30 yaş aralığıdır. Farklı kaynaklarda; öğrenciler, sırt çantalılar, gönüllü ya da çalışarak tatil yapanlar, hem çalışıp hem gez (work and travel) değişim programlarına katılanlar, dil eğitimi için seyahat edenleri Gençlik Turizmine katılanlar şeklinde gruplara ayrılmaktadır (Bahar, 2016:48).

Ülkelerin, bölgelerin özelliklerine bağlı olarak gençlik turizm yaş aralığı farklılıklar göstermektedir. Birleşmiş Milletler bölgeler arası istatistiksel tutarlılık için gençliği 15-24 yaş arasındaki kişiler grubu olarak ifade etmektedir. Dünya Turizm Örgütü “gençlik kavramını 15-25 arasındaki kişiler şeklinde adlandırıyor. Kanada Konseyi ve Kuzey Amerika Öğrenci ve Gençlik Seyahat Birliği ise 30 yaşına kadar olan kişileri genç olarak kabul etmiştir. Romanya’daki Gençlik Yasası 14-35 yaş arasındaki bireyleri genç olarak kabul etmektedir. Gençlik turizmde yaş aralığı farklılıklar göstermekle birlikte araştırmalarda tutarlılık sağlamak amacıyla 26 yaş üstü sınır olarak kabul edilmektedir (Demeter ve Bratucu, 2014:115-116).

Tanımlamalardan da görüleceği üzere gençlik turizminde ana unsur kişilerin yaşı olduğu görülmektedir. Ayrıca gençlerin turizm olayına katılmaları ailelerinin ekonomik durumla ve eğitim seviyeleriyle yakından ilgilidir. Yapılan çalışmalarda, kültür ve gelir seviyesi yüksek ailelerin 18 yaşını aşmış çocuklarının tek başına tatil yapma isteklerine sıcak baktıklarını, hatta desteklediklerini göstermektedir (Yılmaz, 2018:1519-1520).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre dünyada 1 milyar kişiyi geçen turistlerin yüzde 20’lik kısmını gençler oluşturuyor. Yani yaklaşık 200 milyon genç; dinlenmek, eğlenmek, keşfetmek, öğrenmek için seyahate çıkıyor. Bu sayının 6 yıl gibi kısa bir süre sonra 100 milyon kişi daha artarak 300 milyonu kişiye ulaşacağı, yaptıkları harcamanın ise 320 milyar doları geçeceği öngörülüyor. Böyle olunca da başta Türkiye olmak üzere birçok ülke gençleri kendine çekmek için özel projeler hazırlamaya başladı (TÜRSAB, 2015).

Türkiye’de, belli dönemlerde demiryollarının uyguladığı öğrenci indirimleri ve öğrenci yurtlarının yaz döneminde turizm amaçlı olarak öğrencilerin kullanımına açılması gençlik turizmin sosyal turizm kapsamında nitelendirildiği anlaşılmaktadır. Özellikle; kampçılık, spor ve dağcılık gibi farklı amaçlarla seyahat eden gençler pansiyon, çadır ve hosteller de kalmayı tercih edebilmektedirler (Kozak vd, 2001:16).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği’nin (TÜRSAB) ‘Gençlik Turizmi 2015 Raporu’na göre, 2013 yılında Türkiye’ye gelen 33.8 milyon yabancı ziyaretçi sayısı içerisinde yaşları 7 ile 27 arasında bulunan genç turistlerin sayısı 8.5 milyona ulaştı. Bununla birlikte yurtiçi seyahatlerin de yüzde 25’lik kısmını gençler gerçekleştirdi. Gerek yerli, gerekse yabancı turistlerde ‘gençlerin’ yüzde 75’lik kısmının 500 Euro ve üzerinde harcama yapması pazarın ne kadar büyük ve değerli olduğunu göstermektedir (TÜRSAB, 2015).

1.4.3.2.Orta Yaş (Yetişkin) Turizmi

25-64 yaş grubunda olan kişilerin turizme katılmalarına verilen isimdir. Bir toplumun sahip olduğu üretim araçlarını kullanan, üretimde bulunan, esas itibari ile toplumun yükünü çeken grubun, turizm faaliyetlerine katılması ile oluşan turizm şekline orta yaş turizmi denir. Tatil sürelerinin çok kısa olması nedeni ile en kısa süreli tatil yapmakla birlikte tatillerini ancak yıllık ücretli izin dönemlerinde geçirebilmektedir (Bahar, 2016:47).

Kişilerin ekonomik durumlarındaki değişimler de bu grubun hangi tür turizm faaliyetlerine katılacaklarını önemli ölçüde etkilemektedir. Aile fertlerinin rahat seyahat edecekleri ulaşım aracını seçmek ve yine aile fertlerinin uygun oldukları zaman diliminde tatile çıkmak, orta yaş turizminin birincil özelliğini oluşturmaktadır. Orta yaş turistler genellikle, kısa süreli tatile çıkmayı tercih etmekte ve kendi araçlarıyla seyahat etmektedirler (Kozak vd, 2001:16).

1.4.3.3.Üçüncü Yaş Turizmi

Üçüncü yaş turizmi içerisinde hangi yaş grubundaki kişilerin dâhil edileceğine yönelik farklı görüşler mevcuttur. Dünya Turizm Örgütü'nün istatistiklerinde genellikle 50 yaşını alt sınır olarak kabul etmekte, 50 yaşın üzerindeki kişileri üçüncü yaş turisti olarak kabul edildiği belirtmektedir. Bazı araştırmacılar ise 55 yaşın üzerindeki kişileri üçüncü yaş turisti olarak kabul ederken kimi araştırmacılar ise çalışmalarında 65 yaş ve üzerindeki kişileri üçüncü yaş turisti olarak kabul etmektedirler (Albayrak, 2014:349).

Emekli olma yaşı ülkeden ülkeye farklılık gösterdiği için yaşlı olarak kabul edilen bireylerin yaş sınırları arasında farklılıklar mevcuttur. Birleşmiş Milletlere göre 60 yaşının üstündeki kişiler “yaşlı” olarak kabul görmektedir. Fakat gelişmiş bir ülkelerde yaş sınırı genellikle 65'tir. 20.yy'da “doğumda beklenen yaşam süresi” ortalama 45-50 yıl arasında değişirken çağımızda bu sınır 80'li yaşlara ulaşmıştır. Bu durumun sonucu olarak dünya nüfusunun yaşlandığı görülmüştür. İşletmelerde bu önemli ayrıntıyı dikkate alarak pazar çalışmalarına başlamışlardır (Aydemir ve Kılıç, 2017: 2).

Yeterli gelire ve boş zamana sahip olmakla birlikte, aile sorumluluğunun da azaldığı bu yaş grubunda olan bireylerin önemli bir turist potansiyeli taşımaktadır. Birçok ülkede üçüncü yaş turizm pazarının oluşturulması ve değerlendirilmesi için gerekli çalışmalar yapılmaktadır (Kozak vd, 2001:16).

55 ve üstü yaş grubunda bulunan kişiler, boş vakitlerini daha iyi kullanmak istemekte ve emekliliklerinde farklı tatil deneyimleri tecrübe etmeyi arzulamaktadırlar. Küresel dünyada, önümüzdeki yıllarda yaşlı kişilerin turizm sektörü üzerinde yapacağı önemli etkiye giderek daha duyarlı hale gelmektedir. Örneğin 1999 yılında 593 milyon olan 60 yaş ve üstü turist sayısının 2050 yılına gelindiğinde 2 milyar turiste ulaşması öngörülmektedir. Bu sayı ise toplam turizm

harcamalarının üçte birinin bu grup tarafından yapılacağını göstermektedir (Cengiz ve Kantarcı, 2013:31).

1.4.4.Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumlarına Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetlerine katılanların sahip oldukları ekonomik güç ve toplum içindeki konumlarına göre yapılan turizm sınıflandırılmasıdır. Sosyal ve lüks turizm olarak iki başlık altında incelenmektedir.

1.4.4.1.Sosyal Turizm

Sosyal turizm, ekonomik güçleri nispeten düşük olan grupların birtakım destekleyici yöntemler vasıtasıyla turizm faaliyetlerine katılmaları ve bundan doğan ilişkilerin tümüdür. Bu tanım çerçevesinde, sosyal turizmin belirleyici özelliğinin ekonomik güçleri zayıf olan grupları kapsaması olduğu anlaşılmaktadır (Bıçkıcı vd, 2013:51).

Sosyal turizmin Uluslararası Turizm Bürosu'na (USTB) göre tanımı, *“iyi tanımlanmış sosyal yöntemler sayesinde nüfusun düşük gelirli kısımlarının turizmde iştirak etmesinden doğan tüm kavram ve olaylardır.”* (Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi'nin Avrupa'da Sosyal Turizm, Brüksel 2016). Dar gelirli gruplara turizm faaliyetlerine katılımını sağlamak Sosyal turizmin temel amacıdır.

Sosyal turizmin esasları Uluslararası Turizm Bürosu'na (USTB) göre beş kriteri bulunmaktadır. Bunlar;

- ✓ Çoğunluğun turizmden yararlanma hakkı,
- ✓ Sosyal Turizmin sosyal entegrasyona olan katkısı,
- ✓ Sürdürülebilir turizm yapılarının oluşturulması,
- ✓ İstihdam ve ekonomik kalkınmaya olan katkısı,
- ✓ Sosyal Turizmin küresel kalkınmaya olan katkısı, şeklinde

sıralanmaktadır (Kızılırmak ve Ertuğral, 2012:38).

Sosyal Turizm içerisinde yer alan toplumsal grupları baktığımızda; İşçiler, memurlar, emekliler, gençler, bedensel özürlüler, çiftçiler, esnaf ve zanaatkarlar olarak açıklanabilir. Sosyal turizmin dünyada önem kazanması Uluslararası Çalışma Örgütü'nün 1936 yılında ücretli izin konusunda belirlediği uluslararası ilkeler ile gerçekleşmiştir. Sosyal turizmin genel özellikleri kar amacı güdülmemesi, düşük fiyat ve toplu tüketimdir (Kozak vd, 2001:17-18).

1.4.4.2.Lüks Turizm

Gelir düzeyi yüksek olan kişilere hitap eden turizm şeklidir. Yüksek gelire ve ekonomik güce sahip olan toplum içerisinde büyük saygınlık taşıyan kişilerin turistik faaliyetlerini içermektedir. Lüks turizmde, kişiler, konforlu ulaşım araçları ile seyahat ederler ve çok pahalı konaklama tesislerinde kalırlar (Kozak vd, 2001:19).

Ülkemizde lüks turizmi faaliyetlerine katılan kişi sayısını artırabilmek için Kültür ve Turizm Bakanlığının koordinasyonunda gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Böylelikle turizm gelirlerimizde gözle görülür bir artış yaşanacaktır.

1.4.5.Katılanların Amaçlarına Göre Turizm Çeşitleri

Her bireyin turizme katılma amacı farklıdır. Kişilerin isteklerine göre turizmi çeşitlerini artırmak gerekmektedir. Bu bölümde öne çıkan on turizm çeşidi incelenmektedir.

1.4.5.1.Deniz Turizmi

Turizm için deniz her zaman en çekici etmenlerden birisi olmuştur. Turizm denilince akıllara ilk gelen kavramın deniz-güneş-kum üçlüsünün olması, deniz turizminin önemini göstermektedir. Alternatif turizm seçeneklerine olan ilgi giderek artsa da, turizm için denizin hala çok büyük ilgi gördüğü bilinmektedir. Günümüzde pek çok ülkede, o ülkeye seyahat eden turistlerin büyük bir kısmı denizlerden yararlanmak amacıyla seyahate çıkmaktadırlar. Ayrıca ülkeler iyi ve doğru

örgütlendiği takdirde ülkelerin turizm gelirlerinin büyük bir bölümü deniz turizminden elde edilmektedir (Kozan vd, 2014:116-117).

1.4.5.2.Kongre Turizmi

Bir veya birden fazla günle sınırlandırılmış ve önceden kararlaştırılmış program dâhilinde mesleki veya bilimsel konularda, belli bir başlık hakkında bilgi paylaşımını hedefleyen özellikle toplantının yapıldığı yer dışından gelenlerinde katılımı ile meydana gelen bir toplantı şeklidir (Çizel,1999:6).

Kimi tanımlarda ise katılımcı sayısı ön plana çıktığı görülmektedir. Kongre, iştirakçi sayısının ulusal veya uluslararası seviyede minimum 300 olduğu ve karşılıklı bilgi paylaşımında bulunma olanağı sağlandığı büyük çaplı toplantılardır (Alaşhan, 2018:4).

Türkiye, her geçen yıl büyümekte olan dünya turizm pazarı içinde önemli yer tutan toplantı ve kongre turizmi pazarından büyük bir oranda pay almaya devam etmektedir. Son 50 yıl içerisinde toplantı sayısına göre dünya sıralamasında ilk 20’de kendine yer bulamayan Türkiye, TUROFED 2014 Turizm Raporu’na göre, 2013 yılı verilerine bakıldığında 18. sıraya yerleşmeyi başarmış, fakat ICCA 2015 verilerine göre 2014 yılında 19. sıraya gerilemiştir (İlbey, 2018:25).

Kongre turizmine ekonomik açıdan baktığımızda, Dünyada 700 milyon kişi turizm amaçlı seyahat gerçekleştirmektedir. Bu kişilerin %10’undan fazlası iş amacıyla seyahat etmektedir. Kongre turizminin Dünya’da 170 milyar dolarlık bir hacmi sahiptir. Türkiye’nin geliri ise yaklaşık 300 milyon dolardır. Bu gelir ile Türkiye, Dünya Kongre Turizminde % 2’lik bir paya sahiptir. İş ve toplantı turizm içerisinde ilk sırada % 26’lık bir oranla tıp kongreleri yer almaktadır (Gücün, 2018:87).

1.4.5.3.Termal Turizmi

İnsanlığın varoluşundan bu yana sıcak suların kullanıldığı bilinmektedir. İlk çağlarda sağlık turizmini örnek teşkil edecek olan Romalılar tarafından dini amaçlarla ve sağlığı geliştirmek amacıyla kullanılan kaplıca suları tarihteki ilk termal

turizm uygulamalara örnek oluşturmaktadır. Çağımızda termal turizm denilince akla ilk gelen kaplıca turizmi olmaktadır. Kaplıca termal kaynaklardan yeryüzüne çıkan su kütlelerinin merkezi ya da çevrelerine kurulan tesislerdir (Kotan, 2018:36).

Termal turizm veya kaplıca turizmi; içme, mineralize termal su banyosu, inhalasyon, çamur banyosu gibi farklı türdeki yöntemlerin yanı sıra, fizik tedavi, iklim kürü, rehabilitasyon, psikoterapi egzersiz, diyet gibi yardımcı tedavilerin eklenmesi ile yapılan kür (tedavi) uygulamaları için meydana gelen turizm şekli olarak ifade edilmektedir (Can, 2016:45).

Türkiye'nin sahip olduğu jeotermal kaynaklarının fazlalığı ve potansiyel zenginliği açısından Avrupa'da ilk sırada yer aldığı gibi, dünya çapında yedinci sırada yer almaktadır. Başta debisi ve sıcaklık derecesi, haiz olduğu fiziki ve kimyevi nitelikleri bakımında Avrupa ülkeleriyle karşılaştırıldığında daha üstün bir konumda olduğu anlaşılmaktadır. İçeriği zengin, sıcaklık değeri 20 °C üstünde 1500'den fazla termal kaynak büyük bir potansiyeli ifade etmektedir. Dünyada 7 sırada olan Türkiye'nin diğer Avrupa ülkelerine rağmen bu potansiyeli yakalamış olması suların çok daha değerli olmasının yanında tesislerde verilen hizmetlerin uygun fiyatlı olmasından kaynaklanmaktadır (Üçpunar, 2013:106).

1.4.5.4.Yat Turizmi

1990'lı yıllarla birlikte önem kazanmaya başlayan yat turizmi, Türkiye'de ve dünya'da son dönemde hızla gelişme göstermektedir. Eko turizm çeşitlerinden gelişme potansiyeli çok yüksek olmaya aday olan yat turizmi ülkeye sağladığı gelir açısından turizm sektöründe önemli bir yere sahip olmasına rağmen turist sayısı bakımından hedeflenen seviyelere ulaşamamıştır (İldırım, 2017:33).

Türkiye'de yat turizminde talebi belirleyen etmenlerden öne çıkanlar Türkiye'deki fiyatları ucuz bulmaları, önceden Türkiye'ye gelmiş olmaları, su sporları, Türkiye'nin tarihi ve arkeolojik değerleri, ülkemizin doğal çevre güzellikleri, komşu ülkelere gelmişken Türkiye'yi ziyaret etmek olarak sıralanabilir (Barlas, 2010:55).

Türkiye’de yat turizminin gelişimini desteklemek ve potansiyelini belirlemek için Turizm Bakanlığı’nca (günümüzdeki adıyla T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı) 1992 yılında “Yat Turizmi Master Planı” hazırlanmıştır. Master Plan ile öncelikle ülkemizde yat turizminin yatırım alanlarının tespit edilmesi, bu konudaki sorunların çözümünü bulma ve sektöre yön verilmeye çalışılmaktadır (Işık, 2010:63).

1.4.5.5.Mağara Turizmi

Mağara turizmi ile ilgili yapılan tanımlara baktığımızda; yer yüzeyi altında oluşan boşlukların ziyaret edilmesine “Mağara Turizmi” denilmektedir. Bir diğer tanıma göre ise mağara turizmi; merak ve sağlık amacıyla mağaralara yapılan seyahatlerdir. Görsel mağaracılık, mağaraların turizmde yaygın olarak kullanıldığı şekli olup rehberler ile birlikte yapılan, diğer ziyaretçi hizmetlerinin sunulduğu mağaralara yönelik turlar şeklinde tanımlamıştır (Yozcu, 2017:61).

1950’li yıllar dünya’da mağara turizminin gelişmeye başladığı dönemdir. Bu gelişime paralel olarak, Türkiye’de 1950’li yıllarda turizme açılan ilk mağarası Alanya Damлатаş Mağarası’dır. Damлатаş Mağarasını 1965 yılında turizme açılan Silifke Narlıkuyu Dilek Mağarası ve Burdur İnsuyu Mağarası takip etmiştir (Yozcu, 2017:68).

Ülkemizdeki mağaralar turizm çeşitliliği açısından, önemli bir potansiyele sahiptirler. Ülkemizin %40’lık bir bölümü mağara oluşumu için önemli bir özellik olan karsitleşmeye uygun kayalardan meydana gelmektedir. Erimeye uygun kayaların kapladığı alan ve bu alanlarda bilinen mağara sayısının oranına göre Türkiye’de 40.000’den fazla mağaranın olabileceği düşünülmektedir (Arpacı vd, 2012:61-62).

Günümüzde eko turizmin bir parçası olarak kabul edilen mağara turizmi ve bu turizm sayesinde jeolojik miras bölgelerinin değerlendirilmesi önem kazanmıştır. Mağara turizmi bakımından yüksek bir potansiyeli bulunan Türkiye’de, mağara turizminin geliştirilmesi için gerekli çalışmaların hayata geçirilmesi gerekmektedir. Bu noktadaki temel hedef; gereği gibi değerlendirilemeyen ve yok oluş sürecine

giren varlıklarımızı, koru-kolla-yaşat ilkeleri doğrultusunda kültürel turizm aracıyla değerlendirmek olmalıdır (Külekçi ve Sezen, 2018:73).

1.4.5.6. Kış Turizmi

Kış turizmi, dağlık bölgelerde ve çoğunlukla karla kaplı alanlarda yapılan ve kış sporları dallarının yoğun olarak faaliyet gösterdiği merkez ve bölgelerde ağırlıklı olarak yapılan bir turizm türüdür. Kış turizminin merkezinde kayak sporunun yer aldığı ve buna uygun eğimli ve karlı bölgelere yapılan yolculukları, konaklama ve diğer hizmetlerden faydalanmayı içeren faaliyetlerin tamamı olarak tanımlanabilir (Çelik, 2018:22).

Kış turizmi; temiz dağ havası alma, açık havada vakit geçirme ve sportif faaliyetlere katılma fırsatı sağlar. Kış turizminin gelişmesinin nedeni kayak olmasına rağmen, sadece kayaklı sınırlı değildir. Doğa araştırmaları, yürüyüşler tırmanma, snowboard gibi kış sporlarını, içerisinde çeşitli eğlence ve animasyon programlarını barındıran, konaklama, ulaşım hizmetleri veren, insanların ruhen ve bedenlen rahatlamalarını sağlayan bir turizm türüdür (Kaya, 2018:15-16).

Coğrafi özellikleri bakımından Türkiye’de kış turizmi için uygun yükselti kuşaklarına ve kayak pisti yapımı için uygun eğim ve uzunluğa sahip çok sayıda dağ yamacı bulunmaktadır. Türkiye’nin potansiyeli yüksek olmasına rağmen kış turizmi içi kullanılan alanlar açısından kış turizmi destinasyonları yeteri kadar yer kaplamamaktadır. Ortalama yükseltisi 1131 metre olan, yüzölçümünün yüzde 81’i 1000 metre ve üstü olan ülkemiz, Alp Himalaya dağ sistemi içerisinde bulunmasına rağmen, kış turizmi açısından Avrupa ülkelerinin gerisinde kalıp, yeteri kadar gelişme gösterememiştir (Yanaşık, 2018:19).

1.4.5.7. Av Turizmi

Av turizmi avcılık faaliyetine katılan kişilerin yaşadıkları bölgelerden farklı bir ülke veya bölgeye avlanmak, dinlenmek ve spor yapmak amacıyla yapmış oldukları seyahatlerden meydana gelen ve gidilen ülkenin veya bölgenin ekonomisine büyük katkı sağlayan bir turizm türüdür (Osmonalieva, 2007:34).

Av turizmi, doğal yaşam ve yaban hayatın birlikte kullanılmasıyla meydana gelmektedir. Doğal yaşam alanlarında sayıları çok veya yeterli olan canlıların avlanmasına müsaade ederek, kontrollü ve ekolojik dengeyi koruyan, yerel değerlere öncelik vererek gerçekleştirilen bir turizm şeklidir (Özer, 2015:7).

Türkiye’de av turizmi faaliyetleri ilk olarak 1977 yılında yaban domuzu avı ile başlamıştır. Yaban keçisi avı ise 1981 yılında av turizm kapsamına alınmıştır. Yabancı avcılarda olduğu gibi, Türk avcılar da 1984 yılında av turizmi kapsamında avlamaya başlamışlardır (Şafak, 2003:137).

Av turizmi kurallara uyarak ve bilinçli bir şekilde yapıldığı takdirde her açıdan pozitif katkıları olan bir turizm şeklidir. Bilinçli avcılık ülkenin yaban hayatının korunmasını ve gelişmesini sağlarken, aynı zamanda önemli bir gelir yaratıcı özelliği bulunmaktadır. Av turizminin geliştiği ülkelerde yaban yaşamına ve çevreye özen gösterme duygusu gelişmekte, av hayvanları sayısı artmakta ve bu bölgelerde oto kontrolün arttığı, yasa dışı avcılığın azaldığı görülmektedir (Kozak vd, 2001:25).

1.4.5.8.Golf Turizmi

Golf turizmi faaliyetine katılan kişilerin kendilerinin oynadığı veya sadece golf müsabakalarını seyretmek için yaptıkları seyahatler bütünüdür. Son 15 yılda golf sporuna ilginin sürekli arttığı ve yabancı turistlerin uluslararası golf destinasyonlarına yaptıkları seyahatlerin arttığı görülmektedir (Oyman ve Yılmaz, 2013:94).

Golf turizmi, ekonomik olarak turizm sektörü içerisinde önemli bir yere sahiptir. Dünya turizm pastasından %11 payı olan golf turizmi, dünya turizmden 3 kat daha hızlı büyüme (yılda %11-12) göstermektedir. Golf turizmine katılan bir turist yapmış olduğu harcama ortalama bir turist yapmış olduğu harcamadan yaklaşık 3 kat fazladır (Çetinkaya ve Dedemen, 2013:31). Uluslararası Golf Tur Operatörleri Birliği (IAGTO) göre, Serik bölgesinde 2018 yılı sonu itibariyle 110 bin kişinin golf oynamasını beklenmektedir. 2019 yılında hedef 120 bin kişi, 550 bin raunt. Beklenen gelir ise 120 milyon Euro olması öngörülmektedir

<http://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/antalya/serik/2019da-golften-beklenen-gelir-120-milyon-euro-41046886>

Ancak, Türkiye'nin golf turizminden elde ettiği pazar payının diğer golf destinasyonları göz önüne alındığında daha düşük olduğu söylenebilir. Örneğin, İspanya 5 milyar Avro, Portekiz 2 milyar Avro gelir elde ederken Türkiye yaklaşık 100-150 milyon Avro gelir elde etmektedir (Çetinkaya vd, 2019:43).

Golf turizmi Türkiye açısından incelendiğinde, turizm çeşitlerinin artırılması bakımından önemli gelişmeler göstermesine rağmen, arz olanaklarının yetersiz olması sebebiyle kitle turizminde olduğu gibi hızlı büyüme gösterememiştir. Ancak, var olan tesisleri doğru pazarlanması ve yeni arz olanaklarının sağlanması ile çok sayıda yabancı, zengin turist golf turizmi için Türkiye'ye geleceği ön görülmektedir (Kozak vd, 2001:25).

1.4.5.9. İnanç Turizmi

İnanç turizmi insanlarca kutsal görünen yerlerin bu dinlere inanan kişilerce ziyaret edilmesinin turizm olgusu içerisinde değerlendirilmesi şeklinde tanımlanabilir. Daha detaylı bir tanım yapılmak istenirse, bireylerin sürekli ikamet ettikleri, çalıştıkları, ihtiyaçlarını karşıladıkları ülke ya da bölgenin dışında, dini gereksinimlerini karşılamak ve dini çekim alanlarını ziyaret etmek amacıyla yaptıkları turistik amaçlı seyahatleri turizm olayı içerisinde değerlendirilmesi şeklinde ifade edilmektedir (Dikici ve Sağır, 2012:36).

İnanç turizmi, turistlere güzel bir seyahatin yanı sıra, tarih, kültür ve inançlarına ait mirasların günümüzü nasıl etkilediklerini görebilmelerini sağlamaktadır. İnanç turizmi kişilerin fiziksel, zihinsel, ruhsal, duygusal ve sosyal her noktasını etkilemektedir. Bu durumun sonucunda kişi ruhsal bir rahatlama yaşamaktadır (Güzel, 2010:90).

Kişileri inanç turizmine katılmaya teşvik eden nedenlere baktığımızda;

- ✓ Hac vazifesini yerine getirerek manevi olarak huzura ermek.

- ✓ Kendisiyle aynı dine mensup olan kişilerle buluşmak ve tanışmak.
- ✓ Dini görevlerini yerine getirme isteği.
- ✓ Dinleri açısından önemli olan bölgeleri görmek ve zaman geçirme arzusu.
- ✓ Dini vazifelerini yerine getirme isteği, günahlarından kurtulmak ve dua etmek olarak sıralanmaktadır (Eykal vd, 2015:61).

Dünyada İslam ve Hristiyan dinlerine mensup yaklaşık 3 milyar kişi yaşamaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı mekân ve zaman boyutunda yaygınlaştırmak için inanç turizmi projesini hayata geçirmiştir. Bu proje doğrultusunda Anadolu coğrafyasında tespit edilen 316 eserden 167'si İslam, 129'u Hristiyan 20'si Musevi inancına aittir (Güzel, 2010:95).

1.4.5.10.Yayla Turizmi

Kültür ve Turizm Bakanlığının yayla turizm ile ilgili yaptığı tanıma göre; *“Ülkemiz, sahip olduğu uygun iklimsel özellikler, üstün peyzaj değerleri, kırsal ögelerin ağırlık kazandığı geleneksel yaşam biçimi ve dağcılık/tırmanışlar, atlı doğa gezisi, trekking, yamaç paraşütü, flora/fauna incelemesi, jeep safari vb. doğa sporlarına uygun alanlar ile yayla turizmine son derece elverişlidir.”* (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-11532/yayla-turizmi.html>)

Son yıllarda en çok ilgi gören alternatif turizm çeşitlerinden biri olan yayla turizmidir. Çünkü ülkemizdeki yaylaların doğal güzellikleri, temiz havası, soğuk suları, sağlık turizmi ve spor çeşitlerine uygunluğu, sosyal ve kültürel çekicilik sunan özellikleri ile dikkat çekmektedir (Bay, 2014:22).

Yayla turizmi; konum, iklim ve rekreasyonel faaliyetler açısından kıyı turizminin tersidir. Kıyı turizmi deniz seviyesine bağlıdır ve başlıca faaliyeti güneşlenme olan yüksek sıcaklık değerleri gerekirken, yayla turizmi ise deniz seviyesinden yüksekte yer alan, başlıca rekreasyonel faaliyeti trekking olan ılıman iklim ister (Oral, 2010:31).

Yayla turizmi geleneksel turizmden daha farklı özellikleri bulunmaktadır. Spesifik motifleri ile harekete geçirilen bir turizm türüdür. Kış aktiviteleri, dağ, orman, yeşil, akarsu, mağara, farklı iklim, gürültü ve diğer kirliliklerden uzak durma; yürüyüş, spor, kayak, rafting, golf, yüzme, avcılık, festivaller vb. birçok turizm ürün bileşenleri, yayla turizmini elverişli kılan etmenlerdir. Diğer taraftan yaylalar birer turizm bölgeleridir. Bu özelliği nedeniyle turizm bakış açısıyla da tanımlanmıştır. Yayla Turizmi; macera peşinde olanların veya doğa ile içi içe yaşamak isteyenlerin kısa süreli konaklama veya günübirlik kullanım amacıyla deniz seviyesinden yüksek yerlerde yaptıkları turizm faaliyetleridir (Haberal, 2011:42-43).

2.BÖLÜM

2.TURİZM ARZI ve TURİZM TALEBİ

Arz: bir ürünün üretici tarafından öngörülen fiyat dâhilinde belirli bir zaman aralığında piyasada satışa çıkarılmasıdır. Kısaca arz üretimi tanımlar ve birçok unsurdan etkilenir (<https://anapara.com/arz-talep-nedir/>).

Arzın özellikleri ise;

- Belirli bir zaman dilimi olmalıdır.
- Ürünlerin sunulduğu bir piyasa bulunmalıdır.
- Belirlenmiş fiyatlar dizisi olmalıdır (Dinler, 2004:63).

Arzı etkileyen unsurlar ise;

Malın Fiyatı: Bir işletmenin sunmuş olduğu hizmetin piyasa şartlarındaki fiyatı çok önemlidir. Aynı ürün daha düşük fiyata satılıyorsa, düşük fiyatlı olan işletmenin karı daha fazla olacaktır. Bu nedenle işletmeler fiyatlarını belirlerken piyasa koşullarını dikkatlice inceleyerek belirlemelidirler.

Üretim Faktörü Fiyatları: Üretim süreci boyunca harcanan emek ve masraflar, hizmeti sunmak kadar önemlidir. Bu da arzı çok fazla etkiler. Bunun sonucunda hizmet üretiminde kullanılan masraflar çok ise arz daha az olacaktır. Bu da hizmet kalitesinin düşmesine neden olacaktır.

Fiyat Beklentileri: İşletmeler genellikle ileriki dönemleri düşünerek hareket ederler. Bu nedenle işletmeler fiyat politikalarını belirlerken bu durumu dikkate almaları gerekmektedir. Fiyat ne kadar uygun, hizmet ne kadar hızlı ve kaliteli ise arz o kadar artar.

Ülkenin teknolojik durumu: Bir hizmeti sunmak için çok fazla emek kullanılıyorsa maliyetlerde o kadar artacaktır. Teknolojinin gelişmesi ise üretimin daha hızlı gerçekleşmesini sağlayacaktır. Bu durum maliyetlerin düşmesine, arz ve karın artmasına sebep olacaktır (<https://www.finanspara.com/arz-nedir/>).

2.1.Turizm Arzı

Ekonomik olarak turizm arzı, “*turistik tüketimde yer alan ve turizm talebinin gereksinmelerini karşılamak için gerekli mal ve hizmetlerin (turistik ürün) tedarik edilmesini içeren üretime dayalı işlemlerin tümü*” şeklinde tanımlamak mümkündür (Kozak vd, 2001:44).

Belirli bir fiyat ve şartlar altında, bir turizm alanının (gidilen ülke/bölge) turizm işletmeleri eliyle turistlere sattığı veya sunduğu turistik zenginliklerin tümüdür. Bir diğer tanıma göre; belirli bir fiyata, belirli bir piyasada ya da ücretsiz olarak turistlerin kullanımına sunulan mal ve hizmetlerin tamamıdır (Emir, 2015:24).

Turizm Arzının Özellikleri

- ✓ Büyük yatırımlar zorunludur. Yüksek harcama gerektirmektedir.
- ✓ Her ülke insanının yapısına uygun olarak ürünün sunulması ve pazarlanması gerekir.

- ✓ Hizmet üretilir ve soyuttur. Yıl boyunca devam etmektedir.
- ✓ Üretildiği anda tüketilmesi, üretildiği yerde tüketilmeyi gerektirir.

Stoklanamaz.

- ✓ İkame olanakları fazladır.
- ✓ Emek-yoğun bir üretim şekline sahiptir.
- ✓ Kısa dönemde inelastik (katı) bir özellik gösterir. Arzın kısa dönemde artma ihtimali bulunmamaktadır.

- ✓ Turizm arzı çok değişik faktörleri, sektörleri, alanları ilgilendiren karmaşık bir yapıya sahiptir.

- ✓ Makine kullanımı sınırlıdır.
- ✓ Tüketici ürünün olduğu yere gitmek zorundadır

(<https://turizmcii.wordpress.com/turizm/turizm-arzi-ve-ozellikleri/>).

2.2.Turizm Arz Esnekliği

Arz miktarındaki yüzelik değişimin fiyattaki yüzelik değişmeye oranlanması ile bulunur. Fiyat değişiklikleri karşısında, arz edilen miktarı değiştirmektedir.

Arz esnekliği katsayısı = 1'dir. $e\alpha = 1$

Birden küçük ise esnek olmayan arzı ifade eder. $e\alpha < 1$

Birden büyük olursa esnek arzı ifade eder. $e\alpha > 1$

$$e\alpha = \frac{\text{Miktardaki yüzelik değişme}}{\text{Fiyattaki yüzelik değişme}} \text{ (Emir, 2015:26).}$$

Zaman faktörünü açısından arz esnekliğine baktığımızda; çok kısa dönem, kısa dönem ve uzun dönem olmak üzere üç bölümde incelenebilmektedir. Kısa dönemde turizm arzı esnekliği sıfırdır ve arz miktarını hemen arttıramayabilir. Bu dönemde turizm arzı inelastik bir yapıya sahiptir. Birim esneklik katsayısı 1'den küçüktür. Fiyat düzeyindeki değişme arz miktarında önemli bir artış sağlamayacaktır. (Kozak vd, 2001:45).

Bir mal ve hizmetin miktarı uzun dönemde değiştirilebilir. Yatak ve oda sayısı arttırılabilir. Talepte meydana gelen her türlü değişikliği arz kolaylıkla karşılayabilir. Turizm arz esnekliği 1'den büyüktür (Emir, 2015:29).

2.3.Talep-Talebin Özellikleri-Talebi Etkileyen Unsurlar

Talep: tüketicilerinin ürünü belirli piyasa fiyatından satın alma isteğidir. Bireylerin gelir seviyeleri, kişisel alışkanlıklar, ürünün fiyatı, ve mevsimsel faktörler de talebi etkileyen başlıca faktörlerdendir (<https://anapara.com/arz-talep-nedir/>).

Talebin Özellikleri

- ✓ İstek satın alma ile ilgili olmalı.
- ✓ Talepte bulunan tüketicinin satın alma gücü olmalı.
- ✓ Satın alma isteği belirli bir dönem ya da zaman içinde oluşmalı.

- ✓ Ürünün satıldığı belirli bir piyasa bulunmalı.
- ✓ Ürünün birim fiyatı tespit edilmiş olmalı (Dinler, 2004:46).

Talebi Etkileyen Faktörler

Ürünün Fiyatı: Üreticiler satış fiyatını belirlerken, üretim maliyetlerinin üzerine bir miktar kar payı ekleyerek satış fiyatını belirlemiş olurlar. Ürünün satış fiyatı üretim maliyetinin altına düşmemesi gerekir, düştüğü takdirde zarar edilecektir. Firmaların varlıklarını sürdürebilmeleri için satışları üzerinden kar elde etmesi gerekir.

Tüketicinin gelir seviyesi: Tüketicinin talep edeceği ürünleri gelir seviyesi belirler. Tüketicinin geliri yükseldikçe ürün talebinde artış, düştükçe ise ürün talebinde azalış olacaktır.

Kişinin alışkanlıkları, tercih ve gelenekler: Tüketicilerin her biri farklı zevk ve isteklere sahiptir. Bir ürüne olan talebin saptanmasında kişilerin alışkanlıkları ön plana çıkmaktadır. Tüketicinin tercih ve isteklerini ise yaşadığı bölge ve iklim koşulları belirler.

Malın karşıladığı ihtiyacın şiddet derecesi: Tüketicinin talep kararını ürüne ihtiyacının şiddet derecesinin çok ya da az olması belirler. Temel tüketim mallarının (su, ekmek vb.) fiyatı ne olursa olsun tüketim talebinde değişim olmayacaktır. Ancak zaruri olmayan ihtiyaçlardan vazgeçmek veya ötelemek daha kolay olacaktır.

Piyasa işlemleri: Tüketicinin gelir seviyesini; ülkedeki kurlar, faiz oranları, menkul kıymet piyasaları olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilir. Alım gücünde değişim olan tüketicinin talebi sahip olduğu paraya göre değişecektir. Ülkedeki ekonomik şartlar nedeniyle bazen az tüketmeyi bazen de isteklerimizden vazgeçmemize neden olabilir.

Nüfus: Nüfusun yapısı ve fazlalığı talebi etkiler. Bir ülkede yaşlı nüfus fazla ise sağlık sektöründeki talebi, genç nüfus fazla ise kozmetik sektöründeki talebi, çocuk nüfus fazla ise oyuncak sektöründeki talebi arttıracaktır.

Mevsimsel Faktörler: Birçok hizmete ve ürüne mevsim şartlarına bağlı olarak artar veya azalır. Kış aylarında yakıt, yaz aylarında dondurmaya olan talepte artış yaşanır (<https://www.paraborsa.net/i/talep-nedir/>).

2.4.Turizm Talebi

Turizm talebi, boş zamanı ve yeteri kadar satın alma gücü olan kişilerin, ikamet ettikleri yer dışında yaptıkları seyahat ve geçici konaklama ile ilgili turistik üründen belirli bir piyasada, belirli bir ücrete ya da ücretsiz olarak rasyonel veya irrasyonel sebeplerle faydalanmaya veya satın almaya karar verdikleri miktardır (Çeken vd, 2008:73).

Turist gönderen bir bölgeden turist alan bir bölgeye yönelik olan bir akımdır. Turistik faaliyetlere katılma isteğinde bulunan ve bu isteğini hayata geçirebilecek gelire ve zamanı bulunan kişilerin miktarıdır. Turizm talebi coğrafi açıdan ele alındığında ülke içi ve ülke dışı olmak üzere ikiye ayrılır (Emir, 2015:33).

Ülke içi turizm talebi: Bir ülkede yaşayanların kendi ülkelerine ilişkin turizm hizmetleri ve ürünlerine duydukları ihtiyaca iç turizm talebini oluşturur. Ülke dışı turizm talebi ise kişilerin yaşadıkları ülkelerin dışındaki yerlere seyahat etme ve oralardaki turizm hizmetlerini veya ürünlerini satın alma arzusundan meydana gelen bir tatmin olma biçimidir (Erdoğan, 1995:326).

Turizm Talebinin Özellikleri

- ✓ Turizm talebi bağımsız bir taleptir.
- ✓ Turizm talebi çok yönlüdür ve karmaşık bir özelliğe sahiptir.
- ✓ Turizm talebinin ikame olanakları fazladır.
- ✓ Turistik tüketime konu olan mal ve hizmetler arasında da yoğun bir rekabet vardır.
- ✓ Turizm talebi ekonomideki kültürel ve lüks nitelikteki diğer mal ve hizmetlerle rekabet halindedir.
- ✓ Turistik hareketler belirli dönemlerde sıklaştığı için turizm talebi de dönemsel bir özellik taşır.
- ✓ Turizm talebi ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre de farklılıklar gösterir (Kozak vd, 2001:63-64).

2.5.Turizm Talep Esnekliği

Turizm talebinde etkileyen unsurlar aşağıdaki gibidir.

- Talebin fiyat esnekliği
- Talebin gelir esnekliği

Talebin Fiyat Esnekliği

Talep edilen turizm ürününün miktarındaki değişmenin aynı ürünün fiyatındaki değişmeye oranıdır. Talep esnekliği katsayısı 1'dir. Eğer talep esneklik katsayısı 1'den küçük olursa ($ef < 1$) esnek olmayan talep, 1'den büyük olursa ($ef > 1$) esnek talep, 1'e eşit olursa birim esnek talep olarak ifade edilir (Emir, 2015:37-38).

$$ef = \frac{\text{Miktardaki yüzdesel değişim}}{\text{Fiyattaki yüzdesel değişim}}$$

Turistik mal ve hizmetlerin miktarı ile fiyatı arasında ters yönlü bir ilişki bulunduğundan esneklik kat sayısı negatiftir. Turistik mal ve hizmetler zorunlu mal ve hizmetler grubu içerisinde bulunmadığından fiyat değişmeleri karşısında genellikle talep miktarı daha fazla değiştiği için turistik talep oldukça esnek bir yapıya sahiptir. Turizmde talep esnekliği birden büyüktür (Ünlüönen vd, 2007:68).

Talebin Gelir Esnekliği

Talep edilen turistik ürün ve hizmetlerin miktarındaki değişmenin gelirdeki değişmeye oranıdır. Gelir arttıka turistik ürün ve hizmetlere yönelik talepte artış yaşanacaktır. Bunun sonucu olarak gelirle talep arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır (Emir, 2015:39).

$$eg = \frac{\text{Miktardaki \% değişimi}}{\text{Gelirdeki \%değişimi}}$$

Turizm talebinin gelir esnekliği bazı turistik ürün, hizmetler ve turistik destinasyonlar için negatif değerler alabilir. Bu ürün, hizmetler veya bölgeler turistin geliri yükseldikçe daha az talep ile karşılaşır. Buradaki ana sebep bu ürünlerin

tüketiciler için ikincil derecede öneme sahip ürünler olması ve gelir yükseldikçe turistlerin daha kaliteli ürün ve bölgelere yönelmesidir (Ünlüöner vd, 2007:70).

2.6.Turizm ve Ekonomi İlişkisi

Turizmin ülke ekonomileri üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Turizm döviz girdisi sağlaması ile ülke ekonomisi için hayati bir öneme sahiptir. Bu bölümde turizmin ekonomi üzerindeki olumlu etkileri incelenmektedir.

2.6.1.Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Turizm, başta ödemeler dengesindeki sorunların azaltılması olmak üzere; gelirlerin artması, işsizliğin azalması, altyapı ve üstyapıya olumlu etkilerini göz önünde bulundurduğumuzda ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir yere sahiptir.

2.6.1.1.Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Ödemeler dengesi, bir ülkenin bir yıl içinde diğer ülkelere farklı nedenlerle yapmış olduğu ödemelerle, diğer ülkelerden sağlanan dövizleri (veya döviz karşılığı sağlanan ulusal parayı) gösteren bilançodur. Farklı bir ifade ile ödemeler dengesi, bir ülkede yaşayan kişilerin dünyadaki diğer tüm ülkelerle yaptıkları iktisadi işlemlerin kayıdır. Prensip olarak yapılan bir işlem ülkeye döviz sağlıyorsa ödemeler bilançosuna alacak kalemi, ülkeniz döviz varlığında azalmaya neden oluyorsa borç kalemi olarak kaydedilir (Kılıçlar, 2004:4).

Bir ülkeye diğer ülkelere sağlanan mal ve hizmet ihracatından dolayı ülkeye döviz girişi olmakta, diğer ülkelerden mal ve hizmet ithalatından dolayı ise ülke dışına döviz çıkmaktadır. Yaşanan bu döviz hareketleri neticesinde, ülke dışına çıkan döviz tutarı, ülkeye giren döviz tutarından daha fazla olursa döviz açığı meydana gelmektedir. Ödemeler dengesi oluşan bu açığın sermaye hareketleriyle nasıl kapatılacağını da göstermektedir (Şimşek, 2004:12).

Turizmin gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine yapmış olduğu katkı özellikle ödemeler bilançosu üzerinden anlaşılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde

sıklıkla görünen kronik rezerv döviz sıkıntısı, mal ve hizmet ithalatı için gerekli olan döviz kaynağını bulma konusunda zorlanmalarına neden olmaktadır. Rezerv döviz stokunu arttırmakta turizm önemli bir alternatif oluşturmaktadır. Birçok az gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomide turizm temel sektör konumundadır. Bu ülkelerde uluslararası turizm gelirleri, cari işlem açığının azaltılması ve negatif ödemeler bilançosu dengesinin düzeltilmesi bakımından çok önemli bir rol oynamaktadır (Ülker, 2016:7-8).

Turizmin ödemeler dengesi açıklarını kapatmadaki önemini incelerken aşağıdaki faktörleri göz ardı etmemek gerekir (Kozak vd, 2001:79).

1-Turizmden gelir sağlayabilmek için yapılan harcamalar ile döviz gelirleri arasındaki oran 1'in altında olmalıdır.

2-Net turizm gelirinin bu geliri elde etmek için yapılan toplam harcamadan fazla olması gerekmektedir.

3-Bir turizm ürününün turiste satışından elde edilecek kazancın, o ürünün ihraç edilmesinden elde edilecek kazançtan daha fazla olması gerekir.

Turizm önceleri uluslararası ticarete ve ödemeler dengesine yapmış olduğu yardımlar nedeniyle ekonomik bir faaliyet olarak kabul ediliyordu. Turizmin ekonomi üzerinde olumlu bir etki yaratabilmesi için ihracat etkisinin ithalat etkisinden daha fazla olması gerekir. Turizmin diğer gelir kalemlerinden ayıran bazı özellikleri mevcuttur. Bu özelliklere baktığımızda; (Eban, 2017:17).

- ✓ Turizm faaliyetlerinde taşınmaya konu bir nesne bulunmamaktadır.
- ✓ Turizmin içindeki ihracat özelliği göz önünde bulundurulduğunda, navlun çıktısı bulunmamaktadır.
- ✓ Turizm sayesinde tarihi değerler ve kültürel varlıklardan döviz kazanılır.
- ✓ Turizm sektörü kırılğan yapıya sahiptir. Bu sebeple ülkede yaşanan her türlü ekonomik ve siyasi sorunlardan etkilenir.
- ✓ Turizm ürünü soyut yapıda olduğu için farklı pazarlama yöntemlerine sahiptir.

Türkiye'nin ödemeler dengesinde turizmin etkisi pozitif yöndedir. Fakat Türkiye'ye gelen turist sayısı göz önüne alındığında bu pozitif etkinin en fazla yaz döneminde arttığı anlaşılmıştır. Bu durumun birçok nedeni mevcuttur, bunlardan en önemlileri şunlardır (Eban, 2017:18).

- ✓ Doğal çevre ve iklim özellikleri
- ✓ Sosyal ve ekonomik çevre
- ✓ Tatil izin dönemleri ve endüstriyel sebepler
- ✓ Eğitim öğretimde tatil zamanları
- ✓ Psikolojik nedenler
- ✓ Turizm ürününün yapısı

Turizm faaliyetlerinin yaz aylarında yoğunlaşmasının temel nedeni deniz, kum, güneş turizmine kişilerin ağırlık vermeleridir. Burada yapılması gereken yüksek gelir getirme alternatifi sunan turizm çeşitleri olan kongre, golf, kültürel, dini vb. turizm çeşitlerine yoğunlaşıp turizm sezonunu on iki aya yaymak olmalıdır.

2.6.1.2.Turizmin Gelir yaratıcı etkisi

Az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler, ekonomik kalkınma aracı olarak turizmi kullanmak istemelerinin sebeplerinden biri turizmin görünmeyen ihracat kalemi olarak ülke ekonomileri için önemli miktarda gelir sağlaması olduğu söylenebilir (Arabacı, 2018:105).

Turizm birçok sektörü birbirine bağlayan bir özelliğe sahiptir. Turistler geldikleri bölgede sadece konaklama ve yeme-içme için değil; alışveriş, kültür – sanat faaliyetleri, ulaştırma, müze, spor merkezleri, tarihi alanlar, eğlence için de para harcayacaklardır. Toplamda yapılan bu harcamalar turizm gelirini oluşturacaktır. Turizm gelirlerinin etkisi 3 şekilde açıklanabilir (Kozak vd, 2001:80-82).

- ✓ Doğrudan Harcama (Direct Expenditure): Turistlerin doğrudan harcama yapmaları sonucunda elde edilen geliri ifade eder.

- ✓ Dolaylı Harcama (Indirect Expenditure): İlk adımın sonucu olarak işletmeler arası işlemler için yapılan harcamalardan elde edilen geliri ifade eder.
- ✓ Uyarılmış Harcamalar (Induced Expenditure): Turizmden elde edilen gelirin istihdam edilen ya da turizmden kazanç sağlayan diğer kişiler tarafından harcanması sonucu elde edilen geliri ifade eder.

Turizm faaliyeti, turistlerin sürekli ikamet ettikleri yerden ayrılmalarıyla başlar, tüm konaklama ve seyahat boyunca sürer ve ikamet ettikleri yere geri dönünce sona ermiş olur. Bu döngü sonucu ortaya çıkan turizm gelirinün ekonomik bakımdan bazı özellikler taşımaktadır (Ünlüöner vd, 2007:148-149)

- ✓ Turizm gelirlerini, uluslararası turizm faaliyetleri açısından ele alındığında gelişmiş olan ülkelere gelişmekte olan ülkelere döviz transferi anlamına gelir. Tüm ülkeler için bilhassa gelişmekte olan ülkeler için turizm geliri, yatırım gücü ve ithalat anlamı taşıdığı için son derece önemlidir.
- ✓ Turizm gelirleri bazen ülke, bölge veya yörenin turistik rantını meydana getirmektedir. Normal koşullarda çok fazla ticari özelliği bulunmayan veya atıl işgücü, deniz ve tarım ürünleri gibi maliyeti düşük ve alternatif değerlendirme imkânları son derece kıt kaynakların; kum, deniz, güneş, temiz hava gibi maliyeti sıfır doğal kaynakların turizm yoluyla gelir oluşturması ve değer yaratması mümkün olabilmektedir. Bir başka ifadeyle, düşük maliyetle turizm milli gelire önemli ölçüde katkı sunmaktadır.
- ✓ Turizm gelirleri sayesinde ülke, bölge ve sektörler arasında daha dengeli bir gelir dağılımı ortaya çıkabilir. Bu sayede yetersiz sermaye ve gelişme kaynakları kıt olan bölgelerin turizm gelirleri ekonomik faaliyet alanlarını büyütme ve yeni gelir kaynakları bulmaları sağlanacaktır. Böylece ülkelerin ve bölgelerin milli gelirinde artış olacaktır.

Turist çeken ülkeler açısından uluslararası turizm hareketleri, büyük miktarda döviz geliri sağlamaktadır. Turizmin neden olduğu bu gelir etkisinin büyüklüğü, turist kabul eden ülkenin turizm sektörü bakımından dışa bağımlılık oranıyla alakalı olup üç faktöre bağlıdır (Kılıçlar, 2004:10-11).

- ✓ Turist çeken ülkenin ithal ürünlere olan bağımlılığı; turistler tarafından kullanılan veya tüketilen mal ve hizmetlerin ithalatı, turistik malların üretimi için gerekli olan hammadde, yarı mamul hammadde ithalatı sebebiyle ortaya çıkar.
 - ✓ Turizm sektörünün ihtiyacı olan eğitilmiş işgücü açığını gidermek için gerekli olan personelin yurtdışından getirilmesi veya personel eğitiminin yurtdışında yapılmasıyla ortaya çıkmaktadır.
 - ✓ Sermaye yatırımları ve turistik yatırımlardaki yabancı sermaye miktarı ile ortaya çıkar. Turizm sektöründe yabancı sermaye iki nedenle tercih edilmektedir.
- 1- Turizm sektörünün gelişmesine ivme kazandırmak için, yabancı yatırımcıya destek verilmesi zorunlu olarak görülmektedir.
 - 2- Uluslararası şirketlerin ülkeye çekilmesi; başta otelcilik ve tur operatörlüğü olmak üzere birçok şirketin sektöre girmiş olması bu eğilimi arttırmıştır. Böylece uluslararası yatırımcılar kendi taleplerini de yaratacak ve ülkeye turist girişi artacaktır.

Yukarıdaki bütün bu faktörler turizm gelirlerindeki sızıntıyı oluşturan, turizmin gelir arttırıcı etkisini azaltan nedenlerdir.

2.6.1.3.İstihdam Yaratıcı Etkisi

Turizm sektörünün emek yoğun bir özellik taşıması sebebi ile istihdam imkânları yaratmakta ve ülkedeki toplam istihdamı etkilemektedir. Bu sebeple turistlerin yapmış oldukları mal ve hizmet harcamaları turizm sektöründe doğrudan, turizm sektörüne girdi veren diğer sektörler açısından ise dolaylı istihdam yaratma etkisi vardır. Bunun neticesinde turizm ülkede yaratmış olduğu genel istihdam etkisiyle ülkedeki toplam iş alanları üzerinde etkili olmaktadır. Diğer bir söyleyişle;

emek yoğun bir sektör olan turizm, yüksek oranda doğrudan istihdam sağlarken, turizm sektörüne mal ve hizmet sağlayan diğer sektörlerle de dolaylı olarak yeni istihdam olanakları sağlamaktadır (Şimşek, 2004:14-15).

Bazı ülkelerde turizmin istihdama katkısı vazgeçilmezdir. Hindistan’da turizm sektöründe 25 milyonda fazla kişiye iş olanağı sağlanmaktadır. Bu istihdam sayısı ile Hindistan turizm alanında ikinci en büyük işveren ülke konumundadır (Aynalem vd. 2016:1).

Turizmin yarattığı istihdamı üç başlık altında açıklanabilir. Bunlar; doğrudan, dolaylı ve uyarılmış istihdamdır.

- 1- Doğrudan İstihdam: Turizm sektöründe yer alan otel, motel, restoran gibi tesislerde yapılan turist harcamaları sebebiyle oluşan istihdamdır.
- 2- Dolaylı İstihdam: Turizmin arz kısmında yer alan, turistik harcamalar sonucu oluşmayan, turizm sektöründeki işletmelere girdi veren diğer sektörlerde oluşan istihdamdır.
- 3- Uyarılmış İstihdam: Bölgede yaşayanların turizmden kazandıkları gelirin tekrar harcanmasıyla ve bir bakıma turizm çarpanı etkisi yaratması sonucunda ortaya çıkan ek istihdamdır (Unur, 2002:41-42).

Turizm sektöründeki istihdamın temel özelliklerini baktığımızda (Eban, 2017:20-21).

- Diğer sektörlerden farklı olarak turizm sektöründe istihdam edilen kadın sayısı daha fazladır. Bu durumun temel nedeni turizmde kadınların bilgi ve yeteneklerine uygun iş kolları daha fazladır.
- Turizm sektöründe farklı meslek, yaş, kültür ve gelir grubunda bulunan kişilerin aynı işletmede çalışmaları mümkündür.
- Turizm işletmeleri kitle turizminin yoğun olduğu turistik bölgelerde mevsimlik iş gücü ile çalışmaktadır.
- Turizm sektöründe kaç kişinin çalıştığını belirtmek güçtür. Bunun sebebi mevsimsellik olması ve bu turizm işletmelerindeki çalışanların tam ya da yarı zamanlı olarak çalışmalarıdır.

- Turizm sektöründe çalışma koşullarının zorluğu, düşük maaş, mevsimsellik özelliği vb. nedenlerinden dolayı iş gücü devir oranı yüksektir.
- Turizmde çalışanların ne kadarının turizme ne kadarının yöre halkına hizmet ettiğini anlamak zordur.
- Turizm sektörünün uluslararası özelliği, ülkelerin iş gücü özelliğine göre değişen oranlarda yabancı iş gücü istihdam edilebilmektedir (Ön büro çalışanları, rehberler, animatörler vb.).
- Turizmi destekleyen alt sektörlerde çalışanların günün her saati hizmet vermeleri mümkündür (Ulaştırma, konaklama vb.).
- Ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre ödenen ücretlerde farklılıklar görülebilmektedir. Nitelikli iş gücünün düşük ve işsizliğin fazla olduğu gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerde çalışanlara ödenen ücretler düşüktür. Gelişmiş ülkelerde ise işsizlik az ve nitelikli iş gücü fazla olduğu için ödenen ücretler yüksektir.
- Turizm sektöründe çok farklı iş kolları olduğu için her iş kolu için yetenekli olmak gerekmemektedir.

Turizm sektörünün istihdama olan katkısı zaman sürecine ve ülkeden ülkeye değişiklik gösterebilmektedir. Turizmin istihdam üzerindeki etkisini belirleyen başlıca faktörler şu şekilde sıralanabilir (Kılıçlar, 2004:34-35).

- Ülkenin ekonomik yapısı ve işgücü politikası
- Turizm sektöründe istihdam edilenlerin verim, yetenek ve uygunluk düzeyi özellikle vasıflı çalışanların yeterlilik seviyesi.
- Ülkenin turizm sektörünün nitelikleri ve sektörün büyük işletmelerden veya küçük aile işletmelerinden mi oluştuğu, mevsimlik özellikler, işletmelerin otomasyon durumları.
- turizm sektörü ile diğer sektörler arasındaki maaş ve ücretle ilgili rekabet durumu.
- Ülkedeki Turizm işletmelerin sürekli veya mevsimsel olarak faaliyet gösterip göstermediği.

- Turizmin ülke içindeki imajı, eğitilmiş kesimin turizmi cazip görüp görmediği.
- Turizm sektöründe yapılan işlerin part-time olup olmadığı.

2.6.1.4. Turizmin Alt Yapıya ve Üst Yapıya Etkisi

Alt yapı yatırımlarının önceliği o bölgede yaşayan halkın ihtiyaçlarını karşılamaktır. Turizm sektöründe yaşanan gelişmeler beraberinde altyapı gelişmelerini de getirmektedir. Turizm açısından bir bölge gelişmek istiyorsa gerekli fiziki çalışmalarını tamamlamalıdır. Altyapısı gelişmemiş bir bölgede turizmin gelişmesi beklenemez. Bunu sağlamak için yapılması gereken yatırımlar; enerji, ulaşım, su, hijyen, sağlık, haberleşme araçlarıdır. Turizm sektöründeki gelişmeler altyapıyı yönlendirici ve geliştirici bir etki gösterdiği ifade edilebilir. Burada dikkat edilmesi gereken nokta turizm ve altyapı açısından gelişmiş olan bölgelerin daha çok turist çekeceği ve bunun sonucunda ülkedeki gelir dağılımını da olumsuz olarak etkilemesidir (Eban, 2017:22).

Turizmin gelişmesi için altyapı kadar üstyapıda önemlidir. Üstyapı yatırımları altyapı yatırımlarına göre turizm sektörüne daha bağımlıdır. Çünkü altyapı yatırımları sadece turizm sektörü ya da turistik ihtiyaçların giderilmesi için değil halkın genel kullanımı ve diğer ekonomik sektörlerin kullanımı için de çok gereklidir. Altyapı yatırımlarını tamamlamış olan bir bölgenin, turistik ihtiyaçlarının giderilmesi veya turistlerin kalış süresini uzatması turistik üstyapı yatırımlarına bağlıdır. Bu yatırımların yapılmasının amacı da budur (Ünlüöner, vd. 2007:174).

Turistlerin ihtiyaçlarının karşılanması için yapılan üstyapı çalışmaları; turistlerin istek veya beklentileri, gelir durumları, ihtiyaçlarındaki farklılıklar, sosyal ve kültürel seviyeleri dikkate alınarak farklı şekilde oluşturulabilmektedir. Bu farklılaşma en çok konaklama tesislerinde öne çıkmakta; otel, motel, tatil köyü, pansiyon gibi farklı seçenekler ortaya çıkmaktadır (Kılıçlar, 2004:44).

Turizm birbirinden farklı alanlarda faaliyet gösteren çok sayıda küçük işletmeden meydana gelmektedir. Oteller, moteller, hediyelik eşya dükkânlarının örnek gösterebiliriz. Bunun sonucunda kamunun altyapıya, kısmen de üst yapıya

yatırım yapması çok sayıda işletmenin yatırım yapmasını teşvik edecektir. Bu tür işletmelerin sermaye ihtiyaçlarının nispeten küçük olmasıyla birlikte, yapılan yatırımlar kısa sürede netice vermektedir (Budak, 2000:36).

2.6.1.5.Turizmin Devlet Gelirleri ve Harcamalarına Etkisi

Devletlerin ülke ekonomisini geliştirmek, kamu düzenini sağlamak, altyapı-üstyapı yatırımlarını finanse etmek vb. gibi çeşitli görev ve sorumlulukları bulunmaktadır. Devletler yükümlülüklerini yerine getirebilmek için harcama yapmak bu harcamaları finanse edebilmek içinde gelire ihtiyaç duymaktadır. Bu durumun sonucunda her devlet kendisine özge ekonomik yapısına ve adalet anlayışına göre vergi toplamaktadır (Unur, 2002:20).

Devlet kamu harcamalarını finanse edebilmek amacıyla topladığı vergi, resim, harç, teşebbüs ve mülk gelirleri, borçlanmalar, para cezaları, bağış vb. kalemlerden sağladığı gelirlere devlet geliri denir (Şimşek, 2004:19).

Devletin turizmden elde ettiği gelirlere bakıldığında; turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerden, bu işletmelerde çalışanların maaşlarından alınan vergiler, turistlerin kullanmış olduğu mal ve hizmetlerden alınan vergiler, kamu mülkiyetinde olan tesislerden elde edilen gelirler ve turistik kredilerden oluşmaktadır. Devletin turizm faaliyetlerinden elde ettiği turizm gelirleri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Şimşek, 2004:19-20).

- Turizm sektöründe kullanılması için ithal edilen mallardan tahsil edilen gümrük vergileri.
- Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerden ve bu işletmelerin gelirlerinden alınan doğrudan vergiler.
- Havaalanı, liman vb. kamusal mal ve hizmetlerinden alınan vergi ve harçlar ile kamusal mallardan yararlanılmasından dolayı alınan vergi, harç, resim gelirleri.
- Turistik mal ve hizmetlerden alınan kurumlar vergisi.
- Yiyecek-içecek ve konaklama işletmelerinden tahsil edilen gelir vergisi, bina vergisi, işletmelerde çalışanların sosyal sigorta primleri.

- Turistik faaliyette bulunan kamu işletmelerinin gelirlerin bir bölümünden tahsil edilen kurumlar vergisi.

Turizm sektörünü finanse etmekte devletin sorumluluklarından biridir. Devlet turizmden sağladığı vergi gelirlerinin bir kısmını sektörün gelişmesini katkıda bulunmak için kullanmaktadır. Bunun sonucunda turizm gelirlerinin devlet harcamalarına olan etkisi ortaya çıkmaktadır. Başlangıçta kamu kaynaklarında kısmi bir azalmaya neden olan bu harcamalar, ileride ekonomiye fazlasıyla dönebilir. Devletin turizm için yaptığı harcamalar aşağıda sıralanmıştır (Ünlüöner vd, 2007:161-162).

- Ülke turizmi geliştirmek ve ülke kaynaklarını doğru ve verimli kullanabilmek için yapmış olduğu reklam-tanıtım, araştırma, eğitim vb. harcamalar.
- Devletin turistik kamusal alan (ören yerleri, milli parklar) ve işletmeler (müzeler vb.) için yapmış olduğu yatırım ve işletme giderleri.
- Altyapı ve üstyapı giderleri.
- Turizmi geliştirmek için yapılan tahsisat, muafiyet, teşvikler nedeniyle uğramış olduğu kayıplar.
- Devletin turizm hizmetlerinin kalitesini arttırmak için yaptığı idari harcamalar.

Devletin gelirlerini arttırmada turizm önemli bir yer tutmakla birlikte, altyapı ve üst yapının geliştirilmesi için yapılan yatırımlar, turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlanması ve benzeri nedenlerle devlet harcamaları, özellikle gelişmekte olan ülkelerin vergi karakterli gelir etkisinin azalmasına yol açmaktadır (Kılıçlar, 2004:28).

2.6.1.6.Turizmin Bölgeler Arası Dengeli Kalkınmaya Etkisi

Sanayi devrimi yaşam tarzlarını önemli ölçüde etkileyerek ülkelerin gelişmişlik seviyesini fark etmeden bölgeler arası sosyo-ekonomik farklılıkları iki yüz yıl içerisinde uçurum haline getirmiştir. Genellikle bir ülkedeki bölgeler arası

gelişmişlik düzeyini tespit ederken kullanılan kıstas, ülkenin ortalama gelir seviyesi olarak kabul edilmektedir. Gelir seviyesi göz önüne alınarak ülke ortalamasına eşit veya ortalamanın üstünde ise gelişmiş bölge olarak kabul edilmekte, ortalamanın altında olan bölgeye ise az gelişmiş bölge olarak kabul edilmektedir (Ünlüönen vd, 2007:175-176).

Turizmin önemli bir özelliği iklim ve tabiatın şekil verdiği; tarih, uygarlık, folklor ve kültürün oluşturduğu zenginliklere büyük oranda bağımlı olmasıdır. Bu nitelikler turizm sektörünün hammaddesini oluşturmaktadır. Bu değerler turizm sayesinde ekonomik mal niteliği taşıyabilirler. Bazı ülkelerde endüstriyel faaliyetler için yeterli kaynak ve gelişme şansı bulunmamasına rağmen, sahip oldukları zenginlikleri, doğru ve tutarlı bir turizm planlaması sonucunda, ekonomik büyümelerini hızlandırmaları ve turizmden bölgesel gelişmişlik farklılıklarını giderecek şekilde yaralanmaları mümkündür (Budak, 2000:35).

Böylece endüstriyel olarak gelişme şansı bulunmayan bölgelerde turizm önemli bir ekonomik faktör olarak değerlendirilebilir. Bunun sonucunda ülkenin zengin kaynakları, az gelişmiş bölgelerde kullanılır ve bölgenin refah seviyesinin yükselmesine yardımcı olur (Ünlüönen vd, 2007:176).

2.6.1.7.Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Katkısı

Benzer üretim sahaları ekonomide sektör olarak kabul edilmektedir. Turizmin alt sektörleri olan konaklama işletmeleri, yeme-içme, seyahat işletmeciliği, tur operatörlüğü gibi alanların haricinde kalan diğer sektörler ile de yakın ekonomik ilişki içerisinde. Yapılan bazı çalışmalarda turizmi otuz üç farklı alt sektörle ekonomik ilişkisinin bulunduğu ve bu sektörlerin gelişmelerine doğrudan katkısı olduğu belirlenmiştir. Turizm gelirlerinin çoğaltan ve katma değer etkisi sebebiyle, turizmden elde edilen bir birimlik gelir, diğer sektörlerinde gelirini oluşturacaktır (Kozak vd, 2001:88).

Bir ekonomide turizm gelişme gösterirken farklı aşamalardan geçmekte ve her aşamada diğer sektörler üzerinde ki etkisi de farklılık göstermektedir (Ünlüönen vd, 2007:170-171).

- İlk adımda turizm bir tüketim özelliği gösterdiğinden kişilerin genel ihtiyaçlarını karşılama özelliği göstermektedir.
- İkinci adımda inşaat ve alt sektörlerinde canlılık görülür. Konaklama tesisleri, yiyecek-içecek tesisleri, yol, konut, yazlık vb. altyapı ve üstyapı inşaatları.
- Üçüncü adımda turizm, maliyeti yüksek hizmetler, konforu arttırıcı, işlenmiş gıda ürünlerini, ihtiyaçların karşılanmasını kolaylaştıran çeşitli üretim ve hizmetleri etkileyerek bu alanlarda bir canlılık oluşturur.
- Dördüncü adımda, sağlık, sigorta, güvenlik, bankacılık ve finans vb. hizmetler turizmdeki gelişmelerden etkilenirler. Böylece turistler daha güvenli ve konforlu bir ortamda tatillerini tamamlamış olurlar.
- Beşinci adımda, lüks turizme geçilir. Bu adımla birlikte, turizm sektörüne mal ve hizmet sağlayan diğer işletmelerin üretim ve hizmet kalitelerinde artış olduğu görülür.

Turizm diğer ekonomik sektörler üzerinde etkisini üç ana sektör altında incelenebilmektedir. Bunlar; turizmin tarım sektörü üzerindeki etkisi, turizmin sanayi sektörü üzerinde etkisi ve turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkisi şeklinde ifade edilebilir.

2.6.1.7.1.Turizmin Tarım Sektörü Üzerindeki Etkisi

Tarım sektörü üzerinde turizmin ekonomik etkileri; gelir ve istihdam üzerinden görülmektedir. Artan turizm talebi sonucunda turistlerin yeme içme ihtiyaçlarını karşılayan tarım ürünlerine olan talepte artış yaşanmaktadır. Bu durumun sonucu olarak, tarımsal gelirlerde artış yaşanmasına ve ürünlerin daha kaliteli hale gelmesini sağlamaktadır. Ayrıca turizm sektörü sayesinde istihdam olanakları artış göstermekte, tarımda görülen mevsimlik işsizliği bir nebze azalmaktadır (Şimşek, 2004:21).

Turizmin tarım üzerindeki bir diğer etkisi de, yöre halkının kırsal turizmin gelişmesinden yararlanarak; arazisi, emeği veya girişimciliği ile sektörde yer alıp ek gelir elde edebilme ihtimalidir (Unur, 2002:34). Turistik destinasyonlarda bulunan arazilerin değeri artacaktır. Bu alanları kamp, karavan yeri gibi farklı amaçlarla

turizm faaliyetlerinde kullananlar, bunun sonucunda gelir elde etme olanağına kavuşacaktır (Ünlüöner vd, 2007:171).

2.6.1.7.2.Turizmin Sanayi Sektörü Üzerindeki Etkisi

Sanayi sektöründeki turizm etkisi, yatırım malı ve tüketim ara malı üreten tüm sanayi kuruluşlarında görülmekte ve bu firmaların büyümesine katkı sağlamaktadır. Örneğin mobilya, tekstil, kimyasal maddeler, inşaat malzemeleri üreten sektörlerde, turizm işletmelerinin istekleri doğrultusunda üretim kapasitelerinde artışlar söz konusu olabilmektedir (Şimşek, 2004:21).

Turizm, sanayi sektöründeki üretim kapasitesini ve iş hacmini arttırmasıyla birlikte istihdamın artmasına katkı sağlamaktadır. Bunun sonucunda sadece istihdamın artmasına neden olmaz ayrıca işgücünün gelirin de artmasına vesile olarak turizm faaliyetlerine katılacak kişi sayısının artmasını da sağlar (Ünlüöner vd, 2007:172).

Turizmin sanayi üzerinde yarattığı olumlu bir diğer etki de, çevre kirliliğinin önüne geçilebilmesi için sanayi kuruluşlarının önlem almaya teşvik etmesidir (Budak, 2000:40).

2.6.1.7.3.Turizmin Hizmet Sektörü Üzerindeki Etkisi

Hizmet sektörü dünya ticaretinin %75'lik kısmını oluşturmaktadır. Hizmet üretimi esnasında istenen belli özellikler, bu sektörde talep edilen kalitenin daha farklı biçimde, daha zengin ve diğer sektörlerle entegre olmuş bir halde satılmasını öngörmektedir. İnsan kaynağının değerlendirilmesi hizmet sektörünün gelişmesine ve kalitesine bağlıdır (Budak, 2000:40-41).

Turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkileri beş farklı bölümde ele alınabilir;

- Cari tüketimle alakalı üçüncü üretim sektörünü geliştirir (ekmek, manav, et, market vb.).

- Donatım ve tasarım sanatları ile alakalı üçüncü üretim sektörünü geliştirir (elektrikçi, demirci, boyacı vb.).
- Konforla alakalı üçüncü üretim sektörünü geliştirir (spor malzemeleri, moda evleri, parfümeri, kafe vb.).
- Güvenlik ve sağlık hizmetleriyle alakalı üçüncü üretim sektörünü geliştirir (sağlık merkezleri, sigorta, polis, banka vb.).
- Lüks hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünü geliştirir (kuyumcu, sauna, rehber, gece kulübü, antikacılar vb.).

2.7.Türkiye’de Turizm

Osmanlı İmparatorluğunda 19.yy’da başlayan turizm faaliyetleri yaklaşık 200 yıldır büyüyerek devam etmektedir. Cumhuriyet öncesi dönemde daha çok yasal altyapı oluşturma çalışmaları yapıldığı görülmektedir. Cumhuriyet dönemiyle turizm faaliyetleri artmaya başlamış, planlı döneme geçişle birlikte ülke turizm hızla büyüme göstermiştir.

2.7.1.Cumhuriyet Öncesi Türkiye’de Turizm

Osmanlı İmparatorluğu döneminde ilk turizm faaliyetleri ile ilgili verilebilecek örnekler arasında Osmanlı Devletine getirilen buharlı gemiler sayılabilir. Sultan II. Mahmut zamanında Kırlangıç adlı buharlı geminin alınmasıyla başlayan deniz taşımacılığı, Tersane-i Amire tarafından 1829 yılında satın alınan Kebir (büyük) ve Sagir (küçük) buharlı gemilerinin hizmete girmeleriyle gelişmeye başlamıştır. Aynı dönemde Eser-i Hayır gemisinin Aynalıkavak Tersanesi’nde inşasına başlanmıştır. Yine aynı tersanede Tairi Bahri ve Mersin Bahri adlarını taşıyan iki gemi yapılmış ve bu gemilerle Tekirdağ ve Bandırma seferleri düzenlenmiştir. Bu gemiler ileride kurulacak olan Türkiye Denizcilik İşletmeciliği Genel Müdürlüğü’nün temellerini oluşturmaktadır. Takip eden süreçte Fransa seferi için 1838 yılında Peyki Şevket vapuru inşa edilmiştir (Kozak vd, 2001:105).

Turizmle ilgili ilk düzenlemeler; 14 Şubat 1867 yılında yayınlanan “Pasaport Odası Nizamnamesi ile başlamıştır. 29 Ekim 1890 yılında yayınlanan

“Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik Edilecek 190 Sayılı Nizamname”, Mart 1895 yılında yayınlanan “Dersaadet ve Bilad-ı Selase’de bulunan Otel ve Misafirhaneler Hakkında Talimat”, 15 Mart 1915 yılında yayınlanan “Ecnebilerin Memalik-i Osmaniye’de Seyahat ve İkametlerine Dair Kanun”, gibi turizmle ilgili düzenlemeler Osmanlı İmparatorluğu döneminde yürürlüğe girmiştir (T.C. KTB, 2015-2019 Dönemi Stratejik Plan:20).

İstanbul’da 1863 yılında, “Sergi-i Umumi-i Osmani” adlı büyük bir sergi açılmaktadır. Bu sergiyi gezmek için aralarında işadamları ve gazetecilerinde bulunduğu gezginler İstanbul’a gelmişlerdir. Bu gruplar Osmanlı İmparatorluğuna toplu halde gelen ilk turist kafilesi olarak kabul edilmektedirler. Gelen turistlerin bir kısmı İstanbul’da beş gün kaldıktan sonra İzmir’i ziyaret edip, oradan da ülkelerine dönmüşlerdir. Aynı yıl Osmanlı İmparatorluğundan ilk organize tur Avrupa’ya düzenleniyor. Angleterre Oteli’nin İşletmecisi Mösyö Mısiri 42 gün sürecek bir Avrupa gezisi organize etmiştir (<http://www.radikal.com.tr/hayat/seyyah-bavulunda-tren-bileti-olsam-1168334/>)

Osmanlı İmparatorluğu 1863’te modern turizm faaliyetleriyle tanışması, takip eden süreçte 1870 yılında İstanbul ile Paris arasında seferleri başlatan Orient Express’inin (Şark Demiryolu) hizmete girmesi, müteakip dönemlerde turist sayısının artmasında etkili olmuş, akabinde İstanbul’da ilk otellerin yapılmasıyla bu durum daha da desteklenmiştir. 1895 yılında Pera Palas Oteli yapılmış ve turistlerin ihtiyaç duyduğu rehberlik hizmetleri bu otelde örgütlenmiştir. Bu yıllarda yabancılar kolay bir şekilde vize alarak İstanbul’a gelebiliyorlardı, fakat ülke içinde seyahat edebilmek için her aşamada tezkere alma zorunluluğu bulunmaktaydı. Osmanlı ekonomisinin girdiği dar boğaz, Avrupalı devletlerle sorunlar, savaşlar ve Osmanlı İmparatorluğunun yıkılış dönemine girmesi turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemiştir (Erkılıç, 2013:39).

Türkiye’deki turizmin gelişim sürecini incelerken, bu konu hakkında yapılan çalışmalara baktığımızda genellikle planlı dönem öncesi ve planlı dönem sonrası şeklinde ikiye ayrıldığını görüyoruz. 1923-1963 yılları arası planlı dönem öncesi, 1963’ten günümüze kadar olan dönem ise planlı dönem olarak incelenecektir.

2.7.2. Planlı Dönem Öncesi Türk Turizmi (1923-1963)

Ülkemizde cumhuriyetin ilanından sonra turizmle ilgili faaliyete geçen örgüt “Türkiye Seyyahın Cemiyeti” olmuştur. Bu örgüt ileride isim değişikliği yaparak ilk önce “Türkiye Turing Klübü” daha sonra ise “Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu” adını alarak faaliyetlerini sürdürmüştür. Seyyahın Cemiyetinin ilk faaliyetleri gemi ile gelenlerin ülkeye girişini kolaylaştırmak için gerekli çalışmaları yapmaktır. Cemiyet 1930 yılında kamuya yararlı dernek statüsü verilerek, gümrük ve trafik mevzuatı ile alakalı görevleri yerine getirmiştir. Kurum ilk turların İstanbul ve Bursa’ya düzenlenmesine öncülük etmiş ve buradaki tarihi ve kültürel mirasın tanınmasına destek olmuştur. Seyyahın Cemiyeti yapmış olduğu bu çalışmalar neticesinde, Türkiye’nin ilk turizm prospektüsleri, ilk afişler, ilk tercüman rehberliği sınavı yapılmış, ilk karayolu haritası bastırılmış, turizmle ilgili ilk araştırmalar yapılmıştır (Kozak vd, 2001:106-107).

Türkiye’nin planlı dönem öncesi su, elektrik, karayolu, çevre düzenlemesi gibi altyapı; konaklama tesisleri, limanlar gibi üstyapı eksik ve yetersiz olmakla birlikte, turizmle ilgili yapılan çalışmalarda son derece azdır. 1929 dünya ekonomik krizi, arkasından 1939-1945 yılları arasındaki 2. Dünya Savaşı turizm faaliyetlerinin olumsuz yönde etkilenmesine neden olmuştur. Turizmin devlet sistemi içerisinde örgütlenmesi İktisat Bakanlığı bünyesinde 1934 yılında kurulan Turizm Bürosu ile başlar. 1950’li yıllarla birlikte Türkiye’de başlayan altyapı ve üstyapı çalışmaları, imar faaliyetleri, tarihi ve turistik eserlerin onarımı sektörünün gelişmesine katkı sağlamıştır. Bu dönemdeki önemli gelişmelerden biride Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu 1953 yılında yürürlüğe girmesidir. Diğerisi ise Turizm Bakanlığı’nın 1957 yılında kurulmasıdır (Akça, 2016:722).

Türkiye’de planlı dönem öncesinde turizmde büyük çapta bir gelişmenin yaşanmadığı söylenebilir. Kitle turizminin 2. Dünya Savaşından sonra 1950 ve 1960’lı yıllardan itibaren gelişmeye başlamasının bunda etkisi vardır. 1960 yılında Devlet Planlama Teşkilatının kurulması, 1961 yılında Anayasa ile kalkınma planlarının kurumsal bir hale kavuşmasıyla turizm bir sektör olarak kabul edilip, kalkınma planlarında yer almasının yolunu açmıştır. Bu dönemde T.C. Turizm

Bankası AŞ. kurulmuş, kalkınma planlarında turizmle ilgili politikalar devlet için emredici, özel sektör içinse yol gösterici bir yapıda uygulanmaya başlanmıştır (Soyak, 2013:10).

2.7.3.Planlı Dönem Sonrası Türk Turizmi

Türkiye’de 1960 yılından sonraki döneme “planlı dönem” denilmektedir. Bu dönem 1950-1960 yılları arasındaki plansız dönemin kalkınma stratejisine tepki olarak ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda ülkemizde turizm sektörü ile ilgili ilk önemli adımlar 1960’lı yıllarda atılmaya başlamıştır. Ayrıca kalkınma planlarıyla alakalı hükümler 1961 Anayasası’nda yer almaktadır (Büyükşalvarcı vd. 2016:189).

1960’da DPT ve 1961 yılında Anayasa ile birlikte beş yıllık kalkınma planları hayata geçirilmeye başlandı. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1963 yılında yürürlüğe girmiştir. Turizmle ilgili belirlenen hedefler planlarda aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır (Dinçer ve Çetin, 2015:174-175).

- Ülke ekonomisine ve ödemeler dengesine katkısını arttırmak için, turizm kaynaklarını verimli bir şekilde kullanılması,
- Turist sayısının ve turist başına düşen harcama miktarının artırılması,
- Ortalama kalış sürelerinin uzatılması,
- Turizm yatırımlarıyla alakalı teşviklerin verilmesi,
- Turizmin olumsuz etkilerinin azaltılması,
- Vatandaşların turizm faaliyetlerine katılımının sağlanması,
- Turizm kaynaklarının koruma-kullanma dengesi göz önüne alınarak değerlendirilmesi,
- Mevsimsellik etkisinin azaltılması,
- Turizmin çeşitlendirilmesi,
- Turizm ile alakalı kurum ve kuruluşların kurulması, var olan kurumlar arasında eşgüdümün sağlanması,
- Ulaştırma ile ilgili imkânların genişletilmesi ve kolaylaştırılması,
- Turizmin gelişimini hızlandırmak amacı ile gerekli yasal düzenlemelerin (kanun, yönetmelik) yapılması,

- Ürün ve hizmet kalitesinin artırılması,
- Turizm eğitimi ve istihdam gibi konuları barındırmaktadır.

2.7.4.Kalkınma Planlarında Turizm

1962 yılında Türkiye planlı kalkınma dönemini hayata geçirmiş, birinci beş yıllık kalkınma planından itibaren hazırlanan tüm kalkınma planlarında turizm yer almıştır.

2.7.4.1.Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Birinci beş yıllık kalkınma planındaki temel hedef uluslararası turizm gelirlerini arttırarak ödemeler dengesindeki açığın kapatılmasını sağlamaktır. Eldeki sınırlı kaynakları turizm potansiyeli yüksek bölgelere yatırım yaparak değerlendirilmesine karar verilmiştir. Gelen turistlerin konaklama gün sayısı ve kişi başı yaptıkları harcamaların arttırılmasını sağlamak planın hedefleri içerisinde. Bu dönemde turizm sektörünün kalkınması ve gelişmesi için gerekli yatırımlar yapılacak, yurtdışı turizm tanıtımlarına ağırlık verilecek, gerekli görülen ülkelerde Turist Eğilim Araştırmaları yapılmasına karar verilmiştir. Turizm Bankası gerekli yatırımlar için kredi imkânları sunacak, Turizm eğitimine önem verilecek, diğer ülkelerle karşılıklı turizm antlaşmalar yapılması bu plandaki temel başlıklardır (DPT, 1963).

2.7.4.2.İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

İkinci beş yıllık kalkınma programında, yabancı turist sayısını ve turizm gelirlerini ve ortalama tüketim harcamalarını arttırmak, iç turizme önem verilerek canlanması sağlamak, turizm yatırımları potansiyeli yüksek bölgelere yapılacak kitle turizminin ihtiyaç duyduğu konaklama ve ulaşım imkânlarının geliştirilmesi hedeflenmiştir. Sektörde uygulanacak fiyat politikası uluslararası rekabet koşullarına uygun olarak düzenlenecektir. Turizm tanıtımına ve kredi politikalarına yeni bir yön verilecek, kamu tarafından örnek tesisler inşa edilecek diğer turistik yatırımlar özel sektör tarafından hayata geçirilecek (DPT,.1968).

2.7.4.3.Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

Üçüncü beş yıllık kalkınma programında; tahmin yöntemi kullanılarak yurtdışına gidecek kişi sayısında %13 artış, buna karşı turizm gelirlerinde %20'lik artış, turizm giderlerinde ise %13 artış beklenmektedir. Turizm potansiyeli yüksek bölgelere öncelik verilerek toplam yatak kapasitesini 72.000'den 126.000'e çıkartılması hedef alınmış, özel sektörün desteklenmesine devam edilmesine karar verilmiştir. Bu dönemde altyapı çalışmalarına hız verilecek, eğitilmiş personel ihtiyacı göz önünde tutularak sayı 27.000 kişiye çıkarılması öngörülmüştür (DPT, 1973).

2.7.4.4.1978 Programı

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Plan bazı nedenlerle yetişemediği için 1978 yılı için ek bir program hazırlanmıştır. Turizm sektörü ana politikası oluşturulması, organize turizm bölgeleri saptamak, kıyı yasasını çıkartmak, tanıtma, pazarlama, enformasyon hizmetlerinin eşgüdüm içinde çalışmasını sağlamak, gerekli tanıtım faaliyetlerini sürdürmek 1978 planının ana hedeflerini oluşturmaktadır (Kozak vd, 2001:116).

2.7.4.5.Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm gelirlerinin ortalama %23, turizm giderlerinin de ortalama %4,1 oranında artacağı öngörülmüştür. Konaklama kapasitesinde artış beklenmekte, kapasite 40.000 yatak artışı ile 95.000 yatağa çıkması amaçlanmaktadır. Organize Turizm Bölgelerinin geliştirilmesi plan içerisinde yer almıştır. Kitle turizmine uygun tesislerin yapımı benimsenmiş, yabancı sermayenin yatırım yapması özendirilmesi, yabancı personel çalıştırılmasına kolaylık sağlanması hedeflenmiştir (DPT, 1979).

2.7.4.6.1980 Yılı Sonrası Türkiye’de Turizm

1980 yılı Türk turizmi sektörü için dönüm noktası olmuştur. Bu dönemde sektör çok hızlı bir gelişim göstermiştir. Çok kısa bir zaman dilimi içerisinde turistik arz kapasitesi, gelen turist sayısı ve döviz gelirleri sayesinde büyük bir gelişme göstermiştir. 24 Ocak 1980’de yürürlüğe giren “Ekonomik İstikrar Tedbirleri” 1980 yılından sonraki en önemli olaydır. 24 Ocak Kararlarında turizm sektörü ile ilgili maddeleri arasında (Kozak vd, 2001:116);

- 1- Devalüasyon kararı alınmıştır.
- 2- Kambiyo mevzuatının değiştirilmesi ile ilgili karar,
- 3- Yabancı sermaye çerçeve kararnamesi ile ilgili karar,
- 4- Yurtdışına turistik çıkışla ilgili karar,
- 5- 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu yer almaktadır.

2.7.4.7.1984 Geçiş Programı

24 Ocak kararlarından sonra hazırlanan ilk plan olan 1984 geçiş programında turizmle ilgili maddelerinde; turizmin yöre ve yerleşim merkezlerinde geliştirilmesine öncelik verilmesine, Türkiye’ye turist getiren havayolu şirketleri ile tur operatörlerine destek verilmesine karar verilmiştir (Kozak vd, 2001:117).

2.7.4.8.Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Bu plan döneminde; Türkiye’nin tarihi, arkeolojik ve kültürel varlıklarının turizmin gelişimine destek olması amacıyla değerlendirilmesi, turizm potansiyelini yüksek turizm türlerine önem verilmesine, çevre ve doğanın korunması ve turizm amacıyla kullanılması, kitle turizmine öncelik verilmekle birlikte bireysel turizm de ihmal edilmemesine karar verilmiştir. Ayrıca çalışanların en uygun şartlarda turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlamak için çalışmalar yapılacaktır. Turizm bakanlığı

doğrudan yatırım yapmak yerine fonları turizm sektörü için kullanılması planlanmıştır. 5. Beş Yıllık Kalkınma planında turizm ilgili ilkeler bu şekilde ifade edilmektedir (DPT, 1985).

2.7.4.9. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı

Bu plan döneminde; Turizmi çeşitlendirmek ve üçüncü yaş turizmini desteklemek için gerekli teşviklerin verilmesi, turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu kalifiye işgücünün yetiştirilmesi için gerekli çalışmaların yapılması, yerli tur operatörleri ve seyahat acentalarına teşvik sağlamak, turizm altyapı ve üstyapı kalitesinin artırılmasına önem verilecek. Turizm mevsiminin uzatılması ve sosyal turizmin teşvik edilmesi hedeflenmiştir (DPT, 1989).

2.7.4.10. 1995 Geçiş Dönemi

Yedinci Kalkınma Planı hedeflenen zamanda yürürlüğe giremediği için 1995 yılında geçiş dönemi planı yürürlüğe girmiştir. Planda turizmle ilgili hedeflere bakıldığında; Türkiye’de turizmin sürdürülebilirliğini garanti altına alabilmek için nitelik, mekânsal dağılım ve tür itibariyle çevre düzenlemeleri, kültür varlıklarının sosyal çevreye uygun ve onlarla uyumlu sürdürülebilir olmasına dikkat ve önem verilecektir. Dış turizmin ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak turizmi çeşitlendirmek ve turizmin mevsimsel ve coğrafi dağılımını iyileştirmek hedeflenmiştir (Kozak vd, 2001:118).

2.7.4.1.11. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Bu dönemde 1995 geçiş planı hedeflerine paralel çalışmalar yapılmasına karar verilmiştir. Rekabet gücü yüksek ve verimli turizm ekonomisi yaratmak, doğal kültürel çevrenin zenginleştirilmesi, yöre halkı ve turistlerin beklentilerinin karşılanması amaçlanmıştır. Kültürel ve doğal kaynakların kullanılmasında sürekliliğin sağlanması, turizm sektöründe hizmet kalitesinin artırılması için sertifikasyon uygulamasına geçilmesinin sağlanması, talep yapısındaki yeni eğilimler

dikkate alınarak sektördeki küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine öncelik verilmesi planın ana hedeflerini oluşturmaktadır (DPT, 1996).

2.7.4.1.12.Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Planda, turizm teşviklerinde öncelik pazarlama, hava ulaşımı ve toplam kalitenin iyileştirilmesine verilecektir. Turizm bölgelerindeki yöre halkının ve yerel yönetimlerin turizmle ilgili kararlara katılması sağlanacak. Milli parkların bulunduğu alanlarda turizmin gelişimini sürdürülebilir olması için gerekli çalışmalar yapılacak, deniz turizmini canlandırmak için Deniz Turizmi Birliği Kanun Tasarısı hazırlanması kararlaştırılmıştır (DPT, 2000).

2.7.4.1.13.Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı

Bu plan döneminde turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişebilmesi için Turizm Sektörü Ana Planı hazırlanmasına karar verilmiştir. Turizm eğitiminin ve kalitesinin standartlaştırmasını sağlamak, iş kalitesinin artırılması, verimlilik ve istihdam için gerekli beceri seviyelerinin belirlenmesini sağlayacak belgelendirme sistemi oluşturulacak. Kültür turizmine önem verilecek, yaygınlaştırılması ve geliştirilmesi çalışmaları bağlamında, otantik özellikleri korunarak turizme açılan bölgelerde örneklerin sayısının artırılması hedeflenmektedir (DPT, 2006).

2.7.4.1.14.Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı

Planda; hizmet kalitesi, nitelikli işgücü ve tesis alanlarında uluslararası bir marka haline gelmesi; turizm faaliyetlerinin yüksek gelire sahip turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde planlanması ve uygulanması, turizmin her alanında kalitenin artırılması ve sürdürülebilirlik ilkesi çerçevesinde bölgesel kalkınmaya öncülük eden bir sektör haline gelmesi temel hedef olarak belirlenmiştir. Önceki planlarda turizm bölgelerindeki karar alma süreçlerinde bölge halkı ve yerel yönetimlerin görüşlerinin alınması tavsiye edilmektedir. Bu planda buna ek olarak STK'larında karar alma sürecine dâhil edildiği görülmektedir. Planda turizm türlerinin bir bütün olarak değerlendirerek "Varış Noktası Yönetimi" kapsamında

yeni projelerin uygulamaya konulması hedeflenmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2013).

Ülkemiz kalkınma planlarının uygulandığı dönem içerisinde turizmde büyük mesafeler almıştır. Gelirlere ve uluslararası turist sayılarına baktığımızda planların başarılı olduğunu görülmektedir. Ancak bazı bölgelerde turizm gelişiminin faydalarının sürdürülebilirliği sorgulanır hale gelmiştir. Turizmde geleceğe yönelik planlarda; turizmin çeşitlendirilmesi, faaliyetlerin ve talebin bütün yıla yayılması, alternatif turizm çeşitlerinin ve bölgelerinin geliştirilmesi altyapı yatırımlarına ve kapasitelerine önem verilmesi, turizm bölgesindeki halkın ve yerel aktörlerin karar verme sürecine dâhil edilmeleri gerekmektedir. Kontrol ve denetim mekanizmalarının oluşturulması ve hukuki düzenlemeler yapılması, kriz dönemlerinde kullanılacak stratejiler geliştirmek, turizm tanıtımı ve propagandasında özel sektörle iş birliği yapılmalıdır. Turizm politikalarının etkinliğini arttırabilmek için uzun vadeli, daha ayrıntılı ve yerel planlar hazırlanmalıdır (Dinçer ve Çetin, 2015:189).

2.8.Türkiye’de Turizm Gelirleri

Yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren, dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin başında turizm gelmektedir. Genellikle ulusal veya bölgesel kalkınma için araç olarak kabul edilmektedir. Gelir ve istihdamın yanında ödemeler dengesine katkısı ve vergi gelirlerini artmasında rol oynayan önemli bir sektördür. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yapılan araştırmalarda, turizmin ekonomik gelişmenin ve büyümenin en önemli parçalarından birisi olduğu kabul edilmiştir (Çoban ve Özcan, 2013:244).

1970’li yıllardan itibaren serbestleşme politikaları uygulanmaya başlanmıştır. Bu sayede ülkeler arasındaki giriş-çıkış yasaklarının kaldırılması, vize alımlarının kolaylaştırılması, ulaşımdaki maliyetlerin düşmesi, teknolojik ilerleme gibi faktörler turizm hareketlerinin yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Küresel sorunlar, ekonomik krizler, savaşlar, insan sağlığını tehdit eden unsurlara rağmen turizm sektörü kesintisiz olarak büyümektedir (Işık, 2018:2).

Türkiye’de ise 1980’li yıllardan itibaren turizm sektörü büyük bir atılım gerçekleştirerek, ülke ekonomisinin gelişmesinde ve kalkınmasında öncülük ettiği görülmüştür. 24 Ocak 1980 ekonomik kararlarından sonra, ithal ikameci politikadan vazgeçilerek, ihracata dönük sanayileşme stratejileri hayata geçirilmiştir. Türkiye’de serbest piyasa ekonomisinin temel kuralı olarak kabul gören ihracata dayalı sanayileşmenin gerçekleşmesinde turizm sektörü; kolay, verimli, etkili, nispi olarak da ucuz bir araç olarak görülmektedir (Özcan, 2015:179).

Turizm gelirlerinin ülke ekonomisindeki etkisinin hızla yükselmesinde hiç kuşkusuz 1982 yılında çıkarılan “Turizm Teşvik Kanunu” ile turizm sektörüne sağlanan mali desteklerin ve yatırım teşviklerinin çok önemli bir yer tutmaktadır (Bahar, 2006:138).

İhracata dayalı büyüme modeli kapsamında turizm, ülke gelirlerinin artmasına katkı sağlamaktadır. Turizm gelirleri yerli şirketler ile uluslararası şirketler arasında rekabet sonucunda yerli şirketlerin verimliliklerinin artmasını teşvik etmektedir. Bu da ölçek ekonomilerine ulaşmalarını kolaylaştırmakta, bunun sonucunda turizm gelirleri ile ülke ekonomilerine sağlanan döviz kaynağının ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkileri bulunmaktadır (Şahin, 2018:240).

Tablo 2.1: Türkiye’nin Turizm gelirleri

Yıllar	Gelen Turist Sayısı (1000 kişi)	Turizm Geliri (1000\$)	Ortalama Harcama \$
1963	198.841	7.659	38.5
1972	1.034.955	103.731	100.2
1980	1.288.060	326.654	253.6
1985	2.614.924	1.482.000	566.7
1990	5.389.308	3.225.000	621.3
1998	9752.697	7.808.940	879.5
1999	7.487.285	5.203.000	736.0
2002	13.256.028	11.900.900	697.3
2003	16.463.623	13.854.866	850.0
2004	20.753.734	17.076.607	843.0
2005	25.045.142	20.322.111	842.0
2006	23.924.023	18.593.951	803.0
2007	27.239.630	20.942.500	770.0

2008	31.137.774	25.415.067	820.0
2009	31.759.816	25.064.482	783.0
2010	32.997.308	24.930.997	755.0
2011	36.769.039	28.115.692	778.0
2012	37.715.225	29.007.003	795.0
2013	39.860.771	32.308.991	824.0
2014	41.627.246	34.305.903	828.0
2015	41.114.069	31.464.777	756.0
2016	30.906.680	22.107.440	705.0
2017	37.969.824	26.283.656	681.0
2018	46.112.592	29.512.926	647.0
2019*	6.859.710	4.629.679	-

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Arzu Kılıçlar Doktora Tezi (2004:61) derlenmiştir.

Tablo 2.1’de Türkiye’ye gelen yabancı turist sayısı, turizm geliri ve ortalama harcama istatistikleri verilmiştir. Veriler incelendiğinde 1963 yılından itibaren istisnalar hariç turizm sektörü düzenli olarak büyüme göstermektedir.

1963 yılında Türkiye planlı döneme geçtiği günden bu güne turizmle ilgili istatistikleri düzenli bir şekilde tutmaktadır. Verilere ilk baktığımızda, 1963 yılında toplam turist sayısı yaklaşık 199.000 kişi, toplam turizm geliri ise sadece 8 milyon dolar olduğu görülmektedir. 1963 yılında her bir turistin 38,5 dolar harcama yaptığı anlaşılmaktadır. 1972 yılında ilk kez gelen yabancı turist sayısı 1 milyon kişiyi geçerek, 1.034.955 kişiye ulaşmıştır. 20 Ocak 1980 ekonomik kararlarıyla birlikte turizm sektörü büyük bir ivme kazanmış, buna bağlı olarak 1980 yılından itibaren turizm gelirlerinde hızlı bir artış yaşanmıştır.

1980 yılında toplam yabancı turist sayısı 1.288.060 kişi olmuştur. Turizm geliri ise 326 milyon doları geçmiştir. 1985 yılında ise turizm gelirlerinin ilk kez 1 milyar doları aşmıştır, bu yılda toplam yabancı turist sayısı ise 2.614.924 kişi olmuştur.

90’lı yıllarda turizm verilerine baktığımızda; 1990 yılında yabancı turist sayısı 5.389.308 kişi olmuş, turizm geliri ise 3 milyar doları geçmiştir. 1990’lı yıllardaki yabancı turist sayısını incelendiğimizde, yıllar itibariyle gelen turist sayılarında dalgalanmalar olduğunu görmekteyiz. Artan terör saldırıları ve Körfez

Savaşın etkileri, takip eden süreçte 1999 yılında yaşanan deprem yabancı turist sayısı ve gelirlerini etkilediği görülmektedir. 1998 yılında 9.752.687 kişi ile 10 milyon yabancı turist sayısına çok yaklaşan Türk turizm sektörü, 1999 yılında büyük bir düşüşle 7.487.285 kişiyle yılı kapatmıştır. Bu büyük düşüşte 1999 Gölçük depreminin etkisi olduğu anlaşılmaktadır.

Türk turizm sektörü, 2002 yılında 12 milyar 420 milyon 519 bin dolar gelir elde ettikten 15 yıl sonra turizm gelirlerini 2 katından fazlaya çıkartmış, 2017 yılında turizm gelirlerini 26 milyar doları aşmıştır.

2010 yılından itibaren yabancı turist sayısında ve turizm gelirlerinde 2015 yılına kadar düzenli bir artış sağlanmıştır. 2015 yılındaki Rusya ile yaşanan uçak krizi turizm sektörünü olumsuz etkilediği görülmektedir. 2016 yılında, 2015 yılına göre 11 milyondan fazla yabancı turist kaybı yaşayan sektörde turizm gelirleri bir önceki yıla göre %29,7 daralarak 22 milyar dolar seviyesine düşmüştür. 2018 yılı turizm verilerini incelediğimizde; gelen yabancı turist sayısı 46.112.592 kişiye ulaştığı, turizm gelirlerinin ise 30 milyar dolara yaklaşmıştır.

Tablo 2.2: Ülkelere Göre Turizm Gelirleri Dünya Sıralaması (Milyar \$)

SIRALAMA	ÜLKELER	2017	2016	2015
1	A.B.D	210.7	206.9	206.9
2	İspanya	68.1	60.5	56.6
3	Fransa	60.7	54.5	58.3
4	Tayland	57.5	48.8	44.9
5	İngiltere	49.0	47.9	50.2
6	İtalya	44.2	40.2	39.4
7	Avustralya	41.7	37.0	34.2
8	Almanya	39.8	37.5	36.9
9	Macao	35.6	30.4	31.0
10	Japonya	34.1	30.7	25.0
11	Hong Kong	33.3	32.8	36.2
12	Çin	32.6	44.4	45.0
13	Hindistan	27.4	22.4	21.0
14	Türkiye	22.5	18.7	26.6

15	Meksika	21.3	19.6	17.7
----	---------	------	------	------

Kaynak: KTB, Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018 Raporu

Yukarıdaki tabloda ülkelere göre turizm gelirleri dünya sıralaması değerleri verilmiştir. Dünya Turizm Örgütü'nün 2017 verilerine göre, uluslararası turizm gelirleri toplam 1 trilyon 317 milyar 169 milyon dolar olarak gerçekleştiği görülmektedir. Uluslararası turistlerin en çok ziyaret ettikleri ilk 10 ülke toplam turizm gelirin %49'luk kısmı olan 643 milyar dolar gelir elde etmişlerdir. 2017 yılında en çok turizm geliri elde eden ülke ise, tüm turizm harcamalarının %16'lık kısmına denk gelen 211 milyar dolar gelir ile A.B.D olmuştur. A.B.D'yi sırasıyla, İspanya turizm harcamalarının %5.15'ne denk gelen 68 milyar dolar gelir ile ikinci sırada yer alırken, Fransa turizm harcamalarının %4.6'sına denk gelen 61 milyar dolar ile üçüncü sırada yer bulmuştur.

Türkiye uluslararası turizm gelirleri 2017 sıralamasında 22 milyar 500 milyon dolar ile 14. sırada yer almaktadır. Uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay ise %1.7 seviyelerindedir. Türkiye turizm gelirleri açısından birçok büyük ülkeyi geride bırakmayı başarmakla birlikte, ülkemizin sahip olduğu turizm potansiyelini göz önünde bulundurduğumuzda elde ettiğimiz gelirin yetersiz olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 2.3: Ülkelere Göre Turist Sayısı Dünya Sıralaması (Milyon Kişi)

SIRALAMA	ÜLKELER	2017	2016	2015
1	Fransa	86.9	82.6	84.5
2	İspanya	81.8	75.3	69.2
3	A.B.D.	76.9	76.4	77.8
4	Çin	60.7	59.3	56.9
5	İtalya	58.3	52.4	50.7
6	Meksika	39.3	35.1	32.1
7	İngiltere	37.7	35.8	34.4
8	Türkiye	37.6	30.3	39.5
9	Almanya	37.5	35.6	35.0
10	Tayland	35.4	32.5	29.9

Kaynak: KTB, Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018 Raporu

Yukarıdaki tabloda ülkelere göre turist sayısı dünya sıralaması değerleri verilmiştir. Uluslararası turist sayısı açısından büyüme gösteren ülkelerin başında Türkiye gelmektedir. Türk turizmi son 10 yıl içinde, uluslararası turist çekme bakımından dünyanın ilk 10 ülkesinden biri olmayı başarmıştır. Ülkemiz, bu başarısı ile Fransa, İspanya, İtalya gibi sektörde söz sahibi ülkelerle aynı kategoride rekabetini sürdürmektedir (Yurdakul ve Özgencil, 2017:175).

Dünya Turizm Örgütü verilerine baktığımızda uluslararası turizm faaliyetlerine katılanların sayısı bir önceki yıla göre %7'lik bir büyüme göstererek, yaklaşık 1milyar 400 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu artış 2010 yılından sonra elde edilen en yüksek büyüme oranı olmuştur. Dünya turizm örgütünün yayınladığı rapora göre uluslararası turist sayısı takip eden yılda %4-5 oranında büyüme gösterecektir.

Uluslararası turist sayısındaki artışta etkili olan faktörler ise küresel ekonomide yaşanan kısmi düzelme ve buna bağlı olarak gelişmekte olan pazarlar arasında yer alan Brezilya ve Rusya gibi büyük ülkelere turizm faaliyetlerine katılanların sayısında yaşanan artış gösterilebilir.

2016 yılı Türk turizm sektörü için zor bir yıl oldu. 2015 yılında Rusya ile yaşanan uçak krizi ve sektöre en çok turist gönderen Avrupa ülkeleriyle yaşanan sorunlar turist sayısında sert bir düşüşe neden olmuştur. 2016 yılı gelen ziyaretçi sıralamasında ülkemiz 10. sıraya gerilemiştir. 2017 yılında sektör toparlanmaya başlamış toplam 37.6 milyon uluslararası turist sayısı ile 8. sırada yer almıştır.

3.BÖLÜM

3.TÜRKİYE’NİN TURİZM GELİRLERİ VE EKONOMİK BÜYÜME ANALİZİ

Turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen ulusal ve uluslararası birçok çalışma mevcuttur. Bilim insanlarının bu konuya hakkında çalışmaları turizm gelirlerinin ülke ekonomileri içinde önemli yer tutmasındandır. Bu bölümde önce konuyla ilgili literatür taraması yer verilmiş, daha sonra ise ekonometrik analiz yapılmıştır.

3.1.Literatür Taraması

Uysal vd (2004), turizm gelirleriyle ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelerken 1992-2003 yılları arasındaki turizm gelirleri ve GSMH verileri kullanılmış, öncelikle Birim kök testi (ADF) uygulanmış, daha sonra Granger nedensellik testi ve regresyon analizi yapılarak nedensellik ilişkisi araştırılmıştır. Sonuç olarak iki değişken arasında karşılıklı ilişkinin bulunduğu tespit edilmiş ve turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

Dritsakis (2004), 1960Q1-200Q4 dönemi verilerini kullanarak, Yunanistan’ın turizm gelirleriyle ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi, nedensellik analizi ve eşbütünleşme testleriyle incelemiştir. Analiz sonucunda turizm gelirleriyle ekonomik büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Kim vd. (2006), Tayvan’daki turizm genişlemesi ve ekonomik gelişme arasındaki nedensellik ilişkisini incelemektedirler. Granger nedensellik testini

kullanarak analizlerini yapmışlardır. Analiz sonucunda, turizm ile ekonomik büyüme arasında uzun dönemde ilişki olduğu ve iki yönlü bir nedensellik olduğunu göstermektedir. Başka bir deyişle, Tayvan'da, turizm ve ekonomik gelişme birbirini etkilemektedir.

Kızılgöl ve Erbaykal (2008), 1992Q01-2006Q6 dönemine ait üçer aylık turizm gelirleri ve GSYİH verileri kullanılarak turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkisi Toda - Yamamoto yöntemiyle incelenmiştir. Sonuç olarak Türkiye'deki birçok çalışmanın aksine nedenselliğin yönü ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru bulunmuştur.

Çetintaş ve Bektaş (2008), 1964-2006 dönemindeki veriler kullanılarak turizm ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki ARDL yöntemiyle analiz edilmiştir. Sonuçlara baktığımızda kısa dönemde bir ilişki bulunmazken, uzun dönemde turizm ekonomiyi pozitif yönde etkilediği görülmektedir.

Erdoğan (2010), 2007Q1 ile 2010Q2 dönemlerine ait üçer aylık GSYİH, ihracat ve turizm gelirlerinden yararlanarak Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisi incelenmiş, uygulamada Topsis yöntemi kullanılarak analiz yapılmıştır. Sonuç olarak ülkemizin 2008 yılı ile 2009 yılının son çeyreği arasında küresel krizin etkisi gözlemlenmiş ve bu dönemlerde ekonomik performans değerleri düşmüştür.

Samimi vd. (2011), 1995-2009 döneminde Panel-VAR yöntemi kullanılarak gelişmekte olan 20 ülkenin ekonomik büyüme ile turizm gelişimi arasındaki uzun vadeli ilişkiler ve nedensellik ilişkileri incelenmiştir. Sonuçlara bakıldığında, iki taraflı nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca ekonomik büyüme ile turizm arasında uzun dönemde pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir.

Polat ve Günay (2012), 1969-2009 yılları arasındaki turizm gelirleri, ihracat gelirleri, GSMH'ya ilişkin verilerden yararlanılarak, eşbütünleşme yöntemi ve nedensellik analizi uygulanmıştır. Johansen eşbütünleşme testinin sonuçlarına göre turizm ve ihracat gelirlerinin ekonomik büyüme arasında uzun dönemli ilişki olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca hata düzeltme modeline dayalı nedensellik analizi turizm ve ihracat gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik olduğunu göstermektedir.

Bozkurt ve Topçuoğlu (2013), 1970-2011 dönemine ait cari dolar fiyatlarıyla yıllık veriler kullanılarak, Türkiye’de turizm ve ekonomik büyüme ilişkisi kısa ve uzun dönemde incelemek amacıyla yapılmıştır. Engle-Granger eşbütünleşme testi ve Hata Düzeltme Modeli kullanılmıştır. Sonuçlara göre; turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içerisindeki payı ile ekonomik büyüme arasında hem uzun hem de kısa dönemli çift yönlü nedensellik ilişkisine ulaşılmıştır. Ayrıca dışa açıklığın ekonomik büyüme üzerinde uzun ve kısa dönemde nedensellik ilişkisi olduğu gözlenmiştir.

Çoban ve Özcan (2013), 1963-2010 dönemine ilişkin turizm geliri ve ekonomik büyüme arasındaki uzun ve kısa dönem ilişkiler incelenmiştir. Analizde kullanılan zaman serilerinin durağan olup olmadığını tespit için birim kök testi uygulanmış daha sonra zaman serilerinin karakteristiklerini incelemek için Dickey-Fuller ve Genişletilmiş Dickey-Fuller testleri uygulanmıştır. Johansen eşbütünleşme yönteminin uygulanması ile analiz yapılmış, ekonomik büyüme ve turizm arasında kısa dönemde bir ilişki bulunamamış, uzun dönemde ise hata teriminin katsayılarının, ekonomik büyümeye turizmin pozitif yönde katkı sağladığını göstermiştir.

Seghir vd. (2014), 1988-2012 arasındaki veriler kullanılarak 49 ülkede turizm harcamaları ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi analiz etmişlerdir. Panel eşbütünleşme ve Granger nedensellik testleri kullanılarak yapılan çalışmanın sonucunda, ekonomik büyüme ile turizm harcamaları arasında uzun dönemli ilişki olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ekonomik büyüme ile turizm harcamaları arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Samırkaş ve Samırkaş (2014), 2003Q1. ile 2013Q3. dönemleri arasındaki Turizm gelirleri ile reel GSYİH verileri arasındaki ilişkiyi saptamak için Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Analiz sonucunda turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru, ekonomik büyümeden turizm gelirinine doğru çift yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Kreishan (2015), Bahreyn’de turizm öncülüğünde büyüme hipotezini araştırmaktadır. 1990-2014 dönemi verileri ile ARDL modeli kullanılarak

Bahreyn'deki uluslararası turizm ve ekonomik büyüme arasındaki uzun dönemli ilişkiyi incelemektedir. Sonuçlara bakıldığında ekonomik büyüme ile turizm gelirleri uzun dönemde eşbütünleşiktir. Ayrıca, sonuçlar Bahreyn'de turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye tek yönlü Granger nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Kaygısız (2015), Türkiye'nin 2003Q1-2013Q4 dönemlerindeki net turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Analiz yapılırken 2008 ekonomik krizi göz önünde tutularak kukla değişken kullanılmasına karar verilmiştir. Ayrıca turizm gelirleri ve giderleri arasındaki fark alınarak net turizm gelirleri analizde kullanılmıştır. Analizde öncelikle ADF birim kök testi uygulanmış ardından VAR modeli kurularak, Granger nedensellik analizi yapılmıştır. Bu sayede veriler arasındaki ilişkinin yönü tespit edilmiştir. Analiz sonucunda net turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu saptanmıştır.

Terzi ve Pata (2016), turizm sektörünün, ekonomik büyüme üzerindeki etkisini analiz etmişlerdir. Çalışmada 1964-2014 yılları için turizm gelirleri kullanılmıştır. Bayer-Hanck eşbütünleşme testi ile uzun dönemde ilişki bulunamamış, fakat kısa dönemde kısıtsız ve Dolado- Lütkepohl VAR analizleri sonucunda ülkemize gelen turist sayısının ve turistlerden elde edilen gelirin GSYH üzerinde pozitif yönde etki yaptığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kızılkaya vd. (2016), Yapılan araştırmadaki hedef Türkiye'de yabancı turist sayısı, turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelemektir. Yöntem olarak Pesaran vd. (2001), ARDL sınır testi ve uzun dönem eşbütünleşme katsayıları tahmini kullanılmış. Sonuçlara göre hem uzun dönemde hem de kısa dönemde turizm gelirlerinin ekonomik büyümeyi pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmış, kısa dönem hata düzeltme katsayısı negatif ve istatistiki olarak anlamlı bulunmuş, kısa dönemde görülen sapmaların %48'inin bir sonraki dönemde düzeldiği sonucuna ulaşılmıştır.

Şahin (2018), 1980-2016 yılları arasındaki turizm verilerini kullanarak Türkiye'de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi VAR analizle incelemiştir. Ayrıca turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun

dönem ilişkisi saptamak amacıyla eşbütünleşme ve nedensellik analizlerinden yararlanılmış. Sonuçlara bakıldığında; kısa ve uzun dönemde iki değişken arasında turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Turizm gelirleri ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

Dilber ve Kılıç (2018), 1995-2016 dönemindeki turizm gelirleri ve GSYİH arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla Engle Granger eşbütünleşme testi ve VAR analizleri uygulamışlardır. Analiz sonuçlarına göre; ekonomik büyüme üzerinde turizm gelirlerinin pozitif etkisi olduğu ve her iki değişken arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını tespit edilmiştir.

Akdağ ve Seçilmiş (2018), 30 OECD ülkesinin 2000-2016 yılları arasında turizm gelirleri ve GSYİH verileri kullanılmıştır. Yöntem olarak Panel Birim Kök testi uygulandıktan sonra ekonomik büyüme ve turizm gelirlerindeki değişim arasındaki nedensellik ilişkisi Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi ve Emirmahmutoğlu ve Köse (2011) nedensellik testi ile test edilmiştir. Regresyon analizi sonuçlarına baktığımızda turizm gelirlerindeki değişimin GSYH'deki değişim üzerinde anlamlı ve pozitif etkisinin olduğu anlaşılmıştır. Nedensellik analizi sonuçları ise turizm gelirlerindeki değişimden GSYH'deki değişime tek yönlü bir nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir.

Yıldırım ve Şahin (2018), 15 Akdeniz ülkesinin 1995-2016 dönemi verilerini kullanarak turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Öncelikle yatay kesit bağımlılığı ve heterojenlik testleri yapılmış, Kónya (2006) tarafından geliştirilen bootstrap panel nedensellik analizi uygulanmıştır. Sonuçlar incelendiğinde, turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru nedenselliğin Yunanistan ve İtalya'da bulunduğu anlaşılmıştır. Ekonomik büyümeden turizm gelirlerine doğru nedensellik ise Slovenya'da bulunduğu görülmüştür. Diğer ülkelerde herhangi bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir.

Yenisu (2018), Türkiye'de turizm gelirleri ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi Vektör Otoregresif (VAR) modeliyle incelemiştir. 2003Q1-2018Q1 arasındaki üçer aylık veriler kullanılmış, analiz sonucunda konuyla alakalı yapılan

diğer çalışmalarda olduğu gibi turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru tek yönlü bir nedenselliğin olduğu sonucuna varılmıştır.

Dereli ve Akiş (2019), yapmış oldukları çalışmada 1970-2016 yılları arasındaki turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiş, eşbütünleşme ve nedensellik analizleri yapılmıştır. Çalışmada öncelikle ADF ile birim kök uygulaması yapılmış daha sonra Toda-Yamamoto Nedensellik Analizi ile değişkenler arasında nedensellik ilişkisi araştırılmış kısa dönemde bir nedensellik bulunamamıştır. Daha sonra Johansen eşbütünleşme analizi yapılarak turizm gelirleri ile büyüme arasında uzun dönemli bir ilişki saptanmıştır. Bunun sonucunda Vektör Hata Düzeltme Modeline dayalı Granger nedensellik testi uygulanarak ilişkinin yönü araştırılmış uzun dönemde turizm gelirlerinden büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi saptanmıştır.

3.2.Çalışmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de ekonomik büyüme, turizm gelirleri arasındaki ilişkinin varlığını ve yönünü tespit etmektir. Turizm gelirlerinin GSYİH etkileyip etkilemediği ve turizm gelirlerine bağlı ekonomik büyüme hipotezinin geçerliliğini araştırmaktır.

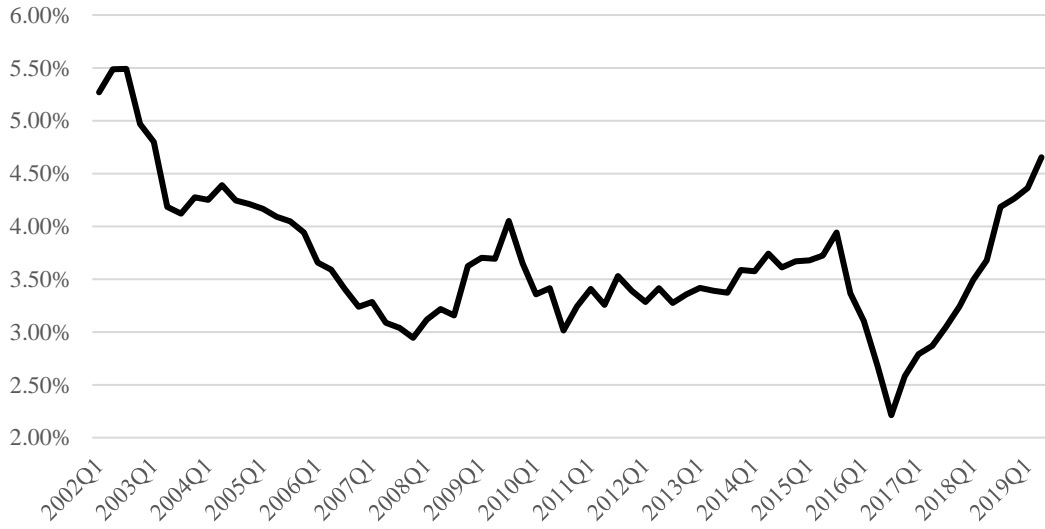
3.3.Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki Nedensellik İlişkisi

Çalışmada turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki 2002-2019 dönemi üçer aylık veriler kullanılarak analiz edilmiştir. Turizm gelirleri çıkış yapan ziyaretçi istatistiklerinden kişisel harcamalar ile paket tur harcamaları toplamından oluşmaktadır. Büyüme değişkeni için sabit fiyatlarla GSYİH serisi kullanılmıştır. Kontrol değişkenleri olarak sabit sermaye yatırımları ile ticari açıklık değişkenleri dikkate alınmıştır. Ticari açıklık değişkeni ihracat ile ithalat toplamının GSYİH’ye oranı şeklinde elde edilmiştir. Turizm gelirleri ABD doları cinsinden olup Türkiye İstatistik Kurumu’ndan elde edilmiştir. GSYİH serisi Dünya Bankası Küresel

Ekonomik İzleme veri tabanından elde edilmiştir. Sabit sermaye yatırımları ile ihracat ve ithalat verileri TCMB Elektronik Veri Dağıtım Sisteminden elde edilmiştir.

Turizm gelirlerinin GSYİH'ye oranı Şekil 3.1'de gösterilmiştir. Turizm gelirlerinin milli gelire oranı 2002 ile 2019 yılları arasında %5 ile %2 arasında değişim göstermektedir. 2002 yılında %5 seviyesine çıkan turizm gelirlerinin milli gelire oranı daha sonrasında azalma trendine girmiş ve 2008 yılında %3 düzeyine kadar gerilemiştir. Daha sonrasında turizm gelirleri yatay bir seyir izlemiştir. 2016 yılında turizm gelirlerinde büyük bir düşüş gözlenmiştir. 2015 yılının Kasım ayında Rus jetinin düşürülmesi sonucunda Rusya ile yaşanan gerginliğin ardından Rus turist sayısında ortaya çıkan azalma turizm gelirlerinde önemli ölçüde düşüş gerçekleşmiştir.

Şekil 3.1: Turizm Gelirlerinin Milli Gelire Oranı



Çalışmada kullanılan veriler zaman serisi olduğundan öncelikle bütünleşme derecelerinin araştırılması gerekmektedir. Bu nedenle ADF ve PP birim kök testleri uygulanmış sonuçlar Tablo 3.1'de gösterilmiştir. Tablo 3.1'deki verilere göre, PP testi sonucuna göre düzey değerlerde turizm gelirleri (TG) değişkeni için sıfır hipotez reddedilemezken, ADF testi sonucuna göre sıfır hipotez %5 önem düzeyinde reddedilmiştir. Serinin birinci farkını aldığımızda ise her iki birim kök testi serinin

durağan olduğunu göstermektedir. GSYİH, sabit sermaye yatırımları (SER) ve ticari açıklık (TİC) değişkenleri için her iki birim kök testi sonucunda düzey değerlerde sıfır hipotez reddedilememiştir. Birinci farklar için elde edilen birim kök testi sonuçları ise serinin farkı alındığında durağan hale geldiğini göstermektedir. Birim kök testi sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde turizm gelirleri değişkeni için test sonuçları farklılaşmakta fakat diğer değişkenlerin bütünleşme derecesi bir olmaktadır.

Tablo 3.1: Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken Adı	Düzye Değerler		Birinci Farklar	
	PP	ADF	PP	ADF
TG	-2.439 [0.135]	-2.996 [0.040]	-7.580 [0.000]	-4.116 [0.010]
GSYİH	-2.330 [0.412]	-2.104 [0.534]	-7.439 [0.000]	-7.452 [0.000]
SER	-1.277 [0.635]	-1.191 [0.670]	-6.343 [0.000]	-6.434 [0.000]
TİC	-2.586 [0.055]	-2.956 [0.146]	-7.669 [0.000]	-3.736 [0.004]

Not: Köşeli parantez içindeki değerler p-değeridir.

Değişkenlerin bütünleşme dereceleri belirlendikten sonra, ikinci aşamada Granger nedensellik testi uygulanmıştır. Granger nedensellik testi Breitung ve Candelon (2006) tarafından geliştirilen ve frekans boyutunda değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini araştıran yöntem ile araştırılmıştır. Klasik Granger nedensellik testinden farklı olarak, Breitung ve Candelon (2006) tarafından geliştirilen nedensellik testi frekans alanında nedensellik ilişkisini araştırmakta ve böylece değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkileri belirleme olanağı sunmaktadır.

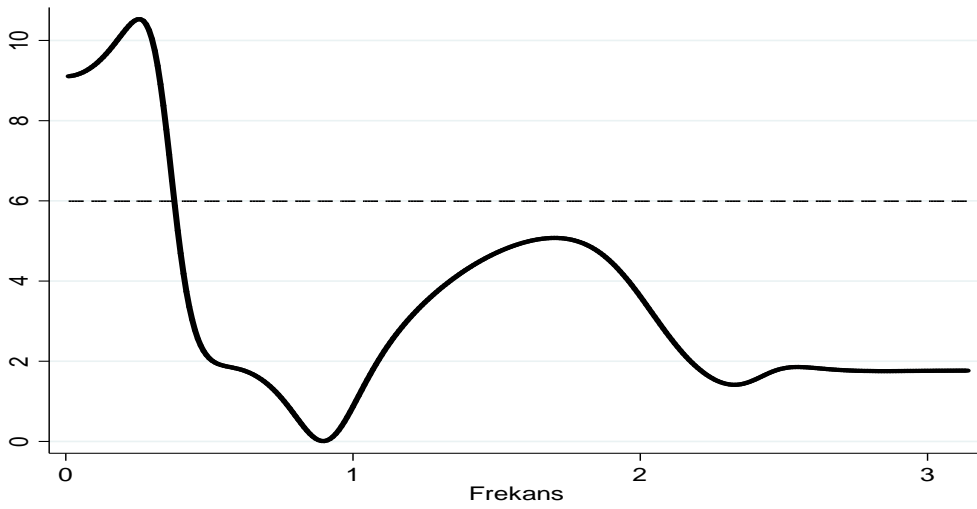
Bu amaçla iki değişkenli VAR model (turizm gelirleri ile GSYİH değişkenleri kullanılmış ve sabit sermaye yatırımları ile ticari açıklık değişkenleri dışsal değişken olarak VAR modele dahil edilmiştir) tahmin edilmiş ve optimal gecikme sayısı Akaike bilgi kriterine göre dokuz olarak belirlenmiştir.

Frekans alanında nedensellik testi Toda-Yamamoto test yöntemine göre uygulanmıştır. Diğer bir ifadeyle, durağan olmayan serilerin farkını almak yerine gecikmesi arttırılmış VAR model tahmin edilerek nedensellik analizi yapılmıştır. Buna göre, frekans alanında nedensellik testinde seriler düzey değerleri itibariyle analize dahil edilmiş fakat turizm gelirleri ile GSYİH değişkenlerinin onuncu

gecikmesi modele dahil edilerek nedensellik ilişkisi ilk dokuz gecikmeli katsayıya sıfır kısıdı konularak araştırılmıştır.

Şekil 3.2’de turizm gelirlerinden GSYİH’ye yönelik frekans alanında nedensellik testi sonuçları yer almaktadır. Analiz sonuçları incelendiğinde, turizm gelirlerinden GSYİH’ye yönelik nedensellik yoktur sıfır hipotezinin uzun dönemde (π (0, 0.37)) frekans alanında reddedildiği görülmektedir. Bu sonuca göre uzun dönemde turizm gelirlerinden GSYİH’ye yönelik nedensellik ilişkisi olduğu söylenebilir. Sıfır hipotezin reddedildiği frekans aralığı ise yaklaşık olarak 16 çeyrek döneme (4 yıl) ve daha fazla bir döneme denk geldiğinden, turizm gelirlerindeki artışın milli geliri 4 yıl ve daha uzun bir süre sonrasında etkilediği sonucu ortaya çıkmaktadır.

Şekil 3.2: Turizm Gelirlerinden GSYİH’ye Yönelik Nedensellik İlişkisi

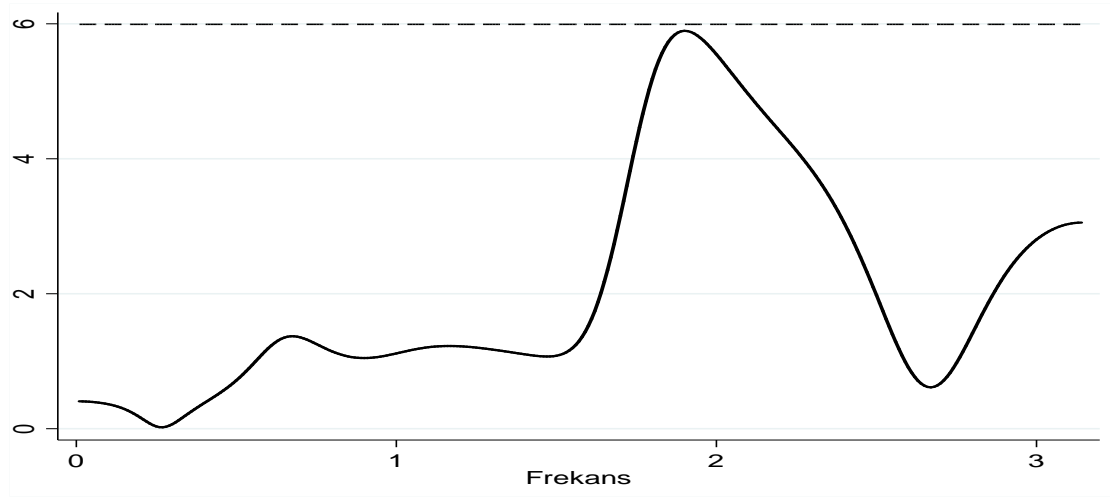


Not: Kesikli çizgi %5 önem düzeyinde kritik değeri göstermektedir.

Şekil 3.3’te ise GSYİH’den turizm gelirlerine yönelik nedensellik testi sonuçları yer almaktadır. Test sonuçları incelendiğinde tüm frekans değerlerinden test istatistiğinin %5 önem düzeyindeki kritik değeri aşmadığı görülmektedir. Bu sonuç ise GSYİH turizm gelirlerinin Granger nedenidir sıfır hipotezinin reddedilemeyeceği anlamına

gelmekte ve böylece GSYİH’de turizm gelirlerine yönelik nedensellik ilişkisi olmadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Şekil 3.3: GSYİH’den Turizm Gelirlerine Yönelik Nedensellik İlişkisi



SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada, bir ekonomide turizmin önemi, turizmin sorunlarını, turistik ürünü, ödemeler dengesi için ne kadar önemli olduğu üzerinde durulmuştur. Turizm, ülke ekonomilerini ele aldığımızda vazgeçilmez bir gelir kaynağıdır. Turizm gelirleri özellikle gelişmekte olan ülke ekonomilerinin can damarlarıdır. Bütçe açığı veren ülkeler bu sayede bütçe açıklarını kapatabilmekte hatta bütçe fazlası verebilmektedirler.

Türkiye açısından ele aldığımızda; Türkiye ekonomisinin yapısı gereği kırımlara açık durumdadır. Belli dönemlerde dünyada veya ülkemizde görülen ekonomik krizler ülke ekonomilerine zarar vermektedirler. Bu süreçte turizmin döviz getirici etkisi ülke bütçesinin dengeli bir şekilde ilerlemesine yardımcı olabilir.

Bu bağlamda, çalışmada turizm gelirleri ile milli gelir arasındaki ilişki Breitung ve Candelon (2006) tarafından geliştirilen Granger nedensellik testi ile araştırılmıştır. Breitung ve Candelon (2006) tarafından önerilen nedensellik testi frekans boyutunda değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini incelemekte ve böylece değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini kısa ve uzun dönemde inceleme olanağı sunmaktadır. Nedensellik analizi sonuçları turizm gelirleri ile GSYİH arasında tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğunu ve nedenselliğin turizm gelirlerinden GSYİH'ye yönelik olduğunu göstermektedir. Ayrıca söz konusu ilişkinin kısa dönemden ziyade orta ve uzun dönemde ortaya çıktığı ve turizm gelirlerinin GSYİH'yi dört yıl ve daha uzun bir sürede etkilediği belirlenmiştir. Analiz sonuçları turizmin ülke ekonomisine olumlu katkı yaparak milli geliri etkilediğini belirtmektedir.

Turizmin ülke ekonomisine katkısının devam etmesini istiyorsak, turizmin sürdürülebilir olmasını sağlamalıyız. Dünya genelinde büyüyen turizm pazarı rekabeti artırmakta, buna paralel olarak rakiplerimizin sayısını da artış yaşamaktadır. Özellikle Sovyetler Birliğinin yıkılması ve Kuzey Afrika ülkelerinin turizm pazarında yükselmeye başlamalarıyla birlikte Türkiye'nin ön plana çıkması için yeni yatırımları gündemine getirmelidir. Sadece deniz, kum, güneş mantığından çıkmalı alternatif turizm çeşitlerine yönelmek gerekmektedir.

Bu bağlamda nitelikli turist sayısını artırmaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Günümüzde alternatif turizm çeşitlerinden bazıları lüks turizm ihtiyaçlarının giderilmesi için kullanılabilir. Örnek olarak; av turizmi, golf turizmi, yat turizmi vb. Yüksek beklentilere sahip olan kişilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek lüks konaklama tesislerinin sayısını arttırmak gerekmektedir. Katma değeri yüksek turizm çeşitlerine yapılacak yatırımlar sayesinde turizm gelirlerinde ciddi artışlar görülecektir.

Bir diğer önemli nokta ise turizm faaliyetlerinin on iki aya yayılmasını sağlamaktır. Bunun için başta kış turizmi ve kültür turizmi olmak üzere farklı turizm çeşitlerinin desteklenmesi gerekmektedir. Böylelikle turizm istihdamı tüm yıla yayılacak bunun sonucunda istihdamdaki mevsimsellik dalgalanmanın azalmasında katkı sağlayacaktır.

Ülkemizi ziyaret edenlerin geldikleri ülkelere baktığımızda belli başlı ülkelere gelen turistlerin yoğun olduğu görülmektedir. Almanya, İngiltere ve Rusya gibi genellikle Avrupa ülkelerinden turist ağırlayan Türkiye'nin özelliklere Amerika, Asya, Uzak Doğu pazarlarına açılmalı gerekli olan çalışmaları yapılmalıdır.

Turizm propagandasına önem verilmeli, hedef pazarların özelliklerine uygun reklam ve tanıtım faaliyetlerine ağırlık verilmelidir. Günümüzde en önemli kitle iletişim aracı haline gelen sosyal medya aktif olarak kullanılmamaktadır.

Türkiye'de turizm stratejik bir sektördür. Özellikle kriz dönemlerinde turizm gelirleri ülke ekonomisi için çok önemli bir konuma sahiptir. Kültür ve Turizm Bakanlığının koymuş olduğu 70 milyon turist, 70 milyar dolar gelir hedefini

yakalamak için yapılması gereken tüm çalışmaların zaman kaybedilmeden hayata geçirilmesi gerekmektedir.

Ülkemiz kültürü, doğası, doğal zenginlikleri, medeniyeti, tarihi mirası ile dünyanın sayılı turizm ülkelerinden biridir. Ülkemizin turizmdeki yapısal sorunlarından kurtulup, doğru turizm yatırımları yapılması ayrıca iyi bir turizm eğitiminin yeterli seviyede verilmesi gerektiği kaçınılmaz bir gerçektir.

KAYNAKÇA

- Ahipaşaoğlu, S. (2006). “Turizmde Rehberlik”, Gazi Kitapevi, Ankara
- Ağaoğlu, A.R. (2009), “Türkiye’nin Turizm Potansiyeli Bağlamında İnanç Turizminin Yeri”, Kùltür ve Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Daire Başkanlığı, (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi), Ankara
- Akça, Y. (2016). “Türkiye’nin Kalkınma Planlarında Turizm Politikaları”, International Conference on Eurasian Economics. Session 5d.
- Akdağ, S. – Seçilmiş, C. (2018). “OECD Ülkelerinde Turizm Gelirleri ile GSYH Arasındaki İlişi: Dinamik Panel ve Panel Nedensellik Analizi”, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Cilt:7, Sayı:4
- Alaşhan, A. (2018). “Nevşehir Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyelinin Turizm İşletme Yöneticilerinin Bakış Açışıyla Değerlendirilmesi”, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Albayrak, A. (2014). “Üçüncü Yaş Turistlerinin Otellere Bağlı Restoranlarında Yiyecek ve İçecekler İle İlgili Karşılaştıkları Sorunlar”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:31, Cilt:17
- Arabacı, H. (2018). “Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme”, Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:4, Sayı:3
- Arpacı, Ö. – Zengin, B. – Batman, O. (2012). “Karamanın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açışından Kullanılabilirliği”, KMÜ Sosyal Bilimler ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi Sayı:12
- Aslan, M. (2010), “Turizmin Türkiye’nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi“, Kùltür ve Turizm Bakanlığı, Yatırımlar ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi), Ankara
- Aydemir, B - Kılıç, S.B. (2017). “Dünyada ve Türkiye’de Üçüncü Yaş Turizmi”, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Özel Sayı:3, Cilt:1

- Aynalem, S. – Bihanu, K. Tesefay, S. (2016). “Employment Opportunities and Challenges in Tourism and Hospitality Sectors”, Journal of Tourism – Hospitality, 2016
- Avrupa Ekonomik ve Sosyal Komitesi Barselona Bildirgesi Avrupa’da Sosyal Turizm,Brüksel 2016)
- Bahar, E. (2016). “Gençlik Turizminin Sorunları, Gelişmesine Yönelik Çözüm Önerileri”, Arel Eysad, Sayı:1
- Bahar, O. (2006). “Turizm Sektörünün Türkiye’nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: Var Analizi Yaklaşımı”, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:13, Sayı:2
- Barlas, B. (2010). “Türkiye’de Gemi İnşaatı Sanayi İçinde Yat Turizminin Yeri ve Önemi”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Bay, A. (2014). “Uludağ Yöresinde (Bursa) Alternatif Turizm Türü Olarak Yayla Turizmi”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Coğrafya Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale
- Bayer, S. (2009), “Tanıtma Politikalarında Bir Propaganda Aracı Olarak Sinema”, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Tanıtma Genel Müdürlüğü, (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi), Ankara
- Bayezit, D. (2003), “Turizm sektöründe ikinci (yazlık) konutların Türkiye ekonomisindeki etkilerinin istatistiksel analizi”, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Edirne
- Bıçkı, D. – Ak, D. – Özgökçeler S. (2013). “Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm”, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:31
- Bozkurt, E. – Topçuoğlu, Ö. (2013). “Türkiye’de Ekonomik Büyüme ve Turizm İlişkisi”, Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:7
- Breitung, J. ve Candelon, B. (2006). Testing for short and long-run causality: a frequency domain approach Journal of Econometrics, 12, pp. 363-378

- Budak, F. (2000). “ Türk Turizminin Gelişimi Ekonomiye Katkıları ve Sorunları”, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Malatya
- Büyüksalvarcı, A. – Şapçılar, M.C. – Bayrakçı, S. (2016). “Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin Değerlendirilmesi”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi Sayı:11
- Can, L. (2016). “Termal Turizmin Temel Sorunlarına İlişkin Yöneticilerin Görüş ve Değerlendirmelerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma”, Okan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Cengiz, F. – Kantarcı, K. (2013). “Üçüncü Yaş Turistlere Yönelik Turistik Ürün Önem-Performans Analizi”, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, Sayı:2, Cilt:5
- Çakar, K. – Seyitoğlu, F. (2016). “Young Tourism: Understanding the Youth Travellers’ Motivations”, Academic Conferences Association, z.s.27-28 May 2016, Sayfa: 248-253
- Çakır, M. – Bostan, A. (2000) , “ Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri İle Bağlantılarının Girdi – Çıktı Analizi İle Değerlendirilmesi“, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Prof.Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı, Eylül – Aralık, Sayı:2
- Çallı, D.S. (2015). “ Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu”, Turar Turizm Araştırma Dergisi”, Sayı:1, Cilt:4
- Çeken, H. – Ateşoğlu L. – Dalgın, T. – Karadağ, L. (2008). “Turizm Talebine Bağlı Olarak Uluslar Arası Turizm Hareketlerindeki Gelişmeler”, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:7, Sayı:26
- Çelik, K. (2018). “Kış Turizmde Destinasyon Markalaşması: Sarıkamış Kayak Merkezi Örneği”, Kafkas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Çetinkaya, G. – Kaplan, M. – Ömüriş, E. (2019) “ Golf Turizm Motivasyonlarının İncelenmesi: Antalya-Belek Destinasyonu Üzerine Nitel Bir Çalışma”, Journal of Yasar University, 2019, Cilt:14, Sayı:53

- Çetinkaya, G. – Dedemen, O. (2013). “Golf Turizmine Yönelik Yerel Halkın Algılarının Belirlenmesi: Antalya/Belek Örneği”, Turar Turizm Araştırma Dergisi, Cilt:2, Sayı:1
- Çetintaş, H. – Bektaş, Ç. (2008). “Türkiye’de Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Kısa ve Uzun Dönemli İlişkiler”, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt:19, Sayı:1
- Çizel, B. (1999). “Kongre Turizmi, Kongre Organizasyonu ve Antalya Bölgesinin Kongre Turizmi Potansiyeli, Sorunları ve Gelecekteki Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma”, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Çoban, O. – Özcan, C.C. (2013). “Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Nedensellik Analizi (1963-2010)”, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, Nisan 2013, 8(1)
- Demeter, T. – Bratucu, G. (2014). “Typologies of Youth Tourism”, Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series:5, Economic Sciences, Vol:7(56), No:1
- Dereli, D.D. – Akiş, E. (2019). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ile İktisadi Büyüme Arasındaki İlişkinin Analizi (1970-2016)”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt:33, Sayı:2
- Dikici, E. – Sağır, A. (2012). “Antalya’da İnanç Turizminin Sosyolojik Çözümlemesi: Demre-Myra Örneği”, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi 14 (22)
- Dilber, İ. – Kılıç, J. (2018). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Engle Granger Eşbütünleşme Testi ve Var Model”, TESAM Akademi Dergisi, Cilt:5, Sayı:2
- Dinçer, M.Z. – Çetin, D. (2015). “Kalkınma Planlarında Turizm” Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlanması, Detay Yayınları,
- Dinler, Z. (2004). “İktisada Giriş”, Ekin Kitapevi Bursa
- Dritsakis, N. (2004). “Tourism as a long-run economic growth factor: An empirical investigation for Greece using causality analysis”, Tourism Economics, 10(3), 305 316

- Eban, F. (2017). “Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkileri:2000-2005 Dönemi Üzerine Bir Araştırma”, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans tezi, Gaziantep
- Emir, G. (2015). “Turizm Ekonomisi Ders Notu”, Bartın Üniversitesi Yayınları No:24, Bartın Meslek Yüksekokulu Yayın No:2, Bartın
- Eralp, Z. (1983) Genel Turizm, Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları:3, Ankara
- Erdoğan, H. (1995). “ Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm”, Uludağ Üniversitesi Yayınları, Bursa Yayın No:18-003-0275
- Erdoğan, S. (2010), “Küresel Kriz Döneminde İhracat ve Turizm Gelirleri İle Büyümenin Türkiye Ekonomik Performansına Etkileri: TOPSİS Yöntemi ile Analiz”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:10, Sayı:20
- Erkılıç, A.Y. (2013). “Türk Turizminde Konaklama ve Yiyecek Hizmeti Faaliyetine Yönelik Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarıyla Turizm Gelirleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Üzerine Ampirik Bir Çalışma”, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Muhasebe-Finans Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Eykal, İ. – Dalgın, T. – Çeken, H. (2015). “İnanç Turizmi Açısından Antakyanın Değerlendirilmesi”, Journal Of Life Economics, Cilt:2, Sayı:2
- Gücün, S. (2018). “Etkinlik Pazarlamasında Sosyal Medya Aracılığıyla Bütünleşik Pazarlama İletişimi Çabası: Kongre Turizmi Kapsamında Bir Araştırma”, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Güvenilir, A. (2015), “ İç Turizmi Geliştirmenin Önündeki Engelleri Tespit Etmeye Yönelik Nitel Bir Çalışma: Şarköy Örneği”, Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Tezsiz Yüksek Lisans Programı, (Yayınlanmış Tezsiz Yüksek Lisans Projesi), Tekirdağ
- Güzel, F.Ö. (2010). “Turistik Ürün Çeşitlendirmesi Kapsamında Yeni Bir Dinamik: İnanç Turizmi”, Süleyman Demirel Üniversitesi, Vizyoner Dergisi, Cilt:2, Sayı:2

- Güzel, Ö. (2011). “Türkiye’de İç Turizm Pazarı Analizi ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları” Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:16, Cilt:8
- Haberal, H. (2011). “Yaylacılık Kültürünün Yayla Turizmi İçindeki Önemi: Rize Yaylaları Örneği”, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Turizm İşletmeciliği Eğitim Bilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara,
- Işık, D.A. (2010). “Yat Turizminde Holistik Pazarlama ve Türkiye İçin Farklılaştırma Stratejileri”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Anabilim Dalı, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Programı (Yayınlanmamış Doktora Tezi)
- Işık, N. (2018). “Avrupa’da Sürdürülebilir Kalkınma, Büyüme ve Turizm: Panel Veri Analizi”, International Review of Economics And Management, Cilt:6, No:2
- İçöz, O. (2006). “ Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi”, Turhan Kitapevi, Ankara
- İlbey, N. (2018). “Ankara’nın Kongre Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir İnceleme”, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- İldırım, G. (2017). “Yat Turizmi Paydaşları İle İzmir Yat Turizmine Yönelik Bir Swot Analizi”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Kara, B. (2009), “ Uluslararası Düzeyde Sosyal Turizm ve Türkiye’deki Uygulamaları“, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Daire Başkanlığı, (Yayınlanmış Uzmanlık Tezi), Ankara
- Kaya, G. (2018). “Kayseri’nin Kış Turizm Potansiyeli ve Tercih Edilmesindeki Sebepler: Erciyes Örneği”, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim Dalı, Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

- Kaygısız, A.D. (2015). “Net Turizm Gelirleri ve Büyüme İlişkisi: Var Model-Granger Nedensellik Analizi”, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt:7, Sayı:2
- Kervankıran, İ. –Çuhadar, M. (2017). “Türkiye’de İç Turizmin Gelişimi ve Mekansal İstatistik Yöntemlerle Analizi”, Turizm Akademik Dergisi, Sayı:2
- Kılıçlar, A. (2004). “ Türkiye’nin Turizm Gelirlerindeki Sızıntılar ve Bu Sızıntıların Hesaplanmasına Yönelik Bir Yaklaşım” Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara
- Kızılgöl, Ö. – Erbaykal, E. (2008). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt:13, Sayı:2
- Kızılırmak, İ. – Ertuğral, S.M. (2012). “Sosyal Turizmin Gelişiminde Yerel Yönetimlerin Rolü ve Yapılan Uygulamalar”, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi Sayı:2, Cilt:1
- Kızılkaya, O. – Sofuoğlu, E. – Karaçor, Z. (2016). “Türkiye’de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı”, Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Cilt:23, Sayı:1
- Kim, H.J. – Chen, M.H. – Jang, S.S. (2006). “Tourism expansion and economic development: The case of Taiwan”, Tourism Management 27 (2006) 925–933
- Kotan, N. (2018). “Destinasyon Pazarlaması ve Alternatif Turistik Ürün Olarak Termal Turizmi: Erzurum İli Örneği”, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Kozak, M.A. – Evren, S. – Çakır, O. (2013), “Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması“,Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Sayı: 1
- Kozak, N. – Kozak, M.A. – Kozak, M. (2001). Genel Turizm İlkeler – Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara
- Kozan, Y. – Özdemir, S.S. – Günlü, E. (2014). “Turizm Yazınında Deniz Turizminin Olgusal Gelişimi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Denizcilik Fakültesi Dergisi, Sayı:2, Cilt:6

- Kreishan, F.M. (2015). Empirical Study on Tourism and Economic Growth of Bahrain: An ARDL Bounds Testing Approach”, International Journal of Economics and Finance, Vol:7, No:11
- Külekçi, E.A. – Sezen, I. (2018). “Bir Ekoturizm Aktivitesi Olarak Mağara Turizmi; Erzurum İli Elmalı Mağarası Örneği”, Süleyman Demirel Üniversitesi Mimarlık Bilimleri ve Uygulama Dergisi, Sayı:3
- KTB, Turizm İstatistikleri Genel Değerlendirme 2018 Raporu
ErişimTarihi:29.04.2019
<https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/62462,2018turizmgenelistatistiklerpdf.pdf?0>
- Mert, G. (2014), “Sağlık Turizminin Uygulanabilirliği“, Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Bilimleri Anabilim Dalı, Tezsiz Yüksek Lisans Programı, (Yayınlanmış Tezsiz Yüksek Lisans Projesi), Tekirdağ
- Oral, Z. (2010). “Geleneksel Yaylacılıktan Yayla Turizmine: Ordu-Çambaşı Yaylası Örneğinde Halk Bilimsel Bir İnceleme”, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- Osmonalieva, B. (2007). “Bir turistik ürün çeşidi olarak av turizmi ve Kırgızistan’da av turizmi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Ovalı, P.K. (2007). “Kitle Turizmi ve Ekolojik Turizmin Kavram, Mimari ve Çevresel Etkiler Bakımından Karşılaştırılması”, Megaron YTÜ Mim. Fak. E-Dergisi, Sayı:2, Cilt:2, İstanbul
- Oyman, M. – Yılmaz, H. (2013). “ Golf Turistlerinin Seyahat Güdülerine ve Bilgi Kaynaklarına Dayalı İletişim Stratejileri: Belek Uygulaması”, Selçuk İletişim, Cilt:7, Sayı:4
- Özcan, C.C. (2015). “Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisinin Simetrik ve Asimetrik Nedensellik Yaklaşımı İle Analizi: Türkiye Örneği”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:46, Temmuz-Aralık 2015
- Özdemir, P. (1999). “Türkiye’de İç Turizm”, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı:2, Cilt:14

- Özer, O. (2015). “Av Turizmi ve Görsel Medya: Yaban TV’nin Türkiye’deki Yerli Turist Avcıların Tutumlarına Yönelik Etkileri”, İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Polat, E. – Günay, S. (2012). “Türkiye’de Turizm ve İhracat Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisinin Testi: Eşbütünleşme ve Nedensellik Analizi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, Cilt:16, Sayı:2
- Samırkaş, M. – Samırkaş, M.C. (2014). “Turizm Sektörünün Ekonomik Büyüme Etkisi: Türkiye Örneği”, Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt:15, Sayı:1
- Samimi, A.J. – Sadeghi, S. – Sadeghi, S. (2011). “Tourism and Economic Growth in Developing Countries: P-VAR Approach”, Middle-East Journal of Scientific Research 10 (1)
- Seghir, G.M. – Mostefa, B. – Abbas, S.M. – Zakarya, G.Y. (2015). “Tourism Spending-Economic Growth Causality in 49 Countries: A Dynamic Panel Data Approach”, . Procedia Economics and Finance, 23, 1613-1623
- Soyak, M. (2013). “Uluslararası Turizmde Son Eğilimler ve Türkiye’de Turizm Politikalarının Evrimi”, Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı:4, Haziran 2013
- Şafak, İ. (2003). “Türkiye’deki Av Turizmi Uygulamalarının Özel Avlak İşletmelerine Etkileri”, Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, Sayı:2
- Şahin, B.E. (2018). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1980-2016)”, Yönetim ve Ekonomik Araştırmaları Dergisi, Cilt:16, Sayı:3
- Şimşek, M. (2004). “Turizm Sektöründeki Bütünleşmelerin Turizm Gelirleri Üzerine Etkileri: Bir Delfi Çalışması ve Sonuçları”, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı 2015-2019 Dönemi Stratejik Plan

<http://www.radikal.com.tr/hayat/seyyah-bavulunda-tren-bileti-olsam-1168334/>

Erişim Tarihi:05/05/2019

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı

Erişim Tarihi:05/05/2019 <http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Birinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1963-1967%E2%80%8B.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/%C4%B0kinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1968-1972%E2%80%8B.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/%C3%9C%C3%A7%C3%BCnc%C3%BC-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1973-1977%E2%80%8B.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/D%C3%B6rd%C3%BCnc%C3%BC-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1979-1983%E2%80%8B.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Be%C5%9Finci-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1985-1989.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Alt%C4%B1nc%C4%B1-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1990-1994%E2%80%8B.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Yedinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-1996-2000%E2%80%8B.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Sekizinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2001-2005.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Dokuzuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2007-2013%E2%80%8B.pdf>

T.C. Kalkınma Bakanlığı, T.C. Başbakanlık, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı,
Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı Erişim Tarihi:05/05/2019

<http://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Onuncu-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2014-2018.pdf>

Terzi, H. – Pata, U.K. (2016). “Türkiye’nin İktisadi Büyümesinde Turizm Sektörünün Katkısı”, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 48

Tırıl, A. (2018). “Bir Özel İlgi Turizmi Olarak Edebiyat Turizmi ve Türkiye’nin Edebiyat Turizmi Potansiyeli”, International Journal of Social And Humanities Sciences, Sayı:2, Cilt:2

Türsab, Gençlik Turizmi 2015 Raporu Erişim Tarihi:29.04.2019
https://www.tursab.org.tr/apps/OldFiles//dosya/12191/tursab-genclik-turizmi-2015-raporu117755463808_12191_560578.pdf

Unur, K. (2002). “Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler ve Türkiye’nin Aktif Dış Turizm Gelirlerinin Ölçülmesi İçin Bir Model

- Önerisi”, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir
- Uysal, D. – Erdoğan, S. – Mucuk, M. (2004). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki”, Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt:4, Sayı:8
- Üçpunar, G. (2013). “Sağlık Hizmetleri Pazarlaması Sağlık ve Termal Turizmi”, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı, Hastane ve Sağlık Kurumları Yönetimi Bilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Ülker, B. (2016). “1980-2014 Dönemi Turizm Gelirleri İle Gayrisafi Yurt İçi Hasıla Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği”, Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Diyarbakır
- Ünlüöner, K. – Tayfun, A. – Kılıçlar, A. (2007). Turizm Ekonomisi, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul
- Yanaşık, E. (2018). “İkincil Konutların Erciyes Kış Turizmi Bağlamında İncelenmesi: Hisarcık Örneği”, Erciyes Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Mimarlık Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- Yenisu, E. (2018). “Türkiye’de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Var Analizi”, Ünye İİBF Dergisi, Cilt:2, Sayı:1
- Yıldırım, B.I. – Şahin, D. (2018). “Akdeniz Ülkelerinde Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bootstrap Panel Nedensellik Testi”, Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, Yıl:8, Sayı:16
- Yıldız, Z. (2011) “ Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi” , Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, Sayı:5, Cilt:3, İsparta
- Yılmaz, G. (2018). “Üniversite Gençliğinin Turizme Bakış Açısı: İstanbul Arel Üniversitesi Örneği”, Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Sayı:15, Cilt:8
- Yozcu, S. (2017) “Mağaraların Rekreatif Kullanımı ve Mağaracılık Motivasyonları: Ayvainsi Mağarası Örneği”, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı (Yayınlanmamış Doktora Tezi)

Yurdakul, F. – Özgencil, G. (2017). “Türkiye’deki Turizm Gelirlerinin Belirleyicileri ve Alternatif Turizm Gelirlerinin Önemi”, Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, ÖS:4

<https://www.iktisatsozlugu.com/nedir-1962-turizm-tarihcesi-#.XMhizFQzZdg> Erişim Tarihi:30.04.2019)

<http://www.hurriyet.com.tr/yerel-haberler/antalya/serik/2019da-golften-beklenen-gelir-120-milyon-euro-41046886> Erişim Tarihi: 29.04.2019)

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-11532/yayla-turizmi.html> Erişim Tarihi:29.04.2019)

<https://anapara.com/arz-talep-nedir/> Erişim Tarihi:29.04.2019)

<https://www.finanspara.com/arz-nedir/> Erişim Tarihi:29.04.2019_)

<https://turizmci.wordpress.com/turizm/turizm-arzi-ve-ozellikleri/> Erişim Tarihi:29.04.2019_)

<https://anapara.com/arz-talep-nedir/> Erişim Tarihi:29.04.2019)

<https://www.paraborsa.net/i/talep-nedir/> Erişim Tarihi:29.04.2019_)