

## YURT DIŞI TURİZM GELİRLERİNDEKİ DEĞİŞİMLER VE BU DEĞİŐİMLERİN SEBEPLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME:2012-2020

Figen ARSLAN KOÇKAYA<sup>1</sup>

### ÖZET

Dünya üzerinde turizm gelirleri ülkelerin milli gelir içerisinde yer alan gelir kalemlerinden biridir. Devletlerin kalkınmasına ciddi oranda ivme kazandıran turizm sektörü, özellikle de yabancı turistlerden elde edilen gelir, döviz kazandırıcı ve istihdam oluŐturma nitelikleri ile dış ticaret açığıının azaltılması, işsizlik, enflasyonla mücadele gibi makroekonomik problemlerin çözümünde ve ekonomik gelişmenin desteklenmesinde devlet ekonomisine önemli kazanımlar sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, ülkemize gelen yabancı turistlerden elde edilen turizm gelirinin milli gelir içindeki payının yıllar içindeki değişimine dikkat çekerek turizm sektörünün geliştirilmesinin ülke ekonomisi açısından öneminin ortaya konulmasıdır. Çalışmada Türkiye’de 2012-2020 dönemi için turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda turizm sektörünün kamu harcama ve politikaları başta olmak üzere diğer özel ve karma sektörler tarafından desteklenmesi ve geliştirilmesi ile turizm gelirinin milli gelir içindeki payının yükseltilebileceği ve bu sektörden elde edilecek katma değer de artabileceği ortaya konulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Mevsimlik Turizm, Milli gelir

## AN ASSESSMENT ON THE CHANGES IN FOREIGN TOURISM REVENUES AND THE REASONS FOR THESE CHANGES: 2012-2020

### ABSTRACT

Tourism revenues in the world are one of the income items in the national income of countries. The tourism sector, which gives a serious impetus to the development of the states, provides significant gains to the state economy, especially in the solution of macroeconomic problems such as reducing foreign trade deficit, unemployment, fighting inflation, and supporting economic development, with the income obtained from foreign tourists, foreign currency earning and employment creation qualities. The aim of this study is to reveal the importance of the development of the tourism sector in terms of the country's economy by drawing attention to the change in the share of tourism income in national income from foreign tourists coming to our country over the years. In the study, the relationship between tourism revenues and economic growth for the period of 2012-2020 in Turkey was examined. As a result of this examination, it has been revealed that the share of tourism income in national income can be increased and the added value to be obtained from this sector can also increase by supporting and developing the tourism sector by other private and mixed sectors, especially public expenditures and policies.

**Keywords:** Tourism, Seasonal Tourism, National income

---

<sup>1</sup> Doktor Öğretim Üyesi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Divriği Nuri Demirağ Meslek Yüksekokulu, Otel ve Lokanta Hizmetleri Bölümü, ORCID ID: 0000-0002-7207-3247

## 1. GİRİŞ

Turizm sektörü 1950’li yıllardan sonra ekonomik ve sosyo-kültürel önemi sürekli artan ve gelişen bir sektördür. İnsanlar tarih boyunca gezip-görmek, tedavi olmak ve toplumsal etkinliklere katılmak için sürekli bir yerlerden başka bir yerlere seyahat etmişlerdir. Turizm; bireylerin herhangi bir politik amaç gözetmeksizin farklı yerler görme, tanıma, dinlenme, eğlence, eğitim, sağlık, spor, din ve kültürel vb. bir takım nedenlerden dolayı bireysel veya toplu olarak belirli bir süreliğine yapmış oldukları faaliyetlerin tamamını kapsamaktadır (Başol, 2012:351)

Tarihsel olarak insanların bir yerden başka bir yere seyahat etme eylemlerinin insanlığın tarihiyle başladığı bilinmektedir. Toplumların zaman içerisinde gelişmesi ve zenginleşmesi sonucunda bireyler yoğun iş temposundan uzaklaşmak, farklı yerler görmek ve tatil yapma gereksinimini karşılamak için çeşitli arayışlar içerisine girmişlerdir. Ulaşım araçlarının çeşitlenmesi, insanların boş zamanlarının gün geçtikçe artış göstermesi ve yeni nesil teknolojiler ile bilgiye kolay ulaşım bu arayışlar içerisinde turizmin hızlı bir şekilde gelişmesine neden olmuştur. Dünya üzerindeki ülkeler doğal ve tarihi güzelliklerini tanıtmak ve ülkelerine turist çekebilmek için sektöre ciddi yatırımlar yapmaktadırlar. Yaşadığımız yüzyılda, iktisadi ve sosyal bakımdan ülkelerin gelişmesine en çok katkıyı veren sektörler içerisinde turizm sektörü öne çıkmaktadır (Önen, 2008:2).

Küreselleşme sayesinde ortaya çıkan ekonomik hareketler, hizmetin ve bilginin ön plana geçtiği sektörlerin kıymetini yükseltmiştir. Turizm başlı başına bilgi birikiminin yanında kullanım alanları bakımından önemli bir sektördür. Bu bilgi devamlı değerlendirilmekte ve işlenmektedir. Ayrıca, turizme hizmet arzında bu bilgiler kullanılmakta ve bu durum tüketiciye de yansıtılmaktadır. Bilgi teknolojilerinde gelişmeler yaşandıkça turizm bölgelerinin uluslararası pazardaki rekabet gücü de artmaktadır. Bu durum hizmet sektörünün önemini de her geçen gün artırmaktadır. (Karataş ve Babür, 2013).

Turizm sektörü, ülkelerin ekonomik gelişimde önemli bir paya sahiptir. Turizm ile ülkeler döviz getirisi kazanır ve dış ticaret açığını kapatabilirler. Turizm gelirlerini ve ülkelerine gelen turist sayısını artırmak için pek çok ülke sektöre reklamdan pazarlamaya kadar pek çok alanda destek ve teşvik vererek turizmin kazanımlarından faydalanmayı amaçlamaktadır. Ülkemizde de turizm gelirlerinin artırılması hususunda yoğun çalışmalar yapılmaktadır. Türkiye ekonomisi incelendiğinde dışa bağımlı ancak potansiyeli yüksek gelişmekte olan bir ekonomidir. Ancak nüfus artışı, düşük gelir düzeyi, işsizlik ve altyapı sorunları gibi birçok problemle karşı karşıyadır. Bu problemlerin üstesinden gelmek için siyasi

ve ekonomik istikrarın yakalanması ve büyük yatırımların yapılması gerekmektedir. Yatırımların yapılabilmesi ve yüksek katma değer yaratan ürünlerin üretilebilmesi için gerekli olan malların, petrol ürünlerinin, teknolojik ürünlerin ve tüketim mallarının ithal edilebilmesi için döviz ihtiyacı duyulmaktadır. Bu nedenle ülke ekonomisinin döviz gereksiniminin karşılanmasında önemli rol oynayan sektörlerden biriside turizm sektörüdür. Turizm, çok kısa zamanda döviz getirisi sağlayan, gelir, istihdam ve verimliğe pozitif katkısı olan bir sektördür (Kozak, vd. 2013). Bu nedenle tüm ülkeler turizmin ekonomik, sosyal, politik ve kültürel etkileşiminden dolayı turizme ciddi yatırımlar yapmakta ve önem vermektedir (Bozgeyik, Yoloğlu, 2015).

Türkiye ekonomisinin gelişmesinde turizm önemli bir kaynaktır. Bu nedenle 16.04.2003 tarih ve 4848 sayılı Kanun ile Kültür ve Turizm Bakanlığı kurulmuştur. Turizm Bakanlığı kültürel değerleri korumak, yaşatmak, tanıtmak, geliştirmek, yurdun turizme elverişli bütün imkânlarını ülke ekonomisine olumlu katkı sağlayacak şekilde değerlendirmek, destek ve teşvikle turizmi geliştirmek için gerekli önlemleri almak ve uygulamak gibi pek çok görevi üstlenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017).

Turizm gelirlerinin hesaplanmasında öncelikle ülkemizi ziyaret eden yabancılar için ulus bazında, geceleme yapanlar ile günübirlikçiler ayrımlarına göre ve turla gelenlerin tura ödedikleri bedellerin Türkiye’de kalan kısımları da değerlendirilerek ortalama harcama tutarları bulunur. Bu tutar ile Emniyet Genel Müdürlüğü kayıtlarından ulaşılan kişi sayılarıyla genişletilmesi sonucunda turizm geliri hesaplanır. Turizm giderleri ise yurtdışı ülkeleri ziyaret edip ülkemize giriş yapan yurtiçinde ikamet eden kişilerin yurtdışında yaptıkları harcamaların hesaplanması sonucunda elde edilmektedir (TCMB). Tüm sektörlerde olduğu gibi turizm gelir ve giderlerinin de ülke ekonomisi açısından önemi çok büyüktür. Çünkü ödemeler dengesi içerisinde döviz hareketleri ve önemli bir döviz kaynağı olan turizmin ödemeler dengesindeki payı ülkenin ekonomik durumunu etkilemektedir. Bu nedenden dolayı turizm gelirleri, döviz girdisi yeterli olmayan, ödemeler dengesi açık veren ekonomiler için değerli döviz kaynağı oluşturmaktadır. Turizmden elde edilen döviz getirisi, turistik döviz kayıplarından fazla ise ödemeler dengesi bu durumdan olumlu yönde etkilenir (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008).

Türkiye için turizm sektörünün önemi değerlendirildiğinde, turizm sektöründen elde edilen gelirin üretim sanayinden sonra en fazla döviz getiren sektör olduğu görülmektedir. (Tosun, Timothy ve Öztürk, 2003, 139).

Turizm sektörü ile dolaylı ya da doğrudan birçok sektör ile ilişki içerisinde olması ülke ekonomisini azımsanmayacak oranda etkiler. Konaklama, yiyecek ve içecek, ulaşım, eğlence sektörleri turizmden doğrudan etkilenirken bu sektörlerle mal ve hizmet sağlayan tarım, inşaat, ...vb sektörlerde turizmden dolaylı olarak etkilenir. Bununla birlikte, yerli ziyaretçi giderleri, yabancı ziyaretçi giderleri, kamu harcamaları gibi faktörler de ülke ekonomisi üzerinde turizmin doğrudan etkisi olarak sayılabilmektedir (Soyu vd. 2017).

Belirtilen bu durumlar dikkate alınarak bu çalışmada, 2012-2020 döneminde turizm sektörünün milli gelir içindeki payı incelenmekte ve 2012-2020 dönemi için turizm sektörünün gelişimi sayısal olarak değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Özen, (2017)'de Türkiye'de turizm sektörünün 2012-2016 dönemine ilişkin ekonomik gelişimini incelemiştir. Yapılan bu çalışmada, gayri safi yurtiçi hasıla (GSYH) ile turizm arasındaki ilişkinin analizi Granger nedensellik testi kullanılarak yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, ekonomik büyüme ile turizm gelirleri arasında çift yönlü anlamlı bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Soyu ve arkadaşları (2017); turizm gelirlerinin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Bu araştırmada, turistik harcama oranları, turizmin Gayri Safi Milli Hâsıla içindeki payı ve turizm üzerindeki etkilerinin yanı sıra milli gelir ve dış ticaretteki payı detaylı olarak incelenmiştir. Bu çalışma sonucunda, turizm gelirlerinin dış ticaret açığının yanı sıra döviz ihtiyacının karşılanmasında Türkiye ekonomisi için önemli bir araç olduğu belirtilmiştir. Ayrıca Türkiye'nin ciddi bir turizm gelirine ihtiyacı olması nedeniyle turizm gelirlerde düşüşün önüne geçilmesi ve artırılması konusunda çalışmaların yapılması gerektiği vurgulanmıştır.

Kanca, (2015)'de 1980-2013 dönemini kapsayan zaman aralığı için ekonomik büyüme ile turizm gelirleri arasında bir bağıntı olup olmadığı Granger nedensellik testi kullanılarak analiz edilmiştir. Bu araştırma çalışmasında, ekonomik büyüme ile turizm gelirleri arasında Granger anlamda bir nedensellik ilişkisi olduğu ortaya konulmuştur. Bununla birlikte, turizm gelirlerindeki artışın ekonomik büyümeye pozitif etkisinin olduğu analiz sonuçları ile gösterilmiştir.

Çımat ve Bahar (2003), Türkiye ekonomisi için turizm sektörünün önemini değerlendirdikleri çalışmalarında Türkiye'ye seyahat eden toplam yabancı turistlerden elde edilen turizm gelirinin milli gelir, ihracat ve toplam yatırımlar içindeki payı analiz edilmiştir. Ayrıca araştırmada yabancı turist kişi başına harcama, turizm tesisi ve turizm tesisi sayısını

içeren verilerden de yararlanılmıştır. Türkiye’yi tercih eden turist sayısının yanı sıra turizm gelirlerinde arttırılmasının çevreyle uyumlu, rekabetçi ve sürdürülebilir politikaların izlenmesine bağlı olduğu belirtilmiştir. Türkiye’de turizm sektörünün ekonomi için önemli bir bileşen olduğu, gerekli iyileştirmelerin yapılması durumunda uluslararası turizm gelirinden alınan payda ciddi bir artış ve bu gelir artışının toplumsal refah düzeyine olumlu yönde katkı sunabileceği sonucuna ulaşılmıştır.

Kara ve diğerleri (2012), turizm gelirleri ile makroekonomik göstergeler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan bu çalışmada büyümeden turizm gelirlerine doğru tek yönlü; turizm gelirlerinden cari işlemler dengesine doğru çift yönlü ve döviz kurundan turizm gelirlerine doğru tek yönlü nedensellik ilişkisi olduğu gösterilmiştir. Nedensellik analizlerinin doğruluğu etki-tepki ve varyans analizleri yardımıyla test edilmiştir.

Dereli ve Akiş (2018); turizm gelirleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin analiz edildiği çalışmalarında süreye bağlı olarak bir nedensellik ilişkisinin olup olmadığını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda, değişkenler arasında kısa dönemde bir nedensellik ilişkisi saptanamazken, uzun dönemde turizm gelirlerinden ekonomik büyümeye doğru bir nedensellik ilişkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Bozgeyik ve Yoloğlu (2015); Türkiye’de 2002-2014 yılları arasındaki döneme ait turizm gelirleri ile GSYH arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Yapılan bu çalışma sonucunda, Türkiye’nin gelecek yıllarda uluslararası turizm gelirinden daha fazla pay alması ve arttırılabilmesinin yolunun çevreyle uyumlu, rekabetçi, yenilikçi ve sürdürülebilir politikalara bağlı olduğu belirtilmiştir.

Yamak ve diğerleri (2012); sektör bazında turizm ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Turist başına düşen turizm gelirlerinin GSMH, sanayi, tarım ayrıca hizmet sektörleri açısından çeşitli dönemlerdeki etkileri incelenmiştir. Çalışmalarında Phillips-Perron (PP) Dickey-Fuller (ADF) birim kök testleri kullanılmıştır. Konusu geçen değişkenler arasında kısa dönem ilişkileri görmek için, Granger (1969) nedensellik testini kullanmışlardır. Yine, bu değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkiler için, Johansen-Juselius (1990), Engle-Granger (1987) koentegrasyon yönteminden yararlanılmıştır.

Dilber, (2007) turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki etkisini girdi-çıkı tablosu yardımıyla değerlendirmiştir. Çalışmasında, turizmin ekonomideki katma değerinin belirlenmesinin, faktör yoğunluğunun saptanmasının, ayrıca turizmin farklı sektörlerle ileri ve

geri bağlantı katsayılarının incelenmesinin kamu politikalarına ışık tutacağı sonucuna varmışlardır.

Suresh ve Senthilnathan 2014 yılında yaptıkları araştırmada Sri Lanka'da Turizm ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiyi araştırmışlardır. Çalışmada Sri Lanka ekonomik kalkınmasının politika yapıcıları için turizmin gelecekte ekonomik büyümeye yol açması gerektiğini vurgulamışlar ve böyle bir sonuca ulaşmak için turizme dayalı ekonomik büyüme hipotezleri için stratejiler geliştirmeleri gerektiğini ileri sürmüşlerdir.

Sarmidi ve Salleh 2015 yılında Malezya'da ticaret, ekonomik büyüme ve turizm arasındaki dinamik ilişki adlı çalışmalarında kısa vadede, hem toplam ticaretteki (ihracat ve ithalat) büyümenin hem de uluslararası turistlerin Malezya'ya gelişinin tek yönlü olarak Granger'ın reel gelir büyümeye neden olduğunu ileri sürmüşlerdir.

### **3. BULGU VE TARTIŞMALAR**

#### **3.1. Ortalama Geceleme Sayısının Turizm Gelirine Etkisi**

Bacasız sanayi olarak tanımlanan ve Türkiye ekonomisi için çok önemli bir sektör olan turizm sektöründen elde edilen gelirlerin GSYİH içindeki payı her geçen gün artmaktadır. Bu artış ülke ekonomilerine önemli katkı sağlayarak yaşanan olumsuzlukların, dar boğazların ve krizlerin aşılmasında önemli bir rol oynamış ve aynı zamanda bir çıkış noktası olmuştur (Kar vd. 2004: 88).

Türkiye'nin ikinci büyük endüstrisi konumunda olan turizm, ülkenin iktisadi olarak gelişmesinde ve kalkınmasında anahtar rol oynamaktadır. Dünyada turizm sektörü hızlı bir şekilde gelişme ve büyüme eğilimi göstermektedir. Benzer şekilde turizm Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren büyük bir değişim içerisine girmiş ve gelişim göstermiştir. 1983 yılı Türk turizmi için bir dönüm noktası başka bir ifadeyle ise canlanma döneminin başlangıcı olarak gösterilebilir. 1980'li yıllardan günümüze kadar olan dönemde turizm sektörü Türkiye ekonomisinin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle sektöre yapılan yatırımlar ve teşvikler sonucunda hem turist sayısında hem de turizm gelirlerinde sürekli bir artış sağlanmıştır (Hepaktan ve Çınar, 2010: 140). Türkiye'ye 2012-2020 yılları itibariyle gelen turist sayısına ve turizm gelirlerine ilişkin veriler Tablo 1'de detaylı olarak sunulmuştur.

**Tablo 1. Toplam Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Geceleme Sayısı**

<b>Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Geceleme Sayısı, 2012 - 2020</b>					
		<b>Toplam</b>			
<b>Yıl</b>	<b>Yıllık</b>	<b>Turizm geliri ( 000 \$)</b>	<b>Ziyaretçi sayısı</b>	<b>Kişi başı ortalama harcama (\$)</b>	<b>Ortalama geceleme sayısı</b>
<b>2012</b>	<b>Yıllık</b>	29 007 003	36 463 921	795	10,8
<b>2013</b>	<b>Yıllık</b>	32 308 991	39 226 226	824	10,2
<b>2014</b>	<b>Yıllık</b>	34 305 904	41 415 070	828	10,0
<b>2015</b>	<b>Yıllık</b>	31 464 777	41 617 530	756	10,1
<b>2016</b>	<b>Yıllık</b>	22 107 440	31 365 330	705	11,4
<b>2017</b>	<b>Yıllık</b>	26 283 656	38 620 346	681	10,9
<b>2018</b>	<b>Yıllık</b>	29 512 926	45 628 673	647	9,9
<b>2020</b>	<b>Yıllık</b>	12 059 320	15 826 266	762	12,4

(Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>)

Turizm gelirlerindeki değişim, kişi başı ortalama harcamalar ve ortalama geceleme sayısının gösterildiği Tablo 1 incelendiğinde, elde edilen turizm geliri ile turist sayısı arasında doğrusal bir ilişkinin olmadığı açık bir şekilde görülmektedir. 2014 yılında ülkemizde 41 415 070 ziyaretçi konaklamış ve kişi başı ortalama harcama 828\$ seviyesinde gerçekleşmiştir. 2015 yılına kadar artan seyir izleyen turizm geliri, Rusya’da yaşanan ekonomik kriz ve 2016 yılında oluşan güvenlik endişeleri nedeniyle önemli oranda azalmıştır. Bunun karşılığında 34 305 904 000\$ turizm geliri elde edilmiştir. 2018 yılında ülkemizi ziyaret eden turist sayısı bir önceki yıla göre %18 artış göstererek 45 628 673 sayısına ulaşmış ancak 2018 yılında meydana gelen döviz kurundaki düşme kişi başı ortalama harcamayı 666\$ seviyesine çekmiştir. 2018 yılında elde edilen turizm geliri ise 29 512 926 000\$ seviyelerine gerilemiştir. 2019 yılında ise ülkemizi ziyaret eden turist sayısı rekor kırarak 51 860 042 sayısına ulaşmış olmasına rağmen elde edilen gelir 2014 yılı seviyelerinde kalmıştır. 2020 yılında ülkemizi tercih eden ziyaretçi sayısı pandeminin etkisi ve yaşanan ekonomik dar boğazlar nedeniyle dramatik bir şekilde azalmıştır. Bu olumsuzluklar sonucunda turizm gelirleri 2019 yılı ile karşılaştırıldığında %65 oranında azalarak 12 059 320 000\$ olmuştur. Turizm gelirinin yıllar içerisinde doğrusallıktan uzak değişim göstermesinin diğer nedenleri arasında, gelen turistlerin daha çok paket turlar tercih etmesi ve sektörün ekonomik sıkıntılarının etkisini en aza indirmek için uygulamış oldukları indirim ve kampanyalar olduğu söylenebilir.

**Tablo 2. Yabancıardan Elde Edilen Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Geceleme Sayısı, 2012 – 2020**

Yıl	Yıllık Çeyrek	Turizm geliri ( 000 \$)	Yurt dışında ikamet eden yabancı ziyaretçi sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)	Ortalama geceleme sayısı
2012	Yıllık	22 410 365	31 342 464	715	9,0
2013	Yıllık	25 322 291	33 827 474	749	8,6
2014	Yıllık	27 778 026	35 850 286	775	8,6
2015	Yıllık	25 438 923	35 592 160	715	8,7
2016	Yıllık	15 991 381	25 265 406	633	9,8
2017	Yıllık	20 222 971	32 079 527	630	9,6
2018	Yıllık	24 028 311	38 951 902	617	9,0
2019	Yıllık	28 704 946	44 712 970	642	8,9
2020	Yıllık	9 097 118	12 708 265	716	10,2

(Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>)

Tablo 2 ise, ülkemizi ziyaret eden yabancı uyruklu turist sayısını, ortalama konaklama gününü ve yabancıardan elde edilen turizm gelirini göstermektedir. Tablo 2’de yabancı turistlerin ülkemizi 8- 10 gün aralığında ziyaret ettikleri görülmektedir. Ayrıca, ülkemizi ziyaret eden yabancı turist sayısı 30- 40 milyon seviyelerinde değişim göstermektedir. Ancak, yine 2016 yılında yaşanan güvenlik endişeleri ve ülkeler arası yaşanan siyasi gerginliklerin ülkemizi ziyaret eden turist sayısında da ciddi oranda azalmaya yol açtığı görülmektedir. 2017 yılında toparlanma eğilimine giren yabancı turist sayısı, yine, 2020 yılında yaşanan pandemi ve turizm mevsimlerinden biri olan II. çeyrekte yaşanan tam kapanma dolayısı ile büyük oranda düşmüştür.

**Tablo 3. Yurt Dışında İkamet Eden TC Vatandaşlarından Elde Edilen Turizm Geliri, Gideri ve Ortalama Geceleme Sayısı, 2012 – 2020**

Yıl	Yıllık	Turizm geliri ( 000 \$)	Yurt dışında ikamet eden vatandaş ziyaretçi sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)	Ortalama geceleme sayısı
2012	Yıllık	6 354 379	5 121 457	1 241	21,4
2013	Yıllık	6 760 180	5 398 752	1 252	19,7
2014	Yıllık	6 289 260	5 564 784	1 130	18,5
2015	Yıllık	5 843 074	6 025 370	970	17,5
2016	Yıllık	5 964 853	6 099 924	978	17,4
2017	Yıllık	5 908 752	6 540 819	903	16,9
2018	Yıllık	5 345 472	6 676 771	801	15,3
2019	Yıllık	5 688 271	7 147 072	796	15,9
2020	Yıllık	2 886 859	3 118 001	926	21,1

(Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>)



Yurt dışında ikamet edip ülkemize turist olarak gelen TC vatandaşlarının sayısı, bu kişilerden elde edilen gelir, kişi başına ortalama harcama ve ortalama geceleme sayısının gösterildiği Tablo 3'e göre; yurt dışında yaşayan Türk vatandaşlarının geceleme sayısının yabancı turistlere oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Yabancı turistlerde konaklama süresi 8-10 gün seviyesinde olup, bu sayı yurt dışında ikamet eden TC vatandaşları için ortalama 20 gün seviyesinde olduğu gözlemlenmektedir. TC uyruklu vatandaşların konaklama sürelerinin fazla olması, kişi başı ortalama harcamalarının, yabancı uyruklu turistlere oranla daha fazla çıkmasına da sebep olmaktadır.

### 3.2. Turizm Sektörünün GSYH'ya Etkisi ve Turizm Gelirinin Harcama Kalemlerine Göre Dağılımı

Türkiye'de turizm sektörü ekonomiye doğrudan ve dolaylı olarak önemli bir katma değer sağlamaktadır. Konaklama, ulaşım, eğlence sektörü nihai mal ve hizmet satışları turizmin ekonomiye doğrudan katkısını oluştururken, yapılan yeni yatırımlar turizm alanındaki kamu harcamaların ve sübvansiyonlar dolaylı katkıları oluşturmaktadır. Ayrıca, sektörde çalışan istihdam oranı işsizliği azaltırken bu kişilerin yapmış olduğu harcamalar da uyarılmış tüketim etkisi yaratmaktadır.

**Tablo 4. GSYH İçinde Turizm Sektörünün Payı ( 000 \$)**

YILLAR	GSYH Cari Fiyatlarıyla	GSYH Değişim Oranı (%)	Turizm geliri ( 000 \$)	GSYH İçerisindeki Payı(%)
2012	786 283 000	9,2	29 007 003	3,6
2013	823 044 000	10,6	32 308 991	3,9
2014	799 370 000	11,5	34 305 904	4,2
2015	719 620 000	11,7	31 464 777	4,3
2016	862 744 000	3,2	22 107 440	2,5
2017	851 490 000	7,4	26 283 656	3,1
2018	784 087 000	2,6	29 512 926	3,8
2019	760 355 000	0,9	34 520 332	4,5
2020	716 902 000	1,8	12 059 320	1,6

(Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>)

Turizmin ekonomide yarattığı katma değer olumlu yöndeki etkisini daha iyi anlaşılması için, GSYH içerisinde turizmin payına bakılması son derece önemlidir. Döviz sıkıntısı çeken ve cari açık veren ülkeler için önemli bir döviz kaynağı olması özelliği ile turizm, ödemeler dengesinde yaratacağı pozitif etki ile ülkenin ekonomik seyrinde yadsınamaz bir nitelik taşımaktadır. Tablo 4 incelendiğinde; Yıllar itibariyle turizm sektörünün GSYH içindeki payının 3,5-4,5 seviyelerinde bulunduğu halde 2016 yılında yaşanan güvenlik sıkıntıları nedeniyle %2,5'a kadar gerilediği görülmektedir.2019 yılına kadar toparlanma

eğilimi gösteren sektör, 2019 yılında GSYH içerisindeki payını tekrar %4,5 seviyelerine taşımıştır. 2020 yılındaki pandemi sürecinin etkisi ile bu seviyenin 1,6'ya kadar düştüğü görülmektedir. Turizm gelirinin ekonomiye sağladığı katma değer göz önüne alındığında, meydana gelen bu daralmayı çözebilmek adına kamu desteğine ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir.

Bölgeler arası gelişmişlik farkını azaltabilmek adına turizmin bölge kalkınmasında yarattığı etki önemlidir. Turizm bölgenin kendine ait tüm kaynaklarını harekete geçirirken, girişimciliği teşvik etmekte, ayrıca yarattığı istihdam hacmi ile bölgenin kişi başı ortalama gelirini artırırken, yaşam standartların iyileştirilmesini ve sosyo-kültürel ve ekonomik yapının gelişmesini sağlamaktadır. Turizm gelirinin bölge kalkınmasına sağladığı katma değeri anlayabilmek için turizm gelirinin harcama kalemlerine göre dağılımına bakma gerekir.

**Tablo 5. Turizm Gelirinin Harcama Kalemlerine Göre Dağılımı (2020)**

Harcama Türü	Miktar (1 000 \$)	Pay (%)
<b>Toplam turizm geliri (A+B)</b>	<b>12 059 320</b>	<b>100,0</b>
<b>Kişisel harcamalar (A)</b>	<b>9 998 320</b>	<b>82,9</b>
Yeme-içme	2 815 772	23,3
Konaklama	1 255 681	10,4
Sağlık	548 882	4,6
Ulaştırma (Türkiye içi)	827 384	6,9
Spor, eğitim, kültür	104 716	0,9
Tur hizmetleri	30 744	0,3
Yerli Uluslararası ulaşım	1 882 315	15,6
Cep telefonu dolaşım harcamaları	47 414	0,4
Marina hizmet harcamaları	27 929	0,2
<b>Diğer mal ve hizmetler</b>	<b>2 457 483</b>	<b>20,4</b>
Giyecek ve ayakkabı	1 540 506	12,8
Hediyelik eşya	480 515	4,0
Halı, kilim vb.	25 220	0,2
Diğer harcamalar	411 241	3,4
<b>Paket tur harcamaları (ülkemize kalan pay) (B)</b>	<b>2 060 999</b>	<b>17,1</b>

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

Tablo 5, 2020 yılı turizm gelirlerinin harcama kalemlerine göre dağılımını gösterirken; toplam turizm harcamaları içerisinde kişisel harcamaların oranının %82,9 paya sahip olduğu görülmektedir. Bu durum turizm gelirinin daha fazla tur anlaşmaları kapsamı içerisinde

kaldığının ve bölge kalkınması açısından ulaşılabilecek potansiyel katma değere ulaşamadığını göstermektedir. Turizmin bölgesel kalkınmada bir dinamik olarak kullanılması adına, bölgenin tanıtımının yoğun bir şekilde yapılması gerekmektedir. Bununla birlikte turistik talebi karşılayacak turistik tesis ve işletme sayısının yeterli düzeye getirilmesi ve kalitelerinin artırılması, bölgeye yönelik tur düzenleyecek tur operatörü ve acentelerle bağlantı kurulması, bölgede seyahat acenteleri kurularak bölgeye yönelik turlar organize edilmesi turizmin sağladığı katma değeri bölgeye yansıtılabilmek adına önemlidir. Bu doğrultuda, bölge halkına turizmin bölgenin ekonomik ve sosyal yapısına sağlayacağı katkılar anlatılmalı ve turizm konusunda halk bilinçlendirilmelidir. Bölgeye turizm yatırımlarını çekebilmek ve cazip hale getirebilmek adına en önemli görev yerel yönetimler ve kamuya düşmektedir.

**Tablo 6. Turizm Gideri ve Ortalama Harcama, Ortalama Geceleme Sayısı, 2012 – 2020**

Vatandaşlar (Türkiye'de ikamet eden)					
Yıl	Yıllık Çeyrek	Turizm gideri ( 000 \$)	Türkiye'de ikamet eden yurt dışını ziyaret eden vatandaş sayısı	Kişi başı ortalama harcama (\$)	Ortalama geceleme sayısı
2012	Yıllık	4 593 390	5 802 950	792	12,5
2013	Yıllık	5 253 565	7 525 869	698	13,1
2014	Yıllık	5 470 481	7 982 264	685	12,9
2015	Yıllık	5 698 423	8 750 851	651	11,9
2016	Yıllık	5 049 793	7 891 909	640	11,0
2017	Yıllık	5 137 244	8 886 916	578	9,9
2018	Yıllık	4 896 310	8 383 432	584	9,4
2019	Yıllık	4 403 670	9 650 512	456	9,1
2020	Yıllık	1 104 545	2 242 864	492	12,6

(Kaynak: <https://data.tuik.gov.tr>)

Turizm amacıyla seyahat eden tüketicilerin gittikleri ülke ve işletmelerde yapacakları harcamalar, o ülkenin ödemeler dengesine olumlu katkılar sağlayacaktır. Bir ülkenin döviz geliri, turistik döviz kaybından daha yüksek olduğu durumlarda ödemeler dengesine de pozitif yönde etkide bulunacaktır. Bu nedenle turizm endüstrisi, döviz sıkıntısı problemi yaşayan ve ödemeler dengesi açık veren ülkelerde önemli bir döviz kaynağıdır. Ayrıca turizm sebebiyle kazanılan dövizin maliyeti, üretildiği yerde tüketildiği ve teşvik politikalarından daha fazla yararlanan bir endüstri olduğundan ihraç ürünleri için sarf edilen maliyetlerden daha düşüktür. Dış turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri açısından çok önemlidir.

Tablo 6, Türkiye’de ikamet eden ve yurt dışını ziyaret eden turist sayısı, turizm gideri, kişi başı ortalama harcama ve ortalama konaklama sürelerini göstermekte olup, ortalama geceleme sayısının 12 gün bandında seyrettiği görülmektedir. Tablo 1 ile birlikte incelendiğinde; toplam turizm gelir- gider hesaplamasında turizm giderlerinin turizm gelirinun ortalama %15’ini oluşturduğu görülmektedir. Bu durum dış ticaret dengesi açısından turizmin önemini gözler önüne sermektedir.

### 3.3. Mevsimsel Açıdan Turizm Geliri

Turizm sektörü içerisinde mevsimsellik, yıl içerisinde turizm talebi miktarındaki ciddi artış ya da azalış olarak tanımlanır. Türkiye; zengin ve şifalı suları ile sağlık ve termal turizmne, yüksek dağları ve bu dağlarda kurulan kayak tesisleri ile kış turizmne imkân sağlamaktadır. Ayrıca, kendine has coğrafya ve iklimi ile yayla turizmne, yaklaşık 4000 adet mağarası ile mağara turizmne, coğrafi yapısı, bitki örtüsü, dağları ve yaban hayatı ile av turizmne olanak sağlayan coğrafi güzelliğe sahip dünya üzerindeki nadir ülkelerden birisidir. Ayrıca, Asya ve Avrupa’yı birleştiren konumu ile toplantı ve kongrelere şahane mekânlar sunan kongre turizmi, uluslararası nitelikteki golf tesisleri ile golf turizmi, olağanüstü güzelliklere sahip koy ve körfezleri ile yat turizmi için de elverişlidir.

Çin’den Orta Asya’ya ve oradan da Avrupa’ya uzanan tarihi İpek yolu ile ipek yolu turizmi, gerek çok tanrılı gerek tek tanrılı dinlere ev sahipliği yapması ve her inançtan insanın görmesi gereken eserlere sahip olması dolayısı ile inanç turizmi de Türkiye’de yapılabilen turizm çeşitleri arasında yer almaktadır.

Son yıllarda ise ülkemizde gelişen turizm kollarından birisi ise dağcılık turizmidir. Ülkemiz bütün bölgelere dağılmış zengin flora ve faunaya sahip dağları sahip olması nedeniyle dağcılık turizmne imkân sağlamaktadır. Bunlara ilaveten yamaç paraşütü, yelken kanat, planör, paraşüt, balon gibi aktiviteleri içeren hava sporları turizmi, ülkenin her yanını sarmalayan uzun ve coşkun akan nehirleri ile akarsu- rafting turizmi, sularında bulunan önemli batıklar ve su altı mağaraları ile su altı dalış turizmi, yaklaşık 450 çeşit kuş türü ile kuş gözlemciliği turizmi ile Türkiye her mevsim katma değeri yüksek turizm potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir.

Aşağıdaki tablo 2012-2020 yılları mevsimsel turizm geliri ve kişi başı ortalama harcamaları göstermekte olup, mevsimsel açıdan Türkiye’nin turizm talep yoğunluğunu göstermektedir.

**Tablo 7. Mevsimsel Turizm Geliri ve Kişi Başı Ortalama Harcama, 2012- 2020**

Mevsimsel Turizm Geliri ve Kişi Başı Ortalama Harcama, 2012- 2020										
Yıl	Yıllık-Çeyrek	Turizm Geliri			Kişi Başı Ortalama Harcama			Gecelik ortalama harcama (\$)		
		Toplam (000 \$)	Yabancı (000 \$)	Vatandaş (yurt dışında ikamet eden) (000 \$)	Toplam (\$)	Yabancı (\$)	Vatandaş (yurt dışında ikamet eden) (\$)	Toplam (\$)	Yabancı (\$)	Vatandaş (yurt dışında ikamet eden) (\$)
<b>2012</b>	<b>Yıllık</b>	<b>29 007 003</b>	<b>22 410 365</b>	<b>6 354 379</b>	<b>795</b>	<b>715</b>	<b>1 241</b>	<b>77</b>	<b>84</b>	<b>58</b>
	<b>I</b>	3 524 422	2 518 512	969 676	835	746	1 148	69	76	55
	<b>II</b>	7 066 015	5 758 223	1 234 740	758	684	1 355	85	87	76
	<b>III</b>	11 055 087	8 636 472	2 333 040	716	656	1 025	74	80	58
	<b>IV</b>	7 361 478	5 497 157	1 816 922	984	860	1 667	78	94	52
<b>2013</b>	<b>Yıllık</b>	<b>32 308 991</b>	<b>25 322 291</b>	<b>6 760 180</b>	<b>824</b>	<b>749</b>	<b>1 252</b>	<b>84</b>	<b>91</b>	<b>63</b>
	<b>I</b>	4 648 816	3 270 062	1 343 846	974	851	1 442	86	87	83
	<b>II</b>	8 315 789	6 928 658	1 328 725	810	747	1 335	100	102	92
	<b>III</b>	11 579 006	9 151 749	2 343 513	721	667	1 001	78	84	62
	<b>IV</b>	7 765 380	5 971 822	1 744 096	956	854	1 542	77	96	46
<b>2014</b>	<b>Yıllık</b>	<b>34 305 904</b>	<b>27 778 026</b>	<b>6 289 260</b>	<b>828</b>	<b>775</b>	<b>1 130</b>	<b>85</b>	<b>94</b>	<b>61</b>
	<b>I</b>	4 807 836	3 632 382	1 137 621	949	877	1 230	84	89	69
	<b>II</b>	8 975 976	7 534 385	1 379 104	818	759	1 325	96	99	85
	<b>III</b>	12 854 373	10 438 971	2 328 819	752	712	963	85	93	61
	<b>IV</b>	7 667 719	6 172 289	1 443 716	924	867	1 224	77	93	45
<b>2015</b>	<b>Yıllık</b>	<b>31 464 777</b>	<b>25 438 923</b>	<b>5 843 074</b>	<b>756</b>	<b>715</b>	<b>970</b>	<b>77</b>	<b>85</b>	<b>55</b>
	<b>I</b>	4 868 890	3 814 817	1 024 308	911	884	994	84	91	64
	<b>II</b>	7 733 677	6 662 826	1 025 871	719	691	921	88	92	70
	<b>III</b>	12 294 189	9 893 997	2 333 483	706	670	881	75	82	54
	<b>IV</b>	6 568 022	5 067 284	1 459 412	810	737	1 183	67	77	46
<b>2016</b>	<b>Yıllık</b>	<b>22 107 440</b>	<b>15 991 381</b>	<b>5 964 853</b>	<b>705</b>	<b>633</b>	<b>978</b>	<b>63</b>	<b>65</b>	<b>56</b>
	<b>I</b>	4 066 384	2 880 256	1 157 915	796	717	1 059	67	67	66
	<b>II</b>	4 981 318	3 809 413	1 132 473	665	602	973	72	70	77
	<b>III</b>	8 277 009	5 887 775	2 339 500	686	622	901	62	66	55
	<b>IV</b>	4 782 729	3 413 938	1 334 965	714	626	1 072	53	59	42
<b>2017</b>	<b>Yıllık</b>	<b>26 283 656</b>	<b>20 222 971</b>	<b>5 908 752</b>	<b>681</b>	<b>630</b>	<b>903</b>	<b>63</b>	<b>66</b>	<b>53</b>
	<b>I</b>	3 369 753	2 404 603	943 919	696	637	880	53	53	54
	<b>II</b>	5 413 048	4 375 826	1 004 218	611	570	845	63	65	57
	<b>III</b>	11 391 668	8 727 514	2 604 740	684	634	900	69	72	60
	<b>IV</b>	6 109 187	4 715 027	1 355 875	741	687	978	58	65	43
<b>2018</b>	<b>Yıllık</b>	<b>29 512 926</b>	<b>24 028 311</b>	<b>5 345 472</b>	<b>647</b>	<b>617</b>	<b>801</b>	<b>65</b>	<b>69</b>	<b>52</b>
	<b>I</b>	4 425 237	3 348 335	1 054 088	723	682	869	65	67	60
	<b>II</b>	7 044 591	5 936 235	1 073 228	636	602	885	74	76	66
	<b>III</b>	11 502 665	9 371 634	2 085 535	612	589	724	65	70	51
	<b>IV</b>	6 540 434	5 372 106	1 132 622	678	649	828	57	62	42
<b>2019</b>	<b>Yıllık</b>	<b>34 520 332</b>	<b>28 704 946</b>	<b>5 688 271</b>	<b>666</b>	<b>642</b>	<b>796</b>	<b>68</b>	<b>73</b>	<b>50</b>

	<b>I</b>	4 629 679	3 703 613	905 829	697	678	765	67	70	56
	<b>II</b>	7 973 963	6 974 736	967 045	625	607	766	68	69	63
	<b>III</b>	14 031 122	11 484 852	2 504 609	649	623	789	73	77	57
	<b>IV</b>	7 885 568	6 541 744	1 310 787	727	702	859	62	73	35
<b>2020</b>	<b>Yıllık</b>	<b>12 059 320</b>	<b>9 097 118</b>	<b>2 886 859</b>	<b>762</b>	<b>716</b>	<b>926</b>	<b>61</b>	<b>70</b>	<b>44</b>
	<b>I</b>	4 101 206	3 292 351	791 117	727	710	788	70	74	59
	<b>II</b>	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>III</b>	4 044 356	2 875 002	1 137 764	722	649	969	61	70	46
	<b>IV</b>	3 913 758	2 929 765	957 978	854	804	1 019	54	67	35

(KAYNAK: <https://data.tuik.gov.tr>)

Türkiye açısından turizm talebine bağlı olarak oluşan mevsimsel turist hareketlerinin gösterildiği Tablo 7 incelendiğinde, Türkiye turizmi verileri dikkate alındığında Mayıs – Ekim ayları arasındaki dönemin “yüksek sezon” ya da “turizm mevsimi” olarak tanımlanırken, Kasım – Nisan ayları arasındaki dönemin ise “düşük sezon” ya da “turizm mevsimi dışı” olarak tanımlanabilir. Yıl içerisinde aylık bazda farklılık gösteren turist sayısı turizmin mevsimlik karakterini belirlemektedir. Turistlerin belli mevsimleri sürekli tercih etmelerinde, sıcaklık, eğlence, dinlenme, deniz- güneş- kum özlemi gibi bireysel sebeplerin yanı sıra doğal, dini, kültürel ve toplumsal etkiler ile yasal düzenlemeler sonucu ortaya çıkan kurumsal sebeplerin de etkili olduğu göz ardı edilmemelidir. Turistlerin, tatil zamanları konusunda genellikle aynı mevsimi tercih etmelerinde göze çarpan en önemli kurumsal sebepler arasında, okul tatilleri ve kurumlar tarafından önceden düzenlenen yıllık ücretli izin takvimlerinin olduğu söylenebilir. Bu sebepler doğrultusunda turistlerin dört turizm mevsimi arasından yoğun olarak III. Çeyreği talep ettikleri gözlemlenmektedir. Bu durum, Türkiye’nin, sayısız turizm çeşidine imkânı olduğu halde bu çeşitlilikten yeterince faydalanmadığını ve baskın turizm sezonunun hala III. Çeyrek (Temmuz, Ağustos ve Eylül ayları) olduğunu göstermektedir.

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, ödemeler dengesi yönünden görünmeyen ihracat olarak tanımlanmaktadır. Bu şekilde nitelendirilmesinin sebebi, bu sektörün turizm tüketicilerine mal ve hizmet satarak döviz geliri kazandırmasıdır. Bu nedenle turizm sektörünün diğer ihracat sektörlerine oranla daha avantajlı olduğu görülmektedir. Bu avantajları sayesinde, turizm sektöründen düşük sayıda ithalatla, kısıtlı dönemlerde döviz geliri elde edebilme fırsatı bulunması, ihracat olanağı olmayan ürünlerde ise ülkenin coğrafi güzellikleri, kültürü ve tarihi değerlerinin turizm açısından pazarlanabilir ürünler haline dönüşmesiyle döviz kaynağı haline getirilmesi sağlanmış olacaktır.

Türkiye ekonomisinin iki temel sorunu cari işlemler açığı ve dış ticaret açığıdır. Türkiye'nin turizm sektöründen elde ettiği gelirler bu açıkların azaltılmasında önemli bir kaynak oluşturacaktır.

Turist sayısında oluşan önemli artışa karşın turizm gelirlerinin aynı oranda artmaması, Türkiye'nin, turizm politikası yönünden üzerinde dikkatle durulması gereken bir konudur. Türkiye'de turist sayısındaki artışa karşın, turizm gelirlerinde aynı oranda artış olmamasının nedenlerinden biri döviz kurunda meydana gelen azalmaya bağlı olarak turistlerin yaptıkları kişi başı harcamaların beklentinin altında kalmasıdır. Bu nedenlerle turizm sektörünün tanıtım çalışmalarını kişi başı turizm harcaması yüksek olan ülkelere yönelik yapılması ve turizm tüketicilerine alternatif tatil imkânlarının sunulması da Türkiye'nin turizm sektörüne fayda sağlayacaktır.

Konaklama süresi açısından değerlendirildiğinde, yurt dışında ikamet eden TC vatandaşlarının yabancılara kıyasla daha uzun süreli konaklamayı tercih ettikleri gözlemlenmiştir. Yabancı turistler ile TC uyruklu turistler arasında konaklama süreleri bakımından oluşan büyük fark yabancı turistlerin ülkeye sağladığı döviz miktarının beklenilenin altında kalmasına yol açmaktadır. Büyük oranda III. çeyrek turizmi (Temmuz, Ağustos, Eylül ayları) tercih eden yabancı turistlere yönelik kampanya ve tanıtım faaliyetlerinin artırılmasının ve yabancı turizm tüketicilerinin farklı turizm destinasyonlarına yönlendirilmesi ile bu olumsuz tablonun değiştirileceği öngörülmektedir. Bu sorunun ancak uluslararası konsorsiyumlarla ve devlet desteği ile çözümlenebileceği düşünülmektedir.

Turizm sektöründe özellikle çalışan personelin eğitime önem verilmelidir. Unutulmamalıdır ki ülkeye turist getiren ve tekrarını, sürekliliğini sağlayan, turistin aldığı hizmetin kalitesidir. Hizmet içi eğitimlerle var olan turizmdeki istihdam hacmi uluslararası turizm hizmet standartlarına getirilirken, turizm işgücü piyasası da bu doğrultuda revize edilmelidir.

Turizm sektörünün, ülkelerin ekonomisine sağladığı yüksek katma değer yanı sıra, kültürler arası dayanışmayı sağladığını ve dünya barışına katkı sağlayan önemli bir aktör olduğunu göz ardı etmemek gerekir. Uluslararası konsorsiyumlarda yaşanan siyasi sıkıntılar, politik ve ideolojik gerginlikler hali hazırda birçok ülkede devam etmektedir. Gelecekte bu tarz sorunların yaşanmaması adına turizm sektörünün geliştirilmesi ayrı bir önem arz etmektedir.

Türkiye turizminin olumlu imaj algısını güçlendirmenin, ülkeyi ziyaret eden turist sayısını olumlu yönde etkileyeceği öngörülmektedir.

Küresel piyasalarda yaşanan değişimler dikkate alındığında Türk ürünlerinin küresel pazardaki pozisyonlarının korunması, sağlamlaştırması ve payını artırılması çok önemlidir. Bu amaçla, yurt dışında faaliyet gösterecek olan ve yerli sermaye ile kurulacak olan işletmelerin desteklenmesi gerekmektedir. Bu nedenle tur operatörlerinin, seyahat acentelerinin, kruvaziyer firmalarının, havayollarının, tarifersiz uçuş işletmelerinin kurulması ve faaliyetlerine başlamaları için politikaların geliştirilmesi ve sürdürülebilir olası çok büyük bir önem arz etmektedir. Ayrıca, bu firmaların, ülkemize yönelik yurtdışı pazarlama faaliyetlerinin teşvik edilmesi, desteklenmesi ve önündeki engellerin kaldırılması; TURQUALITY şartlarının turizm sektörüne uyarlanabilir ve uygulanabilir duruma getirilmesi gerekmektedir. Markalaşma faaliyetlerine hız verme, ülke imajının iyileştirilmesi, uluslararası standartlara erişme ve uluslararası turizm piyasasında zincir işletme haline gelme amaçlarına hizmet edecek şekilde, konaklama işletmesi yatırımı yapan ve/veya aynı marka altında işleten Türkiye menşeli turizm işletmelerine özel işletme teşvikleri sağlanması gerekmektedir. Yabancı tur operatörlerine bağımlılığı azaltmak maksadıyla Türk menşeli tur operatörlerinin desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca, bu firmaların belirli kriterler dahilinde uluslararası pazarlarda söz sahibi olmasının sağlanması, Kruvaziyer ve uçak desteklerinin destinasyon farklılıkları göz önüne alınarak; performansa dayalı ve sürdürülebilir olması, bununla birlikte, konaklama işletmelerini de içerecek biçimde düzenlenmesi gerekmektedir. Ayrıca, mevsimsel tatil turizminin büyük ölçüde kurumsal ve bireysel sebeplerle III. Çeyreğe (Temmuz-Ağustos-Eylül ayları) denk geldiği kabul edilmekte ise de, kış aylarında son yıllarda düzenlenen paket tur uygulamalarında düşük fiyat politikasının benimsenmesi ile bu sorunun da ortadan kaldırılabilmesi düşünülmektedir.



## KAYNAKÇA

- Başol, K. (2012). Türkiye Ekonomisi, 11.b. Türkmen Kitabevi, İstanbul
- Bozgeyik, Y. , Yoloğlu, Y. (2015). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile GSYH Arasındaki İlişki: 2002-2014 Dönemi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(40): 627-632.
- Çımat, A. , Bahar, O. , (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (6) :1-18
- 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, (33)2:467-477
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. YÖNETİM VE EKONOMİ Dergisi, (14)2: 205 – 220.
- Hepaktan, C. E. ve Çınar, S. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. Celal Bayar Üniversitesi S.B.E. Dergisi, 8(2): 135-154.
- Kanca O.C.,(2015).Turizm Gelirleri Ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği (1980-2013).Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi (8):1-14
- Karataş, M. ve Babür, S. (2013). Gelişen Dünya’da Turizm Sektörünün Yeri, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 15(25): 15-24.
- Kar, M. Zorkiriş, E. , Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme. Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, (8): 87-112.
- Kara O. , Çömlekçi İ. ,Kaya V. (2012) Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler İle İlişkisi: Türkiye Örneği (1992 – 2011). Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,(8) 1:75-100.
- Kozak, N., Kozak, M.A., Kozak, M. (2013). Genel Turizm. Detay Yayıncılık, 14. Baskı, Ankara.
- Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: Bir Nedensellik Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 13(2): 351-360.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, “Kuruluş Amacı ve Görevleri”,  
<http://www.kultur.gov.tr/TR,96130/kurulusamaci-ve-gorevleri.html>. Erişim Tarihi: 18.12.2021.
- Önen, M.O. (2008). Dünya’da ve Türkiye’de Turizm. Türkiye Kalkınma Bankası Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, Ankara
- Özen, F. (2017). Influence on Economic Growth of The Tourism Sector in Turkey. Econdor International Academic Journal. 1(2), 96-110.
- Sarmidi, Tamat and Salleh, Norlida H. (2010). Dynamic inter-relationship between trade, economic growth and tourism in Malaysia. The Munich Personal RePEc Archive (MPRA) MPRA Paper No. 21056
- Soyu E. , Prof. Dr. Karaçor S. , Altınok S. , Fırat E. ,(2017).Yükselen Piyasalarda Ar-Ge ve İnovasyonun Kalkınma Üzerindeki Etkisi. International Conference On Eurasian Economies Program Istanbul, Turkey 10-12 July.

- Suresh, J. (2014). "Tourism and Economic Growth Nexus in Sri Lanka" Published as the 7th chapter of a book entitled "Economic Issues in Sri Lanka" compiled by Dr. S. Vijayakumar, 115-132.
- Tosun, C. Timothy, D.J. ve Öztürk, Y. (2003). Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey. *Journal of Sustainable Tourism*, 11: 133-161
- Yamak N., Tanrıöver B., Güneysu F. (2012). Turizm – Ekonomik Büyüme İlişkisi: Sektör Bazında Bir İnceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*,(26) 2: 205 - 220