

## ÖNSÖZ

Tekirdağ ilinin sahip olduğu turizm arz kaynakları ele alındığında, deniz, kum, güneş turizminin dışında kültürel miras, doğa, spor, gastronomi vb. gibi alternatif turizm kaynaklarına sahip olduğu görölmektedir. Bu araştırmada Tekirdağ il ve ilçelerinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin il ekonomisine yaptığı makroekonomik etkiler incelenmiştir.

Araştırmamız Namık Kemal Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesi Destekleri kapsamında (NKUBAP.00.MA.AR.13.01) desteklenmiştir.

## İçindekiler

<u>TABLolar LİSTESİ.....</u>	
<u>iii</u>	
<u>Özet.....</u>	<u>iv</u>
<u>Abstract.....</u>	<u>v</u>
<u>1.TURİZM ENDÜSTRİSİ.....</u>	<u>1</u>
<u>1.1.Turizmin Tanımı ve Önemi</u>	<u>3</u>
<u>1.2.Turizm Endüstrisini Etkileyen Faktörler</u>	<u>4</u>
<u>2. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ</u>	<u>5</u>
<u>2.1. Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi</u>	<u>5</u>
<u>2.2 Gelir Yaratıcı Etkisi</u>	<u>6</u>
<u>2.3. İstihdam Yaratıcı Etkisi</u>	<u>6</u>
<u>3. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ VE KONAKLAMA İŞLETMELERİ</u>	<u>8</u>
<u>3.1. Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi.....</u>	<u>8</u>
<u>3.2.Konaklama İşletmeleri</u>	<u>9</u>
<u>3.3. Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması</u>	<u>.10</u>
<u>4. TEKİRDAĞ İLİ VE İLÇELERİNDE FAALİYET GÖSTEREN KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN İL EKONOMİSİNE MAKRO EKONOMİK ETKİLERİNİ ÖLÇEN ARAŞTIRMA.....</u>	<u>11</u>
<u>4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi</u>	<u>11</u>
<u>4.2. Araştırmanın Yöntemi</u>	<u>11</u>
<u>4.3. Araştırmanın Bulguları</u>	<u>12</u>
<u>4.4. Tekirdağ İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerinin Yarattığı Etkiler</u>	<u>14</u>
<u>4.4. 1. Gelir Etkisi</u>	<u>14</u>
<u>4.4. 2. İstihdam Etkisi</u>	<u>16</u>
<u>4.4. 3. Vergi Etkisi</u>	<u>17</u>
<u>4.4 4. Diğer Sektörlere Etkisi</u>	<u>17</u>
<u>SONUÇ.....</u>	<u>19</u>
<u>KAYNAKLAR.....</u>	<u>21</u>

## TABLolar LİSTESİ

<u>Tablo 1: Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmeleri</u>	<u>12</u>
<u>Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyet, Yaş, Eğitim, İşletmedeki Pozisyonlarına Yönelik Frekans ve Yüzde Dağılımları</u>	<u>13</u>
<u>Tablo 3: Konaklama İşletmelerine Yönelik Bilgilerin Frekans ve Yüzde Dağılımları</u>	<u>13</u>
<u>Tablo 4: Konaklama İşletmelerinin Ortaya Çıkardığı Gelir Etkisi</u>	<u>14</u>
<u>Tablo 5: Konaklama İşletmelerinin İl İçi ve İl Dışı Tedarikçi Kullanım Oranları</u>	<u>15</u>
<u>Tablo 6: Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personel Sayısı ve Ortalama Ücretleri</u>	<u>16</u>
<u>Tablo 7: Konaklama İşletmelerinde Çalışan İş Görenlerin Harcama Dağılımı</u>	<u>18</u>
<u>Tablo 8: İş Görenlerin Yapmış Olduğu Harcamalar Sonucu Diğer Sektörlerde Ortaya Çıkan Gelir Etkisi</u>	<u>18</u>

## **Özet**

Sanayi Devrimi sonrasında giderek gelişme gösteren turizm sektörü ülkeler, bölgeler ve iller için birer kalkınma aracı haline gelmiştir. Gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülke kaynakları doğrultusunda turizm sektörünün gelişim faaliyetlerini destekleyerek geri dönüş almıştır. Turizmin ekonomik gelişime olan etkileri çerçevesinde yapılandırılan bu araştırma projesi, ekonomik kavramlar dışında hizmet

sektörünün emek yoğun yapısı gereğince bölgede içerisinde yarattığı etki alanını araştırmayı amaçlamaktadır.

Bu bağlamda, turizm kavramı ve hizmet sektörünün sektörel özellikleri incelenerek, ekonomik anlamda ne ifade ettiği açıklanmaya çalışılmıştır. Turizm işletmeleri adı altında faaliyet gösteren konaklama, yiyecek-içecek ve seyahat işletmelerinin diğer sektörlerle olan ilişkisinin bir sonucu olarak meydana gelen ekonomik etkiler bölgesel gelişimi ve kalkınmayı desteklemektedir. Türkiye’de hizmet endüstrisinin faaliyetlerinin planlı olarak gerçekleştirilmeye başlandığı kalkınma planlarının ortaya çıkması ile turizm sektörünün de gelişim süreci başlamıştır. Yatırım ve uygulama politikalarını içeren bu planlar, ülkesel ve bölgesel olarak kalkınmada önemli rol oynamıştır. Beş yıllık kalkınma planlarının uygulanmaya başlaması, konaklama işletmeleri ve bu işletmelerin organizasyon yapılarının da öne çıkmasına etki etmiştir.

Bu çalışmada turizm sektörünün makroekonomik etkileri üzerinde durulmuş Tekirdağ il ve ilçelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ve faydacılarına yönelik olumlu ve olumsuz ekonomik etkiler incelenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Konaklama İşletmeleri, Ekonomi, Tekirdağ.

## **Abstract**

After the Industrial Revolution, tourism sector developing gradually has become a factor of development for countries, regions and cities. Many developed

and developing countries supported this advance in tourism by using their resources and received feedback in return. Designed in the frame of the effects of tourism on economic development, this research project aims to examine the scope of tourism with its other factors except economic concepts in the region regarding the labor intensive structure of the service industry.

In this context, the concept of tourism and the industry-specific features of the service sector were examined in order to explain what this concept and these features mean in economic aspects. The economic influences occurred due to the relationships between tourism establishments like accommodation, travel, catering firms and other sectors contribute well to regional development and improvement. In Turkey, the development period of tourism sector started with the development plans including planned realization of the service industry operations and organizations. These plans with investment and application policies have played a significant role in territorial and regional development. The application and realization of the five year development plans resulted in an increase in the importance of the accommodation establishments and their organizational structures.

In this study, the macroeconomic influences of tourism sector were examined; their positive and negative economic effects on the accommodation establishments and their beneficiaries in Tekirdağ were detected and finally suggestions and implications were made upon these issues.

**Key Words:** Tourism, Accommodation Establishments, Economy, Tekirdağ

## **GİRİŞ**

Endüstri devrimi sonrasında işçilere tanınan ücretli izin hakkı ve mesai saatlerindeki düzenlemeler insanların buldukları yerler dışındaki yerlere gezip görme, yeni yerler tanıma, eş-dost akraba ziyaretleri gibi faaliyetlerde bulunmasına yarar sağlamaya başlamıştır. İnsanların bu yer değişim faaliyetinde bulunurken ulaşım araçlarını kullanması, savaşta kullanılan uçakların savaş sonrası atıl kapasite olarak kalması ve bunun günlük yaşamda ulaşımında kullanılması için askeri uçakların sivil havacılıkta hizmet vermeye başlaması, ulaşım sektörünün gelişimine katkı sağlamış ve doğrudan turizm endüstrisine olan talebi de artırmaya başlamıştır.

Turizm kavramı 20.yüzyılın modern bir endüstrisi olarak algılansa da yaşadığı yerin dışına çıkma durumu insanlığın tarihi kadar eskiye uzanmaktadır. Tarih boyunca insanlar farklı sebep ve gayelerle yaşadıkları coğrafya dışındaki yerlere seyahat etmişlerdir. Bu seyahatler beraberinde konaklama ihtiyacının doğmasına neden olmuştur. Günümüzde konaklama işletmeciliği olarak ele aldığımız insanların barınma ihtiyacını karşılayan işletmeler, ilk çağlarda hanlar tarafından insanların ve yanlarında getirdikleri hayvanların barınma, yeme-içme ihtiyaçlarını karşılamıştır. Bu durum zaman içerisinde hanların çoğalmasına ve bir süre sonra ticaret amaçlı gerçekleştirilen seyahatlerde bu hanları kullanılması, hanların önce devlet tarafından işletilmesine sonra da hanların yerini yavaş yavaş otellere bırakmasına yol açmıştır.

Turizmin bu denli gelişim göstermeye başlaması ve dünya çapında yayılan gelişen bir endüstri halini alması ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri dinamik bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca disiplinlerarası bir alan olması sebebiyle diğer bilim dalları ile olan ilişkisi sonucu yarattığı etkiler birçok araştırmaya konu olmuştur. Turizmin gelişimi bu bağlamda yalnızca konaklama, yiyecek-içecek, seyahat endüstrisini değil, bunların dışında doğrudan ve dolaylı olarak bir çok sektörü gerek ekonomik, gerekse istihdam konusunda etkilemiştir.

Bu araştırma da Tekirdağ ili ve ilçelerinde faaliyet gösterenkonaklama işletmelerinin il ve ilçe ekonomisine olan olumlu ya da olumsuz etkileri nelerdir? Paydaşlarına ne oranda fayda sağlamaktadır? gibi sorulara cevap aranacaktır. Elde edilecek bilgiler başta Tekirdağ'da ki konaklama işletmeleri ve faydacıları olmak üzere Türkiye'de ki bütün konaklama işletmelerine ve destinasyon yönetim örgütleri gibi turizmin gelişimini destekleyen kurum ve kuruluşlara yardımcı olacağını ümit ediyoruz.

## **1.TURİZM ENDÜSTRİSİ**

Turizm endüstrisi sadece milyonlarca turist, yolcunun yada ziyaretçinin katıldığı bir endüstri olmasının yanında ülke ekonomilerine yaptığı büyük katkılardan dolayıda dünyanın en büyük endüstrilerinden bir tanesidir (Petrevska 2015: 262; Paci, Marrocu 2014: 25). Son dönemlerde çok fazla değişim ve dönüşüm yaşayan

Turizm endüstrisi (Teodorescu v.d. 2015: 36), disiplinler arası bir kavramdır ve coğrafya, ekonomi, antropoloji gibi birçok disiplinle etkileşim halindedir ( Mtapuri v.d. 2015: 690).

Günümüzde her yıl milyonlarca insan, sürekli yaşadıkları yerden geçici sürelerle ayrılarak başka ülkelere veya bölgelere gitmekte ve buralarda gezip-görme, dinlenme, eğlenme, öğrenme gibi psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimlerini karşılamaktadır (Yurdaer, 1992:4.).Bir turizm için öncelikle önem arz eden unsur konaklamadır. Bununla birlikte alış-veriş, gezme-görme, yeme-içme vb. için para harcaması gerekir. Bu demektir ki turizm faaliyeti için kişinin yeterli bir geliri olması gerekir. Buradan hareketle; turizm bir hizmet ve tüketim niteliğindedir (Bahar ve Kozak, 2012:29).

Küreselleşme sürecinin vermiş olduğu ivme ile birlikte ( Altınay v.d. 2016: 89) , günümüzde milyonlarca insan, çeşitli nedenlerden dolayı günlük hayatlarını, devam ettirdikleri yerlerden, geçici süreler için başka yerlerde devam ettirmektedir. Bu faaliyet günümüze has olarak görünmesine karşın insanlık tarihi kadar eskidir de denilebilir. Önceleri, iktisadi ve askeri nedenlerden dolayı insanların bir yerden bir yere seyahat etmeleri daha sonraları ticari bir durum arzemiş ve günümüzün modern turizm endüstrisi doğmuştur. (Kayar ve Kozak, 2007:32)

Turizm endüstrisi bir iktisadi faaliyet olarak, yabancıların ziyaretlerinden doğan faydaya yöneliktir. Bu endüstri kar amacı gütmeyen turizm organizasyonları, pazarlama hizmetleri, konaklama, ulaştırma, hizmetleri ve içecek faaliyetleri, perakende satış mağazaları ve diğer çeşitli etkinlikleri gibi birbirinden farklı hizmetleri ve faaliyetleri bir şemsiye altında toplayan, koruyucu, uyarıcı, ve sürükleyici bir endüstridir. (Web 1).

Turizm endüstrisi ekonominin tarım, sanayi gibi diğer endüstrilerinden girdi alan ve bu sektörlerle girdi veren bir endüstridir. Söz konusu özelliği ile turizm endüstrisi yatırım ve gelir çoğaltanları vasıtasıyla ekonominin diğer sektörlerini uyaran ve sürükleyen bir sektör olarak kabul edilmektedir. Turizm endüstrisinin diğer sektörlerle olan ilişkisi yanı sıra, bir de hizmet bağımlılığı ilişkisi vardır. Turizm endüstrisi, gelişmekte ölen ülkeler ekonomileri için ödemeler dengesinin önemli döviz kaynaklarından birisi konumuna gelmektedir. Turizm endüstrisi, istihdam imkanları yeterli düzeyde gelişmeyen ülkeler için iş alanı sağlayan, böylece işsizliğin daha büyük boyutlara ulaşmasını frenleyen bir sektördür. Turizmin gerek döviz kaynağı, gerekse iş alanı olarak sağladığı imkânlar, turizmin ekonomik kriz yıllarında koruyucu özelliğini vurgulamaktadır (Web 2).

Turizm endüstrisi, ülkeler ve bölgeler arası ekonomik ve kültürel değişime aracılık yapan bir hizmet ve konukseverlik endüstrisidir. Bu endüstride ev sahipliği görevini üstlenerek, turizm piyasasına girmek konumunda olan bir bölge veya yöre insanları, sadece para kazanmak amacına öncelik veren bir tutum ve davranışa girmemek, konukseverliğin asil davranışlarını göstermek durumundadırlar. Nihayet turizm endüstrisi, kendi kaynaklarını koruyan, aynı zamanda bu kaynakları tahrip edebilecek bir endüstri karakteri taşımaktadır. Şüphesiz amaç, turizmin doğal ve



sosyal kaynaklarını tahrip etmek değil, söz konusu kaynakları isabetli politikalarla geliştirmektir.(Batman, 1999:22)

## 1.1.Turizmin Tanımı ve Önemi

Yüzyıla kadar uzanan turizm teriminin kökeni "Tour" sözcüğü olup, İbranice "öğrenme, araştırma" anlamına gelen "torah" sözcüğünden türemiştir. İbraniler, olağan bir biçimde yaşanan yerlerin dışındaki uzak yerleri görmek, oralarda oturan insanların ekonomik ve sosyal durumlarını incelemek üzere, kendi gönderdikleri kişilere "turist" ve bunların eylemlerine de "turlamak" demiştir (Erdoğan, 1995:8).

Yaygın benimsenen bir tanımla turizm; kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüdür (Barutçugil, 1989:36).

Kavramsal olarak tarihsel gelişimine bakıldığında; çağdaş turizm kavramının ilk olarak İkinci Dünya Savaşı döneminde İsviçreli ekonomistler Walter Hunziker ve Kurt Krapf tarafından ele alındığı görülmektedir. Buna göre; 'turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümü' şeklinde tanımlanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2008:23).

İkinci Dünya Savaşı sonrası ise Prof. Caspar turizmi daha geniş bir açıyla, şu şekilde açıklamıştır: "Turist, turistik işletmeler, turizm organizasyonlarının oluşturduğu alt sistemlere ve bu alt sistemlerin ekonomik, sosyal, politik, hukuki, teknolojik ve ekolojik çevre ile olan ilişkilerine dayanan global bir sistemdir." (Tunç ve Saç, 1998:36).

Turizm sektörü; dünya barışını sağlaması, insanlar ve uluslar arası ilişkiler alanında olumlu atmosfer yaratması, dış ödemeler dengesini iyileştirmesi, istihdam ve bölgesel kalkınma gibi katkılarından dolayı, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından vazgeçilmez bir unsur haline gelmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, ekonomik büyüme için gerekli olan döviz girdisi sağlamasında turizm büyük önem taşımaktadır (Costencu, Dobrescu 2011: 146, Avcıkurt ve Erdem, 2006:24).

Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan "Turizm 2020 Yılı Vizyonu" çalışmasında, 2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1,5 milyar kişi, toplam turizm gelirlerinin ise 2 trilyon ABD Doları olacağı, 2020 yılına ait uluslararası toplam turizm pazarının yüzde 49,2'sini Almanya, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri, Çin, İngiltere, Fransa, Hollanda, Kanada, Rusya Federasyonu ve İtalya'nın oluşturacağı, 717 milyon kişi ile Avrupa'nın en çok turist kabul eden bölge olmayı sürdüreceği, ancak dünya turizminden 1996 yılında ortalama yüzde 60 pay alan Avrupa turizminin payının, yüzde 46'ya düşeceği öngörülmektedir. Bölgelerin uluslararası turizm pazarından aldığı paylar açısından Avrupa'nın, en fazla turist kabul eden bölge olarak kalmakla birlikte büyüme ortalamasının yüzde 3,1 olarak Dünya ortalamasının altında kalacağı, Çin'in de yer aldığı Doğu Asya/Pasifik Bölgesinin yıllık yüzde 7

büyüme ile pazar payını yüzde 27'ye yükselterek, yüzde 18'de kalan Amerika'nın da önünde yer alacağı, 2020 yılında Afrika ülkelerinin pazar payının yüzde 5, Orta Doğu ülkelerinin yüzde 4, Güney Asya ülkelerinin payının ise yüzde 1 olacağı tahmin edilmektedir. (Web 3).

Ülkemizin turizm potansiyeli yönünden turizm bölgeleri ve yapılabilecek turizm etkinlikleri yönünden her mevsim ne kadar zengin olduğu bilinmektedir. Ekonomik yönden gelişmekte olan ülkelere olduğumuz için turizmin ayrı bir önemi vardır. Ülkemiz bulunduğu yer açısından doğu ile batı uygarlığının bulunduğu bir konumda olması turizm için önemlidir. Bu buluşma hem fiziki olarak hem de kültürel olarak söz konusudur. Çünkü bir turizm kaynağı olan kültür sosyal ve ekonomik gelişme anlamında da kullanılır ( Ting v.d. 2015: 104). Tarihi olarak büyük medeniyetlerin yerleştiği bir yerdir. Turizmin gelir getirici bir etkisi olduğu için, bu etki dış ödemeler dengesini pozitif yönde etkiler. Ülkede kişi başına düşen ulusal gelir arttığı için refah seviyesi yükselir. Turizm gelirinin artışının yüksekliği bu alana yapılan yatırımların artmasına yol açarak istihdam yaratır.(Web 4).

## 1.2.Turizm Endüstrisini Etkileyen Faktörler

İnsanları turistik hareketlere ve faaliyetlere yönelten faktörler çeşitlilik göstermektedir. Özellikle günümüz turizm hareketlerinde bu çeşitliliği oluşturan faktörlerin sayısı oldukça fazladır. Turizm sektörü birçok faktörden etkilenebilen hassas bir yapıya sahiptir ( Bassil 2014: 669). Bu faktörleri iç faktörler, dış faktörler ve geleceğe yönelik faktörler olarak üç grupta incelenebilmektedir.

**A) İç Faktörler:** iç faktörler turizm olayının özünde bulunan, insanları seyahat ve konaklamaya yönelten temel dürtüler olarak tanımlanabilir.insanların gelir düzeyi yükseldikçe ve sosyal devlet ilkeleri doğrultusunda ilerleme sağlandıkça, turizmin temelini oluşturan yer değiştirme hareketleri turizmin ihtiyacını karşılamaya yönelik faktörler kazanmaktadır. Bu faktörler:

1. İş
2. Merak
3. İnanç
4. Sanat ve Eğitim
5. Ulusal Kültür
6. Dinlenme ve Eğlenme
7. Spor
8. Sağlık
9. Taklit Eğilimi

10. Dost ve Akraba Ziyareti

11. Kongre ve Toplantılar

**B) Dış Faktörler:** İnsanları seyahate yönelten ve turizm olayının özünden kaynaklanan iç faktörlerin yanında; turizmi dıştan etkileyen faktörlerinde önemi vardır. Bu faktörler:

1. Pazarlama İletişimi (Tutundurma)
2. Yeni Turistik Bölgeler

**C) Geleceğe Yönelik Faktörler:** Turizmdeki gelişimin sürekli olacağı yönünde beklenen eğilimlerin değişik faktörleri vardır. Bu faktörler:

1. Hareketlilik Faktörü
2. Nüfus Faktörü
3. Boş Zaman Faktörü
4. Gelir Faktörü
5. Gençlik Faktörü
6. Üçüncü Yaş Faktörü
7. Psikoloji Faktörü
8. Genel Faktörler (Usta, 2012:16-28)

## 2. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm dünya ekonomisi içerisinde hızlı bir şekilde büyüme gösteren ve aynı zamanda ülkelerin ekonomilerine önemli katkılar sağlayabilen bir sektördür (Petrevska 2012:174; Meyer, Meyer 2015: 211; Herget v.d. 2015: 119). Turizm faaliyetleri ile ilgili olarak, turizmin ekonomik faaliyetlerinin sektörler arası niteliği göz önüne alındığında, çok önemli olanlar: Toplu ulaşım, havayolları, araç kiralama şirketleri, deniz seyahatleri, tren ve motorlu araçlarla yapılan seyahatler, oteller ve alışveriş merkezlerinde yapılan harcamalar, toplantılar ve konferanslar. Seyahat ve turizm acenteleri ile milli parklar gibi pahalı yerleri dolaşma. Lokantalarda yapılan harcamalarla birlikte, inanç turizmi, kültür turizmi, eko turizm gibi faaliyetler, yıllık milyarlarca dolarlık akımlara neden olur. Bu harcamaların yanında, istihdam yaratma kapasitesi de yüksektir (Asl, 2014: 31; Pubic, Susac 2015: 28 ). Bu nedenle son yıllarda ekonomik gelişme ve istihdam yaratma aracı olarak görünen turizmin (Jugmohan, Steyn 2015: 1066), ülke ekonomilerine yaptığı katkılardan dolayı, turizm etkileri tartışılmakta ve analiz edilmektedir (Dincü 2015: 183). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, uluslar arası turizm hareketleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki popüler bir konu haline gelmiştir (Terzi 2015: 165). Bir endüstri

olarak turizmin ülke ekonomisine, başta ulusal gelir, Gayri Safi Milli Hâsıla, işsizlik ve diğer sektörler katkısı gibi birçok önemli etkisi vardır (Mircevska, Cuceleski 2015: 26; Királová 2015: 1; Yasothornsrikul, Bowen 2015: 96). Bu nedenle turizm ekonomik gelişme ve sürdürülebilir bir çevre için önemli fırsatlar sunmaktadır (Kimmel v.d. 2015: 122; Rukuižienė 2014: 171).

## **2.1. Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi**

Bir ülkenin ödemeler dengesi bilançosu o ülke bireyleri ve işletmeleri ile yabancı ülke bireyleri ve işletmeleri arasında yapılan tüm ekonomik işlemlerin sistematik bir şekilde tutulan kaydı olarak tanımlanmaktadır. (Sarı,2007).

Ödemeler bilançosunun dengede durabilmesi için, ülkelerin dışarıdan elde ettiği gelirlerin, dışarıya yaptığı ödemelere eşit olması gerekir. Bu noktadaki bir açıklık veya fazlalık, ülkenin makroekonomik değişkenleri ve dolayısıyla ekonomik büyümeyi etkileyecektir. Turizm gelirleri ülkeye gelen turistlerin yaptığı harcamalardan (döviz geliri) ve ülkeden dışarıya giden turistlerin yaptığı harcamalardan (döviz gideri) oluşur (Tuta, Mıcu 2014. 58). Turizm ödemeler dengesine olumlu etkisinden söz edebilmek için ise, ülkenin turizmden elde etmiş olduğu döviz gelirin, döviz kayıplarından daha fazla olması gerekmektedir. Turizmden elde edilen net döviz girdisini hesaplayabilmek için, turist harcamalarından turizm sektöründe kullanılmak üzere ithal edilen gıda maddeleri ve diğer kalemler için yapılan ödemeleri, yatırımcıları turizm alanına çekmek için tanınan vergi ve gümrük kolaylıklarını, düşük faizli kredileri ve kamu hizmetlerinin maliyetinin altında bir bedelle satılması gibi ayrıcalıkları brüt döviz girdisinden düşmek gerekir. (Yağcı, 2003:36,Roney, 2011:42)

## **2.2. Gelir Yaratıcı Etkisi**

Bir bölge yada ülke turizm sektöründe kullanılan mal ve hizmetlerin ne kadar büyük bir kısmını kendisi sağlayabiliyorsa, bölge/ülke dışına sızan gelirlerin oranı da o kadar azalacak ve dolayısıyla çarpan etkisi artacaktır. (Roney, 2011:58)

Turist sayısı ve buna bağlı olarak yarattığı gelir artışı turizm sektörünün en önemli başarı ölçütüken, bu görüş günümüzde sosyal çevre üzerindeki etkisiyle değişime uğramaktadır (Göymen, 2000). Ancak gelir etkisi bununla sınırlı değildir. Turizm sektörü, irili ufaklı birçok sektörle ilişkili olduğundan, elde edilen turizm gelirleri bu sektörlerdeki birçok mal ve hizmetin üretim, tüketim, ihracat ya da ithalatına yol açacaktır. Böylece, elde edilen turizm gelirleri diğer sektörlerdeki üretim faktörü sahipleri tarafından harcanarak ve ekonomi içinde çeşitli şekillerde el değiştirilerek, diğer faktör sahiplerine de gelir oluşturacaktır. (Bahar ve Kozak, 2013,162).

Nitekim, ihracat içinde turizm gelirlerinin payı 1980 yılında % 11.2 iken, bu oran 2005 yılında % 24.8'e çıkmıştır. Ayrıca dış turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı 1980 yılında % 0.6 iken 2005 yılında % 5'e yükselmiştir. Bu da turizm

gelirlerinin Türk ekonomisi için önemli katkılar sağlayan bir kaynak olduğunu göstermektedir.(Usta, 2012:89)

### **2.3. İstihdam Yaratıcı Etkisi**

Diğer ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi, turizmin oluşturduğu gelir ve döviz akımı gelişen ülke ve turistik tesislerin yer aldığı bölge ekonomisinde birini takip eden ekonomik etkiler oluşturur. Turizmin oluşturduğu diğer ekonomik etkiler yanında, turistik tüketim harcamalarını gelir olarak elde eden sektörlerde de turizm istihdamı etkiler. Turistik tüketim harcamalarının ilk aşamasında elde edilen gelirlerin tekrar harcanması ile ikinci derece istihdam etkisi ortaya çıkar. İstihdam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik yatırımların artması, işgücü talebini arttırdığı gibi, turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarak talebin yoğunlaştığı dönemlerde turistik işletmelerinde işgücü talebi artar. Mevsim dışında ise işgücü talebi azalmakla birlikte yine de bir devamlılık gösterir.

Turizmin oluşturduğu istihdam etkisini, turizm sektöründe direkt (doğrudan) ve endirekt (dolaylı) istihdam etkisi şeklinde ikiye ayırmak mümkündür. Sektörün emek yoğun üretim tarzı ile çalışması, turistik mal ve hizmet üretiminde makineleşmeye ve otomasyona büyük ölçüde gitmenin imkânsızlığı, turizmin direkt istihdam etkisini artırmaktadır. Turizm sektöründe mekanizasyona ve otomasyona gitme imkânı oldukça sınırlı olduğundan, turizm sektörünün istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle oranla daha yüksektir. Turistik tüketim harcamaları sektöründe emek-yoğun üretimin hakim olması mal ve hizmet veren yan sektörde yeni iş imkanları sağlayarak endirekt istihdam etkisi oluşturur (Asl, 2014:32).

Turizm sektörünün esas itibariler emek faktörüne dayanması, sektörle istihdama şu özellikleri kazandırır:

A. Turizmin mevsimlik karakterinden kaynaklanan özellikleri: Turizmin talebi yılın belli aylarında yoğunlaşır. Devamlı personel yanında, mevsimlik personel de çalışır.

B. Yarı kalifiye ve kalitesiz işgücüne istihdam sağlar.

C. Turistik işletmenin kapasitesi, istihdam edilecek personel sayısını etkiler.

D. Emek piyasasındaki rekabetin artması oranında, ücretlerde bir yükselme olur.

E. Turizm sektöründe istihdam edilen personel sayısı, diğer sektörlerle oranla yüksektir.

F. Sektördeki özel çalışma şartları, uzun çalışma saatleri ve yoğun çalışma temposu, sektörde çalışanların aile teşkilini zorlaştırdığı gibi, sosyal bakımdan da bazen zorluklar doğurur (Öztaş, 2002:2).

### **2.4.Bölgelerarası Gelişme Üzerindeki Etkisi**

İnsanlar turizm sektörüne yönelik çalışarak veya geçimlerini bu sektörden sağlayarak gelirlerini önemli ölçüde arttırma olanağı bulmaktadır. Bununla birlikte, uzun yıllar sadece ekonomik katkısı ile değerlendirilerek, ne pahasına olursa olsun

gelir kazanmaya yönelik olarak geliştirilen turizm sektörü, özellikle sosyo-ekonomik yönden geri kalmış bölgelerde kalkınma için temel araçlardan biri olarak ele alınmaya başlanmıştır. (Gezici,1998).

Ekonomik büyüme ve kalkınma için sanayi sektörünün geliştirilmesi gerektiği kabul edilmektedir. Ancak gelişmekte olan ülkeler açısından sermaye birikimi yetersizliği önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Turizm bu noktada, döviz kazandırıcı özelliği nedeniyle, sanayinin finansmanında en etkili alternatiflerden biri olarak dikkati çekmektedir. İnsan emeğine dayalı bir sektör olmasından dolayı, gelişimi için dışarıdan ithal edilmesi gereken ileri teknolojiye gerek duyulmaması, turizmin ekonomik önemini daha arttırmaktadır.

Ekonomik kalkınmanın amaçlarından birinin de bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarını en aza indirmek olduğu dikkate alındığında, tarımve sanayi faaliyetleri açısından yeterli kaynak ve potansiyele sahip olmalarına karşın, zengin bir turizm potansiyeline sahip bölgelerin , planlı ve etkin bir turizm politikası uygulandığı takdirde dengeli bir şekilde kalkınmaları mümkündür. Bunun için bölgesel planlama politikalarının tabandan tavana doğru şekillenmesi, bölgenin kaynaklarını, sorunlarını ve gereksinimlerini bilen yerel kamu yetkililerinin, yarı kamusal ve özel kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapmaları gerekir (Roney, 2011:53).

## **2.5. Diğer Sektörler Üzerinde Yarattığı Etkiler**

Bir ülke veya bölgede turizm faaliyetlerinin gerçekleşebilmesi, özel veya kamu kesimi tarafından yapılacak yatırımlara bağlıdır. Turizmin altyapı üzerindeki etkisini belirleyebilmek zordur. Ancak turizmden kaynaklanan gelişmelerin altyapıyı geliştirici ve yönlendirici bir etkisi olduğu söylenebilir. Turizm gelişmesinden etkilenen ve bu gelişime paralel olarak değer kazanan bir başka yatırım türü ise üstyapı yatırımlarıdır. Ziyaretçilerin gereksinimlerini karşılamaya yönelik olan bu yatırımlar yeni istihdam alanları yaratır (Roney, 2011:62).

Bir bölgedeki ekonomik gelişmeye önemli katkılar sağlayan turizm sektörü, aynı zamanda doğal ve çevresel kaynaklar üzerinde baskı yaratmaktadır (Ruzic, Domonja 2015: 191). Turizmin kırsal alanlarda gelişmeyle beraber ikinci konut yapımı ve satın alımında da artışlar söz konusu olmakta, bu ise turizm bölgelerindeki yerel ekonomiler üzerinde olumsuz etkiler meydana getirmektedir. Yerel halkın, faaliyette bulunduğu tarım alanlarının zamanla azalması, o bölgede yaşayan insanların ekonomik açıdan marjinal duruma düşmesine neden olmaktadır. Bu noktadan hareketle, turizm sektörünün tarım sektörü üzerinde olumlu olduğu kadar, bir takım olumsuz etkilerinin de olduğu göz ardı edilmemelidir ( Zorpas, Irene, 2010: 4, Bahar ve Kozak, 2008:67).

## **3. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ VE KONAKLAMA İŞLETMELERİ**

Türkiye, coğrafi konumu itibari ile eski dünya kıtaları olan Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprü gibidir. Bu nedenledir ki tarihin ilk devirlerinden beri kıtalar arası ilişkileri büyük ölçüde Anadolu toprakları üzerinden olmuştur. Göçler,

savaşlar, istilalar, ticaret yolları ve haberleşme için Anadolu toprakları sürekli kullanılmış ve birçok uygarlığın beşiği olmuştur. Tüm bu uygarlıkların birleşimi, bugünkü Anadolu kültürünün temelini oluşturmuştur.(Web 5)

Türkiye’de ekonomi politikalarının geniş bir perspektifle tartışılmaya başlandığı 1960’lı yıllar, turizmin öneminin de kavranmaya başladığı yılları ifade etmektedir. Ancak hedefler ve gerçekleşme sonuçlarına göre turizm yatırımlarına ayrılan pay 1980’li yıllara kadar toplam sabit sermaye yatırımlarının %0,7’sini geçememiştir. 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu sektörün bugünkü düzeyine ulaşmasında belirleyici rol oynamıştır. Avrupa turizm pastasından %2.5, dünya turizm pastasından %1.8’lik pay alan Türk turizmi, özellikle gelişmiş Batı Avrupa ülkelerinde önemli bir turizm ülkesi konumuna gelmiştir (Demirtaş, 2000).

### **3.1.Türkiye’de Turizm Sektörünün Gelişimi**

Turizm için doğal, tarihi, sosyal, kültürel yapı birincil derecede önemli kaynaklardır (Gucik v.d. 2015: 238). Türkiye’de, turizm uzun yıllar güneş, deniz, kum, doğal güzellikler gibi kaynakları kullanma ve teknolojisi basit bir iktisadi faaliyet olarak görülmüştür. Ülkenin döviz darboğazı ve işsizlik gibi başlıca sorunlarına turizmin çözüm getireceği beklenmiş ve sektörün son yıllarda gösterdiği büyük gelişmeyle Türk ekonomisinin ve dolayısıyla kalkınmanın önemli unsurlarından biri olmuştur (Çımat ve Bahar, 2003:44).

Türkiye’de ilk olarak Osmanlı’nın son dönemlerinde bireysel girişimler düzeyinde başlayan turizm yapılanması Cumhuriyetin ilk yıllarıyla birlikte kurumsal örgütlenmeye doğru adım attı. 1923 yılında Atatürk’ün de önderlik ettiği Türkiye Seyyahın Cemiyeti ile ilk ciddi kurumsallaşma deneyimi başlatıldı. Turing, Türkiye’nin ilk tanıtım afişleri, yol haritaları, otel rehberleri ve broşürleri gibi ilklere imza attı(Web 6).

Bu dönemden sonra Türkiye’de turizm endüstrisinin gelişimi, planlı dönem öncesi (1923-1963) ve 1963’ten günümüze planlı dönem olmak üzere iki kategoride değerlendirilebilir. Planlı dönem öncesinde turizm sektörü ile ilgili gelişme son derece sınırlı olmakla birlikte, turizmin devletin gündeminde yer aldığı görülmektedir. Yerli ve yabancı yatırımcılar için vergi indirimleri ve bazı teşvik unsurlarını içeren “Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu” 22 Mayıs 1953’te yürürlüğe girmiştir.

Türkiye’de turizm sektörü 1991 yılından itibaren iki dönem halinde incelenebilir: (Bezirgan, 2008:36). 1991-1997 dönemi: Birinci Körfez Savaşı ile birlikte başlayan fiyat düşürme ile ilgili gelişmeler, turizm işletmelerinin, rakip ülkeler düzeyindeki fiyatları genel kabul olarak benimsemeleri sonucunu doğurmuştur. Bu dönemin ikinci belirgin gelişimi, 1990 yılı öncesinde gündemde olmayan iç turizmin, ciddi bir pazar olarak ortaya çıkması ve turizm işletmeleri tarafından kabul görmesidir. Söz konusu yıllarda, iç turizm etkinliklerine katılanların sayısı milyonlarla ifade edilmeye başlamıştır.

1998 ve sonrası: Türkiye’de turizm sektöründe işletme anlayışı, çevre ile ilgili konulara gösterilen duyarlılık ve yatırımların yönlendirilmesinde farklılıklar görülmektedir. Başlangıçta, genellikle inşaat sektöründe faaliyet gösteren firmaların yatırımcı olarak turizme girmesine tanık olunurken, son yıllarda bu eğilimlerde azalma gözlenmektedir. 1998 yılını izleyen dönemin bir başka özelliği de, "her şeyi devletten bekleme" döneminin turizm sektörü için ortadan kalkmaya başlamasıdır. Ancak, devlet ile özel sektör arasındaki rol paylaşımının detaylı olarak tespit edilmemiş olması, sektördeki verimliliğin düşmesine yol açmaktadır (Web 7).

### **3.2.Konaklama İşletmeleri**

Han, taverna ve daha sonraki dönemlerde otel olarak adlandırılan konaklama işletmeleri, ticaret, seyahat ve endüstrinin gelişmesine paralel olarak gelişmiştir (Aktaş, 1989:21).

Konaklama endüstrisi insanların kendi konutlarının bulunduğu yer dışında çeşitli nedenlerle yaptıkları seyahatlerde, geçici konaklama ve yeme içme gibi zorunlu gereksinimleri başta olmak üzere, maddi ve manevi gereksinimlerinin karşılanması için hammaddeden veya yarı mamul maddeden yararlanarak mal veya hizmet üreten ticari nitelikteki işletme faaliyetlerinin yürütüldüğü bir endüstri olarak tanımlanabilir (Olalı ve Korzay, 1993:7).

Turizm işletmeleri arasında ilk sırayı alan ve turistik mal ve hizmetlerin üretimini sağlayan, varlıkları turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve şekillenip çeşitlenen işletmelere konaklama işletmeleri denir (Mısırlı, 2001: 1-18).

Konaklama işletmeleri, turistlerin geçici konaklama, yeme, içme, kısmen eğlence ve diğer bazı sosyal ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerdir (Erarslan,1994:1).

Bugünkü anlamda konaklama işletmeciliği denilince, turizm faaliyetlerine katılanların geçici konaklama, beslenme, eğlence, sportif ve diğer pek çok sosyal amaçlı ihtiyaçlarını karşılayan tesisler akla gelmektedir (Ürger, 1993: 226).

Turistik çekicilikleri oluşturan işletmeler grubu içerisinde yer alan konaklama işletmeleri, müşterilerin gecelemelerinin yanı sıra, yiyecek-içecek ve kısmen eğlence gereksinimlerini karşılamaktadır. Konaklama işletmeleri içerisinde en önemli grubu ise oteller oluşturmaktadır (Kozak, vd., 2006: 48).

Konaklama işletmeleri ile ilgili olarak, literatürdeki bazı tanımlar şöyledir: Akat (1997:83), konaklama işletmelerini, turistin değişik mekanlarda geceleme ihtiyacını karşılayan tesisler; Hazar (2000:112) ise; insanların seyahatleri esnasında geçici konaklamalarını sağlayan, yeme, içme, eğlenme ve diğer sosyal ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri bünyesinde bulunduran ticari işletmeler olarak tanımlamaktadır.



Bu tanımlardan yola çıkarak konaklama işletmeleri için; “turistlerin yaşadıkları yerlerin dışında ihtiyaç duydukları konaklama, yeme –içme ve bunların yanında eğlence faaliyetlerini karşılayan ve kar amacı güden işletmelerdir” tanımını yapabiliriz.

### **3.3. Konaklama İşletmelerinin Sınıflandırılması**

Turizm sektöründen yararlanan turistlerin seyahat nedenleri, seyahat etme şekilleri, bir yerde konaklamada beklediği yararlar, gelir düzeyleri, zevkleri birbirinden son derece farklı olduğu gibi turizm şekilleri ve işletmelerin kurulacakları mahallerin farklılıkları, konaklama işletmelerinin de farklı olmasını zorunlu kılmaktadır. (Olalı ve Korzay, 1993:16).

Ağırlama endüstrisinden hizmet alan tüketici profillerinin birbirinden farklı oluşu, konaklama işletmelerinde ürün farklılaştırılmasına gidilmesine sebep olmuştur. Tüketicinin konaklama nedenlerinin farklı olması, hizmet aldığı işletmeden de beklentilerinin farklı olmasına neden olmaktadır. Farklı beklentiler de farklı konaklama işletmelerinin oluşmasına katkıda bulunmuştur.

Turizm olayı ile ortaya çıkan gereksinimlerin karşılanması amacıyla yönelik olarak turistik mal ve hizmet üreten ve pazarlayan işletmeler yaygın olarak yerine getirdikleri fonksiyonlar açısından sınıflandırılırlar (Aktaş, 2002:12).

Konaklama işletmeleri , “Turizm İşletmesi Belgesi” olanlar ve olmayanlar olarak ikiye ayrılır. Turizm işletme belgesi, turizm sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerinde Turizm bakanlığınca verilen bir belgedir. Belgesi olmayan işletmeler belediyelerin, belgesi bulunan konaklama işletmeleri ise Turizm Bakanlığı denetimine tabidir (Hazar, 2004: 112).

1. Turizm İşletme Belgeli Konaklama İşletmeleri: Turizm Tesisleri Yönetmeliğine göre oteller, beş yıldızlı oteller, dört yıldızlı oteller, üç yıldızlı oteller, iki yıldızlı oteller ve bir yıldızlı oteller olarak sınıflandırılmıştır.

2. Belediye Belgeli Konaklama İşletmeleri: Turizm işletme belgesine sahip olmayan bütün otel işletmeleri bu sınıflandırma grubuna girmektedir. Bu grupta yer alan oteller yerel yönetimlerin tespit ettiği standartlara göre sınıflandırılırlar. Denetimleri yerel yönetimler tarafından yapılır, fiyatlarını da aynı şekilde belediye tespit eder (Kozak, vd., 2006: 52).

## **4. TEKİRDAĞ İLİ VE İLÇELERİNDE FAALİYET GÖSTEREN KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN İL EKONOMİSİNE MAKRO EKONOMİK ETKİLERİNİ ÖLÇEN ARAŞTIRMA**

Bu araştırma da Tekirdağ ili ve ilçelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin il ekonomisine makroekonomik etkileri araştırılmış, konaklama işletmeleri ve faydacılarına yönelik olumlu ve olumsuz ekonomik etkiler incelenmiş ve çözüm önerilerinde bulunulmuştur.

#### **4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Bu araştırmanın temel amacı: Tekirdağ il ve ilçelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin il ekonomisine yaptıkları makro ekonomik etkileri ortaya koymaktır. Araştırma bu bağlamda Tekirdağ ilinde ilk kez yapılması ve var olan turizm potansiyelini ortaya koyması, ülke ve il ekonomisine etkilerini gösterebilmesi açısından önem arz etmektedir.

#### **4.2. Araştırmanın Yöntemi**

Araştırmanın amacını gerçekleştirmek için nitel araştırma yöntemleri ile nicel araştırma yöntemleri bir arada kullanılmıştır. Nitel araştırma, gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanabilir (Yıldırım, Şimşek 2003: 19).

Veri toplama aracı olarak ise yarı yapılandırılmış görüşme (yöneticiler için) yöntemi ile anket yöntemi (iş görenler için) seçilmiştir. Araştırmada veri toplama aracı olarak görüşme tekniğinin kullanılmasının nedeni; Tekirdağ'daki konaklama işletmelerinin yöneticileriyle araştırmanın amacına yönelik derinlemesine bilgi elde edilmek istenmesidir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmasının nedeni ise; otel yöneticilerinin konuyla ilgili ek bilgiler sunmasını sağlaması ve aynı zamanda araştırmacıya ek soru sorma imkânı sağlamasıdır. Güvenirlilik ve geçerlilik göz önünde bulundurularak hazırlanan görüşme formu altı adet sorudan oluşmaktadır. Bu sorular, konuyla ilgili yapılan literatür çalışmalarından ve daha önce benzer çalışmalarda kullanılmış sorulardan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Görüşme formu iki bölümden oluşmaktadır; ilk bölümde otel yöneticilerinin, cinsiyeti, eğitim seviyesi, yaşı ve işletmedeki pozisyonunu öğrenmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise; konaklama işletmesinin Tekirdağ iline yaptığı makro ekonomik etkileri belirlemeye yönelik, doluluk oranları, personel sayıları, ortalama oda fiyatları vb. ile ilgili sorular bulunmaktadır. Görüşme sonucunda elde edilen veriler nitel analiz yöntemlerinden biri olan betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir.

Araştırmada anket yönteminin seçilmesinin nedeni, konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin harcama dağılımlarını belirleyebilmektir. Anket soruları otel yöneticileriyle görüşme yapılırken oteldeki iş görenlere dağıtılmış ve veriler bu şekilde toplanmıştır. Ankette iş görenlerin yapmış oldukları harcamaları yiyecek-içecek, konut-kira, sağlık, haberleşme, sosyal aktiviteler gibi harcama kalemlerine yüzdeler olarak dağıtılması istenmiştir. Bu harcama kalemleri belirlenirken Türkiye genelinde yapılan hane halkı harcama araştırmaları temel alınmıştır. Daha sonra bu oranlar yüzdeler olarak belirli oranlar altında birleştirilmiştir ve ortalama değerler bulunmuştur.

Anket çalışması için araştırma evrenini konaklama işletmelerinde çalışan 688 iş gören oluşturmaktadır. Örneklem büyüklüğü % 95 güven düzeyinde, % 5 hata payı ve maksimum varyans ( $p=0,5$ ,  $q=0,5$ ) durumunda hesaplanmıştır. Bu durumda örneklem büyüklüğü; 220 kişi olarak belirlenmiştir. Ancak hatalı ya da eksi veri ihtimaliyle iş görenlere toplamda 250 anket dağıtılmış ve geçersiz anketler elenerek toplamda 240 geçerli anket elde edilmiştir.

Tekirdağ İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınan 2015 verilerine göre Tekirdağ ilinde faaliyet gösteren 21 adet Turizm İşletme Belgeli konaklama işletmesi bulunmaktadır. Ve bu işletmelerde çalışan toplam 488 iş gören çalışmaktadır. Görüşme yöntemi için 21 adet konaklama işletmesi bu araştırmanın evreni olarak kabul edilmiştir. Evrenin ulaşılabilir olması ve konaklama işletmelerinin ekonomik etkilerinin tam olarak belirlenebilmesi için örnekle yöntemi olarak tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Görüşme yapılmadan önce uygun olan otel yöneticilerinden randevu alınmıştır. Görüşme 01 Mart- 01 Temmuz 2015 tarihleri arasında değişik pozisyondaki otel yöneticileriyle yüz yüze ve telefon aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Görüşme kapsamında otel yöneticilerine yöneltilen sorular şunlardır:

**Soru 1:** Yıllık Ortalama Doluluk Oranınız Nedir?

**Soru 2:** Ortalama Oda Fiyatlarınız Ne Kadardır?

**Soru 3:** İşletmenizde Kaç Personel Çalıştırıyorsunuz?

**Soru 4:** Personeliniz Ortalama Maaşı Ne Kadardır?

**Soru 5:** Tekirdağ İli Dışında Tedarikçilerle Çalışıyor musunuz?

**Soru 6:** Eğer Çalışıyorsanız Toplamda Yüzde Kaçlık Bir İşlem Payı Var?

### 4.3. Araştırmanın Bulguları

Tablo 1'de görüldüğü üzere araştırmaya, Tekirdağ il merkezi ve ilçelerinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli, iki tanesi 5 yıldızlı, dört tanesi 4 yıldızlı, sekiz tanesi 3 yıldızlı, altı tanesi 2 yıldızlı ve bir tanesi 1 yıldızlı olmak üzere 21 adet otel katılmıştır.

**Tablo 1. Araştırmaya Katılan Konaklama İşletmeleri**

OTEL ADI	SINIFI	OTEL ADI	SINIFI
GÜNEŞLER OTEL	2 Yıldızlı	SHİLLA OTEL	3 Yıldızlı
GABRALI OTEL	3 Yıldızlı	DİVAN ÇORLU OTEL	4 Yıldızlı
CITY OTEL ÇERKEZKÖY	3 Yıldızlı	THE SILVERSIDE OTEL	5 Yıldızlı
ÇERKEZKÖY PASHA HOTEL	3 Yıldızlı	BAŞOL HOTEL	1 Yıldızlı
GOLDEN PALAS HOTEL	4 Yıldızlı	OTEL KARAEVLİ	2 Yıldızlı

ÇERKEZKÖY BUSINESS OTEL	4 Yıldızlı	YAYOBA OTEL	3 Yıldızlı
HİLTON GARDEN INN	4 Yıldızlı	GOLDEN YAT OTEL	3 Yıldızlı
BURÇ BEST OTEL	2 Yıldızlı	RAMADA TEKİRDAĞ OTEL	5 Yıldızlı
GRAND EREN	2 Yıldızlı	COŞKUN OTEL	2 Yıldızlı
SEFA OTEL	3 Yıldızlı	BEYAZ BALİNA OTEL	2 Yıldızlı
OTEL SEFA(2)	3 Yıldızlı		

Araştırma bulguları verilirken etik ve gizlilik kuralları nedeniyle görüşme yapılan konaklama işletmeleri yöneticilerinin isimleri kodlanarak verilmiştir. Birinci görüşmeci "O1" ikinci görüşmeci "O2" şeklinde kodlanmıştır.

**Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyet, Yaş, Eğitim, İşletmedeki Pozisyonlarına Yönelik Frekans Ve Yüzde Dağılımları**

Cinsiyet	f	%	İşletmedeki pozisyonu	f	%
Erkek	18	86	Genel Müdür	13	62
Kadın	3	14	Önbüro Müdürü	4	19
<b>Toplam</b>	21	100,0	İşletme Sahibi	4	19
Eğitim Durumu	f	%	Toplam	21	100,0
İlköğretim	3	14	Yaş	f	%
Lise	8	38	31-40	7	33
Ön lisans	4	19	41-50	8	38
Lisans	6	29	51 ve üstü	6	29
<b>Toplam</b>	21	100,0	<b>Toplam</b>	21	100,0

Araştırmaya katılan katılımcılarla ilgili tanımlayıcı bilgilerin yer aldığı Tablo 2'ye bakıldığında, araştırmaya katılan yöneticilerin %86'sı erkek, % 14'ü kadın, %38 gibi büyük bir çoğunluğu lise mezunu, % 38'i 41-50, %33'ü 31-40 ve %29'u 51 ve üstü yaş aralığındadır. Araştırmaya katılan yöneticilerin %62'sinin otel müdürü pozisyonunda olduğu görülmektedir.

**Tablo 3. Konaklama İşletmelerine Yönelik Bilgilerin Frekans Ve Yüzde Dağılımları**

Ortalama fiyat (TL)	f	%	Çalışan personel sayısı	f	%
51-100	8	38	1-10	5	24
101-150	6	29	11-20	6	29
151 ve üstü	7	33	21-30	3	14
<b>Toplam</b>	21	100,0	31-40	3	14

<b>Doluluk Oranı (%)</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	41-50	4	19
1 -30	11	52	<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>
31-50	6	29	<b>Yatak sayısı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
51-70	2	9,5	51-100	9	42
70 ve üstü	2	9,5	101-150	6	29
<b>Toplam</b>	21	100,0	151 ve üstü	<b>6</b>	<b>29</b>
<b>Oda sayısı</b>	<b>f</b>	<b>%</b>	<b>Toplam</b>	21	100,0
- 50	7	33			
51-100	10	<b>48</b>			
101 ve üstü	4	<b>19</b>			
<b>Toplam</b>	<b>21</b>	<b>100,0</b>			

Konaklama işletmelerine yöneltilen işletmenin doluluk oranı, oda fiyatı ve personel sayısı sorularına verilen cevapların gösterildiği Tablo 3 incelendiğinde; araştırma yapılan konaklama işletmelerinin % 38'i 51-100 TL, % 29'u 101-150 TL ve % 33'ü 151 TL ve üstü oda fiyatına sahipken, %52'si %30, %29'u ise %31-50 arasında doluluk oranına sahiptir. Konaklama işletmelerinin %48'i 51-100 arasında, %19'u ise 101'den daha fazla odaya sahiptir. Buna paralel olarak konaklama işletmelerinin %42'si 51-100, % 29'u 101-150, %29'u ise 151 den daha fazla yatak kapasitesine sahiptir.

#### 4.4. Tekirdağ İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerinin Yarattığı Etkiler

##### 4.4. 1. Gelir Etkisi

Tekirdağ'daki konaklama işletmelerinin yarattığı gelir etkisini ortaya koymak için, otellerin yıllık satılan yatak sayısı ile yıllık ortalama fiyat çarpılarak her bir otelin yıllık geliri belirlenmiştir. Daha sonra 21 otelin yıllık geliri toplanarak Tekirdağ'daki konaklama işletmelerinin elde ettiği toplam gelir hesaplanmaya çalışılmıştır.

Tablo 4 incelendiğinde, Tekirdağ'daki turizm işletme belgeli otellerin toplam oda sayısı 1413'tür ve işletmelerin ortalama doluluk oranları ise % 35,7'dir. Bu işletmelerde günlük ortalama 21 oda ve bu odalar ortalama 127 TL'den satılmaktadır. Bu hesaplamalar ışığında Tekirdağ ilinde faaliyet gösteren Turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri, Tekirdağ iline yaklaşık 22.801.599 TL gelir getirmektedir.

**Tablo 4. Konaklama İşletmelerinin Ortaya Çıkardığı Gelir Etkisi**

Otel Kodu	Oda Sayısı	Doluluk Oranı %	Günlük Oda	Yıllık Oda	Ortalama Fiyat (TL)	Toplam Gelir (Fiyat x Oda Sayısı)
O1	69	25,7	17,733	6472	80	517.760
O2	51	32,9	16,779	6124	114	698.136
O3	62	25,9	16,058	5861	90	527.490

O4	61	41,6	25,376	9262	107	991.034
O5	89	29,4	26,166	9550	185	1.766.750
O6	76	24,1	18,316	6685	183	1.223.355
O7	130	21,5	27,95	10201	191	1.948.391
O8	35	90	43,662 5	15936	148	2.358.528
O9	32	76,1	24,352	8888	85	755.480
O10	70	18,4	12,88	4701	148	695.748
O11	33	59,8	19,734	7202	181	1.303.562
O12	52	42,2	21,944	8009	71	568.639
O13	120	34,9	41,88	15286	179	2.736.194
O14	211	13,2	27,852	10165	171	1.738.215
O15	29	24,5	7,105	2593	80	207.440
O16	20	39,8	7,96	2905	85	246.925
O17	40	26,3	10,52	3839	135	518.265
O18	53	35,18	18,645 4	6805	115	782.575
O19	129	34,19	44,105 1	16098	184	2.962.032
O20	51	16,9	8,619	3145	70	220.150
O21	38	3,6	1,368	499	70	34.930
<b>Topla m</b>	<b>1413</b>	<b>35,7</b>		<b>15376 4</b>		<b>22.801.599</b>

Konaklama işletmelerinin il içi ve il dışı tedarikçi kullanım oranlarının gösterildiği Tablo 5'e bakıldığında, işletmelerin il dışındaki tedarikçilerle çalışma oranları ortalama % 16.4 olarak bulunmuştur. İşletmelerin yıllık gelirleri üzerinden ortalama %40'nın toplam gider olarak hesaplandığı, bu giderinde ortalama %50'sinin tedarikçi gideri olduğu saptanmıştır. Bu veriler ele alındığında tedarikçi giderlerinin ortalama %16.4'ü il dışı tedarikçi kullanımı olarak saptanmıştır. Tüm konaklama işletmeleri için hesaplama yapıldığında il dışına çıkan sızıntı miktarı yaklaşık 930.535 TL olarak bulunmuştur.

**Tablo 5. Konaklama İşletmelerinin İl İçi ve İl Dışı Tedarikçi Kullanım Oranları**

Konaklama İşletmeleri	Yıllık Gelir (TL)	Toplam Gider (%40)	Toplam Tedarikçi Gideri (%50)	İl Dışı Tedarikçi Gideri (%)	Sızıntı (TL)
O1	517.760	207.104	103.552	11-20	15.532
O2	698.136	279.254	139.627	11-20	20.944
O3	527.490	219.996	105.498	11-20	15.824
O4	991.034	296.413	198.206	11-20	29.731
O5	1.766.750	706.700	353.350	21-30	88.337
O6	1.223.355	489.342	244.671	11-20	36.700
O7	1.948.391	779.356	389.678	31-40	136.387
O8	2.358.528	943.411	471.705	11-20	70.755

O9	755.480	302.192	151.096	0-10	7.554
O10	695.748	278.299	139.149	11-20	20.872
O11	1.303.562	521.424	260.712	0-10	13.035
O12	568.639	227.455	113.727	11-20	17.059
O13	2.736.194	1.094.477	547.238	21-30	136.809
O14	1.738.215	695.286	347.643	31-40	121.675
O15	207.440	82.976	41.488	0-10	2.074
O16	246.925	98.770	49.385	0-10	2.469
O17	518.265	207.306	103.653	11-20	15.548
O18	782.575	313.030	156.515	11-20	23.477
O19	2.962.032	1.184.812	592.406	21-30	148.101
O20	220.150	88.060	44.030	11-20	6.604
O21	34.930	13.972	6.986	11-20	1.048
<b>Toplam</b>	<b>22.801.599</b>	<b>9.029.635</b>	<b>4.560.315</b>	<b>16.42</b>	<b>930.535</b>

#### 4.4. 2. İstihdam Etkisi

Tekirdağ'daki konaklama işletmelerinin yarattığı istihdam etkisini belirlemek amacıyla konaklama işletmelerinde çalışan personel sayıları öğrenilmiştir. Bununla birlikte konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin yapmış olduğu harcama kalemlerini belirlemeye yönelik bir anket çalışması yapılmıştır. Böylece konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin yaptıkları harcama sonucunda hangi sektörlere gelir yarattığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

**Tablo 6. Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personel Sayısı ve Ortalama Ücretleri**

Otel Kodu	Personel Sayısı	Ortalama Ücret (TL)	Toplam Aylık Ücret	Toplam Yıllık Ücret(TL)
O1	17	1300-1600	24.650	295.800
O2	21	1300-1600	30.450	365.400
O3	12	1300-1600	17.400	208.800
O4	16	1300-1600	23.200	278.400
O5	35	1300-1600	50.750	609.000
O6	23	1300-1600	33.350	400.200
O7	60	1300-1600	87.000	1.044.000
O8	10	1300-1600	14.500	174.000
O9	5	1300-1600	7.250	87.000
O10	16	1300-1600	23.200	278.400
O11	16	1300-1600	23.200	278.400
O12	14	1300-1600	20.300	243.600

O13	56	1300-1600	81.200	974.400
O14	55	1300-1600	79.750	957.000
O15	5	1300-1600	7.250	87.000
O16	8	1300-1600	11.600	139.200
O17	33	1300-1600	47.850	574.200
O18	13	1300-1600	18.850	226.200
O19	60	1300-1600	87.000	1.044.000
O20	8	1300-1600	11.600	139.200
O21	5	1300-1600	7.250	87.000
<b>TOPLA M</b>	<b>488</b>		<b>707.600</b>	<b>8.491.200</b>

Tablo 6'da görüldüğü üzere Tekirdağ'daki toplam 21 adet konaklama işletmesinde 488 iş gören istihdam edilmektedir. Yapılan görüşmeler neticesinde otel işletmelerinin iş görenlere ortalama 1300-1600 TL arasında ücret ödedikleri tespit edilmiştir. Başka bir deyişle iş görenler yaklaşık 1.450 TL ücret almaktadır. Bu durumda, yapılan hesaplamalar sonucunda iş görenlere toplam 8.491.200 TL ücret ödenmektedir.

#### 4.4. 3. Vergi Etkisi

Turizm işletmeleri ülke ekonomisine yüksek katma değer sağlayan ve cari açık konusunda ekonomiyi olumlu yönde etkileyen birimlerdir(Web 8).Turizmin devlet gelirlerine etkisi, gelirleri artırıcı, harcamaları artırıcı ve net gelir etkisi olarak görülür. Turizmin devlet için bir gelir kaynağı olması, yürürlükteki vergi tekniklerinin bir fonksiyonudur. Devlet, turizm sektörü işletmelerinden ya da bunların gelirlerinden, turizm faaliyetlerinden elde edilen diğer gelirlerden, bu sektörde kullanılan üretim faktörlerinden kurumlar vergisi, sosyal sigorta primleri, işletme vergisi gibi bazı direkt vergiler alır. Bu direkt vergilerin dışında vize ücretleri, lisanslar, liman vergisi, gümrük vergisi, iç tüketim harcamaları, haberleşme ve ulaştırmadan sağlanan gelirler, su ve temizlik harçları, satış ve pul gelirleri vb. turizmden sağlanan devlet gelirleri içinde sayılabilir(Web 9).

Tekirdağ il merkezi ve ilçelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin vergi etkisi, kurumlar vergisi olarak ele alınmış ve toplam kazancın yüzde yirmisi hesaplanarak 4.560.319 TL olarak bulunmuştur.

#### 4.4 4. Diğer Sektörlere Etkisi

Turizmin gelişmesine paralel olarak, gelir etkisinin artması, tarım sektöründe üretim kalitesinin artmasına, standardizasyonun sağlanmasına ve kaliteli ürünün değerini bulmasına neden olur. Tarımsal ürünlere yönelik direkt turistik tüketim harcamaları yanında turizmden gelir elde edenlerin harcamaları da endirekt gelir etkisi yaratır. Bunların dışında çiftçilerin yaz aylarında arazilerini kamping, karavan turizmine açması, tarım sektöründe görülen mevsimlik işsizliği turizmin gidermesi gibi etkiler, turizmin tarım sektörüne etkileri olarak sayılabilir. Tüketim malı üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisinin fazla olduğu görülür. Turistik ihtiyaçların yönlendirdiği talebe uyum sağlanması amacıyla gıda, içki, tütün mamulleri, dokuma,



giyim gibi sanayi kollarında üretilen malların turistik standartlara uygun olmasına çalışılır. Ara malı üreten sanayilerde ise, özellikle deri ve deri mamulleri, cam, seramik, sıhhi tesisat, demir ve çelik sanayilerinde turizmden kaynaklanan ek talep nedeniyle bir etki söz konusu olur. Yatırım malı üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisi oldukça azdır. Yalnızca ulaştırma araçları üreten sanayilerde turizmin gerektirdiği bazı değişiklikler yapılır. Turizmin gelişmesi, bir yörede turistik hareket ve yatırımların artması, hizmet sektörünün önem kazanmasına ve gelişmesine neden olur. Turizmin etkilediği üçüncü üretim sektörleri, cari tüketimle ilgili ekmek, et, manav, bakkaliye gibi sektörler; donatım sanatlarıyla ilgili elektrik, boya, inşaat işçiliği gibi sektörler; konforla ilgili moda, spor malzemeleri, parfümeri, çiçekçilik gibi sektörler; yardım ve güvenlik hizmetleriyle ilgili banka, sigorta, sağlık tesisleri gibi sektörler ve lüks hizmetlerle ilgili kuyumcu, gece kulübü, sauna gibi sektörlerdir(Web 9).

**Tablo 7. Konaklama İşletmelerinde Çalışan İş Görenlerin Harcama Dağılımı**

Oranlar (%)	Yiyecek-İçecek		Konut-Kira		Ulaşım		Sosyal Aktiviteler		Haberleşme		Elektrik-Su-Yakıt		Diğer	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>0-20</b>	12	5	14	6	22	9	188	78	232	96	19	81	23	97
<b>21-30</b>	14	60	13	56	16	7	38	15	8	4	46	19	6	3
<b>31-40</b>	65	27	60	25	--	--	14	7	--	--	--	--	--	--
<b>41-50</b>	12	5	25	10	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
<b>50 ve üstü</b>	6	3	5	3	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
<b>Toplam</b>	240	100	240	100	240	100	240	100	240	100	240	100	240	100
<b>Ortalama</b>	%31		%26		%11		%12		%5		%11		%4	

Tablo 7’de konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin adlıkları ücret neticesinde yaptıkları harcama kalemlerini ve dağılımlarını göstermektedir. İş görenlerin konaklama işletmelerinden elde ettikleri gelirin %31’i yiyecek içecek harcamalarına, %26’sı konut, kira giderlerine, %12’si sosyal aktivitelere ve %11’i ise ulaşım harcamalarına yapılmaktadır. Tekirdağ’daki konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin bir yıl boyunca aldıkları yıllık ücret yaklaşık 8.491.200 TL’dir. Bu durumda bu gelirin dağılımı Tablo 8’deki gibidir.

**Tablo 8. İş Görenlerin Yapmış Olduğu Harcamalar Sonucu Diğer Sektörlerde Ortaya Çıkan Gelir Etkisi**

Harcama Kalemleri	%	Miktar
Yiyecek-İçecek	31	2.632.272
Konut-Kira	26	2.207.712
Sosyal Aktiviteler	12	1.018.944
Ulaşım	11	934.032
Elektrik-Su-Yakıt	11	934.032
Haberleşme	5	424.560
Diğer	4	339.648
Toplam	100	8.491.200

İş görenlerin elde ettiği geliri harcaması bir yıl içinde, yiyecek içecek sektörüne 2.632.272 TL, Konut-Kira sektörüne 2.207.712 TL, Sosyal Aktivitelere 1.018.944 TL, Ulaşım 934.032 TL, Elektrik, su ve yakıt 934.032 TL, Haberleşme sektörüne 424.560 TL ve Diğer sektörler ise 339.648 TL gelir yaratmaktadır

Tekirdağ il ve ilçelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmeleri ele alındığında doğrudan ve dolaylı olarak yukarıda ifade etmiş olduğumuz sektörlerden yararlandığı görülmektedir. Bu bağlamda tedarikçi kullanımı Tablo 5'te belirtildiği gibi il içi ve il dışı olarak ekonomik etki sağlamaktadır. Çalışmanın öncelikli amacı olarak il ekonomisi açısından ele alındığında, işletmenin yararlandığı tedarikçilerin il içinde olması, elde edilen gelirin il içinde kalma imkanı vermesine, il dışında olması ise sızıntı olarak nitelendirebileceğimiz duruma geçmesine neden olmaktadır. Sızıntı il ekonomisi açısından olumsuz olarak değerlendirilse de ülke ekonomisi açısından ele alındığında olumlu bir durum sergilemektedir.

## **SONUÇLAR**

Günümüzde turizm endüstrisi ekonomik katkıları ile ön plana çıkmakla birlikte sosyo-kültürel ve tanıtım faaliyetleri açısından da önemini giderek artırmaktadır. Turizm ekonomiyeye sağladığı katkılar açısından birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de kalkınma stratejilerinin önemli bir parçası durumundadır Ülkelerin ekonomilerini geliştirebilmeleri ve uluslararası arenada rekabet gücüne ulaşabilmeleri için turizm endüstrisinin varlığı son derece önemlidir. Turizm endüstrisi yiyecek-içecek, konaklama, ulaştırma, eğlence gibi sektörleri birinci derecede etkilemektedir. Özellikle döviz girdisi sağlaması açısından ülkenin dış ödemeler dengesine katkı sağlamakta, yarattığı istihdam ile de kalkınmayı desteklemektedir.

Trakya Kalkınma Ajansı tarafından yapılan çalışmalar Tekirdağ ili ve ilçeleri için öne çıkan fonksiyonları ve merkez türlerini belirlemiştir. Buna göre merkez ilçe Süleymanpaşa ve Çorlu Hizmet Merkezi, Çerkezköy, Kapaklı ve Ergene Sanayi

Merkezi, Malkara, Muratlı, Hayrabolu ve Saray Kırsal Merkez, Şarköy ve Marmaraereğlisi Turizm Merkezi olarak ortaya çıkmaktadır (Web10).

Tekirdağ ilinin sahip olduğu turizm arz kaynakları ele alındığında, deniz, kum, güneş turizminin dışında kültürel miras, doğa, spor, gastronomi vb. gibi alternatif turizm kaynaklarına sahip olduğu görülmektedir. Coğrafi konumu sebebiyle İstanbul gibi metropol kentine yakın olması, önemli geçiş güzergahları üzerinde yer alması, hem şehir merkezinin hem de ilçelerinin sahil şeridinde olması, yaşanan savaşlar ve göçler nedeniyle geniş bir kültür yelpazesine sahip olması, yöresel ve organik ürünlerin varlığı ve doğal güzellikleri, Tekirdağ ilinin dikkat çeken özellikler arasında yer almaktadır. Merkez ilçe Süleymanpaşa başta olmak üzere, Marmara Ereğlisi, Şarköy ve Saray ilçesinin Kastro beldesi en önemli turistik ve kültürel alanları arasında bulunmaktadır.

Bu araştırmada Tekirdağ il ve ilçelerinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin il ekonomisine yaptığı makroekonomik etkiler incelenmiştir. Öncelikle Tekirdağ'da faaliyet gösteren turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri belirlenmiş olup, il ekonomisine yaptığı etkiyi ortaya çıkarabilmek amacıyla konaklama işletmelerinin yöneticilerine görüşme formunda yer alan altı soru yöneltilmiştir. Ayrıca konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin bu sektörden kazanmış oldukları ücretlerin harcama dağılımları, turizmin diğer sektörlerle yapmış olduğu dolaylı etkiyi belirlemeye yönelik bir görüşme yapılmıştır. Bu sorular neticesinde konaklama işletmelerinin gelir etkisi, istihdam etkisi, vergi etkisi ve diğer sektörler üzerinde yaptığı etki belirlenmeye çalışılmıştır.

Tekirdağ ilinde faaliyet gösteren Turizm işletme belgeli konaklama işletmelerinin, Tekirdağ iline yaklaşık olarak 22.801.599 TL gelir getirdiği belirlenmiştir. Bu işletmelerin yıllık gelirleri üzerinden ortalama %40'nın toplam gider olarak hesaplandığı, bu giderinde ortalama %50'sinin tedarikçi gideri olduğu saptanmıştır. Bu veriler ele alındığında tedarikçi giderlerinin ortalama %16.4'ü il dışı tedarikçi kullanımı olarak hesaplanmıştır. Tüm konaklama işletmeleri için hesaplama yapıldığında il dışına çıkan sızıntı miktarı yaklaşık 930.535 TL olarak bulunmuştur.

Yapılan araştırma neticesinde, Tekirdağ il ve ilçelerinde toplam 21 adet konaklama işletmesinde 488 iş gören istihdam edildiği ve otel işletmelerinin iş görenlere ortalama 1300-1600 TL arasında ücret ödedikleri tespit edilmiştir. Başka bir deyişle iş görenler yaklaşık 1.450 TL ücret almaktadır. Bu durumda, yapılan hesaplamalar sonucunda iş görenlere yaklaşık olarak 8.491.200 TL ücret ödendiği belirlenmiştir.

Tekirdağ il merkezi ve ilçelerinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin vergi etkisi, kurumlar vergisi olarak ele alınmış ve toplam kazancın %20 hesaplanarak 4.560.319 TL olarak bulunmuştur.

İş görenlerin konaklama işletmelerinden elde ettikleri gelirin %31'i yiyecek içecek harcamalarına, % 26'sı konut, kira giderlerine, %12'si sosyal aktivitelere ve %11'i ise ulaşım harcamalarına yapılmaktadır. Tekirdağ'daki konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin bir yıl boyunca aldıkları yıllık ücret yaklaşık 8.491.200 TL'dir.

İş görenlerin elde ettiği geliri harcaması bir yıl içinde, yiyecek içecek sektörüne 2.632.272 TL, Konut-Kira sektörüne 2.207.712 TL, Sosyal Aktivitelere 1.018.944 TL, Ulaşım 934.032 TL, Elektrik, su ve yakıt 934.032 TL, Haberleşme sektörüne 424.560 TL ve Diğer sektörler ise 339.648 TL gelir yarattığı belirlenmiştir.

Tekirdağ ilinde turizmi geliştirebilmek amacıyla STK'ların, kamu kurum ve kuruluşlarının, sektör temsilcilerinin ve akademisyenlerin içerisinde yer aldığı bir Destinasyon Yönetim Örgütü kurulmalıdır. Yöre halkına yönelik turizm ve turizmin bölgeye kazandıracağı ekonomik etkiler ve istihdam olanakları hakkında bilgilendirme toplantıları düzenlenmelidir.

Öte yandan, ilde hizmet veren konaklama işletmeleri gelecek ziyaretçilere hizmet verebilecek düzeydedir; ancak özellikle kırsalda, gerek konaklama gerekse yiyecek-içecek işletmesi olarak, gelen turistlerin ağırlanabileceği tesislerin sayısının artırılması konusunda, yöreye yatırım yapacak girişimcilere destek verilebilir. Yörenin tarihi dokusunun izlerini taşıyan yapıların aslına uygun olarak restore edilerek gelecek turistler için konaklama imkânının yaratılması yöre için önemli bir gelir kaynağı teşkil edebilir.

Tekirdağ ili sahip olduğu coğrafi konumu turizm açısından avantajlı görülse de, geçiş noktası üzerinde olması nedeniyle aynı zamanda dezavantajlıdır. Gerek yerli gerekse yabancı turistlerin uzun süreli vakit geçirip, konaklayabileceği bir yer olmaktan ziyade bir mola noktası olarak kullanılmaktadır. İlin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine ağırlık verilerek ve ilin sahip olduğu turistik çekicilikler ön plana çıkarılarak gelen turistlerin daha fazla vakit geçirmesi sağlanabilir.

## KAYNAKLAR

Akat, Ö. (1997). Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği, Ekin Yayınevi, Bursa.

Aktaş, A. (1989). Turizm İşletmeciliği Ve Yönetimi, Retromat Matbaası, Antalya.

Altınay, Z., Saner, T., Bahçelerli, N. M., Altınay, F. (2016). The Role Of Social Media Tools: Accessible Tourism For Disabled Citizens. *Educational Technology & Society*, 19 (1), 89–99.

Asl, S.J. (2014). Seçilmiş 10 Önemli Turizm Ülkesinde, Turizmin Ülke Ekonomisindeki Yeri Ve İktisadi Büyümeye Katkısı, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Adana.

Avcıkurt, C., Erdem, B. (2006). Turizmde Bölgesel Tanıtma Faaliyetlerinin İç Turizmi Geliştirmedeki Rolü: Eğirdir Yöresine İlişkin Bir Model Önerisi. 2. Ulusal Eğirdir Turizm Sempozyumu, Isparta.

Bahar, O., Kozak, M. (2008). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Bahar, O., Kozak, M. (2012). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Bahar, O., Kozak, M. (2013). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Barutçugil, S. (1989). Turizm İşletmeciliği, Beta Yayınevi, İstanbul.

Bassil, C. (2014). The Effect Of Terrorism On Tourism Demand In The Middle East, *Peace Econ. Peace Sci. Pub. Pol.*, 20(4): 669–684.

Batman, O.(1999). Otel İşletmelerinin Yönetimi, Değişim Yayınları.

Bezirgan, M.(2008). Türk Turizminde İtici Bir Güç Olarak İç Turizm Ve Altınoluk Yöresinde İç Turizme Katılanlara Yönelik Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Costencu, M., Dobrescu, C.N.(2011). Comparative Analysis Regarding The Economic Impact Of Tourism, *Annals Of Eftimie Murgu University Resita*, Fascicle II, Economi, 146-153.

Çımat, A., Bahar, O. (2003).Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçerisindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, Akdeniz Üniversitesi İİBF Dergisi.

Demirtaş, E.(2000). Türkiye Ve Bazı Avrupa Birliği Ülkelerinde Turizm Yatırımlarına Verilen Teşvikler, İzmir Ticaret Odası Yayını, İzmir.

Dincu A.-M. (2015). Tourism Potential And Its Role In The Development Of Tourist Activity, *Animal Science And Biotechnologies*, 48 (2), 183-186.

Eraslan, N.(1994). Önbüro, Damla Ofset, Konya.

Erdoğan, H.(1995). Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm, Uludağ Üniversitesi Yayınevi, Bursa.

Gezici, F.(1998). Bölgesel Gelişme Ve Turizm Aktivitelerinin Etkileşimi Üzerine Bir Değerlendirme, İstanbul Teknik Üniversitesi, Şehir Ve Bölge Planlaması Dergisi.

Göymen, K.(2000). Tourism And Governance in Turkey, *Annals Of Tourism Research*, Vol 27.

Gúčik, M., Gajdošík, T., Lencséssová, Z., Medvedová, M. (2015). Tourism Clusters And Their Activities In Slovakia, *Research Papers Of Wrocław University Of Economics*, No: 379, 237-246.

Hazar, A. (1994).Turizm Ders Kitabı, Tutibay Yayınları, Ankara.

Herget, J., Petru, Z., Abrahám, J. (2015). City Branding And Its Economic Impacts On Tourism, *Economics And Sociology*, Vol. 8, No 1, Pp. 119-126.

Jugmohan, S. & Steyn, J.N. (2015). A Pre-Condition And Evaluation And Management Model For Community-Based Tourism, *African Journal For Physical, Health Education, Recreation And Dance*, 21(3: 2), 1065-1084.

Kayar, H.Ç., Kozak, N,. (2007). Genel Olarak Turizm Kavramı, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler Ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği, Urak Yayınları.

Kimmel, C., Perlstein, A., Mortimer, M., , Zhou, D., Robertson, D. (2015). Sustainability Of Tourism As Development Strategy For Cultural-Landscapes In China: Case Study Of Ping'an Village, *Journal Of Rural And Community Development* 10, 2, 121-135.

Kiráľlová, A. (2015). New Trends In Tourism - A Challenge For Modernization Of Tourism Higher Education In The Czech Republic, *Skyline Business Journal*, Volume X-Issue 1-2014-2015, 1-8.

Kozak, N., Kozak, Akođlan, M., Kozak, M.(2006). Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, Detay Yayıncılık, Ankara.

Meyer, D.F., Meyer, N.(2015).The Role And Impact Of Tourism On Local Economic Development: A Comparative Study, *African Journal For Physical, Health Education, Recreation And Dance (Ajpherd)*, Volume 21(1:1), 197-214.

Mısırlı, İ.(2001). Konaklama İşletmelerinde Önbüro Teknikleri Ve Uygulamaları, Detay Yayıncılık, Ankara.

Mircevska, T.; Cuceleski.(2015). The Necessity Of Applying Marketing Strategies In Tourism – The Case Of Slovenia And Tunisia, *Economic Development* No.1-2, 25-36.

Mtapuri, O., Giampiccoli, A. & Spershott, C. (2015). Community-Based Tourism Research in Academic Journals: A Numerical Analysis, *African Journal For Physical, Health Education, Recreation And Dance*, 21(2), 688-705.

Olalı, H., Korzay, M. (1993). Otel İşletmeciliği, Beta Basım Yayım, İstanbul.

Oztaş, K.(2002).Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri, Nobel Yayın, Ankara.

Paci, R., Marrocu, E. (2014). Tourism And Regional Growth in Europe, *Papers In Regional Science*, Volume 93 Supplement, 25-50

Petrevska, B. (2015). Assessing Tourism Development: The Case Of Krushevo, Macedonia, *Economic Development*, No.1-2, 261-275.

Petrevska, B.(2012). Economic Impacts Of Tourism: The Evidence Of Macedonia, *The Young Economists Journal*, 18, 174-181.

Pubic, J., Susak, T. (2015). Financial Potential Of Listed Tourism Companies İn Republic Of Croatia, *Economy Transdisciplinarity Cognition*, Vol 18, Issue 1, 28-34.

Roney, S., A.(2011).Turizm Bir Sistemin Analizi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Rukuižienė, R. (2014). Sustainable Tourism Development Implications To Local Economy, *Regional Formation And Development Studies*, No. 3 (14), 170-177.

Ruzic, P., Demonja, D. (2015). Contribution To The Research Of Sustainable Tourism Development Concept In The Example Of Istria (Croatia), *Scientific Annals Of The "Alexandru Loan Cuza" University Of Iași Economic Sciences*, 62 (2),191-206.

Sarı, Y.(2007).Türkiye Genelinde Turizm Sektörü, Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu Derneği, Urak Yayınları.

Teodorescu, N., Stăncioiu, A.F., Răvar, A.S., Botoș, A. (2015). Creativity And Innovation – Sources Of Competitive Advantage İn The Value Chain Of Tourism Enterprises, *Theoretical And Applied Economics Volume*, Xxii, No. 1(602), 35-48.

Terzi, H.(2015). Is The Tourism-Led Growth Hypothesis (Tlgh) Valid For Turkey?, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 16 (2), 165-178.

Ting, Y.S.; Lin, Y.S., Hsu, Y.L. (2015). Measuring Tourist Cognition And Preferences İn Creative Tourism Area, *The International Journal Of Organizational Innovation*, Vol 8, Num 1 July, 103-1116.

Tunç, A., Ve Saç, F. (1998).Genel Turizm, Detay Yayıncılık, Ankara.

Tuta, L., Micu, C. (2014). Analysing Tourism Flow Indicators in Central And Eastern Europe, *Agricultural Management* , Vol. 16, Issue 4, 58-64.

Usta, Ö. (2012).Turizm Genel Ve Yapısal Yaklaşım, Detay Yayıncılık, Ankara.

Ürger,S. (1993).Genel Turizm Bilgisi. Akdeniz Üniversitesi Basımevi, Antalya.

Yağcı, O. (2003). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yasothornsrikul, P., Bowen, D. (2015). Tourism Demonstration And Value Change, *International Journal Of Tourism Research*, 17: 96–104.

Yurdaer, G.(1992).Turizm Sektöründe Konaklama İşletmeleri Yatırım Projesi Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.

Zorpas, A.A., Irene V. (2010). *Hospitality And Tourism Management*, Editors: Petter M. Berge And Sondre B. Eliassen, Nova Science Publishers Inc, United States.

## İnternet Kaynakları

Web 1: <http://issikkolu.tr.gg/Turizm-End.ue.strisi.htm> (01.06.2014)

Web 2: [kgturizm.tr.gg/Turizm.htm](http://kgturizm.tr.gg/Turizm.htm) (23.06.2014)

Web 3: <http://www.dpt.gov.tr/ sektor/sektor.htm> (03.01.2014)

Web4: [http://yegitek.meb.gov.tr/aok/Aok\\_Kitaplar/AolKitaplar/Turizm\\_2/6.pdf](http://yegitek.meb.gov.tr/aok/Aok_Kitaplar/AolKitaplar/Turizm_2/6.pdf) (04.08.2014)

Web 5 : <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/>(04.08.2014)

Web 6 : [www. tursab.org.tr,](http://www.tursab.org.tr/)(09.05.2014)

Web7: <http://pbk.tbmm.gov.tr/dokumanlar/kalkinma-plani-9-genel-kurul.pdf>(06.08.2014)

Web8: <http://www.turizmdevergi.com/> (19.02.2016)

Web9: <http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulastirma/1024594-turizmin-ekonomik-etkileri.html> (19.02.2016)

Web10: [http://www.tekirdagtso.org.tr/Formlar/Tekirdag\\_Rapor.pdf](http://www.tekirdagtso.org.tr/Formlar/Tekirdag_Rapor.pdf) (19.02.2016)