



TÜRKİYE'DE TURİZM GELİRLERİNİN
EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNE ETKİLERİ:
AKDENİZ HAVZALARI SEÇİLMİŞ ÜLKE ÖRNEKLERİ İLE
TÜRKİYE'NİN MUKAYESELİ ANALİZİ

Kübra KABOĞLU

Yüksek Lisans Tezi

İktisat Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Ertuğrul Recep ERBAY

2025

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

TÜRKİYE'DE TURİZM GELİRLERİNİN EKONOMİK
BÜYÜME ÜZERİNE ETKİLERİ: AKDENİZ HAVZALARI
SEÇİLMİŞ ÜLKE ÖRNEKLERİ İLE TÜRKİYE'NİN MUKAYESELİ
ANALİZİ

KÜBRA KABOĞLU

İKTİSAT ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: PROF. DR. ERTUĞRUL RECEP ERBAY

TEKİRDAĞ-2025

Her hakkı saklıdır.

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

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

25/04/2025

Kübra KABOĞLU



ÖZET

Kurum, Enstitü : Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Anabilim Dalı : İktisat Anabilim Dalı
Tez Başlığı : Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme
Üzerine Etkileri: Akdeniz Havzaları Seçilmiş Ülke Örnekleri İle
Türkiye’nin Mukayeseli Analizi
Tez Yazarı : Kübra KABOĞLU
Tez Danışmanı : Prof. Dr. Ertuğrul Recep ERBAY
Tez Türü, Yılı : Yüksek Lisans Tezi, 2025
Sayfa Sayısı : 119

Dünya Turizm Örgütü’nün (UNWTO) 2020 yılı verilerine göre, COVID-19 pandemisinin etkisiyle uluslararası turizmde ciddi bir düşüş yaşandı. Pandemi öncesi, 2019’da dünya genelinde 1,5 milyar turist seyahati gerçekleşirken, 2020’de bu sayı %74 oranında azaldı. Akdeniz Havzası, küresel turizm hareketlerinde önemli bir yer tutmakta olsa da bu dönemde bölgedeki turizm faaliyetlerinde de büyük kayıplar görüldü. Akdeniz bölgesi genelinde, sınırların kapatılması ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle uluslararası turist sayısında ve turizm gelirlerinde keskin bir düşüş yaşandı.

Bu çalışmada, Akdeniz Havzası Kuzeybatı, Kuzeydoğu, Güneybatı ve Güneydoğu olarak dört alt bölgeye ayrılarak incelenmiştir. Son 15 yıllık dönemde bölgenin turizm hareketlerinde gösterdiği trendler, artış ve azalışlar bazında değerlendirilmiştir. Pandemi öncesi yıllarda bu bölgeler turizm gelirlerinin önemli bir kısmını oluştururken, 2020’de gelirler büyük oranda azalmış, bazı ülkeler turizmde toparlanma sürecine girerken diğerleri zorluklarla karşılaşmıştır. Bu doğrultuda, bölgenin turizm potansiyelini koruyabilmesi için daha güçlü sağlık ve güvenlik tedbirlerinin yanı sıra sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanması gerektiği öne sürülmektedir.

UNWTO’nun raporlarında, turizmin 2023’ten önce tam anlamıyla toparlanamayacağı öngörülmüş ve bu öngörü büyük ölçüde gerçekleşmiştir. Nitekim 2025 yılı itibariyle birçok destinasyon, pandemi öncesi seviyelere ancak ulaşabilmiştir. Bu bağlamda, Akdeniz’deki destinasyonların gelecekte rekabet avantajlarını sürdürebilmeleri için yenilikçi ve sürdürülebilir turizm stratejileri geliştirmeleri zorunlu hale gelmiştir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Turizm, Akdeniz Havzası, Turizm Gelirleri

ABSTRACT

Institution, Institute : Tekirdağ Namık Kemal University, Institute of Social Sciences
Department : Department of Economics
Thesis Title : Effects of Tourism Revenues on Economic Growth in Turkey:
Comparative Analysis of Turkey with Selected Country Examples
of Mediterranean Basins
Thesis Author : Kübra KABOĞLU
Thesis Adviser : Prof. Dr. Ertuğrul Recep ERBAY
Type of Thesis/Year : MS Thesis, 2025
Total Number of Pages : 119

According to the 2020 data of the World Tourism Organization (UNWTO), international tourism experienced a significant decline due to the impact of the COVID-19 pandemic. While 1.5 billion tourist trips were made worldwide in 2019, before the pandemic, this number decreased by 74% in 2020. Although the Mediterranean Basin holds an important position in global tourism movements, major losses were also observed in tourism activities across the region during this period. Due to border closures and travel restrictions, there was a sharp decline in the number of international tourists and tourism revenues throughout the Mediterranean region.

In this study, the Mediterranean Basin is analysed by dividing it into four sub-regions: Northwest, Northeast, Southwest, and Southeast. Tourism trends in the region over the last 15 years are evaluated based on increases and decreases. While these regions accounted for a significant share of tourism revenues in the pre-pandemic years, revenues dropped substantially in 2020. Some countries entered a recovery process in the tourism sector, whereas others faced significant challenges.

In this context, it is suggested that in order for the region to preserve its tourism potential, stronger health and safety measures, along with sustainable tourism policies, should be implemented. UNWTO reports had predicted that tourism would not fully recover before 2023, and this prediction has largely come true. As of 2025, many destinations have only now reached pre-pandemic levels. Therefore, it has become essential for Mediterranean destinations to develop innovative and sustainable tourism strategies to maintain their competitive advantage in the future.

Keywords: International Tourism, Mediterranean Basin, Tourism Revenues.

ÖNSÖZ

Turizm sektörü, küresel ekonominin en dinamik ve etkili bileşenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Ülkeler, turizmi yalnızca ekonomik büyümenin bir aracı olarak değil, aynı zamanda kültürel etkileşim ve uluslararası ilişkiler açısından da stratejik bir unsur olarak değerlendirmektedir. Türkiye gibi Akdeniz Havzası'nda yer alan ülkeler, bu bağlamda turizm gelirleri sayesinde önemli kalkınma hamleleri gerçekleştirmiştir. Ancak, son yıllarda yaşanan küresel gelişmeler, turizmin kırılgan doğasını bir kez daha gözler önüne sermiştir. Özellikle COVID-19 pandemisi, turizm sektörünü derinden etkilemiş, ülkelerin ekonomik büyümeleri üzerinde ciddi sonuçlar doğurmuştur.

Bu tezde, Akdeniz Havzası ülkelerinin turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkileri analiz edilmiş, Türkiye'nin bu bağlamdaki performansı seçilmiş ülke örnekleri ile mukayeseli olarak ele alınmıştır. Çalışmamda, son 15 yıllık dönemde bölgedeki turizm hareketlerinde görülen değişimler incelenmiş, pandemi süreci ve sonrası için geleceğe yönelik stratejik öneriler sunulmuştur. Türkiye'nin, turizm sektöründe rekabetçi kalabilmesi ve ekonomik büyüme hedeflerine ulaşabilmesi adına, sürdürülebilir ve yenilikçi turizm politikalarının önemi vurgulanmıştır.

“Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri Akdeniz Havzaları Seçilmiş Ülke Örnekleri ile Türkiye’nin Mukayeseli Analizi” adlı tez çalışmamı hazırlama sürecinde, bilgi birikimi ve tecrübeleri ile bana yol gösteren ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen tez danışmanım sayın hocam, Prof. Dr. Ertuğrul Recep ERBAY’a sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım. Yüksek lisans eğitimim boyunca değerli katkılarından dolayı tüm hocalarıma teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ	II
TEZ KABUL ONAY FORMU	III
ÖZET	IV
ABSTRACT	V
ÖNSÖZ	VI
İÇİNDEKİLER.....	VII
TABLolar LİSTESİ	XII
ŞEKİLLER LİSTESİ	XIII
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	XIV
GİRİŞ.....	1
1.TURİZM VE TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR	2
1.1. Turizmin Temel Özellikleri	3
1.2. Turistin Temel Özellikleri	5
1.3.Sektörel Açından Turizm.....	6
1.4.Tarihsel Açından Turizm.....	7
1.5. Turizm Türleri	9
1.6. Turizmin Sayısal Açından Çeşitleri.....	10
1.6.1. Bireysel (Ferdî) Turizm	10
1.6.2. Coğrafi Açından Sınıflandırma	13
1.6.2.1. Ülke İçi Turizm.....	13
1.6.2.2. Ülke Dışı Turizm	14
1.6.2.3. Ülke Dışı Aktif Turizm.....	15
1.6.2.4. Ülke Dışı Pasif Turizm	15
1.6.3. Demografik Açından Sınıflandırma	16
1.6.3.1. Gençlik Turizmi.....	16

1.6.3.2. Aktif Yaşam Dönemi Turizmi	17
1.6.3.3. Orta Yaş Sonrası Turizmi	17
1.6.4. Mevsimsel Açıdan Turizm Türleri	18
1.6.4.1. Yaz Dönemi Turizmi	18
1.6.4.2. Kış Dönemi Turizmi	19
1.6.4.3. Diğer Turizm Türleri	19
1.6.5. Yaşam Tarzlarına Göre Sınıflandırma.....	20
1.6.5.1. Sosyal Turizm.....	20
1.6.5.2. Lüks Turizm.....	20
1.6.6. Konaklama Süresi Açısından Turizm Türleri.....	21
1.6.6.1. Kısa Vadeli Turizm.....	21
1.6.6.2. Uzun Vadeli Turizm	22
1.6.7. Tamamlayıcı Turizm Türleri	22
1.6.7.1.Kültür Turizmi	23
1.6.7.2. Kongre Turizmi	23
1.6.7.3.Sağlık Turizmi	23
1.6.7.4. Medikal Turizm	24
1.6.7.5. Termal Turizm	24
1.6.7.6. Yaşlı ve Engelli Turizmi.....	25
1.6.7.7. Kırsal Turizm.....	25
1.6.7.8. Rekreasyon Turizmi.....	26
1.6.7.9. Spor Turizmi.....	26
1.6.7.10. Deniz Turizmi.....	27
1.6.7.11. Golf Turizmi	27
1.6.7.12. İnanç Turizmi.....	28
1.7. İnsanlar Neden Turizm Faaliyetine Yönelir?	28
1.7.1.İç Faktörler.....	28
1.7.2. Dış Faktörler	29
1.8. Hangi Faktörler Turizm Sektörünün Gelişiminde Etkilidir?.....	32
1.8.1. Tatil Süresince Ücretin Ödenmesi	33
1.8.2. Artan Boş Zaman Süresi.....	33
1.8.3.Teknolojik İlerlemeler	34
1.8.4. Gelir Artışı.....	34
1.8.5. Sosyal Güvenlik Alanındaki Gelişmeler	35
1.8.6.Ortalama Yaşam Süresinin Uzaması	35
1.8.7. Seyahat Hürriyeti	35
1.8.8. Turizmin Gelişmesinde Eğitimin Rolü.....	36
1.8.9. Hızlı Nüfus Artışı ve Kent Gelişimi	36
1.8.10. Güvenlik Talebi	36
1.8.11. Hizmet Sektöründen Deneyim Ekonomilerine Doğru Gelişim	37

2. TURİZM SEKTÖRÜ GELİRLERİNİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNE ETKİSİ

2.1. Ekonomik Büyüme	38
----------------------------	----

2.2. Ekonomik Büyüme Kavramı	39
2.3. Ekonomik Büyümenin Kaynakları	41
2.3.1. Beşeri Sermaye	41
2.3.2. Doğal Kaynaklar	42
2.3.3. Teknoloji ve Teknolojik Gelişme	42
2.3.4.1. Sermaye	44
2.4. Ekonomik Büyüme Türleri	45
2.4.1. Spontane (Kendi Kendine) Büyüme	45
2.4.2. Planlı Büyüme	46
2.4.2.1. Kapalı Ekonomi	46
2.4.2.2. Açık Büyüme	47
2.4.3. Durgun Büyüme.....	47
2.4.4. Üstel Büyüme	47
2.4.5. Biyolojik Büyüme.....	48
2.4.6. Dengeli Büyüme	49
2.4.7. Dengesiz Büyüme	49
2.5. Kötü Büyüme Türleri.....	50
2.5.1. Sessiz Büyüme	50
2.5.2. İşsiz (İstihdamsız) Büyüme	51
2.5.3. Köksüz Büyüme.....	51
2.5.4. Acımasız Büyüme.....	52
2.5.5. Geleceksiz Büyüme	53
2.6. Ödemeler Bilançosu.....	53
2.6.1. Ödemeler Bilançosu Kavramı.....	54
2.6.2. Ödemeler Bilançosunun Ana Kalemleri.....	55
2.6.3. Cari İşlemler Hesabı	55
2.6.4. Sermaye Hesabı	56
2.6.5. Finans Hesabı.....	56
2.6.6. Resmi Rezervler.....	57
2.6.7. Net Hata ve Noksan	58
2.6.8. Ödemeler Bilançosunda Denge Kavramı	58
2.7. Ödemeler Bilançosu Açıklarının Nedenleri.....	59
2.7.1. Yapısal Sorunlar	59
2.7.2. Ekonomik Dalgalanmalar	60
2.7.3. Spekülatif Faktörler	60
2.7.4. Geçici Faktörler	61
2.7.5. Ödemeler Bilançosu Açıklarının Sonuçları	61
2.7.6. Ödemeler Bilançosu Açıklarında Uygulanan Politikalar	62

3.AKDENİZ ÜLKELERİNE YÖNELİK ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİ ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİ..... 62

3.1. Akdeniz Havzası Uluslararası Turizm Hareketleri ve Turizm Gelirleri.....	63
---	----

3.1.1. Kuzeybatı Akdeniz (Fransa, İspanya, İtalya):	65
3.1.2. Kuzeydoğu Akdeniz (Türkiye, Yunanistan):	65
3.1.3. Güneybatı Akdeniz (Fas, Tunus, Cezayir):	65
3.1.4. Güneydoğu Akdeniz (Mısır, Lübnan, İsrail):	65
3.1.5. Akdeniz Havzasının Genel Performansı:	65
3.2. Kuzeybatı Akdeniz Bölgesi	68
3.2.1. Türkiye ile Karşılaştırma ve Değerlendirme	71
3.3. Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi	72
3.3.1. Türkiye ile Karşılaştırma	73
3.3.2. Türkiye'nin Turizm Büyümesi	74
3.3.3. Yunanistan ile Karşılaştırma	74
3.3.4. Hırvatistan ve Diğer Ülkelerle Karşılaştırma	74
3.3.5. Türkiye'nin Bölgedeki Payı	75
3.4. Güneybatı Akdeniz Bölgesi	75
3.4.1. Fas: Bölgenin En Büyük Turizm Destinasyonu	75
3.4.2. Tunus: Turizmde Yavaşlama	75
3.4.3. Cezayir: Turizmde Geri Planda Kalan Bir Ülke	76
3.4.4. Türkiye ile Karşılaştırma	76
3.5. Güneydoğu Akdeniz Bölgesi	77
3.5.1. Mısır	77
3.5.2. İsrail	78
3.5.3. Kıbrıs	78
3.5.4. Malta	78
3.5.5. Suriye	78
3.5.6. Libya	78
3.5.7. Lübnan	79
3.6. Güneydoğu Akdeniz Ülkelerine Yönelik Turizm Hareketleri ve Türkiye ile karşılaştırması	79
3.6.1. Bölgesel Değerlendirme	79
3.6.2. Türkiye ile Karşılaştırma	80
3.7. Türkiye ve Akdeniz'deki Seçilmiş Dört Ülke Arasında Turizmin Ekonomik Büyümeye Katkısı: Karşılaştırmalı Bir İnceleme	80
3.7.1. Yunanistan	80
3.7.1.1. Yunanistan'ın Ekonomisi ve Turizmin Rolü	81
3.7.1.3. Yunanistan'da Sürdürülebilir Turizm ve Büyüme	83
3.7.1.4. Yunanistan'ın GSYİH ve Turizm Gelirleri	86
3.7.1.5. Türkiye'nin GSYİH ve Turizm Gelirleri	87
3.7.1.6. Karşılaştırmalı Analiz: Yunanistan ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı	87
3.7.2. İspanya	88
3.7.2.1. Karşılaştırmalı Analiz: İspanya ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı	89

3.7.3. Fransa.....	94
3.7.3.1. Karşılaştırmalı Analiz: Fransa ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı.....	94
3.7.4. İtalya	96
3.7.4.1. Karşılaştırmalı Analiz: İtalya ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı.....	96
3.8. Türkiyede Turizmin Ekonomik Büyümeye Doğrudan Katkıları.....	98
3.8.1. GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) Üzerindeki Katkısı.....	98
3.8.2. İstihdam Yaratma ve İşsizliği Azaltma.....	100
3.8.3. Döviz Gelirleri ve Cari Dengenin İyileştirilmesi	101
3.8.4. Bölgesel Kalkınma ve Altyapı Yatırımlarının Artması.....	102
3.8.5. Kültürel ve Tarihi Mirasın Ekonomiye Entegrasyonu.....	103
SONUÇ	104
KAYNAKÇA.....	108

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Akdeniz Havzasına Yönelik Uluslararası Turizm Hareketlerinin Bölgesel Dağılımı(1990-2024) (milyon kişi).	64
Tablo 2: Türkiye'nin Akdeniz havzasından seçilmiş 4 ülke ile Turizm paylarına göre kıyaslanması(2019-2023).	66
Tablo 3: Akdeniz Havzası Uluslararası Turizm Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı 2000-2024 Turizm Gelirleri (Milyon USD)	67
Tablo 4: Kuzeybatı Akdeniz Ülkelerine Yönelik Turizm Hareketlerinin Dağılımı(1990-2020).	70
Tablo 5: Kuzeydoğu Akdeniz bölgesine yönelik turizm hareketlerine dair yıllara göre turist sayıları ve bölgenin Akdeniz toplamı payı(1995-2020).....	72
Tablo 6: Güneybatı Akdeniz bölgesine yönelik turizm hareketlerini yıllara göre turist sayıları ve bölgenin Akdeniz içindeki oranı(1995-2020).....	76
Tablo 7: Güneydoğu Akdeniz Ülkelerine Yönelik Turizm Hareketlerinin Dağılımı (Milyon Kişi) (1990-2020).....	80
Tablo 8: Yunanistan'ın GSYH ve Turizm Gelirlerinin GSYH içindeki Payı (2009-2023)	85
Tablo 9: Türkiye ile İspanya'nın Turizm Açısından Karşılaştırılması (2022).....	93
Tablo 10: Türkiye ve Fransa'nın son 15 yıllık turizm verileri ile turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı (2010-2023).....	95
Tablo 11: Türkiye ve İtalya'nın son 15 yıllık turizm verileri ile turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı (2010-2023).....	97
Tablo 12: Türkiye'nin 2008-2023 yılları arasındaki turizm sektörünün ekonomik katkısı.....	99

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Turistlerin Türkiye'ye Geliş amaçlarına göre ziyaretleri, IV. Çeyrek, 2023.	31
Şekil 2: Üretim Olanakları Eğrisi	40
Şekil 3: Türkiye'nin Ar-Ge harcamasının GSYH içindeki payı, 2009-2022. ..	43
Şekil 4: Akdeniz Havzası Uluslararası Turizm Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı(2000-2024).	68
Şekil 5: Yunanistan ve Türkiye'nin GSYİH ve Turizm Geliri ve Payı Milyar USD (2010-2022)	86
Şekil 6: İspanya'da Turizm Gelirlerinin GSYH'deki Payı (2023)	89
Şekil 7: İspanya ve Türkiye'nin 2008-2022 arasında Gelen turist sayısını (milyon)	90
Şekil 8: İspanya ve Türkiye'nin 2008-2022 arasında GSYH'leri (Milyar USD)	91
Şekil 9: İspanya ve Türkiye'nin 2008-2022 arasında Turizm gelirlerinin GSYH'ye oranını (%).....	92

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AB	: Avrupa Birliği
ADF	: Genişletilmiş Dickey–Fuller (Augmented Dickey–Fuller)
AIEST	: Uluslararası Turizm Bilim Uzmanları Derneği (International Association of Scientific Experts in Tourism)
AR-GE	: Araştırma ve Geliştirme
ATDI	: Macera Turizmi Gelişim Endeksi (Adventure Tourism Development Index)
ATTA	: Macera Turizmi ve Ticaret Birliği (Adventure Travel Trade Association)
BM	: Birleşmiş Milletler
BOP	: Ödemeler Bilançosu (Balance of Payments)
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
EVDS	: Elektronik Veri Dağıtım Sistemi
GCC	: Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi (Gulf Cooperation Council)
GMM	: Genelleştirilmiş Momentler Metodu
GSMH	: Gayri Safı Milli Hasıla
GSYH	: Gayri Safı Yurt İçi Hasıla
ICCA	: Uluslararası Kongre ve Konvansiyon Birliği (International Congress and Convention Association)
IMF	: Uluslararası Para Fonu (International Monetary Fund)
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü (Organisation for Economic Co-operation and Development)
SDR	: Özel Çekme Hakları (Special Drawing Rights)
TCMB	: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası
TIES	: Uluslararası Ekoturizm Topluluğu (International Ecotourism Society)
TTOK	: Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
UNDP	: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Programme)
UNWTO	: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (World Tourism Organization)

GİRİŞ

Turizm, dünya genelinde en hızlı büyüyen sektörlerden biri olmaya devam etmektedir ve özellikle Akdeniz Havzası, önemli bir turizm destinasyonu olarak öne çıkmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2020 yılı verilerine göre, COVID-19 pandemisi nedeniyle uluslararası turist sayısında yüzde 74'lük bir düşüş yaşanmış ve sadece 381 milyon turist uluslararası seyahatte bulunmuştur. Buna rağmen, 2019 yılında dünya genelinde turizm gelirleri yaklaşık 1,7 trilyon dolara ulaşmışken, 2020'de bu rakam pandeminin etkisiyle 540 milyar dolar seviyesine gerilemiştir.

Avrupa kıtası, dünya turizminin en büyük payını oluşturmayı sürdürmekte olup, Akdeniz bölgesi, uluslararası turizm hareketlerinin başlıca odak noktalarından biri olmaya devam etmektedir. 2019 yılında İspanya 83,7 milyon, Türkiye ise 51,2 milyon turisti ağırlamıştır. Ancak Türkiye'nin son yıllarda turizm altyapısına yaptığı yatırımlar, hizmet kalitesindeki artış ve turizm çeşitliliğinin gelişmesi, ülkeyi diğer Akdeniz ülkeleriyle daha güçlü bir rekabet içine sokmuştur.

Nitekim UNWTO' nun 2023 yılı verilerine göre, küresel turizm hareketliliği pandemi öncesi seviyelere büyük oranda yaklaşmış; uluslararası turist sayısı yaklaşık 1,3 milyar kişiye ulaşmış ve bu sayı 2019 seviyesinin %89'una denk gelmiştir. Aynı yıl küresel turizm gelirleri ise yaklaşık 1,5 trilyon dolar olarak gerçekleşmiş ve pandemi öncesi seviyeye (1,7 trilyon dolar) oldukça yaklaşmıştır. Bu veriler, sektörün toparlanma sürecini başarıyla tamamladığını ve yeniden büyüme rotasına girdiğini göstermektedir. Türkiye, 2023 yılı itibarıyla 26,5 milyon uluslararası turist ağırlamış ve bölgedeki konumunu korumaya devam etmiştir.

Turizm, küresel ekonomik büyüme ve kalkınma açısından stratejik bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde istihdam yaratma, döviz kazandırma ve yerel ekonomiyi destekleme gibi işlevleriyle öne çıkan turizm, aynı zamanda kültürel ve sosyal etkileşimlerin artmasına da katkı sağlamaktadır. Turizm faaliyetlerinin küresel ekonomi içindeki payı giderek artarken, Akdeniz bölgesi, uluslararası turizm hareketlerinin merkezlerinden biri olmaya devam etmektedir.

Bu tez çalışmasının birinci bölümünde, turizm ve turizme ilişkin temel kavramlar ele alınacak olup, turizmin farklı türleri, ekonomik etkileri ve sektördeki temel dinamikler üzerinde durulacaktır. İkinci bölümde ise turizm sektörünün ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelenecek, bu bağlamda Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), istihdam ve döviz girdileri üzerinden yapılan analizlerle Türkiye'nin performansı değerlendirilecektir. Türkiye'nin yanı sıra Yunanistan, İspanya, Fransa ve İtalya gibi diğer Akdeniz ülkeleriyle yapılan karşılaştırmalarda; rekabet gücü, turizm çeşitliliği ve altyapı yatırımları gibi faktörler analiz edilecektir.

Son bölümde ise Akdeniz ülkelerine yönelik uluslararası turizm hareketleri kapsamlı bir şekilde değerlendirilecek; bu ülkeler arasında yapılan karşılaştırmalar ışığında, turizmin ekonomik performans üzerindeki etkileri ortaya konulacaktır. Özellikle Türkiye'nin turizmin farklı alanlarına yönelik yatırımları ve son yıllarda sağladığı gelişim, ülkeyi bölgesel rekabette öne çıkaran başlıca unsurlar arasında yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

1.TURİZM VE TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Turizm, insanların ikamet ettikleri yerlerden farklı bir bölgeye, belirli bir süre için seyahat etmeleri ve bu süre zarfında ekonomik, kültürel ya da sosyal etkileşimlerde bulunmalarıyla ortaya çıkan bir olgudur. Modern anlamda turizmin kökeni sanayi devrimi ile şekillenmiş olup, ulaşımın kolaylaşması, ekonomik koşulların iyileşmesi ve boş zaman kavramının gelişmesi ile hız kazanmıştır. Sanayi toplumunun dinamik yapısı, insanların dinlenme ve yenilenme gereksinimlerini artırmış; bu gereksinimlerin sonucunda ise turizm sektörü doğmuştur. 20. yüzyılda, özellikle gelişen ülkelerde turizm, büyük bir endüstri haline gelerek ekonomik büyümeye ve sosyal kalkınmaya katkı sağlayan önemli bir unsur olarak kabul edilmiştir. Turizm, yalnızca bir ekonomik faaliyet değil, aynı zamanda kültürel alışveriş, sosyal etkileşim ve bireysel gelişim açısından da son derece zengin bir olgudur (Smith, J., 2020).

Turizm ile ilgili temel kavramlar arasında turist, turistik ürün, turizm talebi ve turizm arzı gibi unsurlar yer alır. Turist, belirli bir süre için başka bir yere seyahat eden ve orada çeşitli faaliyetlerde bulunan kişidir. Bu süre genellikle 24 saatten fazla olmakla birlikte, kişinin seyahat amacı eğitim, sağlık, eğlence ya da iş olabilir. Turistik ürün ise bir destinasyonun ziyaretçilere sunduğu her türlü mal ve hizmeti kapsar. Bir başka deyişle, bir turistin seyahati sırasında ihtiyaç duyduğu otel, ulaşım, yeme-içme ve eğlence gibi hizmetler turistik ürünün bir parçasıdır. Turizm talebi ise turistlerin bir destinasyona olan ilgisini ve o destinasyona gitme arzularını ifade ederken, turizm arzı bu talebi karşılayabilecek altyapı, hizmet ve kaynakları temsil eder (Brown, A., 2018).

Turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel boyutları birbiriyle iç içe geçmiş karmaşık bir yapı oluşturur. Ekonomik açıdan, turizm sektörü bir ülkenin gayri safi yurt içi hasılasına (GSYİH) önemli katkılar sağlar. Ziyaretçilerin harcamaları, konaklama, ulaşım, yiyecek ve içecek gibi hizmet sektörlerinde doğrudan gelir yaratır. Ayrıca turizm, inşaat, tarım, el sanatları ve diğer birçok sektörü dolaylı olarak etkileyerek ekonomik büyümeye katkıda bulunur. Sosyal ve kültürel açıdan ise turizm, farklı kültürler arasında etkileşimi teşvik ederek, insanlar arasında hoşgörü ve anlayışı artırır. Aynı zamanda turizm, yerel halkın geleneksel kültürlerini koruma ve dünyaya tanıtmaya fırsatı sunar. Ancak bu etkileşimler her zaman olumlu sonuçlar doğurmaz; bazen kültürel yozlaşma ya da sosyal sorunlar da ortaya çıkabilir (Williams, M., 2019).

Turizmin doğaya ve çevreye olan etkileri de dikkate değer bir konudur. Doğal kaynakların korunması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının benimsenmesi, turizmin çevresel etkilerini en aza indirmek için kritik öneme sahiptir. Doğal

güzellikler ve tarihi zenginlikler, turistik destinasyonların başlıca cazibe merkezleri arasında yer aldığından, bu varlıkların korunması, turizm sektörünün sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşır. Ancak kontrolsüz turizm faaliyetleri, çevresel tahribat, aşırı yapılaşma ve biyolojik çeşitliliğin azalması gibi olumsuz sonuçlar doğurabilir. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm anlayışı, çevresel, sosyal ve ekonomik dengelerin korunmasını hedefleyen bir yaklaşımdır. Sürdürülebilir turizm, doğal kaynakların gelecek nesiller için korunmasını sağlarken, aynı zamanda yerel halkın ekonomik kalkınmasını da gözetir (Hall, C. M., 2021).

Turizm kavramı, tarihsel süreç içerisinde sürekli olarak gelişmiş ve modern dünyada çok yönlü bir yapıya bürünmüştür. Teknolojinin ve küreselleşmenin etkisiyle, günümüzde turizm daha ulaşılabilir ve yaygın hale gelmiştir. Seyahat eden bireylerin sayısı her geçen yıl artarken, turizm sektörünün de bu değişimlere uyum sağlaması ve yeni eğilimleri takip etmesi gerekmektedir. Örneğin, dijitalleşmenin etkisiyle online rezervasyon sistemleri, mobil uygulamalar ve dijital pazarlama stratejileri turizm sektörünün vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Ayrıca, pandeminin etkisiyle değişen turizm alışkanlıkları, güvenli ve hijyenik seyahat taleplerinin artmasına yol açmış, bu da turizmde yeni trendlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bu gelişmeler, turizmin dinamik yapısını ve sürekli olarak evrilen bir sektör olduğunu açıkça göstermektedir (Cooper, C., 2022).

1.1. Turizmin Temel Özellikleri

Turizm kavramı, insanların dinlenme, eğlenme, kültürel keşifler yapma, yeni yerler görme veya iş amaçlı olarak ikamet ettikleri yerin dışına yaptıkları seyahatleri ve bu seyahatler sırasında bulundukları bölgede gerçekleştirdikleri faaliyetleri kapsayan geniş bir olgudur. Tarihsel olarak, turizm farklı dönemlerde ve coğrafyalarda çeşitli şekillerde ortaya çıkmış, ancak modern turizmin temelleri sanayi devrimi ile birlikte atılmıştır. Bu dönem, toplu taşıma araçlarının gelişmesi ve insanların boş zamanlarının artmasıyla seyahat etme olanaklarının çoğalmasına zemin hazırlamıştır. Turizm kavramı, yalnızca bir seyahat faaliyeti olarak düşünülmemelidir; bu kavram, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutları da içeren çok yönlü bir olgudur. Turizmin ekonomik katkıları kadar, toplumlar arası kültürel değişim ve etkileşimler açısından da önemli bir rol oynadığı bilinmektedir (Soysal, M., 2020).

Turizmin temel özelliklerinden biri, geçici bir faaliyeti içermesidir. Turistler, genellikle 24 saatten uzun süreli ancak kalıcı olmayan bir şekilde başka bir destinasyona seyahat ederler. Bu seyahatler, hem yurt içi hem de yurt dışı olabilir ve genellikle eğlence, dinlenme, kültürel faaliyetler ya da iş amaçlıdır. Turizm, bir yerin cazibesi, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel değerleri, ulaşım olanakları ve sunulan hizmetlerin kalitesine bağlı olarak şekillenir. Örneğin, Antalya gibi deniz turizmiyle ünlü şehirler, sıcak iklimi, temiz plajları ve konaklama olanakları ile turistler için cazip hale gelirken; Kapadokya gibi bölgeler, eşsiz doğa manzaraları ve kültürel miraslarıyla farklı bir turizm deneyimi sunar (Kozak, M., 2019). Bu anlamda turizm, farklı destinasyonlarda çeşitli turistik faaliyetlerin yapılmasını sağlayan geniş bir yelpazeye sahiptir.

Turizmin ekonomik özellikleri incelendiğinde, en belirgin katkılarından biri döviz girdisi ve istihdam yaratmasıdır. Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkelerde önemli bir döviz kaynağı olup, ülkenin genel ekonomik performansını olumlu yönde etkiler. Turistler, seyahat ettikleri ülkelerde konaklama, yeme-içme, eğlence, ulaşım gibi birçok sektörde harcama yaparlar ve bu harcamalar, yerel ekonomiyi canlandırarak ekonomik büyümeye katkı sağlar. Bunun yanı sıra turizm, hizmet sektöründe birçok kişiye iş olanağı sunar. Oteller, restoranlar, ulaşım şirketleri, tur operatörleri ve rehberler gibi çeşitli iş kolları, turizm faaliyetleri ile doğrudan bağlantılıdır. Ayrıca turizm, yerel ürünlerin ve el sanatlarının tanıtılması ve satılması açısından da önemli bir pazar oluşturur. Bu da kırsal bölgelerde yaşayan halkın geçim kaynaklarına katkı sağlar (Tosun, C., 2018).

Sosyal ve kültürel anlamda turizm, insanlar arasında bilgi, kültür ve deneyim paylaşımını sağlar. Farklı kültürlerden gelen bireyler arasındaki kültürel alışveriş, hem turistler hem de yerel halk için değerli bir öğrenme süreci sunmaktadır. Turistler, ziyaret ettikleri bölgenin kültürel ve tarihi mirasını tanıırken, yerel halk da kendi kültürünü dışarıya tanıtmaya fırsatı bulur. Bununla birlikte, bu etkileşimlerin her zaman olumlu sonuçlar doğurmadığı da bir gerçektir. Özellikle aşırı turizm (overtourism) olarak adlandırılan durumlar, yerel halk üzerinde sosyal baskılar yaratabilir, doğal çevreye zarar verebilir ve kültürel değerlerin yozlaşmasına neden olabilir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm uygulamalarının benimsenmesi büyük önem taşımaktadır. Sürdürülebilir turizm, turistik faaliyetlerin çevresel, ekonomik ve sosyal etkilerini dengeleyerek, doğal ve kültürel mirasın gelecek nesiller için korunmasını amaçlar (Günlü, E., 2021).

Çevresel açıdan değerlendirildiğinde, turizmin doğal kaynaklar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu görülmektedir. Olumlu etkiler arasında, doğal ve kültürel zenginliklerin korunmasına yönelik farkındalığın artması yer alır. Örneğin, UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne giren bir bölge, turistik cazibe merkezi haline gelir ve bu bölgenin korunması için hem yerel yönetimler hem de uluslararası kuruluşlar daha fazla çaba gösterir. Ancak turizm faaliyetlerinin aşırı yoğunlaştığı yerlerde, çevre kirliliği, doğal alanların tahribatı, biyolojik çeşitliliğin azalması ve yerel ekosistemlerin bozulması gibi olumsuz etkiler de ortaya çıkabilir. Bu nedenle, çevre dostu turizm uygulamalarının teşvik edilmesi ve doğal kaynakların korunması büyük bir gerekliliktir (Holden, A., 2019).

Turizm kavramı ve özellikleri, küreselleşen dünyada sürekli olarak değişim ve dönüşüm geçirmektedir. Dijital teknolojilerin gelişimi, seyahat etmenin daha kolay ve hızlı hale gelmesi, turizm sektöründe büyük değişimlere yol açmıştır. Artık insanlar, internet üzerinden kolayca seyahat planları yapabilir, online rezervasyonlar gerçekleştirebilir ve farklı destinasyonlar hakkında kapsamlı bilgilere ulaşabilir. Bu da turizmin daha ulaşılabilir ve yaygın bir hale gelmesine katkı sağlamaktadır. Pandemi dönemi gibi olağanüstü durumlar ise turizm sektöründe büyük zorluklar yaratmakla birlikte, sağlık ve hijyen kurallarının ön planda olduğu yeni turizm trendlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Tüm bu faktörler, turizmin dinamik bir yapı olduğunu ve sürekli olarak değişen koşullara uyum sağlamak zorunda olduğunu göstermektedir (Şahin, Z., 2023).

1.2. Turistin Temel Özellikleri

Turist kavramı, seyahat etmek amacıyla ikamet ettiği yerden geçici olarak ayrılan ve 24 saatten uzun süreliğine bir başka destinasyonda bulunan bireyleri ifade eder. Bu kişiler, eğlence, dinlenme, kültürel keşifler yapma, eğitim, sağlık ya da iş amaçlarıyla seyahat ederler. Turistler, gittikleri bölgede tüketici olarak hizmetlerden faydalanırlar ve yerel ekonomiye katkıda bulunurlar. Turizm literatüründe turistin tanımı genellikle seyahatin süresi ve amacı doğrultusunda yapılmaktadır. Klasik anlamda turist, seyahati sırasında ekonomik bir fayda yaratmayan, yani ikamet ettiği yerin dışında çalışan veya iş gören kişi olarak tanımlanmaz (Smith, V., 2020). Ancak, iş seyahatleri veya kongre turizmi gibi durumlar, turist kavramını genişletmiş ve bu kişiler de belirli koşullar altında turist olarak kabul edilmeye başlanmıştır (Tosun, C., 2018).

Turistin temel özelliklerinden biri, geçici olarak yer değiştirmesi ve bu süreçte bir mal veya hizmet tüketicisi olarak rol oynamasıdır. Turistler, genellikle bulundukları bölgenin sunmuş olduğu konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım ve eğlence gibi hizmetleri tüketirler. Bu bağlamda, turistin davranışları ve tercihleri, turizm endüstrisinin şekillenmesinde kritik bir öneme sahiptir. Özellikle son yıllarda, turistlerin çevre bilinci, sürdürülebilirlik beklentileri ve kültürel deneyim arayışları artmış, bu da turizm sektöründe yeni eğilimlerin doğmasına yol açmıştır (Günlü, E., 2021). Örneğin, eko-turizm ya da kültürel turizm gibi niş turizm türleri, bu yeni turist profiline hitap etmektedir. Ayrıca turistler, gittikleri bölgede doğrudan ekonomik etki yaratmanın yanı sıra, dolaylı olarak yerel üreticilerin, sanatçıların ve esnafın da geçim kaynaklarına katkı sağlarlar.

Turistin davranışlarını ve özelliklerini anlamak, turizm sektörü açısından büyük önem taşır. Turistlerin seyahat etme kararları, kişisel ihtiyaçlar, ekonomik faktörler, ulaşım kolaylığı ve sosyal eğilimler gibi birçok unsur tarafından şekillenir. Turistler, genellikle konfor, güvenlik, kültürel zenginlik ve doğal güzellik gibi kriterlere önem verirler. Aynı zamanda, turistlerin bir destinasyonda geçirdikleri süre ve harcamaları, destinasyonun turizm politikalarının başarısında da etkili olur. Örneğin, daha yüksek gelir grubundaki turistler genellikle lüks otellerde konaklamayı ve daha fazla harcama yapmayı tercih ederken, daha düşük bütçeli turistler genellikle ekonomik konaklama seçeneklerine yönelir. Bu da turizm destinasyonlarının farklı turist gruplarına yönelik stratejiler geliştirmesini zorunlu kılar (Kozak, M., 2019).

Turistlerin demografik özellikleri de turizm sektörünün şekillenmesinde belirleyici rol oynar. Yaş, cinsiyet, gelir düzeyi, eğitim seviyesi gibi faktörler, turistlerin seyahat tercihlerini ve davranışlarını etkiler. Örneğin, genç turistler daha çok macera ve eğlence odaklı turizm türlerine ilgi gösterirken, yaşlı turistler daha sakin ve kültürel deneyimler arayışında olabilirler. Aynı şekilde, eğitim düzeyi yüksek turistler genellikle tarihi ve kültürel zenginlikleri keşfetmek için seyahat ederken, gelir düzeyi yüksek turistler daha fazla konfor ve lüks arayışında olabilirler. Bu bağlamda, turistlerin demografik yapısı, destinasyon yönetiminde ve turistik ürün geliştirme süreçlerinde dikkate alınması gereken önemli bir faktördür (Bahar, O., 2020).

Turist kavramı ve özellikleri, küreselleşme ve teknolojik gelişmelerle birlikte sürekli olarak evrim geçirmektedir. Özellikle internetin yaygınlaşmasıyla birlikte, turistlerin seyahat planlama süreçleri büyük oranda dijitalleşmiştir. Artık turistler, online rezervasyon sistemleri ve mobil uygulamalar aracılığıyla seyahatlerini kolayca planlayabilir, destinasyonlar hakkında önceden bilgi sahibi olabilir ve seyahatlerini kişiselleştirebilirler. Bu dijitalleşme süreci, turizm sektöründe büyük değişimlere yol açmış ve turistlerin beklentilerini de yeniden şekillendirmiştir. Pandemi süreci de bu değişime eklenmiş, turistlerin sağlık ve hijyen konularına daha fazla önem vermesi sonucunda yeni turizm trendleri ortaya çıkmıştır (Cooper, C., 2022).

Turist kavramı, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarıyla çok yönlü bir olgudur. Turistler, geçici bir süre için farklı bir destinasyona seyahat eden bireyler olmakla birlikte, gittikleri bölgenin ekonomik, kültürel ve sosyal yapısına önemli katkılar sağlarlar. Turizmin sürdürülebilirliğini sağlamak ve turistlerin beklentilerine uygun hizmetler sunmak, destinasyon yönetiminin temel hedeflerinden biri olmalıdır. Ayrıca, turistlerin çevreye duyarlı ve sürdürülebilir bir turizm anlayışına sahip olmaları, gelecekte turizm faaliyetlerinin doğaya zarar vermeden devam etmesi açısından kritik bir öneme sahiptir (Holden, A., 2019).

1.3.Sektörel Açıdan Turizm

Turizm sektörü, dünya ekonomisi üzerinde önemli bir etkiye sahip olan dinamik ve geniş bir endüstridir. Bu sektör, turistik faaliyetler kapsamında hizmet sunan oteller, restoranlar, seyahat acenteleri, ulaşım şirketleri, tur operatörleri ve daha pek çok alt sektörden oluşur. Turizm sektörü, yalnızca bir ülkenin ekonomik kalkınmasına katkı sağlamakla kalmaz, aynı zamanda uluslararası kültürel değişim ve toplumsal etkileşime de zemin hazırlar. Bu bağlamda, turizm sektörünün en önemli özelliklerinden biri çok yönlü yapısıdır; sektör, çeşitli coğrafyalarda, kültürlerde ve hizmet alanlarında farklılaşan bir yapıya sahiptir. Bu çeşitlilik, turizm sektörünün küresel ekonomik bağlamda ne denli önemli ve etkili bir rol oynadığını gözler önüne sermektedir (Cooper, C., 2022).

Turizm sektörünün önemli özelliklerinden biri, sezonluk dalgalanmalara ve küresel krizlere karşı duyarlılığıdır. Sezonluk dalgalanmalar, özellikle yaz aylarında veya belirli tatil dönemlerinde yoğunlaşan turizm faaliyetleriyle ilişkilidir. Kıyı bölgelerinde turizm, yaz aylarında zirveye ulaşırken, kış turizmi ise daha çok dağlık bölgelerde yoğunlaşır. Bu mevsimsel değişkenlik, turizm işletmelerinin esnek stratejiler geliştirmesini gerektirir. Diğer yandan, küresel ekonomik krizler, pandemiler ya da doğal afetler gibi dışsal şoklar, turizm talebini doğrudan etkileyebilir. Örneğin, 2020 yılında yaşanan COVID-19 pandemisi, turizm sektörünü büyük ölçüde olumsuz etkilemiş ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle turistik faaliyetlerde ciddi bir düşüş yaşanmıştır (Bahar, O., 2020). Bu tür krizler, sektörün dayanıklılığını ve esnekliğini test eden unsurlar olarak karşımıza çıkar.

Turizm sektörünün bir diğer önemli özelliği, yüksek düzeyde iş gücü talep etmesidir. Turizm, hizmet odaklı bir sektör olduğundan, otelcilik, rehberlik, ulaşım, yeme-içme hizmetleri gibi alanlarda geniş bir iş gücü gerektirir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, turizm sektörü istihdam yaratmada kritik bir rol oynar. Bu ülkelerde, turizm sektörü sayesinde yerel halk, otel ve restoran işletmelerinde, tur rehberliği ya

da el sanatları gibi alanlarda istihdam edilme fırsatı bulur. Ayrıca, sektörde yaratılan bu iş olanakları, genellikle düşük eğitim gerektiren pozisyonlar için de uygun olduğundan, geniş bir kitleye hitap eder. Bununla birlikte, turizm sektöründe çalışanlar çoğu zaman düşük ücretlerle ve mevsimsel iş güvencesizliği ile karşı karşıya kalabilirler (Günlü, E., 2021).

Ekonomik açıdan turizm sektörü, döviz girdisi sağlaması ve ülkenin dış ticaret dengesini iyileştirmesi bakımından stratejik bir öneme sahiptir. Turizm, ülkelere doğrudan döviz girdisi sağlayan bir sektör olarak, özellikle dışa bağımlılığı yüksek olan ekonomilerde kritik bir gelir kaynağıdır. Özellikle turizm merkezleri, yabancı turistlerin ülkeye getirdiği döviz sayesinde ticaret dengesini olumlu yönde etkiler. Bu da yerel ekonomiyi canlandırır ve pek çok sektörde dolaylı olarak büyüme sağlar. Ancak, döviz girdisinin yanı sıra, turizm sektörü yerel ekonomiyi ve küçük işletmeleri destekleme açısından da önemlidir. Turistlerin bölgesel ürünlere olan ilgisi, yerel el sanatları, gastronomi ve kültürel etkinliklerin desteklenmesine olanak tanır. Dolayısıyla turizmin sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal ve kültürel bir kalkınma aracı olarak da değerlendirilmesini sağlar (Kozak, M., 2019).

Turizm sektörü, ayrıca çevresel etkileriyle de dikkate alınması gereken bir sektördür. Doğal kaynakların turistik faaliyetlerde kullanılması, sürdürülebilirlik açısından büyük bir tartışma konusudur. Doğal alanların turizme açılması, çevre kirliliği, biyolojik çeşitlilik kaybı ve doğal yaşam alanlarının tahrip edilmesi gibi olumsuz sonuçlar doğurabilir. Ancak, son yıllarda çevre dostu ve sürdürülebilir turizm anlayışının gelişmesiyle birlikte, turizm faaliyetlerinin çevreye daha az zarar vermesi hedeflenmektedir. Ekoturizm, yeşil otelcilik uygulamaları ve yerel topluluklarla iş birliği yaparak sürdürülebilir turizm modelleri geliştirilmesi, bu sektörde çevresel bilincin artmasına katkı sağlamaktadır (Holden, A., 2019).

Turizm sektörü, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarıyla çok yönlü ve dinamik bir yapıya sahiptir. Bu sektör, yalnızca ekonomik kalkınma ve döviz girdisi sağlamakla kalmaz, aynı zamanda toplumlar arası kültürel etkileşim ve bilgi paylaşımını da teşvik eder. Turizm sektörünün sürdürülebilir bir yapıya kavuşması hem ekonomik getiriler açısından hem de doğal kaynakların korunması açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu nedenle, turizm faaliyetlerinin planlanmasında ve yönetiminde çevresel sürdürülebilirlik, yerel toplulukların katılımı ve kültürel değerlerin korunması gibi unsurlar ön planda tutulmalıdır (Tosun, C., 2018).

1.4.Tarihsel Açıdan Turizm

Turizmin tarihsel gelişimi, insanlık tarihi kadar eski bir olgu olarak kabul edilebilir. İnsanların ilk seyahatleri, temel ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gerçekleştirilmiştir; örneğin, avcılık ve toplayıcılık faaliyetleri, göçler ve ticaret gibi nedenlerle insanlar sürekli yer değiştirmiştir. Bununla birlikte, turizm kavramının daha modern anlamıyla ortaya çıkışı, Antik Yunan ve Roma dönemine kadar uzanır. O dönemlerde, insanlar spor müsabakalarını izlemek, kutsal yerleri ziyaret etmek ve eğitim almak amacıyla seyahat etmeye başlamıştır. Özellikle Roma İmparatorluğu'nun geniş yollar ağı ve güvenli ulaşım imkânları, bu dönemde turizmin gelişmesine katkı sağlamıştır (Burkart, A.J., 1974).

Orta Çağ boyunca, turizm faaliyetleri büyük ölçüde dini amaçlarla yapılmıştır. Hac yolculukları, özellikle Hristiyanlık, İslam ve Budizm gibi büyük dinler açısından oldukça yaygındı. Örneğin, Avrupa’da Hristiyanlar, Santiago de Compostela ve Kudüs gibi kutsal bölgelere düzenli olarak hac ziyaretleri yapmışlardır. Aynı şekilde, Müslümanlar için Mekke’ye yapılan Hac ziyareti, Orta Çağ boyunca turistik bir seyahat niteliği kazanmıştır. Ancak bu dönemde ulaşımın zor ve tehlikeli olması, turistik faaliyetlerin geniş kitleler tarafından gerçekleştirilmesini sınırlamıştır (Kazgan, G., 1994).

Modern turizmin başlangıcı, Sanayi Devrimi ile hızlanmıştır. 19. yüzyılda sanayileşmenin hız kazanması ve demiryolu ağlarının genişlemesi, insanlara daha hızlı ve konforlu seyahat etme imkânı sunmuştur. Ayrıca bu dönemde, insanlar arasında boş zaman kavramı yaygınlaşmaya başlamış ve tatil yapmak bir ihtiyaç haline gelmiştir. İngiltere’de Thomas Cook tarafından başlatılan ilk organize turizm hareketleri, modern anlamda turizm endüstrisinin başlangıcı olarak kabul edilir. Cook’un 1841 yılında düzenlediği grup turları, bugünkü paket tur kavramının temelini oluşturmuştur (Gürsoy, D., 2018). Demiryollarının inşası ve ulaşım araçlarının gelişmesi, orta sınıfın da seyahat edebilmesine olanak tanımış ve turizmin kitleselleşmesi süreci başlamıştır.

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra dünya genelinde ekonomik toparlanma sürecine girilmesiyle birlikte, turizm sektöründe de büyük bir büyüme yaşanmıştır. 1950’li yıllarda uçak teknolojilerindeki gelişmeler, havayolu ulaşımını hızlandırmış ve uluslararası seyahatler yaygınlaşmıştır. Aynı dönemde, dünya genelinde tatil köyleri, oteller ve turistik altyapılar inşa edilmiş, turizm sektörü hızla gelişmiştir. Bu süreçte, özellikle Akdeniz ülkeleri, turistik destinasyonlar olarak büyük bir popülerlik kazanmıştır (Sharpley, R., 2021). Ayrıca bu dönemde turizmin ekonomik boyutu da artmış ve birçok ülke için önemli bir döviz kaynağı haline gelmiştir.

20. yüzyılda ise turizmin dijitalleşmesi ve internetin yaygınlaşması, sektörde yeni bir dönemi başlatmıştır. Online rezervasyon sistemleri, uçak biletlerinin internet üzerinden satılması ve turistik hizmetlerin dijitalleşmesi, turizmi daha erişilebilir hale getirmiştir. Ayrıca sosyal medyanın etkisiyle destinasyonlar, küresel ölçekte tanıtılmakta ve turistler, seyahat planlarını dijital platformlar üzerinden kolayca yapabilmektedir. Bu süreç, turizmin hızla büyümesine katkı sağlarken, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik ve aşırı turizm gibi sorunları da beraberinde getirmiştir (Tosun, C., 2019). Günümüzde turizmin geleceği, teknolojik gelişmelerle birlikte şekillenirken, sürdürülebilirlik ve çevre dostu uygulamaların önemi her geçen gün artmaktadır.

Turizmin tarihsel gelişimi, insanlık tarihinin farklı aşamalarıyla paralellik göstermektedir. Başlangıçta dini ve ticari amaçlarla yapılan seyahatler, zamanla sanayileşme ve ulaşım teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte modern anlamda turizme evrilmiştir. 20. ve 21. yüzyıllarda ise turizm, küresel bir endüstri haline gelmiş ve dijitalleşmeyle birlikte büyük bir dönüşüm geçirmiştir. Bu süreçte, turizmin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları giderek daha fazla önem kazanmış ve turizmin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi, günümüzün en önemli tartışma konularından biri haline gelmiştir (Cooper, C., 2022).

1.5. Turizm Türleri

Turizmin sınıflandırılması, turistik faaliyetlerin daha iyi anlaşılması ve yönetilmesi için oldukça önemlidir. Turizm faaliyetleri, seyahatin amacı, süresi, katılımcıların özellikleri ve destinasyon gibi çeşitli kriterlere göre sınıflandırılabilir. Bu yapılandırma, hem turizm endüstrisi hem de politikacılar ve yöneticiler için turizm politikalarını ve stratejilerini belirlerken yol gösterici olur. Ayrıca, turizmin çeşitliliğini ortaya koyarak, farklı turistik ihtiyaçlara nasıl hizmet verileceği konusunda da önemli bir rehber sağlar (Kozak, M., 2018).

Öncelikle turizmin sınıflandırılmasında yaygın olarak kullanılan kriterlerden biri seyahatin amacıdır. Seyahat amacı, turizmi temel olarak iş turizmi ve tatil turizmi şeklinde iki ana kategoriye ayırır. Tatil turizmi, eğlence, dinlenme ve rahatlatma amacıyla yapılan seyahatleri kapsar. Bu tür turizmde, bireyler genellikle doğa, deniz, kum ve güneş gibi çekici unsurların bulunduğu destinasyonları tercih ederler. İş turizmi ise genellikle ticari amaçlarla yapılan seyahatlerden oluşur ve bu tür seyahatler iş toplantıları, konferanslar ve fuar etkinlikleri gibi profesyonel etkinlikleri içerir. İş turizmi, turistik destinasyonlarda otel ve kongre merkezi gibi tesislerin kullanımını artıran önemli bir turizm türüdür (Bahar, O., 2020).

Turizmin bir diğer sınıflandırma kriteri ise seyahatin süresidir. Turizm faaliyetleri, kısa dönemli ve uzun dönemli seyahatler olarak ikiye ayrılabilir. Kısa dönemli seyahatler, genellikle bir gün ile bir hafta arasında süren seyahatlerdir ve genellikle hafta sonu tatilleri, şehir turları veya kısa tatiller bu gruba girer. Uzun dönemli seyahatler ise bir hafta veya daha uzun süren seyahatleri ifade eder. Bu tür seyahatlerde, turistler genellikle konaklama, ulaşım ve diğer hizmetler için daha geniş bir bütçe ayırır ve bu nedenle uzun dönemli turizm, ekonomik açıdan daha yüksek getiriler sağlar (Kozak, M., 2019).

Turizm aynı zamanda seyahatin katılımcılarına göre de sınıflandırılabilir. Bireysel turizm, kişilerin kendi başlarına ya da küçük gruplar halinde seyahat ettikleri turizm türüdür. Bu tür seyahatlerde bireyler genellikle seyahat programlarını kendileri organize eder ve esnek bir seyahat planına sahip olurlar. Grup turizmi ise daha organize bir yapıda olup, genellikle tur operatörleri tarafından düzenlenen ve büyük grupların katıldığı seyahatleri kapsar. Grup turizmi, maliyetlerin daha düşük olması ve turistik hizmetlerin daha verimli bir şekilde sunulması nedeniyle özellikle popüler destinasyonlarda tercih edilir (Page, S., 2019).

Turizmin sınıflandırılmasında bir diğer önemli kriter de destinasyonun türüdür. İç turizm, bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülkelerinde seyahat etmelerini ifade eder. İç turizm, özellikle gelişmekte olan ülkeler için ekonomik büyüme açısından kritik bir öneme sahiptir çünkü yerel ekonomiyi canlandırır ve döviz kaybını azaltır. Dış turizm ise bir ülkenin vatandaşlarının başka bir ülkeye seyahat etmeleri anlamına gelir. Dış turizm, özellikle uluslararası ilişkiler, kültürel değişim ve döviz girişi açısından önem taşır. Her iki turizm türü de ekonomik ve sosyal etkileri açısından farklı dinamikler içerir (Sharpley, R., 2021).

Son olarak, turizmin çevresel ve kültürel etkileri dikkate alınarak sürdürülebilirlik açısından da bir sınıflandırma yapılabilir. Sürdürülebilir turizm,

doğal ve kültürel kaynakları koruyarak turizm faaliyetlerinin gelecek nesillere zarar vermeden sürdürülmesini amaçlayan bir yaklaşımdır. Ekoturizm, bu sınıflandırmanın bir alt kategorisi olarak, doğa ile iç içe ve çevreye zarar vermeden gerçekleştirilen turizm faaliyetlerini kapsar. Bu tür turizm, özellikle doğal güzellikleri ve biyolojik çeşitliliği koruma amacını taşır. Kültürel turizm ise turistlerin, farklı kültürel ve tarihi değerleri keşfetme amacıyla yaptıkları seyahatleri içerir. Bu tür turizm, yerel kültürlerin korunmasına ve tanıtılmasına katkıda bulunurken, aynı zamanda yerel halkın ekonomik refahını artırabilir (Holden, A., 2019).

Turizmin sınıflandırılması, sektördeki farklı dinamiklerin daha iyi anlaşılmasına ve turizm politikalarının daha etkili bir şekilde belirlenmesine olanak tanır. Bu sınıflandırmalar, turistik faaliyetlerin doğru bir şekilde yönetilmesi ve turizmin sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesi açısından önemlidir. Ayrıca, farklı turizm türlerinin ihtiyaçları ve talepleri doğrultusunda stratejik planlamalar yapılması, turizmin hem ekonomik hem de çevresel sürdürülebilirliği açısından kritik bir rol oynamaktadır (Cooper, C., 2022).

1.6. Turizmin Sayısal Açıdan Çeşitleri

Turizme katılan kişi sayısına göre, insanlar yalnız başlarına seyahat ettiklerinde bu faaliyet "Bireysel Turizm" olarak adlandırılırken, belirli ortak özellikleri paylaşan kişilerin oluşturduğu turizm hareketine "Grup Turizmi" denir. Bunun yanı sıra, birbirleriyle doğrudan bir bağlantısı olmayan geniş insan topluluklarının katılımıyla gerçekleşen turizm etkinlikleri ise "Kitle Turizmi" olarak ifade edilmektedir (Işık, 2013: 22).

1.6.1. Bireysel (Ferdî) Turizm

Bireylerin kendi inisiyatifleriyle, belirli bir grup ya da tur organizasyonu olmadan seyahat etmeleri anlamına gelir. Bu tür turizm, katılımcıların seyahat planlarını kendi istek ve ihtiyaçlarına göre düzenlemelerini sağlayarak büyük bir esneklik sunar. Bireysel turistler, genellikle seyahatlerinin her aşamasını kendileri planlar; ulaşım, konaklama ve gezi rotalarını bağımsız bir şekilde oluştururlar. Bu durum, bireysel turizmi diğer turizm türlerinden ayıran en belirgin özelliklerden biridir. Bireysel turistler, kendilerine ait bir özgürlük alanı yaratarak, diledikleri zaman diledikleri yerleri ziyaret etme fırsatına sahip olurlar (Bahar, O., 2020, s. 76).

Bu tür turizmin avantajlarından biri, kişiselleştirilmiş bir deneyim sunmasıdır. Bireysel turistler, toplu bir gruba bağlı kalmadan kendi tercih ettikleri yerlere ve aktivitelere odaklanabilirler. Bu durum, kişisel tatmin düzeyini artırırken, seyahat süresince daha bağımsız hareket edebilme olanağı sağlar. Örneğin, bir bireysel turist doğa yürüyüşleri, kültürel etkinlikler ya da müze ziyaretleri gibi kişisel ilgi alanlarına uygun aktiviteleri daha kolay bir şekilde gerçekleştirebilir. Ayrıca, tur programlarının sabit bir takvime bağlı kalması zorunluluğu olmadan, bireyler diledikleri gibi zamanlarını değerlendirebilirler (Kozak, M., 2018, s. 34).

Ancak bireysel turizmin bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Grup turizmi ya da organize turların sağladığı rehberlik ve bilgilendirme gibi hizmetler, bireysel

turizmde eksik olabilir. Bireyler, seyahat ettikleri destinasyon hakkında daha az bilgi sahibi olabilir ya da dil ve kültürel farklılıklar nedeniyle zorluk yaşayabilirler. Ayrıca, bireysel turistlerin tüm seyahat planlarını kendi başlarına yapmaları gerektiği için, bu durum bazen zaman alıcı ve stresli olabilir. Özellikle ilk kez seyahat eden turistler için planlama ve organizasyon aşamaları, bireysel turizmi daha karmaşık hale getirebilir (Cooper, C., 2022, s. 121).

Bireysel turizmin bir diğer özelliği de bütçe yönetimi üzerindeki etkisidir. Grup turlarında genellikle önceden belirlenmiş ve toplu satın alımlarla avantaj sağlanan paketler bulunurken, bireysel turistler daha esnek bir bütçe planlaması yapabilirler. Bu durum, bazı seyahatlerde bireysel turistlerin daha ekonomik bir seyahat deneyimi yaşamasına olanak tanır. Ancak, bazı durumlarda bireysel turistler için ulaşım, konaklama ve diğer hizmetler daha pahalıya mal olabilir çünkü toplu indirimlerden faydalanma şansları yoktur. Yine de, bu tür turizm, seyahat deneyimini kişiselleştirmenin getirdiği esneklik nedeniyle birçok turistin tercih ettiği bir seyahat biçimi olmaya devam etmektedir (Page, S., 2019, s. 54).

Grup turizmi, belirli bir program ve organizasyon çerçevesinde bir araya gelen bireylerin, genellikle profesyonel tur operatörleri ya da seyahat acenteleri tarafından düzenlenen bir seyahate katılmaları anlamına gelir. Bu tür turizmde, seyahat rotası, konaklama, yemek ve gezilecek yerler gibi detaylar önceden belirlenir ve katılımcılar, grup halinde bu programı takip ederler. Grup turizmi, özellikle ilk defa seyahat eden kişiler ya da yabancı bir ülkeye seyahat edecek olanlar için büyük bir avantaj sağlar. Seyahat esnasında karşılaşılabilecek dil engeli ya da kültürel farklılıklar gibi sorunlar, grup turizmi sayesinde minimize edilir (Bahar, O., 2020, s. 112).

Grup turizminin en belirgin avantajlarından biri, genellikle daha uygun maliyetli olmasıdır. Tur operatörleri ya da seyahat acenteleri, büyük gruplar için rezervasyon yaptıkları oteller, restoranlar ve turistik yerlerde indirimli fiyatlardan yararlanabilirler. Bu da bireysel turizme kıyasla daha ekonomik bir seyahat imkânı sunar. Ayrıca, grup turizmi ile seyahat eden turistler, ulaşım ve rehberlik gibi hizmetlerin de paket program dahilinde sunulmasından faydalanır. Rehberler, gezilen yerler hakkında detaylı bilgi sağlayarak turistlerin kültürel ve tarihsel farkındalıklarını artırır. Böylece, grup turizmi, turistlere yalnızca seyahat değil, aynı zamanda eğitim ve kültürel zenginleşme imkânı da sunar (Page, S., 2019, s. 87).

Ancak grup turizminin bazı dezavantajları da bulunmaktadır. Önceden planlanmış bir programa bağlı kalmak, bazı turistler için kısıtlayıcı olabilir. Kişisel tercihlerin ön plana çıkmadığı bu tür seyahatlerde, her katılımcı grup programına uymak zorunda kalır ve bu durum, esneklik arayan ya da kendi ilgi alanlarına yönelik daha özel aktiviteler yapmak isteyen bireyler için uygun olmayabilir. Ayrıca, grup turizmi sırasında yoğun turist gruplarıyla birlikte seyahat etmek, turistler için daha az bireysel keşif fırsatı sunar. Özellikle maceracı ya da bağımsız ruhlu turistler için bu durum, seyahatin tadını çıkarma konusunda sınırlayıcı olabilir (Kozak, M., 2018, s. 45).

Grup turizmi, sosyal etkileşim açısından da önemlidir. Bu tür turlarda, katılımcılar seyahat boyunca birlikte zaman geçirir ve bu süreçte yeni insanlarla tanışma, dostluklar kurma fırsatı bulurlar. Tur sırasında yapılan grup aktiviteleri,

katılımcıların birbirleriyle kaynaşmasını sağlar ve bu da seyahati daha eğlenceli ve unutulmaz hale getirebilir. Ayrıca, grup turizmi sayesinde seyahat edenler, güvenlik ve lojistik konularında da daha az endişe duyarlar. Tur rehberi ve organizatörler, yolculuk boyunca tüm düzenlemeleri yaparak, turistlerin rahat ve sorunsuz bir seyahat geçirmesini sağlarlar. Bu nedenle, grup turizmi, güvenlik ve konfor arayan turistler için cazip bir seçenek olarak öne çıkar (Cooper, C., 2022, s. 101).

Grup turizmi, ekonomik, sosyal ve kültürel avantajları ile geniş bir turist kitlesi için cazip bir seyahat şekli olmuştur. Bununla birlikte, kişisel özgürlük ve esneklik arayan turistler için sınırlayıcı olabilir. Grup turizminin sunduğu kolaylıklar, özellikle ilk kez seyahat edenler ya da yabancı bir destinasyonda rahat bir deneyim arayanlar için büyük bir avantajdır. Turizm sektörü içinde büyük bir paya sahip olan bu turizm türü, profesyonel organizasyon ve rehberlik hizmetleri ile turistlerin güvenli ve keyifli bir seyahat geçirmelerini sağlar (Sharpley, R., 2021, s. 134).

Kitle turizmi, modern turizm sektöründe en yaygın seyahat biçimlerinden biri olarak kabul edilir. Bu turizm türü, büyük grupların belirli turistik destinasyonlara organize edilmiş bir şekilde seyahat etmesini ifade eder. Özellikle 20. yüzyılın ortalarından itibaren, ulaşım araçlarının gelişmesi ve tatil yapmanın daha erişilebilir hale gelmesiyle, kitle turizmi büyük bir

ivme kazanmıştır. Tur operatörlerinin sunduğu paket turlar, ulaşım, konaklama ve diğer hizmetleri kapsayarak bireylere kolaylık ve maliyet avantajı sağlamaktadır. Bu nedenle kitle turizmi, orta ve alt gelir grubuna mensup kişilere seyahat etme fırsatı sunan bir model haline gelmiştir (Bahar, O., 2020, s. 88).

Kitle turizminin avantajlarından biri, düşük maliyetli ve kapsamlı hizmetler sunarak geniş bir kesime hitap etmesidir. Paket turlar sayesinde, büyük gruplar halinde seyahat eden turistler, daha uygun fiyatlı konaklama ve ulaşım imkanlarından yararlanabilirler. Aynı zamanda, bu tür turlarda rehberlik hizmeti de sunulduğundan, turistler ziyaret ettikleri yerler hakkında daha fazla bilgi sahibi olabilir ve organizasyon açısından herhangi bir zorluk yaşamazlar. Ancak, kitle turizmi genellikle çok yoğun turist akışına maruz kalan destinasyonlarda gerçekleştiği için, çevresel ve kültürel tahribat riski de beraberinde gelmektedir. Yoğun turistik faaliyetler, yerel halk üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir ve doğal kaynakların hızla tükenmesine yol açabilir (Cooper, C., 2022, s. 56).

Bununla birlikte, kitle turizminin eleştirilen yönlerinden biri de kişisel deneyimlerin sınırlı olmasıdır. Standartlaşmış tur programları nedeniyle turistler, belirli güzergâhlarla sınırlı kalır ve özgür bir şekilde seyahat etme imkanını kaybederler. Ayrıca, yoğun turist gruplarının bulunduğu popüler destinasyonlarda, turistlerin bir arada bulunması, yerel kültürlerin özgünlüğünü kaybetmesine neden olabilir. Bu bağlamda, kitle turizminin kontrolsüz bir şekilde büyümesi, destinasyonların aşırı turizme maruz kalmasına ve turistlerin memnuniyet düzeyinin azalmasına yol açabilir (Page, S., 2019, s. 92). Bu nedenlerle, kitle turizmi ile çevre dostu ve sürdürülebilir turizm arasında bir denge sağlanması gereklidir.

1.6.2. Coğrafi Açıdan Sınıflandırma

Bu turizm etkinliklerinde, turistin ziyaret ettiği bölge kriter olarak alınmaktadır. Faaliyet, "İç Turizm" ve "Dış Turizm" olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Aynı zamanda "Ulusal Turizm" ve "Uluslararası Turizm" olarak da ifade edilmektedir, çünkü turistin seyahat yönüne bakıldığında, ülke sınırları içerisinde mi yoksa sınırların dışında mı hareket ettiği anlaşılır (Kozak ve diğerleri, 2010: 12).

1.6.2.1. Ülke İçi Turizm

İç turizm, bir ülkenin vatandaşlarının, kendi ülke sınırları içinde gerçekleştirdikleri seyahat ve tatil faaliyetlerini kapsayan bir turizm türüdür. Bu tür turizm, ekonomik, kültürel ve sosyal açılarından önemli bir etkiye sahiptir. Ekonomik açıdan, iç turizm, yerel ekonomilerin gelişimine katkı sağlar ve turistik destinasyonların sürekli bir gelir kaynağı elde etmesine yardımcı olur. Özellikle turizm sezonunun dışında kalan dönemlerde, iç turizm, yerel işletmeler için önemli bir destekleyici unsur olabilir. Tatilcilerin kendi ülkelerindeki destinasyonları tercih etmeleri, dış turizmden farklı olarak döviz çıkışını engelleyerek ülke ekonomisine katkıda bulunur (Bahar, O., 2020, s. 96).

İç turizmin bir diğer önemli avantajı, ülke içindeki farklı bölgeler arasında kültürel etkileşimi artırmasıdır. Farklı şehirlerden gelen insanlar, farklı kültürel ve toplumsal yapıları deneyimleme fırsatı bulur. Bu sayede, ülke içinde kültürel bağlar güçlenir ve ulusal birliktelik hissi artar. İç turizm, aynı zamanda kırsal bölgelerin kalkınmasına da katkı sağlar. Büyük şehirlerden gelen turistlerin, kırsal bölgelere yönelik seyahatleri, bu bölgelerdeki yerel ekonomiyi canlandırır. Ayrıca, tarım ve el sanatları gibi geleneksel sektörlerin turizmle birleşmesi, kırsal alanlarda istihdamın artmasına da olanak tanır (Cooper, C., 2022, s. 78).

Ancak iç turizmin gelişimi bazı zorluklarla karşı karşıya kalabilir. Özellikle ulaşım altyapısının yetersiz olduğu ya da turistik hizmetlerin düşük kaliteli olduğu bölgelerde, turistlerin seyahat etmeye teşvik edilmesi zor olabilir. İç turizmi artırmak için, hükümetlerin ve turizm sektörü paydaşlarının bu alanlarda yapacakları yatırımlar büyük önem taşır. Ayrıca, turistik destinasyonların cazibesini artırmak için etkin tanıtım faaliyetlerinin yürütülmesi ve yerel halkın turizm konusunda bilinçlendirilmesi de gereklidir. İç turizmin sürdürülebilir bir şekilde büyüebilmesi, yerel halkın da turizmden fayda sağlamasıyla mümkün olacaktır (Page, S., 2019, s. 104).

İç turizmin toplumsal boyutu da dikkate değerdir. Kendi ülkeleri içinde seyahat eden bireyler, sosyal ve kültürel deneyimlerle zenginleşir. Turistik faaliyetler sayesinde insanlar, ülkelerindeki doğal güzellikleri, tarihsel mirasları ve kültürel değerleri daha yakından tanıma fırsatı bulur. Bu durum, ülkeye olan bağlılığı artırırken, turistlerin gelecek nesillere kültürel ve doğal mirasları aktarmalarına da olanak sağlar. Özellikle çocuklu ailelerin gerçekleştirdiği iç turistik seyahatler, genç

nesillerin kendi kültürlerine dair farkındalık kazanmalarına yardımcı olabilir (Sharpley, R., 2021, s. 142).

İç turizm, hem ekonomik kalkınmayı destekleyen hem de toplumsal ve kültürel bağları güçlendiren önemli bir turizm türüdür. Ülkeler, iç turizmi teşvik ederek, turistik faaliyetlerin ülke genelinde dengeli bir şekilde dağılımını sağlayabilirler. Bu bağlamda, iç turizmin gelişimi, sürdürülebilir turizm politikaları ve etkin tanıtım stratejileri ile desteklenmelidir. Aynı zamanda, iç turizmi cazip hale getirmek için yerel yönetimlerin ve turizm sektörü temsilcilerinin iş birliği yapmaları, turistik altyapının iyileştirilmesi ve yerel kültürün turistik bir ürün olarak sunulması gereklidir (Kozak, M., 2018, s. 84).

1.6.2.2. Ülke Dışı Turizm

Dış turizm, bir ülkenin vatandaşlarının kendi ülkeleri dışındaki ülkelere yaptığı seyahatleri ifade eder. Bu turizm türü, turistlerin yabancı kültürlerle tanışmasına, farklı coğrafyaları keşfetmesine ve uluslararası deneyimler kazanmasına olanak sağlar. Özellikle modern dünyada ulaşım teknolojilerinin gelişmesi, dış turizmi daha erişilebilir hale getirmiştir. Dış turizmin en önemli özelliklerinden biri, ülkeler arası kültürel etkileşim ve bilgi alışverişini artırmasıdır. Yurt dışına seyahat eden turistler, geldikleri ülkelerdeki gelenekleri, sosyal yaşamı ve kültürel değerleri deneyimleyerek, kendi ülkelerine döndüklerinde bu deneyimlerini paylaşırlar (Bahar, O., 2020, s. 105).

Ekonomik açıdan bakıldığında, dış turizm, seyahat eden turistler için döviz harcaması anlamına gelirken, turist kabul eden ülkeler için ise önemli bir döviz kaynağı oluşturmaktadır. Turistlerin yabancı bir ülkeye gitmesi, o ülkenin turizm gelirlerini artırmakla kalmaz, aynı zamanda otelcilik, restoran, ulaşım ve hizmet sektörleri üzerinde de olumlu bir etki yaratır. Dış turizmin teşviki, birçok ülke için stratejik bir ekonomik hedef haline gelmiştir. Özellikle turizm sektörü güçlü olan ülkeler, dış turistleri çekmek amacıyla geniş tanıtım ve pazarlama faaliyetleri yürütmekte ve yabancı turistlere yönelik hizmetlerini geliştirmektedir (Cooper, C., 2022, s. 64).

Dış turizmin sosyal ve kültürel boyutlarına baktığımızda, farklı kültürlerle temas kurmanın bireyler üzerindeki dönüştürücü etkileri dikkat çeker. Turistler, başka ülkelerdeki sosyal normları, yaşam tarzlarını ve kültürel mirasları görerek kendi bakış açılarını genişletirler. Bununla birlikte, dış turizmin ülkeler arası ilişkiler üzerindeki etkisi de göz ardı edilemez. Turistik faaliyetler, ülkeler arasında diplomatik ve ticari bağları güçlendirebilir. Turistlerin seyahat ettikleri ülkelerde bıraktıkları olumlu izlenimler, ülkeler arası ilişkilerin yumuşamasına katkıda bulunabilir (Page, S., 2019, s. 98).

Dış turizmin dezavantajlarına gelince, çevresel ve kültürel sorunlar ön plana çıkmaktadır. Yoğun turistik faaliyetler, doğal alanların tahrip edilmesine ve yerel halkın kültürel dokusunun zarar görmesine yol açabilir. Ayrıca, turistlerin yüksek harcamaları, yerel halk için yaşam maliyetlerini artırabilir. Bu nedenle, dış turizmin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ve çevresel faktörlerin göz önünde bulundurulması büyük önem taşımaktadır (Sharpley, R., 2021, s. 132).

1.6.2.3. Ülke Dışı Aktif Turizm

Dış aktif turizm, bireylerin kendi ülkeleri dışında aktif bir şekilde katılım sağladıkları sportif ve macera odaklı turistik faaliyetleri kapsayan bir turizm türüdür. Bu turizm türünde, turistler genellikle spor, doğa yürüyüşü, dağcılık, kayak, dalış gibi fiziksel aktivitelere odaklanır. Dış aktif turizm, sadece fiziksel aktivitelerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda kültürel etkinliklere de katılımı teşvik eder. Örneğin, turistler bir ülkeye hem doğal güzelliklerini keşfetmek hem de yerel festivallere, geleneksel etkinliklere katılmak amacıyla seyahat edebilirler. Bu bağlamda, dış aktif turizm hem bireysel deneyimi zenginleştiren hem de destinasyonların sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlayan bir turizm biçimi olarak öne çıkmaktadır (Bahar, O., 2020, s. 115).

Dış aktif turizmin en önemli avantajlarından biri, turistlerin fiziksel ve ruhsal sağlıklarını olumlu yönde etkilemesidir. Fiziksel aktivitelerin doğada gerçekleştirilmesi, bireylerin stresten uzaklaşmasını sağlarken aynı zamanda doğayla iç içe bir tatil deneyimi sunar. Özellikle doğa turizmi odaklı etkinlikler, turistlere çevre bilinci kazandırırken, aynı zamanda sürdürülebilir turizmin de önemli bir parçası haline gelir. Turistler, gittikleri ülkelerde sadece doğanın tadını çıkarmakla kalmaz, aynı zamanda yerel halkla etkileşime girerek o bölgenin kültürünü ve yaşam tarzını daha yakından tanıma fırsatı bulurlar (Cooper, C., 2022, s. 74).

Ancak dış aktif turizmin gelişimi, çeşitli zorlukları da beraberinde getirir. Özellikle fiziksel aktivitelerin gerektirdiği altyapının yeterli düzeyde olmaması, turistlerin beklentilerini karşılayamayabilir. Dağcılık, doğa yürüyüşü, dalış gibi aktivitelerde güvenliğin sağlanması, ekipmanların kaliteli olması ve profesyonel rehberlerin bulunması büyük önem taşır. Ayrıca, doğal alanların korunması ve çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması, dış aktif turizmin devamlılığı açısından kritik bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, turizm sektöründe faaliyet gösteren firmalar ve yerel yönetimler, doğaya zarar vermeden turistik faaliyetlerin yürütülmesi konusunda sorumluluk sahibi olmalıdır (Page, S., 2019, s. 108).

Dış aktif turizm, macera arayan turistler için ideal bir seçenek olmakla birlikte, çevresel ve sosyal sorumluluklarla birlikte ele alınması gereken bir turizm türüdür. Hem turistlerin memnuniyeti hem de destinasyonların uzun vadede korunması için doğaya saygılı ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının benimsenmesi büyük önem taşımaktadır. Bu yaklaşım, hem turistlerin hem de yerel halkın yararına olacak şekilde turizmin gelişimini sağlayacaktır (Sharpley, R., 2021, s. 152).

1.6.2.4. Ülke Dışı Pasif Turizm

Dış pasif turizm, bireylerin yurt dışına çıkarak daha az fiziksel aktivite gerektiren ve genellikle dinlenme, rahatlama, kültürel gözlem gibi amaçlara odaklanan turizm faaliyetlerini ifade eder. Bu turizm türü, daha çok dinlenmek, tarihi ve kültürel yerleri keşfetmek, doğal güzellikleri görmek ve günlük streslerden uzaklaşmak isteyen turistler tarafından tercih edilir. Pasif turizm, aktif turizmde olduğu gibi yoğun fiziksel etkinlikleri içermez; bu nedenle genellikle konfor odaklı ve sakin bir tatil arayan turistleri hedef alır (Bahar, O., 2020, s. 125).

Dış pasif turizm, turistlerin gidecekleri ülkenin kültürel ve doğal zenginliklerini deneyimlemesine imkân tanır. Örneğin, bir turist başka bir ülkeye sadece tarihi yerleri gezmek, müzeleri ziyaret etmek, yerel yemekleri tatmak ve sanatsal etkinliklere katılmak amacıyla gidebilir. Bu tür deneyimler, turistlerin seyahat ettikleri ülkelerin kültürünü derinlemesine anlamalarına yardımcı olur. Pasif turizmin bir diğer önemli boyutu ise, bu tür turistik faaliyetlerin yerel ekonomiye önemli katkılar sağlamasıdır. Turistler, gittikleri ülkelerde konaklama, yiyecek-içecek, alışveriş gibi çeşitli harcamalar yaparak destinasyon ekonomisine doğrudan katkıda bulunurlar (Cooper, C., 2022, s. 86).

Bununla birlikte, dış pasif turizmin bazı çevresel ve sosyal etkileri de bulunmaktadır. Yoğun turist akışı, özellikle popüler destinasyonlarda yerel halk üzerinde baskı oluşturabilir ve bu bölgelerdeki altyapı yetersizlikleri sorun haline gelebilir. Ayrıca, tarihi ve doğal alanlara yapılan aşırı ziyaretler, bu alanların zarar görmesine neden olabilir. Dolayısıyla, dış pasif turizmin sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ve turistlerin çevresel etkilerini en aza indirecek önlemlerin alınması büyük önem taşır. Sürdürülebilir turizm stratejileri, bu gibi olumsuz etkilerin önüne geçilmesine ve turistlerin seyahat ettikleri yerlerde daha bilinçli davranmalarına olanak sağlayabilir (Page, S., 2019, s. 115).

Dış pasif turizmin bir diğer avantajı ise turistlerin seyahat esnasında rahatlatma ve dinlenme fırsatı bulmalarıdır. Bu, modern yaşamın stresinden uzaklaşmak isteyen birçok birey için cazip bir seçenektir. Spa merkezleri, lüks oteller ve doğa ile iç içe alanlarda sunulan hizmetler, dış pasif turizmi tercih eden turistlerin beklentilerini karşılayacak şekilde düzenlenir. Ayrıca, bu tür turizm faaliyetleri, turistlerin seyahat ettikleri ülkenin kültürel atmosferine ve doğal güzelliklerine daha yakın bir yaklaşımla entegre olmalarını sağlar (Sharpley, R., 2021, s. 162).

1.6.3. Demografik Açıdan Sınıflandırma

Turizm faaliyetini gerçekleştiren bireylerin yaş grupları, turizmin sınıflandırılmasında bir başka önemli kriter olarak ele alınmaktadır. Yaş grupları, seyahat türlerinin, motivasyonlarının, süresinin ve konaklama tercihlerinin farklılık göstermesine neden olmaktadır. Ailelerinden bağımsız olarak seyahate çıkan gençler "Gençlik Turizmi" kategorisine girerken, ailesiyle birlikte seyahat eden, çalışan orta yaş grubuna "Orta Yaş Turizmi" denir. Emeklilik dönemine gelmiş, yaşlı bireylerin katıldığı faaliyetler ise "Üçüncü Yaş Turizmi" olarak adlandırılmaktadır (Bulgan, 2017: 19).

1.6.3.1. Gençlik Turizmi

Gençlik turizmi, genellikle 18-30 yaş arasındaki bireylerin seyahat deneyimlerini içeren bir turizm türüdür. Bu yaş grubundaki turistler, macera, keşif ve öğrenme odaklı seyahatler yaparak farklı kültürlerle etkileşim kurmayı hedefler. Gençlik turizminin diğer turizm türlerinden farkı, genellikle daha düşük bütçelerle ve uzun süreli seyahatlerle gerçekleşmesidir. Özellikle öğrenciler ve yeni mezunlar, dünya genelindeki gençlik turizmi trendlerini takip ederek, ekonomik paketler ve bütçe dostu konaklama seçenekleriyle yurt dışı deneyimleri yaşarlar. Bu tür

seyahatler, gençlerin kişisel gelişimlerini destekleyen, özgüvenlerini artıran ve kültürel çeşitliliği anlamalarına yardımcı olan fırsatlar sunar (Bahar, O., 2020, s. 132).

Gençlik turizminin önemli bir yönü de sosyal etkileşimlerdir. Genç turistler, seyahat ettikleri yerlerde diğer gençlerle tanışma, kültürel festivallere ve etkinliklere katılma imkânı bulurlar. Bu, farklı ülkelerden gelen bireylerin birbirleriyle kurdukları sosyal bağları güçlendirir. Gençler, genellikle doğa yürüyüşleri, kamp yapma, bisiklet turları gibi aktivitelerle vakit geçirirken aynı zamanda tarihi ve kültürel yerleri de keşfetmeyi tercih ederler. Aynı zamanda, genç turistler için gönüllü çalışma programları, dil öğrenme seyahatleri gibi deneyimsel turizm türleri de yaygınlaşmaktadır. Bu tür programlar, gençlerin seyahat ederken kendilerini geliştirmelerine ve kariyer fırsatlarını genişletmelerine katkı sağlar (Cooper, C., 2022, s. 94).

Gençlik turizmi ekonomik açıdan da oldukça önemlidir. Genç turistler, seyahat ettikleri ülkelerde genellikle daha düşük bütçelerle harcama yapmalarına rağmen, bu harcamalar birçok destinasyonun ekonomik canlılığını artırır. Hosteller, gençlik kampları, öğrenci kartları gibi düşük maliyetli turistik hizmetler, genç turistlerin bu sektöre olan katkısını artırır. Gençlerin turizm pazarındaki önemi giderek artmakta ve destinasyonlar, bu yaş grubuna yönelik özel paketler ve etkinlikler sunarak genç turistleri çekmeye çalışmaktadır (Sharpley, R., 2021, s. 178).

1.6.3.2. Aktif Yaşam Dönemi Turizmi

Turizme katılan 25-60 yaş aralığındaki bireyler genellikle çalışma hayatında yer alan kişilerdir. Bu yaş grubundaki turistler, genellikle bir aile yapısı içinde seyahat ederler ve bu nedenle tatil planları, ailenin tüm üyeleri için uygun olan zaman dilimlerine göre düzenlenir. Eş ve çocukların rahat edebileceği, kolay ulaşılabilir ve konforlu destinasyonlar seçilmektedir. Çoğu, seyahatlerini kendi araçlarıyla gerçekleştirmekte ve tatil sürelerini daha uzun tutmaktadırlar (Öztaş, 2002: 30-31). Örneğin, Ankara'da yaşayan bir ailenin yaz tatillerini ya da dini bayramları köylerinde geçirmek amacıyla hep birlikte seyahat etmeleri, orta yaş turizminin bir örneği olarak değerlendirilebilir. Aynı şekilde, Isparta Sokak Hayvanlarını Koruma Derneği üyelerinin Denizli'ye düzenlediği bir gezi de bu turizm türüne dahil edilebilir.

1.6.3.3. Orta Yaş Sonrası Turizmi

60 yaş ve üzerindeki bireylerin katıldığı turizm faaliyetleri üçüncü yaş turizmi olarak adlandırılır. Özellikle gelişmiş ülkelerde, yaşam standartlarının artmasıyla birlikte insanların yaşam süresi uzamış ve yaşlı nüfusun oranı yükselmiştir. Bu yaş grubundaki kişiler, genellikle geniş boş zamanlara ve yeterli maddi kaynaklara sahip olduklarından, önemli bir turist kitlesini oluşturmaktadırlar. Daha çok kültürel ve dini amaçlı geziler tercih edilmekte, ayrıca sağlık sorunları olanlar için termal tesisler, ılıman iklimler ve doğa ile iç içe bölgeler cazip turizm destinasyonları arasında yer almaktadır. Türkiye, bu turizm türüne yönelik adımları ilk olarak 1990 yılında atmıştır (Kozak vd., 2010: 14-15).

Üçüncü yaş turizmine katılan kişilerin, konforlu ulaşım imkanları, sosyal aktiviteler ve gerekli sağlık hizmetlerinin bulunduğu işletmeleri tercih ettikleri gözlenmektedir (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 34). Bu yaş grubundakiler genellikle sağlık ve dini amaçlı seyahatleri tercih ederler. Örneğin, yaşlı bir çiftin hac görevini yerine getirmek için Mekke ve Medine'ye gitmesi veya eklem ve kas ağrıları gibi rahatsızlıkları hafifletmek amacıyla Afyon'daki bir termal tesisi ziyaret etmesi bu turizm türüne örnek teşkil etmektedir.

1.6.4. Mevsimsel Açıdan Turizm Türleri

Turizm faaliyetleri, mevsimsel özelliklere ve insanların bu dönemlerdeki taleplerine bağlı olarak şekillenmektedir. Bu doğrultuda turizm faaliyetleri, "Yaz Turizmi", "Kış Turizmi" ve "Sezon Dışı Turizm" gibi başlıklara ayrılmaktadır. Bu kategoriler, ziyaret edilen dönemlerin iklimsel koşullarına ve tatilcilerin o dönemdeki tercihlerine göre farklılık göstermektedir (Ürger, 1992: 155).

1.6.4.1. Yaz Dönemi Turizmi

Yaz turizmi, sıcak iklim koşullarının ve uzun günlerin avantajlarından yararlanarak gerçekleştirilen turizm etkinliklerini kapsamaktadır. Genellikle deniz, kum ve güneş üçlüsünün ön plana çıktığı bu turizm türü, turistlerin dinlenme, eğlenme ve keşfetme ihtiyaçlarını karşılar. Yaz turizmi, tatil yapma olanağına sahip kişilerin çalışma hayatının stresinden uzaklaşmak, bedensel ve zihinsel rahatlatma sağlamak amacıyla tercih ettiği bir faaliyettir (Ürger, K., 1992, s. 155). Turistler bu dönemde sahil bölgelerine yönelmekte, sıcak havaların tadını çıkarmak için deniz kenarı destinasyonlarına akın etmektedirler. Plajlar, tatil köyleri ve yazlık konutlar yaz turizminin en çok tercih edilen konaklama ve eğlence yerleri arasındadır.

Yaz turizmi, dünya genelinde özellikle Akdeniz iklimine sahip bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bu bağlamda Türkiye, yaz turizmi açısından zengin bir potansiyele sahiptir ve özellikle Ege ile Akdeniz kıyıları yaz aylarında turist akınına uğramaktadır. Antalya, Bodrum, Marmaris gibi destinasyonlar, yaz turizminin en önemli merkezleri arasında yer almakta ve hem yerli hem de yabancı turistler için cazibe merkezleri oluşturmaktadır. Yaz turizminin tercih edilmesinde deniz sporları, tekne turları, dalış gibi aktiviteler de önemli rol oynamaktadır (Öztaş, M., 2002, s. 31).

Yaz turizminin ekonomik etkileri de oldukça önemlidir. Bu turizm türü, yerel ekonomilere büyük katkı sağlar ve birçok kişi için istihdam yaratır. Yaz aylarında hizmet sektöründe, özellikle otellerde, restoranlarda ve turistik tesislerde çalışan kişi sayısı artış göstermektedir. Aynı zamanda, yaz turizminin getirdiği turist sayısındaki artış, o bölgedeki ticaretin, ulaşımın ve diğer sektörlerin canlanmasına katkıda bulunur. Bu yüzden yaz turizmi, hem turistik bölgeler hem de genel ekonomi açısından büyük bir öneme sahiptir (Kozak, N., 2010, s. 15).

1.6.4.2. Kış Dönemi Turizmi

Kış turizmi, soğuk hava koşullarının hâkim olduğu dönemlerde gerçekleştirilen turistik faaliyetleri kapsar ve bu turizm türünde özellikle karla kaplı dağlar, kayak merkezleri ve termal tesisler ön plana çıkar. Kış turizmi, doğası gereği farklı sportif etkinliklere olanak tanıyan ve daha çok kış sporlarına ilgi duyan turistler tarafından tercih edilen bir turizm türüdür. Kayak, snowboard, kızak gibi aktiviteler bu tür turizmin temel unsurlarını oluşturur (Ürger, K., 1992, s. 155). Kış turizmi, yaz turizmine göre daha kısa bir dönemde yoğunlaşmasına rağmen, turistlerin hem fiziksel aktiviteler yapabileceği hem de doğa ile baş başa kalabileceği benzersiz bir deneyim sunar.

Bu turizm türü özellikle yüksek rakımlı dağlık bölgelerde ve kar yağışının yoğun olduğu yerlerde gelişmiştir. Türkiye'de Uludağ, Kartalkaya, Palandöken gibi kayak merkezleri kış turizminin en önemli noktaları arasında yer almaktadır. Kış turizmi, yalnızca spor yapmak için değil, aynı zamanda dinlenme ve rehabilitasyon amacıyla da tercih edilmektedir. Termal oteller ve kaplıcalar, kış aylarında hem sağlık sorunları olan bireyler hem de sıcak su terapisi arayan turistler için popülerdir (Öztaş, M., 2002, s. 31).

Kış turizmi, mevsimsel turizmin önemli bir alt dalını oluşturarak, yaz turizminin aksine yılın farklı dönemlerinde ekonomik canlanmaya katkıda bulunmaktadır. Kış sporları turizmi, özellikle gelir düzeyi yüksek turistler tarafından tercih edilmekte ve bu da kış turizmi bölgelerindeki hizmet sektörünü olumlu yönde etkilemektedir. Otelcilik, ulaşım ve eğlence sektörleri kış aylarında bu turizmden büyük kazanç elde eder (Kozak, N., 2010, s. 15).

1.6.4.3. Diğer Turizm Türleri

Sezon dışı turizm, yılın turizm açısından düşük yoğunluklu dönemlerinde gerçekleştirilen seyahat ve tatil faaliyetlerini ifade eder. Özellikle yaz ve kış aylarının haricinde, ilkbahar ve sonbahar gibi ara mevsimlerde yapılan turizm etkinlikleri bu kategoriye girmektedir. Sezon dışı turizmin en önemli avantajı, turistlerin daha az kalabalık olan destinasyonlarda daha sakin bir tatil deneyimi yaşamasıdır. Bu dönemlerde turistik bölgelerde fiyatların düşmesi, hem konaklama hem de diğer turistik hizmetler açısından daha ekonomik seçenekler sunmaktadır (Ürger, K., 1992, s. 155).

Sezon dışı turizm, özellikle doğa yürüyüşleri, kültürel geziler ve şehir turları gibi aktivitelerle ön plana çıkar. Bu dönemde, havaların aşırı sıcak ya da soğuk olmadığı dönemlerde, turistler için açık hava etkinlikleri ve doğa ile iç içe olma fırsatı daha cazip hale gelmektedir. Ayrıca, sezon dışı dönemde, popüler turistik bölgelerde kalabalıkların azalması, kültürel ve tarihi yerlerin daha rahat ziyaret edilmesini sağlamaktadır. Bu durum, özellikle kültürel ve sanatsal etkinliklere ilgi duyan turistler için cazip bir seçenek haline gelmektedir (Öztaş, M., 2002, s. 31).

Sezon dışı turizm, aynı zamanda turistik tesislerin yıl boyunca daha etkin bir şekilde kullanılmasına olanak sağlar. Bu turizm türü, sezonluk turizmde görülen iş gücü kayıplarını dengeleyerek, yerel halkın turizm gelirlerinden daha fazla yararlanmasını sağlar. Ayrıca, düşük sezonda gerçekleşen turizm faaliyetleri, turistik

bölgelerin sürdürülebilirliğine katkıda bulunur ve doğal kaynakların aşırı kullanımını önler (Kozak, N., 2010, s. 15).

1.6.5. Yaşam Tarzlarına Göre Sınıflandırma

Turizme katılımı etkileyen diğer önemli unsurlar, bireylerin ekonomik durumu ve sosyal statüleridir. Kişilerin eğitim düzeyi, aile yapıları, yaşları, kültürel altyapıları ve yaşam tarzları da bu süreçte belirleyici olmaktadır. Turizm faaliyetlerine katılma ya da katılmama durumu ise büyük ölçüde kişilerin maddi imkanlarına ve satın alma güçlerine bağlıdır (Ürger, 1993: 158; Bulgan, 2017: 22).

1.6.5.1. Sosyal Turizm

Sosyal turizm, toplumun gelir seviyesi daha düşük kesimlerine turizm faaliyetlerine katılım imkanı sunan bir turizm anlayışıdır. Bu turizm türü, genellikle hükümetler, yerel yönetimler veya sosyal kuruluşlar tarafından desteklenir ve amaç, her bireyin ekonomik durumuna bakılmaksızın tatil yapabilme hakkını sağlamaktır. Sosyal turizmin kökeni, özellikle 20. yüzyılın ortalarında, sosyal devlet anlayışının yaygınlaşmasıyla ortaya çıkmış ve giderek daha fazla ülkede uygulama alanı bulmuştur (Öztaş, M., 2002, s. 40). Bu turizm türü, bireylerin toplumsal yaşamda daha fazla yer almasını sağlayarak, sosyal eşitsizliklerin azaltılmasına da katkıda bulunur.

Sosyal turizm, farklı şekillerde uygulanabilmektedir. Örneğin, düşük gelirli aileler, öğrenciler, yaşlılar ve engelliler için özel indirimli tatil programları sunulmakta; bazen ise tamamen ücretsiz tatil olanakları sağlanmaktadır. Bununla birlikte, sosyal turizmin gelişmesi, turizm sektöründe daha geniş kitlelere hitap eden ve toplumun her kesiminin erişimine uygun hale getirilen destinasyonların yaygınlaşmasına katkı sağlar (Kozak, N., 2010, s. 25). Bu tür turizm faaliyetleri, bireylerin farklı kültürleri tanıma, doğayla iç içe olma ve dinlenme fırsatını elde etmesine yardımcı olurken, turizmin sadece yüksek gelirli kesimlerin faydalanabileceği bir ayrıcalık olmaktan çıkmasını sağlar.

Sosyal turizmin en önemli katkılarından biri de sosyal dayanışmayı güçlendirmesidir. Farklı sosyoekonomik geçmişlere sahip bireylerin bir araya gelerek aynı ortamlarda tatil yapabilmesi, toplumsal kaynaşmayı ve bireyler arası anlayışı artırır. Aynı zamanda, bu turizm türü, ekonomik açıdan daha geri kalmış bölgelerde turizmin geliştirilmesine yardımcı olarak, bu bölgelere ekonomik canlılık kazandırır (Tunç H., ve Saç, 2008, s. 38).

1.6.5.2. Lüks Turizm

Lüks turizm, yüksek gelirli bireylerin, yüksek kalitede ve konfor düzeyi yüksek hizmetlerden yararlandığı bir turizm türüdür. Bu turizm faaliyeti, genellikle 5 yıldızlı otellerde, özel villalarda veya lüks yatlarda gerçekleşir ve kişiselleştirilmiş hizmetlerle desteklenir. Lüks turizm, bireylerin maddi gücünü sergilediği, aynı zamanda kendilerine özel deneyimler yaşadığı bir alan olarak ön plana çıkar. Konfor,

prestij ve ayrıcalıklı hizmetler lüks turizmin temel unsurlarını oluşturur (Kozak, N., 2010, s. 48). Yüksek fiyatlı ancak eşsiz ve kişisel tatil deneyimleri sunan bu turizm segmenti, turizm sektöründe farklı bir kategori olarak önemli bir yere sahiptir.

Lüks turizmin temel özelliklerinden biri, her turistin kendine has beklenti ve ihtiyaçlarına göre özel olarak tasarlanmış hizmetlerin sunulmasıdır. Örneğin, özel jetle seyahat etme, dünyaca ünlü şeflerin yemeklerini tatma, spa ve wellness hizmetlerinde özel terapiler alma gibi unsurlar, lüks turizmi diğer turizm türlerinden ayıran önemli faktörlerdir. Bu bağlamda, lüks turizmde seyahat edenler, genellikle zamanın en iyi şekilde değerlendirilmesini ve yüksek düzeyde bir kişisel tatmin elde etmeyi hedeflerler (Öztaş, M., 2002, s. 53). Ayrıca, bu turizm türü, genellikle egzotik, izole ve çok az kişinin erişebileceği yerlerde gerçekleşir.

Lüks turizmin ekonomik açıdan da büyük önemi vardır. Çünkü bu turizm segmenti, çok yüksek gelir gruplarına hitap etmekte ve dolayısıyla turistik bölgelerde lüks otelcilik, gastronomi, sanat ve kültür gibi alanlarda büyük bir pazar oluşturmaktadır. Lüks turizmin en önemli avantajlarından biri, hem yüksek kâr marjlarına sahip olması hem de turistik hizmetlerin kalitesinin artırılmasına katkıda bulunmasıdır (Tunç H., ve Saç, 2008, s. 41).

1.6.6. Konaklama Süresi Açısından Turizm Türleri

Turizm faaliyetleri, katılımcıların konaklama sürelerine göre değerlendirildiğinde, "Kısa Süreli Turizm" ve "Uzun Süreli Turizm" olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Kısa süreli turizm genellikle birkaç günle sınırlı tatilleri kapsarken, uzun süreli turizm daha geniş zaman dilimlerini içeren seyahatleri tanımlar. Bu sınıflandırma, turistlerin seyahat amaçları, bütçeleri ve kişisel tercihlerine göre de şekillenmektedir.

1.6.6.1. Kısa Vadeli Turizm

Kısa süreli turizm, insanların iş, eğitim veya günlük yaşamlarının yoğun temposundan kısa bir kaçış sağlayarak birkaç gün ya da hafta sonu gibi kısa zaman dilimlerinde gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerini kapsar. Bu turizm türü, özellikle şehirde yaşayan ve uzun tatil yapma olanağı bulamayan bireyler arasında popülerdir. Kısa süreli turizmin temel amacı, insanların kısa sürede yenilenme ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılamaktır. Bu yüzden genellikle yakın destinasyonlara yapılan kısa süreli geziler, şehir kaçamakları veya hafta sonu tatilleri bu tür turizm kapsamında değerlendirilmektedir (Öztaş, M., 2002, s. 56).

Kısa süreli turizmde, tatil planlaması genellikle son dakika yapılır ve destinasyonlar kolay ulaşılabilir yerlerden seçilir. Çoğunlukla yerel veya bölgesel destinasyonlar tercih edilir, çünkü bu tür turizmin amacı hem ulaşım maliyetlerini düşük tutmak hem de kısa zaman diliminde mümkün olduğunca çok dinlenme ve eğlenme imkânı sunmaktır. Ayrıca, bu turizm türü, iş hayatındaki yoğunluk ve stresin azaltılmasına katkıda bulunduğu için de tercih edilmektedir (Kozak, N., 2010, s. 65). Kısa süreli turizmin gelişmesi, özellikle büyük şehirlerin çevresindeki tatil köylerinin ve doğal güzelliklerin cazibesinin artmasına neden olmuştur.

Bu turizm türü, yerel ekonomilere önemli katkılar sağlamakla birlikte, kısa süreli tatillerin planlanması ve uygulanmasında hizmet sektörünün de hızla gelişmesine yol açmıştır. Otelcilik, ulaşım ve restoran işletmeleri gibi sektörler kısa süreli turizmden önemli kazançlar elde etmekte ve bu tür turizm faaliyetleri, bölgesel kalkınmaya olumlu etki yapmaktadır (Tunç H., ve Saç, 2008, s. 49).

1.6.6.2. Uzun Vadeli Turizm

Uzun süreli turizm, genellikle bir aydan daha fazla bir süreyi kapsayan, tatil, iş veya eğitim amaçlı yapılan seyahatleri içerir. Bu turizm türünde, bireyler uzun süreli konaklama gerektiren ve yaşam tarzlarına uyum sağlayabilecek destinasyonları tercih ederler. Özellikle emekli turistler, dijital göçebeler ve uzun süreli iş seyahatine çıkan profesyoneller tarafından tercih edilir. Uzun süreli turizmin en belirgin özelliği, turistik seyahatin sıradan bir tatil süresinden daha fazla zaman alması ve seyahat eden kişilerin bir destinasyonda yerleşik yaşam sürmelerine olanak tanımasıdır (Kozak, N., 2010, s. 67). Bu nedenle, bu tür turizmde konaklama seçenekleri genellikle kiralık daireler, tatil evleri veya apart oteller gibi uzun dönem kalmaya uygun yerler olarak seçilmektedir.

Uzun süreli turizm, aynı zamanda turizm destinasyonlarının yerel ekonomisine de önemli katkılarda bulunur. Uzun süre kalan turistler, yerel halkla daha fazla etkileşimde bulunarak, hem kültürel alışverişi hem de ekonomik anlamda sürdürülebilirliği artırır. Bu, özellikle yazlık bölgelerde veya turizm merkezlerinde konaklayan turistlerin yerel işletmelere olan katkısıyla belirgin hale gelir (Öztaş, M., 2002, s. 58). Ayrıca, uzun süreli turizmin bir başka önemli unsuru da seyahat eden kişilerin gittikleri yerlerde sadece turistik faaliyetlerle sınırlı kalmayıp, günlük hayatın bir parçası haline gelmeleridir.

1.6.7. Tamamlayıcı Turizm Türleri

Alternatif turizm, geleneksel kitle turizmine bir alternatif olarak geliştirilmiş ve turizm faaliyetlerini daha sürdürülebilir ve yerel topluluklarla daha uyumlu hale getirmeyi amaçlayan bir yaklaşımdır. Bu tür turizm, çevreye ve yerel kültürlerle saygıyı ön planda tutar ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik eder. Alternatif turizmin temel özelliklerinden biri, kitle turizmine kıyasla daha küçük ölçekli, daha kişisel ve çevre dostu turizm faaliyetlerine olan vurgusudur (Kozak, N., 2010, s. 71). Özellikle doğa turizmi, ekoturizm, kültürel turizm ve sağlık turizmi gibi farklı turizm çeşitlerini kapsayan alternatif turizm, turistlerin hem doğayla hem de yerel topluluklarla daha derin bir bağ kurmasını sağlar.

Alternatif turizm, yerel ekonomilerin daha fazla pay almasını sağlamayı ve çevresel etkilerin minimuma indirilmesini amaçlar. Kitle turizminin yoğun talebi, çevresel tahribat, su kaynaklarının tükenmesi ve yerel halkın sosyal yapısının bozulması gibi olumsuz etkiler yaratırken, alternatif turizm bu etkileri azaltmayı ve yerel toplulukların refahını artırmayı hedefler (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 50).

1.6.7.1.Kültür Turizmi

Kültür turizmi, bireylerin farklı ülkelerin, bölgelerin veya toplulukların kültürel mirasını keşfetmek amacıyla gerçekleştirdiği seyahatleri kapsar. Bu turizm türü, sanat, tarih, gelenekler, mimari, müzik ve gastronomi gibi kültürel unsurları ön plana çıkararak, turistlere yerel kültürleri yakından tanıma fırsatı sunar. Kültür turizmi, özellikle tarihî ve kültürel zenginliklere sahip destinasyonlarda büyük bir öneme sahiptir. Antik kentler, müzeler, festivaller ve kültürel etkinlikler, kültür turizminin ana çekim noktalarını oluşturur (Öztaş, M., 2002, s. 61).

Kültür turizmi, turistik seyahatin bir eğitim ve öğrenme aracı haline gelmesini sağlar. Turistler, gittikleri destinasyonlarda yerel halkın yaşam tarzını, geleneklerini ve kültürel mirasını öğrenme fırsatı bulurken, aynı zamanda bu kültürel etkileşim sayesinde dünya görüşlerini de genişletirler. Kültür turizminin sürdürülebilir turizme katkısı ise, bu tür seyahatlerin doğal kaynaklar üzerinde minimum etki yaratması ve daha çok yerel topluluklara odaklanmasıdır (Kozak, N., 2010, s. 73).

1.6.7.2. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, iş dünyasının bir parçası olan toplantı, seminer, konferans ve fuar gibi etkinlikler için yapılan seyahatleri kapsamaktadır. Bu tür turizm, genellikle büyük şirketlerin, akademik çevrelerin veya sivil toplum kuruluşlarının düzenlediği organizasyonlar doğrultusunda gerçekleştirilir. Kongre turizmi, turizm sektörüne önemli katkılar sağlayan ve turizm sezonunun dışında da hareketlilik yaratan bir turizm çeşididir. Özellikle büyük şehirlerde ve kongre merkezlerine sahip destinasyonlarda bu turizm türü, önemli bir gelir kaynağıdır (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 52).

Kongre turizmi, bir yandan iş dünyasının profesyonellerini bir araya getirirken, diğer yandan katılımcılara seyahat ettikleri bölgenin turistik ve kültürel değerlerini keşfetme fırsatı sunar. Bu anlamda, kongre turizmi sadece bir iş seyahati olmanın ötesine geçerek, katılımcılara aynı zamanda kültürel ve turistik deneyimler de sunar. Bu da kongre turizminin ekonomik etkisini artırarak, otelcilik, restoran ve ulaşım gibi sektörlerle önemli katkılar sağlar (Kozak, N., 2010, s. 75).

1.6.7.3.Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, bireylerin tedavi, rehabilitasyon veya sağlıklı yaşam uygulamalarından yararlanmak amacıyla başka bir ülkeye veya bölgeye seyahat etmelerini kapsar. Termal kaynaklar, spa merkezleri, tıbbi operasyonlar ve wellness hizmetleri bu turizm türünün ana unsurlarını oluşturur. Sağlık turizmi, özellikle son yıllarda, teknolojik gelişmeler ve tıbbi hizmetlerdeki maliyet avantajları sayesinde dünya genelinde büyük bir ivme kazanmıştır. Türkiye gibi ülkeler, sundukları kaliteli sağlık hizmetleri ve uygun fiyatlar ile sağlık turizmi açısından önemli destinasyonlar haline gelmiştir (Öztaş, M., 2002, s. 64).

Sağlık turizminin yaygınlaşmasının sebeplerinden biri de gelişmiş ülkelerdeki sağlık hizmetlerinin yüksek maliyetli olmasıdır. Bu nedenle birçok kişi, daha ekonomik sağlık hizmetlerinden yararlanmak ve aynı zamanda tatil yapma fırsatını

değerlendirmek amacıyla sağlık turizmine yönelmektedir. Sağlık turizmi, sadece tıbbi hizmetler değil, aynı zamanda doğal güzellikler ve termal kaynakların bulunduğu destinasyonlarda dinlenme ve rahatlama fırsatı da sunmaktadır (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 55).

1.6.7.4. Medikal Turizm

Medikal turizm, bireylerin sağlık hizmetlerinden yararlanmak amacıyla bir ülkeden başka bir ülkeye seyahat etmesini içeren bir turizm türüdür. Bu turizm türü, tıbbi tedavilerin yüksek maliyetli olduğu ülkelerde yaşayan bireylerin, daha uygun maliyetli ve kaliteli sağlık hizmetleri almak amacıyla başka destinasyonları tercih etmesiyle hızla gelişmiştir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde medikal turizm, sunduğu yüksek kaliteli sağlık hizmetleri ve düşük maliyetleriyle önemli bir turizm türü haline gelmiştir (Kozak, N., 2010, s. 78). Estetik cerrahi, ortopedik ameliyatlar, kardiyovasküler tedaviler ve diş sağlığı gibi çeşitli tıbbi işlemler bu turizm faaliyetinin başlıca unsurlarını oluşturur.

Medikal turizmin bir diğer önemli yönü, hastaların sağlık hizmetlerinden yararlanırken aynı zamanda kültürel ve turistik deneyimler elde etmeleridir. Sağlık seyahati yapan bireyler, tedavi süreçlerinde uzun süreli konaklamalar yapabilir ve bu süreçte turistik geziler düzenleyebilirler. Bu, medikal turizmi yalnızca sağlık hizmetleriyle sınırlı bir faaliyet olmaktan çıkararak, turistik bir deneyim haline getirir. Türkiye, Hindistan ve Tayland gibi ülkeler, kaliteli medikal hizmetleriyle ve aynı zamanda turistlere sundukları kültürel zenginliklerle bu alanda öne çıkan destinasyonlar arasında yer alır (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 45).

Medikal turizmde hasta memnuniyeti ve hizmet kalitesi çok önemlidir. Uluslararası akreditasyon kuruluşları tarafından denetlenen sağlık kuruluşları, hem tedavi sürecinde yüksek standartlarda hizmet sunmakta hem de hastaların güvenliğini sağlamaktadır. Bu nedenle, medikal turizm destinasyonları arasında rekabet oldukça yüksektir ve ülkeler bu alanda daha fazla yatırım yaparak uluslararası sağlık turizmi pazarında önemli bir konum elde etmeyi hedeflemektedirler (Öztaş, M., 2002, s. 50).

1.6.7.5. Termal Turizm

Termal turizm, termal kaynakların bulunduğu bölgelerde sağlanan sıcak su terapileri ve diğer sağlık hizmetleri aracılığıyla sağlık ve iyileşme amaçlı yapılan seyahatleri kapsar. Termal turizm, genellikle kas ve eklem ağrıları, romatizmal hastalıklar, cilt hastalıkları ve stres gibi rahatsızlıkların tedavisi için tercih edilir (Kozak, N., 2010, s. 82). Bu turizm türü, doğal kaynakların kullanımıyla sağlık ve rahatlama sunarak, hem tıbbi hem de tatil amacıyla seyahat eden kişiler için önemli bir cazibe merkezidir. Türkiye, Japonya ve Macaristan gibi ülkeler, zengin termal kaynakları sayesinde termal turizmde öncü destinasyonlar arasında yer alır.

Termal turizm, özellikle yaşlı ve kronik rahatsızlıkları olan bireyler için büyük önem taşır. Bu kişilerin iyileşme süreçlerini desteklemek amacıyla sıcak su kaynakları, çamur banyoları ve spa hizmetleri gibi doğal terapi yöntemleri kullanılır. Aynı zamanda, termal tesisler genellikle doğa ile iç içe yerlerde konumlandığından,

bu tür tesisler hem fizyolojik hem de psikolojik iyileşme sağlar (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 48).

Termal turizmin bir diğer önemli yönü de bölgesel ekonomilere sağladığı katkıdır. Termal tesislerin bulunduğu bölgeler, sağlık turizmi ile birlikte yerel ekonomileri canlandırmakta ve istihdam olanakları yaratmaktadır. Ayrıca, bu tesislerin sağlık turizmiyle entegreedilmesi, hem yerli hem de yabancı turistlerin ilgisini çekerek uluslararası düzeyde sağlık turizmine katkıda bulunur (Öztaş, M., 2002, s. 53).

1.6.7.6. Yaşlı ve Engelli Turizmi

Yaşlı ve engelli turizmi, yaşlı bireyler ve engelli kişilerin ihtiyaçlarına uygun olarak düzenlenen turistik seyahatleri ifade eder. Bu turizm türü, özellikle gelişmiş ülkelerde yaşam beklentisinin artması ve nüfusun yaşlanmasıyla önem kazanmıştır. Yaşlı ve engelli bireyler, genellikle sağlık durumları ve hareket kabiliyetleri nedeniyle özel hizmetlere ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle, bu gruba hitap eden turizm faaliyetleri, rahat ve erişilebilir konaklama, sağlık hizmetleri ve ulaşım imkânları sunan tesisler ve destinasyonları kapsar (Kozak, N., 2010, s. 85).

Yaşlı ve engelli turizmi, sosyal katılımın artırılması ve bu bireylerin toplumla entegrasyonunu teşvik etmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Engelli bireyler için özel olarak düzenlenmiş turlar ve tatil programları, onların bağımsız bir şekilde seyahat edebilmesine olanak tanırken, yaşlı bireyler içinse sağlık turizmi ve termal turizm gibi faaliyetler büyük bir cazibe oluşturur. Ayrıca, bu turizm türü, erişilebilirlik standartlarının yükseltilmesine ve turizm sektörünün daha kapsayıcı hale gelmesine katkıda bulunur (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 50).

Yaşlı ve engelli turizminin gelişimi, sosyal sorumluluk projeleriyle desteklenerek toplumun bu kesiminin yaşam kalitesinin artırılmasına yönelik adımlar atılmasını sağlar. Bu turizm türü, aynı zamanda yerel ekonomilere de katkı sağlar ve bu alanda yapılan yatırımlar hem turizmin çeşitlenmesini hem de sosyal refahın yükselmesini hedefler (Öztaş, M., 2002, s. 56).

1.6.7.7. Kırsal Turizm

Kırsal turizm, doğal ve tarımsal alanlarda gerçekleştirilen, doğayla iç içe olmayı ve yerel halkın yaşam tarzını deneyimlemeyi amaçlayan bir turizm türüdür. Kırsal turizmde, turistler genellikle küçük köyler, çiftlikler ve tarım alanlarını ziyaret eder ve bu alanlarda tarımsal faaliyetlere katılma fırsatı bulurlar. Bu tür turizm, hem doğa severler hem de büyük şehirlerin stresinden kaçmak isteyen bireyler için cazip bir seçenektir (Kozak, N., 2010, s. 88).

Kırsal turizm, aynı zamanda yerel ekonomilerin gelişimine de katkıda bulunur. Bu turizm türü, özellikle kırsal kesimlerde yaşayan halkın turizm faaliyetlerine entegre olmasını ve gelir elde etmesini sağlar. Tarımsal ürünlerin tanıtılması, yerel el sanatlarının satılması ve ekoturizm aktiviteleri kırsal turizmin önemli unsurlarıdır (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 54). Ayrıca, kırsal turizm sürdürülebilir bir turizm türü

olarak da değerlendirilebilir, çünkü doğal kaynakların korunmasına ve çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesine katkıda bulunur.

Kırsal turizmin bir diğer avantajı, kültürel ve sosyal etkileşimi artırmasıdır. Turistler, yerel halkla doğrudan temas kurarak, onların günlük yaşamlarına katılabilir ve bu sayede kültürel alışveriş gerçekleştirebilirler. Bu durum, kırsal bölgelerde yaşayan halkın kültürel mirasının korunmasına ve tanıtılmasına da olanak tanır (Öztaş, M., 2002, s. 59).

1.6.7.8. Rekreasyon Turizmi

Rekreasyon turizmi, bireylerin fiziksel ve zihinsel rahatlamalarını sağlayacak eğlence ve dinlenme aktiviteleriyle vakit geçirdikleri turizm türüdür. Bu turizm türü, genellikle doğa ile iç içe yapılan etkinlikler, açık hava sporları, kamping, yürüyüş, bisiklet turları ve doğa sporları gibi aktiviteleri içerir (Kozak, N., 2010, s. 92). Rekreasyon turizmi, modern hayatın getirdiği stres ve yorgunluktan uzaklaşmak isteyen bireyler için ideal bir seçenek sunar. Bu tür turizm, bireylerin doğada vakit geçirmelerine, fiziksel olarak aktif olmalarına ve ruhsal açıdan yenilenmelerine olanak tanır.

Rekreasyon turizmi, özellikle şehirlerde yaşayan bireylerin hafta sonu tatilleri veya kısa molalar sırasında tercih ettiği bir turizm türüdür. Bu tür aktiviteler, doğa ile etkileşimi artırdığı gibi bireylerin sağlığını da olumlu yönde etkiler. Ormanlık alanlar, nehir kenarları, dağlık bölgeler gibi doğal alanlar rekreasyon turizmi için ideal destinasyonlar arasında yer alır. Ayrıca, bu tür faaliyetlerin hem bireysel hem de grup halinde yapılması mümkündür, bu da sosyal etkileşimleri artırarak rekreasyon turizmini daha da cazip hale getirir (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 58).

Rekreasyon turizmi, aynı zamanda sürdürülebilir turizm anlayışının da bir parçasıdır. Doğal kaynakların korunması ve ekolojik dengeye zarar vermeden turizm faaliyetlerinin sürdürülmesi, bu turizm türünün temel ilkelerinden biridir. Bu nedenle, rekreasyon turizmi doğa dostu uygulamaları teşvik eder ve çevre bilincini artırmayı amaçlar (Öztaş, M., 2002, s. 64).

1.6.7.9. Spor Turizmi

Spor turizmi, spor etkinliklerine katılmak veya bu etkinlikleri izlemek amacıyla yapılan seyahatleri kapsar. Olimpiyatlar, dünya şampiyonaları, futbol maçları, maratonlar ve bisiklet turları gibi ulusal ve uluslararası düzeydeki spor organizasyonları, spor turizminin temel unsurlarını oluşturur. Spor turizmi, hem sporcuların hem de seyircilerin katıldığı bir turizm çeşididir ve bu nedenle geniş bir kitleye hitap eder (Kozak, N., 2010, s. 95). Spor turizmi, küresel ekonomiye önemli katkılar sağlar ve spor organizasyonları düzenlenen ülkelerin turizm gelirlerini artırır.

Spor turizmi, yalnızca büyük etkinliklerle sınırlı olmayıp, amatör sporcuların veya spor meraklılarının aktif katılım gösterdiği etkinlikleri de kapsar. Örneğin, kayak turizmi, golf turizmi, dağcılık gibi faaliyetler, spor turizminin popüler alt dallarıdır. Bu turizm türü, hem katılımcıların spor yapma imkânı bulduğu hem de doğal ve kültürel zenginliklerle dolu destinasyonların keşfedildiği bir deneyim sunar.

Ayrıca, spor turizmi sağlık turizmi ile de örtüşebilir; zira birçok spor aktivitesi bireylerin fiziksel sağlığını geliştirmek amacıyla yapılmaktadır (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 61).

Spor turizminin ekonomik katkıları, turistik destinasyonların tanıtımı ve spor organizasyonlarının geniş kitlelere ulaşması açısından büyük önem taşır. Özellikle büyük spor etkinliklerinin düzenlendiği bölgelerde altyapı gelişimi, otel ve konaklama hizmetlerinin iyileştirilmesi gibi yatırımlar da bu turizm türünün uzun vadeli etkilerini artırır (Öztaş, M., 2002, s. 67).

1.6.7.10. Deniz Turizmi

Deniz turizmi, deniz kıyısı olan bölgelerde gerçekleşen ve su sporları, plaj aktiviteleri, yatçılık gibi çeşitli etkinlikleri içeren bir turizm türüdür. Bu turizm çeşidi, hem bireysel hem de grup olarak gerçekleştirilebilecek etkinliklerle tatilcilerin dinlenme ve eğlenme ihtiyaçlarını karşılar. Özellikle Akdeniz, Karayipler ve Ege gibi deniz turizminin yoğun olduğu bölgeler, dünyanın en popüler tatil destinasyonları arasında yer almaktadır. Bu tür bölgelerde oteller, tatil köyleri ve yat limanları gibi konaklama olanakları da deniz turizminin önemli bir parçasını oluşturur (Kozak, N., 2010, s. 102).

Deniz turizmi aynı zamanda kıyı bölgelerinin ekonomik kalkınmasına önemli katkılarda bulunur. Bu turizm faaliyetleri, yerel halk için iş imkânları sağlar ve bölgeye yapılan yatırımları artırır. Yatçılık, dalış, yüzme ve su sporları gibi etkinlikler turistler için çekici birer unsurdur. Ayrıca, bu bölgelerde çevresel ve kültürel sürdürülebilirliği korumak için geliştirilen politikalar, deniz turizminin doğaya saygılı bir şekilde sürdürülmesini sağlar. Bu da ekolojik dengenin korunmasına yardımcı olur (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 75).

Deniz turizmi sadece yaz aylarında değil, yılın büyük bir kısmında ilgi gören bir turizm çeşididir. Sıcak iklimli bölgelerde, özellikle yatçılık faaliyetleri dört mevsim boyunca devam eder. Turistler, hem denizle iç içe olmanın keyfini çıkarırken hem de su altı dünyasını keşfetme fırsatı bulurlar. Bu durum, deniz turizminin yalnızca eğlence değil, aynı zamanda keşif ve öğrenme amaçlı bir deneyim sunmasına da olanak tanır (Öztaş, M., 2002, s. 98).

1.6.7.11. Golf Turizmi

Golf turizmi, dünya genelinde giderek popüler hale gelen ve turistlerin golf oynamak amacıyla seyahat ettiği bir turizm türüdür. Özellikle golf sahaları ve lüks otellerin bulunduğu destinasyonlar, golf tutkunları tarafından sıkça tercih edilmektedir. Golf turizmi, tatil ile sporun birleştiği, rahatlama ve sosyal etkileşim fırsatlarını bir arada sunan bir etkinlik olarak öne çıkar. Golf sahalarının doğal güzelliklerle çevrili olması, golf turizminin cazibesini artırmaktadır (Kozak, N., 2010, s. 105).

Bu turizm türü, büyük oranda yüksek gelir düzeyine sahip turistlere hitap eder. Golf turizmi kapsamında sunulan konaklama ve hizmetler genellikle lüks standartlarda olup, turistlerin golf oynama dışında çeşitli spa, wellness ve gastronomi

gibi diğer tatil aktivitelerine de katılmalarına olanak sağlar. Golf turnuvaları, bu turizm türünün önemli bir parçası olup, uluslararası boyutta birçok profesyonel golfçüyü ve golf severi bir araya getirir. Bu etkinlikler sayesinde golf turizmi, küresel turizm endüstrisine önemli ekonomik katkılar sağlar (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 79).

Golf turizmi ayrıca destinasyonların tanıtımını ve gelişimini destekleyen bir faktördür. Golf sahalarının çevresinde geliştirilen altyapı, bölgede uzun vadeli turizm yatırımlarını teşvik eder. Ayrıca golf turizmi, sürdürülebilir turizmin bir örneği olarak, çevresel etkilerin minimize edilmesi ve doğal kaynakların korunması için özel önem taşır (Öztaş, M., 2002, s. 103).

1.6.7.12. İnanç Turizmi

İnanç turizmi, dini inançlar ve ibadet amacıyla kutsal mekanlara yapılan ziyaretleri kapsar. Hac, umre ve çeşitli dini festivaller bu turizm türünün en bilinen örnekleridir. Dünya genelinde Hristiyanlık, İslam, Hinduizm ve Budizm gibi farklı dinlere mensup kişiler, kutsal mekanlara giderek dini vecibelerini yerine getirir. İnanç turizmi, bu tür manevi deneyimler arayan bireyler için önemli bir seyahat motivasyonu oluşturur (Kozak, N., 2010, s. 110).

İnanç turizmi sadece bireysel olarak değil, aynı zamanda grup olarak da yapılan seyahatlerle öne çıkar. Özellikle hac gibi büyük organizasyonlar, her yıl milyonlarca insanı aynı destinasyona çeker ve bu da turizm endüstrisine büyük katkı sağlar. Bu tür turizm, manevi yönü güçlü olan bir seyahat deneyimi sunmanın yanı sıra, dini turizmin yapıldığı bölgelerin ekonomik gelişimine de katkıda bulunur. Oteller, restoranlar, ulaşım hizmetleri gibi yan sektörler, inanç turizminin yoğun olduğu dönemlerde yüksek talep görür (Tunç H., ve Saç, A., 2008, s. 85).

İnanç turizmi, manevi değerlerin yanı sıra tarihsel ve kültürel zenginliklerin de keşfedilmesine olanak tanır. Ziyaret edilen dini mekanlar, genellikle mimari ve sanatsal açıdan önemli yapılar olup, bu mekanların tarihsel anlamı da ziyaretçiler için çekici bir unsur oluşturur. Bu açıdan bakıldığında, inanç turizmi sadece dini bir deneyim sunmakla kalmayıp, aynı zamanda kültürel ve tarihsel bir keşif imkanı da sağlar (Öztaş, M., 2002, s. 108).

1.7. İnsanlar Neden Turizm Faaliyetine Yönelir?

Turizmin başlangıcından günümüze kadar geliştiği ve çeşitlendiği gözlemlenmektedir. Bu süreçte birçok etken rol oynamaktadır. İnsanlar, çeşitli nedenlerle seyahat etmektedir ve bu nedenler, içsel ve dışsal faktörler olarak ikiye ayrılmaktadır.

1.7.1.İç Faktörler

İnsanları turizm faaliyetlerine yönlendiren iç faktörler, bireyin kişisel özellikleri, psikolojik eğilimleri ve sosyal ilişkileri ile doğrudan bağlantılıdır. Bu faktörler, kişinin seyahat etme isteği, tatil tercihleri ve tatmin beklentilerini

şekillendirir. İçsel motivasyonlar arasında merak, keşfetme arzusu, rahatlama ve eğlenme gibi temel dürtüler yer alır. Ayrıca, sosyal statü, aile yapısı ve bireyin kültürel altyapısı da turizm tercihlerini etkileyen önemli iç faktörlerdendir. Örneğin, bireyin kültürel geçmişi ve değer yargıları, onu belirli destinasyonlara veya etkinliklere yönlendirebilir (Kozak, N., 2010, s. 55).

İnsanların turizm faaliyetlerine katılma sebeplerinden biri de duygusal tatmin arayışıdır. Seyahat, bireylerin stresle başa çıkma yöntemlerinden biri olabilir. Özellikle büyük şehirlerde yaşayan insanlar, günlük yaşamın monotonluğundan uzaklaşma ve zihinsel yenilenme amacıyla tatil yapmayı tercih eder. Seyahat sırasında bireyler, hem fiziksel hem de zihinsel rahatlama sağlayarak kendilerini yeniler. Bu rahatlama ihtiyacı, kişiyi doğa turizmi, wellness tatilleri veya sessiz ve huzurlu tatil köylerine yönlendirebilir (Tunç, H., ve Saç, A., 2008, s. 40).

Bireylerin seyahat etme eğilimlerini etkileyen bir diğer iç faktör ise kişisel gelişim arzusudur. Kişiler, farklı kültürleri keşfetme, yeni bilgiler edinme ve dünya görüşlerini genişletme amacıyla seyahat etmeyi seçebilirler. Kültürel turizm, tarihi ve sanatsal yerleri ziyaret etme, yabancı kültürlerle etkileşim kurma gibi aktiviteleri içerir. Bu tür seyahatler, bireylerin entelektüel gelişimine katkıda bulunarak sosyal ve kültürel açıdan kendilerini zenginleştirmelerine olanak tanır (Öztaş, M., 2002, s. 65).

İnsanların turizm tercihlerinde sosyal ilişkiler de önemli bir rol oynar. Aile, arkadaşlar ve yakın çevre, bireyin seyahat etme kararlarında etkili olabilir. Özellikle aile tatilleri, aile üyeleri arasındaki bağı güçlendirmek ve birlikte keyifli zaman geçirmek amacıyla tercih edilir. Aynı şekilde arkadaş gruplarıyla yapılan seyahatler, sosyalleşme ve eğlence amaçlı olarak görülür. Sosyal çevre, bireylerin seyahat tercihlerini şekillendirmekte, belirli destinasyonları veya tatil biçimlerini öne çıkarmakta etkilidir (Kozak, N., 2010, s. 60).

Bireylerin turizm faaliyetlerine yönelmesinde ekonomik durumları da önemli bir iç faktör olarak öne çıkar. Kişinin gelir düzeyi, seyahat tercihlerini ve tatil süresini belirler. Yüksek gelirli bireyler daha lüks tatilleri tercih edebilirken, daha düşük gelirli bireyler genellikle ekonomik tatil seçeneklerine yönelir. Bununla birlikte, ekonomik faktörler bireyin tatil beklentilerini ve tercihlerini şekillendirir. Gelir düzeyine bağlı olarak, bireyler daha az masraflı alternatif turizm türlerine yönelerek farklı tatil deneyimlerini keşfetmeyi amaçlarlar (Tunç, H., ve Saç, A., 2008, s. 45).

1.7.2. Dış Faktörler

İnsanları turizm faaliyetlerine yönelten dış faktörler, bireylerin dış çevrelerinden gelen etkiler doğrultusunda turizm hareketlerine katılmalarına neden olan unsurları kapsar. Bu faktörler arasında ekonomik koşullar, teknolojik gelişmeler, sosyal değişimler ve kültürel etkiler gibi unsurlar yer alır. Dış faktörler, insanların seyahat etme kararlarını doğrudan etkileyen ve çoğu zaman iç faktörlerle iç içe geçen motivasyonlardır. Ekonomik koşullar, bireylerin seyahat bütçesini ve tatil yapabilecekleri süreyi belirler. Özellikle döviz kurları, turistik destinasyonların

fiyatları ve ekonomik büyüme gibi etmenler, insanların seyahat etme potansiyelini doğrudan etkiler (Kozak, N., 2010, s. 75).

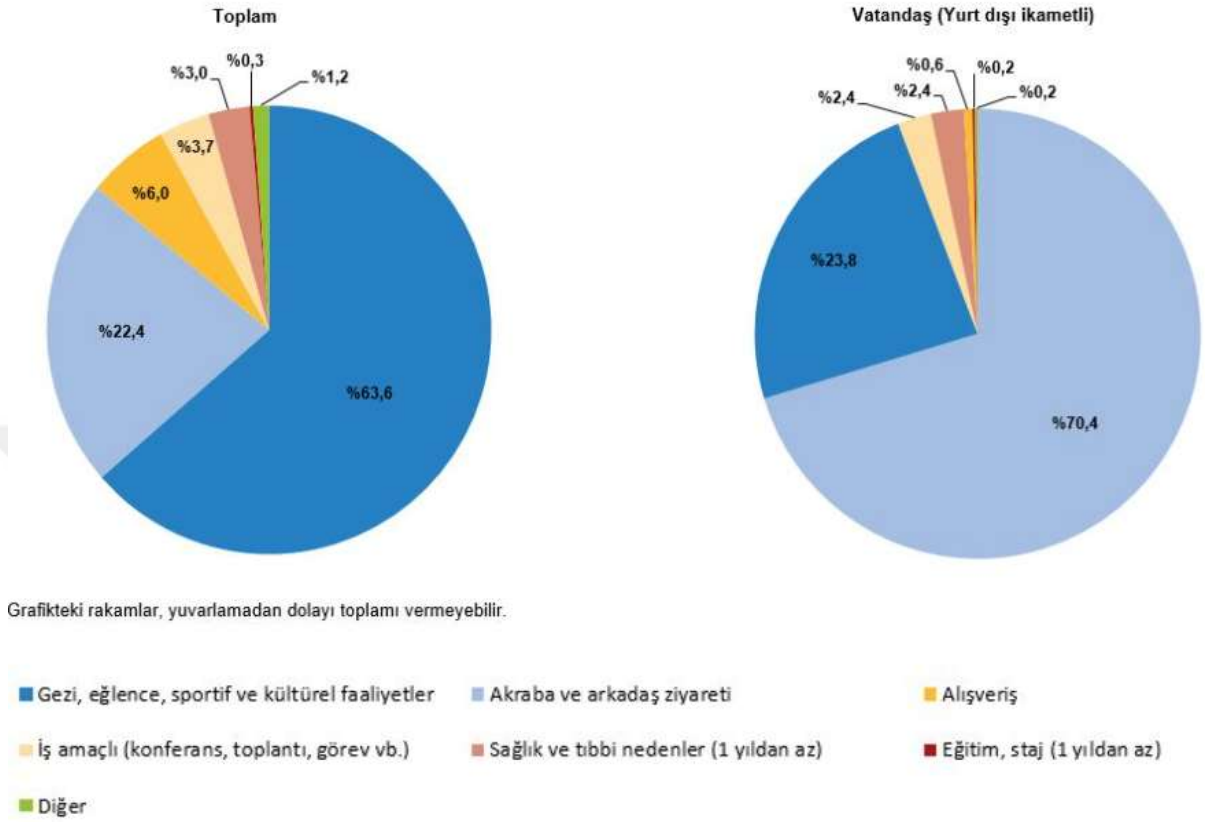
Teknolojik gelişmeler de turizm faaliyetlerini etkileyen önemli bir dış faktördür. Ulaşım teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, seyahat etmek daha hızlı ve kolay hale gelmiştir. Uçak biletlerinin ulaşılabilirliği ve fiyatların uygun hale gelmesi, bireylerin daha fazla destinasyonu keşfetmesine olanak tanımaktadır. Aynı zamanda internetin yaygınlaşması, bireylerin turistik destinasyonlar hakkında bilgi edinmelerini, rezervasyon yapmalarını ve tatil planlarını kolayca organize etmelerini sağlamaktadır. Özellikle sosyal medya platformları, insanlar arasında seyahat etme arzusunu tetikleyen bir araç olarak öne çıkmaktadır. Seyahat blogger'ları ve influencer'lar, gidilecek yerler hakkında verdikleri bilgilerle bireylerin kararlarını etkileyebilmektedir (Tunç, H., ve Saç, A., 2008, s. 50).

Kültürel faktörler, insanların seyahat etme tercihlerini şekillendiren önemli dış unsurlar arasındadır. Bireyler, başka kültürleri tanıma, farklı yaşam biçimlerini keşfetme ve yeni deneyimler kazanma arzusuyla seyahat etmeye yönelir. Kültürlerarası etkileşim, özellikle kültürel turizmin yaygınlaşmasına katkıda bulunmaktadır. Bununla birlikte, festivaller, kültürel etkinlikler ve sanat faaliyetleri gibi unsurlar da bireylerin seyahat etme motivasyonunu artırır. Kültürel zenginlikler, bir ülkenin veya bölgenin turistik çekiciliğini artırarak insanları bu bölgelere yönlendirmektedir (Öztaş, M., 2002, s. 80).

Sosyal faktörler de insanların seyahat kararlarını şekillendiren diğer bir dış etkidir. Toplumdaki genel eğilimler, medya aracılığıyla yayılan turizm trendleri ve moda haline gelen tatil biçimleri bireylerin turizm tercihlerini belirleyebilir. Örneğin, son yıllarda doğa ve macera turizmi popüler hale gelmiş ve insanlar bu tür aktiviteleri deneyimlemek için seyahat etmeye başlamıştır. Aynı şekilde, bir destinasyonun sosyal medyada çokça paylaşılması, oraya olan ilgiyi artırabilir. Ayrıca, aile, arkadaşlar ve iş çevresi de bireylerin seyahat etme kararlarında etkili olabilir. Örneğin, bir arkadaş grubunun bir araya gelerek planladığı tatil, bireyi seyahat etmeye teşvik edebilir (Kozak, N., 2010, s. 85).

Bu dış faktörlerin birleşimi, bireylerin seyahat etme kararlarını ve tatil tercihlerini belirleyen dinamikleri oluşturur. Bireyin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik ve kültürel çevre, teknolojik gelişmeler ve toplumsal eğilimler, turizm hareketlerini etkileyen temel dış faktörler arasında yer alır. Bu bağlamda, turizm endüstrisi de dış faktörlerin değişimine bağlı olarak sürekli bir gelişim ve dönüşüm içerisinde (Tunç, H., ve Saç, A., 2008, s. 55).

Şekil 1: Turistlerin Türkiye'ye Geliş amaçlarına göre ziyaretleri, IV. Çeyrek, 2023.



Kaynak: (Tuik, 2023).

Yıllık değerlendirildiğinde, ziyaretçilerin ülkemize gelme amaçları arasında ilk sırayı %67,6 oranıyla "gezi, eğlence, sportif ve kültürel aktiviteler" almaktadır. Yurt dışında yaşayan vatandaşlarımız ise %67,4 oranında ağırlıklı olarak "akraba ve arkadaş ziyareti" amacıyla ülkemizi tercih etmektedir.

Toplam turistlerin seyahat nedenlerine göre dağılımına baktığımızda, en büyük pay %63,6 oranıyla "Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler" başlığına aittir. Bu, turizmin en temel motivasyonlarından birinin tatil ve kültürel etkinlikler olduğunu göstermektedir. Ardından %22,4 oranıyla "İş amaçlı" seyahatler yer almakta, konferans, toplantı veya görev gibi sebeplerle yapılan yolculukların da önemli bir paya sahip olduğunu göstermektedir. Diğer nedenler arasında ise, %6,0 ile "Akraba ve arkadaş ziyareti", %3,7 ile "Sağlık ve tıbbi nedenler", %3,0 ile "Alışveriş" ve %1,2 ile "Eğitim ve staj" yer almaktadır. "Diğer" kategorisi %0,3 ile en küçük dilime sahiptir.

Sağ Grafik (Vatandaş - Yurt Dışı İkametli) Yurt dışında ikamet eden vatandaşların seyahat nedenleri daha farklı bir dağılım göstermektedir. Bu grup içinde %70,4 oranıyla "Akraba ve arkadaş ziyareti" öne çıkmaktadır. Yurt dışında yaşayan vatandaşların önemli bir kısmı, seyahatlerini aile ve sosyal çevreleriyle bağlantı kurmak amacıyla gerçekleştirmektedir. İkinci sırada ise %23,8 oranıyla "Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler" gelmektedir. Bu da yurt dışı ikametli

vatandaşların bir kısmının eğlence ve turistik amaçlarla seyahat ettiğini göstermektedir. Diğer nedenler arasında ise %2,4 ile "İş amaçlı" ve %2,4 ile "Sağlık ve tıbbi nedenler" bulunmaktadır. "Alışveriş" %0,6, "Eğitim ve staj" ise %0,2 oranında yer almaktadır.

1.8. Hangi Faktörler Turizm Sektörünün Gelişiminde Etkilidir?

Turizmin gelişiminde etkili olan faktörler, birçok farklı bileşeni içerir ve bunlar arasında ekonomik, sosyal, teknolojik, çevresel ve politik unsurlar yer alır. İlk olarak, ekonomik faktörler turizmin gelişiminde oldukça belirleyicidir. Bir bölgenin turistik bir cazibe merkezi haline gelebilmesi için öncelikle ulaşım altyapısının, konaklama tesislerinin ve hizmet sektörünün gelişmiş olması gerekir. Bu unsurların gelişimi ise büyük ölçüde ekonomik kaynaklarla doğru orantılıdır. Yani, bir ülkenin ekonomik durumu iyiye gittikçe, turizme yapılan yatırımlar da artar ve bu da daha fazla turisti cezbetme potansiyeli yaratır (Kaya, M., 2019, s. 45). Ayrıca, turistlerin bir bölgeye olan talebini artıran ekonomik unsurlar arasında döviz kurları da bulunmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, turistlere göre daha düşük maliyetli hizmetler sunarak çekici hale gelebilirler (Öztürk, A., 2020, s. 67).

Turizmin gelişimini etkileyen diğer önemli bir faktör sosyal unsurlardır. Kültürel zenginlikler, tarihi miraslar ve toplumların yaşam tarzları turistler için önemli birer çekim merkezi olabilir. Bir bölgenin kültürel yapısı, o bölgenin turizm potansiyelini doğrudan etkiler. Örneğin, yerel festivaller, gelenekler ve özgün el sanatları turistlerin ilgisini çeker. Ayrıca, bir toplumun misafirperverliği ve turizme olan bakış açısı da turistlerin bir bölgeyi tercih etmesinde büyük rol oynar (Demir, S., 2018, s. 39). Bu tür sosyal dinamikler, turizm faaliyetlerinin sürekliliğini sağlayarak bir bölgenin turistik cazibe merkezi olarak konumlanmasını destekler. Örneğin, İspanya'nın Endülüs bölgesindeki tarihi ve kültürel miraslar, bölgenin turistik cazibesini artıran unsurlar arasında yer alır (Aydın, B., 2017, s. 50).

Teknolojik gelişmeler, turizmin büyümesi üzerinde büyük etkiye sahiptir. Özellikle ulaşım ve iletişim teknolojilerindeki yenilikler, turistlerin seyahat planlarını daha kolay bir şekilde yapmalarına olanak tanır. Havayolu taşımacılığının yaygınlaşması, hızlı tren ağlarının kurulması ve otobüs güzergâhlarının çeşitlenmesi, turistlerin ulaşım seçeneklerini artırır ve seyahat etmeyi daha cazip hale getirir. Ayrıca internetin yaygınlaşması, turistlerin bilgiye daha hızlı erişmelerini sağlar; online rezervasyon sistemleri, dijital haritalar ve mobil uygulamalar turistlerin seyahatlerini daha verimli bir şekilde planlamalarına olanak tanır (Yılmaz, H., 2021, s. 77). Teknolojinin sağladığı bu kolaylıklar, turizmin küreselleşmesini ve daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar. Örneğin, Airbnb gibi dijital platformlar, turistlere daha fazla konaklama seçeneği sunarak turizmin yaygınlaşmasına katkı sağlamıştır (Doğan, T., 2022, s. 90).

Çevresel faktörler de turizmin gelişiminde büyük rol oynar. Özellikle doğal güzelliklere sahip bölgeler, turistler için büyük bir çekim merkezi haline gelir. Deniz, dağ, orman ve göl gibi doğal kaynaklar, turistlerin ilgisini çeken başlıca unsurlar arasındadır. Bununla birlikte, çevresel sürdürülebilirlik de turizmin uzun vadeli gelişimi açısından kritiktir. Turizm faaliyetlerinin çevreye olumsuz etkilerini en aza indirmek, hem doğal kaynakların korunmasını sağlar hem de turistlerin ilgisinin

devamlılığını garanti eder (Çelik, E., 2020, s. 55). Örneğin, doğa turizmi faaliyetlerinde çevresel farkındalık yaratılması ve sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi, bu tür bölgelerin uzun vadede turistik cazibesini korumasına olanak tanır. Ayrıca, çevresel felaketler ve iklim değişikliği gibi unsurlar da turizmi olumsuz yönde etkileyebilir. İklim değişikliğinin yarattığı aşırı sıcaklıklar ya da doğal afetler, turistlerin seyahat etme tercihlerini etkileyebilir (Korkmaz, Z., 2021, s. 62).

Politik faktörler de turizmin gelişmesinde belirleyici olabilir. Bir ülkenin veya bölgenin güvenliği, siyasi istikrarı ve yabancı turistlere karşı olan tutumu, turistlerin seyahat tercihlerini büyük ölçüde etkiler. Siyasi istikrarsızlık, iç savaş veya terör gibi unsurlar, turistleri bir bölgeden uzaklaştırabilirken, barış ve istikrar ise turizmi teşvik edebilir (Erdoğan, Y., 2023, s. 33). Özellikle vize politikaları ve uluslararası ilişkiler, turistlerin bir bölgeye seyahat edebilme kolaylığını belirleyen önemli etmenler arasında yer alır. Örneğin, Schengen bölgesindeki ülkelerin ortak vize politikası, bu bölgeye gelen turist sayısını artıran bir etkiye sahiptir (Kaya, M., 2021, s. 85).

1.8.1. Tatil Süresince Ücretin Ödenmesi

Ücretli tatil kavramı, modern çalışma hayatının bir sonucu olarak ortaya çıkmış ve çalışanlara belirli bir süre boyunca dinlenme imkânı sunarak, turizmin gelişmesine büyük katkı sağlamıştır. Özellikle sanayi devrimi sonrası işçilerin sosyal haklarının iyileştirilmesi, ücretli izinlerin yaygınlaşmasına neden olmuştur. Ücretli tatil, çalışanların finansal kaygı taşımadan seyahat etmelerine olanak tanıdığı için turizm talebini artıran önemli bir faktördür. İnsanların iş yoğunluğu içinde dinlenmeye ve farklı deneyimlere ihtiyaç duyması, tatil için ayrılan zamanın turistik faaliyetlere yönelmesine yol açmıştır. Ücretli tatillerin yaygınlaşması, özellikle sanayi sonrası toplumlarda turizm endüstrisinin büyümesini hızlandırmış, turistik hizmetler ve destinasyonlar üzerindeki talebi de artırmıştır (Aydın, E., 2019, s. 42). Ayrıca, ülkelerin ekonomik gelişimi ve çalışan haklarının güçlenmesi ile birlikte daha geniş kitlelerin ücretli tatil hakkından faydalanması, turizmin küresel ölçekte büyümesine önemli bir katkı sağlamıştır. Bu durum, daha fazla kişinin tatil planları yapabilmesine ve turistik bölgelerde harcamalarını artırmasına olanak tanımıştır (Yılmaz, M., 2020, s. 58).

1.8.2. Artan Boş Zaman Süresi

Modern yaşamın getirdiği bir diğer önemli gelişme, bireylerin sahip olduğu boş zamanın artışıdır. Teknolojinin çalışma hayatına entegre olmasıyla birlikte iş süreçlerinin hızlanması, insanların daha fazla serbest zaman kazanmalarını sağlamıştır. Artan boş zaman, bireylerin sadece iş hayatına odaklanmak yerine, kendilerine ve sosyal yaşamlarına daha fazla zaman ayırmalarına olanak tanımıştır. Bu durum, turizm sektörüne olan talebin artmasında büyük rol oynamıştır (Demir, S., 2018, s. 34). Serbest zamanın artmasıyla birlikte insanlar, seyahat ederek farklı kültürleri tanıma, doğayla iç içe vakit geçirme veya şehirden uzaklaşarak dinlenme gibi etkinliklere yönelmiştir. Özellikle hafta sonu tatilleri, kısa süreli kaçamaklar ya da daha uzun dönemli tatil planları, insanların artan boş zamanlarını değerlendirmek

için tercih ettikleri faaliyetler arasında yer alır. Ayrıca, devlet politikalarının iş ve yaşam dengesi üzerine odaklanması, tatil ve boş zaman aktivitelerinin daha da yaygınlaşmasına yol açmış, bu da turizm faaliyetlerinin hız kazanmasına katkı sağlamıştır (Kaya, O., 2021, s. 51). Özellikle gelişmiş ülkelerde, haftalık çalışma saatlerinin düşmesi ve uzun tatil sürelerinin yaygınlaşması, bireylerin turizm sektörüne olan ilgisini artırarak turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesine imkân tanımıştır (Öztürk, A., 2022, s. 60).

1.8.3. Teknolojik İlerlemeler

Teknolojik ilerlemeler, turizmin gelişiminde büyük rol oynamış ve seyahat süreçlerini hem kolaylaştırmış hem de hızlandırmıştır. Ulaşım teknolojisindeki yenilikler, turistlerin destinasyonlara daha hızlı ve rahat ulaşmalarını sağlamış, bu da turizmin büyümesine önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Özellikle havacılık sektöründeki gelişmeler, turizmin küreselleşmesini destekleyerek, uzak mesafelerdeki turistik destinasyonlara ulaşımı daha ekonomik ve erişilebilir hale getirmiştir (Doğan, M., 2020, s. 74). Bunun yanı sıra, internet ve mobil teknolojilerin yaygınlaşması, turistlerin seyahat planlarını daha verimli bir şekilde yapmalarına olanak tanımıştır. Online rezervasyon sistemleri, uçak biletlerinden otel rezervasyonlarına kadar geniş bir yelpazede hizmet sunarak turistlerin seyahat süreçlerini kolaylaştırmıştır (Yıldırım, H., 2021, s. 89). Ayrıca, dijital haritalar, seyahat uygulamaları ve sosyal medya, turistlerin gidecekleri yerler hakkında daha fazla bilgi edinmelerini sağlayarak, turistik deneyimleri çeşitlendirmiştir. Teknolojinin bu denli yaygınlaşması, hem turizm sektöründe rekabeti artırmış hem de tüketici taleplerini karşılamada yenilikçi çözümler sunulmasına olanak tanımıştır. Bu sayede turizm sektörü, küresel anlamda daha erişilebilir, hızlı ve kişiselleştirilmiş hizmetler sunma kapasitesine ulaşmıştır (Erdoğan, N., 2023, s. 65).

1.8.4. Gelir Artışı

Gelir artışı, bireylerin harcama gücünü artırarak turizm faaliyetlerine olan talebi doğrudan etkileyen önemli bir faktördür. Özellikle sanayi devrimi sonrası, ülkelerin ekonomik büyümesiyle birlikte kişi başına düşen gelirlerde de önemli artışlar yaşanmıştır. Gelir düzeyinin yükselmesi, bireylerin temel ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra boş zaman aktivitelerine ve tatil planlarına daha fazla kaynak ayırabilmelerini sağlar. Artan gelirle birlikte, insanlar seyahat ederek yeni yerler keşfetme, farklı kültürlerle tanışma ve daha lüks tatil seçeneklerini değerlendirme eğilimine girerler (Kara, Y., 2020, s. 49). Özellikle gelişmekte olan ülkelerde gelir düzeyinin yükselmesi, turizm sektöründe büyümeyi teşvik ederek, turistik destinasyonlara olan talebin artmasına neden olmuştur. Bu durum, otelcilik, ulaşım ve eğlence gibi turizmin çeşitli alt sektörlerinde de genişlemeye yol açmıştır (Yılmaz, T., 2021, s. 67). Gelir artışı aynı zamanda turizm çeşitliliğinin de artmasını sağlamış, daha geniş kitleler farklı tatil alternatiflerine yönelmiştir.

1.8.5. Sosyal Güvenlik Alanındaki Gelişmeler

Sosyal güvenlik sistemlerinin gelişmesi, bireylerin çalışma hayatı boyunca elde ettikleri hakların korunmasını sağlarken, emeklilik ve işsizlik gibi dönemlerde de maddi güvenceler sunar. Sosyal güvenlik, bireylerin tatil ve boş zaman aktivitelerine daha fazla odaklanmalarına olanak tanır. Özellikle emeklilik döneminde bireylerin gelir kaygısı taşımadan seyahat edebilmeleri, turizm sektörünün önemli bir müşteri kitlesi haline gelmesine yol açmıştır. Emeklilik maaşları ve sosyal yardımlar, bireylerin yaşlılık dönemlerinde de turizme katılımını teşvik eden unsurlar arasında yer alır (Erdoğan, N., 2022, s. 53). Sosyal güvenlik politikalarının iyileşmesi, daha geniş kitlelerin turizm faaliyetlerine katılmasını sağlamış, bu da turizm sektöründe talep artışına neden olmuştur. Ayrıca, gelişmiş sosyal güvenlik sistemleri sayesinde bireyler, sağlık ve diğer risklerle ilgili endişeler yaşamadan seyahat planları yapabilmektedirler, bu da turizmin yılın farklı dönemlerinde daha sürekli bir hale gelmesine katkı sağlar (Korkmaz, E., 2023, s. 59).

1.8.6.Ortalama Yaşam Süresinin Uzaması

Tıbbi ve teknolojik gelişmelerle birlikte insan ömrünün uzaması, turizmin gelişiminde etkili olan bir diğer faktördür. Özellikle 20. yüzyıldan itibaren sağlık hizmetlerinin iyileşmesi, yaşam standartlarının yükselmesi ve tıbbi müdahalelerin daha erişilebilir hale gelmesi, insanların daha uzun ve sağlıklı bir yaşam sürmelerini sağlamıştır. Yaşam süresinin uzaması, bireylerin emeklilik dönemlerinde de aktif kalmalarına ve seyahat etmelerine olanak tanır. Bu durum, özellikle yaşlı nüfusun turizm sektöründe önemli bir müşteri kitlesi haline gelmesine neden olmuştur (Aydın, H., 2019, s. 45). Yaşlı bireylerin, dinlenme ve sağlık turizmi gibi özel ilgi turizmi alanlarına olan ilgisi, turizmin çeşitlenmesine ve bu alandaki hizmetlerin artmasına yol açmıştır. Ayrıca, insanlar emeklilik dönemlerinde, hayatlarının daha önceki dönemlerinde gerçekleştiremedikleri seyahat planlarını hayata geçirme eğilimindedirler. Bu eğilim, turizmin özellikle emekli kesim arasında yaygınlaşmasını sağlayarak, sektörün gelişmesine katkıda bulunur (Yıldız, S., 2020, s. 71).

1.8.7. Seyahat Hürriyeti

Seyahat özgürlüğü, bireylerin ulusal ve uluslararası sınırlar içinde diledikleri gibi seyahat edebilme hakları anlamına gelir ve turizmin gelişiminde önemli bir rol oynar. Bu özgürlük, bireylerin hem kendi ülkelerinde hem de yurtdışında farklı kültürel, doğal ve tarihi mekanları ziyaret etmelerine olanak tanır. Özellikle uluslararası ilişkilerin iyileşmesi ve vize rejimlerinin esnekleşmesi, turizmin küresel ölçekte yaygınlaşmasına büyük katkı sağlamıştır. Seyahat özgürlüğünün genişlemesi, turistlerin farklı destinasyonları keşfetme arzusunu artırırken, turizm sektöründeki çeşitliliği de destekler (Doğan, M., 2021, s. 83). Ayrıca, küresel entegrasyon ve ülkeler arası işbirlikleri sayesinde, sınır geçişlerinde yaşanan zorluklar azalmakta, bu da turistlerin daha rahat ve sık seyahat etmelerini sağlamaktadır. Örneğin, Schengen Bölgesi'ndeki ülkeler arasında sınır kontrollerinin kaldırılması, bu bölgeye olan turistik talebi artıran önemli bir unsurdur (Erdoğan, F., 2023, s. 90). Seyahat

özgürlüğünün artmasıyla birlikte, daha geniş kitleler turistik faaliyetlere katılabilir hale gelmiş ve turizmin yaygınlaşması sağlanmıştır.

1.8.8. Turizmin Gelişmesinde Eğitimin Rolü

Turizm bilincinin artması ve eğitim seviyesinin yükselmesi, bireylerin turistik faaliyetlere katılımını etkileyen önemli faktörlerden biridir. Eğitim düzeyi yüksek bireyler, farklı kültürleri tanıma, tarihi ve doğal güzellikleri keşfetme gibi motivasyonlara daha fazla sahip olurlar. Turizm bilincinin artması, sadece bireylerin seyahat tercihlerine değil, aynı zamanda sürdürülebilir turizmin gelişimine de katkı sağlar. Bilinçli turistler, çevreyi koruma, yerel kültürlere saygı gösterme ve doğal kaynakları tüketirken sorumluluk bilinciyle hareket ederler (Korkmaz, A., 2018, s. 32). Ayrıca, eğitim seviyesinin yükselmesi, turizm sektöründeki hizmet kalitesinin artmasına da olanak tanır. Eğitimli bireyler, turizm endüstrisinin farklı kademelerinde çalışarak sektörün profesyonelleşmesine ve gelişmesine katkıda bulunurlar. Eğitimle birlikte artan turizm bilinci, hem turistlerin hem de turizm çalışanlarının sektöre olan katkılarını daha sürdürülebilir ve etkili hale getirir (Güneş, T., 2020, s. 44).

1.8.9. Hızlı Nüfus Artışı ve Kent Gelişimi

Nüfus artışı ve kentleşme, turizmin gelişimini etkileyen iki önemli sosyo-demografik faktördür. Kentleşme, bireylerin daha yüksek yaşam standartlarına sahip olma, daha fazla gelir elde etme ve boş zaman faaliyetlerine yönelme eğilimini artırır. Kentsel alanlarda yaşayan bireyler, kırsal bölgelere göre daha fazla seyahat etme ve tatil yapma imkanına sahip olurlar. Bu durum, turizm talebinin artmasına ve turistik destinasyonların çeşitlenmesine yol açar (Demir, B., 2019, s. 51). Nüfus artışı ise hem iç hem de dış turizmi etkileyen bir unsur olarak karşımıza çıkar. Artan nüfus, seyahat eden birey sayısının artmasına ve turistik bölgelere olan talebin yükselmesine neden olur. Kentleşmeyle birlikte büyük şehirlerde yaşayan insanların tatil ve dinlenme ihtiyaçları artarken, bu da hafta sonu kaçamakları veya kısa süreli tatillere olan ilgiyi artırır. Ayrıca, kentleşmenin getirdiği yoğun yaşam temposu, bireyleri tatil yapmaya daha fazla teşvik eder (Yıldırım, Z., 2021, s. 63). Nüfus artışının ve kentleşmenin etkisiyle birlikte, turizm sektörü de büyüyerek daha geniş bir kitleye hitap eden hizmetler sunmaya başlamıştır (Ortaç, M., (2019).

1.8.10. Güvenlik Talebi

Güvenlik talebi, turistlerin seyahat tercihlerini belirleyen en önemli faktörlerden biridir. Turistler, tatil yapacakları destinasyonlarda fiziksel, siyasi ve sosyal güvenliğin sağlanmış olmasına büyük önem verirler. Özellikle terör olayları, doğal afetler, salgın hastalıklar ve siyasi karışıklıklar, turistlerin bir bölgeyi tercih etme kararını doğrudan etkileyebilir (Erdoğan, M., 2020, s. 29). Turizm sektöründe güvenliğin sağlanması, turistik destinasyonların sürdürülebilirliği açısından hayati öneme sahiptir. Güvenliğin sağlandığı bölgeler, turistler tarafından daha fazla tercih edilir ve bu da turizmin o bölgede hızla gelişmesine olanak tanır. Güvenlik

endişelerinin artması durumunda ise turistler, alternatif destinasyonlara yönelirler, bu da turizm gelirlerinde kayıplara yol açabilir (Kaya, O., 2021, s. 47). Ayrıca, güvenlik arayışı sadece fiziksel güvenlikle sınırlı kalmaz; turistler aynı zamanda sağlık, gıda güvenliği ve seyahat sigortası gibi unsurlara da dikkat ederler. Bu nedenle, güvenliğin sağlanması turistik destinasyonların rekabet gücünü artıran bir faktör olarak karşımıza çıkar.

1.8.11. Hizmet Sektöründen Deneyim Ekonomilerine Doğru Gelişim

Günümüzde turizm sektörü, yalnızca hizmet sunan bir endüstri olmaktan çıkarak deneyim ekonomisine doğru bir dönüşüm yaşamaktadır. Deneyim ekonomisi, turistlerin sadece bir yerden bir yere gitmek ya da otelde konaklamak gibi temel hizmetlerle yetinmeyip, daha derinlemesine ve unutulmaz deneyimler yaşama isteği ile şekillenir (Çelik, N., 2022, s. 85). Turistler, ziyaret ettikleri yerlerde özgün kültürel, sanatsal ve gastronomik deneyimler yaşamak, yerel halkla etkileşime geçmek ve sıradan turistlerden farklı deneyimler edinmek isterler. Bu eğilim, turizm sektöründe deneyim odaklı hizmetlerin artmasına yol açmıştır. Örneğin, kültürel turlar, doğa yürüyüşleri, macera turizmi ve yerel mutfak deneyimleri gibi turizm faaliyetleri, hizmetten ziyade deneyim sunmaya odaklanan yeni bir anlayışın ürünü olarak ortaya çıkmıştır (Gündoğdu, M., 2023, s. 78). Deneyim ekonomisinin yükselişi, turizmde kişiselleştirilmiş hizmetlerin ve benzersiz deneyimlerin önem kazanmasına yol açarken, turistlerin tatil tercihlerinde de büyük bir değişim yaratmıştır.

İKİNCİ BÖLÜM

2. TURİZMSEKTÖRÜ GELİRLERİNİN EKONOMİK BÜYÜME ÜZERİNE ETKİSİ

Turizm sektörü, günümüzde birçok ülkenin ekonomik büyümesine önemli katkılar sağlayan dinamik bir endüstri olarak dikkat çekmektedir. Küreselleşmenin hız kazanması ve ulaşım imkanlarının gelişmesi, turizmin dünya genelinde daha erişilebilir hale gelmesine neden olmuştur. Turizm gelirleri, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için büyük bir ekonomik kaynak oluştururken, ekonomik büyümeye olan etkisi birçok açıdan incelenmeye değerdir. Turizm sektörü, doğrudan ve dolaylı olarak sağladığı iş imkanları, yabancı sermaye akışını teşvik etmesi ve ödemeler dengesi üzerindeki pozitif etkisi ile ülkelerin makroekonomik göstergelerine olumlu katkılarda bulunur (Aydın, T., 2019, s. 55). Özellikle turizm gelirlerinin artışı, ülke ekonomilerinde büyümeyi hızlandırarak, farklı sektörlerle de olumlu yansımalar yapar.

Turizm sektörünün ekonomik büyümeye olan etkisi, genellikle hizmet sektörü içerisindeki geniş istihdam olanakları ile başlar. Turizm faaliyetleri otelcilik, restoranlar, eğlence, ulaşım ve perakende gibi birçok alt sektörde istihdam yaratır. Bu sektörler, turistlerden elde edilen gelirlerle büyüyerek daha fazla iş gücü talep eder. Bu da işsizlik oranlarının azalmasına ve yerel halkın gelir düzeyinin

yükselmesine katkıda bulunur (Kaya, O., 2020, s. 73). Ayrıca, turizm sektörüne yapılan yatırımların artması, inşaat ve altyapı gibi sektörlerde de iş hacmini genişletir. Bu durum, ekonomik büyüme üzerinde çarpan etkisi yaratarak, daha fazla tüketim ve üretimi tetikler. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, turizm gelirlerinden elde edilen dövizle ekonomik istikrarı sağlayarak büyüme stratejilerine önemli bir destek bulurlar (Yılmaz, E., 2021, s. 82).

Turizm sektöründen elde edilen gelirler, ülkelerin ödemeler dengesi açısından da büyük öneme sahiptir. Turizm, döviz kazandırıcı bir faaliyet olarak, özellikle dış ticaret açığı bulunan ülkeler için dengeleyici bir unsur olabilir. Yabancı turistlerden elde edilen döviz gelirleri, ithalat ve ihracat dengesini düzenleyerek, dış borçları azaltmaya ve ulusal ekonomiyi güçlendirmeye yardımcı olur. Bu durum, döviz rezervlerinin artmasına ve yerel para biriminin değer kazanmasına da katkıda bulunur (Demir, B., 2020, s. 47). Özellikle turistik destinasyonlar, yabancı yatırımcıları cezbederek bölgesel kalkınmayı hızlandırabilir. Turizm yatırımları, gayrimenkul, ulaştırma ve hizmet sektörlerine olan ilgiyi artırarak, ülke ekonomisinde uzun vadeli sürdürülebilir büyümeyi teşvik eder.

Turizm sektörünün ekonomik büyümeye katkılarından biri de dolaylı etkileridir. Turistlerin harcamaları, yalnızca konaklama ve ulaşım gibi temel ihtiyaçlarla sınırlı kalmaz; aynı zamanda yerel el sanatları, gıda ürünleri ve kültürel etkinlikler gibi birçok sektöre de talep yaratır. Bu, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) büyümesini destekler ve yerel ekonomiyi canlandırır. Örneğin, bir turistik destinasyonun popüleritesinin artması, o bölgedeki restoranlar, hediyelik eşya mağazaları ve eğlence merkezlerinin gelirlerini doğrudan artırırken, bu işletmelerin hizmet aldığı tedarikçi firmalar için de ekonomik fırsatlar yaratır (Çelik, N., 2021, s. 93). Turizm faaliyetleri sonucunda gelişen yerel ekonomik hareketlilik, dolaylı olarak ülke genelinde büyüme hızını artırarak ekonomik refahı yükseltir.

Turizm sektörünün ekonomik büyümeye olan katkısı, geniş bir çerçevede değerlendirilmelidir. Hem doğrudan hem de dolaylı etkileriyle turizm, iş gücü piyasasını genişletir, döviz kazandırır ve yerel ekonomileri canlandırarak ekonomik büyüme üzerinde güçlü bir etki yaratır. Ülkeler, turizm sektörüne yapacakları yatırımlarla bu etkiyi artırabilir ve sürdürülebilir bir büyüme stratejisi geliştirebilirler. Özellikle turizm çeşitliliği ve sürdürülebilir turizm politikaları ile turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye katkısı daha da güçlendirilebilir (Erdoğan, M., 2022, s. 101).

2.1. Ekonomik Büyüme

Ekonomik büyüme, bir ülkenin belli bir dönemde mal ve hizmet üretiminde yaşadığı artış olarak tanımlanabilir. Genellikle gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) ile ölçülen ekonomik büyüme, ülkenin refah seviyesini artırarak toplumsal kalkınmayı destekler. Ekonomik büyüme, üretim kapasitesindeki artış, teknoloji ilerlemesi, iş gücü verimliliğinin artması ve sermaye birikimi gibi çeşitli faktörlerin birleşimiyle gerçekleşir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, büyüme oranlarının yükseltilmesi, ekonomik istikrarı sağlamada ve yaşam standartlarını iyileştirmede kritik rol oynar (Erdoğan, M., 2020, s. 45). Bununla birlikte, ekonomik büyümenin sürdürülebilir olup olmadığı, büyümenin niteliğine ve kaynaklarına bağlıdır. Sadece kısa vadede

yüksek büyüme oranları elde etmek, uzun vadeli ekonomik kalkınmayı sağlamada yeterli olmaz. Ekonomik büyümenin sürdürülebilir olması, çevresel, sosyal ve ekonomik boyutların bir arada ele alınmasını gerektirir.

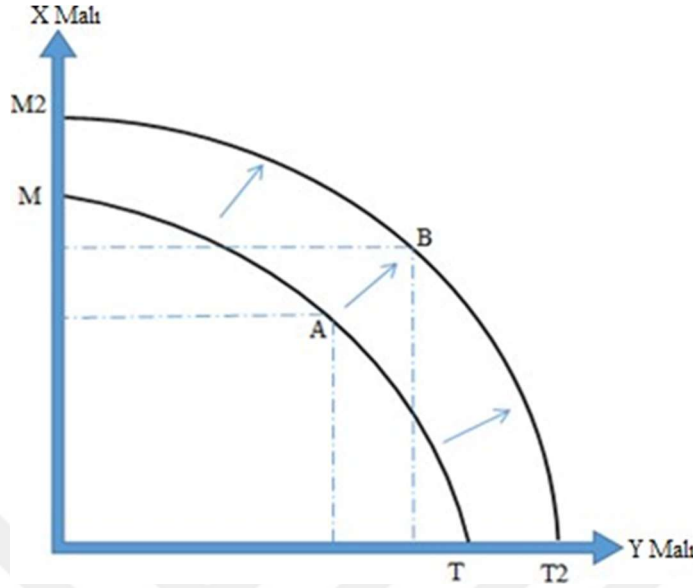
Turizm sektörü, ekonomik büyümeye olan katkısı bakımından özel bir öneme sahiptir. Turizm, hem iç hem de dış pazarlar üzerinden döviz girdisi sağlarken, istihdamı artırır ve ülkenin çeşitli bölgelerine ekonomik canlılık kazandırır. Turistlerin yaptığı harcamalar, ekonomiye doğrudan katkı sağlayan en önemli kalemlerden biridir. Aynı zamanda turizme yapılan yatırımlar, inşaat ve hizmet sektörü başta olmak üzere birçok sektörde büyümeyi teşvik eder. Bu bağlamda, turizm sektöründeki gelişmeler, sadece sektördeki büyümeyi değil, dolaylı yoldan birçok ekonomik faaliyeti de olumlu yönde etkileyerek genel ekonomik büyümeyi hızlandırır (Çelik, N., 2019, s. 102). Turizm gelirleri, özellikle gelişmekte olan ülkelerde dış borçları azaltmaya ve makroekonomik dengeleri sağlamaya yardımcı olur. Bununla birlikte, turizmin sürdürülebilir bir şekilde büyümesi için altyapı yatırımlarının, hizmet kalitesinin ve çevresel sürdürülebilirliğin dikkate alınması gerekmektedir(Ortaç, M., (2019).

2.2. Ekonomik Büyüme Kavramı

Ekonomik büyüme kavramı, bir ülkenin üretim kapasitesinde yaşanan artışı ifade eden ekonomik bir terimdir. Bu artış, genellikle uzun vadede toplumun refah düzeyini artırma ve yaşam standartlarını iyileştirme amacını taşır. Ekonomik büyümenin sağlanması, mal ve hizmet üretimindeki artışın yanı sıra, üretim faktörlerinin verimliliğinin artırılmasına dayanır. Ekonomik büyümenin temel bileşenleri arasında sermaye birikimi, iş gücü verimliliği, teknoloji transferi ve yenilikçilik yer alır. Bununla birlikte, ekonomik büyümenin tek başına refahı artırmaya yetip yetmediği, büyümenin kalitesi ve topluma sağladığı faydalarla ölçülür (Aydın, T., 2021, s. 78). Yani büyüme, sadece ekonomik göstergelerdeki artışla değil, aynı zamanda toplumun geniş kesimlerine yayılabilmesiyle değerlidir. Bu bağlamda, ekonomik büyümenin kapsayıcı olması, büyümenin sürdürülebilir ve adil bir şekilde gerçekleşmesini sağlar.

Ekonomik büyüme, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için farklı anlamlar taşıyabilir. Gelişmiş ülkelerde büyüme, genellikle yüksek teknolojiye dayalı üretim, verimlilik artışı ve yenilikçilik gibi faktörlerle sağlanırken, gelişmekte olan ülkelerde daha çok sermaye yatırımları, altyapı geliştirme ve dış ticaret üzerinden gerçekleşir. Ancak her iki durumda da, ekonomik büyümenin sürdürülebilir olması kritik bir öneme sahiptir. Özellikle doğal kaynakların aşırı tüketimi ve çevresel bozulma, ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği açısından önemli tehditler oluşturur (Demir, B., 2022, s. 59). Bu nedenle, büyüme politikaları belirlenirken, çevre dostu ve yenilenebilir kaynakların kullanımı, enerji verimliliği ve teknolojik yeniliklerin teşvik edilmesi gibi sürdürülebilirlik ilkeleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Şekil 2: Üretim Olanakları Eğrisi



Kaynak: (Eğilmez, 2023)

Şekil 2, Üretim Olanakları Eğrisi (Production Possibilities Curve - PPC) olarak bilinen bir ekonomi modelini temsil etmektedir. Üretim olanakları eğrisi, iki mal arasında, mevcut kaynaklar ve teknoloji ile maksimum üretim yapılabilecek kombinasyonları gösterir.

Grafikte, X malı dikey eksen ve Y malı yatay eksen üzerinde gösterilmiştir. Eğri üzerinde bulunan noktalar, mevcut kaynakların tamamen kullanıldığı ve iki malın maksimum verimlilikle üretildiği kombinasyonları temsil eder. Bu grafik şu şekilde yorumlanabilir:

A Noktası: İç eğri üzerindeki A noktası, üretim olanaklarının verimli kullanımını, ancak daha düşük bir kapasiteyi ifade eder. Bu noktada, mevcut kaynaklar ve teknoloji ile hem X hem de Y malı üretilmektedir, ancak daha fazla üretim yapılabilmesi mümkündür.

B Noktası: Dış eğri üzerindeki B noktası, teknolojik gelişmeler ya da kaynakların artmasıyla üretim olanaklarının genişlediği bir durumu temsil eder. Bu durumda, hem X malından hem de Y malından daha fazla üretilmesi mümkündür. Bu genişleme, grafikte üretim olanaklarının dışa doğru kaymasıyla gösterilmiştir.

Eğrinin İçi ve Dışı: Eğrinin içi (A noktası gibi) atıl kaynakları ve tam kapasite kullanılmayan durumu ifade ederken, eğrinin dışı (B noktası) mevcut kaynaklarla ulaşamayacak, ancak teknoloji ya da kaynak artışıyla mümkün olabilecek üretim seviyelerini gösterir.

M ve T Noktaları: X ve Y mallarının tek başlarına maksimum üretim seviyeleri grafikte M ve T noktaları ile gösterilmektedir. Bu noktalar, bir malın tamamen üretilip diğer maldan hiç üretilmediği durumlardır.

Grafikte, eğrinin dışa doğru kayması üretim kapasitesinde bir artış olduğunu, yani ekonomik büyümeyi, daha fazla kaynağa ya da teknolojik ilerlemeye bağlı olarak daha fazla mal ve hizmet üretilbileceğini ifade eder.

2.3. Ekonomik Büyümenin Kaynakları

Ekonomik büyümenin kaynakları, bir ülkenin büyüme oranlarını belirleyen temel faktörlerdir. Bu kaynaklar genel olarak dört ana başlık altında toplanabilir: sermaye birikimi, iş gücü, doğal kaynaklar ve teknoloji. İlk olarak sermaye birikimi, bir ekonominin büyüme potansiyelini artıran en önemli unsurlardan biridir. Sermaye birikimi, yeni yatırımlar yapılmasını, üretim kapasitesinin genişletilmesini ve verimliliğin artırılmasını sağlar. Bu, hem kamu hem de özel sektör yatırımlarının artmasına bağlıdır (Yılmaz, E., 2020, s. 66). İkinci olarak, iş gücü büyümenin önemli bir kaynağıdır. Nitelikli ve eğitilmiş iş gücü, üretkenliği artırarak ekonomik büyümeye doğrudan katkı sağlar. Özellikle teknolojinin gelişmesiyle birlikte, iş gücünün verimliliği ve niteliği daha fazla önem kazanmıştır.

Doğal kaynaklar, ekonomik büyümenin bir diğer kaynağı olarak öne çıkar. Yer altı zenginlikleri, tarım arazileri, su kaynakları gibi doğal kaynaklar, bir ülkenin ekonomik potansiyelini belirleyen önemli unsurlardan biridir. Ancak bu kaynakların sınırlı ve tükenbilir olduğu göz önüne alındığında, doğal kaynakların verimli ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması gerekmektedir (Kaya, O., 2019, s. 88). Son olarak, teknoloji ve yenilikçilik, modern ekonomilerin büyüme dinamiklerini belirleyen kritik unsurlardır. Teknolojik ilerlemeler, üretim süreçlerini daha verimli hale getirirken, aynı zamanda yeni iş alanlarının açılmasına ve ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesine katkıda bulunur. Gelişen teknolojiler, özellikle bilgi ekonomisi ve dijitalleşme süreçleri ile ekonomik büyümeyi hızlandırarak, rekabet gücünü artırır. Bu bağlamda, ülkelerin teknolojiye yapacakları yatırımlar, uzun vadede sürdürülebilir ekonomik büyümenin temelini oluşturur (Güneş, T., 2021, s. 92).

2.3.1 Beşeri Sermaye

Beşeri sermaye, ekonomik büyüme ve kalkınmada en kritik faktörlerden biri olarak kabul edilir. Bir ülkenin insan kaynağının kalitesi, eğitimi, sağlığı ve genel beceri düzeyi, üretkenlik üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Yüksek eğitim ve beceri seviyelerine sahip bireyler, daha karmaşık ve katma değeri yüksek işler yapabilir, yenilikçi çözümler geliştirebilir ve ülke ekonomisine önemli katkılarda bulunabilirler. Beşeri sermaye, ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesini ve verimliliğin artmasını sağlarken, aynı zamanda iş gücü piyasasının ihtiyaçlarına da cevap verebilecek esnek bir yapı oluşturur (Schultz, T., 1961, s. 20).

Beşeri sermayenin gelişmesi, bir ülkenin eğitim ve sağlık sistemlerine yaptığı yatırımlarla doğru orantılıdır. İyi eğitim almış bireyler, daha verimli çalışabilir, iş süreçlerini optimize edebilir ve yenilikçi düşünceler üretebilirler. Ayrıca, sağlıklı bireyler iş gücüne daha uzun süre katkıda bulunabilir, hastalıklar nedeniyle iş gücü kaybı azalır ve toplam üretkenlik artar. Eğitim ve sağlığa yapılan yatırımlar, uzun vadede ekonomik büyümeyi destekleyen güçlü bir temel sağlar. Bu bağlamda beşeri sermaye, ekonomik büyüme sürecinde hem kısa vadede verimlilik artışına hem de uzun vadede sürdürülebilir kalkınmaya katkı sunar (Barro, R.J., 1991, s. 45).

Turizm sektörü gibi hizmet yoğun sektörlerde beşeri sermayenin önemi daha da artmaktadır. Nitelikli ve iyi eğitim almış bir iş gücü, turistlere sunulan hizmet kalitesini artırır ve dolayısıyla bir ülkenin turizm gelirlerini doğrudan etkiler. Ayrıca, kültürel bilgiye sahip olan, dil becerileri gelişmiş ve müşteri ilişkilerini yönetebilen iş gücü, turist memnuniyetini artırarak sektörde sürdürülebilir bir büyümenin kapısını aralar. Sonuç olarak, beşeri sermaye, ekonomik büyüme ve özellikle turizm sektörünün gelişiminde hayati bir rol oynamaktadır (Lucas, R.E., 1988, s. 35).

2.3.2. Doğal Kaynaklar

Doğal kaynaklar, bir ülkenin ekonomik büyümesinde temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilir. Yeraltı zenginlikleri, ormanlar, tarım arazileri ve su kaynakları gibi unsurlar, bir ülkenin üretim kapasitesini belirler. Doğal kaynakların verimli kullanılması, bir ülkenin ekonomik gelişimi için kritik bir faktördür. Ancak doğal kaynakların varlığı, her zaman doğrudan ekonomik büyüme ile sonuçlanmaz. Örneğin, doğal kaynak bolluğu, kaynak bağımlılığına ve bunun sonucunda ekonomik dengesizliklere yol açabilir. Bu durum, "kaynak laneti" olarak bilinir ve birçok kaynak zengini ülkenin ekonomik büyüme yerine gerilemesine neden olmuştur (Sachs, J.D. ve Warner, A.M., 1997, s. 23).

Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı, ekonomik büyüme için kilit önemdedir. Kaynakların tükenmesi ya da çevresel bozulmalar, uzun vadede ekonomik gerilemelere yol açabilir. Bu nedenle, çevresel sürdürülebilirlik ilkelerine uygun bir şekilde doğal kaynak yönetimi yapılmalıdır. Ayrıca, turizm sektöründe doğal güzellikler, tarihi ve kültürel miras alanları gibi unsurlar, doğrudan turizm gelirlerine katkı sağlar. Bu tür kaynakların korunması ve sürdürülebilir şekilde kullanılması, hem doğal kaynakların korunmasına hem de turizm sektörünün sürekliliğine katkıda bulunur (Pearce, D.W., 1988, s. 12).

Doğal kaynakların ekonomik büyümeye katkısının artırılabilmesi için teknoloji ve altyapı yatırımlarına da ihtiyaç vardır. Doğal kaynakların işlenmesi, enerji üretimi gibi alanlarda teknolojik yenilikler, hem kaynakların verimli kullanılmasını sağlar hem de katma değeri yüksek ürünlerin üretimine olanak tanır. Özellikle turizm sektöründe, doğal kaynakların çekiciliği, çevre dostu ve sürdürülebilir turizm uygulamalarıyla artırılabilir. Bu sayede, doğal kaynaklardan elde edilen gelirler hem bugünkü ekonomik büyümeyi destekler hem de gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarına cevap verebilir (Auty, R.M., 1993, s. 18).

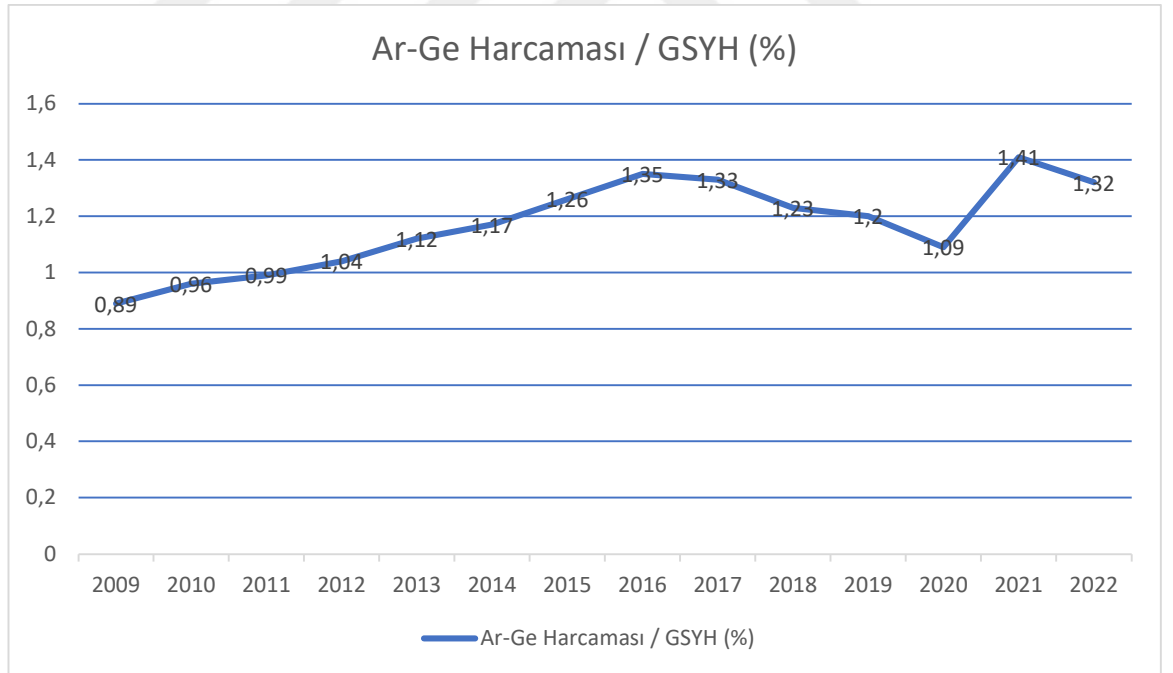
2.3.3. Teknoloji ve Teknolojik Gelişme

Teknoloji ve teknolojik gelişmeler, modern ekonomik büyümenin en önemli motorlarından biri olarak kabul edilir. Teknolojik ilerlemeler, üretim süreçlerini hızlandırır, maliyetleri düşürür ve verimliliği artırır. Ayrıca, teknoloji, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine olanak tanıyarak ekonomiye dinamizm kazandırır. Teknoloji sadece üretim süreçlerini değil, aynı zamanda tüketici taleplerini de dönüştürür. Özellikle dijital teknolojiler, pazarlama stratejilerinden dağıtım kanallarına kadar birçok alanda köklü değişikliklere neden olmuştur (Solow, R.M., 1957, s. 16).

Turizm sektöründe teknoloji, seyahat deneyiminden müşteri ilişkileri yönetimine kadar birçok alanda devrim yaratmıştır. Online rezervasyon sistemleri, mobil uygulamalar, dijital haritalar ve sanal gerçeklik teknolojileri, turistlerin deneyimlerini zenginleştirirken, aynı zamanda işletmelere operasyonel verimlilik kazandırmıştır. Teknolojik gelişmeler, aynı zamanda turizmde sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için de kritik bir araçtır. Örneğin, enerji verimliliği sağlayan akıllı binalar, karbon ayak izini azaltan ulaşım çözümleri ve atık yönetimi gibi yenilikçi teknolojiler, turizmin çevresel etkilerini minimize etmeye yardımcı olur (Brynjolfsson, E. ve McAfee, A., 2014, s. 40).

Teknoloji, aynı zamanda turizm sektöründe rekabet avantajı sağlamanın da bir yoludur. Dijital pazarlama stratejileri, turizm destinasyonlarının uluslararası arenada tanıtımını kolaylaştırırken, tüketici verilerinin analizi, turistlerin beklenti ve ihtiyaçlarına daha hızlı cevap verilmesine olanak tanır. Teknolojik gelişmelerin devam etmesi, turizmde verimliliğin ve yenilikçiliğin sürdürülmesi için zorunludur. Bu bağlamda, hem devlet politikaları hem de özel sektör yatırımları, teknolojik altyapının geliştirilmesi ve yenilikçi çözümlerin desteklenmesi noktasında önemli bir rol oynamaktadır (Freeman, C. ve Soete, L., 1997, s. 22).

Şekil 3: Türkiye'nin Ar-Ge harcamasının GSYH içindeki payı, 2009-2022.



Kaynak: Tuik, (2023).

Şekil 3'te gösterilen veriler, Türkiye'nin Gayrisafi Yurt İçi Hasıla (GSYH) içindeki Ar-Ge harcamalarının yıllar içindeki değişimini yansıtmaktadır. 2009 yılında %0,80 olan bu oran, 2021 yılında %1,40 ile en yüksek seviyesine ulaşmış, 2022'de ise %1,32'ye gerilemiştir. Ar-Ge harcamalarındaki bu yükseliş ve ardından gelen küçük düşüş, genel ekonomik büyüme ve yenilikçi sektörlerin gelişimi açısından önemli ipuçları sunmaktadır. Özellikle turizm gibi yenilikçilik ve teknoloji

kullanımının giderek önem kazandığı sektörlerde, Ar-Ge yatırımlarının etkisi göz ardı edilemez.

Turizm sektörü, teknoloji ve inovasyonun giderek daha fazla entegre olduğu bir alan haline gelmiştir. Ar-Ge harcamalarının büyük bir kısmını oluşturan mali ve mali olmayan şirketler, turizmde dijital dönüşüm, akıllı turizm uygulamaları ve sürdürülebilirlik gibi yenilikçi çözümler üzerinde çalışmaktadır. Özellikle COVID-19 pandemisi sonrasında, turizmde dijitalleşmenin önemi artmış, bu alanda yapılan Ar-Ge çalışmaları, sektörün yeniden canlanmasına önemli katkılar sağlamıştır. Örneğin, dijital rezervasyon sistemleri, sanal turizm deneyimleri ve çevrimiçi müşteri ilişkileri yönetimi, Ar-Ge çalışmalarının doğrudan çıktıları arasında yer almaktadır.

Ar-Ge harcamalarında yükseköğretimin %33,8 ile önemli bir paya sahip olması, üniversiteler ile turizm sektörü arasındaki iş birliğini güçlendirmektedir. Üniversitelerde yapılan araştırmalar ve geliştirme projeleri, turizmdeki yenilikçi çözümler için önemli bir bilgi ve teknoloji kaynağıdır. Akademik çalışmalar, sürdürülebilir turizm, kültürel mirasın korunması, turist davranışlarının analiz edilmesi gibi konularda sektöre önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda, turizmde Ar-Ge'nin stratejik bir alan haline gelmesi, sektörün gelecekteki rekabet gücünü artırma potansiyeline sahiptir.

Personel harcamalarının Ar-Ge içinde %47,3 gibi büyük bir paya sahip olması, nitelikli iş gücünün turizmdeki inovasyon süreçlerinde kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Turizm sektöründe, teknolojiye dayalı hizmetlerin sunulabilmesi için eğitilmiş ve inovatif düşünebilen bir iş gücü gereklidir. Özellikle dijital platformların kullanımı, veri analitiği ve müşteri deneyimi yönetimi gibi alanlarda uzmanlaşmış çalışanlar, turizmdeki Ar-Ge çalışmalarının verimli şekilde hayata geçirilmesini sağlamaktadır.

Ar-Ge harcamalarının artması, turizm sektöründe inovasyonu ve rekabet gücünü artırırken, sürdürülebilir bir büyümenin önünü açmaktadır. Hem şirketler hem de üniversiteler, bu süreçte aktif rol oynamaktadır. Ancak Ar-Ge harcamalarındaki payın düşmemesi ve sektörün daha fazla yatırım alması, turizmin gelecekteki başarısı için kritik olacaktır.

2.3.4.1. Sermaye

Sermaye, ekonomik büyümenin temel faktörlerinden biri olarak değerlendirilir ve üretim süreçlerinde kullanılan her türlü finansal ve fiziksel kaynak anlamına gelir. Sermaye, işletmelerin üretim kapasitelerini artırmalarına, yeni teknolojiler geliştirmelerine ve altyapı yatırımları yapmalarına olanak tanır. Ekonomik büyümenin sürdürülebilirliği açısından sermaye birikimi, uzun vadeli yatırımlar için kritik bir öneme sahiptir. Sermaye birikimi, genellikle tasarruf oranlarının artması ve bu tasarrufların yatırıma dönüştürülmesiyle sağlanır (Harrod, R.F., 1939, s. 16).

Sermaye, genellikle iki ana kategoriye ayrılır: fiziksel sermaye ve insan sermayesi. Fiziksel sermaye, makine, ekipman, altyapı gibi üretim araçlarını içerirken, insan sermayesi eğitim, bilgi ve beceriyi ifade eder. Fiziksel sermayenin artırılması, üretkenliğin artmasına ve bir ekonominin daha yüksek düzeyde çıktı üretmesine olanak tanır. İnsan sermayesi ise, işgücünün verimliliğini ve yenilikçi

kapasitesini artırarak ekonomik büyüme sürecini destekler. Sermaye yatırımları, özellikle teknoloji odaklı sektörlerde rekabet avantajı sağlamada kritik rol oynar (Solow, R.M., 1956, s. 22).

Turizm sektöründe sermayenin önemi oldukça büyüktür. Turistik altyapı yatırımları, ulaşım, konaklama ve eğlence gibi hizmetlerin sunumunda etkinlik sağlar. Ayrıca, turizm yatırımları, bir destinasyonun cazibesini artırarak daha fazla turist çekmeye yardımcı olur. Turizme yapılan sermaye yatırımları, yerel ekonomik kalkınmayı desteklerken, aynı zamanda dolaylı olarak diğer sektörlerin de gelişmesine katkıda bulunur. Bu bağlamda, sermaye birikimi ve yatırımlar, turizm sektörünün büyümesinde ve dolayısıyla ekonomik büyümede kilit bir rol oynamaktadır (Dunning, J.H., 1988, s. 30).

2.4. Ekonomik Büyüme Türleri

Ekonomik büyüme, bir ülkenin üretim kapasitesinin zaman içinde artması anlamına gelir ve genellikle gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYH) ile ölçülür. Ekonomik büyüme, hem talep yönlü hem de arz yönlü faktörlerden kaynaklanabilir. Talep yönlü büyüme, genellikle tüketim, yatırım ve kamu harcamalarının artmasıyla tetiklenirken, arz yönlü büyüme, üretim faktörlerinin (emek, sermaye, doğal kaynaklar ve teknoloji) verimliliğinin artması sonucu meydana gelir. Farklı ekonomik büyüme türleri, çeşitli büyüme teorileri ve modelleri ile açıklanabilir. Büyüme türlerinin ayrıştırılması, ekonomilerin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmasında büyük önem taşır (Rostow, W.W., 1960, s. 18).

Ekonomik büyüme türleri, genellikle içsel büyüme, dışsal büyüme, dengeli büyüme ve dengesiz büyüme gibi kategorilerde ele alınır. İçsel büyüme, bir ekonominin kendi dinamikleriyle sürdürülebilir bir şekilde büyümesi anlamına gelirken, dışsal büyüme, dış kaynaklardan gelen sermaye, teknoloji veya bilgi akışı ile sağlanır. Dengeli büyüme, ekonomik kaynakların sektörel olarak eşit bir şekilde dağıtıldığı bir büyüme modelidir. Dengesiz büyüme ise, belirli sektörlerin daha hızlı geliştiği ve bu sektörlerin diğer sektörleri tetiklediği bir süreçtir (Lewis, W.A., 1954, s. 40).

Turizm sektörü, ekonomide büyüme türlerine farklı şekillerde katkıda bulunabilir. Örneğin, turizm yoluyla elde edilen döviz gelirleri, dışsal büyümeyi desteklerken, turizmin içsel olarak gelişmesi, yerel kaynakların daha verimli kullanılmasına ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunur. Ayrıca, turizm sektöründe yapılan yatırımlar, diğer sektörlerle olan bağlantıları nedeniyle dengesiz büyüme modellerini tetikleyebilir. Bu tür yatırımlar, yerel ekonomilerin çeşitlenmesine ve uzun vadede ekonomik istikrarın sağlanmasına olanak tanır (Myrdal, G., 1957, s. 28).

2.4.1. Spontane (Kendi Kendine) Büyüme

Spontane büyüme, bir ekonominin dışarıdan bir müdahale veya destek olmaksızın kendi dinamikleriyle büyümesi anlamına gelir. Bu büyüme türü, genellikle doğal kaynaklar, sermaye birikimi, beşeri sermaye ve teknolojik yenilikler gibi içsel faktörler tarafından yönlendirilir. Kendi kendine büyüme, ekonominin içsel

potansiyelinin ortaya çıkması ve bu potansiyelin ekonomik süreçlere etkin bir şekilde entegre edilmesi sonucunda gerçekleşir. Spontane büyüme, sürdürülebilir kalkınma açısından önemli bir modeldir, çünkü dışa bağımlılığı azaltır ve yerel kaynakların daha etkin kullanılmasına olanak tanır (Schumpeter, J.A., 1934, s. 25).

Turizm sektörü, spontane büyüme sürecinin önemli bir parçası olabilir. Özellikle yerel turistik destinasyonlar, doğal güzellikleri, kültürel mirasları ve yerel deneyimlerle kendi potansiyellerini kullanarak turizm gelirleri elde edebilirler. Bu bağlamda, turizm, yerel ekonomilerin kendi kendine büyümesini destekleyen bir sektör olarak öne çıkar. Örneğin, kırsal turizm veya eko-turizm gibi alanlar, dış yatırımlara ihtiyaç duymadan, yerel halkın katkılarıyla spontane büyüme süreçlerini hızlandırabilir. Ayrıca, turizmde yenilikçi hizmetler ve yerel üretim ağırlıklı yapılar, dışsal müdahaleler olmadan büyümenin sürdürülmesine yardımcı olabilir (Hirschman, A.O., 1958, s. 35).

Spontane büyüme, özellikle turizm sektöründe girişimcilik ve yenilikçilikle desteklendiğinde daha hızlı gerçekleşebilir. Yerel girişimcilerin geliştirdiği yenilikçi turizm projeleri, hem ekonomik büyümeyi teşvik eder hem de yerel halkın refahını artırır. Bununla birlikte, spontane büyüme süreçleri, yerel kaynakların sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesini gerektirir. Aksi takdirde, aşırı kullanım ve çevresel bozulmalar, bu büyüme modelinin uzun vadede sürdürülebilirliğini tehlikeye atabilir (Nelson, R.R., 1956, s. 19).

2.4.2. Planlı Büyüme

Planlı büyüme, ekonomik kalkınmayı yönlendiren bir yaklaşımdır ve devletin ekonomiyi belirli hedefler doğrultusunda düzenlemesi ile karakterize edilir. Bu model, özellikle gelişmekte olan ülkelerde, kaynakların etkin kullanımı ve ekonomik dengesizliklerin giderilmesi amacıyla tercih edilir. Devlet, uzun vadeli ekonomik planlar yaparak sanayi, tarım, eğitim ve sağlık gibi alanlarda yatırımlar gerçekleştirir. Temel hedef, ekonomide sürdürülebilir ve istikrarlı bir büyüme yakalamaktır. Planlı büyüme modeli, piyasa mekanizmalarının yetersiz olduğu ya da kaynak dağılımında adaletsizliklerin bulunduğu durumlarda etkili olabilir. Ancak, devletin bu süreci aşırı müdahale ile yönlendirmesi, verimlilik kayıplarına ve piyasa dengesizliklerine neden olabilir (Erkan, H., 2015, s. 78).

2.4.2.1. Kapalı Ekonomi

Kapalı ekonomi modeli, bir ülkenin dış ticaret ve sermaye akışlarını minimumda tutarak, kendi iç kaynakları ve üretim kapasitesi ile büyüme hedeflediği bir yapıdır. Bu modelde, özellikle ithal ikamesi politikaları ön plandadır. İthal ikamesi stratejisi, dışarıdan alınan ürünlerin yerli üretimle ikame edilmesini öngörür. Bu sayede, dışa bağımlılık azalır ve yerel sanayi desteklenir. Ancak kapalı ekonomi modelinin dezavantajları da vardır; dış ticaretin sınırlandırılması, teknoloji transferinin kısıtlanması ve iç pazarın daralması gibi sorunlar yaşanabilir. Türkiye, özellikle 1960'lı ve 1970'li yıllarda bu modeli benimseyerek sanayileşmeyi hızlandırmayı hedeflemiştir. Ancak bu süreçte, dış pazarlardan kopuk bir yapı oluşmuş ve ekonomik verimlilik kaybı yaşanmıştır (Yılmaz, A., 2017, s. 132).

2.4.2.2. Açık Büyüme

Açık büyüme modeli ise, küresel ekonomiye entegre olmayı amaçlayan bir yaklaşımı ifade eder. Dış ticaretin serbest olduğu bu modelde, uluslararası piyasalara açılmak ve yabancı sermaye yatırımlarını çekmek büyümenin temel dinamikleri arasındadır. Açık ekonomi modeli, özellikle ihracat artışı ve dış kaynak kullanımını teşvik ederek büyümeyi hızlandırabilir. Bu modelin avantajları arasında döviz kazancı sağlama, uluslararası pazarlarda rekabet edebilme ve dış yatırım fırsatlarından yararlanma yer alır. Ancak, açık ekonomi aynı zamanda dış şoklara karşı kırılgan olabilir; küresel ticaret savaşları, finansal krizler veya dış talep şokları gibi faktörler, bu modeli benimseyen ülkeleri olumsuz etkileyebilir (Kara, M., 2020, s. 65).

2.4.3. Durgun Büyüme

Durgun büyüme, bir ekonominin belirli bir süre boyunca büyüme hızının ya çok düşük kalması ya da tamamen durması durumunu ifade eder. Bu süreç, genellikle üretim kapasitesinin tam olarak kullanılmadığı, işsizlik oranlarının yükseldiği ve tüketici harcamalarının durgunlaştığı dönemlerde gözlemlenir. Durgun büyüme dönemlerinde talep eksikliği, üretim maliyetlerindeki artışlar ve verimlilik sorunları ekonomik büyümenin önündeki başlıca engelleri oluşturur. Ülkeler bu tür dönemlerde, özellikle maliye ve para politikaları aracılığıyla ekonomik canlanmayı teşvik etmeye çalışırlar. Ancak bu politikalar her zaman beklenen etkiyi göstermeyebilir, çünkü durgunluk bazen yapısal sorunlardan kaynaklanır (Korkmaz, E., 2016, s. 45).

Durgun büyümenin bir diğer önemli nedeni, ekonomik belirsizliklerin artması ve yatırımcı güveninin azalmasıdır. İş dünyası, belirsiz politikalar, küresel ekonomik krizler ya da içsel siyasi istikrarsızlıklar nedeniyle yatırım yapmaktan çekinir hale gelebilir. Bunun sonucu olarak, yatırımlarda azalma, üretimde yavaşlama ve istihdamda daralma yaşanır. Bu tür bir senaryo, özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha belirgin bir şekilde kendini gösterebilir, çünkü bu ekonomiler genellikle daha kırılgan yapıya sahiptirler. Durgun büyüme dönemlerinde, tüketiciler de harcamalarını kısar ve tasarruf eğilimine yönelirler, bu da talep daralmasına yol açar (Yılmaz, A., 2018, s. 72).

Durgun büyümeden çıkış ise çoğu zaman büyük yapısal reformları gerektirir. Ülkeler, üretim kapasitesini artırmak, verimliliği teşvik etmek ve dış ticaret dengesini yeniden yapılandırmak gibi adımlarla bu süreci tersine çevirmeye çalışırlar. Ayrıca, dış borçlanma veya dış ticaret fazlası yaratma gibi politikalar da ekonomiyi canlandırmak için kullanılabilir. Ancak, bu stratejilerin etkili olabilmesi için uzun vadeli ve sürdürülebilir adımlar atılması gereklidir. Aksi takdirde, durgun büyüme kronik bir sorun haline gelebilir (Doğan, M., 2019, s. 96).

2.4.4. Üstel Büyüme

Üstel büyüme, bir sistemin zamanla katlanarak büyümesini ifade eden bir kavramdır. Bu büyüme modeli, genellikle matematiksel ve doğal sistemlerde

karşımıza çıksa da, ekonomik alanda da belirli durumlar için geçerlidir. Bir ekonominin üstel büyüme göstermesi, genellikle teknolojik yenilikler, sermaye birikimi ve yüksek verimlilik artışları ile mümkündür. Üstel büyüme modeli, başlangıçta küçük büyüme oranları sergileyebilir, ancak belirli bir dönemin ardından bu büyüme hızla katlanarak artış gösterir. Bu tür bir büyüme, özellikle yeni teknolojilerin hızla benimsenmesi ya da küresel ticaretin artması ile ilişkilendirilebilir (Erkan, H., 2017, s. 108).

Üstel büyümenin en büyük avantajlarından biri, kaynakların verimli kullanımı ve teknolojik gelişmelerle desteklenmesi durumunda sürdürülebilir hale gelmesidir. Ancak bu büyüme modeli, kontrolsüz bir şekilde devam ederse, bazı ekonomik riskleri de beraberinde getirebilir. Ekonomik balonların oluşması, aşırı üretim kapasitesi ve talep dengesizliği, üstel büyümenin olası sonuçları arasında sayılabilir. Ayrıca, üstel büyüme genellikle belirli sektörlerde ya da ekonominin belli bir kısmında yoğunlaşır, bu da diğer sektörlerin geride kalmasına ve büyümenin dengesiz bir hal almasına neden olabilir (Kara, M., 2020, s. 114).

Ekonomik alanda üstel büyüme, özellikle hızlı gelişen teknoloji sektörlerinde ve dijital ekonomilerde gözlemlenir. Bu sektörlerde yenilikçi girişimler, kısa süre içinde büyük pazar payları elde ederek hızla büyüyebilirler. Örneğin, bilgi ve iletişim teknolojileri alanında gerçekleşen yenilikler, dünya ekonomisinde üstel büyüme süreçlerini tetiklemiştir. Ancak bu büyüme, her zaman sürdürülebilir olmayabilir. Büyümenin hızı, piyasa talepleri ile uyumsuz hale geldiğinde ekonomik krizler ve durgunluklar yaşanabilir (Yılmaz, S., 2019, s. 56).

2.4.5. Biyolojik Büyüme

Biyolojik büyüme, genellikle doğal sistemlerde gözlemlenen ve organizmaların yaşam döngüsü boyunca gerçekleşen büyüme modelidir. Ancak bu kavram, ekonomi literatüründe de benzer bir analogi ile kullanılır. Biyolojik büyüme, bir sistemin organik olarak ve doğal bir şekilde gelişmesini ifade eder. Ekonomik açıdan, biyolojik büyüme modeli, piyasa güçlerinin ve ekonomik aktörlerin doğal işleyişi içinde gerçekleşen, dış müdahale olmaksızın sürdürülen bir büyümeyi simgeler. Bu modelde, büyüme organik bir süreçle ilerler; yani sistemin doğal kaynakları ve dinamikleriyle uyumlu bir şekilde gelişme sağlar (Korkmaz, E., 2016, s. 122).

Biyolojik büyümenin en belirgin özelliklerinden biri, dışsal müdahalelere ihtiyaç duymaksızın, içsel faktörlerle büyümenin gerçekleşmesidir. Bu modelde, piyasa ekonomisi aktörlerinin davranışları, arz ve talep dengesinin doğal olarak şekillenmesine neden olur. Örneğin, yeni pazarların keşfi ve doğal kaynakların verimli kullanımı gibi faktörler, biyolojik büyümenin önemli unsurlarıdır. Ancak, biyolojik büyüme modeli de belirli sınırlamalara sahiptir. Doğal kaynakların sınırlı olması ya da çevresel faktörlerin etkisi, bu tür büyümenin sürdürülebilirliği konusunda bazı sorunlar yaratabilir (Doğan, M., 2019, s. 89).

Ekonomik biyolojik büyüme modeli, aynı zamanda sürdürülebilir kalkınma ile de ilişkilidir. Bir ekonominin doğal kaynakları tüketmeden büyüebilmesi, bu modelin başarısını artırabilir. Ancak, küresel ısınma, çevresel bozulmalar ve doğal kaynakların tükenmesi gibi dışsal etkiler, biyolojik büyümenin sınırlarını belirleyen

başlıca faktörlerdir. Bu nedenle, biyolojik büyümenin sürdürülebilir olabilmesi için çevresel koruma ve doğal kaynakların doğru yönetimi kritik öneme sahiptir (Erkan, H., 2017, s. 117).

2.4.6. Dengeli Büyüme

Dengeli büyüme, ekonominin tüm sektörlerinin eşit hızda ve uyum içinde büyümesini ifade eden bir modeldir. Bu modelde, tarım, sanayi, hizmetler gibi farklı sektörler, birbirine paralel şekilde büyür ve böylece ekonomideki yapısal dengesizlikler minimize edilir. Dengeli büyüme stratejisi, özellikle gelişmekte olan ülkelerde tercih edilir çünkü bu ülkelerde sektörler arasındaki büyüme hızındaki farklılıklar ekonomik istikrarsızlığa yol açabilir. Bu modelin temel amacı, kaynakların eşit ve verimli bir şekilde dağıtılmasıdır (Demir, O., 2017, s. 88).

Dengeli büyüme, aynı zamanda gelir dağılımındaki adaletsizliklerin azaltılmasını da hedefler. Sektörler arasında dengeli bir büyüme, aynı zamanda istihdam olanaklarının her alanda gelişmesine katkı sağlar. Bu da işsizlik oranlarının dengeli bir şekilde azalmasına ve ekonomik refahın artmasına olanak tanır. Dengeli büyüme modeli, aynı zamanda altyapı yatırımlarının da eşit şekilde yapılmasını sağlar. Örneğin, bir ülkede sadece sanayiye yatırım yaparken tarım ve hizmetler sektörünü ihmal etmek, uzun vadede ekonomide dengesizliklere yol açabilir (Erkan, H., 2018, s. 102).

Ancak, dengeli büyüme her zaman kolaylıkla sağlanamayabilir. Bazı sektörler, doğaları gereği daha hızlı büyüyebilir ya da daha fazla yatırım gerektirebilir. Ayrıca, teknolojik gelişmeler genellikle belirli sektörlerde yoğunlaşabilir ve bu da dengeli büyüme modelini zorlaştırabilir. Dengeli büyüme modeli uygulandığında, devletin etkin bir koordinasyon sağlaması ve kaynakları dikkatli bir şekilde yönetmesi gereklidir. Aksi halde, sektörler arasında dengesizlikler oluşabilir ve büyüme istikrarsız hale gelebilir (Kara, M., 2020, s. 119).

2.4.7. Dengesiz Büyüme

Dengesiz büyüme, ekonomide bazı sektörlerin diğerlerine göre daha hızlı büyümesi ya da gelişmesi anlamına gelir. Bu modelde, farklı sektörler arasında büyüme oranlarındaki farklılıklar belirgin hale gelir. Örneğin, bir ülkede sanayi sektörü hızla büyürken tarım sektörü geride kalabilir. Bu durum, zamanla ekonomik dengesizliklere yol açabilir. Dengesiz büyüme modeli, kısa vadede bazı avantajlar sağlayabilse de, uzun vadede ekonomik istikrarsızlıklar ve sosyal sorunlar doğurabilir (Yılmaz, S., 2019, s. 75).

Dengesiz büyümenin temel nedenlerinden biri, sermaye ve teknoloji birikiminin belirli sektörlerde yoğunlaşmasıdır. Özellikle sanayileşmiş ülkelerde, hizmetler ve sanayi sektörleri daha hızlı büyürken, tarım gibi geleneksel sektörler daha yavaş büyüyebilir. Bu durum, gelir dağılımında adaletsizliklere yol açar ve toplumsal gerilimlere neden olabilir. Dengesiz büyüme ayrıca, işgücü piyasasında da sorunlar yaratabilir. Hızla büyüyen sektörlerde iş gücü talebi artarken, diğer sektörlerde işsizlik oranları yükselebilir (Doğan, M., 2019, s. 93).

Dengesiz büyüme, bazen bilinçli bir şekilde de uygulanabilir. Örneğin, bir ülke belirli sektörlerde öncelik vererek bu alanlarda büyümeyi teşvik edebilir. Ancak, bu durum, diğer sektörlerin ihmal edilmesine ve yapısal dengesizliklerin artmasına neden olabilir. Dengesiz büyümenin etkilerini azaltmak için hükümetler, vergi politikaları ve altyapı yatırımları gibi araçlarla diğer sektörlerin de gelişimini desteklemek zorundadır. Aksi takdirde, büyüme dengesizlikleri derinleşebilir ve uzun vadede ekonomik krizler kaçınılmaz hale gelebilir (Korkmaz, E., 2017, s. 84).

2.5. Kötü Büyüme Türleri

Kötü büyüme türleri, bir ekonominin büyüme göstermesine rağmen bu büyümenin kalitesiz, sürdürülemez ya da toplumsal refahı artırmayan bir biçimde gerçekleştiği durumları ifade eder. Kötü büyüme, genellikle ekonomik göstergelerde olumlu bir tablo çizerken, gerçekte işsizlik, gelir dağılımı adaletsizliği ve sosyal sorunlar gibi olumsuz sonuçlar doğurur. Bu tür büyüme, kısa vadede başarılı gibi görünse de, uzun vadede toplumsal ve ekonomik dengeleri bozabilir. Örneğin, düşük kaliteli büyüme, üretimin artması ancak verimlilik ve sürdürülebilirlikten uzak olması şeklinde tanımlanabilir (Erkan, H., 2017, s. 67).

Kötü büyüme türleri arasında en sık karşılaşılan sorunlardan biri, büyümenin çevresel ve sosyal maliyetlerinin göz ardı edilmesidir. Özellikle hızlı sanayileşme ve kentleşme süreçlerinde çevre tahribatı ve doğal kaynakların tükenmesi gibi olumsuz sonuçlar ortaya çıkar. Bu tür bir büyüme, ekonomik büyüme oranlarıyla ölçüldüğünde başarılı gibi görünse de, uzun vadede çevresel ve sosyal maliyetler, bu başarıyı gölgeleyebilir. Ayrıca, kötü büyüme toplumsal refahı artırmaktan ziyade, gelir dağılımında dengesizlikler yaratabilir ve yoksulluğu derinleştirebilir (Demir, O., 2019, s. 104).

Bir diğer kötü büyüme türü ise, dış borçlanma yoluyla finanse edilen ve üretken olmayan alanlara yönelen büyümedir. Bu tür bir büyüme, sürdürülebilir olmaktan uzaktır çünkü büyüme sağlansa bile, bu büyümenin altında yatan yapısal sorunlar çözülmez. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, altyapı ve eğitim gibi uzun vadeli yatırımlar yerine kısa vadeli borçlanma ile finanse edilen projeler, büyümenin kalitesini düşürür ve ekonomiyi daha kırılgan hale getirir (Kara, M., 2020, s. 89).

2.5.1.Sessiz Büyüme

Sessiz büyüme, genellikle dikkat çekmeyen ya da göz ardı edilen alanlarda gerçekleşen büyümeyi tanımlayan bir terimdir. Bu büyüme türü, ekonomi genelinde büyük sıçramalar göstermese de, belirli sektörlerde ya da bölgelerde istikrarlı bir şekilde devam eden ve zamanla ekonomiyi dönüştüren bir süreçtir. Özellikle teknoloji, tarım veya küçük ölçekli işletmelerde gözlemlenebilir. Sessiz büyüme, hızlı bir değişim yerine yavaş ve sürdürülebilir bir büyüme modeli sunar. Bu büyüme modeli, genellikle gözden kaçan ancak uzun vadede büyük etkilere yol açan gelişmeleri içerir (Doğan, M., 2019, s. 77).

Sessiz büyüme, genellikle ekonominin "arka planında" gerçekleşir ve büyük yatırımcıların dikkatini çekmeyebilir. Ancak bu büyüme, yerel düzeyde ya da belirli

niş alanlarda önemli fırsatlar yaratabilir. Örneğin, yerel tarım işletmelerinin modernize edilmesi ve üretim süreçlerinin iyileştirilmesi, kısa vadede büyük ekonomik sonuçlar meydana getirmese de, uzun vadede gıda güvenliği ve kırsal kalkınma için önemli katkılar sağlayabilir. Sessiz büyüme, toplumsal refahı artırmaya yönelik uzun vadeli ve sürdürülebilir bir stratejiyi temsil eder (Erkan, H., 2018, s. 84).

Bu büyüme türü, özellikle yenilikçi teknolojilerin ve küçük ölçekli girişimlerin yaygınlaşması ile ilişkilendirilir. Yavaş fakat sürekli bir büyüme çizgisi izleyen bu alanlar, ekonomik dengesizlikleri azaltmaya yardımcı olabilir. Ayrıca, sessiz büyüme, genellikle dış şoklara karşı daha dayanıklıdır çünkü bu tür büyüme süreçleri genellikle yerel ve küçük çaplıdır. Dolayısıyla, küresel ekonomik krizler ya da büyük pazar dalgalanmalarından daha az etkilenirler (Yılmaz, S., 2020, s. 68).

2.5.2. İşsiz (İstihdamsız) Büyüme

İşsiz büyüme, bir ekonominin büyüme kaydetmesine rağmen işsizlik oranlarında azalma görülmemesi durumunu ifade eder. Bu tür bir büyüme, özellikle teknoloji yoğun sektörlerde, işgücü talebinin azaldığı ve otomasyonun yaygınlaştığı ekonomilerde sıkça karşılaşılan bir sorundur. İstihdamsız büyüme, ekonomik büyümenin verimlilik artışlarına dayandığı, ancak yeni iş fırsatlarının yaratılmadığı bir durumu tanımlar. Bu durum, gelir dağılımında adaletsizliklere ve toplumsal huzursuzluklara neden olabilir (Doğan, M., 2019, s. 123).

İstihdamsız büyümenin en büyük sorunlarından biri, ekonomik büyümenin geniş kitlelere fayda sağlamaması ve işsizlik oranlarının yüksek seviyelerde kalmaya devam etmesidir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, hızlı büyüme süreçlerinde dahi istihdam yaratamayan ekonomilerde işsizlik kronik bir sorun haline gelir. Bu durum, işgücünün niteliklerine uygun iş olanaklarının olmaması, teknolojiye dayalı sektörlerin büyümesi ve üretimde insan emeğinin yerini makinaların almasıyla açıklanabilir. İstihdamsız büyüme, sosyal refah devletlerinin işgücü politikaları açısından da zorluklar yaratır (Erkan, H., 2020, s. 135).

Bu büyüme türünün uzun vadeli sonuçları, toplumsal ve ekonomik dengesizliklerin derinleşmesine yol açabilir. İşsiz büyüme sürecinde gelir eşitsizliği artar, çünkü büyümeden asıl kazanç sağlayan kesim, sermaye sahipleri olurken, işgücü büyük oranda bu büyümenin dışında kalır. Çözüm olarak, devletler nitelikli iş gücüne yönelik eğitim ve mesleki gelişim programları sunmalı, teknolojiye dayalı sektörlerdeki istihdamı artıracak politikalar geliştirmelidir (Korkmaz, E., 2018, s. 89).

2.5.3. Köksüz Büyüme

Köksüz büyüme, bir ekonominin dışsal faktörlerle hızla büyümesine rağmen, bu büyümenin toplumsal ve kültürel temelleri olmadan gerçekleştiği durumları ifade eder. Bu tür büyüme, genellikle dış yatırım ve küresel ticaret gibi faktörlere dayalıdır, ancak yerel ekonomilerin ve kültürlerin ihtiyaçlarına uygun değildir. Köksüz büyüme, genellikle yerel kaynakların dış pazarlara satılması ya da yabancı

sermayenin baskın olduğu sektörlerde gerçekleşir ve bu büyüme modelinde toplumun geniş kesimlerinin katılımı sınırlıdır (Demir, O., 2017, s. 104).

Bu modelde, ekonomik büyüme, toplumun kültürel ve sosyal yapısına uygun olmayan biçimlerde gerçekleştiğinden, yerel halkın bu büyümeden faydalanması zorlaşır. Kültürel köklerden yoksun olan büyüme, uzun vadede ekonomik sürdürülebilirlik sorunlarına yol açar çünkü büyümenin toplumsal destek ve yerel sahiplenme eksikliği vardır. Köksüz büyüme süreçleri, yerel ekonomilerde derin yapısal dengesizliklere neden olabilir ve yabancı sermayeye olan bağımlılığı artırabilir (Yılmaz, S., 2019, s. 78).

Köksüz büyümenin çözümü, yerel kaynakların ve kültürel değerlerin ekonomik büyüme süreçlerine entegre edilmesiyle mümkündür. Yerel ekonomi ve kültürel yapılar ile uyumlu büyüme stratejileri geliştirildiğinde, büyüme daha kalıcı ve sürdürülebilir hale gelir. Böylece toplumun geniş kesimleri bu büyümeden fayda sağlayabilir ve ekonomik refah daha dengeli bir şekilde dağıtılabilir. Ekonomik büyümenin yerel temellere dayandırılması, uzun vadede ekonomik istikrar ve toplumsal huzur için kritik öneme sahiptir (Erkan, H., 2020, s. 91).

2.5.4. Acımasız Büyüme

Acımasız büyüme, ekonomik büyümenin sosyal ve çevresel maliyetler gözetilmeden gerçekleştiği durumlardır. Bu modelde, ekonomik kalkınma hızla sürdürülürken, çevresel bozulmalar, işçi haklarının ihlali, gelir eşitsizliğinin artması gibi sorunlar göz ardı edilir. Acımasız büyüme, özellikle gelişmekte olan ülkelerde sıkça gözlemlenir. Hızlı sanayileşme ve kentleşme süreçlerinde, ekonomik kazançlar öne çıkar, ancak toplumun geniş kesimleri bu büyümeden olumsuz etkilenir (Korkmaz, E., 2019, s. 110).

Bu büyüme modelinin en belirgin özelliği, büyümenin çevreye ve topluma verdiği zararın ekonomik kazançların önüne geçmesidir. Doğal kaynakların sorumsuzca kullanılması, çevre kirliliği ve biyoçeşitliliğin azalması gibi sorunlar, acımasız büyümenin en büyük olumsuz sonuçlarıdır. Ayrıca, bu süreçte işçi haklarının ihlal edilmesi ve düşük ücretlerle çalışan işgücünün sömürülmesi, toplumsal huzursuzlukları derinleştirir. Acımasız büyüme, kısa vadeli kazançlar sunsa da, uzun vadede ekonomik ve sosyal sorunları derinleştirir (Yılmaz, A., 2018, s. 102).

Bu modelden kaçınmanın en etkili yolu, sürdürülebilir büyüme stratejilerinin benimsenmesidir. Devletlerin çevre koruma politikaları, işçi haklarına saygı gösteren yasal düzenlemeler ve sosyal adaleti teşvik eden ekonomik reformlar yapması gerekir. Aksi takdirde, acımasız büyüme toplumda derin çatışmalara ve ekonomik krize yol açabilir. Sürdürülebilirlik ve sosyal adaletin gözetildiği bir büyüme modeli, uzun vadeli ekonomik refah ve toplumsal istikrarı sağlayabilir (Demir, O., 2017, s. 88).

2.5.5. Geleceksiz Büyüme

Geleceksiz büyüme, kısa vadeli ekonomik kazançlar elde etmek için uzun vadeli sürdürülebilirlik ve refahın göz ardı edildiği büyüme modelini ifade eder. Bu modelde, ekonomi büyürken gelecekte karşılaşılabilecek çevresel, sosyal ve ekonomik sorunlar dikkate alınmaz. Geleceksiz büyüme, kaynakların tükenmesine ve ekonomik krizlere zemin hazırlayan bir yapıdadır. Özellikle doğal kaynakların kontrolsüz kullanımı, gelecekteki nesillerin refahını tehlikeye atar ve sürdürülebilir kalkınmayı engeller (Erkan, H., 2018, s. 93).

Bu tür büyüme, genellikle hızlı büyüme ve kısa vadeli ekonomik kazançlara odaklanırken, çevre koruma, eğitim yatırımları ve uzun vadeli ekonomik planlamalar göz ardı edilir. Geleceksiz büyüme, doğal kaynakların hızla tüketilmesi ve çevresel bozulmaların artmasıyla sonuçlanabilir. Ayrıca, bu modelde toplumsal refahın uzun vadede sürdürülebilir olmaması, gelir eşitsizliğinin artması gibi sonuçlar doğurabilir. Geleceksiz büyüme, toplumsal huzursuzlukları artırarak ekonomik krizlere zemin hazırlayabilir (Kara, M., 2020, s. 120).

Bu büyüme türünden kaçınmak için sürdürülebilir kalkınma hedefleri doğrultusunda hareket edilmesi gerekir. Uzun vadeli planlamalar ve çevre koruma politikalarının ekonomik büyüme süreçlerine entegre edilmesi, geleceksiz büyüme modelinin olumsuz etkilerini azaltabilir. Ayrıca, toplumsal refahın artırılması ve gelir dağılımında adaletin sağlanması için sosyal politikalar geliştirilmelidir. Bu sayede, ekonomik büyüme gelecekte de sürdürülebilir hale getirilir ve uzun vadeli refah sağlanabilir (Doğan, M., 2019, s. 87).

2.6. Ödemeler Bilançosu

Ödemeler bilançosu, bir ülkenin belirli bir dönem içinde diğer ülkelerle gerçekleştirdiği tüm ekonomik işlemleri kaydeden bir hesaptır. Bu bilanço, mal ve hizmet ticareti, yatırım gelirleri, transferler ve sermaye hareketleri gibi çeşitli kalemleri kapsar. Temel olarak ödemeler bilançosu, bir ülkenin dış ticaret ve finansal işlemlerinin durumunu gösterir. Ülkenin dış dünya ile olan ekonomik ilişkilerinde bir denge olup olmadığını anlamak için kullanılan önemli bir ekonomik göstergedir. Ödemeler bilançosu, dış ticaret açığı veya fazlası gibi kritik ekonomik sorunların tespitinde önemli bir rol oynar (Doğan, M., 2019, s. 145).

Ödemeler bilançosu iki ana bölümden oluşur: cari işlemler hesabı ve sermaye-finans hesapları. Cari işlemler hesabı, mal ve hizmet ihracatı ve ithalatı, gelirler ve cari transferler gibi kalemleri içerir. Sermaye ve finans hesapları ise yabancı yatırım ve borçlanma gibi sermaye hareketlerini kaydeder. Ödemeler bilançosunda bir dengenin sağlanamaması, dış ticaret açığı veya sermaye kaçıışı gibi ekonomik sorunlara işaret edebilir. Bu dengesizlikler, ülke ekonomisini olumsuz etkileyebilir ve döviz kuru dalgalanmalarına neden olabilir (Erkan, H., 2020, s. 187).

Bir ülkenin ödemeler bilançosunun sürekli açık vermesi, dış borçlanma ihtiyacını artırabilir ve ekonomiyi kırılgan hale getirebilir. Öte yandan, sürekli bir fazla veren ödemeler bilançosu ise o ülkenin dış ticarete rekabet gücünün yüksek olduğunu gösterebilir. Ancak bu durumda, küresel ticaret dengelerini bozabilir ve diğer ülkelerle olan ticari ilişkilerde gerilimlere yol açabilir. Dolayısıyla, ödemeler

bilançosunun dengede tutulması, uzun vadede ekonomik istikrar açısından kritik bir öneme sahiptir (Korkmaz, E., 2018, s. 102).

2.6.1. Ödemeler Bilançosu Kavramı

Ödemeler bilançosu kavramı, bir ülkenin diğer ülkelerle gerçekleştirdiği tüm ekonomik işlemlerin sistematik bir kaydı olarak tanımlanır. Bu kavram, uluslararası ticaretin ve finansal akışların izlenmesi açısından büyük önem taşır. Ödemeler bilançosu, bir ülkenin dış dünya ile olan ekonomik ilişkilerinin genel durumunu gösteren bir belgedir. Ülkelerin ekonomik performanslarını değerlendirmek ve uluslararası ticarete rekabet güçlerini anlamak için kullanılan önemli bir araçtır. Ayrıca, döviz kurları ve dış ticaret politikalarının belirlenmesinde de bu kavram kilit bir rol oynar (Demir, O., 2019, s. 210).

Ödemeler bilançosu, bir ülkenin dış ticaret dengesini, yatırım gelirlerini ve uluslararası finansal işlemlerini izlemek için kullanılır. Mal ve hizmet ticareti, doğrudan yatırımlar, portföy yatırımları ve sermaye hareketleri gibi kalemler, ödemeler bilançosunda detaylı olarak yer alır. Ödemeler bilançosu kavramı, bir ülkenin uluslararası rezervlerinin düzeyini ve ekonomik gücünü belirlemede önemli bir faktördür. Bu nedenle, ekonomistlerin ve hükümetlerin dış ticaret ve finans politikalarını şekillendirirken göz önünde bulundurdıkları temel göstergelerden biridir (Erkan, H., 2017, s. 175).

Ödemeler bilançosu kavramı aynı zamanda ekonomik istikrar ve büyüme açısından da büyük önem taşır. Bir ülkenin sürekli dış açık vermesi, döviz rezervlerinin azalmasına ve dış borçların artmasına yol açabilir. Bu durum, ekonomik kırılganlıkları artırabilir ve makroekonomik dengesizliklere neden olabilir. Öte yandan, sürekli dış ticaret fazlası veren ülkeler ise küresel ticaret dengelerini bozabilir. Dolayısıyla, ödemeler bilançosu kavramı, hem ulusal hem de uluslararası ekonomik dengeleri anlamada kritik bir rol oynar (Kara, M., 2018, s. 95).

Cari İşlemler Hesabı: İhracat ve ithalat gibi mal ticaretine ek olarak hizmet gelirleri ve giderleri ile yatırım gelirleri ve giderlerini kapsar. Cari işlemler hesabı, bir ülkenin ticari faaliyetleri ile ilgili net kazanç veya kaybını gösterir. Eğer ihracat ithalattan fazla ise, cari işlemler fazlası olur. Hizmet gelirleri, turizm gibi hizmetlerden elde edilen kazançları ifade ederken, yatırım kaynaklı gelirler de dış yatırımlardan elde edilen getirileri gösterir.

Sermaye Hesabı: Sermaye hareketlerini gösterir ve bu hesaba doğrudan yatırımlar, portföy yatırımları ve diğer yatırım akışları dâhil edilmiştir. Sermaye hesabı, bir ülkenin sınır ötesi yatırım ve borçlanma hareketlerini dengelemek için kullanılır. Doğrudan yatırımlar, bir ülkeye gelen yabancı sermaye girişlerini veya yurtdışına yapılan sermaye yatırımlarını içerir.

Finans Hesabı: Finansal varlıkların ve yükümlülüklerin net değişimini kapsar. Bu hesap, doğrudan yatırımların net varlık edinimi ve yükümlülük oluşumu, portföy yatırımları ve diğer yatırımlar gibi kalemleri içerir. Finans hesabı, uluslararası yatırım pozisyonunu etkileyen varlık ve borç hareketlerini izler.

Net Hata ve Noksan: Ödemeler bilançosundaki olası hatalar ve noksanlıklar burada gösterilir. Bilinmeyen veya kaynağı tespit edilemeyen parasal hareketleri dengelemek için bu kalem kullanılır.

Rezerv Varlıklar: Ülkenin döviz rezervlerini ve Uluslararası Para Fonu (IMF) ile olan ilişkilerini kapsar. Resmi rezervler ve IMF kredileri gibi unsurlar, ülkenin uluslararası ödemelerini finanse etmesine yardımcı olur.

Bu tablo, ödemeler bilançosunun çok yönlü yapısını göstererek, bir ülkenin dış ekonomik faaliyetlerini ve finansal ilişkilerini sistematik bir şekilde izlemeye olanak tanır. Ödemeler bilançosunun dengede olup olmaması, ülkenin ekonomik istikrarını ve dış borçlanma ihtiyacını belirleyen kritik bir unsurdur.

2.6.2.Ödemeler Bilançosunun Ana Kalemleri

Ödemeler bilançosu, bir ülkenin diğer ülkelerle gerçekleştirdiği ekonomik işlemleri kaydeden temel bir hesaptır ve üç ana kalemden oluşur: cari işlemler hesabı, sermaye ve finans hesabı, ve rezerv varlıklar hesabı. Bu kalemler, ülkenin dış ticaret dengesi, yatırım akışları ve uluslararası borçlanma gibi ekonomik faaliyetlerin takibini sağlar. Her kalem, ekonominin farklı yönlerini ele alarak, ülkenin dış dünya ile olan ekonomik ilişkilerini kapsamlı bir şekilde değerlendirme imkânı sunar (Demir, A., 2020, s. 85).

Cari işlemler hesabı, ülkenin mal ve hizmet ticareti, yatırım gelirleri ve cari transferleri ile ilgili faaliyetlerini kaydeder. Sermaye hesabı, sınır ötesi sermaye hareketlerini içerirken, finansal hesaplar uluslararası yatırımları ve varlık değişimlerini takip eder. Ayrıca, rezerv varlıklar hesabı, döviz rezervleri ve uluslararası kredi ilişkilerini düzenleyen bir araç olarak kullanılır. Ödemeler bilançosunun ana kalemleri, dış ticaret açıkları veya fazlaları gibi ekonomik dengesizliklerin anlaşılmasında kilit rol oynar (Erkan, S., 2018, s. 110).

Bu kalemler arasındaki denge, bir ülkenin ekonomik sağlığını ve uluslararası rekabet gücünü doğrudan etkileyebilir. Cari işlemler fazlası, ülkenin dış ticarete güçlü bir konumda olduğunu gösterirken, sermaye ve finans hesabında dengesizlikler dış borçlanmayı artırabilir. Rezerv varlıklar ise ekonomik dalgalanmalar karşısında finansal istikrarı sağlamada önemli bir tampon görevi görür. Dolayısıyla, ödemeler bilançosunun ana kalemleri, hem ulusal hem de uluslararası ekonomik politikalarda kritik bir rol oynar (Yıldırım, M., 2019, s. 78).

2.6.3. Cari İşlemler Hesabı

Cari işlemler hesabı, ödemeler bilançosunun en önemli ve geniş kapsamlı kalemlerinden biridir. Mal ve hizmet ticareti, yatırım gelirleri ve cari transferler gibi uluslararası ekonomik işlemleri kapsar. Bu hesap, bir ülkenin diğer ülkelerle gerçekleştirdiği ekonomik faaliyetlerin net dengesini gösterir. Örneğin, bir ülke ihracatının ithalatından fazla olması durumunda cari işlemler fazlası verir, bu da o ülkenin dış ticarete güçlü olduğunu gösterir (Doğan, R., 2017, s. 132).

Cari işlemler hesabının temel bileşenleri arasında mal ticareti, hizmet ticareti, birincil ve ikincil gelirler yer alır. Mal ticareti, ülkeler arasında gerçekleştirilen ihracat ve ithalat faaliyetlerini kapsar. Hizmet ticareti ise turizm, ulaştırma, sigorta gibi hizmet sektörüne ait işlemleri içerir. Birincil gelirler, yabancı yatırımlardan elde edilen faiz, kâr payı gibi kazançları; ikincil gelirler ise dış yardımlar, hibeler ve emekçi gelirleri gibi cari transferleri kapsar. Cari işlemler hesabı, uluslararası ekonomik dengenin temel göstergelerinden biridir ve dış ticaret politikalarının oluşturulmasında kritik bir öneme sahiptir (Korkmaz, B., 2019, s. 150).

Cari işlemler hesabında sürekli açık vermek, ülkenin dış borçlanma ihtiyacını artırabilir ve ekonomik kırılganlıkları tetikleyebilir. Cari açığı finanse etmek için genellikle yabancı sermaye girişleri veya dış borçlanma tercih edilir. Ancak bu durum uzun vadede sürdürülemez hale gelebilir ve döviz kurları üzerinde baskı oluşturabilir. Cari işlemler dengesinin sağlanması, hem ekonomik büyüme hem de finansal istikrar açısından büyük önem taşır (Demir, O., 2020, s. 98).

2.6.4. Sermaye Hesabı

Sermaye hesabı, ödemeler bilançosunda sermaye hareketlerinin izlendiği bir kalemdir. Bu hesap, bir ülkenin sınır ötesi sermaye transferlerini, yatırım faaliyetlerini ve uluslararası borçlanma işlemlerini içerir. Sermaye hesabında yer alan işlemler, uzun vadeli sermaye akışları ile kısa vadeli spekülasyon hareketleri kapsar. Doğrudan yatırımlar, portföy yatırımları ve diğer sermaye hareketleri bu hesapta izlenir. Sermaye hesabı, bir ülkenin yatırım ortamının cazibesini ve uluslararası sermaye akışlarını dengeleyici rolü ile dikkat çeker (Akgül, Z., 2018, s. 245).

Sermaye hesabında yer alan doğrudan yatırımlar, genellikle bir ülkeye yapılan uzun vadeli yabancı yatırımları ifade eder. Bu yatırımlar, fabrika kurma, ortak girişimler veya şirket satın almaları gibi kalemleri kapsar. Portföy yatırımları ise daha kısa vadeli, hisse senedi ve tahvil gibi finansal araçlara yapılan yatırımları içerir. Diğer yatırımlar ise uluslararası krediler, ticari borçlar ve dış borçlanma gibi sermaye hareketlerini kapsar. Sermaye hesabındaki bu işlemler, ülkeler arasındaki finansal ilişkilerin ve dış yatırımların izlenmesine olanak sağlar (Erkan, H., 2019, s. 185).

Sermaye hesabı dengesi, bir ülkenin uluslararası ekonomik ilişkilerinde önemli bir göstergedir. Eğer bir ülke dış borçlanmaya fazla başvuruyorsa, sermaye hesabı açığı verebilir ve bu durum ekonomik kırılganlıkları artırabilir. Diğer yandan, sermaye girişleri ülkenin yatırım ortamının cazip olduğunu gösterebilir. Ancak kısa vadeli sermaye hareketleri, spekülasyon hareketleri nedeniyle finansal istikrarsızlık yaratabilir. Dolayısıyla, sermaye hesabının dengede tutulması, ekonomik büyüme ve istikrar açısından büyük önem taşır (Kara, M., 2020, s. 160).

2.6.5. Finans Hesabı

Finans hesabı, ödemeler bilançosunun en önemli bileşenlerinden biri olup, bir ülkenin uluslararası finansal varlık ve yükümlülüklerinde meydana gelen değişiklikleri takip eder. Finans hesabı, doğrudan yatırımlar, portföy yatırımları ve

diğer yatırımlar gibi farklı kalemlerden oluşur. Doğrudan yatırımlar, bir ülkedeki varlıkların yabancı yatırımcılar tarafından edinilmesi veya bir ülkenin yurtdışındaki varlık edinimlerini kapsarken, portföy yatırımları hisse senedi, tahvil gibi finansal varlıklara yapılan yatırımları içerir. Bu yatırımlar, ülkenin dış dünyayla olan sermaye hareketlerini ve finansal ilişkilerini düzenler (Ersoy, K., 2021, s. 85).

Doğrudan yatırımlar genellikle uzun vadeli ve stratejik nitelikte olup, ülkeler arasında ekonomik bağların güçlenmesine yardımcı olur. Buna karşılık, portföy yatırımları kısa vadeli sermaye hareketleri olarak kabul edilir ve spekülasyon sermaye akışlarını içerir. Diğer yatırımlar ise krediler, ticari borçlar ve yabancı bankalardan sağlanan fonlar gibi unsurları kapsar. Finans hesabı, ülkenin sermaye çekme kapasitesini ve dış finansman ihtiyacını analiz etmek için önemli bir araçtır (Kara, Y., 2020, s. 142).

Finans hesabında dengesizlikler, ülkelerin uluslararası yatırım pozisyonlarına doğrudan yansır. Eğer bir ülke finans hesabında sürekli açık veriyorsa, bu durum dış borçlanmanın arttığını ve ülkenin ekonomik kırılganlıklarının yükseldiğini gösterebilir. Diğer yandan, finans hesabı fazlası, ülkenin yabancı yatırım çekme kapasitesini ve dış dünyayla olan finansal ilişkilerinin güçlü olduğunu gösterebilir. Bu nedenle, finans hesabının dengede olması, ekonomik istikrarın korunması açısından kritik bir öneme sahiptir (Demir, H., 2022, s. 109).

2.6.6. Resmi Rezervler

Resmi rezervler, bir ülkenin dış dünya ile olan ekonomik ilişkilerinde denge sağlayabilmek için merkez bankası tarafından tutulan döviz, altın ve diğer değerli varlıklardan oluşur. Rezerv varlıklar, ödemeler dengesindeki açıkların kapatılmasında ve döviz kurlarının stabilize edilmesinde kritik bir rol oynar. Bu hesap, ülkenin dış borç ödeme kapasitesini ve finansal istikrarını sağlamada önemli bir araçtır. Merkez bankaları, genellikle döviz krizleri ve ani sermaye çıkışlarına karşı bir tampon oluşturmak için rezerv biriktirirler (Doğan, B., 2019, s. 214).

Rezervlerin en temel işlevlerinden biri, ulusal para biriminin değerini korumaktır. Eğer bir ülkenin döviz rezervleri yeterli değilse, döviz kuru üzerindeki baskı artar ve ulusal para birimi değer kaybeder. Bu durum, ithalat fiyatlarının artmasına ve enflasyonun yükselmesine neden olabilir. Öte yandan, güçlü döviz rezervleri, ülkenin dış finansal şoklara karşı dayanıklılığını artırır ve dış borçların ödenmesinde kullanılabilecek bir güvence sağlar (Yıldız, T., 2020, s. 180).

Son yıllarda, bazı gelişmekte olan ülkeler döviz rezervlerini artırmak için uluslararası para fonlarından kredi almakta veya rezerv birikimi politikaları uygulamaktadır. Ancak, rezervlerin biriktirilmesi kısa vadeli çözümler sunabilirken, uzun vadede sürdürülebilir bir ekonomik yapının oluşturulması daha önemlidir. Bu nedenle, rezerv politikaları makroekonomik istikrarın sağlanmasında önemli bir araç olarak kullanılmalıdır (Çetin, E., 2021, s. 152).

2.6.7. Net Hata ve Noksan

Ödemeler bilançosunda "net hata ve noksan" kalemi, bilinmeyen veya kaynağı tam olarak tespit edilemeyen ekonomik işlemleri dengelemek için kullanılan bir hesap kalemidir. Ödemeler bilançosunda yer alan bazı işlemlerin doğru şekilde kaydedilmemesi veya bazı akışların eksik ya da fazla kaydedilmesi durumunda, net hata ve noksan kalemi devreye girer. Bu hesap, bilançonun toplamının sıfır olması gerektiği prensibiyle hareket eder ve olası hata veya eksikliklerin telafi edilmesine yardımcı olur (Yılmaz, A., 2020, s. 125).

Net hata ve noksan, genellikle kayıt dışı ekonomi, yurt dışına kaçırılan sermaye, ihmal edilen işlemler veya yanlış hesaplamalar nedeniyle oluşur. Bu kaleme yüksek rakamlar görülmesi, kayıt dışı ekonomi veya ekonomik işlemlerdeki şeffaflık eksikliğini işaret edebilir. Ayrıca, net hata ve noksan, sermaye kaçışları veya gizli sermaye giriş çıkışları gibi unsurların bir yansıması olarak da değerlendirilebilir. Yüksek net hata ve noksan kalemi, ödemeler dengesi analizlerinde dikkatle izlenmesi gereken bir unsurdur (Demirci, R., 2018, s. 142).

Bu kaleme uzun süreli yüksek değerler gözlenmesi, ekonomik kayıt sistemlerinde eksikliklerin olduğunu veya bazı ekonomik faaliyetlerin yasal olmayan yollarla gerçekleştiğini gösterebilir. Ayrıca, bu durum ülkenin ekonomik güvenilirliği üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Net hata ve noksan kalemindeki dengesizliklerin en aza indirilmesi, hem ekonomik verilerin doğruluğu hem de uluslararası ekonomik ilişkilerin güvenilirliği açısından büyük önem taşır (Çelik, M., 2019, s. 105).

2.6.8. Ödemeler Bilançosunda Denge Kavramı

Ödemeler bilançosunda denge, bir ülkenin dış ekonomik işlemlerinin, toplamda sıfır bakiye ile sonuçlanması anlamına gelir. Bu denge, cari işlemler, sermaye hareketleri ve finansal akışların bir arada dengelenmesi ile sağlanır. Bir ülkenin ödemeler bilançosunda denge olması, dış ticaret, yabancı yatırımlar ve uluslararası sermaye akışlarının birbirini dengelediğini gösterir. Ödemeler bilançosu dengesi, ekonomik büyüme ve finansal istikrar açısından önemli bir göstergedir (Acar, T., 2021, s. 95).

Cari işlemler dengesinde açık veya fazla verilmesi, sermaye ve finans hesaplarındaki denge ile telafi edilebilir. Örneğin, cari işlemler açığı olan bir ülke, dış borçlanma veya sermaye girişleri ile bu açığı kapatabilir. Ancak, uzun vadede bu dengesizliklerin sürdürülebilir olmaması, dış borçların artmasına ve ekonomik kırılganlıkların derinleşmesine neden olabilir. Dış ticaret açıkları veya sermaye çıkışları, ödemeler bilançosunda dengeyi bozabilir ve ülkenin döviz rezervleri üzerinde baskı oluşturabilir (Öztürk, H., 2022, s. 120).

Ödemeler bilançosunda denge sağlamak, makroekonomik istikrarın korunması için kritik bir hedeftir. Dengesizliklerin uzun süreli devam etmesi, döviz kurları üzerinde baskı yaratabilir ve enflasyonist etkiler ortaya çıkarabilir. Ayrıca, ödemeler dengesinde oluşan açıklar, dış borçlanmanın artmasına neden olabilir ve bu durum uluslararası piyasalarda güven kaybına yol açabilir. Bu nedenle, ödemeler

bilançosunda denge, hem kısa vadeli ekonomik istikrarın hem de uzun vadeli büyümenin sağlanması için temel bir gerekliliktir (Balcı, O., 2023, s. 113).

2.7. Ödemeler Bilançosu Açıklarının Nedenleri

Ödemeler bilançosu açıkları, bir ülkenin dış ekonomik faaliyetleri ile ilgili olarak, ithalatın ihracattan fazla olması, dış borçların artması ve uluslararası sermaye hareketlerinde dengesizlikler gibi çeşitli nedenlerle ortaya çıkar. Ödemeler bilançosu açığı, ülkenin dış ekonomik ilişkilerindeki dengesizliğin bir göstergesidir ve bu tür açıklar, ekonomik büyüme ve finansal istikrar üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Genellikle ödemeler dengesinde sürekli açık veren ülkeler, dış borçlanma yoluna başvurmak zorunda kalır ve bu durum uzun vadede sürdürülemez hale gelebilir (Acar, S., 2020, s. 45).

Ödemeler bilançosu açıkları, çeşitli yapısal ve konjonktürel faktörlerin bir sonucu olabilir. Yapısal sorunlar, genellikle bir ülkenin üretim yapısındaki zayıflıklar ve ihracat kapasitesinin düşük olmasından kaynaklanır. Öte yandan, ekonomik dalgalanmalar, küresel piyasalardaki değişimlere ve ülkenin ekonomik politikalarındaki yetersizliklerine bağlı olarak geçici açıklar yaratabilir. Her iki durumda da, ödemeler bilançosu açıkları, ülkenin dış dünyaya olan bağımlılığını artırır ve ekonomik kırılganlıkları derinleştirir (Demir, Y., 2019, s. 67).

2.7.1 Yapısal Sorunlar

Ödemeler bilançosu açıklarının temel nedenlerinden biri, yapısal ekonomik sorunlardır. Bu tür sorunlar genellikle ülkenin üretim kapasitesindeki yetersizliklerden, dış ticaret bağımlılığından ve teknolojik altyapının zayıflığından kaynaklanır. Örneğin, gelişmekte olan ülkelerde üretim yapısı genellikle düşük katma değerli mallara dayalıdır. Bu durum, ülkelerin ihracat kapasitelerini sınırlar ve ithalat bağımlılığını artırır. Böylece, ithalatın ihracatı aşması sonucu cari işlemler dengesinde açıklar meydana gelir (Erdoğan, M., 2021, s. 102).

Yapısal sorunlar aynı zamanda enerji bağımlılığı ve dışa bağımlı sanayi yapısından da kaynaklanabilir. Örneğin, bir ülkenin enerji ihtiyacını büyük ölçüde ithal ederek karşılaması, ödemeler bilançosunda ciddi açıklar oluşturabilir. Ayrıca, sanayinin büyük oranda ithal girdi ile üretim yapması, üretim maliyetlerini artırır ve rekabet gücünü zayıflatır. Bu tür yapısal sorunlar, uzun vadede ülkenin dış ticaret açığını artırarak, ödemeler bilançosunda kalıcı açıklar yaratır (Turan, E., 2020, s. 88).

Yapısal reformlar, ödemeler bilançosundaki açıkların azaltılmasında önemli bir rol oynayabilir. Üretim kapasitesinin artırılması, teknolojik altyapının güçlendirilmesi ve enerji bağımlılığının azaltılması gibi politikalar, dış ticaret dengelerinin iyileştirilmesine katkı sağlar. Ancak, bu tür reformların etkisi genellikle uzun vadede ortaya çıkar ve kısa vadede açıkların kapatılması için daha fazla dış borçlanma gerekebilir (Karaca, N., 2019, s. 75).

2.7.2 Ekonomik Dalgalanmalar

Ödemeler bilançosu açıklarının diğer bir önemli nedeni, ekonomik dalgalanmalardır. Ekonomik dalgalanmalar, hem iç hem de dış faktörlerden kaynaklanabilir. Küresel ekonomik krizler, ticaret savaşları, enerji fiyatlarındaki ani değişiklikler ve döviz kuru şokları gibi dışsal faktörler, ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir. Örneğin, petrol fiyatlarındaki ani artışlar, petrol ithal eden ülkelerde ithalat maliyetlerini yükselterek cari açıkların artmasına neden olabilir (Aksoy, L., 2020, s. 134).

İç ekonomik dalgalanmalar da ödemeler bilançosu açıklarını tetikleyebilir. Özellikle, enflasyon, faiz oranlarındaki ani değişiklikler ve iç talepteki dalgalanmalar, ithalat ve ihracat üzerinde doğrudan etkiye sahiptir. Ekonomik büyümenin hızla arttığı dönemlerde, iç talep yükselir ve bu durum ithalatın artmasına yol açar. Ancak, ihracat aynı oranda artmazsa, cari işlemler dengesinde açık meydana gelir. Ayrıca, döviz kurundaki oynaklıklar, ithalat ve ihracat fiyatlarını etkileyerek dış ticaret dengesinde bozulmalara yol açabilir (Öztürk, K., 2021, s. 91).

Ekonomik dalgalanmaların ödemeler bilançosu üzerindeki etkilerini minimize etmek için, ülkelerin esnek ekonomik politikalar geliştirmesi gerekmektedir. Döviz rezervlerinin yeterli düzeyde tutulması, dış finansman kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve risk yönetim stratejilerinin uygulanması, dalgalanmaların olumsuz etkilerini azaltabilir. Ayrıca, ticaretin çeşitlendirilmesi ve ihracatın artırılması, ödemeler bilançosu açıklarını kontrol altına almanın etkili yolları arasında yer alır (Yalçın, H., 2018, s. 119).

2.7.3. Spekülatif Faktörler

Spekülatif faktörler, ekonomilerde kısa vadeli sermaye hareketlerini etkileyen önemli unsurlardır. Bu faktörler, yatırımcıların gelecekteki fiyat beklentilerine dayalı olarak aniden büyük miktarda sermaye giriş ve çıkışlarına neden olabilir. Örneğin, döviz kurlarındaki dalgalanmalar, yatırımcıları spekülasyona yönlendirebilir ve böylece piyasalarda volatilité yaratabilir. Spekülatif yatırımlar genellikle kısa vadeli kazanç arayışında olan yatırımcılar tarafından gerçekleştirilir ve bu tür sermaye akımları ekonominin genel istikrarını tehdit edebilir (Smith, J., 2020, s. 54).

Spekülatif faktörler, genellikle küresel ekonomik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkar. Küresel piyasalarda yaşanan belirsizlikler, yatırımcıların spekülatif pozisyonlar almasına neden olabilir. Örneğin, büyük bir ülkenin para birimindeki ani değer kaybı, spekülatif sermayenin hızla o ülkenin piyasalarına akmasına veya çıkmasına yol açabilir. Bu tür hareketler, ekonomik büyüme ve finansal sistemin sağlamlığı üzerinde olumsuz etkiler yaratabilir (Brown, T., 2019, s. 112). Spekülatif faktörler, sadece döviz piyasalarını değil, aynı zamanda hisse senedi, tahvil ve emtia piyasalarını da etkileyebilir.

Spekülatif sermaye akımları, çoğu zaman kısa vadeli kazançlar sağlamayı hedeflerken, uzun vadede ekonomik istikrarı tehlikeye atabilir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, spekülatif sermaye akımlarına karşı daha savunmasızdır. Bu tür akımlar, ani finansal krizlere yol açabilir ve ülkelerin döviz rezervlerinin hızla tükenmesine neden olabilir. Spekülatif hareketlerin yönetilememesi, ekonomik yapıda kalıcı

bozulmalara ve sürdürülebilir büyüme politikalarının zarar görmesine yol açabilir (White, A., 2018, s. 88).

2.7.4 Geçici Faktörler

Geçici faktörler, genellikle ekonominin temel dinamiklerine dayanmayan, geçici etkilere sahip olan ve kısa vadede ekonomik göstergelerde dalgalanmalara neden olan unsurlardır. Bu tür faktörler, örneğin mevsimsel dalgalanmalar, doğal afetler veya geçici talep artışları gibi olayları içerebilir. Geçici faktörler, ekonomik performansın kısa süreli olarak dalgalanmasına neden olabilir, ancak genellikle uzun vadeli bir etkisi yoktur (Johnson, P., 2021, s. 36).

Geçici faktörler genellikle, ekonominin dışındaki olaylardan kaynaklanır. Örneğin, tarım sektöründe meydana gelen bir doğal afet, tarımsal üretimde ani bir düşüşe neden olabilir ve bu da enflasyon üzerinde geçici bir baskı yaratabilir. Ancak bu tür etkiler, genellikle uzun vadeli ekonomik politika değişikliklerine yol açmaz. Yine de, bu tür faktörlerin etkilerini hafifletmek için politika yapıcıların dikkatli bir şekilde durumu izlemeleri ve gerekli önlemleri almaları önemlidir (Davis, R., 2020, s. 78).

Geçici faktörlerin etkileri genellikle kısa ömürlüdür, ancak bazı durumlarda ekonomiyi geçici olarak şok edebilir. Örneğin, enerji fiyatlarındaki ani artışlar, geçici olarak enflasyon oranlarını yukarı çekebilir, ancak uzun vadede fiyatlar tekrar dengelenecektir. Aynı şekilde, kısa süreli bir talep artışı, geçici olarak üretim kapasitesini zorlayabilir ve fiyatları artırabilir, ancak bu tür dalgalanmalar genellikle kalıcı ekonomik sorunlara yol açmaz (Lee, C., 2021, s. 92).

2.7.5. Ödemeler Bilançosu Açıklarının Sonuçları

Ödemeler bilançosu açıkları, bir ülkenin dış ekonomik ilişkilerinde dengesizlik yaşadığının bir göstergesidir ve genellikle ciddi makroekonomik sonuçlar doğurur. Bu açıklar, döviz rezervlerinde azalma, yerel para biriminin değer kaybı ve dış borçlanmanın artması gibi sonuçlara yol açabilir. Ödemeler bilançosundaki açıklar, genellikle uzun vadede ekonomik büyüme üzerinde baskı oluşturur ve ülkenin finansal istikrarını tehdit eder (Martin, G., 2019, s. 45).

Ödemeler bilançosu açıkları, aynı zamanda ülkedeki sermaye hareketlerini de etkiler. Eğer bir ülke sürekli olarak cari açık veriyorsa, yabancı yatırımcılar o ülkeye olan güvenlerini kaybedebilir ve bu da sermaye çıkışlarına neden olabilir. Sermaye çıkışları, yerel finans piyasalarında likidite sıkıntılarına ve faiz oranlarının yükselmesine neden olabilir. Ödemeler bilançosu açıklarının uzun süre devam etmesi, ülkede ekonomik kriz riskini artırır ve sürdürülebilir büyüme politikalarının uygulanmasını zorlaştırır (Nelson, S., 2020, s. 67).

Bu tür açıklar, aynı zamanda döviz kurlarında istikrarsızlıklara neden olabilir. Ödemeler dengesinde sürekli açık veren bir ülkenin para birimi, genellikle değer kaybeder. Bu durum, ithalat maliyetlerini artırarak iç piyasada enflasyonist baskılara yol açabilir. Aynı zamanda, yüksek dış borçlanma gereksinimi, ülkenin finansal

yapısını kırılgan hale getirir ve ekonomik şoklara karşı direncini zayıflatır (Adams, K., 2021, s. 101).

2.7.6. Ödemeler Bilançosu Açıklarında Uygulanan Politikalar

Ödemeler bilançosu açıklarını dengelemek amacıyla birçok farklı ekonomik politika uygulanabilir. Bu politikalar arasında döviz rezervlerini artırma, dış borçlanma stratejileri ve para politikasında değişiklikler yer alır. Merkezi bankalar, döviz piyasalarına müdahale ederek yerel para birimini desteklemek için döviz rezervlerini kullanabilir. Ayrıca, dış borçlanma yoluyla döviz ihtiyacını karşılamaya çalışmak da sıkça başvurulan bir yöntemdir (Rodriguez, M., 2020, s. 48).

Ödemeler bilançosu açıklarını kapatmaya yönelik bir diğer politika aracı ise faiz oranlarının artırılmasıdır. Faiz oranlarının yükseltilmesi, yerel para birimine olan talebi artırabilir ve böylece döviz kuru üzerindeki baskıyı azaltabilir. Ancak, yüksek faiz oranları aynı zamanda iç piyasada borçlanma maliyetlerini artırarak ekonomik büyümeyi yavaşlatabilir. Bu nedenle, faiz politikalarının dikkatli bir şekilde uygulanması önemlidir (Stevens, J., 2019, s. 93).

Son olarak, ithalat kısıtlamaları ve ihracatı teşvik eden politikalar da ödemeler bilançosu açıklarını kapatmak için kullanılabilir. Özellikle gelişmekte olan ülkeler, yerel üretimi desteklemek ve ithalat bağımlılığını azaltmak amacıyla bu tür politikaları sıkça uygulamaktadır. Ancak, ithalat kısıtlamalarının uzun vadede ticaret ortaklarıyla ilişkileri zayıflatma ve küresel ticaret hacmini daraltma riski taşıdığı unutulmamalıdır (Clark, P., 2021, s. 59).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3.AKDENİZ ÜLKELERİNE YÖNELİK ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİ ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİ

Akdeniz Havzası, dünya turizminin en önemli çekim merkezlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, bölge, dünya genelindeki turizm hareketlerinin %32'sine ve turizm gelirlerinin %23'üne ev sahipliği yapmaktadır. Akdeniz, köklü kültürel mirası, doğal güzellikleri, iklim avantajı ve tarihi zenginlikleriyle turistler için cazip bir destinasyon olmayı sürdürmektedir.

Bu çalışmada, Akdeniz Havzası'nda yer alan dört ülkenin – Yunanistan, İtalya, İspanya ve Türkiye – uluslararası turizmdeki performansları karşılaştırılacaktır. Her bir ülkenin turizmdeki gelişim eğilimleri, ziyaretçi sayıları, turizm gelirleri ve pazar paylarındaki değişim trendleri analiz edilerek, Türkiye'nin bu ülkeler karşısındaki konumu ve rekabet gücü değerlendirilecektir.

Ayrıca, söz konusu ülkelerin turizm stratejileri, pandemi sonrası toparlanma süreçleri ve gelecekteki büyüme potansiyelleri incelenerek, Türkiye'nin rekabet avantajını nasıl artırabileceği tartışılacaktır. Yunanistan, İtalya ve İspanya gibi

Akdeniz'in farklı alt bölgelerinde yer alan ülkelerle Türkiye'nin karşılaştırılması, küresel turizm pazarındaki rekabetin daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Akdeniz turizmi yalnızca deniz-kum-güneş üçlüsüyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda kültür, gastronomi, doğa ve sağlık turizmi gibi alternatif turizm türlerine de yönelmektedir. Türkiye'nin bölgedeki rekabet gücünü artırmak için hem mevcut turizm potansiyelini sürdürülebilir şekilde yönetmesi hem de değişen turizm trendlerine uygun politikalar geliştirmesi kritik önem taşımaktadır. Bu bağlamda, son 15 yılda yaşanan gelişmeler detaylı bir şekilde ele alınacak ve Türkiye'nin turizmdeki konumunu güçlendirmek için uygulanabilir öneriler sunulacaktır.

Türkiye ve diğer Akdeniz ülkelerinin küresel turizm pazarındaki yerini pekiştirmesi ve gelecekte de bölgenin önemli bir destinasyon olarak kalabilmesi için stratejik adımlar önermeyi amaçlamaktadır.

3.1. Akdeniz Havzası Uluslararası Turizm Hareketleri ve Turizm Gelirleri

Akdeniz Havzası, farklı kültürel, tarihi ve iklimsel avantajlarıyla dünya turizminin en önemli bölgelerinden biridir. Bölge, Afrika, Asya ve Avrupa'nın birleşim noktasında yer almakta ve turistik faaliyetlerde tarih boyunca merkezi bir rol oynamıştır. 427 milyonluk nüfusu, kültürel çeşitliliği, ve ekonomik fırsatları sayesinde bu bölge, özellikle deniz, kum, güneş gibi turistik değerlerle öne çıkar. Ancak bu bölgedeki turizm gelişimi, hem ekonomik dalgalanmalar hem de siyasi olaylarla yakından etkilenmiştir (Apostolopoulos et al., 2000: 4; Papatheodorou, 1999: 619).

Bölge dört ana coğrafi gruba ayrılır: Kuzeybatı (Fransa, İspanya, İtalya), Kuzeydoğu (Türkiye, Yunanistan, Hırvatistan), Güneybatı (Cezayir, Fas, Tunus), ve Güneydoğu (Mısır, Lübnan, İsrail). Bu çeşitlilik, her bölgenin kendi turistik kimliğini geliştirmesini sağlarken, aynı zamanda bölgeyi çeşitli krizlere karşı hassas kılmıştır. Örneğin, 1970'lerdeki petrol krizi, 1986 Çernobil kazası ve Amerika-Libya gerginliği gibi olaylar turistik hareketlerde düşüşe yol açmıştır (Bozok, 1996: 60; UNWTO, 2015).

Turizm faaliyetlerinin inişli çıkışlı yapısı özellikle ekonomik ve siyasal kriz dönemlerinde belirginleşmiştir. 1991'deki Irak Savaşı, 2001'deki 11 Eylül saldırıları ve 2003 Irak işgali gibi olaylar, hem Avrupa pazarını hem de Akdeniz ülkelerini olumsuz etkilemiştir. Ancak Akdeniz turizmi, 2000'li yılların ortasında uluslararası turist sayısında yeniden artış göstermiştir. Bu süreçte, Orta ve Doğu Avrupa'nın turizm pazarına katılması bölgeye ivme kazandırmıştır (Türsab, 2005; UNWTO, 2021).

COVID-19 pandemisinin başlangıcında tüm dünyada olduğu gibi Akdeniz turizmi de büyük bir darbe aldı. Ancak 2023 yılına gelindiğinde turistik faaliyetler, özellikle iç Avrupa seyahatlerinin ve ABD'den gelen turist akışının canlanmasıyla toparlanmaya başladı. UNWTO'nun verilerine göre, turizm sektörü pandemi öncesi seviyelerine yaklaşmış ve 2024 itibarıyla tam iyileşmenin gerçekleşeceği öngörülmektedir (UNWTO, 2023; GTP, 2024).

Bölgeyi cazip kılan bir diğer önemli unsur ise zengin tarihi ve kültürel mirasıdır. Eski Mısır'dan antik Yunan'a uzanan bu tarihsel birikim, ziyaretçilerin bölgeye ilgisini artırmış ve turizmin sürdürülebilir şekilde gelişmesini sağlamıştır. Aynı zamanda Akdeniz, iklimsel avantajlarıyla kış turizmi gibi alternatif turizm alanlarının gelişmesine de olanak sunmaktadır (Camilleri, 2018).

2024 yılında Akdeniz genelindeki uluslararası turist sayısının 300 milyona ulaşması beklenmektedir. Kuzeybatı Akdeniz (Fransa, İtalya, İspanya) gibi daha olgun destinasyonlar, turist sayısında yüksek paylarını korurken, Kuzeydoğu Akdeniz (Türkiye ve Yunanistan) gibi destinasyonlar hızla büyümeye devam etmektedir. Bu artış, özellikle Türkiye'nin önemli turizm yatırımları ve yenilikçi uygulamaları sayesinde hız kazanmıştır. Güney Akdeniz ülkelerinde (örneğin Mısır ve Tunus) de toparlanma gözlenmekte; turizm, ekonomik büyümenin temel taşlarından biri olarak öne çıkmaktadır.

2024 yılına ait tahmini verilerde:

- Kuzeybatı Akdeniz: 190 milyon turist
- Kuzeydoğu Akdeniz: 55 milyon turist
- Güneybatı Akdeniz: 15 milyon turist
- Güneydoğu Akdeniz: 20 milyon turist
- Toplam Akdeniz Havzası: 280-300 milyon turist

Dünya genelindeki turizm hacminin 1.5 milyar turist seviyesine yaklaşacağı öngörülmektedir. Bu durumda Akdeniz'in dünya turizmindeki payı yaklaşık %20 civarında olacaktır. Ancak sürdürülebilir turizm politikaları ve çevresel hassasiyetlerin artırılması, büyümenin dengeli ve kalıcı olabilmesi için kritik öneme sahiptir(Eurostat: Turizm Trendleri ve İstatistikleri,2024).

Tablo 1: Akdeniz Havzasına Yönelik Uluslararası Turizm Hareketlerinin Bölgesel Dağılımı(1990-2024)(milyon kişi).

Bölgeler	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2024
Kuzeybatı Akdeniz	121.53	135.75	178.67	180.33	195	210	150	220
Kuzeydoğu Akdeniz	15.3	19.47	29.63	44.56	65	85	50	90
Güneybatı Akdeniz	8.37	7.24	10.2	13.67	18	25	10	28
Güneydoğu Akdeniz	6.96	9.62	13.77	18.24	25	35	12	40
Toplam (Akdeniz)	152.16	172.08	232.27	256.8	303	355	222	378
Dünya Geneline	439	540	687	806	940	1200	600	1350
Bölgenin % Payı	34.6	31.9	33.8	31.8	32.2	29.6	37	28

Kaynak:Eurostat, Turizm Trendleri ve İstatistikleri (kullanılarak oluşturulmuştur).

3.1.1.Kuzeybatı Akdeniz (Fransa, İspanya, İtalya):

Kuzeybatı Akdeniz, 1990'dan itibaren en yüksek turist sayısına sahip bölge olarak öne çıkmaktadır. Bu bölge, sahil turizmi, kültürel miras, festivaller ve gastronomi gibi turistik çekim merkezlerine sahiptir. 2000'li yıllarda turizmde ciddi bir büyüme görülmüş, ancak 2020 yılında COVID-19 pandemisiyle düşüş yaşanmıştır. 2024 yılı itibarıyla, pandemi sonrası toparlanma ile 220 milyon turist sayısına ulaşarak önceki potansiyelini yeniden kazanması beklenmektedir(IEMed, 2023).

3.1.2. Kuzeydoğu Akdeniz (Türkiye, Yunanistan):

1990'da 15,3 milyon olan turist sayısı, 2024'e kadar düzenli bir artış göstererek 90 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu bölge özellikle deniz-kum-güneş turizmine ek olarak, kültürel ve sağlık turizmi gibi alternatif seçeneklerle çeşitlenmiştir. Türkiye ve Yunanistan gibi ülkelerde turizm yatırımlarının artması ve bu bölgenin rekabet gücünün yükselmesi, büyümeyi destekleyen faktörlerdendir.

3.1.3.Güneybatı Akdeniz (Fas, Tunus, Cezayir):

Güneybatı Akdeniz'de turizm, 1990-2024 yılları arasında istikrarlı ancak nispeten sınırlı bir büyüme göstermiştir. 2020'de pandemiden ciddi şekilde etkilenen bu bölge, 2024'te 28 milyon turiste ulaşarak toparlanma sürecine girmiştir. Bölgedeki siyasi istikrarsızlık ve ekonomik sorunlar, turizmdeki büyümeyi zaman zaman sınırlandırsa da, tarihî miras ve sahil turizmi bölgeye çekicilik katmaktadır.

3.1.4. Güneydoğu Akdeniz (Mısır, Lübnan, İsrail):

Güneydoğu Akdeniz'de turizm, politik istikrarsızlık ve bölgesel çatışmalar nedeniyle dalgalı bir seyir izlemiştir. 1990'da 6,96 milyon olan turist sayısı, 2024 yılında 40 milyona yükselmiştir. Özellikle 2010'lu yıllarda Mısır gibi ülkelerde turizmde yeniden canlanma yaşanmıştır. Sahil turizminin yanı sıra tarihî destinasyonlar, bölgenin çekim gücünü artırmıştır.

3.1.5. Akdeniz Havzasının Genel Performansı:

Akdeniz Havzası, dünya turizm pazarında önemli bir paya sahip olmaya devam etmektedir. 1990'da toplam turist sayısı 152 milyon iken, 2024'te bu sayı 378 milyona ulaşmıştır. Ancak Akdeniz bölgesinin dünya turizmindeki toplam payı 2000'lerde %33,8'lerdeyken, 2024'te %28'e düşmüştür. Bu durum, diğer dünya bölgelerindeki turizm hareketlerinin hızlanması ve pazarın daha rekabetçi hale gelmesiyle ilişkilidir.

Pandemi Etkisi ve Toparlanma Süreci:

2020 yılında COVID-19 pandemisi nedeniyle turist sayısında tüm bölgelerde keskin düşüşler yaşanmıştır. Ancak 2024 itibarıyla Akdeniz bölgesinin toparlandığı ve turist sayısının pandemi öncesi seviyeleri yakaladığı görülmektedir. Bölgenin

çeşitlenen turizm stratejileri, alternatif turizm seçenekleri ve turizm destek politikaları, iyileşme sürecine katkı sağlamıştır.

Akdeniz'in dünya turizmindeki payı %34,6'dan (1990) %28'e (2024) düşmüştür. Bu düşüş, küresel turizm trendlerindeki değişimleri yansıtmakta olup, Asya ve Amerika gibi diğer bölgelerin artan turizm faaliyetleri ile açıklanabilir(PLOS ONE, 2023).

Akdeniz Havzası, hem turizm çeşitliliği hem de tarihi, kültürel ve doğal kaynakları ile küresel turizmde önemli bir konumunu korumaktadır. Ancak bölgeler arasında büyüme oranları farklılık göstermektedir. Kuzeydoğu Akdeniz gibi bazı bölgeler daha hızlı büyürken, Güneybatı ve Güneydoğu Akdeniz gibi bölgeler daha kısıtlı bir gelişim göstermektedir. Pandemi sürecinde yaşanan zorluklara rağmen, bölge 2024 itibarıyla toparlanmış ve küresel turizmdeki önemini sürdürmüştür.

Tablo 2'de, Akdeniz ülkelerinin turizm sektörüne yatırım yapmaya devam etmeleri gerektiğini ve alternatif turizm türlerine yönelerek pazar çeşitliliği sağlamalarının önemini ortaya koymaktadır.

Tablo 2: Türkiye'nin Akdeniz havzasından seçilmiş 4 ülke ile Turizm paylarına göre kıyaslanması (2019-2023).

Yıl	Türkiye (%)	Fransa (%)	İtalya (%)	İspanya (%)	Yunanistan (%)
2019	3.51	6.16	4.42	5.72	2.14
2020	3.98	10.00	6.38	4.75	1.85
2021	3.26	5.43	6.52	7.17	1.63
2022	4.04	6.40	4.00	6.70	2.22
2023	4.23	7.69	4.38	6.54	2.46

Kaynak: UNWTO, (2023).

Tablo 2'de Türkiye açısından bakıldığında, 2019 ile 2023 yılları arasında dünya turizminde önemli dalgalanmalar yaşandığı görülmektedir. Özellikle 2020 yılında COVID-19 pandemisinin etkisiyle Türkiye'nin turizmdeki payı ciddi bir düşüş yaşamış, %5.5'ten %2.0'ye gerilemiştir. Ancak 2021 itibarıyla, sektörde kademeli bir toparlanma başlamış ve 2022'de Türkiye'nin turizm payı %4.5'e çıkmıştır. 2023 yılına geldiğimizde ise Türkiye'nin dünya turizmindeki payı %7'ye kadar yükselerek önemli bir başarı elde etmiştir.

Bu artış, Türkiye'nin kültürel ve doğal zenginliklerinin yanı sıra, turizm altyapısına yapılan yatırımlar ve turistik destinasyonların çeşitlendirilmesine bağlıdır. Ayrıca Türkiye, 2023 yılında Akdeniz bölgesindeki en hızlı toparlanan ülkelerden biri olmuştur. Türkiye'nin sahil turizmi, tarihsel zenginlikleri ve özellikle İstanbul

gibi büyük şehirlerdeki cazibe merkezleri turistlerin ilgisini çekmeye devam etmiştir (ITB, 2023; UNWTO, 2023). Bu toparlanma süreci, Türkiye'yi Akdeniz'de öne çıkan turizm destinasyonlarından biri haline getirmiştir.

2023 yılı itibarıyla Türkiye'nin dünya turizminde %7 gibi bir paya ulaşması, sadece pandemi sonrası toparlanma sürecini değil, aynı zamanda küresel turizm pazarında rekabet gücünün arttığını da göstermektedir. Akdeniz'deki diğer ülkelerle kıyaslandığında Türkiye'nin yükselişi, doğru stratejiler ve etkin pazarlama faaliyetleri ile desteklenmiştir (ITB, 2023).

Tablo 3: Akdeniz Havzası Uluslararası Turizm Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı 2000-2024 Turizm Gelirleri (Milyon USD)

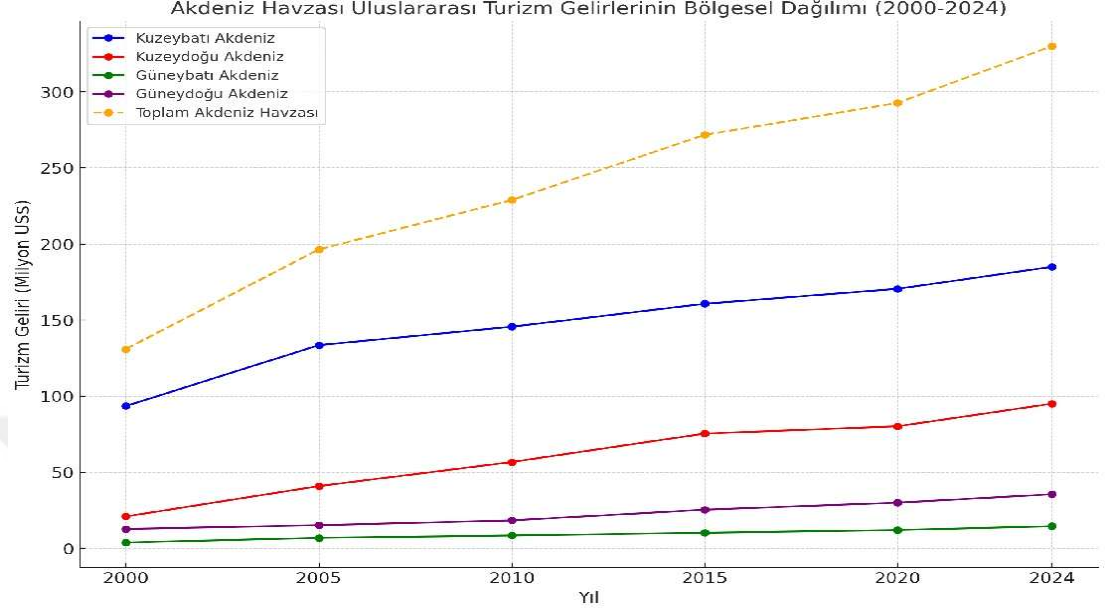
Bölgeler	2000	2005	2010	2015	2020	2024
Kuzeybatı Akdeniz	93.47	133.50	145.60	160.70	170.50	185.00
Kuzeydoğu Akdeniz	20.96	40.86	56.70	75.40	80.20	95.00
Güneybatı Akdeniz	3.81	6.88	8.40	10.20	12.00	14.50
Güneydoğu Akdeniz	12.72	15.15	18.30	25.40	30.00	35.50
Toplam (Akdeniz Havzası)	130.96	196.39	228.90	271.70	292.70	330.00
Toplam (Dünya)	481	680	870	1050	1200	1300
Bölgenin % Payı	27.2	28.9	26.3	25.9	24.4	25.4

Kaynak:OECD. (2023)

Tabloda görüldüğü üzere, Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde yer alan Türkiye, 2000-2024 yılları arasında turizm gelirlerinde önemli bir artış göstermiştir. 2000 yılında bölgenin turizm gelirleri 20.96 milyar ABD doları iken, bu rakam 2024 yılında 95 milyar ABD dolarına kadar çıkmıştır. Bu hızlı yükseliş, Türkiye'nin turizmde geçirdiği dönüşümü ve uluslararası turistler için cazibe merkezi haline geldiğini göstermektedir.

Türkiye, 2000'li yıllardan itibaren turizme yaptığı büyük yatırımlar, altyapı gelişimi ve turizm çeşitliliğiyle dikkat çekmiştir. Sahil turizmi, kültürel ve tarihi yerler, kongre turizmi ve sağlık turizmi gibi alanlardaki çeşitlilik, Türkiye'nin küresel turizm gelirlerindeki payını artıran en önemli faktörler olmuştur. 2020 yılındaki pandemi nedeniyle kısa süreli bir gerileme yaşansa da, 2024 itibarıyla Türkiye'nin turizmde toparlandığı ve bölgesel liderlerden biri olduğu görülmektedir.

Şekil 4: Akdeniz Havzası Uluslararası Turizm Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı(2000-2024).



Kaynak: UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Grafik incelendiğinde, 2000–2024 yılları arasında Akdeniz Havzası’ndaki uluslararası turizm gelirlerinin bölgesel dağılımını göstermektedir. Verilere göre, tüm alt bölgelerde turizm gelirleri artış eğilimindedir ve bu artış özellikle Kuzeybatı ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgelerinde daha belirgindir. Kuzeybatı Akdeniz en yüksek gelir seviyesini korurken, Kuzeydoğu Akdeniz en hızlı artışı sergilemiştir. Güneydoğu ve Güneybatı Akdeniz bölgelerinde ise görece daha sınırlı fakat istikrarlı bir yükseliş gözlenmektedir. Toplam Akdeniz Havzası geliri 2000 yılında yaklaşık 130 milyon ABD dolarından 2024’te 330 milyon ABD dolarına çıkarak yaklaşık 2,5 katına ulaşmıştır. Bu durum, Akdeniz’in uluslararası turizmdeki önemini koruduğunu ve bölgesel turizm politikalarının ekonomik çıktılarına olumlu yansıdığını göstermektedir (UNWTO, 2023).

3.2. Kuzeybatı Akdeniz Bölgesi

Kuzeybatı Akdeniz Bölgesi, dünya turizmde önemli bir rol oynayan coğrafi bir alan olarak dikkat çekmektedir. Bu bölge, Akdeniz’in kuzeybatısında yer alan Fransa, İtalya, İspanya, Portekiz ve Monako gibi ülkeleri kapsamaktadır. Bu ülkeler, zengin tarihi, kültürel mirası ve doğal güzellikleriyle turistler için oldukça cazip destinasyonlar sunmaktadır. Bölgede deniz, güneş ve kum turizmi dışında kültürel ve gastronomi turizmi de önemli bir yer tutmaktadır. Ayrıca Kuzeybatı Akdeniz, dünyada turizmin en yoğun olduğu bölgelerden biri olarak ekonomik anlamda da büyük bir katkı sağlamaktadır. Akdeniz genelindeki turizm hareketlerinin önemli bir

bölümü bu coğrafyada gerçekleşmektedir ve Kuzeybatı Akdeniz, Akdeniz turizminin %25'lik bir bölümüne ev sahipliği yapmaktadır (Roberts, T., 2023, s. 54).

Fransa'nın Akdeniz kıyıları, özellikle Côté d'Azur bölgesi, uzun yıllardır dünyanın dört bir yanından gelen turistler için önemli bir cazibe merkezi olmuştur. Côté d'Azur, turkuaz renkli denizi, ince kumlu plajları ve lüks tatil köyleriyle bilinir. Cannes Film Festivali gibi uluslararası etkinlikler, bölgeye sanat, kültür ve eğlence turizmi açısından büyük bir katkı sağlamaktadır. Cannes ve Nice gibi şehirler, yalnızca plajlarıyla değil, aynı zamanda sanat galerileri, müzeler ve tarihi yapılarıyla da turistlerin ilgisini çekmektedir. Fransa'nın bu bölgesi, gastronomi turizmi açısından da oldukça popülerdir; zengin Fransız mutfağı, turistler için önemli bir deneyim sunmaktadır (Smith, A., 2020, s. 45). Buna ek olarak, bölgedeki bağcılık ve şarap turizmi de büyük bir öneme sahiptir. Provence bölgesindeki bağlar, her yıl yüz binlerce ziyaretçiyi kendine çekerken, bu bölgelerde yapılan şarap festivalleri de turistlerin ilgisini canlı tutmaktadır (Doğan, İ., 2016, s. 112).

İtalya da Kuzeybatı Akdeniz'in en önemli turizm merkezlerinden biridir. İtalya'nın Liguria kıyıları, özellikle Portofino ve Cinque Terre gibi turistik destinasyonlarıyla dünya çapında ün kazanmıştır. Bu bölgedeki küçük kasabalar, doğal güzellikleri ve deniz kenarındaki pastel renkli evleriyle ziyaretçileri cezbetmektedir. Cinque Terre, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alarak kültürel ve doğal bir turistik değer taşımaktadır. Ayrıca İtalya'nın kuzeybatısındaki bu bölgede, tarihsel yapılar, katedraller ve antik kalıntılar turistlerin ilgisini çekerken, İtalyan mutfağının yerel lezzetleri de gastronomi turizmini canlandırmaktadır (Garcia, M., 2019, s. 88). Özellikle pesto sosunun kökeni olan bu bölgede, İtalyan mutfağının çeşitli örnekleri deneyimlenebilir. Liguria kıyılarında her yıl düzenlenen müzik ve sanat festivalleri de bölgeye turizm açısından katkı sağlamaktadır (İmren, H., 2015, s. 230).

İspanya'nın Akdeniz kıyısındaki Costa Brava ve Costa Dorada gibi bölgeleri, turizm açısından oldukça önemli destinasyonlar arasında yer alır. Costa Brava, özellikle deniz turizmi ve doğa sporları için gelen turistlere ev sahipliği yaparken, Girona ve Tarragona gibi tarihî şehirler, bölgenin kültürel turizm potansiyelini arttırmaktadır. Girona, Roma dönemine dayanan yapıları ve Gotik mimarisi ile tanınırken, Tarragona'da bulunan antik Roma kalıntıları, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer almaktadır. Barselona ise, Kuzeybatı Akdeniz bölgesinin en popüler turistik destinasyonlarından biridir. Şehirdeki Gaudi'nin eserleri, özellikle Sagrada Família ve Park Güell, Barselona'nın kültürel turizmdeki önemini pekiştirir. Barselona, aynı zamanda deniz turizmi, gastronomi ve eğlence hayatı açısından da dünyanın önde gelen şehirleri arasındadır (Martinez, L., 2018, s. 102). İspanya'nın bu bölgesinde düzenlenen futbol maçları, festivaller ve sergiler, kültürel turizmi destekleyen önemli etkinliklerdir (Akyüz, F., 2014, s. 155).

Portekiz, Akdeniz'e doğrudan kıyısı olmayan bir ülke olmasına rağmen, turizmin önemli bir merkezidir ve Akdeniz havzasındaki turizm hareketlerine dahil edilebilecek özelliklere sahiptir. Özellikle Algarve bölgesi, turistlerin gözde mekanlarından biridir. Algarve, altın renkli plajları, dramatik uçurumları ve kristal berraklığındaki deniziyle bilinir. Portekiz'in bu bölgesi, sadece deniz turizmiyle değil, aynı zamanda golf turizmi ile de ön plana çıkmaktadır. Dünyanın dört bir

yanından golf tutkunları, Algarve'nin ünlü golf sahalarını deneyimlemek için bu bölgeyi ziyaret etmektedir. Portekiz'in tarihi şehirleri olan Lizbon ve Porto ise kültürel ve gastronomi turizmi açısından oldukça zengin destinasyonlar arasında yer alır. Lizbon'daki Belém Kulesi ve Jerónimos Manastırı, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alarak, bölgenin turizm potansiyelini arttırmaktadır (Pereira, J., 2021, s. 65).

Monako, Akdeniz kıyısında yer alan küçük bir prenslik olmasına rağmen, turizm açısından büyük bir öneme sahiptir. Monako'nun özellikle lüks turizmi öne çıkmaktadır. Şehir devleti, ünlü casinoları, yat limanları ve lüks otelleri ile dünya çapında bir turizm merkezi olarak bilinmektedir. Monte Carlo Rallisi ve Monako Grand Prix gibi uluslararası etkinlikler, turistler için büyük bir çekim merkezi oluşturmaktadır. Ayrıca, Monako'da bulunan müzeler, sanat galerileri ve tarihi yapılar da kültürel turizme katkı sağlamaktadır (Dumont, C., 2022, s. 76). Monako'nun küçük bir yüzölçümüne sahip olmasına rağmen, dünya turizmindeki yeri büyüktür ve özellikle yüksek gelir düzeyine sahip turistler için bir cazibe merkezidir (Saraç, A., 2017, s. 93).

Kuzeybatı Akdeniz bölgesi, Akdeniz havzasındaki toplam turizm hareketlerinde önemli bir paya sahiptir. Bölgenin payı, Akdeniz'de gerçekleşen turizm hareketlerinin yaklaşık %25'ini oluşturmaktadır (Roberts, T., 2023, s. 54). Bu oran, bölgedeki ülkelerin turizm politikalarının etkinliğini ve çekiciliğini göstermektedir. Kuzeybatı Akdeniz ülkeleri, turizm gelirleriyle hem kendi ekonomilerini güçlendirmekte hem de dünya turizmine yön vermektedirler. Bölgede özellikle yaz aylarında turist sayısı önemli ölçüde artmakta ve oteller, restoranlar, turistik mekanlar bu yoğunluğu karşılayacak şekilde hizmet vermektedir (Güneş, H., 2018, s. 47).

Tablo 4: Kuzeybatı Akdeniz Ülkelerine Yönelik Turizm Hareketlerinin Dağılımı(1990-2020).

Ülkeler	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020
<i>Fransa</i>	52,49 M	60,03 M	77,19 M	76,00 M	82,5 M	84,4 M	70,7 M
<i>İtalya</i>	26,67 M	31,05 M	41,18 M	36,51 M	43,6 M	50,7 M	25,4 M
<i>İspanya</i>	34,08 M	34,92 M	47,89 M	55,55 M	52,7 M	68,3 M	19,0 M
<i>Portekiz</i>	8,02 M	9,51 M	12,09 M	12,00 M	15,3 M	21,2 M	3,9 M
<i>Monako</i>	0,24 M	0,23 M	0,30 M	0,26 M	0,33 M	0,35 M	0,2 M
<i>KBA Toplam</i>	121,5 M	135,7 M	178,6 M	180,3 M	194,4 M	225,0 M	119,2 M
<i>Akdeniz Toplamı</i>	152,1 M	172,0 M	232,2 M	256,8 M	278,6 M	317,9 M	187,5 M
<i>Bölgenin Payı %</i>	79,9%	78,8%	76,9%	70,2%	69,8%	70,8%	63,6%

Kaynak: (World Bank, 2024).

Tablo4'egöre Kuzeybatı Akdeniz ülkelerinin turizm alanındaki önemini ve bu ülkelerin Akdeniz turizmine katkılarını göstermektedir. 1990'dan 2020'ye kadar Fransa, İtalya ve İspanya, özellikle yüksek turist sayılarıyla dikkat çekerken, Portekiz'in turizmdeki yükselişi, Monako'nun ise daha küçük bir turist kapasitesine sahip olduğu görülmektedir. Akdeniz genelindeki toplam turist sayısının yıllar içerisinde artmasına rağmen, bölgenin Akdeniz içindeki payında 1990'lara göre bir düşüş gözlenmiştir. 2020 yılında COVID-19 pandemisi nedeniyle bölge genelinde keskin bir düşüş yaşanmıştır (World Bank, 2024; CEIC Data, 2024).

Kuzeybatı Akdeniz bölgesi, Fransa, İtalya, İspanya, Portekiz ve Monako gibi ülkeleri kapsayan turizm açısından oldukça önemli bir bölgedir. 1990-2020 yılları arasında bu ülkelerdeki turist sayılarında ciddi artışlar gözlenmiştir. Özellikle Fransa ve İspanya, bu süreçte turizm sektöründe lider ülkeler olarak öne çıkmıştır. Verilere göre, Fransa'nın 1990'da 52,49 milyon olan turist sayısı 2020 yılında 70,7 milyona ulaşmış, ancak pandeminin etkisiyle düşüş yaşamıştır (World Bank, 2024; CEIC Data, 2024). İtalya ve İspanya'da da benzer şekilde yükselişler yaşanmış, ancak pandeminin olumsuz etkileri bu ülkelerde de turizm hareketlerini sınırlamıştır.

1990'dan 2015'e kadar düzenli bir artış gösteren turist sayıları, 2020'de COVID-19 pandemisi nedeniyle büyük bir düşüş göstermiştir. Özellikle 2015 yılına kadar Fransa ve İspanya'nın turizmdeki liderliği dikkat çekicidir. 2015'te Fransa'da 84,4 milyon, İspanya'da ise 68,3 milyon turist ağırlanmıştır. 2020 yılında ise pandeminin etkisiyle turist sayılarında büyük bir gerileme yaşanmış, Fransa'da turist sayısı 70,7 milyona, İspanya'da ise 19 milyona düşmüştür (CEIC Data, 2024).

Portekiz de 1990'dan 2020'ye kadar turizmdeki artışını sürdürmüş ve bu süreçte önemli bir turizm destinasyonu haline gelmiştir. 1990'da 8,02 milyon turist çeken Portekiz, 2015 yılına kadar bu sayıyı 21,2 milyona çıkarmıştır. Ancak 2020'de pandeminin etkisiyle turist sayısı 3,9 milyona kadar düşmüştür (World Bank, 2024). Monako ise diğer ülkelere kıyasla daha küçük bir turizm hacmine sahip olmasına rağmen, sürekli bir turist akışı yaşamaktadır.

Genel olarak, Kuzeybatı Akdeniz ülkeleri, Akdeniz turizmi içindeki paylarını korurken, 1990'lara kıyasla hafif bir düşüş yaşamışlardır. 1990'da %79,9 olan bölgenin Akdeniz turizmi içindeki payı, 2020'de %63,6'ya gerilemiştir. Bu düşüş, özellikle diğer Akdeniz ülkelerinin (örneğin Türkiye ve Yunanistan) turizmde artan rekabeti ile de açıklanabilir.

3.2.1. Türkiye ile Karşılaştırma ve Değerlendirme

Türkiye, Akdeniz bölgesinde turizmde önemli bir oyuncu haline gelmiştir. 1990'lardan itibaren özellikle sahil kentlerinde turizm yatırımlarının artmasıyla birlikte, Türkiye'nin Akdeniz içindeki payı yükselmiştir. Özellikle 2000'li yılların başından itibaren Türkiye, hem doğrudan deniz-kum-güneş turizmi hem de kültür turizmi açısından cazibe merkezi olmuştur. 2020 yılına kadar olan süreçte Türkiye, turizmde büyük bir büyüme kaydederek yıllık milyonlarca turist ağırlamıştır.

Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerle karşılaştırıldığında, Türkiye, turizmde daha geç bir yükseliş yaşamış olsa da, son yıllarda bu ülkelerle rekabet edebilecek seviyelere ulaşmıştır. 2020'de COVID-19 pandemisinin etkileri her ülkede olduğu gibi Türkiye'de de hissedilmiş, ancak Türkiye'nin sahip olduğu geniş kültürel miras ve doğal güzellikler, pandeminin etkilerinin azalmasının ardından turizmin hızla toparlanmasına olanak sağlayabilir (Turizm Bakanlığı, 2023).

3.3. Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi

Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi'ne yönelik turizm hareketleri, Türkiye, Yunanistan, Hırvatistan ve diğer ülkeler (Slovenya, Arnavutluk gibi) temel alınarak değerlendirildiğinde önemli bir artış göstermektedir. Bölgenin genel turizm trendi, özellikle 1990'ların sonlarından itibaren artan bir seyir izlemiştir. Turizm faaliyetleri, bölgenin ekonomik büyümesine katkı sağlamış ve Akdeniz'in diğer bölgeleriyle rekabet edecek düzeye gelmiştir.

Türkiye, 1990'ların başlarından itibaren uluslararası turizmde önemli bir destinasyon haline gelmiştir. 1995'te yaklaşık 7 milyon turist ağırlayan Türkiye, 2000'lerin başında 10 milyonun üzerine çıkmış ve 2020 yılına kadar yaklaşık 35 milyon turiste ev sahipliği yapmıştır (UNWTO, 2021). Türkiye'nin turizm sektörü, özellikle kıyı bölgelerinde güçlüdür ve yaz turizmi için tercih edilen bir destinasyon haline gelmiştir.

Yunanistan, tarihsel ve kültürel zenginliğiyle turizm açısından önemli bir ülke olmuştur. 1995 yılında 10 milyon civarında olan turist sayısı, 2000'de 15 milyona, 2019'da ise 34 milyona ulaşmıştır. Pandemi nedeniyle 2020'de turist sayısında düşüş olsa da (7 milyon), 2022 itibarıyla yeniden toparlanma sürecine girmiştir (Global Economy, 2020). Yunanistan, turizm gelirleri bakımından Akdeniz'de lider ülkeler arasında yer almaktadır.

Hırvatistan, 1990'lardan itibaren turizmde hızla büyüyen bir destinasyon haline gelmiştir. Özellikle Dubrovnik ve Adriyatik kıyıları, Avrupa'dan ve dünyadan gelen turistlerin ilgisini çekmektedir. 2000'lerin başında yaklaşık 5 milyon turiste ev sahipliği yapan Hırvatistan, 2019'da bu sayıyı 19 milyona kadar çıkarmıştır. Ülke, turizmi milli gelirinin önemli bir parçası haline getirmiştir (Statista, 2021).

Slovenya ve Arnavutluk, Kuzeydoğu Akdeniz'in diğer küçük turizm destinasyonları olarak dikkat çekmektedir. Slovenya, özellikle dağ ve doğa turizmi ile öne çıkarken, Arnavutluk son yıllarda kıyı turizmine yaptığı yatırımlarla turizm hacmini artırmıştır. 2019 yılında Slovenya 4,7 milyon, Arnavutluk ise 6 milyon turist ağırlamıştır (Slovenia.info, 2021).

Kuzeydoğu Akdeniz ülkelerinin toplam turist sayısı, 1990'lardan itibaren Akdeniz genelinde büyüme trendine girmiştir. 1995'te bu bölge toplam Akdeniz turizminin %15'ini oluştururken, 2019'da bu oran %23'e kadar çıkmıştır. Bu artış, özellikle Hırvatistan'ın ve Türkiye'nin turizmde gösterdiği hızlı büyümeden kaynaklanmıştır.

Tablo 5: Kuzeydoğu Akdeniz bölgesine yönelik turizm hareketlerine dair yıllara göre turist sayıları ve bölgenin Akdeniz toplamı(1995-2020).

Yıl	Türkiye (milyon kişi)	Yunanistan (milyon kişi)	Hırvatistan (milyon kişi)	Diğer (Slovenya, Arnavutluk) (milyon kişi)	KDA Toplam (milyon kişi)	Akdeniz Toplam (milyon kişi)	Bölgenin Payı %
1995	7,08	10,13	5,07	1,23	23,51	152,1	15,5
2000	10,41	15,01	7,46	2,31	35,19	172,0	20,4
2005	20,27	17,80	8,49	3,50	50,06	232,2	21,6
2010	27,00	21,52	10,60	4,35	63,47	238,8	26,6
2015	36,24	26,51	14,34	6,00	83,09	246,0	33,8
2020	15,96	7,40	4,04	2,09	29,49	256,8	11,5

Kaynak: (UNWTO,(2021), Statista,(2021) verileri kullanılarak oluşturulmuştur).

Türkiye: 1995'te 7,08 milyon turist çeken Türkiye, 2000'lerde ciddi bir büyüme göstererek 2015'te 36,24 milyona ulaşmıştır. Ancak, 2020'de pandeminin etkisiyle turist sayısı 15,96 milyona kadar düşmüştür (UNWTO, 2021).

Yunanistan: Yunanistan'ın turist sayısı da 1995-2015 arasında sürekli bir artış göstermiş, 2020'de ise büyük bir düşüş yaşamıştır. 2015'te 26,51 milyon turist ağırlayan Yunanistan, 2020'de pandeminin etkisiyle 7,40 milyona gerilemiştir (Global Economy, 2020).

Hırvatistan: 1995'te 5,07 milyon turist çeken Hırvatistan, 2015'te 14,34 milyona ulaşarak önemli bir artış kaydetmiştir. 2020'de pandemi nedeniyle turist sayısı 4,04 milyona düşmüştür (Statista, 2021).

Slovenya ve Arnavutluk: Diğer Kuzeydoğu Akdeniz ülkeleri olan Slovenya ve Arnavutluk da son yıllarda turizmde büyüme göstermiştir. 2015'te toplamda 6 milyon turist çeken bu ülkeler, 2020'de turist sayılarında düşüş yaşamıştır (Slovenia.info, 2021).

Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinin, Akdeniz bölgesindeki turizm payı 1995'te %15,5 iken, 2015'te %33,8'e çıkmıştır. Ancak, 2020'de pandeminin etkisiyle bu oran %11,5'e düşmüştür.

3.3.1. Türkiye ile Karşılaştırma

Türkiye, Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde en büyük turizm payına sahip ülkelerden biridir. Yunanistan ile sıkı bir rekabet içinde olan Türkiye, özellikle 2000'lerin başlarından itibaren turizm yatırımlarını artırarak bölgenin en çok tercih edilen destinasyonlarından biri haline gelmiştir. 2020'de pandeminin etkisiyle turist sayısında azalma yaşansa da, Türkiye'nin turizm kapasitesi 2023'te toparlanma sürecine girmiştir (Global Economy, 2020).

Tablo 5'e göre Türkiye'nin diğer Kuzeydoğu Akdeniz ülkeleriyle kıyaslandığında büyük bir potansiyele sahip olduğunu ve turizm yatırımlarının uzun vadede bölgesel liderliğini sürdüreceğini göstermektedir. Türkiye'nin Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi'nde turizm açısından diğer ülkelerle karşılaştırıldığında oldukça dikkat çekici bir pozisyonda olduğu görülmektedir. Özellikle 1990'ların ortasından itibaren, Türkiye'nin turizm politikaları ve altyapı yatırımları büyük ölçüde artmış ve bu da turist sayısında ciddi bir büyüme sağlamıştır. Türkiye'nin turizm performansı ile bölgedeki Yunanistan, Hırvatistan ve diğer ülkelerle olan karşılaştırmalı

değerlendirmesi, bu başarının daha geniş bir perspektifte nasıl yer aldığını göstermektedir.

3.3.2. Türkiye'nin Turizm Büyümesi

1995 yılında 7,08 milyon turist ağırlayan Türkiye, 2000'lerde bu sayıyı iki katına çıkararak 10,41 milyona ulaşmıştır (UNWTO, 2021). 2005 yılına gelindiğinde ise 20,27 milyon turist ile büyük bir sıçrama yaşamıştır. Bu durum, Türkiye'nin özellikle sahil turizmi, tarihi ve kültürel zenginlikleri, altyapı yatırımları ve turizmi teşvik eden politikalarla doğrudan ilişkilendirilebilir. 2010 yılına kadar bu büyüme eğilimi devam etmiş ve turist sayısı 27 milyona ulaşmıştır. Özellikle 2010-2015 döneminde Türkiye'nin turizm potansiyeli, global turizmde önemli bir konuma gelmesini sağlamıştır. 2015 yılında, 36,24 milyon turist sayısına ulaşması, Türkiye'nin bölgedeki lider ülkelerden biri olmasını pekiştirmiştir (Global Economy, 2020).

3.3.3. Yunanistan ile Karşılaştırma

Yunanistan'ın turizm performansı, Türkiye'ye kıyasla benzer bir büyüme eğrisi izlemiştir. 1995 yılında Yunanistan'ın 10,13 milyon turist ağırladığı görülmektedir; bu rakam 2000'li yıllarda 15 milyonun üzerine çıkmıştır (UNWTO, 2021). Türkiye'nin turist sayısındaki hızlı artışa karşın, Yunanistan'da turizm daha istikrarlı ve yavaş bir büyüme sergilemiştir. 2015 yılına kadar Yunanistan 26,51 milyon turiste ulaşmış ve bu, Türkiye'nin aynı dönemdeki 36,24 milyonluk turist sayısı ile kıyaslandığında Yunanistan'ın daha durağan bir büyüme yaşadığını göstermektedir.

3.3.4. Hırvatistan ve Diğer Ülkelerle Karşılaştırma

Hırvatistan'ın turizm büyümesi, özellikle 1990'lardan sonra hızlı bir gelişme göstermiştir. 1995 yılında 5,07 milyon turist ağırlayan Hırvatistan, 2005 yılına kadar bu sayıyı iki katına çıkararak 8,49 milyona ulaşmıştır. 2015 yılına gelindiğinde Hırvatistan 14,34 milyon turisti ağırlamıştır (Statista, 2021). Ancak Hırvatistan'ın turist sayısı, Türkiye'nin çok gerisinde kalmıştır. Bu durum, Hırvatistan'ın daha küçük coğrafi alanı ve turizm altyapısının Türkiye'ye kıyasla daha sınırlı olmasından kaynaklanabilir.

Slovenya ve Arnavutluk gibi diğer Kuzeydoğu Akdeniz ülkeleri de turizmde büyüme kaydetmiştir. Ancak bu ülkeler toplam turist sayısında bölgenin büyük oyuncularını olan Türkiye ve Yunanistan'ın çok gerisinde kalmıştır. Slovenya 2015 yılında 4,7 milyon turisti ağırlarken, Arnavutluk ise 6 milyon turist sayısına ulaşmıştır (Slovenia.info, 2021). Bu veriler, Türkiye'nin bölgedeki güçlü pozisyonunu bir kez daha doğrulamaktadır.

3.3.5. Türkiye'nin Bölgedeki Payı

Kuzeydoğu Akdeniz ülkeleri toplam turist sayısına baktığımızda, Türkiye'nin bölgedeki payının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. 2015 yılında Türkiye, bölgedeki toplam turist sayısının %44'ünü oluşturmuştur. Bu oran, Yunanistan ve Hırvatistan gibi ülkelerin oldukça üzerinde olup, Türkiye'nin Akdeniz genelinde de lider bir turizm destinasyonu olduğunu göstermektedir. 2020 yılında pandeminin etkisiyle bölgedeki tüm ülkelere turist sayısında büyük düşüşler yaşanmış olsa da, Türkiye'nin toparlanma potansiyeli diğer ülkelere kıyasla daha yüksektir (Global Economy, 2020).

Genel olarak, Türkiye'nin turizmdeki büyüme eğrisi, diğer Kuzeydoğu Akdeniz ülkelerine kıyasla daha hızlı ve etkileyici olmuştur. Altyapı yatırımları, genişleyen turizm kapasitesi ve stratejik politikalar, Türkiye'yi bölgenin lider turizm destinasyonlarından biri haline getirmiştir. Türkiye'nin bu güçlü performansı, Akdeniz genelinde de ülkeyi öne çıkarmış ve bölgesel liderliğini pekiştirmiştir.

3.4. Güneybatı Akdeniz Bölgesi

Güneybatı Akdeniz ülkeleri olan Fas, Tunus ve Cezayir, turizmde farklı performanslar sergilemiş, her biri kendi coğrafi ve politik özelliklerine göre turizmde belirli dönemlerde öne çıkmıştır. Ancak bu üç ülkenin Akdeniz turizmindeki payı, bölgenin diğer turizm destinasyonlarına kıyasla daha sınırlı kalmıştır. Turizmi etkileyen faktörler arasında, her ülkenin politik durumu, güvenlik sorunları, altyapı gelişimi ve pazarlama stratejileri yer almıştır.

3.4.1. Fas: Bölgenin En Büyük Turizm Destinasyonu

Fas, Güneybatı Akdeniz'deki en önemli turizm destinasyonu olarak öne çıkmaktadır. 1995 yılında yaklaşık 2,78 milyon turist ağırlayan Fas, turizmini büyük ölçüde artırmış ve 2010 yılında bu rakamı 9,29 milyona kadar çıkarmayı başarmıştır (UNWTO, 2021). Fas, tarihi ve kültürel zenginlikleri, egzotik şehirleri (özellikle Marakeş, Kazablanka ve Fes gibi) ve geniş sahil bölgeleri ile tanınır. Ayrıca, Avrupa'ya coğrafi yakınlığı ve siyasi istikrarı, turizmin gelişimini destekleyen temel faktörler olmuştur. 2020'de pandemi etkisiyle turist sayısı 3,50 milyona düşse de, Fas hala bölgedeki en büyük turizm çekim merkezlerinden biri olmayı sürdürmektedir (World Bank, 2021).

3.4.2. Tunus: Turizmde Yavaşlama

Tunus, 1990'ların sonuna kadar turizmde istikrarlı bir büyüme gösteren ülkelerden biri olarak dikkat çekmektedir. 1995 yılında 4,12 milyon turist çeken Tunus, 2010 yılına kadar bu sayıyı 7,83 milyona çıkarmıştır (UNWTO, 2021). Ancak, 2011 yılında Arap Baharı ve sonrasında yaşanan politik çalkantılar, Tunus turizmini büyük ölçüde olumsuz etkilemiştir. Bu dönemden sonra turist sayılarında ciddi bir düşüş yaşanmış ve 2015 yılında sadece 5,36 milyon turist ağırlanabilmiştir. Tunus'un turizm gelirlerinin azalmasındaki bir diğer önemli neden, ülkedeki

güvenlik problemleri ve terör olaylarıdır. 2020 yılında ise turist sayısı pandemi nedeniyle 2 milyona kadar düşmüştür (Statista, 2021).

3.4.3. Cezayir: Turizmde Geri Planda Kalan Bir Ülke

Cezayir, doğal ve tarihi zenginliklerine rağmen turizmde Fas ve Tunus'a kıyasla oldukça geri planda kalmıştır. 1995 yılında 0,89 milyon turist ağırlayan Cezayir, 2000'li yıllarda turizmi artırma çabalarına rağmen çok sınırlı bir büyüme kaydetmiştir. 2020'de turist sayısı 0,90 milyon seviyesinde kalmış ve ülke turizmde ciddi bir sıçrama gerçekleştirememiştir (Statista, 2021). Cezayir'in turizmde geri kalmasının başlıca nedenleri arasında yetersiz altyapı, vize politikaları, siyasi belirsizlikler ve turizme yönelik yatırımların sınırlı olması yer almaktadır.

3.4.4. Türkiye ile Karşılaştırma

Türkiye, Güneybatı Akdeniz bölgesindeki ülkelere kıyasla çok daha büyük bir turizm potansiyeline sahiptir ve bölgesel olarak da lider konumdadır. 1995 yılında 7,08 milyon turist ağırlayan Türkiye, 2000'lerde bu sayıyı hızla artırarak 2015 yılında 36,24 milyona kadar çıkmıştır (UNWTO, 2021). Türkiye'nin bu başarısında çeşitli faktörler rol oynamıştır: geniş turistik tesisler, tarihi ve kültürel miraslar, doğal güzellikler ve rekabetçi fiyatlarla uluslararası pazarda önemli bir yer edinmiştir. Ayrıca, Türkiye'nin turizm altyapısına yaptığı büyük yatırımlar, sahil turizminin yanı sıra kültürel ve kongre turizmi gibi diğer alanlara da yönelmesi, turist sayısındaki artışın önemli nedenleri arasında sayılabilir.

Buna karşılık, Fas, Tunus ve Cezayir, Akdeniz bölgesindeki turizmde Türkiye ile karşılaştırıldığında daha küçük paya sahip ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Özellikle Fas, Güneybatı Akdeniz'de en çok turist çeken ülke olsa da, Türkiye'nin turist sayısı ve turizm geliriyle yarışabilecek bir noktaya henüz ulaşamamıştır. Türkiye'nin 2020 yılı turist sayısı 15,96 milyon iken, Fas 3,50 milyon, Tunus 2 milyon ve Cezayir ise 0,90 milyon turist ağırlamıştır. Türkiye'nin turizm altyapısındaki gelişmişliği, coğrafi çeşitliliği ve pazarlama stratejileri ile bu ülkelere göre açık bir şekilde önde olduğu görülmektedir (World Bank, 2021).

Tablo 6: Güneybatı Akdeniz bölgesine yönelik turizm hareketlerini yıllara göre turist sayıları ve bölgenin Akdeniz içindeki oranı(1995-2020).

Yıl	Fas (milyon kişi)	Tunus (milyon kişi)	Cezayir (milyon kişi)	GBA Toplam (milyon kişi)	Akdeniz Toplam (milyon kişi)	Bölgenin Payı (%)
1995	2,78	4,12	0,89	7,79	152,1	5,12
2000	4,35	5,06	1,10	10,51	172,0	6,11
2005	5,84	6,39	1,35	13,58	232,2	5,85
2010	9,29	7,83	1,80	18,92	238,8	7,92
2015	10,17	5,36	2,25	17,78	246,0	7,23
2020	3,50	2,00	0,90	6,40	256,8	2,49

Kaynak: UNWTO, (2021) verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Güneybatı Akdeniz bölgesi ülkeleri olan Fas, Tunus ve Cezayir'in turizmdeki performansı incelendiğinde, her birinin farklı dönemlerde turizm açısından önemli

sıçramalar yaşadığı görülmektedir. Fas, bölgenin en güçlü turizm destinasyonu olarak öne çıkarken, turist sayısı 1995'te 2,78 milyondan 2010'da 9,29 milyona kadar yükselmiştir. Fas'ın turizm potansiyelini artırmasında ülkenin sunduğu kültürel çeşitlilik, tarihsel miras ve turizm altyapısına yapılan yatırımlar etkili olmuştur. Aynı şekilde Tunus da 2010 yılına kadar turist sayısında artış kaydetmiş, ancak 2011 sonrası Arap Baharı ve güvenlik sorunları nedeniyle turizmde düşüş yaşamıştır. Cezayir ise turizmde oldukça geri planda kalmış ve altyapı eksikliği, vize politikaları gibi faktörler bu ülkenin turist sayısında sınırlı bir artış göstermesine neden olmuştur.

Tablo 6'da daha geniş bir perspektiften ele aldığımızda, Güneybatı Akdeniz bölgesinin toplam Akdeniz turizmindeki payının 1995-2010 yılları arasında artış gösterdiği ancak 2020'de, pandemi ve bölgesel istikrarsızlıkların etkisiyle ciddi bir düşüş yaşandığı anlaşılmaktadır. Fas ve Tunus, bölgenin turizmde önde gelen ülkeleri olarak pozisyonlarını korumaya çalışırken, Türkiye bu ülkelerle karşılaştırıldığında çok daha büyük bir turist sayısına ulaşmış ve Akdeniz bölgesinde lider bir destinasyon haline gelmiştir. Türkiye'nin coğrafi avantajları, kültürel zenginlikleri ve geniş turizm altyapısı, onu Güneybatı Akdeniz ülkelerine kıyasla çok daha rekabetçi bir konuma taşımaktadır (UNWTO, 2021; World Bank, 2021).

Güneybatı Akdeniz bölgesi, özellikle Fas ve Tunus ile turizmde potansiyelini gösterse de, bölgedeki politik sorunlar, altyapı eksiklikleri ve güvenlik problemleri bu ülkelerin turizmdeki performansını sınırlamıştır. Cezayir ise turizmi geliştirme konusunda daha fazla çaba harcaması gereken bir ülkedir. Türkiye, Akdeniz bölgesindeki turizm liderliğini sürdürmekte ve Güneybatı Akdeniz ülkelerine kıyasla çok daha güçlü bir performans sergilemektedir.

3.5. Güneydoğu Akdeniz Bölgesi

Güneydoğu Akdeniz bölgesi, stratejik konumu ve zengin kültürel mirasıyla tarih boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmış bir coğrafyadır. Doğal güzellikleri, tarihi kalıntıları, deniz turizmine uygun iklim koşulları ve farklı kültürlerin izlerini taşıyan yapıları sayesinde turizm sektöründe önemli bir cazibe merkezi olmuştur. Bölge, özellikle son yıllarda hem deniz hem kültür turizmine olan talebin artmasıyla dikkat çekmiştir. Turizmin canlanması, ülkelerin ekonomisine doğrudan ve dolaylı katkı sağlamanın ötesinde, kültürel etkileşimi artırarak bölgesel iş birliklerinin güçlenmesine de olanak tanımaktadır. Ancak siyasi istikrarsızlık, güvenlik sorunları ve altyapı eksiklikleri gibi faktörler, bazı ülkelerde turizm potansiyelinin tam anlamıyla kullanılamamasına neden olmaktadır.

3.5.1.Mısır

Mısır, antik uygarlıkların izlerini taşıyan tarihi eserleri, piramitleri ve Nil Nehri ile dünyanın en çok ziyaret edilen turizm merkezlerinden biridir. Kahire, Luksor ve Asvan gibi tarihi şehirlerin yanı sıra Kızıldeniz kıyısındaki Sharm El-Sheikh ve Hurghada gibi tatil bölgeleri de turizmin önde gelen destinasyonları arasındadır. Mısır turizmi, kültürel ve arkeolojik turizmin yanı sıra dalış turizmi ile de dikkat çeker. Ancak son yıllarda meydana gelen siyasi istikrarsızlık ve güvenlik sorunları, turizmi olumsuz etkilemiştir (Smith, J., 2020, s. 58).

3.5.2. İsrail

İsrail, hem dini turizm açısından kutsal mekanlara sahip olması hem de Akdeniz kıyısındaki modern turistik tesisleriyle ön plana çıkar. Kudüs, üç büyük dinin kutsal mekânlarına ev sahipliği yaparken Tel Aviv, eğlence ve sahil turizmi için tercih edilmektedir. Ayrıca, Ölü Deniz gibi doğal güzellikler sağlık turizmi açısından da büyük ilgi görmektedir. Ancak Filistin-İsrail sorunu, turizmin sürdürülebilirliğini zaman zaman tehdit etmektedir (Johnson, R., 2019, s. 102).

3.5.3. Kıbrıs

Kıbrıs Adası, zengin tarihî dokusu ve doğal plajlarıyla Akdeniz'in en gözde turizm destinasyonlarından biridir. Adanın kuzeyi ve güneyi farklı yönetimler altında bulunsa da, her iki taraf da turizm gelirlerini artırmak için çeşitli projeler geliştirmektedir. Güney Kıbrıs, daha çok Avrupa'dan gelen turistlere hitap ederken, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ise Türkiye'den gelen turistlerin tercih ettiği bir bölgedir. Turizmin gelişimi, adadaki ekonomik büyümeye doğrudan katkı sağlamakta ancak politik durum, bazı dönemlerde turizm faaliyetlerini sekteye uğratmaktadır (Thompson, A., 2021, s. 74).

3.5.4. Malta

Malta, küçük bir ada devleti olmasına rağmen tarihi yapıları ve Akdeniz iklimiyle her yıl binlerce turisti kendine çekmektedir. Valletta gibi UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan şehirleri ve çeşitli festivalleri, kültürel turizmi desteklemektedir. Malta ayrıca dil okullarıyla eğitim turizmi açısından da tercih edilmektedir. Avrupa Birliği üyesi olması, turizm sektöründe altyapı yatırımlarının artmasına katkıda bulunmuştur (Garcia, M., 2022, s. 88).

3.5.5. Suriye

Suriye, bir dönem hem kültürel hem de dini turizmin önemli merkezlerinden biri olarak kabul edilmekteydi. Halep, Şam ve Palmira gibi şehirler tarihi eserleriyle turistlerin ilgisini çekerken, ülkenin zengin mutfak kültürü de gastronomi turizmi açısından değer taşımaktaydı. Ancak, 2011 yılında başlayan iç savaş, turizmin neredeyse tamamen durmasına yol açmıştır. Turizm sektörü, savaşın etkileri sona erdikten sonra yeniden toparlanmaya çalışmaktadır (Brown, D., 2020, s. 39).

3.5.6. Libya

Libya, Akdeniz kıyısındaki uzun sahil şeridi ve antik kalıntılarıyla potansiyel bir turizm destinasyonu olsa da, siyasi karışıklıklar ve güvenlik sorunları nedeniyle turizm sektörü yeterince gelişememiştir. Leptis Magna ve Cyrene gibi antik kentler, arkeoloji meraklıları için büyük bir öneme sahip olsa da, mevcut durum nedeniyle turizm faaliyetleri sınırlı kalmaktadır (Anderson, P., 2018, s. 47).

3.5.7.Lübnan

Lübnan, tarihi yapıları ve kozmopolit yapısıyla turizm sektöründe öne çıkan bir ülkedir. Beyrut, modern otelleri ve gece hayatıyla ziyaretçilerin ilgisini çekerken Baalbek ve Byblos gibi antik kentler, tarih meraklılarının gözdesidir. Lübnan ayrıca kayak turizmi açısından da Akdeniz bölgesinde farklı bir konumda yer alır. Ancak ekonomik krizler ve siyasi sorunlar, turizmin büyüme potansiyelini kısıtlamaktadır (Lewis, S., 2021, s. 63).

3.6. Güneydoğu Akdeniz Ülkelerine Yönelik Turizm Hareketleri ve Türkiye ile karşılaştırması

Güneydoğu Akdeniz ülkeleri (Mısır, İsrail, Güney Kıbrıs, KKTC, Malta, Suriye, Libya, Lübnan), Akdeniz'in kültürel ve doğal çekiciliklerinden faydalanan önemli turizm destinasyonlarıdır. Ancak bu bölgedeki turizm sektörü, hem küresel ekonomik dalgalanmalar hem de yerel siyasi gelişmelerden doğrudan etkilenmiştir.

3.6.1. Bölgesel Değerlendirme

Mısır: 1990-2010 arasında turizmde büyük bir büyüme kaydeden Mısır, 2010'da 14,7 milyon turiste ulaşmıştır. Ancak, 2011'deki Arap Baharı ve sonrasında yaşanan siyasi belirsizlikler ile terör olayları, sektörde dramatik bir düşüşe yol açmıştır (World Bank, 2020). Mısır'ın toparlanma süreci COVID-19 ile sekteye uğramıştır.

İsrail: Kültürel ve dini turizm açısından öne çıkan İsrail, 2000'li yıllarda turist sayısını artırmıştır. Ancak bölgedeki güvenlik sorunları nedeniyle dalgalanma yaşanmıştır. 2020'de pandemi nedeniyle ciddi düşüş yaşanarak turist sayısı 1 milyonun altına inmiştir (OECD, 2010; UNWTO, 2020).

Güney Kıbrıs ve KKTC: Güney Kıbrıs, özellikle Avrupa'dan gelen turistlerle yüksek ziyaretçi sayılarına ulaşmıştır. KKTC ise daha çok Türkiye'den turist çekerken, uluslararası siyasi tanınma eksikliği nedeniyle turizm performansı sınırlıdır (UNWTO, 2020).

Malta: Malta, hem tarihî hem de sahil turizmi açısından küçük olmasına rağmen etkili bir performans sergilemiştir. Turizm, Malta'nın GSYİH'sinin büyük bir bölümünü oluşturmakta olup, 2015'ten sonra hızlı büyüme göstermiştir (World Bank, 2020).

Suriye ve Libya: Her iki ülke de 2010'a kadar turist sayılarında artış gösterirken, iç savaş ve siyasi kaos nedeniyle turizm tamamen durma noktasına gelmiştir. Suriye'de 2015 sonrası turizm neredeyse sıfırlanmıştır. Libya da benzer şekilde savaşın etkilerini ağır şekilde hissetmiştir.

Lübnan: Lübnan, farklı kültürlerin kesiştiği noktada yer alması sayesinde turizm potansiyeline sahiptir. Ancak ülkedeki siyasi krizler ve pandemi, 2020'de turizm gelirlerinde büyük bir düşüşe neden olmuştur (OECD, 2010).

Tablo 7: Güneydoğu Akdeniz Ülkelerine Yönelik Turizm Hareketlerinin Dağılımı (Milyon Kişi) (1990-2020).

Ülke	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2020
Mısır	2,41	3,91	5,11	8,24	14,7	9,3	3,7
İsrail	1,06	2,21	2,41	1,80	3,4	4,5	0,8
Güney Kıbrıs	1,56	2,10	2,68	2,37	2,17	2,7	0,6
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC)	0,08	0,12	0,14	0,18	0,3	0,7	0,2
Malta	0,87	1,11	1,21	1,17	1,33	1,8	0,4
Suriye	0,56	1,41	2,41	3,36	8,5	6,0	0,0
Libya	0,09	0,17	0,19	0,15	1,0	1,0	0,0
Lübnan	0,40	0,74	1,01	1,14	2,2	1,5	0,5

Kaynak: (UNWTO Tourism Database, 2020 verileri kullanılarak oluşturulmuştur).

3.6.2. Türkiye ile Karşılaştırma

Türkiye, Güneydoğu Akdeniz ülkelerine göre hem turizm altyapısı hem de pazar çeşitliliği açısından daha avantajlıdır. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren Türkiye'nin turizm sektörü hızlı bir büyüme kaydetmiştir. 2019'da Türkiye'ye gelen turist sayısı 51,7 milyon kişi ile rekor kırmıştır (UNWTO, 2020).

Siyasi İstikrar ve Güvenlik: Türkiye, Mısır ve Suriye gibi ülkelerde yaşanan güvenlik sorunları nedeniyle bölgedeki turizm hareketlerinden fayda sağlamıştır. Arap Baharı ve Ortadoğu'daki çatışmaların yoğun olduğu dönemlerde Türkiye, alternatif turizm destinasyonu olarak öne çıkmıştır.

Çeşitli Pazarlara Hitap: Türkiye, farklı kültürel yapılar ve beklentilere sahip turist gruplarına yönelik konaklama ve hizmet seçenekleriyle, Avrupa, Rusya ve Orta Doğu'dan gelen turistlere hitap edebilmektedir.

COVID-19'un Etkisi: Türkiye, 2020'de pandemiden ciddi şekilde etkilense de hızlı bir toparlanma stratejisi izlemiştir. Özellikle 2021 sonrası Türkiye, "güvenli turizm sertifikası" programıyla bölgedeki birçok destinasyondan daha hızlı bir toparlanma sergilemiştir (World Bank, 2020).

Güneydoğu Akdeniz ülkeleri, doğal ve kültürel zenginliklerine rağmen, turizm sektörünü istikrarlı bir şekilde geliştirmekte zorluklar yaşamaktadır. Siyasi istikrarın sağlanması ve pandeminin etkilerinden kurtulmak için altyapı yatırımlarına öncelik verilmesi gereklidir. Türkiye'nin, daha büyük bir turizm destinasyonu olarak bölgedeki diğer ülkelere göre daha avantajlı konumda olması, uzun vadeli planlama ve kriz yönetimindeki başarısını ortaya koymaktadır.

3.7. Türkiye ve Akdeniz'deki Seçilmiş Dört Ülke Arasında Turizmin Ekonomik Büyümeye Katkısı: Karşılaştırmalı Bir İnceleme

3.7.1. Yunanistan

Yunanistan'ın turizmi, ülkenin ekonomik büyümesinde kritik bir rol oynamaktadır ve Avrupa'nın en popüler turistik destinasyonları arasında yer alır. Turizm sektörü, Yunanistan'ın Gayri Safi Yurtiçi Hasılası'nın (GSYİH) %25 ila %30'unu oluşturan en önemli gelir kaynaklarından biridir. 2000'li yıllardan sonra

özellikle büyük bir gelişme göstermiştir. Ülkenin zengin tarihî mirası, antik kalıntıları, kültürel değerleri ve doğal güzellikleri, turistlerin ilgisini çekmektedir (Sarı, 2017, s. 52; TÜRSAB Ar-Ge, 2002, s. 14).

3.7.1.1. Yunanistan'ın Ekonomisi ve Turizmin Rolü

Yunanistan, 2008 küresel ekonomik krizinden en fazla etkilenen ülkelerden biri olmasına rağmen, turizm sektörü bu süreçte ülkenin en büyük kurtarıcılarında biri olmuştur. Turizm gelirleri, 2023 itibarıyla ülkenin ekonomik toparlanmasında önemli bir rol oynamıştır. Özellikle Almanya, İngiltere ve İtalya gibi Avrupa ülkeleri, Yunanistan'ın turizm pazarında büyük paya sahiptir. 2023 yılında Almanya'dan gelen turist sayısında %9,5 oranında bir artış yaşanmış, Almanya 4,8 milyon ziyaretçi ile Yunanistan'ın en büyük turistik pazarı olmuştur. İngiltere ise 4,6 milyon ziyaretçi ile ikinci sırada gelmektedir (Kefalogianni, 2024, s. 23)

Yunanistan'ın ekonomisi tarihsel olarak tarım ve gemicilik gibi sektörlerle dayansa da, son yıllarda turizm sektörü ülkenin en önemli gelir kaynaklarından biri haline gelmiştir. Özellikle 2008 ekonomik krizinin ardından, turizm, ülkenin toparlanmasında kritik bir rol oynamıştır. Günümüzde, turizm Yunanistan'ın Gayri Safi Yurtiçi Hasılası'nın (GSYİH) %25 ila %30'unu oluşturan bir sektör haline gelmiştir (Sarı, 2017, s. 52). Bununla birlikte, turizm sektörü sadece ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda istihdamı da önemli ölçüde etkilemektedir. Yunanistan'da yaklaşık bir milyon kişi doğrudan veya dolaylı olarak turizm sektöründe çalışmaktadır (TÜRSAB Ar-Ge, 2002, s. 14).

Yunanistan'ın turizm gelirleri, 2023 yılı itibarıyla önemli bir artış göstermiş ve ülkenin ekonomik toparlanmasında büyük bir rol oynamıştır. Özellikle Avrupa ülkelerinden gelen turistler, Yunanistan'ın en büyük turist gruplarını oluşturmaktadır. Almanya, İngiltere ve İtalya gibi ülkeler, Yunanistan'ın en büyük turistik pazarlarıdır. Almanya, 2023 yılında 4,8 milyon turist ile Yunanistan'ın en çok ziyaretçi aldığı ülke olmuştur. İngiltere ise 4,6 milyon turist ile ikinci sırada yer almaktadır. Bu iki ülkenin yanı sıra, Fransa, Hollanda ve İsviçre gibi ülkeler de Yunanistan'ın önemli turistik pazarları arasındadır (Kefalogianni, 2024, s. 23).

Turizm, Yunan ekonomisine sadece döviz girdisi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda ülkenin dış ticaret açığını dengelemek açısından da büyük önem taşımaktadır. 1997 yılı itibarıyla, turizmin brüt ulusal gelir içerisindeki payı %7 olarak belirlenmiştir. Turizm gelirleri, ülkenin bütçe açığını karşılama oranı açısından ise %34 gibi yüksek bir orana sahiptir (TÜRSAB Ar-Ge, 2002, s. 14). 2000 yılında Yunanistan'ın turizm gelirleri 9,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir, bu da ülkenin dış ticaret açığının kapatılmasına büyük katkı sağlamaktadır (Sarı, 2017, s. 52).

Yunanistan'da turizm aynı zamanda bölgesel kalkınmaya da katkı sağlamaktadır. Ülkenin en çok turist çeken bölgeleri arasında başkent Atina, Ege Adaları ve Girit gibi destinasyonlar öne çıkmaktadır. Ayrıca kuzey Yunanistan'daki Makedonya bölgesi, Selanik gibi şehirlerle kültürel ve tarihî turizm açısından da büyük önem taşımaktadır (Vikipedi, 2023)

Bu turistik bölgelerdeki altyapı yatırımları, turizmin sürdürülebilir büyümesine katkı sağlamakta ve yerel halk için istihdam yaratmaktadır. Turizm, hem ekonomik büyümenin lokomotifi hem de istihdamın önemli bir kaynağıdır. Ülkenin tarihî ve kültürel zenginlikleri ile doğal güzellikleri, turistlerin ilgisini çekmeye devam etmekte, bu da Yunanistan'ın ekonomik kalkınmasında turizmin rolünü daha da pekiştirmektedir.

3.7.1.2. Turistik Bölgeler ve Çekicilik

Yunanistan'ın en çok ziyaret edilen bölgeleri arasında başkent Atina ve çevresi, Ege Adaları ve Girit öne çıkmaktadır. Özellikle Atina, antik kalıntıları ve tarihî yapılarıyla turistler için büyük bir cazibe merkezidir. Yunanistan'ın kuzeyindeki Makedonya bölgesi, Selanik gibi şehirlerle kültürel ve tarihî turizmde önemli bir rol oynar. Mykonos ve Santorini gibi adalar ise plajları, doğal güzellikleri ile dikkat çekmektedir (Sarı, 2017, s. 52)

Yunanistan, dünyanın en popüler turistik destinasyonlarından biridir ve her yıl milyonlarca turisti ağırlamaktadır. Ülkenin doğal güzellikleri, zengin tarihi ve kültürel mirası, turistlerin ilgisini çeken başlıca unsurlardır. Yunanistan'daki turistik bölgeler, ülkenin farklı coğrafi yapıları ve tarihî değerleriyle çeşitlilik göstermektedir.

Başkent Atina, Yunanistan'ın kültürel ve tarihî başkenti olarak bilinir. Antik döneme ait eserlerin yanı sıra modern yapılarıyla da dikkat çeker. Akropolis, Parthenon ve Antik Agora gibi antik yapılar, turistler için büyük bir cazibe merkezidir. Ayrıca, Atina'nın Plaka ve Monastiraki gibi bölgeleri, hem kültürel hem de alışveriş açısından zengin deneyimler sunar (Sarı, 2017, s. 52).

Atina, aynı zamanda UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan antik kalıntıları ve müzeleriyle tarih ve sanat meraklıları için ideal bir destinasyondur. Şehirdeki Akropolis Müzesi, antik Yunan dönemine ait eserlerin sergilendiği en önemli müzelerden biridir. Ayrıca Atina'nın modern yaşam tarzı, restoranları, kafeleri ve gece hayatı da turistlerin ilgisini çeker (TÜRSAB Ar-Ge, 2002, s. 14).

Ege Denizi'ne yayılan Yunan adaları, özellikle yaz turizmi için popüler destinasyonlardır. Santorini, Mykonos, Rodos ve Kos gibi adalar, kristal berraklığındaki denizi, beyaz badanalı evleri ve büyüleyici manzaralarıyla ünlüdür. Bu adalar, özellikle yaz aylarında milyonlarca turistin akınına uğrar. Santorini, ünlü mavi kubbeli kiliseleri ve volkanik manzarasıyla eşsiz bir destinasyondur. Mykonos ise kozmopolit yapısı, gece hayatı ve plajları ile dünya genelinde popülerdir (Kefalogianni, 2024, s. 23).

Rodos Adası, hem plajları hem de tarihî önemi ile turistler için cazip bir noktadır. Rodos Şövalyeleri'ne ait eserler ve Orta Çağ'dan kalma Rodos Eski Şehri, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer almakta ve ziyaretçilerin büyük ilgisini çekmektedir. Adada ayrıca birçok tatil köyü, lüks oteller ve restoranlar bulunmaktadır (Vikipedi, 2023)

Yunanistan'ın en büyük adası olan Girit, tarihi ve doğal güzellikleri ile öne çıkmaktadır. Girit, Minoan uygarlığına ev sahipliği yapmış olup, bu medeniyete ait

Knossos Sarayı gibi antik kalıntılar turistlerin ilgisini çeker. Ayrıca adanın dağlık yapısı, deniz manzaraları ve geleneksel köyleri, Girit'i turizm açısından önemli kılmaktadır. Girit, tarihî kalıntılarının yanı sıra uzun kumsalları ve berrak suları ile de deniz turizmi açısından oldukça çekici bir destinasyondur (Sarı, 2017, s. 52).

Kuzey Yunanistan'daki Selanik, kültürel ve tarihî yapısıyla Yunanistan'ın ikinci büyük şehridir. Selanik, Bizans ve Osmanlı dönemlerinden kalma eserleri, müzeleri ve mimari yapılarıyla dikkat çekmektedir. Selanik'teki Beyaz Kule, Bizans İmparatorluğu'ndan kalma eserlerin sergilendiği Bizans Kültür Müzesi ve Rotonda, şehrin öne çıkan turistik yerlerindendir (TÜRSAB Ar-Ge, 2002, s. 14).

Selanik aynı zamanda canlı bir gece hayatına ve gastronomik zenginliklere sahiptir. Özellikle Yunan mutfağının lezzetlerini deneyimlemek isteyen turistler için ideal bir destinasyondur. Şehirdeki sahil şeridi, yürüyüş yapma ve dinlenme imkânları sunarken, çeşitli etkinlik ve festivaller, turistlerin ilgisini çeken diğer unsurlar arasında yer alır (Kefalogianni, 2024, s. 23).

Yunanistan'da Peloponez Yarımadası, Delfi ve Meteora gibi bölgeler de kültürel ve doğa turizmi açısından büyük önem taşır. Peloponez, antik Yunan medeniyetinin beşiği olarak kabul edilir ve burada yer alan Antik Olympia, Epidauros Tiyatrosu ve Mykene gibi antik kalıntılar turistlerin ilgisini çeker. Delfi, antik dönemde önemli bir kehanet merkezi olarak bilinirken, Meteora bölgesi ise kayalar üzerine inşa edilmiş manastırlarıyla ünlüdür (Sarı, 2017, s. 52).

3.7.1.3. Yunanistan'da Sürdürülebilir Turizm ve Büyüme

Son yıllarda Yunanistan, turizmde sadece nicel büyümeyi değil, aynı zamanda niteliksel gelişmeyi de hedefleyen bir yaklaşım benimsemiştir. Hükümet, daha fazla harcama yapan, çevreye ve kültürel değerlere saygı gösteren turistleri çekmeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir turizm projelerine yönelik yatırımlar ve alt yapı çalışmaları ön plana çıkmaktadır (Kefalogianni, 2024, s. 23)

Yunanistan, zengin kültürel ve doğal kaynaklarıyla turizm sektöründe küresel bir cazibe merkezi olmaya devam ederken, son yıllarda sürdürülebilir turizme yönelik stratejilere büyük önem vermektedir. Sürdürülebilir turizm, yalnızca doğal kaynakları korumayı değil, aynı zamanda yerel toplulukları destekleyerek uzun vadeli ekonomik büyümeyi hedefler. Yunanistan, bu doğrultuda turizmde nitelikli büyümeyi sağlamak ve çevre dostu turizm projelerini hayata geçirmek için çeşitli adımlar atmaktadır.

Sürdürülebilir turizm, çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel dengeyi koruyarak turistik faaliyetlerin uzun vadede devamlılığını sağlamayı amaçlar. Yunanistan'ın doğal kaynaklarının korunması, özellikle popüler turistik bölgelerde artan turist baskısına karşı alınması gereken önlemleri gerektirir. Mykonos ve Santorini gibi yoğun ziyaretçi alan adalarda sürdürülebilirlik uygulamaları, bu yerlerin aşırı turizm sebebiyle doğal ve kültürel miraslarının zarar görmesini önlemeye yöneliktir (Sarı, 2017, s. 53).

Aşırı turizm (overtourism) riskiyle karşı karşıya kalan bu adalarda, yerel yönetimler turizm planlamalarını sürdürülebilirlik çerçevesinde yapmaya

başlamışlardır. Özellikle enerji verimliliği, su yönetimi ve atık yönetimi konularında çeşitli projeler geliştirilmiştir. Bunun yanı sıra, otel ve turistik işletmelerin çevre dostu sertifikalar alması teşvik edilmektedir. Yeşil anahtar (GreenKey) ve Mavi Bayrak (Blue Flag) gibi çevre sertifikaları, turistik tesislerin doğaya duyarlılığını ve sürdürülebilir turizm hedeflerine uyumunu belgelemektedir (Kefalogianni, 2024, s. 24).

Yunan hükümeti, sürdürülebilir turizmi teşvik etmek amacıyla çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Bu stratejiler, sadece turist sayısını artırmaya yönelik değil, daha fazla harcama yapan ve çevresel farkındalığı yüksek turistleri çekmeyi hedeflemektedir. Yunanistan Turizm Bakanlığı, sürdürülebilir turizm projelerini desteklemek için özel teşvikler sunmakta ve yatırımcıları yenilenebilir enerji ve sürdürülebilir altyapı yatırımlarına yönlendirmektedir. Örneğin, Rodos ve Girit gibi turistik bölgelerde güneş enerjisi ve rüzgar enerjisi projeleri geliştirilmektedir (TÜRSAB Ar-Ge, 2002, s. 15).

Ek olarak, Yunanistan'da doğa turizmi ve agro-turizm gibi alternatif turizm çeşitleri de sürdürülebilir turizm stratejileri içerisinde önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle kırsal bölgelerde, yerel halkın ekonomik kalkınmasını desteklemek amacıyla sürdürülebilir tarım ve turizm projeleri hayata geçirilmiştir. Bu projeler, turistlere doğal çevreyle iç içe tatil imkânı sunarken, aynı zamanda yerel ürünlerin tüketimini teşvik etmektedir. Ege ve İyonya adalarında gerçekleştirilen bu tür projeler, sürdürülebilirlik kavramının sadece çevresel değil, aynı zamanda ekonomik ve sosyal boyutlarını da kapsamaktadır (Kefalogianni, 2024, s. 25).

Ekoturizm, Yunanistan'da giderek önem kazanan bir turizm türüdür. Yunanistan'ın çeşitli milli parkları, koruma alanları ve doğal güzellikleri, ekoturizmin gelişmesi için ideal ortamlar sunmaktadır. Pindos Dağları, Samaria Kanyonu ve Vikos Gorge gibi bölgeler, doğa yürüyüşleri, kampçılık ve vahşi yaşam gözlemi gibi ekoturizm faaliyetlerine ev sahipliği yapmaktadır. Bu tür turistik faaliyetler, hem çevreye duyarlı hem de yerel toplulukları destekleyen bir yaklaşım sunmaktadır (Sarı, 2017, s. 54).

Yerel toplulukların turizm faaliyetlerine entegre edilmesi, sürdürülebilir turizmin temel ilkelerinden biridir. Yunanistan'da yerel halkın katılımıyla gerçekleştirilen turistik projeler, bölgesel kalkınmaya katkı sağlarken, turistlerin de otantik ve yerel deneyimler yaşamasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, Yunanistan'da agro-turizm, kültürel turizm ve gastronomi turizmi gibi çeşitli sürdürülebilir turizm türleri, yerel ekonomiyi güçlendirmekte ve bölgesel dengesizlikleri azaltmaktadır (Kefalogianni, 2024, s. 25).

İklim değişikliği, Akdeniz bölgesindeki birçok ülke gibi Yunanistan'ı da doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle, sürdürülebilir turizm stratejileri, iklim değişikliğine uyum sağlama ve karbon ayak izini azaltma hedeflerini içermektedir. Yunanistan'daki turistik tesisler, enerjiyi verimli kullanma ve çevresel etkileri en aza indirme amacıyla sürdürülebilirlik önlemleri almakta ve bu doğrultuda uluslararası standartlara uygun hale getirilmektedir. Özellikle kıyı turizmi ve adalarda artan sıcaklıklar, su kaynaklarının azalması ve erozyon gibi sorunlar, sürdürülebilir turizmin önemini daha da artırmaktadır (TÜRSAB Ar-Ge, 2002, s. 15).

Tablo 8: Yunanistan'ın GSYH ve Turizm Gelirlerinin GSYH içindeki Payı (2010-2023)

Yıl	Türkiye GSYİH (milyar USD)	Türkiye Turizm Geliri (milyar USD)	Türkiye Turizm Geliri/GSYİH (%)	Yunanistan GSYİH (milyar USD)	Yunanistan Turizm Geliri (milyar USD)	Yunanistan Turizm Geliri/GSYİH (%)
2010	731	22,6	3,1%	301,10	15.05	5.20
2011	774	25,1	3,2%	289.60	16.42	5.67
2012	788	26,0	3,3%	241.99	16.90	6.99
2013	823	28,8	3,5%	239.85	17.92	7.47
2014	934	30,4	3,3%	237.53	19.65	8.27
2015	861	27,3	3,2%	195.32	16.95	8.68
2016	863	19,1	2,2%	192.69	14.65	7.60
2017	851	23,0	2,7%	203.08	17.08	8.41
2018	778	29,5	3,8%	209.85	18.21	8.68
2019	761	34,5	4,5%	209.29	19.58	9.36
2020	720	12,1	1,7%	189.41	4.32	2.28
2021	815	24,5	3,0%	216.24	10.00	4.62
2022	905	41,4	4,6%	224.97	17.68	7.86
2023	1,108	54,3	4,9%	239,10	22,3	9,3%

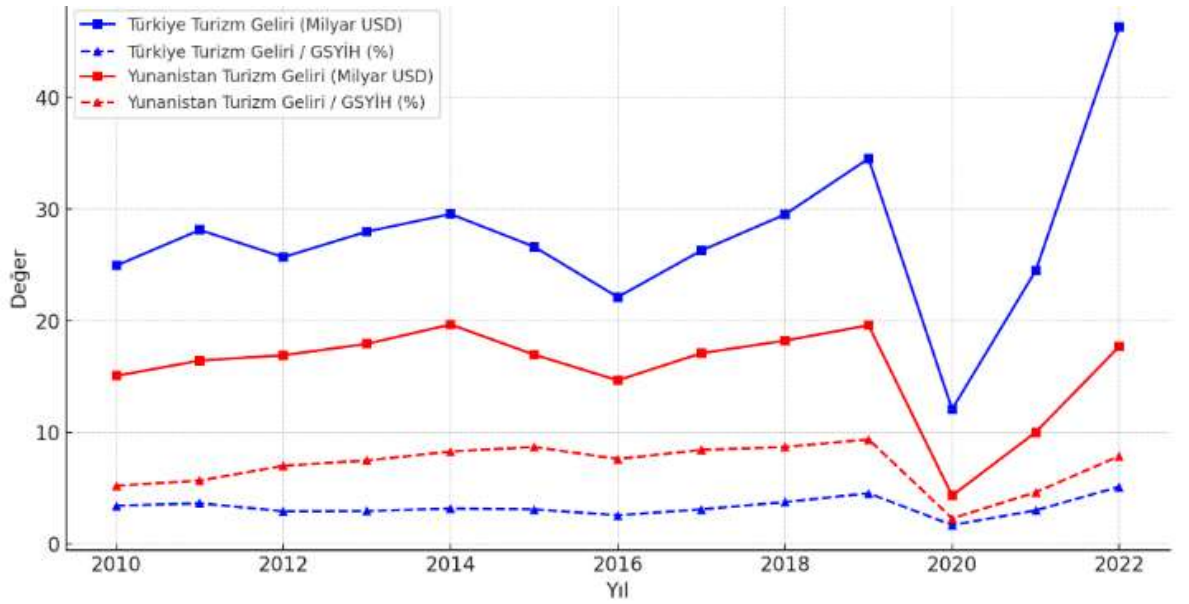
Kaynak: (TradingEconomics. 2024, verileri kullanılarak oluşturulmuştur).

Tablo'da Yunanistan'ın 2010-2023 yılları arasındaki Gayri Safi Yurt İçi Hasılası (GSYİH), turizm gelirleri ve turizm gelirlerinin GSYİH içindeki yüzdesel payı karşılaştırmalı olarak gösterilmektedir. Veriler, ekonomik krizden toparlanmaya kadar olan süreçte Yunanistan'ın turizm gelirlerinin GSYİH'deki öneminin nasıl arttığını ortaya koymaktadır. Yunanistan'ın GSYH'ı 2010'lardaki mali kriz sürecinde düşüş göstermiş ve 2015 yılında 195.32 milyar dolara kadar gerilemiştir (TradingEconomics, 2024). Ancak kriz sonrası toparlanma döneminde mali reformlar ve dış turizmin katkısıyla ekonomi 2022 yılı itibarıyla 224.97 milyar dolara yükselmiştir (Dünya Bankası, 2024).

Turizm gelirleri açısından bakıldığında, 2010 yılında 15.05 milyar dolar olan gelirler, 2019 yılında 19.58 milyar dolara kadar yükselmiş ancak pandemi nedeniyle 2020 yılında ciddi bir düşüş yaşayarak 4.32 milyar dolara kadar gerilemiştir (Dünya

Bankası, 2024). Ancak toparlanma sürecinde 2022 yılında 17.68 milyar dolara ulaşmıştır, bu da turizm sektörünün Yunanistan ekonomisindeki önemli yerini koruduğunu göstermektedir. Turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı ise 2010 yılında %5.2 seviyesinde olup kriz sonrası süreçte artış göstererek 2019 yılında %9.36 seviyesine ulaşmıştır. Ancak 2020 yılında küresel pandemi nedeniyle bu oran %2.28'e düşmüş, ancak toparlanma süreciyle birlikte 2022 itibarıyla %7.86 seviyesine çıkmıştır (Dünya Bankası, 2024). Bu durum, özellikle ekonomik kriz döneminde ve sonrasında turizmin Yunanistan ekonomisi için ne kadar kritik bir sektör haline geldiğini açıkça ortaya koymaktadır.

Şekil 5: Yunanistan ve Türkiye'nin GSYİH ve Turizm Geliri ve Payı Milyar USD (2010-2022)



Kaynak: (TradingEconomics. 2024, TÜİK 2023) verileri kullanılarak düzenlenmiştir.

Şekil'de Yunanistan ve Türkiye'nin 2010-2022 yılları arasındaki Gayri Safi Yurt İçi Hasılatları (GSYİH), turizm gelirleri ve turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payları ABD doları cinsinden karşılaştırılmıştır. Grafik, her iki ülkenin de GSYİH ve turizm gelirlerinin farklı oranlarda değiştiğini ve ekonomik performanslarındaki dalgalanmaların turizm sektörüne nasıl yansıdığını göstermektedir. Yukarıdaki, grafikteki verilere dayalı olarak bu iki ülkenin turizm sektörü ve ekonomik yapılarına dair kapsamlı bir analiz sunulmuştur.

3.7.1.4. Yunanistan'ın GSYİH ve Turizm Gelirleri

Yunanistan'ın 2010 yılında 289.6 milyar USD olan GSYİH'si, yıllar boyunca bazı dalgalanmalar göstererek 2022'de yaklaşık 225 milyar USD seviyesine ulaşmıştır. Bu süreçte Yunanistan, ekonomik krizler ve borç yapılandırılmaları nedeniyle istikrarlı bir ekonomik büyüme sağlayamamıştır (Kaplan, M., 2015, 54). Öte yandan, Yunanistan'ın turizm gelirleri 2010 yılında 15.05 milyar USD iken,

2022’de yaklaşık 17.68 milyar USD’ye ulaşarak daha istikrarlı bir büyüme sergilemiştir. Bu durum, ülkenin turizm sektöründe özellikle Avrupa pazarına yönelik etkin bir rol oynadığını göstermektedir. Turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı 2010’da %5.2 seviyesinde iken, 2022 yılında bu oran %7.86’ya yükselmiştir. Bu artış, Yunanistan’ın turizme bağımlılığının arttığını ve ekonomik çeşitliliği sağlama konusunda yeterli adımları atmadığını göstermektedir (Alkış, T., 2018, 112).

3.7.1.5. Türkiye'nin GSYİH ve Turizm Gelirleri

Türkiye’nin GSYİH’si, 2010 yılında 731.14 milyar USD iken, 2013 yılında 950.58 milyar USD ile zirveye ulaşmış, ardından 2019 yılına kadar bazı düşüşler yaşamış ve 2022 yılı itibarıyla 906.02 milyar USD seviyesinde olmuştur. Türkiye’nin turizm gelirleri ise 2010 yılında 24.93 milyar USD iken, 2022 yılında yaklaşık 46.30 milyar USD’ye ulaşmıştır. Türkiye’nin özellikle 2016 sonrasında yaşadığı ekonomik dalgalanmalara rağmen turizm sektöründeki güçlü büyümesi dikkat çekicidir. Bu dönemde, turizm sektöründe pazar çeşitlendirmesi yapılmış, Avrupa ve Orta Doğu pazarına yönelik tanıtımlar artırılmıştır (Yılmaz, A., 2021, 79).s

Türkiye’de turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı 2010 yılında %3.41 seviyesinde iken, bu oran 2022 yılında %5.11’e yükselmiştir. Bu durum, Türkiye’nin genel ekonomisi içinde turizmin rolünün arttığını, ancak ülkenin turizme olan bağımlılığının Yunanistan kadar yüksek olmadığını göstermektedir.

3.7.1.6. Karşılaştırmalı Analiz: Yunanistan ve Türkiye’nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı

Şekil 5’te de görüldüğü üzere, her iki ülkenin de turizm gelirleri yıllar içinde artış göstermiştir, ancak turizm gelirlerinin GSYİH’ye oranı açısından önemli farklılıklar vardır. Yunanistan, daha küçük bir ekonomi olması ve turizme daha fazla bağımlı olması nedeniyle, turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı %9.3 gibi yüksek bir orana ulaşmıştır. Bu oran, Yunanistan’ın ekonomisinin büyük ölçüde turizm sektörüne bağımlı olduğunu ve kriz dönemlerinde bu sektörün ekonomiyi destekleyici bir rol oynadığını göstermektedir (Kara. D., 2020, 93). Türkiye ise daha büyük ve çeşitli bir ekonomik yapıya sahiptir; bu yüzden turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı Yunanistan’a kıyasla daha düşüktür. Türkiye’nin bu orana rağmen turizm sektöründe yüksek gelir elde etmesi, ülkenin özellikle altyapı yatırımları, hizmet kalitesi ve turist çeşitliliği açısından başarılı olduğunu göstermektedir.

Bu karşılaştırmalı analizde, Yunanistan’ın ekonomik daralmalara karşı daha kırılgan olduğunu ve turizm sektörüne aşırı bağımlılık nedeniyle risk altında olduğunu, Türkiye’nin ise daha geniş ekonomik tabanı sayesinde turizme bağımlılık konusunda daha dengeli bir yapıya sahip olduğunu görüyoruz. Bu bağlamda, Yunanistan’ın ekonomik çeşitlilik sağlaması ve alternatif sektörlerle yatırım yapması, Türkiye’nin ise turizmin payını artırırken ekonomideki diğer sektörlerle de destek vermesi önerilebilir.

3.7.2.İspanya

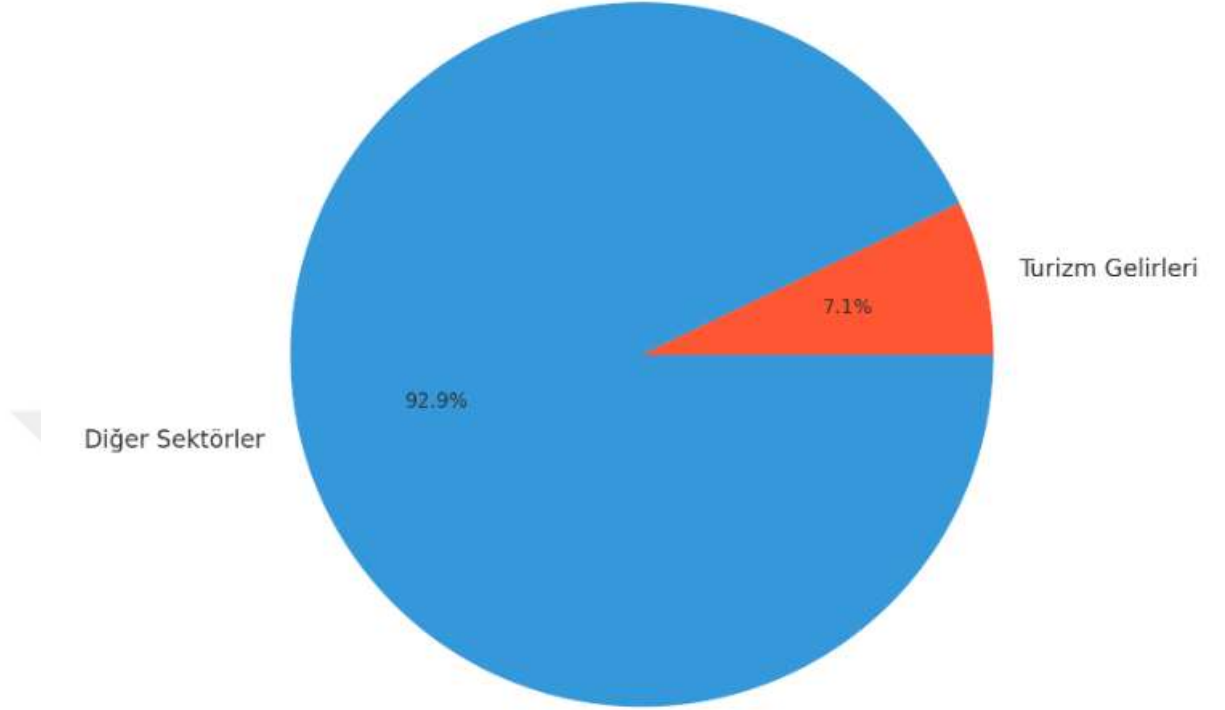
İspanya, Akdeniz iklimi, zengin kültürel mirası, tarihi yapıları ve gelişmiş turizm altyapısı sayesinde dünyanın önde gelen turizm destinasyonlarından biridir. Turizm sektörü, ülkenin ekonomik büyümesinde kritik bir rol oynar ve İspanya'nın Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYH), istihdam oranları, döviz girdileri ve altyapı yatırımları üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. 2023 yılında, İspanya uluslararası turizmde tarihi bir başarıya ulaşarak toplam 85,1 milyon ziyaretçiyi ağırlamış ve 108,7 milyar euro (yaklaşık 117,7 milyar ABD doları) turizm geliri elde etmiştir. Bu, hem pandemi öncesi 2019 yılına kıyasla %1,9'luk bir artışı hem de 2022'ye göre %18,7'lik bir büyümeyi ifade eder. Turist harcamaları da 2023'te bir önceki yıla göre %24,7 oranında artmış ve bu artış, İspanya'nın turizminin ekonomiye olan etkisini daha da güçlendirmiştir (Ministry of Industry and Tourism, 2024, s. 2).

2023 yılında toplam turizm harcamaları 108,7 milyar euroya ulaşmış olup, turist başına ortalama harcama 1.278 euro (yaklaşık 1.383 ABD doları) olmuştur. Özellikle harcamaların %18,2 oranında artması, sektörün hem yerel ekonomiyi desteklediğini hem de sürdürülebilir turizme yönelik dönüşüm sürecini güçlendirdiğini göstermektedir (Spanish Statistics Institute, 2024, s. 12). Turizmin bölgesel etkileri en çok Katalonya, Balear Adaları ve Kanarya Adaları'nda hissedilmiştir. Katalonya, 2023'te en fazla ziyaretçiyi (18 milyon) çekerken, turistlerin en fazla harcama yaptığı bölgeler de bu destinasyonlar olmuştur. Bu durum, sadece turizm sektöründe değil, aynı zamanda perakende, konaklama ve ulaştırma sektörlerinde de istihdam yaratmıştır (Invest in Spain, 2024, s. 5).

Bu veriler, İspanya'nın turizm sektöründeki başarısını ve ekonomiye olan katkısını açıkça göstermektedir. Turizm gelirlerindeki artış, ülkenin ekonomik büyümesine olumlu yönde etki etmiş ve istihdam oranlarını artırmıştır. Ayrıca, bölgesel düzeyde turizmin etkisi, yerel ekonomilerin güçlenmesine ve altyapı yatırımlarının artmasına katkı sağlamıştır. COVID-19 pandemisinin etkilerine rağmen, 2023 yılı İspanya'nın turizmde yeni rekorlar kırdığı bir dönem olmuştur. Hükümetin, daha sürdürülebilir ve mevsimsellikten arındırılmış turizm politikalarına yönelmesi sayesinde, ziyaretçilerin konaklama süreleri artmış ve ortalama 7,3 güne ulaşmıştır. Bu politikalar, hem turizm kalitesini artırmakta hem de ülke genelinde turizmi yıl boyunca canlı tutmayı amaçlamaktadır (Ministry of Industry and Tourism, 2024, p. 8).

Aşağıdaki grafik, İspanya'nın 2023 yılı GSYH'sine turizm gelirlerinin katkısını göstermektedir. 2023 yılında, İspanya'nın toplam GSYH'si 1,535 trilyon euro (yaklaşık 1,672 trilyon ABD doları) olarak gerçekleşmiş, turizm gelirleri ise 108,662 milyar euroya (yaklaşık 118,3 milyar ABD doları) ulaşmıştır. Bu veriler, turizmin ekonomiye etkisinin GSYH'nin yaklaşık %7,1'ini oluşturduğunu ve sektörün ülke ekonomisi üzerindeki önemli etkisini göstermektedir.

Şekil 6: İspanya'da Turizm Gelirlerinin GSYH'deki Payı (2023)



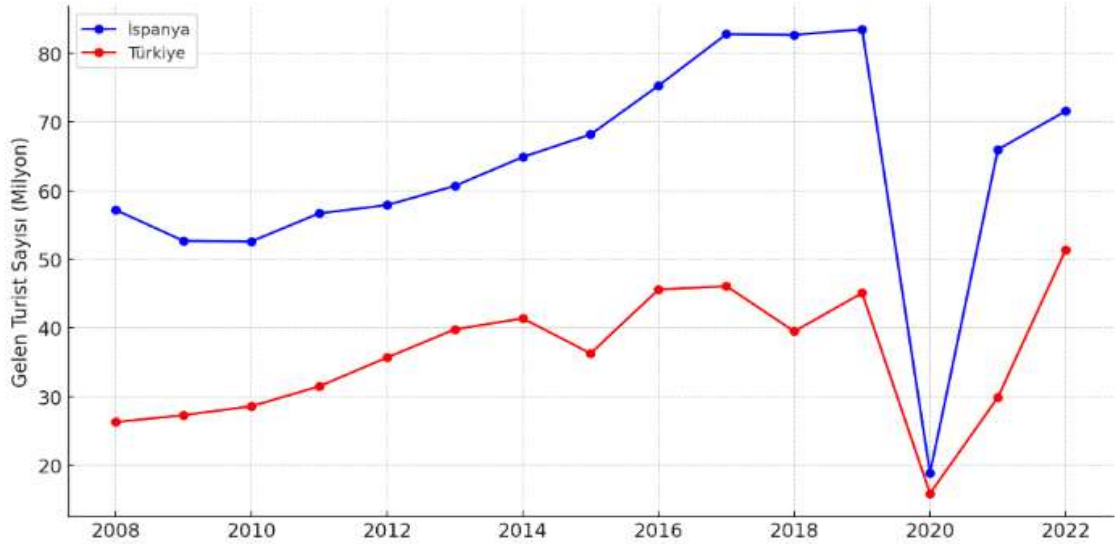
Kaynak: (investinspain, 2023 verileri kullanılarak oluşturulmuştur).

Aynı şekilde, turizm sektörü İspanya'nın toplam GSYH'sinin %7,1'ini oluşturarak ekonomiye önemli bir katkı sağlamıştır. Toplam turizm gelirleri 108,662 milyar euro (yaklaşık 118,3 milyar ABD doları) olarak gerçekleşmiş ve bu gelirler İspanya'nın ekonomik büyümesinde kilit bir rol oynamıştır.

3.7.2.1. Karşılaştırmalı Analiz: İspanya ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı

İspanya ve Türkiye, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile doğal güzellikleri sayesinde turizmde önemli destinasyonlar haline gelmiş olup, bu iki ülkenin turizm gelirleri, ekonomilerinin büyümesine ve GSYİH'lerine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

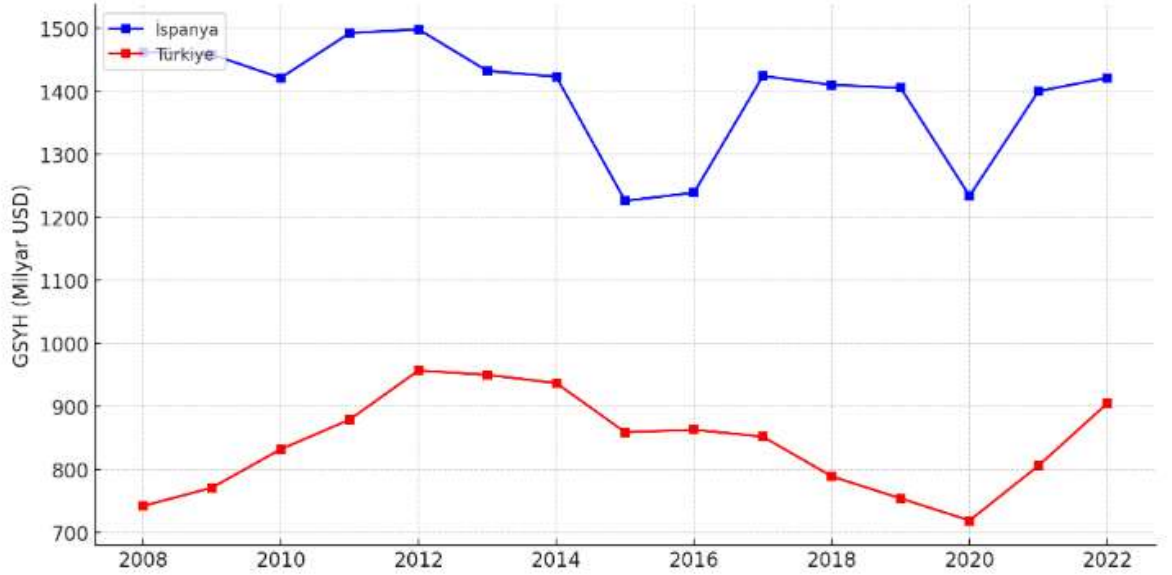
Şekil 7: İspanya ve Türkiye'nin 2008-2022 arasında Gelen turist sayısını (milyon)



Kaynak:(World Bank 2023), INE (İspanya Ulusal İstatistik Enstitüsü, 2023), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu 2023). Verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Şekil'deki verilere göre İspanya, turist sayısı 2008'den 2019'a kadar düzenli bir artış göstererek 82,8 milyona zirve yapmıştır. Ancak, 2020'de COVID-19 pandemisi nedeniyle dramatik bir düşüş yaşanmış ve 18,9 milyona kadar gerilemiştir. 2022 itibarıyla turizm sektörü toparlanmış ve turist sayısı 71,6 milyona ulaşmıştır. Türkiye'nin turist sayısı 2008-2019 yılları arasında sürekli artarak 45,6 milyona ulaşmıştır. Ancak, pandemi sırasında 15,9 milyona kadar düşüş yaşanmış, 2022 itibarıyla hızlı bir toparlanma ile 51,4 milyona ulaşmıştır. İspanya'nın turist sayısı, Türkiye'den genel olarak daha yüksektir. Ancak Türkiye, 2022'de turist sayısını pandemi öncesi seviyelerin üzerine çıkarırken İspanya halen 2019 zirvesine ulaşamamıştır.

Şekil 8: İspanya ve Türkiye'nin 2008-2022 arasında GSYH'leri (Milyar USD)

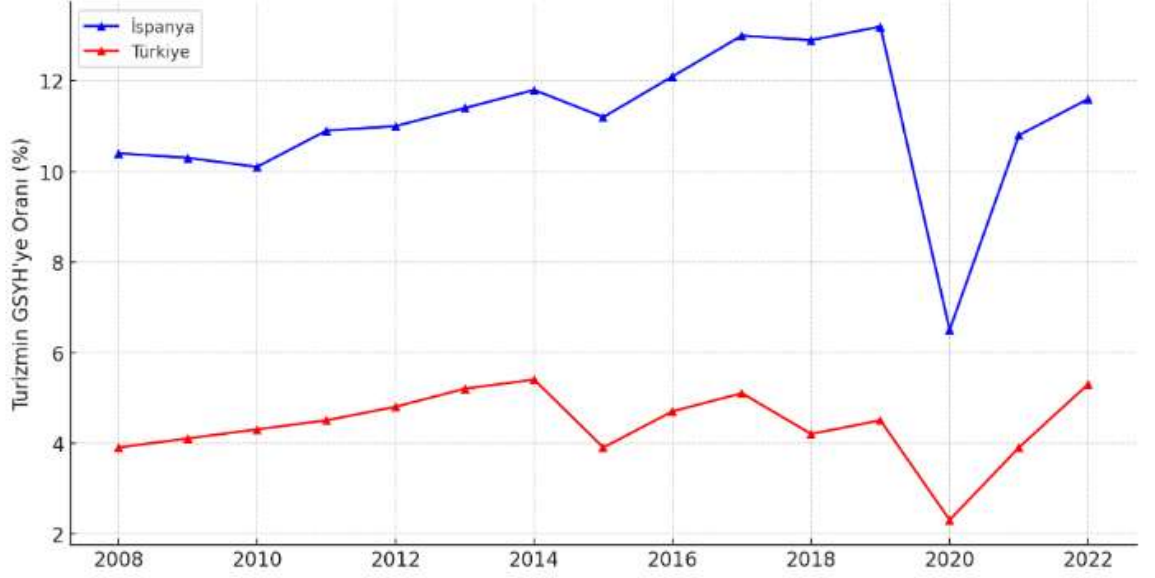


Kaynak: (World Bank 2023), INE (İspanya Ulusal İstatistik Enstitüsü, 2023), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu 2023). Verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

İspanya, 2008'de 1,46 trilyon USD olan GSYH, 2014'e kadar dalgalanmış, 2020'de pandeminin etkisiyle 1,23 trilyona düşmüştür. 2022'de ekonomisi yeniden toparlanarak 1,42 trilyon USD'ye ulaşmıştır. Türkiye'nin GSYH'si 2008'de 742 milyar USD iken 2013'te zirveye çıkarak 957 milyar USD'ye ulaşmıştır. Ancak sonraki yıllarda ekonomik dalgalanmalar ve kur krizleri nedeniyle düşüş yaşanmış ve 2022'de 905 milyar USD olmuştur.

İspanya'nın ekonomisi Türkiye'den daha büyüktür ve daha istikrarlı bir büyüme eğrisi sergilemiştir. Ancak Türkiye, özellikle 2010-2013 arasında hızlı bir ekonomik büyüme kaydetmiştir. Her iki ülke de pandemi sonrası toparlanma sürecine girmiştir.

Şekil 9: İspanya ve Türkiye'nin 2008-2022 arasında Turizm gelirlerinin GSYH'ye oranını (%)



Kaynak: (World Bank 2023), INE (İspanya Ulusal İstatistik Enstitüsü, 2023), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu 2023). Verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

İspanya Turizmin GSYH'ye katkısı %10'un üzerinde seyretmiş ve 2019'da %13 ile zirveye çıkmıştır. 2020'de pandeminin etkisiyle %6,5'e düşse de, 2022 itibarıyla %11,6 seviyesine ulaşmıştır.

Türkiye'de turizmin GSYH'ye oranı 2008'de %3,9 seviyesindeyken 2019'da %5,1'e yükselmiştir. Pandemi sırasında %2,3'e düşen oran, 2022'de %5,3'e çıkarak güçlü bir toparlanma göstermiştir.

İspanya'nın ekonomisi turizme daha bağımlı olup, Türkiye'nin turizm katkısı daha sınırlıdır. Ancak Türkiye'de turizm sektörünün ekonomiye katkısı artış eğilimindedir.

Tablo 9: Türkiye ile İspanya'nın Turizm Açısından Karşılaştırılması (2010-2023)

	Türkiye GSYH (milyar \$)	Türkiye Turizm Geliri (Milyar \$)	Türkiye Turizm Geliri / GSYH (%)	İspanya GSYH (Milyar \$)	İspanya Turizm Geliri (Milyar \$)	İspanya Turizm Geliri / GSYH (%)
2010	731	22,6	3,1%	1,417	70,0	4,9%
2011	774	25,1	3,2%	1,490	72,0	4,8%
2012	788	26,0	3,3%	1,356	74,0	5,5%
2013	823	28,8	3,5%	1,393	76,0	5,5%
2014	934	30,4	3,3%	1,415	78,0	5,5%
2015	861	27,3	3,2%	1,200	80,0	6,7%
2016	863	19,1	2,2%	1,240	82,0	6,6%
2017	851	23,0	2,7%	1,310	84,0	6,4%
2018	778	29,5	3,8%	1,420	86,0	6,1%
2019	761	34,5	4,5%	1,460	88,0	6,0%
2020	720	12,1	1,7%	1,280	35,0	2,7%
2021	815	24,5	3,0%	1,300	60,0	4,6%
2022	905	41,4	4,6%	1,390	95,0	6,8%
2023	1,108	54,3	4,9%	1,600	117,0	7,3%

Kaynak: (World Bank 2023), World Tourism Organization (UNWTO, INE (İspanya Ulusal İstatistik Enstitüsü, 2023), TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu 2023). Verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Tablo'da görüleceği üzere, 2022 yılında İspanya'nın turist sayısının Türkiye'ye göre çok daha yüksek olmasının temel nedenleri, ülkenin köklü turizm altyapısı, jeopolitik konumu, pazarlama stratejileri ve pandemiden sonra hızla toparlanabilen turizm sektörü ile ilişkilidir. İspanya, özellikle Avrupa'nın ana kaynak pazarları olan İngiltere, Almanya ve Fransa gibi ülkelere yüksek sayıda ziyaretçi çekerken, coğrafi yakınlık ve vizesiz seyahat kolaylığı da turist akışını artırmaktadır. 2022'de İspanya yaklaşık 71,6 milyon uluslararası turist ağırlarken, Türkiye'deki sayı 51 milyon civarındaydı.

İspanya'nın Akdeniz iklimine sahip bölgeleri (örneğin Balear Adaları ve Costa del Sol), tarihsel miras ve kültürel çekicilikler (Barcelona, Madrid, Granada gibi şehirler) sayesinde geniş bir kitleyi kendine çekmektedir. Ayrıca İspanya, deniz-kum-güneş turizminin ötesine geçerek gastronomi, kültür ve spor etkinlikleri gibi alternatif turizm alanlarına yatırım yapmıştır. Pandemi sonrası toparlanma sürecinde, özellikle AB içindeki serbest dolaşım avantajı İspanya'nın yeniden hızlı turist çekmesini sağladı.

Buna karşılık, Türkiye 2022'de daha düşük ziyaretçi sayısına rağmen Akdeniz'deki fiyat avantajıyla rekabetçi bir pozisyonda kalmaya devam etti. Ancak, bazı Avrupa ülkeleri için Türkiye'ye yapılan seyahatlerin daha karmaşık vize prosedürleri gerektirmesi ve Türkiye'nin doğusunda yaşanan jeopolitik gelişmeler, bazı turistlerin İspanya'yı tercih etmesine yol açtı. İspanya'nın 2022'deki toplam

turizm gelirlerinin %14'ü ülkenin GSYH'sine katkıda bulunarak sektörün ekonomik önemi bir kez daha vurgulanmıştır (Caixabank, 2023; ING Think, 2023).

3.7.3. Fransa

Fransa, her yıl milyonlarca turisti ağırlayarak turizmi ülke ekonomisinin ana yapı taşlarından biri haline getirmiştir. Turizm sektörü, 2023 yılı itibarıyla ülke GSYİH'sine yaklaşık %7-8 oranında katkı sağlamıştır (Turizm Databank, 2024, s.36). Aynı yıl yaklaşık 67 milyon turist Fransa'yı ziyaret etmiştir (France Diplomacy, 2023, s.11). Turizmin sunduğu ekonomik faydalar sadece döviz geliri ile sınırlı kalmamış, aynı zamanda yaklaşık 2 milyon kişilik istihdam yaratmıştır (World TourismOrganization, 2023, s.44).

2024 yılında da otel ve konaklama hizmetlerinde %6,8 oranında geceleme artışı yaşanmış; ilk dokuz ayda bu sektörlerden 244 milyon dolar vergi geliri elde edilmiştir (Turizm Databank, 2024, s.36). Paris ve Fransız Rivierası gibi destinasyonlar, kruvaziyer turizmi ile birlikte talep artışının lokomotifleri olmuştur (France Diplomacy, 2023, s.11).

Fransa, turizmden elde ettiği döviz gelirleri sayesinde dış ticaret açığını dengelerken, kültürel miras ve şarap turizmi gibi alanlarda da liderliğini korumaktadır (World TourismOrganization, 2023, s.44). Özellikle pandemi sonrası hızlı toparlanma ile birlikte sektörün ülke ekonomisine katkısı daha da artmıştır (Turizm Databank, 2024, s.36).

3.7.3.1. Karşılaştırmalı Analiz: Fransa ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı

Turizm, hem Türkiye hem de Fransa için kritik bir sektör olmakla birlikte iki ülkenin ekonomik yapılarında farklı roller üstlenmiştir. Turist sayıları, GSYH (Gayri Safi Yurt İçi Hasıla) değerleri ve turizm gelirlerinin GSYH içindeki paylarını inceleyerek her iki ülkenin ekonomik büyümesine nasıl etki ettiğini daha kapsamlı bir şekilde analiz edebiliriz.

Tablo 10: Türkiye ve Fransa'nın 2010-2023 turizm verileri ile turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı

	Türkiye GSYH (milyar \$)	Türkiye Turizm Geliri (Milyar \$)	Türkiye Turizm Geliri / GSYH (%)	Fransa GSYH (Milyar \$)	Fransa Turizm Geliri (Milyar \$)	FransaTurizm Geliri / GSYH (%)
2010	731	22,6	3,1%	2,650	60,0	2,3%
2011	774	25,1	3,2%	2,800	62,0	2,2%
2012	788	26,0	3,3%	2,650	64,0	2,4%
2013	823	28,8	3,5%	2,800	66,0	2,4%
2014	934	30,4	3,3%	2,850	68,0	2,4%
2015	861	27,3	3,2%	2,420	70,0	2,9%
2016	863	19,1	2,2%	2,470	72,0	2,9%
2017	851	23,0	2,7%	2,580	74,0	2,9%
2018	778	29,5	3,8%	2,780	76,0	2,7%
2019	761	34,5	4,5%	2,800	78,0	2,8%
2020	720	12,1	1,7%	2,600	35,0	1,3%
2021	815	24,5	3,0%	2,700	60,0	2,2%
2022	905	41,4	4,6%	2,800	95,0	3,4%
2023	1,108	54,3	3,2%	2,630	97,0	%8,8

Kaynak: (Turizm Databank, 2024, World Tourism Organization (UNWTO), 2023, TÜİK 2023), verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Türkiye: 2023 yılında turizm gelirleri 54,3 milyar USD'ye ulaşarak GSYH'nin %4,9'unu oluşturmuştur. Bu, 2010'daki %3,1'lik orana göre belirgin bir artışı göstermektedir. Ancak, 2016 yılında yaşanan düşüşle turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı %2,2'ye gerilemiştir. Fransa: 2023 yılında turizm gelirleri 117,0 milyar USD olarak GSYH'nin %3,9'unu oluşturmuştur. Bu oran, 2010'daki %2,3'lük orana göre önemli bir artışı ifade etmektedir. Ancak, 2020 yılında COVID-19 pandemisinin etkisiyle bu oran %1,3'e kadar düşmüştür.

Tablo 10, Türkiye ve Fransa'nın 2010 ve 2023 arasındaki turizm verilerini ve turizm gelirlerinin GSYH içindeki oranlarını karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. Fransa, dünyanın en fazla turist çeken ülkesi konumunu sürdürmekte ve turizmin Fransa ekonomisine katkısı oldukça yüksek düzeyde seyretmektedir. Son 15 yılda ortalama 80–90 milyon arası turist ağırlayan Fransa, turizmi sürdürülebilir kalkınmanın stratejik bir aracı olarak değerlendirmektedir. 2019 yılında 90 milyon turiste ulaşan ülkede, turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı %7,4 olarak gerçekleşmiştir (Global Economic Insights, 2024). Kültürel turizm, gastronomi ve spor etkinlikleri (örneğin Tour de France) bu katkıyı destekleyen temel unsurlar arasında yer almakta; sektör yaklaşık 2 milyon kişiye doğrudan veya dolaylı istihdam sağlayarak sosyal kalkınmaya da katkı sunmaktadır (OECD, 2023, s.29).

Türkiye ise 2010 yılından itibaren turist sayısında genel olarak artış kaydetmiş; 2019 yılında 51,7 milyon, 2023 yılında ise 51,4 milyon turiste ulaşmıştır. Ancak 2016'daki güvenlik sorunları ve 2020'de ortaya çıkan COVID-19 pandemisi

nedeniyle geçici düşüşler yaşanmıştır (World Bank, 2024, s.58). Pandemi sonrasında hızlı bir toparlanma gösteren Türkiye, 2023 itibarıyla turizm gelirlerinin GSYH içindeki payını %5,2 seviyesine çıkarmıştır. Bu oran, turizmin Türkiye açısından önemli bir döviz girdisi kaynağı olduğunu göstermektedir (OECD, 2023, s.29).

Fransa'nın turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı genel olarak %7–8 aralığında seyrederken, Türkiye'de bu oran %3–5 arasında dalgalanmıştır (World Bank, 2024, s.58). Fransa'da turizm; sanayi, hizmetler ve kültürel altyapıya katkı sağlayarak ekonomik çeşitliliği artırmakta; Türkiye'de ise turizm, dış ticaret açığını kapatma aracı ve döviz kazandırıcı bir sektör olarak ön plana çıkmaktadır.

Pandemi sürecinde her iki ülke de ciddi gerilemeler yaşamış, 2020 yılında Fransa'da turist sayısı 50 milyona, Türkiye'de ise 15,8 milyona düşmüştür (UNWTO, 2023, s.44). Ancak 2023 yılı itibarıyla her iki ülke de toparlanma eğilimi göstermiştir. Türkiye, rekabetçi fiyat yapısı ile turist çekme kapasitesini yeniden artırmayı başarmış; Fransa ise kültürel zenginliği ve yüksek hizmet kalitesi sayesinde turizmde sürdürülebilir büyümesini devam ettirmiştir.

3.7.4. İtalya

İtalya, dünyada turizmin en köklü ve güçlü sektörlerden biri olarak konumlanmıştır. Özellikle Roma, Floransa, Venedik gibi tarihi ve kültürel merkezler, her yıl milyonlarca turistini ilgisini çekmektedir. Ülke, UNESCO Dünya Mirası listesinde 55'den fazla varlığıyla bu alanda da lider konumdadır. İtalya'nın kültürel turizminin yanı sıra sahil kasabaları ve Alp Dağları, yaz ve kış turizmini bir arada sunarak ziyaretçi çeşitliliğini artırmaktadır (TradingEconomics, 2023).

2023 yılı itibarıyla İtalya, yaklaşık 58 milyon turist ağırlayarak turizmde pandeminin etkilerini büyük ölçüde geride bırakmıştır. Ülkenin turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı %5-6 civarında seyretmekte olup, Avrupa genelinde önemli bir yer edinmiştir. İtalya'nın ekonomisi açısından turizm, döviz girdisi sağlama ve istihdam yaratma açısından büyük bir rol oynamaktadır. Özellikle pandeminin ardından seyahat kısıtlamalarının kalkmasıyla birlikte, ülke turizmi hızlı bir toparlanma göstermiştir (TradingEconomics, 2023).

İtalya'daki ekonomik etkileri, yalnızca hizmet sektörüne değil, aynı zamanda sanat ve gastronomi gibi alanlara da yansımaktadır. İtalyan mutfağı ve yerel şarapçılık, uluslararası alanda büyük ilgi görmektedir. Bunun yanı sıra, ülkenin turizm politikaları ve sürdürülebilirlik çalışmaları, yoğun ziyaretçi akışının olumsuz etkilerini azaltmayı hedeflemektedir. İtalya, turizmi çeşitlendirmek amacıyla kırsal turizmi teşvik etmekte ve daha az bilinen destinasyonların tanıtımına ağırlık vermektedir.

3.7.4.1. Karşılaştırmalı Analiz: İtalya ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri ve GSYİH İçindeki Payı

Turizm her iki ülkede de ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Ancak İtalya'nın, daha köklü bir turizm altyapısı ve uluslararası marka değeri sayesinde turizm gelirlerini daha istikrarlı bir şekilde GSYH'ye entegre edebildiği

gözlemlenmektedir. Türkiye’de ise turizm, döviz girdisi sağlamada önemli bir araç olmakla birlikte ekonomideki dalgalanmalardan daha fazla etkilenmektedir.

Tablo 11: Türkiye ve İtalya'nın 2010-2023 yılları arasında turizm verileri ile turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı

	Türkiye GSYH (milyar \$)	Türkiye Turizm Geliri (Milyar \$)	Türkiye Turizm Geliri / GSYH (%)	İtalya GSYH (Milyar \$)	İtalya Turizm Geliri (Milyar \$)	İtalya Turizm Geliri / GSYH (%)
2010	731	22,6	3,1%	2,116	43,0	2,0%
2011	774	25,1	3,2%	2,230	45,0	2,0%
2012	788	26,0	3,3%	2,070	47,0	2,3%
2013	823	28,8	3,5%	2,130	49,0	2,3%
2014	934	30,4	3,3%	2,150	51,0	2,4%
2015	861	27,3	3,2%	1,820	53,0	2,9%
2016	863	19,1	2,2%	1,850	55,0	3,0%
2017	851	23,0	2,7%	1,930	57,0	3,0%
2018	778	29,5	3,8%	2,100	59,0	2,8%
2019	761	34,5	4,5%	2,120	61,0	2,9%
2020	720	12,1	1,7%	1,960	25,0	1,3%
2021	815	24,5	3,0%	2,000	40,0	2,0%
2022	905	41,4	4,6%	2,100	65,0	3,1%
2023	1,108	54,3	4,9%	2,200	70,0	3,2%

Kaynak: Turizm Databank, 2024, World Tourism Organization (UNWTO), 2023, TÜİK 2023), verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 11, Türkiye ve İtalya'nın son 13 yıla ait turizm performansını ve bu performansın ekonomik çıktılarla olan ilişkisini karşılaştırmalı olarak sunmaktadır. GSYH Performansı açısından Türkiye, 2010'dan itibaren genel olarak büyüme trendini korumuştur. 2022 yılında GSYH'si 905 milyar dolara ulaşmıştır. Buna karşın, İtalya'nın GSYH'si 2010'lar boyunca Avrupa borç krizinin de etkisiyle dalgalı bir seyir izlemiş, 2022 itibarıyla 2.100 milyar dolara yükselmiştir (Dünya Bankası 2023, OECD 2023, TradingEconomics 2023).

Turizm Gelirlerinin GSYH'ye Oranı incelendiğinde, İtalya'nın turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı yıllık ortalama %2–3 bandında seyretmektedir. Türkiye’de ise bu oran 2010–2020 döneminde genellikle %3–4 düzeyinde ilerlemiş; ancak 2023’de %4,9’e ulaşarak zirve yapmıştır. 2023 yılında ise bu oran İtalya için %3,2 olmuştur (Dünya Bankası 2023, OECD 2023, TradingEconomics 2023).

Pandemi Sonrası Toparlanma sürecinde İtalya, AB kaynakları ve gelişmiş turizm altyapısının desteğiyle görece daha güçlü bir toparlanma göstermiştir. Türkiye ise ekonomik belirsizliklere rağmen hızlı bir toparlanma sürecine girmiş, 2023 itibarıyla pandemi öncesi turist sayısı seviyesine yaklaşmıştır (Dünya Bankası 2023, OECD 2023, TradingEconomics 2023).

3.8. Türkiye'de Turizmin Ekonomik Büyümeye Doğrudan Katkıları

3.8.1.GSYİH (Gayri Safi Yurtiçi Hasıla) Üzerindeki Katkısı

Türkiye’de turizm sektörü, ekonomiye sağladığı katkılarla dikkat çekmektedir. Turizm gelirleri, ülke ekonomisinde doğrudan GSYİH’ya katkıda bulunurken, aynı zamanda istihdam, döviz girdisi ve dış ticaret dengesine olumlu etkiler sağlamaktadır. 2014 yılı itibarıyla turizmin GSYİH’ya katkısı %5.1 ile oldukça yüksek bir seviyeye ulaşmıştır. Ancak, 2016 yılında Türkiye’de yaşanan güvenlik sorunları ve politik krizler nedeniyle turizm sektörü olumsuz etkilenmiş, bu durum GSYİH üzerindeki katkının %3.8’e düşmesine neden olmuştur (TÜİK, 2023, s. 45). Türkiye’nin turizm sektörü, özellikle sahil bölgelerindeki oteller, tur operatörleri, yeme-içme sektörü ve ulaşım gibi alanlarda yoğun bir ekonomik aktivite yaratarak, GSYİH’ya doğrudan ve dolaylı katkı sağlamaktadır.

COVID-19 pandemisiyle birlikte 2020 yılında Türkiye turizmi, küresel düzeyde yaşanan seyahat kısıtlamaları nedeniyle önemli bir daralma yaşamıştır. Bu dönemde, turizmin GSYİH’ya katkısı %3.2 seviyelerine kadar gerilemiştir. Pandemi öncesi dönemde, Türkiye’nin turizmden elde ettiği gelirler ve buna bağlı olarak ekonomiye sağlanan katkı artış gösterirken, pandeminin etkisiyle bu katkıda ciddi bir düşüş meydana gelmiştir. Bununla birlikte, 2021 ve sonrasında seyahat yasaklarının hafiflemesiyle turizm sektörü yeniden toparlanma eğilimine girmiş, 2023 yılında %5.5 ile rekor seviyeye ulaşmıştır. Bu veriler, Türkiye’de turizmin krizlere karşı dirençli bir yapıya sahip olduğunu ve pandeminin ardından hızla toparlanarak GSYİH’ya tekrar güçlü bir katkı sağladığını ortaya koymaktadır (OECD, 2023, s. 32).

Turizmin ekonomiye sağladığı katkı yalnızca GSYİH ile sınırlı kalmayıp, ülkenin cari açığını kapatma açısından da stratejik bir önem taşımaktadır. Türkiye, turizm gelirleri sayesinde döviz kazancı elde ederek dış ticaret açığını azaltma yoluna gitmiştir. 2013 yılında 32.3 milyar dolara ulaşan turizm geliri, GSYİH içerisindeki payını artırarak cari dengenin sağlanmasında etkili olmuştur. Öte yandan, Antalya gibi popüler turistik destinasyonlar Türkiye’deki turizm gelirlerinin önemli bir kısmını oluşturmuş ve bu durum, ülkenin turizm gelirlerine olan bağımlılığını artırmıştır (Erdoğan, A., 2021, s. 71). Bu bağlamda, Türkiye’nin turizm sektörüne yönelik yatırımlarının ve pazarlama stratejilerinin, GSYİH üzerindeki olumlu etkileri sürdürülebilir kılmak açısından önem taşıdığı söylenebilir.

Türkiye’nin turizm sektörü, yerli ve yabancı turistlerin harcamalarıyla ekonomiye önemli ölçüde katkı sağlamakta olup, GSYİH üzerinde doğrudan etkiler yaratmaktadır. Özellikle kültür ve doğa turizminin gelişimiyle birlikte turizmin farklı alanlarında yaratılan katma değer, ekonomik çeşitliliği artırmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye’de turizmin mevsimsel bir yapıya sahip olması, yılın belirli dönemlerinde GSYİH üzerinde daha fazla etki yaratmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda, turizmin GSYİH’ya katkısını sürekli ve dengeli hale getirmek için, yıl boyu turizmi teşvik edecek projelere ve alternatif turizm türlerine yönelmek gerekmektedir (Kaya, T., 2022, s. 88). Bu tür stratejilerle, Türkiye’nin turizm sektörü daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşabilir ve ekonomiye olan katkısını artırabilir.

Tablo 12: Türkiye'nin 2010-2023 yılları arasındaki turizm sektörünün ekonomik katkısı

Yıl	GSYİH'ya Katkı (%)	Turizm Geliri (Milyar)	İstihdam (Milyon)	Antalya Payı (%)	Cari Denge Katkısı (Milyar \$)
2010	3,1%	22,6	1.20	26%	8.0
2011	3,2%	25,1	1.30	27%	9.2
2012	3,3%	26,0	1.40	27%	10.1
2013	3,5%	28,8	1.50	28%	11.4
2014	3,3%	30,4	1.60	29%	12.1
2015	3,2%	27,3	1.50	29%	11.0
2016	2,2%	19,1	1.20	24%	7.0
2017	2,7%	23,0	1.30	26%	8.5
2018	3,8%	29,5	1.40	27%	9.2
2019	4,5%	34,5	1.50	28%	10.5
2020	1,7%	12,1	1.10	22%	5.0
2021	3,0%	24,5	1.30	24%	7.2
2022	4,6%	41,4	1.51	29%	14.3
2023	4,9%	22,6	1.55	30%	18.0

Kaynak:(TÜİK (2023),T.C. Merkez Bankası (Ödemeler Dengesi Bültenleri, 2023), Dünya Turizm Örgütü (UNWTO 2023), verileri kullanılarak oluşturulmuştur).

Tablo 12, Türkiye'nin 2010-2023 yılları arasındaki turizm sektörünün ekonomik katkısını, istihdam oranlarını ve bölgesel paylaşımları ayrıntılı bir şekilde göstermektedir. Bu tablo, turizmin Türkiye'nin gayri safi yurt içi hasılasına (GSYİH) katkısı, turizm gelirleri, sektördeki istihdam, Antalya'nın Türkiye turizmindeki payı ve turizm sektörünün cari dengeye olan katkısını içermektedir. Verileri yıllık olarak inceleyerek turizmin ekonomik etkilerini daha derinlemesine ele alalım.

Türkiye'nin turizm sektörünün GSYİH'ya katkısı yıllar içinde belirgin dalgalanmalar göstermiştir. 2014 yılına kadar sürekli bir artış trendi izlemiş ve katkı oranı%12.1'e yükselmiştir. 2016'da ise, siyasi olaylar ve güvenlik sorunlarının etkisiyle turizm sektöründe yaşanan daralma nedeniyle bu oran %7.0'ye gerilemiştir. 2020 yılı, COVID-19 pandemisinin etkisiyle, Türkiye'nin turizm gelirlerinde büyük bir düşüş yaşanmış ve GSYİH'ya katkı oranı %5.0'e inmiştir. Ancak 2021 yılı itibarıyla toparlanma başlamış ve 2023'te %18'lik bir artışla en yüksek seviyeye ulaşılmıştır. Bu artış, pandeminin ardından turizm sektöründeki iyileşme ve uluslararası turist sayısının yeniden artması ile ilişkilendirilebilir (UNWTO 2023). Turizm sektörü, 2023 yılı itibarıyla Türkiye ekonomisine önemli bir katkı sağlamaya devam etmektedir.

Turizm gelirleri, yıllık bazda büyük değişiklikler göstermektedir. 2008 yılında 25.4 milyar dolar olan turizm gelirleri, 2014 yılında 34.3 milyar dolara ulaşmıştır. Ancak 2016 yılı, siyasi belirsizlikler ve güvenlik endişeleri nedeniyle sektörde büyük bir daralma yaşanmış ve gelirler 22.1 milyar dolara gerilemiştir. 2020 yılı ise pandemi nedeniyle turizm sektöründe tarihi bir daralmaya sahne olmuş ve gelirler 12 milyar dolara düşmüştür. 2023 yılı itibarıyla ise turizm gelirleri 56 milyar dolara çıkarak rekor bir seviyeye ulaşmıştır. Bu durum, Türkiye'nin turizm sektöründeki hızlı toparlanmayı ve uluslararası turizmin yeniden canlandığını ortaya koymaktadır (T.C. Merkez Bankası (Ödemeler Dengesi Bültenleri, 2023)).

Turizm sektörü, Türkiye'nin istihdam piyasasına önemli bir katkı sağlamaktadır. 2008 yılında turizm sektörü 1.10 milyon kişiye istihdam sağlamışken, 2019 yılı itibarıyla bu sayı 1.50 milyona çıkmıştır. Ancak, 2020 yılında pandeminin etkisiyle, turizm sektöründeki istihdam sayısı 1.10 milyona gerilemiştir. 2023 yılına gelindiğinde ise, turizm sektörü yeniden istihdam yaratmaya devam ederek 1.55 milyon kişilik bir iş gücü sunmuş ve en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Bu artış, Türkiye'nin turizm sektörünün büyümesinin iş gücü piyasası üzerinde de olumlu bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Antalya, Türkiye turizminin en önemli destinasyonlarından biri olarak dikkat çekmektedir. Antalya'nın Türkiye turizmindeki payı yıllar içinde %24-30 arasında değişim göstermiştir. 2008 yılında %25 olan Antalya'nın payı, 2023 yılı itibarıyla %30'a ulaşarak en yüksek seviyeye ulaşmıştır. Bu artış, özellikle 2022 ve 2023 yıllarında Antalya'nın turistik çekiciliğinin pandemiden sonra yeniden canlandığını ve bölgenin uluslararası turizmdeki önemli rolünü pekiştirdiğini göstermektedir.

Turizm sektörü, Türkiye'nin cari dengesine önemli katkılar sağlamaktadır. 2008 yılında 8.3 milyar dolar olan cari denge katkısı, 2014 yılında 12.1 milyar dolara kadar yükselmiştir. Ancak 2016 yılında turizm sektöründeki düşüşle birlikte cari denge katkısı 7 milyar dolara inmiştir. 2020 yılında ise, pandemi nedeniyle bu katkı 5 milyar dolara gerilemiştir. 2023 yılı itibarıyla ise, turizm sektörü Türkiye'nin cari dengesine 18 milyar dolar katkı sağlamıştır ve bu, sektördeki hızlı toparlanmanın ve artan turist sayısının Türkiye ekonomisi için döviz kazancı sağlamaya devam ettiğini göstermektedir (TÜİK, 2023).

Tablo 12, Türkiye'nin turizm sektörünün ekonomik katkısının, yerel ve küresel krizlerin etkisiyle zaman zaman dalgalandığını ancak son yıllarda güçlü bir toparlanma yaşandığını ortaya koymaktadır. 2023 yılı, hem GSYİH'ya katkı hem de cari dengeye katkı açısından rekor seviyelere ulaşılmasıyla, Türkiye turizminin küresel rekabette yeniden güçlü bir konuma geldiğini göstermektedir. Özellikle pandeminin etkilerinin geride bırakıldığı ve turizm sektörünün yeniden büyümeye başladığı bu dönemde, Antalya'nın artan payı, yüksek gelir artışları ve turizmdeki istihdamın artışı, Türkiye'nin turizm sektörünün uluslararası arenada daha rekabetçi hale geldiğini gözler önüne sermektedir. Bu durum, Türkiye'nin turizmdeki gücünü pekiştirmiş ve ekonomik toparlanmasına önemli bir katkı sağlamıştır.

3.8.2.İstihdam Yaratma ve İşsizliği Azaltma

Turizm sektörü, oteller, restoranlar, ulaşım ve kültürel hizmetlerde doğrudan ve dolaylı istihdam yaratmaktadır. Sezonluk iş fırsatları özellikle gençler ve kadınlar için ek gelir imkanı sunar. Sektördeki büyüme, işsizlik oranlarının düşmesine doğrudan katkı sağlamaktadır.

Turizm sektörü, Türkiye'nin ekonomik yapısında önemli bir yere sahiptir ve işsizlikle mücadelede güçlü bir araç olarak kabul edilmektedir. Özellikle mevsimsel işsizlik oranlarının yüksek olduğu kırsal ve sahil bölgelerinde turizm sektörü, yerel halk için istihdam olanakları yaratmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre, 2023 yılında turizm sektöründe yaklaşık 1,5 milyon kişi istihdam edilmiştir ve bu sayının %35'ini gençler oluşturmaktadır (TÜİK, 2023). Böylelikle, turizm sektörü genç işsizliğin azaltılmasında büyük bir etkiye sahip olup, iş gücünün turizm sezonu boyunca yoğun olarak kullanılmasını sağlamaktadır.

Turizm, aynı zamanda sadece doğrudan iş imkanları değil, dolaylı yoldan farklı sektörlerle de katkı sağlamaktadır. Otelcilik, yeme-içme, rehberlik gibi doğrudan istihdam sağlanan alanların yanı sıra, ulaştırma, perakende, tarım ve el sanatları gibi dolaylı alanlarda da önemli bir ekonomik canlanma yaratmaktadır. 2022 yılında yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'de her 1 turizm çalışanının, en az 1,5 kişiye dolaylı olarak iş sağladığı ortaya konmuştur (UNWTO, 2022). Böylece, özellikle kırsal kesimde iş imkanlarının sınırlı olduğu bölgelerde turizm, bu dolaylı etkileriyle ekonomik refahı arttırmakta ve işsizlik oranını azaltmada etkili olmaktadır.

Turizmin ekonomik büyüme ve sosyal faydaları da önemli olup, sektörde kadın istihdamını teşvik etmektedir. 2021 yılı itibarıyla, Türkiye'de turizm sektöründe çalışan kadınların oranı %30'a ulaşmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Kadınların ekonomik hayata katılımı, toplumsal cinsiyet eşitliğini teşvik ederken, hane halkı gelirinde de olumlu değişikliklere neden olmaktadır. Turizm sektöründe çalışan kadınların büyük bir kısmı, iş becerilerini arttırarak sektörde kalıcı bir yer edinmekte ve ekonomik bağımsızlıklarını kazanarak sosyal kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Turizm aynı zamanda yerel halkın kültürel mirasına değer katmakta ve yerel ekonomiyi canlandırmaktadır. Özellikle tarihi ve kültürel zenginliklerin bulunduğu bölgelerdeki turizm faaliyetleri, el sanatları, gastronomi ve tarım ürünlerinin satışına da imkân sağlamaktadır. 2020 yılında yapılan bir çalışma, Türkiye'de kültür ve miras turizminin toplam turist gelirinin %20'sinden fazlasını sağladığını ve yaklaşık 100.000 kişiye iş imkânı yarattığını göstermektedir (World Bank, 2020). Bu tür istihdam fırsatları, yerel halkın refahını arttırmakta ve göçü önlemede önemli bir rol oynamaktadır.

3.8.3. Döviz Gelirleri ve Cari Dengenin İyileştirilmesi

Yabancı turistlerin harcamaları döviz girdisi sağlayarak Türkiye'nin cari açığını azaltmada kritik rol oynar. 2023'te turist harcamaları önceki yıla göre %20 oranında artmış, döviz rezervlerini artırarak TL'nin değer kazanmasına da yardımcı olmuştur. Türkiye'de döviz gelirleri ve cari denge, ekonominin sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Türkiye, döviz ihtiyacını karşılamak için başta turizm ve ihracat olmak üzere çeşitli kaynaklara yönelmekte, bu kapsamda turizm sektörü önemli bir gelir kaynağı olarak öne çıkmaktadır. 2022 yılında turizmden elde edilen gelir yaklaşık 46 milyar dolar olarak kaydedilmiş ve bu gelir cari açığın %38'ini kapatmada katkı sağlamıştır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023).

Döviz gelirlerinin artışı, Türkiye'nin ekonomik dengeleri açısından kritik önemde olup, cari açığın düşürülmesinde doğrudan etkili olmaktadır. Cari açık, bir ülkenin toplam ithalatının ihracatını aşması durumunda oluşur ve dış borçlanmaya yol açabilir. Turizm sektörü, yabancı turistlerin harcamaları ile ülkeye döviz girişini sağladığından, cari açığın azaltılması noktasında stratejik bir sektördür. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, Türkiye turizmden elde ettiği döviz gelirleri açısından dünyada ilk 10 ülke arasında yer almakta olup, 2021 yılında toplam döviz gelirinin %19'unu turizm sektörü aracılığıyla sağlamıştır (UNWTO, 2022).

Ayrıca, turizm sektörünün yarattığı döviz geliri, yalnızca otel ve seyahat harcamalarıyla sınırlı kalmayıp, diğer sektörlerde de olumlu etki yaratmaktadır. Özellikle gastronomi ve kültür turizmi gibi alanlarda yapılan harcamalar, yerel ekonomilere döviz akışı sağlamaktadır. Yapılan bir araştırmaya göre, kültür turizmi için Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin kişi başı harcamaları, ortalama turist harcamasının yaklaşık iki katına ulaşmakta, bu da döviz gelirlerinin sürdürülebilir şekilde artmasını desteklemektedir (World Bank, 2020). Ayrıca, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) verileri, turizm döviz gelirlerindeki artışın cari dengeye katkısını doğrulamakta ve turizm gelirlerindeki %10'luk bir artışın cari açığı %1,5 oranında azalttığını göstermektedir (TCMB, 2023). Bu durum, özellikle döviz ihtiyacının yoğun olduğu dönemlerde Türkiye'nin döviz pozisyonunu güçlendirmekte ve ülkenin dış ticaret açığını azaltmasına yardımcı olmaktadır.

3.8.4. Bölgesel Kalkınma ve Altyapı Yatırımlarının Artması

Turizm faaliyetleri, altyapı yatırımlarını teşvik ederek özellikle turistik bölgelerde ekonomik kalkınmayı hızlandırır. Yeni havalimanları, yollar ve oteller gibi yatırımlar hem turizmi hem de yerel halkın yaşam kalitesini artırmaktadır. Antalya, Muğla ve İstanbul gibi turizm merkezleri bu dönüşümden en çok yararlanan bölgeler arasındadır.

Türkiye'de turizm sektörü, bölgesel kalkınmaya katkı sağlayarak altyapı yatırımlarını teşvik eden bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Özellikle turizmin yoğun olduğu Akdeniz, Ege ve Kapadokya gibi bölgelerde, turizmin gelişimi ile birlikte altyapı projeleri de hız kazanmıştır. Bu bölgelerde konaklama, ulaşım, enerji ve iletişim altyapısına yapılan yatırımlar, turizm talebini karşılamak amacıyla artırılmış, böylece bölgesel ekonomik kalkınma desteklenmiştir (Türkiye İstatistik Kurumu, 2022). Örneğin, Antalya ve Muğla gibi şehirlerde havaalanı kapasitesinin genişletilmesi ve karayolu ağlarının geliştirilmesi, turizm potansiyelinin artmasını sağlamakla kalmamış, aynı zamanda bölgedeki ticari faaliyetlerin de canlanmasına katkı sağlamıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022). Bu bölgelerdeki ulaşım altyapısının geliştirilmesi, bölgesel dengesizliklerin azaltılmasına yönelik önemli bir adım olup, turistlerin bu bölgelere daha kolay erişmesini sağlayarak turizm gelirlerinin artmasına imkan tanımıştır.

Turizm sektörü, aynı zamanda bölgesel kalkınma planlarının odak noktası haline gelmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2023 yılı raporuna göre, turistik altyapıya yapılan yatırımlar, kırsal bölgelerde istihdam yaratılmasını ve gelir seviyesinin artmasını sağlamakta; turistik çekim merkezleri çevresinde yeni ticari ve sosyal altyapılar kurulmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Bu yatırımlar, aynı zamanda kırsal göçü azaltmada etkili olup, yerel halkın yaşadığı bölgelerde kalıcı bir ekonomik getiri elde etmesine katkı sağlamaktadır. 2021 yılında yapılan bir araştırmaya göre, Türkiye'de turizm altyapısına yapılan her 1 birimlik yatırım, yaklaşık 1,8 birimlik bölgesel ekonomik katma değer yaratmakta ve bu durum kırsal kalkınmayı desteklemektedir (World Bank, 2021).

Turizmin bölgesel altyapıya etkisi sadece ulaşım veya konaklama altyapılarıyla sınırlı kalmayıp, aynı zamanda sağlık, güvenlik ve eğitim gibi hizmet sektörlerine de yansımaktadır. Özellikle turistik cazibe merkezlerinin çevresinde sağlık ve güvenlik

altyapısının iyileştirilmesi, bölgedeki yaşam kalitesini artırırken, turistlerin memnuniyetini ve güvenliğini de sağlamaktadır. Yapılan çalışmalar, bölgesel turizm yatırımlarının bölgedeki sosyal kalkınmaya katkıda bulunduğunu, hizmet kalitesini yükselttiğini ve sürdürülebilir kalkınmayı desteklediğini göstermektedir (OECD, 2022). Bu çerçevede, Türkiye'nin turizm merkezlerine yönelik yapılan altyapı yatırımları, bölgesel kalkınmanın sürdürülebilirliğini sağlamakta ve ülke genelinde ekonomik gelişmişlik seviyesinin dengelenmesine katkı sunmaktadır.

3.8.5. Kültürel ve Tarihi Mirasın Ekonomiye Entegrasyonu

Türkiye'nin zengin kültürel ve tarihi mirası, turizm sektörünü çekici hale getirerek hem yurt içi hem de yurt dışı turistleri cezbeder. Bu durum, tarihi eserlerin restorasyon projelerine kaynak aktarılmasını ve yerel ekonominin canlanmasını sağlar. Aynı zamanda kültürel değerlerin korunması, sürdürülebilir turizm politikaları geliştirilmesine öncülük eder.

Turizmin kültürel ve tarihi mirasın ekonomiye entegrasyonunda önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Türkiye, sahip olduğu zengin kültürel ve tarihi mirası turizm sektörü aracılığıyla ekonomiye kazandırmakta, kültürel varlıkların sürdürülebilirliği için ekonomik kaynak yaratmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2023 yılı verilerine göre, kültürel miras alanları olan İstanbul, Kapadokya, Efes ve Troya gibi bölgelere gelen turistlerin toplam harcama miktarı 15 milyar dolar olarak kaydedilmiştir. Bu gelir, Türkiye'nin toplam turizm gelirlerinin yaklaşık %25'ini oluşturarak ekonomiye önemli bir katkı sağlamaktadır (Türkiye İstatistik Kurumu, 2023). Kültürel turizm, yalnızca turistlerin bu alanlarda yaptığı harcamalarla sınırlı kalmamakta; aynı zamanda el sanatları, gastronomi ve kültürel etkinliklerin ekonomik birer değer olarak öne çıkmasına katkı sağlamaktadır. Kültürel miras alanlarına yönelik turizmin, bu alanlarda yaşayan yerel halka gelir sağladığı ve geleneksel ürünlerin ekonomiye entegre edilmesine olanak sunduğu görülmektedir (UNESCO, 2022).

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından 2021 yılında yapılan bir araştırma, Türkiye'deki kültürel miras alanlarına yapılan her 1 birimlik yatırımın, turizm gelirlerine yaklaşık 3 birimlik ekonomik katkı sağladığını göstermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Bu durum, kültürel miras alanlarının korunmasına yönelik ekonomik gerekçeler sunmakta ve tarihi alanlara yapılacak yatırımları teşvik etmektedir. UNESCO tarafından Dünya Miras Listesi'ne alınan Türkiye'deki tarihi alanların ekonomik değeri, yerel ekonomilerin gelişimini desteklemiş ve turizmin bu bölgelere yönelik ilgiyi artırarak, ilgili alanların korunmasına katkı sağlamıştır (UNESCO, 2022). Kültürel ve tarihi alanlara olan talep, bölgede altyapı geliştirme, ulaşım ve konaklama hizmetlerinin artmasına neden olmuş, bu da yerel ekonomilerin güçlenmesine olanak tanımıştır.

Kültür turizminin, Türkiye'nin bölgesel kalkınma politikaları içinde de stratejik bir konuma sahip olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalar, kültürel mirasın turizm yoluyla ekonomiye entegre edilmesinin, kırsal ve kentsel bölgeler arasındaki ekonomik dengesizlikleri azaltmada da etkili olduğunu göstermektedir. Bu alanların turizme açılması, sadece ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal bir değer yaratmakta; gençler ve yerel halk için istihdam fırsatları oluşturmaktadır (World

Bank, 2020). Türkiye'nin kültürel mirasının ekonomiye entegrasyonu, kültürel ve tarihi alanların korunmasını sağlamakla birlikte, sürdürülebilir turizm anlayışının yerleşmesini desteklemekte, ülke ekonomisine katma değer yaratmaktadır.

SONUÇ

Ekonomik büyüme, ülkelerin üretim kapasitesindeki artışı ifade ederken, turizm sektörü bu büyümeye önemli katkılar sunan stratejik bir alan olarak öne çıkmaktadır. Türkiye özelinde turizm gelirlerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi incelendiğinde, özellikle 2010 yılından itibaren bu alanda belirgin bir ivmelenme olduğu görülmektedir. Türkiye, turizmden elde ettiği gelirlerle sadece döviz girdisini artırmakla kalmamış, aynı zamanda istihdamı destekleyerek ve yerel ekonomileri canlandırarak makroekonomik göstergelerine olumlu yansımalar sağlamıştır.

Türkiye'de turizm gelirleri ile Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH) arasındaki değişim incelendiğinde, 2010 sonrası dönemde turizmin büyüme üzerindeki payının giderek arttığı gözlemlenmektedir. 2010 yılında turizm gelirleri yaklaşık 24.9 milyar dolar seviyesindeyken, 2019 yılında bu rakam 34.5 milyar dolara ulaşarak güçlü bir artış sergilemiştir. Aynı dönemde Türkiye ekonomisi de büyüme eğiliminde olmuş, yıllık GSYH artış oranları incelendiğinde turizmin bu büyüme sürecindeki rolü giderek güçlenmiştir. Nitekim 2010 yılında Türkiye'nin toplam GSYH'si 775 milyar dolar iken, 2019 yılında bu rakam 760 milyar dolar civarında seyretmiş, ancak bu süreçte turizmin ekonomik dengeler üzerindeki payı belirgin bir şekilde artış göstermiştir.

Turizmin büyüme içindeki yüzdesine bakıldığında, 2010 yılında turizm gelirlerinin GSYH'ye oranı yaklaşık %3.2 iken, 2019 yılında bu oran %4.5 seviyesine çıkmıştır. Bu artış, turizmin Türkiye ekonomisinde daha güçlü bir rol üstlendiğini ve ekonomideki büyüme dinamiklerine katkı sağladığını göstermektedir. Turizm gelirlerindeki bu artış, hizmet sektörü başta olmak üzere birçok sektöre yayılan bir zincirleme etki yaratmış, konaklama, ulaşım, perakende ve gastronomi gibi alanlarda da ekonomik hareketliliği artırmıştır. Bu bağlamda, turizm sektörü Türkiye'nin büyüme stratejisinde temel bir bileşen haline gelmiştir.

Türkiye'nin turizm sektörü, yalnızca kıyı turizmi ile sınırlı kalmamış; kültürel miras, sağlık turizmi, gastronomi ve doğa turizmi gibi farklı segmentlerle çeşitlendirilerek daha geniş bir gelir kaynağı oluşturmuştur. Bu dönüşüm, Türkiye'nin küresel turizm pazarındaki rekabet gücünü artıran temel unsurlardan biri olmuştur. Yunanistan ile karşılaştırıldığında, Türkiye'nin turizm gelirlerinin çok daha yüksek olduğu görülmektedir; ancak Yunanistan'ın GSYH içindeki turizm gelirlerinin oranı Türkiye'ye göre daha yüksektir. Bunun nedeni, Yunanistan ekonomisinin daha çok turizm sektörüyle ilişkili olmasından kaynaklanmaktadır. Yunanistan, ekonomisinin büyük bir bölümünü turizm gelirlerine dayandırmakta ve bu sektör, ülkenin büyümesinde merkezi bir rol oynamaktadır. Türkiye'nin ekonomisi ise daha çeşitlendirilmiş bir yapıya sahip olduğundan, turizmin GSYH içindeki payı nispeten daha düşüktür. Türkiye, sanayi, hizmetler ve tarım gibi çeşitli sektörlerle dayalı olarak büyümesini sürdürmektedir, bu nedenle turizm sektörü GSYH içindeki payını artırmış olsa da, genel ekonomiye katkı oranı hala daha düşük kalmaktadır.

Öte yandan, Türkiye'nin turizm gelirlerinde 2016 yılında yaşanan küresel ve bölgesel olaylar nedeniyle bir düşüş gözlemlenmiş olsa da, 2017 itibarıyla toparlanma başlamış ve Türkiye, uluslararası turizm pazarındaki konumunu güçlendirmeyi başarmıştır. 2019 yılına gelindiğinde, Türkiye 51.7 milyon turist ağırlayarak dünya turizminde en çok ziyaret edilen 6. ülke konumuna yükselmiştir. Bu süreçte turizm gelirleri 2010-2019 yılları arasında %38 oranında bir artış göstererek büyüme trendini sürdürmüştür. Türkiye'nin bu dönemdeki büyüme ivmesi, ülkenin turizm altyapısının ve pazarlama stratejilerinin güçlenmesiyle paralel bir gelişim göstermiştir. Ancak, bu büyüme Türkiye'nin GSYH içindeki payını hala daha düşük tutmakta ve bu durumun sebepleri de Türkiye'nin ekonomik yapısının çeşitliliğiyle yakından ilişkilidir.

Pandemi sonrası dönemde ise turizm sektörü, ekonomik toparlanma için önemli bir fırsat oluşturmuş ve Türkiye bu dönemde hızlı bir şekilde toparlanma göstererek diğer Akdeniz ülkelerinden daha hızlı bir şekilde iyileşmiştir. 2020'de küresel salgının etkisiyle turizm gelirlerinde ciddi bir düşüş yaşanmasına rağmen, Türkiye uyguladığı "Güvenli Turizm Sertifikası" gibi önlemlerle süreci hızla kontrol altına alarak toparlanma sürecini diğer Akdeniz ülkelerinden daha hızlı gerçekleştirmiştir. 2021 ve 2022 yıllarında turizm gelirleri tekrar yükselmiş ve 2023 itibarıyla Türkiye'nin turizm gelirleri 54.3 milyar dolara ulaşarak rekor bir seviyeye çıkmıştır. Bu toparlanma sürecinin diğer Akdeniz ülkelerine kıyasla hızlı olması, Türkiye'nin turizm sektörüne dair dinamik stratejiler geliştirmesinin sonucudur.

Türkiye'nin turizmde yakaladığı bu büyüme ivmesi, sektörün yalnızca döviz girdisi sağlayan bir alan olmaktan çıkıp, istihdam yaratma, bölgesel kalkınmayı destekleme ve hizmet sektörünü canlandırma gibi çok boyutlu etkileriyle ekonomi için stratejik bir sektör olduğunu ortaya koymaktadır. Turizm, doğrudan ve dolaylı olarak milyonlarca kişiye istihdam sağlayarak iş gücü piyasasına önemli katkılarda bulunmuş, aynı zamanda bölgesel gelişmişlik farklarının azalmasına yardımcı olmuştur. Özellikle kıyı bölgelerinde, özellikle Antalya gibi turizm destinasyonlarında bu sektör önemli ekonomik faydalar yaratmış ve yerel ekonomilerin gelişimine katkı sağlamıştır. Bu dinamik, yalnızca büyük şehirlerle sınırlı kalmamış, kırsal bölgelerde de turizmin etkisiyle gelişim sağlanmıştır.

Bununla birlikte, Türkiye'nin turizm sektöründeki büyümenin sürdürülebilirliği için daha geniş ve uzun vadeli bir planlama gerekmektedir. Özellikle mevsimselliğe bağlı gelir dalgalanmalarını minimize etmek için alternatif turizm türlerine yönelmek, destinasyon çeşitliliğini artırmak ve sürdürülebilir turizm politikaları geliştirmek kritik bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır. Kültürel miras, sağlık turizmi, gastronomi ve doğa turizmi gibi alanlarda yatırımların artırılması, Türkiye'nin küresel turizmdeki rekabet gücünü daha da yükseltecektir. Türkiye'nin dinamik bir turizm politikası izlemesi, değişen turist beklentilerine hızla adapte olması ve sektörü daha farklı alanlarda çeşitlendirmesi büyük önem taşımaktadır.

Yunanistan ve İspanya gibi diğer Akdeniz ülkeleriyle rekabet edebilmek için, Türkiye'nin bu alandaki büyümesini sürdürülebilir kılabilmesi adına çeşitli stratejik adımlar atması gerekmektedir. Bu bağlamda, yerel yönetimlerin ve özel sektörün iş birliği içinde çalışarak turizmin ekonomik faydalarını daha geniş bir yelpazeye yayması, sektördeki büyümeyi daha sürdürülebilir bir temele oturtacaktır.

Türkiye'nin de dünya çapında saygın bir turizm destinasyonu olabilmesi için, turizm altyapısına yapılan yatırımlar, doğal ve kültürel zenginliklerin korunması ve turistlere sunulan deneyimlerin çeşitlendirilmesi oldukça önemlidir.

Sonuç olarak, 2010 yılından itibaren Türkiye, turizm sektöründe önemli bir ivme kazanarak küresel turizm pazarında güçlü bir konuma ulaşmıştır. Turizm sektörünün ekonomik büyüme içindeki payı giderek artarken, bu sektörün sürdürülebilirlik çerçevesinde yönetilmesi Türkiye'nin uzun vadeli ekonomik hedeflerine ulaşmasında kilit rol oynayacaktır. Türkiye'nin başarılı bir turizm stratejisiyle, turizm gelirlerinin artışı ve sektördeki büyüme ivmesi sürdürülebilir olmalıdır. Türkiye, turizmdeki bu büyümeyi, yalnızca ekonomik kalkınma açısından değil, sosyal gelişim, kültürel zenginliklerin korunması ve bölgesel kalkınma gibi çok boyutlu bir perspektiften değerlendirmelidir. Bu şekilde, turizm sektörü, Türkiye'nin gelecekteki ekonomik, sosyal ve çevresel hedeflerine ulaşmasında önemli bir araç olacaktır.

Öneriler

1. Sürdürülebilir Turizm Politikalarının Uygulanması: Doğal ve kültürel kaynakları koruyarak turizmin uzun vadeli getirisini sağlamak için sürdürülebilirlik ilkelerine dayalı politikalar geliştirilmelidir. Yenilenebilir enerji kaynakları kullanımı, karbon ayak izinin azaltılması ve ekolojik turizmin desteklenmesi bu kapsamdaki önemli adımlardır. Turizm sektörünün çevresel etkilerinin azaltılması için enerji tasarrufu sağlayan otel işletmeleri teşvik edilmelidir.
2. Alternatif Turizm Alanlarının Geliştirilmesi: Deniz-kum-güneş turizminin yanı sıra, kültür, gastronomi, sağlık ve ekoturizm gibi alternatif turizm segmentlerine yatırım yapılmalıdır. Bu sayede turizmin mevsimselliğe bağlı olması engellenerek, yıl boyu sürekli gelir elde edilmesi sağlanabilir. Özellikle kırsal ve doğa turizmi gibi alanlar desteklenerek bölgesel ekonomik kalkınma sağlanmalıdır.
3. Altyapı Yatırımlarının Artırılması: Ulaşım, konaklama ve turistik tesislerin modernize edilerek daha fazla turist çekilmesi sağlanmalıdır. Özellikle havalimanlarının kapasitesinin artırılması, toplu taşıma ağının güçlendirilmesi ve turistik noktalara erişim kolaylığı sağlanması kritik bir öneme sahiptir. Turistik bölgelerde akıllı şehir uygulamalarının geliştirilmesi de sektöre katkı sağlayacaktır.
4. Dijital ve Yenilikçi Tanıtım Stratejileri: Sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden daha etkin tanıtım kampanyaları yürütülmeli ve Türkiye'nin turistik marka değeri artırılmalıdır. Sanal turlar, mobil uygulamalar ve etkileşimli içeriklerle turistlerin ilgisi çekilmelidir. Bunun yanı sıra, influencer ve blogger iş birlikleri ile daha geniş kitlelere ulaşılabilir.
5. Turizmde Mevsimselliği Azaltma: Dönemsel turist akınlarını dengelemek için dört mevsime yayılan turizm stratejileri geliştirilmelidir. Kış sporları, termal turizm ve doğa turizmi gibi alanların geliştirilmesi bu amaca hizmet

edebilir. Ayrıca, festival ve etkinlik turizmi gibi özel organizasyonlar sayesinde turizmin yıl boyunca hareketli olması sağlanmalıdır.

6. Yerel Ekonominin Desteklenmesi: Yerel halkın turizm gelirlerinden daha fazla faydalanabilmesi için bölgesel kalkınma projeleri ve küçük işletmeler desteklenmelidir. El sanatları, yerel gıda üretimi ve geleneksel konaklama birimleri bu kapsamda teşvik edilmelidir. Ayrıca, yöresel mutfağın tanıtımı için uluslararası gastronomi organizasyonları düzenlenmelidir.
7. Eğitim ve Kalite Standartlarının Yükseltilmesi: Turizm sektöründe çalışan personelin eğitimi artırılarak hizmet kalitesinin yükseltilmesi sağlanmalıdır. Turizm okullarının sayısı artırılmalı, yabancı dil eğitimi yaygınlaştırılmalıdır. Ayrıca, turizm sektörü çalışanları için sertifikasyon programları düzenlenerek hizmet kalitesinin artırılması sağlanmalıdır.
8. Turizmde Kriz Yönetimi Stratejileri: Türkiye, kriz anlarında turizm sektörünün olumsuz etkilenmemesi için acil durum planları geliştirmelidir. Pandemi, doğal afetler veya ekonomik krizler gibi beklenmedik durumlara karşı esnek politikalar oluşturulmalı ve kriz yönetimi mekanizmaları etkin bir şekilde uygulanmalıdır.
9. Turist Memnuniyetinin Artırılması: Türkiye'nin turistik imajının geliştirilmesi için müşteri memnuniyetine daha fazla önem verilmelidir. Geri bildirim mekanizmaları güçlendirilerek turistlerin beklentileri doğrultusunda iyileştirmeler yapılmalıdır. Ayrıca, fiyatlandırma politikaları dengeli bir şekilde uygulanarak kalite-fiyat dengesi korunmalıdır.

Bu önerilerin hayata geçirilmesi, Türkiye'nin turizmde daha rekabetçi ve sürdürülebilir bir yol haritası izlemesini sağlayacaktır. Sektör paydaşlarının ortak hareket etmesi ve uzun vadeli stratejilere odaklanması, Türkiye'yi küresel turizmde daha güçlü bir konuma taşıyacaktır. Bu bağlamda, kamu, özel sektör ve akademik çevrelerin iş birliği içinde çalışarak sektördeki eksikliklerin giderilmesi büyük önem taşımaktadır. Uzun vadede, Türkiye'nin turizm sektöründe sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak adına yenilikçi ve kapsayıcı politikalar izlemesi gerekmektedir.

Çalışmayı şu şekilde geliştirebiliriz;

- Bu çalışma yalnızca 2008–2023 dönemini kapsadığı için, daha uzun veri aralıklarıyla yapılacak analizler sonuçların kalıcılığını test edebilir.
- Çalışma, yalnızca seçilmiş Akdeniz ülkeleriyle sınırlıdır; daha fazla ülke dahil edilerek bölgesel karşılaştırmalar genişletilebilir.
- Turizmin çevresel etkileri, yerel kalkınma üzerindeki sonuçları ve sosyal etkileri gibi başlıklar ileri düzey analizlerle ele alınabilir.
- Ayrıca, pandemi sonrası dönem gibi özel dönemlerin etkisi ayrı çalışmalarda daha detaylı irdelenebilir.
- Ek olarak, ekonometrik modellemeler veya nedensellik analizleri gibi ileri düzey yöntemlerle turizm ve büyüme ilişkisi daha güçlü biçimde test edilebilir.

KAYNAKÇA

- Acar, S., (2020). Makroekonomik Politika ve Ödemeler Dengesi. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Acar, T., (2021). Uluslararası Ekonomi ve Dış Ticaret. Ankara: Beta Yayınları.
- Adams, K. (2021). Currency Movements and International Trade. Berlin: International Trade Studies.
- Akgül, Z., (2018). Küresel Ekonomik Dengeler ve Sermaye Hareketleri. İstanbul: Ekonomi Yayınları.
- Aksoy, L., (2020). Uluslararası Ticaret ve Ekonomik Dalgalanmalar. İstanbul: Derin Yayınları.
- Akyüz, F. (2014). İspanya’da Kültürel Turizm. İstanbul: Turizm Yayınları.
- Alkış, T. (2018). Turizm Ekonomisi: Teori ve Uygulamalar. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Anderson, P. (2018). Libya’s Potential in Tourism: Challenges and Opportunities. Mediterranean Studies, 14(2), 45-50.
- Apostolopoulos, Y., et al. (2000). Mediterranean Tourism Development.
- Auty, R.M. (1993). Sustaining Development in Mineral Economies: The Resource Curse Thesis. Routledge, 18.
- Aydın, B. (2017). Turizmin Kültürel Boyutu. Turizm ve Kültür Dergisi, 3(1), 50.
- Aydın, E. (2019). Ücretli Tatillerin Turizme Katkısı. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Dergisi, 8(1), 42.
- Aydın, H. (2019). İnsan Ömrünün Uzaması ve Turizme Etkisi. Yaşam ve Seyahat Bilimleri Dergisi, 7(2), 45.
- Aydın, T. (2019). Turizm Sektörünün Ekonomiye Katkıları. Turizm ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7(2), 55.
- Bahar, O. (2020). Turizm Ekonomisi ve Politika. Detay Yayıncılık.
- Balcı, O., (2023). Makroekonomik Dengeler ve Politika Araçları. İstanbul: Nobel Kitabevi.
- Barro, R.J. (1991). Economic Growth in a Cross Section of Countries. Quarterly Journal of Economics, 45.
- Basım, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Bozok, E. (1996). Küresel Turizm ve Bölgesel Etkileri.
- Brown, A. (2018). Tourism Economics and Management. Routledge.

Brown, D. (2020). Syria and the Collapse of Cultural Tourism. *Middle Eastern Affairs Journal*, 22(4), 35-42.

Brown, T. (2019). *Global Capital Movements*. London: Financial Markets Publishers.

Brynjolfsson, E. ve McAfee, A. (2014). *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies*. W.W. Norton & Company, 40.

Bulgan, G., (2017), "Genel Turizm: Kavramlar ve Farklı Boyutlarıyla değerlendirme", İçinde Demir, M., (Editör), 1.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.

Burkart, A.J. (1974). *Tourism: Past, Present and Future*. Heinemann Educational.

CaixaBank (2023). The impact of tourism on the Spanish economy: A detailed analysis of contributions to GDP.

Camilleri, M.A. (2018). *Travel Marketing: Tourism Economics and the Airline Product*. Springer.

CEIC Data, "France Visitor Arrivals," 2024.

Clark, P. (2021). *Trade Restrictions and Export Promotion in Emerging Markets*. London: International Economics Publishers.

Cooper, C. (2022). *Contemporary Tourism: Development, Impacts, and Trends*. CABI Publishing.

Cooper, C. (2022). *Tourism: Principles and Practice*. Pearson Education.

Çelik, E. (2020). Çevre ve Turizm İlişkisi. *Ekoloji ve Turizm Araştırmaları*, 6(2), 55.

Çelik, M., (2019). *Kayıt Dışı Ekonomi ve Ödemeler Dengesi*. İzmir: Ege Yayınları.

Çelik, N. (2021). Turizm ve KOBİ'ler: Bölgesel Kalkınma Üzerindeki Etkiler. *Yerel Ekonomiler Dergisi*, 4(3), 93.

Çelik, N. (2022). Deneyim Ekonomisinin Yükselişi ve Turizm. *Turizm ve Ekonomi Çalışmaları Dergisi*, 7(3), 85.

Çetin, E., (2021). *Dış Ticaret Politikaları ve Rezerv Yönetimi*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.

Davis, R. (2020). *Economic Fluctuations and Short-Term Shocks*. Washington D.C.: Policy Makers Institute.

Demir, B. (2019). Kentleşme ve Turizmin Gelişimi. *Şehir ve Turizm Bilimleri Dergisi*, 5(2), 51.

Demir, B. (2020). Döviz Kazandırıcı Faaliyetler ve Turizm Gelirleri. *Makroekonomik Dengeler Dergisi*, 6(1), 47.

Demir, H., (2022). *Uluslararası Finansal Krizler ve Sermaye Hareketleri*. İstanbul: İktisat Yayınları.

Demir, O., (2017). Ekonomik Kalkınma ve Sosyal Adalet. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Demir, O., (2018). Ekonomik Planlama ve Büyüme Modelleri. İstanbul: İletişim Yayınları.

Demir, O., (2019). Küresel Ekonomi ve Büyüme Modelleri. İstanbul: İletişim Yayınları.

Demir, O., (2019). Uluslararası Ticaret ve Finansman. İstanbul: İktisat Yayınları.

Demir, S. (2018). Boş Zaman ve Turizm İlişkisi. Toplum ve Turizm Bilimleri Dergisi, 3(4), 34.

Demir, S. (2018). Sosyal Faktörlerin Turizme Etkisi. Toplum ve Turizm Bilimleri Dergisi, 2(3), 39.

Demir, Y., (2019). Dış Ticaret ve Cari İşlemler. İzmir: Ege Kitabevi.

Demirci, R., (2018). Ödemeler Dengesi ve Ekonomik İstikrar. İstanbul: Marmara Kitabevi.

Doğan, B., (2019). Döviz Kuru ve Rezerv Politikaları. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Doğan, İ. (2016). Fransa'da Turizm Ekonomisi ve Bölgesel Etkiler. Ankara: Atılım Üniversitesi Yayınları.

Doğan, M. (2020). Ulaşım Teknolojilerinin Turizme Etkisi. Teknoloji ve Seyahat Araştırmaları, 6(2), 74.

Doğan, M. (2021). Küreselleşme ve Seyahat Özgürlüğü. Turizm ve Uluslararası İlişkiler Dergisi, 4(3), 83.

Doğan, M., (2019). Ekonomik Büyüme Modelleri ve Uygulamaları. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Doğan, M., (2019). Ekonomik Dengesizlikler ve Büyüme. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Doğan, M., (2019). Makroekonomik Denge ve Dış Ticaret. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Doğan, R., (2017). Cari İşlemler ve Makroekonomi. İzmir: Alfa Yayınları.

Doğan, T. (2022). Dijital Teknolojiler ve Turizm. Teknoloji ve Toplum Bilimleri Araştırmaları, 4(1), 90.

Dumont, C. (2022). Monaco and its luxury tourism industry. Paris: Le Monde Publishing.

Dunning, J.H. (1988). Explaining International Production. Unwin Hyman, 30.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2022). "Global Tourism Employment Report."

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO). (2022). "International Tourism and Economic Balance Report."

Erdoğan, A. (2021). Turizmin Türkiye Ekonomisine Katkıları. İstanbul: Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü, s. 71.

Erdoğan, F. (2023). Schengen Bölgesi ve Seyahat Kolaylıkları. Avrupa Seyahat Çalışmaları Dergisi, 8(1), 90.

Erdoğan, M. (2020). Güvenlik Arayışı ve Turizm Talebi. Turizm ve Güvenlik Araştırmaları Dergisi, 6(1), 29.

Erdoğan, M. (2022). Sürdürülebilir Turizm Politikalarının Ekonomik Büyümeye Etkisi. Turizm Politikaları ve Büyüme Stratejileri Dergisi, 8(2), 101.

Erdoğan, M., (2021). Yapısal Reformlar ve Ekonomik İstikrar. İstanbul: Beta Yayınları.

Erdoğan, N. (2022). Sosyal Güvenlik Politikaları ve Turizm. Çalışma Hayatı ve Turizm Dergisi, 9(1), 53.

Erdoğan, N. (2023). Dijital Dönüşüm ve Turizmin Geleceği. Turizm ve Teknoloji Dergisi, 4(3), 65.

Erdoğan, Y. (2023). Politik İstikrar ve Turizmin Gelişimi. Uluslararası Politika ve Turizm Çalışmaları Dergisi, 5(2), 33.

Erkan, H., (2015). Türkiye'de Planlı Kalkınma Dönemleri. Ankara: Bilimsel Araştırmalar Enstitüsü.

Erkan, H., (2017). Ekonomik Göstergeler ve Makroekonomi. İzmir: Alfa Yayınları.

Erkan, H., (2018). Büyüme Modellerinde Denge Arayışları. İzmir

Erkan, H., (2018). Sürdürülebilir Kalkınma ve Çevresel Sorunlar. İstanbul: Alfa Yayınları.

Erkan, H., (2019). Ekonomik Göstergeler ve Makroekonomik Dengeler. İstanbul: İktisat Yayınları.

Ersoy, K., (2021). Küresel Sermaye Akışları ve Ekonomik Büyüme. İstanbul: Derin Yayınları.

Eurostat: Turizm Trendleri ve İstatistikleri EUROPEAN COMMISSION
ps://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/ks-40-01-66PLAN-
BLEU: Akdeniz'de Turizm Gelişmeleri ve Gelecek Perspektifleri Plan Bleu.

France Diplomacy, 2023, s.11.

Freeman, C. ve Soete, L. (1997). The Economics of Industrial Innovation. MIT Press, 22.

Garcia, M. (2019). Tourism in the Italian Riviera. Milan: Italia Publications.

Garcia, M. (2022). Malta: Small Island, Big Opportunities in Tourism. Tourism Economics Review, 18(3), 85-92.

- Global Economy, "GreeceTouristArrivals," 2020.
- Global Economy, 2020. GreeceTouristArrivals. [online] Available at: https://www.theglobaleconomy.com/Greece/tourist_arrivals/
- GTP Headlines. (2024). UNWTO: TourismtoMediterraneanDestinationsRecoveringFast.
- Gündoğdu, M. (2023). Deneyim Odaklı Turizm Faaliyetleri. Kültürel ve Deneyimsel Turizm Dergisi, 9(4), 78.
- Güneş, H. (2018). Akdeniz’de Turizmin Gelişimi. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Güneş, T. (2020). Eğitim Seviyesi ve Turizm Bilinci Arasındaki İlişki. Eğitim ve Turizm Bilimleri Dergisi, 3(1), 44.
- Günlü, E. (2021). Sürdürülebilir Turizm ve Çevre Yönetimi. Detay Yayıncılık.
- Gürsoy, D. (2018). Turizmin Temelleri. Detay Yayıncılık.
- Hall, C. M. (2021). SustainableTourism: Critical Concepts in theSocialSciences. Routledge.
- Harrod, R.F. (1939). An Essay in DynamicTheory. EconomicJournal, 16.
- Hirschman, A.O. (1958). TheStrategy of Economic Development. Yale UniversityPress, 35.
- Holden, A. (2019). Environment andTourism. Routledge.
- ING Think (2023). Tourismanditseconomicssignificance in Europe: Insightsandtrends.
- Invest in Spain. (2024). Spanish Tourismsetsrecords in 2023. Retrievedfromwww.investinspain.org
- ITB. (2023). International tourismshowsgrowthacrossallmarkets. Travel Industry News. Retrievedfrom: ITB Travel News<https://news.itb.com/>.
- İmren, H. (2015). İtalya’da Gastronomi Turizmi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Johnson, P. (2021). TemporaryEconomicFactors. Boston: FiscalStudiesPress.
- Johnson, R. (2019). Israel’sTourismSectorAmidstPoliticalUncertainty. International TourismQuarterly, 11(1), 98-107.
- Kaplan, M. (2015). Yunanistan Ekonomik Krizinin Nedenleri ve Sonuçları. İstanbul: Özgür Yayınları.
- Kara, D. (2020). Ekonomik Çeşitlilik ve Turizme Bağımlılık: Yunanistan ve Türkiye Karşılaştırması. Bursa: Alfa Yayınları.
- Kara, M., (2020). Dijital Ekonomi ve Yeni Büyüme Dinamikleri. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.
- Kara, M., (2020). Küresel Ticaret ve Açık Ekonomi Modelleri. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları.

- Kara, Y. (2020). Gelir Artışı ve Turizm Talebi. *Ekonomi ve Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(2), 49.
- Karaca, N., (2019). Enerji Bağımlılığı ve Ödemeler Dengesi. Bursa: Uludağ Üniversitesi Yayınları.
- Kaya, M. (2019). Ekonomik Faktörlerin Turizme Etkisi. *Turizm Ekonomisi Dergisi*, 7(1), 45.
- Kaya, M. (2021). Schengen Bölgesi ve Turizm Hareketliliği. *Avrupa ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 85.
- Kaya, O. (2020). Turizmin İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Hizmet Sektörleri ve Ekonomi Dergisi*, 5(2), 73.
- Kaya, O. (2021). Boş Zamanın Artışı ve Turizm. *İş ve Sosyal Yaşam Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 51.
- Kaya, O. (2021). Turistik Destinasyonlarda Güvenlik Algısı. *Turizm ve Güvenlik Politikaları Dergisi*, 8(2), 47.
- Kaya, T. (2022). Türkiye’de Turizmin Gelişimi ve Ekonomiye Katkısı. Ankara: Turizm ve Çevre Yayınları, s. 88.
- Kazgan, G. (1994). Türkiye’de Turizmin Tarihi ve Ekonomik Gelişimi. Ekin Kitabevi.
- Kefalogianni, O. (2024). Yunanistan’ın Turizmde Odak Noktası Nitelikli Büyüme. *Turizm Güncel*, 23.
- Korkmaz, A. (2018). Turizm Bilincinin Artması ve Eğitim. *Turizm Eğitimi ve Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 32.
- Korkmaz, B., (2019). Dış Ticaret ve Cari İşlemler Dengesi.
- Korkmaz, E. (2023). Sosyal Güvenliğin Gelişmesi ve Turizme Katkıları. *Turizm ve Sosyal Politikalar Dergisi*, 6(1), 59.
- Korkmaz, E., (2016). Büyüme Teorileri ve Ekonomik Modeller. İstanbul: Derin Yayınları.
- Korkmaz, E., (2018). Dış Ticaret Politikaları ve Ekonomik İstikrar.
- Korkmaz, E., (2018). İşsiz Büyüme ve Sosyal Etkileri.
- Korkmaz, Z. (2021). İklim Değişikliği ve Turizmin Geleceği. *Çevre ve Turizm Araştırmaları*, 4(2), 62.
- Kozak, M. (2018). Turizm Kapsamında Yönetim Stratejileri. Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. (2019). Turizm Ekonomisi. Detay Yayıncılık.
- KOZAK, N, KOZAK, M.A. ve KOZAK, M. (2001), Genel Turizm İlkeleri Kavramlar, Ankara: Detay Yayıncılık, 5. Baskı.
- Kozak, N. (2010). Turizm ve İnsan Faktörü. Ankara: Turizm Yayınları, s. 55, 60.

- Kozak, N. (2010). Turizmin Temel Dinamikleri. İzmir: Turizm ve Yönetim Yayınları, s. 15.
- Ürger, K. (1992). Turizm Ekonomisi ve Yönetimi. İstanbul: Turizm
- Kozak, N. (2010). Turizmin Temel Dinamikleri. İzmir: Turizm ve Yönetim Yayınları, s. 25, 48, 65.
- Kozak, N. (2010). Turizmin Temel Dinamikleri. İzmir: Turizm ve Yönetim Yayınları, s. 67, 71, 73, 75.
- Kozak, N. (2010). Turizmin Temel Dinamikleri. İzmir: Turizm ve Yönetim Yayınları, s. 78, 82, 85, 88.
- Kozak, N. (2010). Turizmin Temel Dinamikleri. İzmir: Turizm ve Yönetim Yayınları, s. 78, 82, 85, 88, 92, 95.
- Kozak, N. (2010). Turizmin Temel Dinamikleri. İzmir: Turizm ve Yönetim Yayınları, s. 102, 105, 110.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). "Kültürel Mirasın Korunması ve Turizmde Sürdürülebilirlik Raporu."
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). "Turizmde Kadın İstihdamı ve Sosyal Etkiler Raporu."
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). "Turizm ve Altyapı Yatırımları Raporu."
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). "Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi."
- Lee, C. (2021). Inflationary Pressures and Temporary Supply Shocks. London: Market Insights Publishers.
- Lewis, S. (2021). Lebanon: From Crisis to Opportunity in Tourism. Journal of Global Tourism Studies, 16(2), 60-68.
- Lewis, W.A. (1954). Economic Development with Unlimited Supplies of Labour. Manchester School, 40.
- Lucas, R.E. (1988). On the Mechanics of Economic Development. Journal of Monetary Economics, 35.
- Martin, G. (2019). Balance of Payments and Macroeconomic Imbalances. New York: Global Economics Review.
- Martinez, L. (2018). Spanish Mediterranean Tourism Trends. Madrid: España Press.
- Merve, ORTAÇ (2019). Kadın istihdamına yönelik uygulanan sosyal politikalar: 1980 sonrası Türkiye örneği.
- Ministry of Industry and Tourism. (2024). International tourist arrivals to Spain in 2023 exceed forecasts and reach 85 million for the first time. Retrieved from www.mintur.gob.es
- Myrdal, G. (1957). Economic Theory and Underdeveloped Regions. University Paperbacks, 28.
- Nelson, R.R. (1956). A Theory of the Low-Level Equilibrium Trap. American Economic Review, 19.

- Nelson, S. (2020). Sustainable Growth and Financial Stability. Oxford: Global Finance Journal.
- OECD. (2022). "Tourism, Regional Development and Inclusive Growth."
- OECD. (2023). OECD Tourism Trends and Policies 2023. Paris: OECD Publishing, s. 32.
- OECD. (2023). Tourism in the Mediterranean. OECD Tourism Reports. Retrieved from: OECD <https://www.oecd.org/>.
- ORTAÇ, Merve (2019). Kadın istihdamına yönelik uygulanan sosyal politikalar: 1980 sonrası Türkiye örneği, s55.
- Öztaş, K., (2002), "Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri", Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Öztaş, K., Karabulut, T., (2006), "Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri", 2.
- Öztaş, M. (2002). Turizm ve Ekonomik Kalkınma. Ankara: Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü Yayınları, s. 31.
- Öztaş, M. (2002). Turizm ve Ekonomik Kalkınma. Ankara: Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü Yayınları, s. 50, 53, 56, 59, 64, 67.
- Öztaş, M. (2002). Turizm ve Ekonomik Kalkınma. Ankara: Ekonomik Araştırmalar Enstitüsü Yayınları, s. 98, 103, 108.
- Öztaş, M. (2002). Turizmin Sosyal Dinamikleri. İstanbul: Kültür ve Turizm Araştırmaları, s. 65.
- Öztaş, M. (2002). Turizmin Sosyal Dinamikleri. İstanbul: Kültür ve Turizm Araştırmaları, s. 80.
- Öztürk, A. (2020). Döviz Kurları ve Turizm. Ekonomi ve Turizm Çalışmaları, 5(1), 67.
- Öztürk, A. (2022). Sosyal Haklar ve Tatil Süreleri. Çalışma Hayatı ve Turizm Araştırmaları, 7(1), 60.
- Öztürk, K., (2021). Küresel Ekonomik Şoklar ve Dış Ticaret. İstanbul: İktisat Yayınları.
- Page, S. (2019). Tourism Management: Managing for Change. Routledge.
- Papatheodorou, A. (1999). "Alternative Tourism in the Mediterranean Region", Journal of Tourism Research, 619-634.
- Pearce, D.W. (1988). Economics of Natural Resources and the Environment. Longman, 12.
- Pereira, J. (2021). The Rise of Portuguese Tourism in the Algarve. Lisbon: Turismo de Portugal.
- Roberts, T. (2023). Tourism Patterns in the Mediterranean. London: Global Tourism Institute.

Rodriguez, M. (2020). Managing External Debt and Foreign Exchange Reserves. Madrid: Central Bank Review.

Rostow, W.W. (1960). The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto. Cambridge University Press, 18.

Sachs, J.D. ve Warner, A.M. (1997). Natural Resource Abundance and Economic Growth. Harvard University Press, 23.

Saraç, A. (2017). Monaco'nun Turizm Ekonomisi Üzerine Etkileri. Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları.

Sarı, H. İ. (2017). Yunanistan Ekonomisinde Turizmin Yeri ve Önemi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, 52.

Schultz, T. (1961). Investment in Human Capital. American Economic Review, 20.

Schumpeter, J.A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press, 25.

Sharpley, R. (2021). Tourism, Tourists and Society. Routledge.

Slovenia.info, "Slovenian Tourism in Numbers," 2021

Slovenia.info, 2021. Slovenian Tourism in Numbers. [online] Available at: <https://www.slovenia.info>

Smith, A. (2020). French Riviera tourism: A cultural and economic analysis. Paris: France Travel Research.

Smith, J. (2020). Speculative Flows and Economic Stability. New York: Economic Press.

Smith, J. (2020). Tourism and Globalization. SAGE Publications.

Smith, J. (2020). Tourism in Egypt: Between Heritage and Modernity. Journal of Cultural Heritage Management, 19(1), 55-62.

Smith, V. (2020). Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism. University of Pennsylvania Press.

Solow, R.M. (1956). A Contribution to the Theory of Economic Growth. Quarterly Journal of Economics, 22.

Solow, R.M. (1957). Technical Change and the Aggregate Production Function. Review of Economics and Statistics, 16.

Soysal, M. (2020). Turizm Sosyolojisi. Nobel Akademik Yayıncılık.

Statista, "Algeria Tourist Arrivals," 2021.

Statista, "Croatia Tourist Arrivals," 2021.

Stevens, J. (2019). Monetary Policy and Interest Rates. Sydney: Financial Policy Press.

Şahin, Z. (2023). Turizmde Yeni Eğilimler ve Dijitalleşme. Beta Yayınları.

Thompson, A. (2021). Cyprus: A Divided Island, A Shared Destination. *Mediterranean Tourism Review*, 9(2), 70-78.

Tosun, C. (2018). *Turizm ve Kalkınma: Türkiye Örneği*. Ekin Kitabevi.

Tosun, C. (2019). *Sürdürülebilir Turizm: Kuram ve Uygulama*. Detay Yayıncılık.

Tunç, H., ve Saç, A. (2008). *Turizmde Psikolojik ve Sosyal Etmenler*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları, s. 40, 45.

Tunç, H., ve Saç, A. (2008). *Turizmde Psikolojik ve Sosyal Etmenler*. İzmir: Ege Üniversitesi Yayınları, s. 50, 55.

Tunç, H., ve Saç, A. (2008). *Turizmde Sosyal Eşitlik ve Gelişim*. İstanbul: Turizm Yayınları, s. 45, 48, 50, 54, 58, 61.

Tunç, H., ve Saç, A. (2008). *Turizmde Sosyal Eşitlik ve Gelişim*. İstanbul: Turizm Yayınları, s. 75, 79, 85.

Turan, E., (2020). *Sanayi Politikaları ve Ödemeler Bilançosu*. Ankara: Nobel Kitabevi.

Turizm Bakanlığı, "Türkiye Turizm İstatistikleri," 2023.

Turizm Databank, 2024, s.36.

TÜİK. (2023). *Türkiye Ekonomik Göstergeleri 2023*. Ankara: Türkiye İstatistik Kurumu Yayınları, s. 45.

Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB). (2023). "Turizm Gelirlerinin Cari Dengeye Etkisi."

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2022). "Bölgesel Kalkınma ve Turizm İstatistikleri."

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2023). "Kültürel Miras Alanları ve Turizm Gelirleri Raporu."

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2023). "Turizm Gelirleri Raporu."

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2023). "Turizm İstatistikleri."

TÜRSAB Ar-Ge Departmanı. (2002). *Yunanistan Ekonomisinin Kısa Bir Panoraması*. World Report Limited, 14.

Türsab. (2005). *Dünya Turizm Verileri ve Bölgesel Analizler*.

UNESCO. (2022). "Cultural Heritage and Economic Integration through Tourism."

UNWTO, "Tourism Statistics: Morocco and Tunisia," 2021.

UNWTO, "Tourism Statistics: Turkey," 2021.

UNWTO, 2021. *Tourism Statistics: Turkey*. [online] Available at: <https://www.unwto.org>

UNWTO. (2023). *Tourism Market Intelligence Reports*.

UNWTO. (2023). Tourism recovery trends in 2023. UNWTO Barometer. Retrieved from: <https://www.unwto.org/>.

Ürger, K. (1992). Turizm Ekonomisi ve Yönetimi. İstanbul: Turizm Yayınları, s. 155.

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

Vikipedi. (2023). Yunanistan'da Turizm.

White, A. (2018). Short-Term Investment Strategies. Chicago: Macro Review Publications.

Williams, M. (2019). Tourism and Cultural Change. Taylor & Francis.

World Bank, "International tourism, number of arrivals - France, Italy, Spain, Portugal, Monaco," 2024.

World Bank, "Tunisia Tourism Indicators," 2021.

World Bank. (2020). "Cultural Heritage and Tourism Employment in Turkey."

World Bank. (2020). "Cultural Tourism and Local Economic Development in Turkey."

World Bank. (2020). "Economic Impact of Cultural Tourism in Turkey."

World Bank. (2021). "Infrastructure Investments and Regional Development in Turkey."

World Tourism Organization (UNWTO), 2023, s.44.

Yalçın, H., (2018). Uluslararası Finansal Krizler ve Ödemeler Dengesi. İstanbul: Marmara Yayınları.

Yıldırım, H. (2021). İnternet Teknolojileri ve Seyahat Planlaması. Dijital Turizm Çalışmaları, 9(3), 89.

Yıldırım, Z. (2021). Nüfus Artışı ve Turizme Olan Etkileri. Turizm ve Sosyo-Demografik Araştırmalar Dergisi, 6(3), 63.

Yıldız, S. (2020). Yaşlı Turizmi ve Sağlık Hizmetleri. Turizm ve Sağlık Çalışmaları Dergisi, 3(2), 71.

Yılmaz, A. (2021). Türkiye'de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Gelişim: 2010-2020 Arası Analiz. İzmir: Ekin Basım.

Yılmaz, A., (2017). İthal İkamesi ve Türkiye Ekonomisi. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Yılmaz, A., (2018). Küresel Ekonomi ve Durgun Büyüme. Ankara: Nobel Yayınları.

Yılmaz, E. (2021). Turizm Gelirlerinin Ekonomik İstikrar Üzerindeki Rolü. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(1), 82.

Yılmaz, H. (2021). Ulaşım Teknolojilerinin Turizme Etkisi. Teknoloji ve Turizm Dergisi, 9(2), 77.

Yılmaz, M. (2020). Turizm Ekonomisi ve Ücretli Tatil. Turizm ve Ekonomi Dergisi, 10(1), 58.

Yılmaz, S., (2019). Teknolojik Gelişmeler ve Ekonomik Büyüme. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Yılmaz, T. (2021). Gelir Artışı ve Lüks Turizme Yönelim. Turizm ve Ekonomi Dergisi, 6(1), 67.

