

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
MALİYE ANABİLİM DALI
2025-DR-184

TÜRKİYE’DE YATIRIM TEŞVİK BELGELİ TURİZM
YATIRIMLARININ SEKTÖRÜN BÜYÜMESİNE ETKİSİ

HAZIRLAYAN
Deniz ÇİÇEK

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. Hakan ARSLANER

AYDIN 2025

BİLİMSEL ETİK BEYAN

T.C.

**AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN**

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

05/11/2025

Deniz ÇİÇEK

ÖZET

TÜRKİYE’DE YATIRIM TEŞVİK BELGELİ TURİZM YATIRIMLARININ SEKTÖRÜN BÜYÜMESİNE ETKİSİ

Deniz ÇİÇEK

Doktora Tezi, Maliye Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Hakan ARSLANER

2025, XX + 261 sayfa

Dünyanın en önemli turizm destinasyonlarından biri olan Türkiye, “Coğrafya kaderdir” sözünün yalnızca bireyler için değil, ülkeler için de geçerli olduğunu göstermektedir. Ülkenin coğrafi özellikleri, doğal ve kültürel varlıklarının zenginliği, iklim koşulları ve afet riskleri hem ekonomik ve sosyal gelişimi hem de sektörel faaliyetlerin yoğunluğunu doğrudan etkilemektedir. Bu bağlamda Türkiye için turizm sektörü, hem ekonomik hem de sosyal açıdan stratejik bir öneme sahiptir. Turizm sektörünün Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) içindeki payı, sektöre sağlanan yatırım teşviklerinin kapsamını ve yoğunluğunu etkileyen önemli bir faktördür. Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik sisteminin temelini 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu oluşturmaktadır. Bu düzenlemenin en kritik özelliği, turizm yatırımcılarının teşvik unsurlarından yararlanabilmeleri için yatırım teşvik belgesini temin etmelerini zorunlu kılmasıdır.

Bu tez çalışmasında, Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayısı değişkenlerinin; geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri üzerindeki etkisi, sayma verilerine dayalı regresyon modelleri aracılığıyla analiz edilmiştir. Analiz kapsamında, yatırım teşvik belgeli turizm yatırımlarının sektörün büyümesine etkisini daha net bir şekilde ortaya koymak amacıyla üç farklı model oluşturulmuştur. Her üç modelde de en uygun model olarak Genelleştirilmiş Poisson Regresyon Modeli seçilmiştir. Analiz bulguları sonucunda, yatırım teşvik belgeli tesis sayısı ile geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı tespit edilmiştir. Buna karşılık, yatırım teşvik belgeli oda sayısı ile geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri arasında anlamlı ancak negatif bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan, yatırım teşvik belgeli yatak sayısının; geceleme sayısı,

konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisi olduğu ortaya konulmuştur.

ANAHTAR SÖZCÜKLER: Turizm, Yatırım teşvik belgesi, Turizm yatırımları, Ekonomik büyüme, Sayma veri regresyon modeli.



ABSTRACT

THE EFFECT OF INVESTMENT INCENTIVE CERTIFIED TOURISM INVESTMENTS ON THE GROWTH OF THE SECTOR IN TURKEY

Deniz ÇİÇEK

PhD Thesis: at Public Finance

Supervisor: Professor Dr. Hakan ARSLANER

2025, XX + 261 pages

Turkey, one of the world's most important tourism destinations, demonstrates that the saying “Geography is destiny” applies not only to individuals but also to countries. The country's geographical features, the richness of its natural and cultural assets, its climate conditions, and disaster risks directly influence both its economic and social development as well as the intensity of sectoral activities. In this context, the tourism sector is of strategic importance for Turkey, both economically and socially. The share of the tourism sector in the Gross Domestic Product (GDP) is an important factor affecting the scope and intensity of investment incentives provided to the sector. The Tourism Promotion Law No. 2634 forms the basis of the investment incentive system provided to the tourism sector in Turkey. The most critical feature of this regulation is that it requires tourism investors to obtain an investment incentive certificate in order to benefit from the incentive elements.

In this thesis study, the impact of the variables of the number of facilities, rooms, and beds with investment incentive certificates in Turkey during the period 1983-2023 on the number of overnight stays, the number of guests, and tourism revenues was analyzed using regression models based on census data. Within the scope of the analysis, three different models were created to more clearly reveal the impact of tourism investments with investment incentive certificates on the growth of the sector. The Generalized Poisson Regression Model was selected as the most appropriate model for all three models. The analysis findings revealed that there was no significant relationship between the number of facilities with investment incentive certificates and the number of overnight stays, the number of guests, and tourism revenues. In contrast, a significant but negative relationship was found between the number of rooms with investment incentive certificates and the

number of overnight stays, the number of guests, and tourism revenues. On the other hand, it was found that the number of beds with investment incentive certificates had a significant and positive effect on the number of overnight stays, the number of guests, and tourism revenues.

KEY WORDS: Tourism, Investment incentive certificate, Tourism investments, Economic growth, Count data regression model.



ÖNSÖZ

Türkiye için döviz kazandıran, istihdam yaratan, bölgesel kalkınmayı hızlandıran ve kültürel tanıtımı güçlendiren stratejik bir sektör olarak turizme sağlanan yatırım teşvik belgeli yatırımların, sektörün büyümesine olan etkisini analiz eden bu tezin yazılma sürecinde, engin bilgisiyle hem araştırmama hem de akademik yolculuğuma katkıda bulunan değerli danışman hocam Prof. Dr. Hakan ARSLANER'e minnettarım.

Tezimi tamamlamam sürecinde, değerli zamanlarından vakit ayırarak hassas tespitlerde bulunan ve tez çalışmamın şekillenmesinde önemli katkıları olan Prof. Dr. Mustafa Ali SARILI ve Prof. Dr. Ahmet Can BAKKALCI'ya teşekkür ederim. Ayrıca, sabır, dikkat ve özenle tezimi okuyup çalışmama önemli katkılarda bulunan Prof. Dr. Ali Rıza GÖKBUNAR ve Prof. Dr. Serkan CURA'ya şükranlarımı sunarım.

Bunun yanı sıra, güçlü duruşundan her zaman ilham aldığım ve varlığıyla beni her daim güçlü kılan annem Fatma ÇİÇEK'e de teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Deniz ÇİÇEK

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BEYAN.....	iv
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vii
ÖNSÖZ.....	ix
İÇİNDEKİLER.....	x
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xv
TABLolar DİZİNİ.....	xvi
GRAFİKLER DİZİNİ.....	xviii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	xx
GİRİŞ.....	1
1. BÖLÜM.....	4
1. YATIRIM VE TEŞVİKLER: KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	4
1.1. Yatırım ve Yatırım Teşvik Kavramı.....	4
1.2. Sübvansiyon Kavramı.....	7
1.3. Yatırım Teşviklerinin Özellikleri.....	11
1.4. Yatırım Teşviklerinin Genel Olarak Önemi.....	12
1.5. Yatırım Teşviklerinin Uygulanma Amaçları.....	16
1.5.1. Bölgeler Arası Kalkınmışlık Farklarını Azaltmak.....	16
1.5.2. İstihdamı Artırmak.....	18
1.5.3. İktisadi Kalkınmayı Artırmak ve Rekabeti Sağlamak.....	19
1.5.4. Teknoloji Transferi ve Teknolojik Kalkınmayı Sağlamak.....	22
1.5.5. Yatırım ve Üretim Kolaylığı Sağlamak.....	23
1.5.6. Uluslararası Alanda Rekabet Gücü Sağlamak.....	25
1.6. Yatırım Teşviklerinin Türleri.....	26
1.6.1. Amaçlarına Göre Yatırım Teşvikleri.....	26
1.6.2. Kapsamına Göre Yatırım Teşvikleri.....	29
1.6.2.1. Genel amaçlı yatırım teşvikleri.....	30
1.6.2.2. Özel amaçlı yatırım teşvikleri.....	30
1.6.3. Kullandırılma Aşamalarına Göre Yatırım Teşvikleri.....	30
1.6.3.1. Yatırım aşamasında verilen teşvikler.....	31

1.6.3.2. İşletme aşamasında verilen teşvikler	32
1.6.4. Kullanılan Araçlara Göre Yatırım Teşvikleri.....	33
1.6.4.1. Mali teşvikler.....	34
1.6.4.2. Mali olmayan teşvikler	40
2. BÖLÜM.....	43
2. TÜRKİYE'DE YATIRIM TEŞVİK BELGESİ VE TURİZM SEKTÖRÜNE SAĞLANAN YATIRIM TEŞVİKLERİ.....	43
2.1. Teşvik Belgesi.....	44
2.2. Yatırım Teşvik Belgesi	46
2.3. Yatırım Teşvik Belgesine Müracaat ve Teşvik Belgesi Müracaatında Aranacak Belgeler	46
2.4. Yatırım Cinsleri	47
2.4.1. Komple Yeni Yatırımlar.....	47
2.4.2. Tevsi Yatırımlar	48
2.4.3. Modernizasyon Yatırımları	49
2.4.4. Ürün Çeşitlendirme Yatırımları	50
2.4.5. Entegrasyon Yatırımları	50
2.5. Yatırım Konusu Değişikliği.....	51
2.6. Yatırımın Süresi ve Tamamlama Vizesi	52
2.7. Yatırımların Nakli.....	52
2.8. Geçmişten Günümüze Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Politikalarının Gelişimi.....	53
2.9. Turizm Yatırım Teşvik Sistemine İlişkin Yasal ve İdari Düzenlemeler.....	59
2.9.1. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu.....	60
2.9.2. Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı.....	60
2.9.2.1. 2009/15199 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı.....	61
2.10.2.2. 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı.....	64
2.9.3. Cazibe Merkezleri Programı	72
2.9.4. 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı: Yeni Yatırım Teşvik Sistemi	74
2.10. Turizm Yatırım Teşvik Unsurları	76

2.10.1. 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Sağlanan Teşvik Unsurları	76
2.10.1.1. Yatırım yeri tahsisi	77
2.10.1.2. KDV istisnası ve iadesi	79
2.10.1.3. Gümrük vergisi muafiyeti.....	79
2.10.1.4. Vergi indirimi	80
2.10.1.5. Sigorta primi işveren hissesi ve işçi hissesi desteği	81
2.10.1.6. Gelir vergisi stopajı desteği	82
2.10.1.7. Faiz desteği	82
2.10.2. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile Sağlanan Teşvik Unsurları	83
2.10.2.1. Taşınmaz malların turizm amaçlı kullanımı	84
2.10.2.2. Elektrik, havagazı ve su ücretleri	85
2.10.2.3. Haberleşme kolaylıkları.....	85
2.10.2.4. Yabancı uzman personel ve sanatkarın çalıştırılması.....	86
2.10.3. Emlak Vergisi Muafiyeti	86
2.10.4. Eximbank Kredileri	87
2.10.5. Doğrudan Yabancı Yatırımların Teşviki.....	87
2.10.6. Yurt Dışı Turizm Fuarlarına Katılım Desteği	88
2.10.7. 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı Kapsamında Sağlanan Teşvik Unsurları.....	89
Makine Desteği	92
2.11. Bazı Akdeniz Havzası Ülkelerinde Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri	93
2.11.1. İtalya’da Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri	97
2.11.2. Yunanistan’da Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri	102
2.11.3. Mısır’da Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri.....	111
3. BÖLÜM.....	118
3. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNE SAĞLANAN YATIRIM TEŞVİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ.....	118
3.1. Türkiye’de Turizm Sektörünün Genel Durumu.....	120
3.2. Türkiye’de Turizm Faaliyetleri Üzerinden Alınan Vergiler	126
3.2.1. Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisi.....	127

3.2.2. Konaklama Vergisi.....	129
3.2.3. Katma Değer Vergisi.....	131
3.2.4. Özel Tüketim Vergisi	134
3.2.5. Damga Vergisi.....	136
3.2.6. Yerel Nitelikli Vergiler ve Harçlar.....	137
3.3. Yatırım Teşviklerinin Turizm Arzı Açısından Değerlendirilmesi.....	137
3.3.1. Yatırım Teşvik Belgeli ve İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri Açısından Değerlendirilmesi.....	138
3.3.2. Seyahat Acenteleri Açısından Değerlendirilmesi	144
3.3.3. Belgeli Yeme- İçme Tesisleri Açısından Değerlendirilmesi.....	146
3.3.4. Bakanlık Belgeli Yat Liman İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi	148
3.4. Yatırım Teşviklerinin Turizm Talebi Açısından Değerlendirilmesi.....	150
3.4.1. Konaklayan Turist Sayısı Açısından Değerlendirilmesi	154
3.4.2. Doluluk Oranları ve Geceleme Süreleri Açısından Değerlendirilmesi.....	156
3.5. Yatırım Teşviklerinin Ülkenin Makroekonomik Göstergeleri Açısından Değerlendirilmesi.....	158
3.5.1. Ödemeler Dengesi Açısından Değerlendirilmesi.....	159
3.5.2. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Gelirlerine ve GSYH'ye Katkısı Açısından Değerlendirilmesi	161
3.5.3. İstihdam Açısından Değerlendirilmesi.....	165
3.5.4. Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerine Etkisi Açısından Değerlendirilmesi...	168
3.5.5. Enflasyon Üzerine Etkisi Açısından Değerlendirilmesi.....	173
3.5.6. Fırsat Maliyeti ve Ekonomik Sızıntılar Üzerine Etkisi Açısından Değerlendirilmesi.....	174
4. BÖLÜM.....	178
4. TÜRKİYE'DE YATIRIM TEŞVİK BELGELİ TURİZM YATIRIMLARININ SEKTÖRÜN BÜYÜMESİNE ETKİSİ.....	178
4.1. Literatür Taraması.....	179
4.2. Veri Seti ve Hipotezler	186
4.3. Sayma Verileri İçin Regresyon Modelleri	189
4.3.1. Poisson Regresyon Modeli.....	191
4.3.2. Negatif Binom Regresyon Modeli	195

4.3.3. Genelleştirilmiş Poisson Regresyon Modelleri	198
4.3.4. Genelleştirilmiş Negatif Binom Regresyon Modelleri.....	199
4.3.5. Sıfır Değer Ağırlıklı Regresyon Modelleri	201
4.3.5.1. Sıfır Değer Ağırlıklı Poisson Regresyon Modeli	202
4.3.5.2. Sıfır Değer Ağırlıklı Negatif Binom Regresyon Modeli	204
4.4. Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi	206
4.4.1. Geceleme Sayısı Modeline İlişkin Tahmin Sonuçları.....	207
4.4.2. Konaklayan Kişi Sayısına İlişkin Tahmin Sonuçları	209
4.4.3. Turizm Gelirlerine İlişkin Tahmin Sonuçları.....	210
4.5. Araştırma Hipotezlerinin Durumu	212
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	216
6. KAYNAKLAR.....	222
ÖZGEÇMİŞ.....	261

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 2.1. Türkiye’de 2009/15199 sayılı Karar’a Göre Dört Gruba Ayrılmış Düzey II Bölgeleri	63
---	----



TABLÖLAR DİZİNİ

Tablo 1.1. Amaçlarına Göre Verilen Yatırım Teşvik Politikalarının Tarihi Gelişimi	27
Tablo 1.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Yatırım Teşviklerinin Uygulanmasındaki Amaçlar	29
Tablo 1.3. Vergi Teşviklerinin Etkinliği Üzerine Yapılan Bazı Ampirik Çalışmalar	38
Tablo 1.4. Vergi Teşviklerinin Etkinliği Üzerine Yapılan Bazı Ampirik Çalışmalar (devamı).....	39
Tablo 2.1. Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Hukuki Düzenlemelerinin Tarihi Gelişimi.....	70
Tablo 2.2. Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Hukuki Düzenlemelerinin Tarihi Gelişimi (devamı)	71
Tablo 2.3. 2025/9903 sayılı Karar’ın Üç Bileşenine Göre Teşvik Unsurları	90
Tablo 2.4. 2025/9903 sayılı Karar’da Vergi İndirimi Uygulaması	91
Tablo 2.5. İtalya, Yunanistan, Mısır ve Türkiye’nin Turizm Gelirlerinin Toplam İhracat İçerisindeki Payı ve Ülkeye Gelen Turist Sayısı.....	95
Tablo 2.6. Yunanistan’da 2011-2014 Yılları Arasındaki Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Düzenlemeleri	107
Tablo 2.7. Mısır’da 2000’li Yıllara Kadar Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Sisteminin Kurumsal ve Düzenleyici Çerçevesi	113
Tablo 2.8. Mısır’da 2000’li Yıllara Kadar Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Sisteminin Kurumsal ve Düzenleyici Çerçevesi (devamı).....	114
Tablo 3.1. Türkiye’de Turizm Sektörüne İlişkin Bazı Temel Göstergelerin 2000-2024 Dönemindeki Değişimi.....	124
Tablo 3.2. Türkiye’de 2000-2024 Yılları Arasında Toplam Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Konaklama Tesis Sayısında Gerçekleşen Yüzdelik Değişimler	141
Tablo 3.3. Bakanlık İşletme Belgeli Yat Limanları ve Yat Kapasiteleri.....	149
Tablo 3.4. Bakanlık İşletme Belgeli Yat Limanları ve Yat Kapasiteleri (devamı)	150
Tablo 3.5. Türkiye’nin 2000-2024 Dönemi Cari İşlemler Hesabı	162
Tablo 3.6. Dünyadaki Belirli Bazı Ülkelerdeki Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (%).....	165
Tablo 3.7. 2021-2024 Q2 Dönemindeki Dünyada ve Türkiye’de DYY Girişleri (Milyon \$)	168

Tablo 4.1. Analizde Kullanılan Değişkenlerle İlgili Tanımlayıcı Bilgiler	187
Tablo 4.2. Model 1 İçin Sayma Veri Regresyon Modellerine İlişkin AIC Değerleri	208
Tablo 4.3. Model 1 için GPR Modeli Tahmin Sonuçları	208
Tablo 4.4. Model 2 İçin Sayma Veri Regresyon Modellerine İlişkin AIC Değerleri	209
Tablo 4.5. Model 2 İçin GPR Modeli Tahmin Sonuçları	209
Tablo 4.6. Model 3 İçin Sayma Veri Regresyon Modellerine İlişkin AIC Değerleri	210
Tablo 4.7. Model 3 İçin GPR Modeli Tahmin Sonuçları	211
Tablo 4.8. Araştırma Hipotezlerinin Kabul/Ret Durumları.....	212



GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 3.1. Türkiye’de 2023 Yılı Ayları İtibarıyla Yabancı Turistlerin Konaklama Tesislerine Geliş Sayısı	122
Grafik 3.2. Türkiye’de 2000-2024 Döneminde Turizm Geliri ve Toplam Konaklayan Kişi Sayısı	126
Grafik 3.3. 2022-2024 Yılları Arasında Vergi Gelirleri İçerisinde KDV’nin Toplam Miktarı ve Payı	133
Grafik 3.4. Türkiye’de 1983-2024 Yılları Arasında En Yüksek Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Tesis Sayısına Sahip Olan İlk 10 İl.....	142
Grafik 3.5. Türkiye’de 1983-2024 Yılları Arasında En Az Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Tesis Sayısına Sahip Olan İlk 10 İl.....	143
Grafik 3.6. Türkiye 1983-2024 Yılları Arasındaki İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı	144
Grafik 3.7. Türkiye’deki 2000-2023 Yılları Arasında Gerçekleşen Seyahat Acente Sayısı	145
Grafik 3.8. 2005-2024 Yılları Arasında Türkiye’de Yatırım Teşvik Belgesi Alan Yiyecek-İçecek Tesislerinin Türlerine Göre Dağılımı.....	147
Grafik 3.9. 2005-2024 Yılları Arasında Türkiye’de İşletme Belgesi Alan Yiyecek-İçecek Tesislerinin Türlerine Göre Dağılımı	147
Grafik 3.10. 2000-2024 Yılları Arasında Türkiye’de Konaklayan Turist Sayısı	155
Grafik 3.11. 2000-2024 Yılları Arasında Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Doluluk Oranları (%).....	157
Grafik 3.12. 2000-2024 Yılları Arasındaki Toplam Geceleme Sayısında Gerçekleşen Yüzdelik Değişim (%).....	157
Grafik 3.13. Türkiye’de 2004-2023 Yılları Arasındaki Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (%).....	164
Grafik 3.14. Türkiye’de 2005-2022 Döneminde Turizmin Toplam İstihdam İçindeki Payı (%).....	167
Grafik 3.15. Belirli Bazı Ülkelerde ve Türkiye’de 2021-2023 Yılları Arasındaki DYY Girişlerinin GSYH’deki Payı (%)	169
Grafik 3.16. 2000-2024 Yılları İtibarıyla Konaklama ve Yiyecek Hizmet Sektöründe DYY Dağılımı (Milyon \$)	172

Grafik 4.1. Geceleme Sayısı Değişkenine İlişkin Histogram Grafiği	206
Grafik 4.2. Konaklayan Kişi Sayısına İlişkin Histogram Grafiği.....	206
Grafik 4.3. Turizm Gelirlerine İlişkin Histogram Grafiği	207



KISALTMALAR DİZİNİ

AB:	Avrupa Birliği
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
AIC:	Akaike Bilgi Kriteri
Ar-Ge:	Araştırma Geliştirme
DTÖ:	Dünya Ticaret Örgütü
GLIM:	Genelleştirilmiş Doğrusal Model
GNBR:	Genelleştirilmiş Negatif Binom Regresyonu
GPR:	Genelleştirilmiş Poisson Regresyonu
GSMH:	Gayrisafi Milli Hasıla
GSYH:	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
GVK:	Gelir Vergisi Kanunu
KDV:	Katma Değer Vergisi
KVK:	Kurumlar Vergisi Kanunu
MLE:	En Çok Olabilirlik Tahmini
NB:	Negatif Binom
NBR:	Negatif Binom Regresyonu
OLS:	En Küçük Kareler Yöntemi
ÖTV:	Özel Tüketim Vergisi
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRSAB:	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
UNCTAD:	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
VAR:	Vektör Otoregresif Model
ZIGP:	Sıfır Değer Ağırlıklı Genelleştirilmiş Poisson
ZINB:	Sıfır Değer Ağırlıklı Negatif Binom
ZIP:	Sıfır Değer Ağırlıklı Poisson

GİRİŞ

İktisadi kalkınma stratejisinin bir unsuru olarak görülen yatırım teşvikleri, hükümetler tarafından yatırımların belirli sektörlerle yönlendirilmesi amacıyla bir maliye politikası aracı olarak uygulanmaktadır. Yatırım teşviklerinin ülke bütçesi üzerindeki mali külfeti tam olarak ölçülemese de yatırım ortamının iyileştirilmesine katkı sağladığı için günümüzde de uygulanmaya devam etmektedir. Özellikle doğal ve kültürel kaynaklar açısından zengin, ancak ihracat potansiyeli sınırlı ülkelerde turizm; döviz geliri sağlama, istihdam yaratma ve ekonominin diğer sektörlerine yatırım fonu aktarma açısından stratejik bir araç olarak görülmektedir. Türkiye’de turizm ise makroekonomik göstergelere yaptığı katkı ile ülke ekonomisinin hem lokomotif hem de kilit sektörlerinden biri konumundadır.

Türkiye’de turizm sektörüne yönelik yatırım teşviklerinin hukuki temeli, 12 Mart 1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu’dur. 2634 sayılı Kanun, Türkiye turizminin modern temellerini atan ve yatırımların hız kazanmasını sağlayan en önemli düzenleme olarak öne çıkmaktadır. Kanun, yıllar içinde çeşitli değişikliklerle güncellenmiş olsa da halen turizm teşviklerinin temel yasal kaynağıdır. Mezkûr Kanun ile birlikte, turizm teşvik sistemi, belgelendirme mekanizması üzerinden yürütülmekte ve yatırımcıların teşviklerden yararlanabilmeleri için yatırım teşvik belgesi almaları zorunludur. Sektörü destekleyen bir diğer temel düzenleme ise, yeni yatırım teşvik sistemini oluşturan 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararıdır. Turizm sektörü, bu karar kapsamında sektörel teşvik uygulamaları içinde yer almakta; karar ile önceki sistemdeki unsurlara ek olarak nakdi destek şeklinde sağlanan makine destek unsuru gibi yeni teşvikler de sisteme dâhil edilmiştir.

Turizm sektörü doğrudan talep odaklıdır; talep, sektörün büyümesinin temel belirleyicisidir. Turizm talebindeki artış yatırımları, gelirleri ve istihdamı güçlendirirken, talepteki azalma sektörün hızla küçülmesine neden olabilmektedir. Bununla birlikte, turizm ekonomisinde talep ve arz birbirine sıkı bir şekilde bağlıdır. Yatırım teşvik ve işletme belgeli konaklama tesisleri, belgeli yeme-içme tesisleri ve seyahat acente sayısındaki artış, turizm arzına yapılan yatırımların kapsamını oluşturmaktadır. Bu yatırımların ülkenin turistik cazibesini artırması sonucunda turist sayısı ile turizm gelirlerinin yükselmesi, hükümetlerce genel olarak kabul edilen bir görüştür. Yatırım teşvikleri, turizm arzını artırmak veya yatırımların maliyetlerini düşürmek için kullanılmaktadır. Turizm talebinin belirsizlikler

içermesi nedeniyle de yatırım teşvik politikaları ülke genelinde yatırımcı ve girişimcilere yönelik olarak geliştirilmiştir. Arz odaklı bu teşvikler, dolaylı olarak turizm talebini de harekete geçirebilir; ancak tek başına yatırım teşvikleri talebi oluşturmaz. Bu nedenle, uzun vadede sürdürülebilir büyüme için, teşviklerin sayıca fazla kapasite yaratmaktan ziyade katma değeri yüksek yatırımlara yönlendirilmesi gerekmektedir.

Bu tez çalışmasının temel amacı, Türkiye’de çok yönlü, kırılgan ve kompleks bir yapıya sahip turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik belgeli yatırımların sektörün büyümesine etkilerini analiz etmektir. Bu analiz, özellikle turizm, sağlık, çevre ve kamu ekonomisi alanlarında talep modellemesi ve politika etkilerini ölçmek için öne çıkan ve bağımlı değişkenin kesikli yapıda olduğu durumlarda kullanılan sayma verilerinin regresyon modelleri ile gerçekleştirilmiştir. Ayrıca tez çalışmasının bir diğer amacı, uygulanan analiz ve elde edilen bulgular doğrultusunda, turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik sisteminin etkinliğini değerlendirmektir.

Tez kapsamında, Türkiye’deki yatırım teşvikleri sektörel bazda ele alınmıştır. Turizm sektöründe büyümeyi ölçmek için kullanılan başlıca göstergeler arasında ülkeye gelen turist sayısı, geceleme sayısı, turizm gelirleri, kişi başı ortalama harcama, turizm gelirlerinin GSYH ve toplam ihracat içindeki payı, yatırım teşvik belgeli yatırımlar, tesis doluluk oranları, uluslararası marka otel sayısı, yüksek gelirli turist oranı ve uluslararası endekslerdeki sıralamalar yer almaktadır. Bu tez çalışmasında, 1983-2023 döneminde gerçekleşen geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı, turizm gelirleri ve yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayısı değişkenleri analizin sınırını oluşturmaktadır.

Bu tez, dört bölümden oluşmaktadır. Tezin birinci bölümünde, yatırım teşvik kavramı, türleri, amaçları ve ülke ekonomileri üzerindeki etkileri kamu maliyesi perspektifinden kavramsal olarak ele alınmıştır. Yatırım teşvikleri kısa vadede kamu maliyesine maliyet yaratsa da uzun vadede gelir artırıcı ve bütçe ile ödemeler dengesi üzerinde dengeleyici bir maliye politikası aracı işlevi görmektedir. Bu etkinin sağlanabilmesi için teşviklerin doğru tasarlanması, etkin uygulanması ve düzenli denetim mekanizmalarıyla desteklenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, bu bölümde, yatırım teşvikleri kamu maliyesi temel kavramları çerçevesinde özgün bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir.

Tezin ikinci bölümünde, Türkiye’de turizm yatırımcılarının teşviklerden yararlanabilmesi için oluşturulan belgelendirme mekanizmasına dayalı teşvik sistemi ele alınmıştır. Bu kapsamda, yatırım teşvik belgesi, belgenin verilme süreci ve uygulama esasları açıklanmıştır. Ayrıca, turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinin kronolojik gelişimi, güncel hukuki düzenlemeler ve yeni teşvik mekanizmaları detaylandırılmıştır. Bölümün devamında, İtalya, Yunanistan, Mısır ve Türkiye’deki turizm göstergeleri karşılaştırılmış; söz konusu ülkelerde turizm teşviklerinin tarihsel süreçleri Türkiye örneğiyle benzer şekilde değerlendirilmiştir.

Tezin üçüncü bölümünde, Türkiye’de turizm sektörünün son yıllardaki genel görünümü ve Türk vergi sisteminde turizm faaliyetlerine uygulanan vergiler ele alınmıştır. Bölümde ayrıca, turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvikleri; turizm arzı, talebi ve makroekonomik göstergeler açısından değerlendirilmiştir. Bu bölüm, dördüncü bölümde gerçekleştirilecek analiz için bir hazırlık niteliği taşımakta olup, analizde kullanılacak turizm değişkenleri tanımlanmış ve ilgili veriler üzerinden devletin sektöre sağladığı teşviklerin etkileri yorumlanmıştır.

Tezin dördüncü bölümünde ise 1983–2023 döneminde turizm arzına dâhil olan yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayılarının; geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri üzerindeki etkisi sayma veri regresyon modelleri kullanılarak analiz edilmiştir. Turizm sektöründeki büyüme yalnızca “ülkeye kaç turist geldi?” sorusuyla ölçülememekte; kişi başı ortalama harcamanın düşük kalması, gelir artışını sınırlamaktadır. Bununla birlikte, enflasyon ve döviz kuru etkileri hariç tutulduğunda, gelir artışlarının çoğu zaman nominal olduğu görülmektedir. Sanayi sektörünün ihracat payındaki artışı ise turizmin GSYH içindeki payını azaltmakta, ancak bu durum sektörde bir daralma değil, ihracattaki görece ağırlık değişimini göstermektedir. Dolayısıyla yatırım teşvik belgeli turizm yatırımlarının sektörün büyümesine etkisinin analizi için birden fazla değişkenin kullanılması, sonuçların güvenilirliğini artırmaktadır. Zira turizm sektörü çok boyutlu bir yapıya sahip olduğundan, büyümeyi tek bir gösterge üzerinden ölçmek yanıltıcı olabilir. Bu yüzden bu tezde, turizm sektörünün büyümesine etki edebilecek üç temel gösterge üzerinden sayma veri regresyon analizi uygulanmış; analiz sonuçları ayrıntılı bir biçimde değerlendirilmiştir.

1. BÖLÜM

1. YATIRIM VE TEŞVİKLER: KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Yatırımlar, ülkelerin iktisadi ve sosyo-kültürel hayatında önemli değişiklikler yaratan ve üretim faktörlerinin tüketilmeyen kısmını oluşturan unsurlardır. Mikro ve makro düzeyde çok yönlü etkiler gösterdikleri için yatırımlar, yalnızca iktisadi değil aynı zamanda sosyo-kültürel ve siyasi hayatın da önemli bir değişkenidir. Bu etkinin işletmeye, piyasaya ve ekonomiye pozitif yansıtılabilmesi için yatırımların doğru biçimde ve uygun zamanlama ile yapılması gerekir. Yatırımlar, yeni üretim tesisleri kurmak, mevcut tesisleri genişletmek ve bu tesislere teknoloji ve yenilikler katmak için milli gelirden ayrılan kısmı ifade etmektedir. Tüketim fonksiyonu ile birleşerek istihdamı ve milli geliri belirleyen yatırımları canlandırmayı amaçlayan yasal tedbirler ise yatırım teşviklerini oluşturmaktadır. Bu durum, yatırımlar ve teşvikler arasında sıkı bir ilişki olduğunu göstermektedir (Güryeli ve Özmodanlı, 2019:1-2).

Yatırımları tercih edilen sektörlerle veya bölgelere yönlendirmek ya da yatırımların karakterini etkilemek amacıyla hükümetlerin belirli işletmelere ve işletme gruplarına sağladığı ekonomik avantajlara yatırım teşvikleri denilmektedir. Bu avantajlar mali ve mali olmayan biçimde olabilmektedir. Dinamik bir süreç içinde sürekli gelişen yatırım teşvikleri, hükümetler tarafından diğer ev sahibi ülkelerle rekabet edebilmek ve ülkelerindeki yatırım ortamının açık olduğunu göstermek için gerekli bir önlem olarak görülmektedir. Çoğu durumda, bu önlemlerin etkinliği abartılırken maliyetleri göz ardı edilse de ülkeler, teknoloji transferi ve istihdam artışı gibi makroekonomik hedeflerin yanı sıra yatırım ortamının iyileştirilmesi ve sanayi politikası değişiklikleri gibi amaçları birleştirerek ekonomik büyümeye yönelik reformlar gerçekleştirmektedir. Bu nedenle, yatırım teşviklerinin spesifik etkisini tam olarak belirlemek zor olsa da birçok idare, teşvik sunmamanın kendilerini dezavantajlı bir duruma düşürebileceğini düşünmekte ve teşvik politikalarını uygulamaya devam etmektedir (James, 2009: 1; Tuomi, 2012: 1).

1.1. Yatırım ve Yatırım Teşvik Kavramı

Ekonomik yaşamın en önemli parametrelerinden biri olan yatırım kavramı, belirli bir dönem içinde ekonomide var olan üretim faktörlerine yapılan ilaveler olarak

açıklanmaktadır. Başka bir deyişle, yatırım; bir ülkede belirli bir dönemde hem üretilen hem de ithal edilen üretim araçlarının tüketilmeyen ve sonraki döneme aktarılan veya kalan kısmıdır (Gökçe, 1996: 1550). Genel olarak yatırım kavramı, mal ve hizmet üretmek için kaynak kullanımını içeren tüm ekonomik faaliyetleri ifade etmektedir. Yatırım/sermaye oluşumu süreçleri ile ekonomik büyüme arasında yakın bir ilişkinin olduğu konusunda genel bir mutabakat bulunmaktadır. Bu nedenle, bir ülkede üretimin büyümesini teşvik etmek için sermaye stokunda bir artışa kesinlikle ihtiyaç vardır. Buradaki ekonomik büyümenin motoru olan sermaye stokuna belirli bir dönem için yapılan net ilaveler, yatırımları kapsamaktadır (Anwer ve Sampath, 1999: 3).

Yatırımlar, ev sahibi ülkenin ekonomisinde üretimi ve gelir-akışını artırarak iktisadi büyüme oranını ve dolayısıyla toplumun refah düzeyini yükseltmektedir. İşletmelerin sermaye stokuna yaptığı eklemeler olan yatırımlar, devletin üretim kapasitesini artırmak amacıyla var olan nakit fonları gelir getirecek menkul ve gayrimenkul mallara dönüştürmek için yaptığı harcamalar bütünü olarak ekonomiye yansımaktadır. Yatırımlar, bir harcama türü olarak dalgalı bir seyir izler ve GSYH'nin döngüsel dalgası boyunca gösterdiği gelişmenin önemli bir bölümünden sorumludur. Bu nedenle, yerli ve yabancı yatırımları çekmek amacıyla çeşitli yatırım teşvikleri kamu sektöründen özel sektöre sunulmaktadır (Brahmbhatt et al., 2010: 1).

Yatırım teşvik kavramı, bir üretim faaliyetinin diğer faaliyetlere göre daha fazla gelişmesini sağlamak amacıyla, meşruiyetini anayasadan alan egemenlik gücüne sahip devlet tarafından yatırımcılara sağlanan ayni, nakdi ve vergi teşvikleri ile her tür işlem maliyetini kapsayan çeşitli destek ve özendirmeler olarak tanımlanmaktadır (Devlet Planlama Teşkilatı, 2007: 1). Teşvik kelime anlamı olarak isteklendirme ve özendirmeyi ifade etse de uygulamada teşvik kavramı yerine sübvansiyon, iktisadi amaçlı mali yardım, üreticiye yapılan transfer harcamaları, primler, destekler ve uygun koşullu krediler gibi kavramlar da kullanılabilmektedir. Ancak bu kavramlar hem teşviklerle aynı anlamı taşıyabilir hem de teşvik kavramından farklı anlamlar içerebilir (Duran, 2003: 6)

Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), yatırım teşviklerini, bir sektörü veya bir kuruluşu belirlenen bir şekilde davranmaya yönlendirmek için hükümetler tarafından sağlanan her türlü ekonomik tedbir ve yarar olarak tanımlamıştır (UNCTAD, 2004: 11). Jenskin, yatırım teşviklerini, kullanılan sermayeden tatmin edici bir

getiri oranı elde etme olasılığını artırmak için genellikle mali veya finansal nitelikte imtiyazlar sunarak yatırım fonlarını çekmek adına getirilen yasal hükümler olarak tanımlamaktadır (Jenskin, 1982: 91). Dünyada özellikle 20. yüzyıl ve sonrasında serbest piyasa ekonomisinin kabul görmesi ve küreselleşmeyle birlikte dünya ülkelerinin birbirlerine görünmez sicimlerle bağlı olması sonucunda teşviklerin önemi giderek artış göstermiştir. Öyle ki serbest piyasa ekonomilerinde yatırım teşvikleri, devletin kullandığı temel regülasyon¹ politika aracı haline gelmiştir (Akdeve ve Karagöl, 2013: 330).

Yapılan tanımlamalar farklı olsa da yatırım teşviklerinin uygulanmasındaki genel amaç; yatırımların maliyetlerini düşürerek kârlılığını artırmak ve böylece üretimi ve istihdamı artırarak ekonomik büyümeyi sağlamaktır (Eğilmez, 2020). Aynı zamanda üretim, istihdam ve fırsat eşitliği sunarak bireyler arasındaki fedakârlıkların dengelenmesini hedefleyen sosyal veya refah devleti ilkesi doğrultusunda verilen yatırım teşvikleri, ülke, bölge veya sektörler arasındaki kaynak dağılımındaki dengesizlikleri gidermeye çalışmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, yatırım teşviklerinin kamu maliyesinin ve devletin varlık gerekçesini açıklayan ve makro iktisadın temel amaçlarından biri olan iktisadi kalkınmayı sağlayarak toplumun sosyal refah seviyesini artırmayı hedeflediğini söyleyebiliriz. John Maynard Keynes ile ortaya çıkan müdahaleci devlet anlayışının bir yansıması olan ve maliye politikası çerçevesinde uygulanan yatırım teşviklerinin biçimi ve büyüklüğü, ülkelerin iktisadi gelişmelerine ve devletlerin makro vergi planlamasına göre değişkenlik göstermektedir.

Genellikle gelişmiş ülkeler, yatırım teşviklerini uluslararası platformlarda rekabet gücünü korumak ve artırmak, bölgeler arasındaki kaynak dağılımındaki etkinliği sağlamak, teknolojik gelişmelere önderlik etmek ve teknoloji üzerindeki söz sahipliğini artırmak gibi amaçları sağlamak için kullanmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler ise ekonomik büyüme ve yapısal değişim şeklinde iki kısımdan oluşan iktisadi kalkınmayı sağlamak, sıcak para için yabancı yatırımcıları kendi egemenlik sahalarına çekmek, üretimi ve istihdamı artırmak ve

¹ Regülasyon, “ayarlama, düzenleme” anlamında kullanılmaktadır. Regülasyon, devletin ya da onun düzenleyici ve denetleyici kurumları tarafından serbest piyasa sisteminin işleyişinde belirli bir faaliyet alanına yönelik düzenlemeler getirmesi ve bu düzenlemeleri içeren kurallara uyulmasının sağlanmasıdır. Düzenleme çalışmaları genellikle üç alana ayrılmaktadır. Buna göre, bu üç alan içerisinde, rekabetçi piyasa yapılarına sahip endüstrilerde fiyat ve giriş düzenlemesi, tekellerde fiyat ve giriş düzenlemesi ve çevre, sağlık, iş güvenliği ulaşım, enerji ve telekomünikasyon ve ürün kalitesi gibi çeşitli piyasa başarısızlığı sorunlarıyla başa çıkmaya çalışan düzenlemeler yer almaktadır (Joskow ve Noll, 1981: 4).

teknoloji transferi gibi amaçlar doğrultusunda yatırım teşvik uygulamalarına yer vermektedir (Duran, 2002: 8).

Günümüz dünyasında ülkeler arasındaki teşvik politikalarında rekabet giderek artmaktadır. Dünya genelinde çok daha fazla ülke, eyalet ve yerel yönetim bu tür bir rekabetin içine itilmiş ve bunun sonucunda teşvik rekabeti için harcanan toplam miktar hızla artış göstermiştir. Sermaye için teşvik rekabeti ise sektörler için doğrudan ve dolaylı istihdam oluşturmaları, ekonomik faaliyetlerin mekânsal dağılımını değiştirmesi, vatandaşlar ve diğer toplum kesimleri için büyük fırsat maliyetleri doğurması nedeniyle gittikçe daha önemli bir kamu politikası haline gelmiştir (Markusen ve Nesse, 2007: 1-2).

Devletlerin sıklıkla yatırım teşviklerini bir kamu politikası olarak kullanmasının altında hükümetin piyasa ekonomisine müdahale etmesinin birincil gerekçesi olan piyasa başarısızlıklarına karşı koymak istemesi yer almaktadır (Eberts, 2016: 86). Buradan hareketle, irrasyonel ve eksik üretimin yol açtığı tercih çarpıklığını önleyebilmek adına hantal bir yapıya sahip olan ya da daha da gelişim göstermesi gereken sektörlerle, uluslararası arenada var olan standartlara sahip olacak şekilde yatırım teşvik politikalarının uygulanması gerekmektedir. Bir başka ifadeyle piyasanın, pareto optimumu² ya da birinci en iyi kaynak tahsis durumunu sağlayamaması ve birincil gelir dağılımının, gelir dağılımında adaleti başaramaması üzerine merkezi yönetim veya mali federalizmin³ olduğu ülkelerde eyalet ve yerel yönetimler teşvik politikalarını ya da düzenlemelerini ön plana çıkarmaktadır.

1.2. Sübvansiyon Kavramı

Devlet tarafından sağlandıkları alanlara göre farklı anlamlar yüklenmeleri ve yatırım teşvik tedbirleriyle sıkça karıştırılmaları nedeniyle, sübvansiyonların genel bir tanımını yapmak oldukça zordur. Bu sebeple, literatürde sübvansiyonla ilgili olarak farklı yazarlar ve kurumlar tarafından çeşitli tanımlamalar yapılmıştır. O'Brien (1997), dar anlamda sübvansiyonları, mal veya hizmet üretimini desteklemek amacıyla devlet tarafından kişi veya kurumlara verilen karşılıksız yardımlar olarak tanımlamıştır. Geniş anlamda

² Pareto optimumu (optimali), toplumdaki bireylerden en az birinin dahi fayda, refah ve yaşam kalitesini azaltmadan diğer bireyin faydasını, refahını ve yaşam kalitesini artırmanın mümkün olmadığı kaynak tahsisidir (Özkazanç, 1977: 287).

³ İlk olarak Musgrave (1959) ve Quates (1972) tarafından geliştirilen Mali Federalizm, kamu sektörü işlevlerinin ve finansmanının yani vergi toplama yetkisinin ve kamu harcamalarını yerine getirme yükümlülüğünün farklı yönetim düzeyleri arasındaki dağılımıdır (Bird, 1999:151).

sübvansiyonlar ise, devlet veya ona bağı kamu kurumları ya da bunların görevlendirdiği kuruluşlar aracılığıyla, üreticileri korumak ve teşvik etmek amacıyla özel sektöre karşılıksız olarak yapılan nakdi ve aynı yardımlar şeklinde açıklanmaktadır (Akar ve Giray, 2021: 68).

Carl Kaysen (1953), bir işletmeye verilen sübvansiyonu piyasa güçlerinin veya tüketici zevklerindeki doğal değişikliklerin, üretim tekniklerinin veyahut doğal kaynakların mevcudiyetinin bir sonucu olmayıp, daha ziyade sübvansiyonu verenin kasıtlı eyleminin bir sonucu olarak, işletmenin çıktılarına olan talepte bir artış veya çıktılarını üretmek için katlanmak zorunda olduğu maliyetlerde bir düşüş olarak tanımlamıştır. Sübvansiyonlar da transfer ödemeleri olarak görülmelidir, çünkü tanım gereği devlet tarafından herhangi bir ürün, hizmet veya varlık alınmadan yapılan ödemeleri ifade etmektedir (Robinson, 1967: 86).

Schwartz ve Clements (1999) ise sübvansiyonu, (i) tüketicilerin mal ve hizmetleri, özel sektörün sunduğundan daha düşük fiyatlarla satın almasını sağlayan veya (ii) üreticilerin gelirlerini artıran herhangi bir devlet yardımı olarak tanımlamaktadırlar. Bu tanımdan hareketle, sübvansiyonları arz yönünden düşünerek yalnızca üreticilere verildiği anlamı çıkabilir ancak bu doğru bir yaklaşım değildir. Zira üreticilerin yanı sıra tüketicilere de sübvansiyon ödemeleri verilmektedir. Tüketicilere yönelik sübvansiyonlar, devletin bir mal ve hizmet üretirken sermayeye normal getiri de dâhil olmak üzere tüm maliyetleri yansıtmayan bir fiyattan sattığı veya bunu yaptığı için özel sektöre tazminat ödediği durumları içermektedir. Örneğin, eğitimin özel sektör tarafından belirlenen fiyatı pozitif dışsallıkları içermese de özel sektör fiyatının altında herhangi bir kamu eğitimi sağlanması sübvansiyon olarak kabul edilmektedir. Ek olarak, sübvansiyonlar için dikkat edilmesi gereken bir husus, hane halklarına yapılan transferlerin sübvansiyon olarak değerlendirilmediğidir. Zira bu transferler ne mal veya hizmet satışını içermekte ne de fiyatları değiştirmektedir (Schwartz ve Clements, 1999: 120).

Sübvansiyonlar, sektörlere (tarım, ormancılık, balıkçılık, karayolu taşımacılığı gibi) ve ekonomik birimlere (üretici ve tüketici) göre ayrılmaktadır. Bununla birlikte, genel ve spesifik sübvansiyonlar şeklinde farklı bir grupta da sınıflandırılmaktadır. Sübvansiyonu alan alıcı grubunun tanımı ne kadar dar ise söz konusu bu sübvansiyonlar, spesifik sübvansiyon olarak adlandırılmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) nezdinde, dünya ticaretinin geliştirilmesi ve dış ticaretteki rekabetin korunması için imzalanan

Sübvansiyonlar Anlaşması, bu konudaki düzenlemelerin temelini oluşturmaktadır. Anlaşmanın 2. maddesinde spesifik ya da seçici sübvansiyon açıklanmıştır. Buna göre, spesifik sübvansiyon, sübvansiyonun belirli bir firmaya veya sanayi grubuna verilmesini kapsamaktadır. Bunun tam aksine sübvansiyonu alıcı grup geniş bir tabana sahip ise bu da genel sübvansiyon olarak değerlendirilmektedir. Genel sübvansiyonlar, alıcı grubun sayıca fazla olmasından dolayı iktisadi kaynakların etkin olmayan bir şekilde dağıtımına neden olabilmektedir. Bu halde, tüm ekonomik birimlere eşit miktarda sübvansiyon verilmesi demek sübvansiyonun mantığına aykırı bir şekilde hiçbir birime sübvansiyon verilmemesi anlamını taşımaktadır (Akar ve Giray, 2021: 69; Eser, 2011: 42).

Bir başka ayırıma göre, geniş anlamda sübvansiyonlar yedi başlık altında toplanmaktadır (Schwartz ve Clements, 1999: 121):

- Üreticilere veya tüketicilere doğrudan devlet ödemeleri
- Devlet garantileri, işletmelere faiz sübvansiyonları veya düşük faizli devlet borçları
- Belirli vergi yükümlülüklerinin azaltılması
- Devletin piyasa fiyatlarının üzerinde mal ve hizmet alımları
- Devlet özkaynak iştirakleri
- Hükümetin, piyasa fiyatlarını değiştiren düzenleyici eylemleriyle yapılan örtük ödemeler

Yukarıdaki sınıflandırmada yer alan sübvansiyon türleri arasında, üreticileri veya ihracatçıları en hızlı motive edenler parasal yardımlardır. Sübvansiyonun gelir dağılımı üzerindeki etkisi, kamusal kaynakların yeterliliği ile yakından ilişkilidir. Kamu kaynakları yetersiz olduğunda, sübvansiyon alan ve almayan taraflar arasında adaletsizlik ortaya çıkabilir. Doğrudan nakit ödemeleri şeklinde yapılacak sübvansiyonların hangi alt gelir grubuna verileceği dikkatle belirlenmeli ve ekonomik sistem bu duruma uygun bir biçimde düzenlenmelidir (Eker, 1995: 211-212).

Yukarıda belirtilen sübvansiyon tanımlarına ek olarak, sübvansiyon ve yatırım teşvik kavramları arasındaki farkı kısaca belirtmek faydalı olacaktır. Aslında hem yatırım teşvikleri hem de sübvansiyonlar, devletin ekonomiyi ve yatırımları desteklemek için kullandığı araçlardır; ancak kapsam, zamanlama, amaç, hedef kitle ve uygulama biçimi bakımından birbirlerinden farklıdır. Yatırım teşvikleri, sübvansiyonlardan daha geniş bir çerçevede ele alınmaktadır. Yatırım başlamadan veya yatırım aşamasında verilen teşvikler, yeni yatırım yapmayı cazip hâle getirdiği için geleceğe dönük niteliktedir. Yatırımları özendirmek ve yeni kapasite oluşturmak amacıyla uygulanan yatırım teşviklerinin hedef kitlesi yatırımcılardır. Bu teşvikler, yatırımcılara finansal destek, dolaysız ve dolaylı vergi avantajları gibi çeşitli yollarla sağlanan; iktisadi faaliyetlere, sektörlerle ve bölgelere yönlendirilen, ülke ekonomisini önemli ölçüde etkileyen ve geri dönüşleri uzun vadeye yayılan desteklerdir.

Oysa sübvansiyonlar, yatırımdan ziyade mevcut üretim ve faaliyetlerin sürdürülmesini desteklediği için bugüne dönük politikaları kapsamaktadır. Sübvansiyonlar, devletin belli sektörlerde üretimi veya tüketimi desteklemek amacıyla doğrudan veya dolaylı olarak verdiği mali yardımlardır. Üretici firmaların mallarını gerçek maliyetlerinin altında satabilmesini sağlayarak yerli firmaları yabancı firmalara karşı rekabet edebilir hâle getirir; tüketiciler için ise mal veya hizmet fiyatlarını düşürerek satın alma gücünü artırır. Üretim ve tüketimi desteklemek ve maliyetleri azaltmak amacıyla uygulanan sübvansiyonların hedef kitlesi üretici ve tüketicilerdir. Genellikle nakit transferleri ve fiyat destekleri şeklinde uygulanmaktadır. Özellikle dolaylı vergiler ve hatta ihracata dayalı vergiler üzerinden hizmet eden sübvansiyonlar, objektif karakterlidir. Ülke ekonomisi üzerindeki etkisi ise çarpan⁴ ve hızlandırıcı⁵ mekanizması üzerinden şekillenmekte ve yatırım teşviklerine

⁴ Ekonomiye sıcak paranın girmesiyle birlikte bu para, iktisadi hayatı pek çok yönden etkilemektedir. Bazı paralar, kâr ve başka bir tüketici tarafından ithal mal alımı vs. sebeplerden ötürü piyasayı geldiği gibi hemen terk eder. İşte bu paralar, teknik olarak ekonomide sızıntıları oluşturmaktadır. Ekonomide kalan para ise yatırım yapılmasında ya da mal ve hizmet satın alınmasında kullanılmaktadır. Bu süreç, söz konusu harcamaların ilk turunu oluşturmaktadır. İlk turda yapılan harcamaların bir kısmı ise ikinci tur harcamalar için yeniden kullanılmaktadır. Bu şekilde piyasadaki paranın tüketiciler tarafından sürekli olarak harcanması, ekonomiyi kamçılıyarak daha fazla harcama yapılmasına yol açmaktadır. İşte ekonomide oluşan bu duruma, çarpan etkisi ya da çarpan mekanizması denilmektedir (Korkmaz, 1990: 398).

⁵ Tüketim malları talebinde ortaya çıkan bir değişimin ya da tüketim harcamalarında gerçekleşen artışın yatırımları uyarması sonucunda milli gelirin artışına kaynaklık eden etki ya da mekanizma da hızlandırıcı olarak açıklanmaktadır (Akdoğan, 2009: 514).

nazaran daha kısa vadede etkisi ortaya çıkan ve daha dar kapsamlı devlet yardımlarıdır (Ongun, 2002: 69).

1.3. Yatırım Teşviklerinin Özellikleri

Devlet tarafından işletmelerin davranışları üzerinde belirli bir değişiklik elde etmeyi amaçlayan ve çeşitli araçlarla onların maliyetlerini azaltmaya ya da yok etmeye yönelik farklı kurallara göre belirlenen bir dizi destek ve özendirme politikalarını ifade eden yatırım teşvik kavramının bazı temel özellikleri aşağıdaki gibidir:

➤ Yatırım teşvikleri, genel itibarıyla özel sektörün yanı sıra kamu teşebbüslerine de verilmektedir (Duran, 2003: 7).

➤ Yatırım teşviklerinin çoğu makro ve mikro kalkınma hedeflerini karşılamaya yöneliktir (Jenskin, 1982: 92).

➤ Yatırım teşviklerinin işletme ve sermaye maliyetlerinde azalma, yatırım güvenliği sağlama, yatırımın kalitesini yükseltme, bir yatırımı normalde olması gerektiğinden daha erken bir süreçte gerçekleştirme, projenin coğrafi konumunu etkileme ya da uluslararası yatırım fonları için diğer ülkelerle rekabet etme gibi amaçları bulunmaktadır (Bodlender, 1982: 277; Jenskin, 1982: 94).

➤ Doğrudan ve dolaylı vergi muafiyetleri, işgücü veya eğitim sübvansiyonu, enerji gibi temel girdiler için sübvansiyonlu tarifeler ile işletmelere yatırım teşvik paketleri uygulanmaktadır (Wanhill, 1994: 34-35).

➤ Yatırım teşvikleri, arazi tahsisleri ile ayni ve doğrudan yapılan ödemelerle nakdi olarak verilebilmektedir (Duran, 2003: 7).

➤ Yatırım teşvikleri, nakdi yardımlarla ve vergi harcamaları ile birlikte hazineye intikal eden ve intikal etmesi gereken gelirin kaybına sebep olduğu için devlet bütçesi üzerinde bir külfete sebep olmaktadır (Tanrıöven, 1989: 341).

➤ Yatırım teşvik politikalarının süresi, yatırım kararlarına göre farklılık arz edebilir. Bazılarında kısa bazılarında ise uzun ömürlü sermaye hareketlerini destekleyen bir süreç yaşanabilir (Boadway ve Shah, 1992: 4).

➤ Yatırım teşvikleri, ekonomik amaçlı verilebileceği gibi sosyal, çevresel ve bölgesel gibi ekonomik olmayan amaçlar nedeniyle de verilmektedir (Boadway ve Shah, 1992: 84).

➤ Yatırım teşvikleri; belirli bir sektöre, üretim faktörüne ya da bölgeye verildiği için içerisinde devletin de bulunduğu sermaye piyasasındaki farklı katılımcıların farklı şekilde bilgi edinmesi söz konusu olması sonucunda bir piyasa başarısızlığı olan asimetrik bilgiye neden olmaktadır (Dixit, 2002: 697-698).

➤ Üreticilerin talebi artırmak için fiyatları sürekli olarak düşürmek zorunda kaldığı döngüsel çöküşlerin yaşandığı döneme deflasyon denilmektedir. Üretim ve istihdamın durgunlaştığı bu dönemde en iyi alternatif çözüm kaynağı, ekonomik faaliyetleri tam kapasite seviyelerinde tutmaya yarayacak gevşek maliye politikasıdır.

➤ Yatırım teşvikleri de bir şekilde ekonomiye enjekte edilen para olduğu için deflasyon döneminde uygulanması gereken bir kamu politikasıdır (Humphrey, 2003: 2).

1.4. Yatırım Teşviklerinin Genel Olarak Önemi

Ekonomi, iktisat tarihi, coğrafya ve bölge bilimi, siyaset bilimi, siyaset sosyolojisi ve şehir ve bölge planlamasından öngörüler içeren disiplinler arası bir yaklaşımı benimseyen yatırım teşvik politikaları, geçmişten bugüne iktisadi hayatın bir parçası olmuştur (Markusen ve Nesse, 2007: 1). Piyasanın kendiliğinden bir dengeye gelemeyeceğini “İstihdam, Faiz ve Paranın Genel Teorisi” adlı kitapla ilk defa ortaya koyan John Maynard Keynes ile birlikte devletin sosyo-ekonomik hayata müdahalede bulunarak ekonomiyi ve piyasayı bir dengede tutmanın mümkün olabileceği paradigması tüm dünya ülkelerine hakim olmuştur. Yatırım teşvikleri, Keynes ile birlikte başlayan devletin, piyasanın başarısız kaldığı alanlara maliye politikası ile müdahale etme düşüncesinin en önemli araçlarından birisi haline gelmiştir.

Uluslararası arenada artan rekabet ortamı ve yatırım çekme yarışı yatırım teşviklerinin tanımı, niteliği ve çeşitlerinin artış göstermesine neden olmaktadır. Teşviklerin ülke ekonomisine ve bütçesine artı bir getiri ya da maliyet oluşturduğuna dair ikilemde bulunan görüşlerin varlığı mevcut olsa da gelişmiş ülkelerden, gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine kadar farklı zamanlarda ve farklı enstrümanlarla çeşitli amaçlar için yatırım teşvikleri uygulanmış ve hala da uygulanmaya devam etmektedir (Yavan, 2011: 39-40).

Küreselleşme ile birlikte dünya ekonomileri birbirine entegre olmuş, üretilen mal ve hizmetler sınırları aşmış ve emek ile sermayenin mobilitesi artmıştır; bu durum ülke ekonomilerine farklı fırsatlar sunmuştur. İşletmelerin rekabetinin yanı sıra, hükümetlerin sosyal refahı sağlamak için uyguladıkları kamu politikaları ve makro vergi planlamaları da birbirleriyle yarışır hâle gelmiştir. Bu yarışta kullanılan en önemli araçlardan biri olan yatırım teşviklerinin sadece işletmelerin yatırımlarını artırıcı bir unsur olarak görülmesi, sığ bir bakış açısı olacaktır. Örneğin, devletin sermaye üzerinden aldığı vergilere uygulanan yatırım teşvikleri, ikame etkisi yaratmak suretiyle mükelleflerin vergi kaçırma maliyetini artırabilir ve dolayısıyla vergi ahlakını güçlendirebilir. Dolayısıyla üretim faktörlerinin faaliyetlerini artırmak ve devletin temel amacı olan vergi hasılatını korumak veya artırmak için makro vergi planlamasında yatırım teşvikleri politikasının etkin bir şekilde uygulanması büyük önem taşımaktadır (Arslaner ve Çiçek, 2023: 181).

Sermaye ve emeğin mobilitesi nedeniyle bu iki önemli üretim faktörünü kendi ülkelerine çekmek isteyen dünya ülkeleri arasında yatırım teşvik politikaları rekabeti oluşmaktadır. Söz konusu bu rekabetin sonuçlarından bir tanesi ulusal vergi otoriteleri arasında dikey vergi rekabetinin ortaya çıkmasıdır. Özellikle sermaye geliri üzerinden alınan vergilere uygulanan yatırım teşvik politikaları, bu vergilerin, dikey vergi rekabetine karşı savunmasız kalmasına neden olmaktadır (Bender, 1984: 414; Edwards ve Keen, 1996: 413).

Ulusal vergi otoritelerinin sermaye üzerine tanımış olduğu yatırım teşvikleri, vergi matrahlarında, uluslararası hareketliliğin artması anlamına gelmektedir. Bu da ulusal makamların, vergi tabanlarını genişletmek için diğer ülkelere göre daha elverişli vergi sistemi sunması nedeniyle giderek daha şiddetli bir uluslararası vergi rekabeti olasılığını ortaya çıkarmaktadır (Edwards ve Keen, 1996: 413). Dolayısıyla yatırım teşvikleri kullanılarak oluşan rekabetin ulusal ekonomiler açısından sıfır toplam bir oyuna dönüşmemesi için uluslararası entegrasyonun artış göstermesi gerekmektedir. Bölgesel ve küresel ekonomilerin daha yakın entegrasyonu ulusal vergi sistemleri üzerinde giderek artan bir baskı oluşturmakta bu da dünyanın çeşitli ekonomik bölgelerinin özellikle de gümrük ve para birliklerinin bir tür vergi harmonizasyonu veya uyumlaştırma çabası içine girmesinin nedenlerinden birini oluşturmaktadır (Milton, 2017: 4).

Yatırım teşviklerinin çoğu makro ve mikro kalkınma hedeflerini karşılamaya yöneliktir. Makro düzeyde hükümet hedefleri arasında uygun bir yatırım iklimi ya da

ortamını teşvik etmek için yatırım teşviklerinin kullanılması yer alabilir. Bir başka neden de uluslararası yatırım fonları için diğer ülkelerle rekabet etmek olabilir. Mikro ya da proje düzeyinde, yatırım teşvikleri genellikle inşaat malzemelerinin gümrüksüz ithalatı ve bazen de arazinin piyasa değerinin altında satılması veya kiralanması şeklinde gerekli yatırım harcamalarının azaltılması, hızlandırılmış amortisman ödenekleri, vergi tatilleri, dolaylı vergilerden muafiyet gibi işletme maliyetlerinin azaltılması ve yatırımların güvence altına alınması şeklinde gerçekleşmektedir (Jenkins, 1982: 92).

Yatırım teşviklerinin ülkeye sağladığı avantajlar ve dezavantajların yarattığı denge veya dengesizlik hem siyasi otoriteler hem de akademisyenler tarafından tartışmaya açık bir konu olmuştur. Yatırım teşvik politikalarının haksız rekabete yol açabileceği, teşvik verilen ve verilmeyen işletmeler veya bölgeler arasında bilgi asimetrisi yaratacağı, yatırımcıları yüksek kâr getiren yerlere yönlendireceği ve ekonomiye doğrudan müdahale ederek piyasayı doğal akışından saptıracağı yönündeki görüşler, teşvik politikalarının eleştirilmesine neden olmuştur. Buna karşın, yatırım teşviklerinin birçok ülke tarafından uygulanması ve başarılı sonuçlar elde edilmesi, teşviklerin öneminin giderek artmasını sağlamıştır (Aytemiz ve Helhel, 2007: 164).

Yatırım teşvik politikalarının uygulanmasında fayda ve maliyet unsurlarının oluşturduğu ikilem, söz konusu teşviklerin etkinliğinin sorgulanmasına sebep olmaktadır. Ancak ülke ekonomilerinin kendi içinde bulunduğu durum ya da küreselleşme sonucunda diğer ülkelerde, meydana gelen bir sorunun ülkenin iktisadi durumunu etkilemesi pek muhtemel olduğu için devletlerin ekonomiyi ve piyasayı rahatlatmak adına yatırım teşvik politikalarına devam etmesi gibi kısır bir döngü söz konusu olmaktadır. Örneğin, Mart 2019 tarihinde baş gösteren Covid-19 pandemi süreci⁶, aynı anda tüm dünya ülkelerinde fiyat istikrarsızlığının yaşanmasına sebep olmuştur. Bu süreçte, devletin birincil görevlerinden vatandaşların sağlık güvenliğini ve iktisadi mal varlığını koruması öncelik söz konusu olduğu için müdahaleci devlet anlayışının artması sonucunda ekonomi kamu gücünün eline

⁶ 2019 yılının sonunda Çin'in Wuhan kentinden başlayıp ve bulaşıcı olma özelliği nedeniyle kıtalara yayılmış ve hatta tüm dünyayı etkisi altına almış koronavirüs salgın hastalığı baş göstermiştir. Dünya Sağlık Örgütü tarafından Covid-19 olarak adlandırılan koronavirüs salgın hastalığının çok hızlı yayılabilmesi nedeniyle 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan edilmiştir (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020: 236).

geçmiş ve piyasada oluşan zararı tazmin etmek ve ekonomik yaşamın sürdürülebilirliği için ülke yönetimleri üretim faktörlerine yatırım teşviklerini vermiştir (Ashraf, 2020: 1-2).

Bugün geline nokta küreselleşmenin getirdiği bir sonuçla ulusal hükümetlerin iktisadi ve sosyal hayatta refah maksimizasyonunu sağlama yarışında önemli bir araç olan yatırım teşviklerinin tam isabetle gerçekten ihtiyacı olan firmalara gitmesini takip edebilmek çok zor bir durumdur (Middleton, 2001: 11). Buradan hareketle, yatırım teşvikleri, bölgede ya da ülkede mevcut işletmelerin veya yatırımların taşınmasını sağlamak yerine net bir ekonomik hareketliliğin oluşmasını sağlamalıdır. Yatırım kararları ve istihdamın ülkenin bir bölgesinden diğer bir bölgesine kayması yatırım teşvik politikalarından elde edilmesi hedeflenen sonuç değildir. Esasen arzu edilen sonuç, ülke içi toplam yatırım ve istihdam sayısının artmasıdır. Ancak bölgesel teşviklerin uygulanması sonucunda söz konusu bölgede gerçekleşen bir yatırım başka bir bölgeden kaymış olabilir. Bu durumda, toplam yatırım miktarı artmamakta kaynaklar sadece bölgeler arasında yer değiştirmiş olmaktadır (Stark ve Wilson, 2005: 37).

Ekonomilerin gelişmişlik düzeyleri yatırım teşvik türlerinin değişmesine neden olmaktadır. Bu yüzden bir ülke ekonomisinde başarı gösteren yatırım teşviki başka bir ülkenin ekonomisinde etkin olmayabilir. Dolayısıyla bir teşvik politikasının etkinliği için teşviklerin boyutu, zamanlaması, esnekliği ve sektöre veya faaliyet yerine uygunluk gibi kriterlere bağlıdır (OECD, 2022: 2). Bununla birlikte, devletlerin avantajlı bir dizi yatırım teşviki sunması yabancı yatırımcıları mutlaka kendi egemenlik sahalarına çekeceği anlamına gelmez. Bunun yanı sıra ülkenin siyasi ve ekonomik istikrar durumu, hükümetin yabancı yatırımlara karşı tutumu, kur istikrarı gibi faktörler de dikkate alınacaktır (Jenskin, 1982: 94).

Aynı anda tüm bu faktörleri bir araya getirerek yönetebilmek yatırım teşviklerinin kendi içinde yönetişiminin karmaşık ve zor olmasına neden olmaktadır. Aslında bu durum ekonomi biliminin sürekli değişken ve kompleks yapısı ve firmalar ile devlet arasındaki şeffaflığın sağlanamamış olmasından kaynaklanmaktadır. Devletin ekonomik konjonktürün seyrini bilerek ve isteyerek doğrudan müdahalelerle değiştirmesi ve yatırım kararlarında etkili olan teşviklerin etkinliği üzerinde ortaya konan koşulların aynı anda sağlanması çok da kolay bir durum olmamakla birlikte iktisadi ve sosyal anlamda ideal olan yatırım teşvik politikalarının uygulanması verimlilik artışını sağlayacaktır.

1.5. Yatırım Teşviklerinin Uygulanma Amaçları

Yatırım teşviklerinin uygulanmaya başlaması hem yerli yatırım fonlarının kıtlığını hem de sanayileşme programlarına yönelik olarak yaygın bir isteği ortaya koymaktadır. Yabancı kaynaklardan sermaye bulma ihtiyacına, yabancı yatırımcıların getiri oranını artıracak bazı araçların eşlik etmesi gerekmektedir. İşte bu araçlar, yatırım teşviklerini oluşturmaktadır. Yatırım teşviklerinin uygulanma nedenleri; bölgesel kalkınma farklarını azaltmak, istihdamı artırmak, bir ülkenin iktisadi kalkınmasını hızlandırmak, stratejik ve büyük ölçekli yatırımlar içerisinde yer alan sektörleri desteklemek, cari açığı azaltmak, teknolojide ivme kazandıracak teknoloji yatırımlarını özendirmek, yatırım ortamını iyileştirmek ve yabancı yatırımcılar için cazip koşullar sunmak ve uluslararası alanda rekabet gücü elde etmek gibi çok yönlü amaçları kapsamaktadır. Yatırım teşvikleri, genel itibarıyla ilk başta daha az gelişmiş bölgeler ve diğer bölgeler arasında kaynak dağılımının etkin bir şekilde dağılmasını ve milli gelirin artışı sonucunda ülkedeki refah seviyesinin yükselişini sağlamaya yönelik uygulanmaktadır. Ülkelerin gelişmişlik seviyeleri ve kendine has özellikleri nedeniyle yatırım teşviklerinin uygulanma nedenlerinin öncelik sıralaması değişiklik göstermektedir (Jenskin, 1982: 91; Telbaş ve Yalçınkaya,2022: 4).

1.5.1. Bölgeler Arası Kalkınmışlık Farklarını Azaltmak

Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, coğrafi konumu, vergi toplama yetkisinin ve kamu harcamasında bulunma yükümlülüğünün dikey olarak farklı yönetim düzeyleri arasındaki dağılımını ifade eden mali federalizmin var olması ya da yok olmasından dolayı yatırım teşvik paketlerinin boyutu, türü ve amaçları birbirlerinden farklılık arz edebilir. Zira coğrafi konum, ülkenin hangi birincil ekonomik faaliyetin geçim kaynağı olacağını etkilemektedir. Bu durum yatırım teşvik politikalarının ülke ekonomisinde güçlü bir aktör olan ana geçim kaynağı sektör ya da sektörlerle yoğunlaşmasına etki edebilir. Mali federalizmin olduğu ülkelerde ise yatırım teşvikleri hem yerel yönetimler hem de merkezi yönetim tarafından uygulandığı ve mali federalizmin olmadığı ülkelerde ise politika kararları sadece merkezi yönetim tarafından belirlendiği için teşvik paketleri, karar mercii yönetim biriminin politika önderliğine göre de çeşitlilik gösterebilir.

Kamu tercihi okulu iktisatçıları tarafından öne sürülen ve James M. Buchanan'ın teorik temellerini hazırladığı “devletin başarısızlığı teorisi”⁷ (Buchanan, 1983: 15) ve Neoklasik iktisat okulu çerçevesinde Arthur Cecil Pigou tarafından gündeme gelen “piyasa başarısızlığı teorisi”⁸ arasında kalan yatırım teşvik politikalarının etkinliği, bölgeler arasındaki kalkınma farklarını azaltacak dışsallıkların içselleştirilmesiyle sağlanabilir. Bölgelerin coğrafi koşulları birbirlerinden farklılık göstermektedir. Bu bölgelerdeki ekonomik faaliyetlerin ağırlığı da bu koşullara ayak uyduracağı için gelir ve refahın bölgeden bölgeye dengeli bir şekilde dağılımı iktisadi kalkınmayı sağlamak adına önemlidir. Bu durumda, devletin tıpkı bir hakem gibi çeşitli yatırım teşvik türleri ile birlikte diğerlerine nazaran daha az gelişmiş bölgeye yapılacak transfer harcamaları ve yatırım harcamaları yapması sonucunda sözü edilen bölgenin sosyo-ekonomik açıdan yeni bir yapıya sahip olması sağlanmalıdır. Örneğin, turistik faaliyetin yoğun olduğu kıyı bölge turizm şehirleri ile yer şekilleri dağlık ve engebeli bir yapıya sahip tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin baş aktör olduğu bölge şehirlerinin gelir ve refah düzeyinin eşit bir seviyeye ulaşabilmesi için devletin yatırım teşvik paketleri ile yatırımların az gelişmiş bölgeye çekilmesini sağlaması gerekmektedir.

Bölgeler arası kalkınma farklarını azaltmak, yatırım teşviklerinin sadece iktisadi rolünü değil aynı zamanda göç, çarpık kentleşme ve nüfus yoğunluğu gibi sosyal açıdan ortaya çıkabilecek sorunlara çözüm getirmek için kullanılacak bir politikayı içermektedir. Bu durum, bölgeler arası kalkınmada piyasa etkinliğinin ya da pareto optimumu kaynak tahsis durumunun sağlanamaması sonucunda ortaya çıkacaktır (Stiglitz, 1981: 235).

Bölgeler arası kalkınma farklarını azaltmak için uygulanan bölgesel teşvikler, öngörülen maliyetler nedeniyle literatürde eleştiriye de uğramaktadır. Bölgesel teşviklere ilişkin en yaygın eleştiri ise ekonomik verimsizlikle ilgilidir. Bölgesel teşviklerin, firmaları normalde yerleşemeyecekleri alanlarda yerleşmeye ve faaliyet göstermeye teşvik etmesi söz

⁷ Kamu tercihi iktisatçıları tarafından geliştirilen “Devletin Başarısızlığı Teorisi” (Governmental Failure Theory), devletin görev ve fonksiyonlarının aşırı büyümesi sonucunda devletin kendisinden beklenenleri yerine getirmede başarısız olmasını ifade eden bir teoridir (Aktan, 2011: 41).

⁸ Kâr maksimizasyonunu amaçlayan piyasa ekonomisinde firmaların marjinal özel maliyeti, marjinal sosyal maliyetinden daha büyüktür. Piyasa ekonomisinin bu çarpıklığı çözmemesine veya pareto optimali sağlayamaması veyahut birinci en iyi kaynak dağılımını başaramamasına Piyasa Başarısızlığı (Market Failure) denir. Buna göre, devlet, vergi toplama ve sübvansiyon dağıtımı yoluyla piyasa aksaklıklarını düzeltebilir ve pareto etkinliğinin sağlanmasına yardımcı olabilir (Zhang, 2015:112).

konusudur (Cohen, 1987: 150). Bu duruma, Tiebout (1956) "ayağıyla oy verme"⁹ hipotezi örnek verilebilir. Buna göre bir nüfus, bireylerin zevklerini yerel kamu malları ve vergilendirme seçenekleriyle eşleştirmek için kamu harcamaları etkin ve düşük vergilerin olduğu bölgelere doğru göç etmektedir. Bu durum, bir kulüp malının miktarında ya da kalitesinde, paylaşımlar tarafından artan kullanımdan kaynaklanan bir azalmayı açıklayan kalabalıklaşma maliyetinin (congestion cost) oluşmasına neden olmaktadır. Bu da bölgesel ölçekte yatırım teşviklerinin tüketiminde kamusalılığın artış göstermesiyle uygulanan politikanın etkinliğini etkilemektedir (Sandler, 2013: 266).

1.5.2. İstihdamı Artırmak

İstihdam, giderek artış gösteren dünya nüfusu ile birlikte günümüz ekonomilerinde devletin çözüm getirmesi gereken iktisadi sorunların başında gelmektedir. Ülkeler istihdam yaratabilmek için yeni iktisadi faaliyetleri teşvik etme gereğini duyarak yatırım teşvik politikalarına başvurmaktadır (Candan ve Yurdadoğ, 2017: 158). İşgücü istihdamına yönelik teşvikler; istihdam veya ücret sübvansiyonları şeklinde olabilir. Ayrıca insan gücü eğitim programları da kullanılabilir (Boadway ve Shah, 1992: 6).

Ekonomik büyüme tipik olarak istihdam büyümesi anlamına gelmektedir. Literatür incelemeleri genellikle vergilerin ekonomik büyüme ile negatif bir ilişkisi olduğu sonucuna varmıştır. Daha yüksek vergiler daha düşük ekonomik büyüme ile ilişkilidir (Hoyt et al., 2008: 5). İstihdamı artırmak için yaygın olarak kullanılan yatırım teşvik araçlarından birisi olan vergi indirimleri, Arz Yönlü İktisat ekolü tarafından Laffer Eğrisi ile açıklanmıştır. Buna göre, vergi indirimleri çıktıyı, istihdamı ve üretimi artırmak için bir teşvik yarattığından, aynı zamanda devlet harcamalarını azaltarak bütçenin dengelenmesine de yardımcı olur. Daha hızlı büyüyen bir ekonomi daha düşük işsizlik ve daha yüksek gelir anlamına gelir, bu da işsizlik yardımlarının ve diğer sosyal refah programlarının azalmasına neden olmaktadır (Laffer, 2004: 3).

Laffer, düşük vergi oranlarının, üretim ve istihdam üzerinde oluşturacağı olumlu etkiden dolayı iktisadi faaliyetleri artırmaya yönelik yatırım teşviklerinin verilmesinin vergi

⁹ Devletin vergi gelirlerinin ve kamu harcamalarının etkin olmasına bağlı olarak tüketici seçmenin kendi tercihlerini en iyi şekilde yansıtan yerel yönetimi tercih etmesine ya da söz konusu yerel yönetime taşınmasına ayağıyla oy verme veya ayakla oylama denilmektedir (Tiebout, 1956: 418).

tabanında artışı sağlayacağını kabul etmektedir. Vergi oranlarının yükseltilmesi, vergilendirilen faaliyetlere katılımı cezalandırarak tam tersi bir ekonomik etkiye sebep olmaktadır (Laffer,2004:1). Bununla birlikte, bir ülkenin işgücüne uyguladığı nispi vergi yükünün bir ölçüsü olan vergi takozu (tax wedge), vergi politikalarının istihdam ve ücretler üzerindeki etkisini ifade eden önemli bir kavramdır. Vergi takozu, toplam işgücü maliyetleri ile ortalama bir işçinin aldığı net ücret arasındaki fark ve toplam işgücü maliyetlerinin bir yüzdesi olarak ifade edilmektedir. Vergi takozu; gelir vergisini, damga vergisini, işçi ve işveren sosyal sigorta katkılarını ve işsizlik sigortası kesintilerini hesaba kattığı için bir ülkenin işgücü ve istihdam üzerindeki nispi vergi yükünün bir ölçütünü sunmaktadır (Hodge ve Hickman, 2018: 1-2; Kaya ve Saraç, 2023:213).

Vergi takozundaki bir artış bir üretim faktörü için ödenen fiyatı artırmakta ve bu faktörün hem talebini hem de arzını azaltmaktadır. Örneğin, işgücü üzerindeki vergilerdeki bir artış ödenen ücretleri yükseltecek, alınan ücretleri düşürecek ve istihdam edilen işgücü miktarını azaltacaktır. Sonuçta emek üzerindeki vergideki bir artış çıktıyı, istihdam edilen sermaye ve emek miktarlarını, alınan ücretleri ve hem ödenen hem de alınan sermaye getirilerini düşürecektir (Laffer, 1981: 36). Vergi takozu, her bir işçinin istihdam edilmesi nedeniyle işverenin katlanmak zorunda kaldığı net ücret dışındaki yasal yükümlülüklerin artmasına kaynaklık ettiği için bu noktada, özellikle işgücünün yoğun olduğu sektörlerde istihdam destekleri (sigorta primi işveren ve işçi hissesi desteği, gelir vergisi stopaj desteği, damga vergisi istisnası, sektörel ve bölgesel teşvikler gibi) ile sağlanan yatırım teşvikleri, işverenin yeni işçi alma isteğini ve işçinin eline geçen net ücretini de artırmaktadır. Dolayısıyla yatırım teşvikleri ile vergi takozu ne kadar azaltılırsa o miktar kadar da işveren açısından işgücü ucuzlamakta ve bu durumun ikame etkisi sonucunda kayıt dışı istihdam pahalı hale gelmektedir. Ayrıca çalışanların eline geçecek net gelirden artış göstermektedir.

1.5.3. İktisadi Kalkınmayı Artırmak ve Rekabeti Sağlamak

İktisadi kalkınma, ekonomik büyüme ve yapısal değişim olmak üzere iki süreçten oluşmaktadır. Yapısal değişim; kurumlar, davranışlar ve teknolojiye yenilikler de dâhil olmak üzere ekonominin yapısındaki değişiklikleri içeren niteliksel bir değişimdir. Yenilikler, riske karşı tutumlardaki değişiklikler, kaynakları geleneksel sektörlerden yeni gelişen sektörlerle aktarma isteği, işletmeler arasında ağların oluşumu, özel ve kamu kuruluşları arasındaki ortaklıklar yapısal değişimi yansıtmaktadır. Öte yandan ekonomik

büyüme nicelikselidir ve yatırım, çıktı, tüketim, gelir ve istihdam ile ölçülen ekonominin ölçeğindeki bir değişikliği ifade eder. İşte söz konusu bu iki süreç birbiriyle bağlantılıdır (Eberts, 2016: 87).

İktisadi kalkınmanın tüm farklı özelliklerini içeren tek bir tanım yoktur. İktisadi kalkınma, hedefler açısından istihdam yaratılması ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi için büyümeyi etkileyen bir süreç şeklinde tanımlanabilir. Bu bağlamda iktisadi kalkınma, üretim teknolojisine dayalı bir ekonomiye doğru yapısal dönüşüm sürecini temsil etmektedir (Naudé, 2008: 18). Başka bir deyişle, iktisadi kalkınma örneğin, kişi başına düşen GSYH, Gayrisafi Milli Hasıla (GSMH) büyümesi ve istihdam ile bir toplumun maddi refahındaki sürdürülebilir iyileşmeleri ifade eder. En geniş anlamında iktisadi kalkınma aşağıdaki üç alanı kapsamaktadır (Toma et al., 2014: 438-439):

i. Enflasyon kontrolü, yüksek istihdam, sürdürülebilir büyüme, eğitim seviyesinin yükselmesi, bebek ölümlerinin azalması gibi geniş sosyo-ekonomik hedeflere ulaşmak için hükümetin üstlendiği politikalar

ii. Otoyollar inşa etmek, parkları yönetmek ve sağlık hizmetleri sunmak gibi hizmetleri sağlamaya yönelik politikalar ve programlar

iii. İşletme finansmanı, pazarlama, teknoloji transferi, gayrimenkul geliştirme ve işletmeleri elde tutma ve genişletmeye yönelik politika ve programlardır.

İktisadi kalkınma süreci ile yatırım teşvik uygulamaları ilişkisinin en klasik şekli, işletmelerin yatırım ve işletme maliyetlerinin devlet destekleri ile düşürülmesi suretiyle gerçekleşmektedir. Bu noktada, maliyetleri azalan işletmelerin rekabet gücü artmakta, yeni yatırımlar yapılarak ölçek ekonomisi büyümekte ve yeni istihdam olanakları da ortaya çıkmaktadır (Middleton, 2001: 1). Buna karşın yatırım teşviklerinin verildiği işletme, sektör ve bölgeler dışında kalanlar üzerinde yaratabileceği yan etkileri de göz önünde bulundurmak gerekmektedir. Bu yan etkiler, ekonomistler tarafından genellikle dışsalılık olarak adlandırılmakta ve sonuçları olumlu ya da olumsuz olabilmektedir. Savunulan şey, herhangi bir politikada olduğu gibi, yatırım teşvik politikalarının kazanan ve kaybedenlerini belirlerken, belirli bir eylem tarzının gerçekten bir amaçta araç olup olmadığını belirlemek için sağduyulu bir yaklaşıma gerek olduğudur (Middleton, 2001: 9).

Yatırım teşviklerinin iktisadi kalkınmaya katkıda bulunabilmesi için gelecekteki tüketimi artırması gerekir. Teşviklerin, düşük işsizlik oranına sahip bölgelerden daha yüksek işsizlik oranına sahip yerel işgücü piyasalarına kaydırılması sonucunda atıl kapasitenin kullanılması nedeniyle ekonomide verimlilik kazançları oluşmaktadır. Bu açıdan, işsizliğin ve sosyal huzursuzluğun azalması gibi dışsallıklar da verimlilik kazançlarını ortaya çıkarmaktadır (Courant, 1994: 870).

Yatırım teşvikleri, iş yatırımlarına ve dolayısıyla yeni iş kollarına yol açarak mal ve hizmetlere yönelik talepte bir artış yaratacağı ve bunun da daha fazla ekonomik büyümeye yol açacağı ve böylece ekonomik büyümenin de kamu gelirlerini artıracacağı şeklinde lokomotif bir süreci ortaya koymaktadır (Peters ve Fisher, 2004: 26). Bu durumu, daha iyi anlayabilmek için Keynes'in tasarruf- yatırım ve cari işlemler $AE=Y= C+ I_p +G +(X-M)^{10}$ dengesini kullanmak mümkündür (Rusu, 2011: 71-72).

Keynes, ekonomide talep yetersizliği olduğu durumda devletin kamu harcamalarını (G) artırarak talep düzeyini dolayısıyla milli geliri artırması gerektiğini savunur. Bir ekonomide bir dönemden diğer döneme geçerken mal ve hizmet üretim miktarında reel olarak gerçekleşen artışı açıklayan iktisadi kalkınmanın nicel kısmını oluşturan ekonomik büyüme, kamu harcamalarının ekonomiyi doğrudan etkileyen çarpan etkisiyle bir ülkede belirli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin parasal değeri olan milli geliri (Y) otomatik olarak artırmaktadır. Bununla birlikte, harcanabilir gelir üzerinden dolaylı olarak milli geliri etkileyen transfer harcamaları da yatırım teşvikleri verilen bireylerin ya da işletmelerin marjinal tüketim eğilimine¹¹ bağlı olarak iktisadi kalkınmayı ve ekonomik rekabeti etkilemektedir. Ekonomilerinde reel artışı hedefleyen ve bu artışa destek olacak yapısal değişiklikleri öngören özellikle gelişmekte olan ülkeler, milli gelirlerinde görülecek reel artış için eğitim, sağlık, alt yapı yatırımları gibi yapısal değişiklikleri sağlayacak programları destekleyerek, ülkede iktisadi kalkınmayı gerçekleştirme amacını taşımaktadır (Froyen, 2013: 90).

¹⁰ AE: Toplam Harcamalar, Y: Milli Gelir, C: Tüketim, I_p : Özel Sektör Planlanan Yatırım Harcamaları, G: Kamu Harcamaları, X: İhracat, N: İthalat.

¹¹ Marjinal tüketim eğilimi (MPC), bir tüketicinin net gelirinde meydana gelen artışın harcamalarına ne derecede etki ettiğini gösteren bir maliye politikası çarpanıdır (Nikbin ve Panahi, 2016: 653-654).

1.5.4. Teknoloji Transferi ve Teknolojik Kalkınmayı Sağlamak

Kumar ve diğerlerine (1999) göre, teknoloji; ürünler, aletler, ekipmanlar, planlar, teknikler ve süreçler gibi öğelerden oluşan fiziksel bileşen ve yönetim, pazarlama, üretim, kalite kontrol, vasıflı işgücü ve işlevsel alanlardaki bilgi birikiminden oluşan bilgi bileşenine denilmektedir. Teknoloji, uygulama ve ürünün geliştirilmesi yani kurumsal öğrenme süreciyle ilgili teknik bilgi biriktirme veya enformasyonla da ilişkilidir (Kumar et al., 1999: 82).

Teknoloji transferi ise know-how'ın yerel koşullara uyacak şekilde aktarılması hem ülke içinde hem de ülkeler arasında etkin bir şekilde özümsemesi ve alıcı işletmenin belirli bir ürünü üretmesini veya belirli bir hizmeti sunmasını sağlayan know-how aktarımı şeklinde tanımlanmaktadır. Gelişmekte olan ülkeler teknoloji transferini yeni tesislerin yatırımı yoluyla yeni tekniklerin tanıtılması, mevcut tekniklerin iyileştirilmesi ve yeni bilgi üretilmesi gibi hedefleri gerçekleştirmek amacıyla kullanmaktadır (Wahab et al., 2012: 63).

Teknoloji alanında gelişmelerin sürdürülebilirliği ve teknoloji temelli büyümenin sağlanabilmesi için ülkelerin ulusal bazda inovasyon sistemlerini güçlendirmeleri ve kapasitelerini artırmaları gerekmektedir. Bu aşamada, teknoloji üzerine yapılan faaliyetlerin desteklenmesi ve uluslararası alanda rekabet edilebilirliğin artırılması açısından mali teşvik politikaları üzerine ciddi bir misyon yüklenmektedir (Beydemir vd., 2022: 316-317).

Teknolojik faaliyetlerin gelişimi daha ziyade sermaye yoğun bir yapıyı gerektirdiği için bu alana verilen yatırım teşvik harcamalarının etkin bir şekilde (Baumol, 1986: 288) gerçekleştirilmesi devlet bütçesi için elzemdir. William Baumol'un "Nispi Verimlilik Tezi" doğrultusunda iktisadi faaliyetler, emek ve sermaye yoğun olarak ikiye ayrılmaktadır. Ona göre, sermaye yoğun faaliyetler daha verimli iken emek yoğun faaliyetler ise daha az verimlidir. Özel sektör sermaye yoğun bir üretim tarzı tercih etmekte ve teknolojik gelişmeleri takip etmektedir. Bu nedenle daha verimlidir. Ancak kamu sektörü hizmetleri, emek yoğun olduğu için pek verimli değildir. Kamu sektörü teknolojik gelişmelere daha kolay uyum sağlayamadığından üretimde beklenen artışları ve ekonomik büyümeye beklenen katkıyı sağlayamamaktadır (Baumol, 1967: 420). Yüksek maliyetlere sebep olan teknolojik faaliyetlerin etkin ve verimli bir şekilde sürdürülebilirliğinin sağlanması ve Ar-

Ge faaliyetlerinin desteklenmesi için firmalara, girişimcilere ve personellere çeşitli yatırım teşvikleri verilmektedir.

1.5.5. Yatırım ve Üretim Kolaylığı Sağlamak

Yatırım, gelecekteki kârın garantiye alınması için kaynakların tüketime sarf edilmeden biriktirilen miktardır (Dağ ve Çelik, 2018: 865). Keynes'in $Y = C + I$ özdeşliği satılan çıktının ya hane halkı tarafından tüketildiğini ya da iş dünyası tarafından yatırıma ayrıldığını göstermektedir. Yatırım teşvikleri genellikle spesifik olmakla birlikte örneğin, hükümetin belirli koşullar altında yatırım sermayesinin geri ödenmesini garanti etmesi gibi genel teşvikler şeklinde de uygulanabilir. Yatırım teşviklerinin kullanımının uzun bir geçmişi vardır. Gelişmekte olan ülkelerde, bu teşviklerin uygulanmaya başlanması hem yerli yatırım fonlarının azlığı hem de sanayileşme programlarına yönelik yaygın isteği yansıtmaktadır (Jenkins, 1982: 91).

İşletmelerin yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi, yatırımlara yönelik uygulanan teşvik politikalarının verimliliğinin başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Faiz faktörü, siyasi ve ekonomik istikrar, hükümetin yabancı yatırımlara karşı tutumu, milli gelirin etkisi, kur istikrarı, yatırım yerinin uygunluğu ve yatırımları besleyen kaynaklar gibi unsurlar yatırım kararlarını ve yatırım teşebbüslerini etkileyen faktörlerden bazılarıdır (Dağ ve Çelik, 2018: 869-870).

Özellikle 21. yüzyıl itibarıyla dünyanın bir ucundan diğer bir ucuna anlık bilgi ulaşımının hızlı olduğu ve uluslararası alanda var olan ve her geçen gün daha da güçlenen rekabetin sonucunda yatırım fonu arayan ülke sayısının mevcut fonlardan daha fazla olduğu bir durumda, yatırımcılar için siyasi ve iktisadi şartlar oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca yabancı ve yerli yatırım fonlarının ülke ekonomisine çekilebilmesi için konjonktürün içerisinde bulunduğu dönem itibarıyla beklentiler kavramının belirsizliğini ortadan kaldırmak da yapılacak yatırımlar için büyük bir öneme sahiptir.

Ekonomik açıdan beklenti kavramı, iktisadi karar alıcılarının gelecekteki fiyat, satış, gelir ve vergiler gibi iktisadi değişkenler üzerindeki tahminlerini ifade etmektedir. Hane halkı ve firmaların geleceğe yönelik beklentileri cari dönemdeki iktisadi faaliyet düzeyini etkilediğinden, beklentilerin oluşması ve modellenmesi büyük bir önem taşımaktadır.

Yatırım kararlarında, beklenti kavramı, modern makroekonomide merkezi bir rol oynamaktadır. Firmalar, yatırım sürecini başlatmadan evvel gelecekteki ürün talebi düzeyini, ücret maliyetlerini, verimlilik düzeylerini ve döviz kurlarını tahmin etmeye çalışmaktadırlar (Evans ve Honkapohja, 2009: 422).

Yatırım harcamaları sonucunda elde edilmek istenen geri dönüşler uzun vadeyi gerektirmektedir. Ayrıca yatırım harcamaları, devlet bütçesi üzerinde cari harcamalara kıyasla ağır külfet oluşturmaktadır. Bu noktada, yatırımı ve üretimi artırmak amacıyla verilen teşviklerin, fayda- maliyet analizinin yapılarak tasarruf ilkesi doğrultusunda, ülkenin sosyo-ekonomik refahını artmasına ve kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanmasına yardımcı olan politika aracı olarak kullanılması gerekmektedir. Yatırım teşviklerine dair literatürde birtakım eleştiriler bulunmaktadır (Brahmbhatt et al., 2010: 1). Buna göre, yatırım teşviklerinin liberal ekonomik düzene müdahale etmesi sonucunda piyasa ekonomisindeki doğal işleyiş yerini müdahaleci işleyişe bırakarak rekabet kurumunu işlevsizleştirmektedir. Teşvikleri alan işletmeler en çok destek verenler olurken, bu teşvikleri finanse eden vergi mükellefleri büyük ölçüde yatırım teşviklerinden habersiz kalmaktadır. Dolayısıyla bu durum, teşvik verilen ve teşvik verilmeyen sektörler arasında asimetrik bilginin oluşmasına sebep olmaktadır. Yatırım teşvik politikaları, başarısız olduğunda ise politikacılar için çok az risk vardır; çünkü başarısızlık ekonomiye ya da piyasa güçlerine bağlanabilmektedir (Buss, 2001: 92).

Teknolojik altyapıya verilen destekler de yatırım teşvikleri olduğu için söz konusu bu harcamalar, kamu harcamalarında reel olarak ciddi artışlara sebep olmaktadır. Bununla birlikte, dünya ülkelerinin yatırımları kendi ülkelerine çekme konusunda rekabet edilen maraton sonucunda teknoloji odaklı öncü sektörlerle yatırım teşviklerinin verilmesi söz konusu ülkelerde, ani zenginleşme kaynağının ortaya çıkmasına kaynaklık edecektir. Bu durum da bir ekonomide mevcut üretim faktörlerinin diğer üretim alanlarından çekilip yeni bir kaynağa yönelmesi sonucunda toplam üretimin azalması durumunu açıklayan Hollanda hastalığına sebep olabilmektedir. Bu duruma, bir ülkedeki imalat, tarım ve hayvancılık gibi üretim sektörlerinin petrol, teknoloji ya da madenler gibi dünyada son yıllarda revaçta olan yükselen sektörlerin geri planında kalmış olması örnek olarak verilebilir. Bunun sonucunda da kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanamadığı dağınık bir ekonomi sistemi ortaya çıkacaktır (Brahmbhatt et al., 2010: 1).

1.5.6. Uluslararası Alanda Rekabet Gücü Sağlamak

Mikro ya da makro seviyede kullanılan ölçütler, firmalar, endüstriler, bölgeler, ulusal ve uluslararası alanlara bağlı olarak rekabet gücü kavramı çeşitli bakış açılarıyla ele alınmaktadır. Rekabet gücü, ülkenin makroekonomik hedefleri doğrultusunda bireylerin hayat standardını yükseltmek amacıyla kullanılan bir terimdir. Rekabet gücü, uluslararası mecrada uzmanlaşma sağlayarak verimlilik artışıyla bireylerin enflasyondan arındırılmış reel gelirlerini artırma temelini oluşturmaktadır. Ekonomik büyümeyi sağlamanın yanı sıra uzun vadede yapısal değişim ile birlikte vatandaşlarının hayat standardını yükseltip sürdürülebilirliğini oluşturarak piyasa koşulları çerçevesinde mal veya hizmet üretebilme yeteneği rekabet gücünün temelini ortaya koymaktadır (Karaaslan ve Tuncer, 2010:2).

Uluslararası alanda rekabet gücünün sağlanması, korunması ve hatta artması için özellikle imalat ve yüksek teknoloji gibi kilit sektörlerle olan yatırımların da aynı ölçüde artması gerekmektedir. Bu sektörlerin ihtiyaçlarının göz ardı edilmesi zamanla tüm ekonomiyi etkileyecek ve rekabet gücünü azaltacaktır. Teknolojik gelişmelere ayak uydurabilmek için gereken devasa yatırımları sağlayacak kamu fonları da çok büyük öneme sahiptir (Competitiveness Advisory Group, 1995: 11).

Bir ülkenin ihracat performansı ile ölçülen uluslararası rekabet gücü ise tüm ulusal firmaların ihracat performansının toplamıdır. Bu koşullar altında hem firmaların hem de ülkelerin uluslararası rekabet gücü, ana ülkelere bağlı kaynakların durumuna göre değişiklik göstermektedir. Kendi ülkelerinde bulunan üretim faktörlerinin rekabet gücünü azaltan olumsuz koşullardan kaçınmak ve ülke dışındaki daha elverişli koşullardan yararlanma olanağını kullanmak için işletmeler yurtdışına yatırım yapabilmektedir (Nachum et al., 2001: 279).

Özellikle gelişmekte olan ülkeler, bu durumu engelleyebilmek ve kaynakların kendi ülkelerinde kalmasını sağlamak ve hatta ülke sınırları içerisine yabancı sermaye yatırımı çekebilmek için bazı kamu politikaları uygulamaktadır. Uluslararası rekabet gücünü belirleyen faktörlerden en önemlisi de hükümetin uyguladığı bu politikalardır. İşletmelerin çeşitli faaliyetlerini destekleyecek ve onların uluslararası alanda rekabet gücünü doğrudan etkileyebilecek kamu politikası araçlarından birisi de yatırım teşvik tedbirleridir. Bu teşvik tedbirleri içerisinde ihracatın teşvik edilmesi, Ar-Ge teşvikleri, teknolojik ve örgütsel teknik

bilginin sağlanması, nitelikli uzmanlık için işgücü eğitime verilen teşvikler, bina temini, arsa-arazi tahsisi ve yabancı sermayeyi ülke egemenlik sahalarına çekip burada kalmasını sağlayacak çeşitli vergisel teşvikler yer almaktadır. Buna ek olarak, rekabetçi bir piyasa sistemi oluşturmak için yasal çerçeve hem genel mülkiyet haklarını hem de fikri mülkiyet haklarını korumalıdır. Şirketlerin uzun vadeli verimli ekonomik kararlar alabilmeleri için de yasal güvence gerekmektedir. Şirketler, istikrarlı koşulları garanti edecek kurumlara güvendikleri zaman daha başarılı bir şekilde çalışabilecek ve yatırım yapmaya daha yatkın olacaklardır (Lachmann, 1999: 20).

1.6. Yatırım Teşviklerinin Türleri

Genel amacı, ekonomide makro istikrarı koruyarak ülke ekonomisine pozitif katkı sağlamak ve yatırımlara ivme kazandırmak olan yatırım teşvikleri, literatürde farklı şekillerde sınıflandırılmakla birlikte (örneğin bkz. Duran, 1998; Bartik, 2018: 1; Wanhill, 2005: 231; Surrey, 1970: 705; Jenkins, 1982: 91; Acinöroğlu, 2009: 149; Rondinelli ve Burpitt, 2000: 182; Devlet Planlama Teşkilatı, 2007: 1) amaçlarına, kapsamlarına, kullandırılma dönemlerine ve kullanılan araçlara (Duran, 2003: 23-24) göre farklı şekillerde türlerine ayırmak ya da sınıflandırmak mümkündür.

1.6.1. Amaçlarına Göre Yatırım Teşvikleri

Küresel rekabetin güçlü olduğu günümüzde ulusal, eyalet ve yerel yönetimler, yatırım teşviklerinin çeşitliliğini ve değerini artırarak uluslararası firmaların yatırımlarını kendi bölgelerine çekmek için yarışır. Kamu politikaları oluşturulurken genellikle algı, gerçekliğin önüne geçer. Etkisiz olsa bile bir şeyler yapma yönündeki siyasi ihtiyaç, sürüyü takip etme zihniyeti ve siyasi eleştiri korkusu yatırım teşvik politikalarının ısrarını açıklıyor gibi görünmektedir (Boeckelman, 1996: 343).

Hükümetler, yatırım teşvik politikalarını sadece yabancı işletmeleri çekmek için değil, aynı zamanda tercih edilen sektörlerle yatırım yapılmasını teşvik etmek, istihdam oluşturmak, teknoloji ve know-how elde etmek ve ekonomik olarak geri kalmış bölgelerin büyümesini sağlamak amacıyla da uygulamaktadır (Rondinelli ve Burpitt, 2000: 182).

Tablo 0.1. Amaçlarına Göre Verilen Yatırım Teşvik Politikalarının Tarihi Gelişimi

Yıllar	Amaçlar	Spesifik Örnekler	Kaynak/lar
1950 ve 1960'lı Yıllar	İktisadi kalkınma	Düşük Ücret Vaadi, Vergi İndirimleri ve Kredileri, Düşük Faizli Krediler, Ucuz Arazi ve Diğer Sübvansiyonlar	Rondinelli ve Burpitt, 2000: 182
1970'li Yıllar	Tarım ekonomilerini yeni sanayileşen ülkelere dönüştürmek için özel yatırımları kendi egemenlik sahalarına çekmek	İhracat Teşvikleri, Serbest Ticaret Bölgeleri	Rondinelli, 1987: 90
1980'li Yıllar	Küçük ve orta ölçekli işletmeleri büyümeye yönelik toplumsal kalkınma planları geliştirmek	İş eğitimi, Altyapı geliştirme ve hizmet sunumu gibi mali olmayan teşvikler	Eisinger, 1995: 146
1990'lı Yıllar	Ekonomik rekabetin küreselleşmesini sağlamak, Çok uluslu şirketlerin büyük üretim tesislerini cezbetmek	Vergisel ve Mali olmayan birçok teşvikler	Kossy, 1996: 300
2000'li Yıllar	Ar-Ge teşvikleri ve Teknolojik ürün yatırımını artırmak, Enerji verimliliği ve Uzay ve Havacılık sektöründe Ar-Ge projeleri desteğini sağlamak	Ar-Ge faaliyetlerine yönelik teşvikler, KOBİ'lere yönelik teşvikler, Ayni, nakdi ve vergisel pek çok teşvikler, Uluslararası boyutta vergi uyumlaştırma ve entegrasyon çalışmaları vs. (Yeni Nesil Teşvikler)	Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü, 2019:5; Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü, 2019:63

Kaynak: Tablo, yazar tarafından hazırlanmıştır.

Firmaları özellikle de büyük üretim tesislerini veya hizmet kuruluşlarını cezbeden yatırım teşvik politikalarını savunanlar tarafından teşviklerin ekonomik faaliyetlerin artış göstermesini sağladığı, yeni işler yarattıkları ve en nihayetinde kişisel gelir, satış ve şirket gelirlerinden elde edilen devlet gelirlerini artırdıkları için özel sektöre verilen bir “hediye” değil, kamu için de birer yatırım olduğu iddia edilmektedir (Dewar, 1998: 68).

Hükümetlerin temel amacı, kendi yaşam sürelerini maksimum kılma ve seçimle iş başına gelen siyasetçilerin oylarını maksimize etme (Brennan ve Buchanan, 1977: 258) olduğu için seçmenler, bürokratlar ve rant kollama grupları arasında gerçekleşen politik mübadele (katalaksi) sürecinin (Kılıçer vd., 2016: 36) bir parçası haline gelen yatırım teşviklerinin gerçek etkileri veya maliyetleri hakkında siyaset yetkilileri ve kamuoyu çoğu zaman doğrulanabilir bir bilgiye sahip değildir (Marvel ve Shkurti, 1993: 50). Yatırım teşvik politikalarının hedeflerine ulaşmada etkili olup olmadığı ve hükümetlerin kaynaklarını daha cazip bir genel iş ortamı yaratmak için başka şekillerde kullanarak hedeflerine daha etkili bir

şekilde ulaşp ulaşamayacakları konusundaki tartışmalar günümüzde dahi devam etmektedir.

Yatırım teşviklerinin, amaçları incelendiğinde, ülkelerin sosyo-ekonomik ve devlet yaklaşım şekillerine göre farklılık göstermekle birlikte, ülkelerin siyasi sürecinin bir parçası olan ve çok büyük meblağlara mâl olan yatırım teşvik politikaları, uluslararası rekabetin artmasıyla birlikte agresif bir yapıya bürünmüştür. Yeni üretim için saha hazırlığı, arazi, bina, ekipman, su, kanalizasyon ve yol genişletmelerini finanse etmek ve işletmelere işe alınan her çalışan için gelir vergisi indirimleri, sigorta primleri, işçi eğitimleri ve bunun yanı sıra mevcut olan işletmelere sağlanan yatırım teşvik paketlerini de şöyle bir düşündüğümüzde teşviklerin sebep olduğu ya da olacağı maliyetleri herhangi bir miktarla tevsik etmeye gerek kalmaksızın devletin bütçesi üzerinde oluşturduğu veya oluşturacağı ağırlık tahmin edilebilmektedir (Akdeve ve Karagöl, 2013: 330)

Rezerv para statüleri açısından avantajlı konumda olan ve büyük teknolojik altyapıya sahip gelişmiş ülkeler ile (Aydemir ve Birinci, 2021: 89) düşük sanayileşme ve düşük insani gelişme endeksine¹² sahip ülkelerin (Aydemir ve Birinci, 2021: 91) sosyo- ekonomik koşulları birbirinden farklılık arz etmektedir. Bununla birlikte, uygulanan siyaset, bütçeleme süreci ve çıktıları ve konjonktürel stratejiler, ülkenin bulunduğu coğrafi konumunun getirdiği sonuçlar gibi içerisinde birçok kompleks faktörlerin barınmasının bir sonucu olarak yatırım teşvik politikalarının amaçları birbirlerinden ayrıışmaktadır. Buna göre gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin mali durumlarının ve piyasalarının ve vergi mükelleflerinin kendine has içinde bulunduğu özellikleri nedeniyle amaçlarına göre uygulanan yatırım teşvik politikaları aşağıdaki Tablo 1.2’de gösterilmiştir:

¹² İnsani Gelişme Endeksi (İGE), insani gelişmenin üç temel boyutu olan sağlık (doğumda beklenen yaşam süresi), eğitim (yetişkinler için ortalama okullaşma yılı ve çocuklar için beklenen okullaşma yılı) ve yaşam standardı (kişi başına düşen gayri safi yurt içi hasıla) üzerinde bir ülkedeki ortalama başarıyı ölçen bileşik bir endekstir (Harttgen ve Klasen, 2011:3).

Tablo 0.2. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Yatırım Teşviklerinin Uygulanmasındaki Amaçlar

Gelişmiş Ülkeler	Gelişmekte Olan Ülkeler
Rekabet gücünü korumak	İktisadi kalkınmayı sağlamak
İşsizliği azaltmak	Uluslararası rekabet gücünü kazanmak
Özel sektör Ar-Ge ve teknolojik ürün deneyim yatırımlarının sürdürülebilirliğini sağlamak	Kadınların istihdam imkanlarının artışı sağlamak
Uzay ve Havacılık Sektöründe Ar-Ge faaliyetlerinin artırmak	Sektörel nitelikli uluslararası fuarların artırmak
Yeşil teknoloji programlarının artışının sağlamak	Küçük ve orta ölçekli işletmeleri geliştirmek
Teknolojik gelişmeyi sürdürmek	Yabancı sermaye çekmek
Ülkeden sermaye kaçışını engellemek	Geri kalmış bölgeleri kalkındırmak
Bölgesel dengesizlikleri gidermek	Teknoloji transferi sağlamak
Enerji verimliliğini artırmak	İhracatı artırmak ve sanayileşmeyi sağlamak

Kaynak: Tablo, Duran, 2003: 8; Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü, 2019: 64, 72, 90 sayfalarından yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

Ülkelerin yukarıda bahsi geçen amaçları gerçekleştirmek için uyguladıkları yatırım teşvik politikalarını eleştirenler, teşvik paketlerinin büyük projeler için hızla abartılı hale geldiğini ve işletmelerin fabrika yeri kararları konusunda ihale savaşlarına girdiğini iddia etmektedirler. (Lee, 1994: 15). Yine yatırım teşviklerini eleştirenler, teşviklerin adaletsiz olduğunu savunmaktadır. Buna göre, yatırım teşvik politikaları, kaynakları düşük gelirli vergi mükelleflerinden çoğu yüz milyonlarca veya milyarlarca dolar geliri olan büyük firmalara yeniden dağıtmaktadır (Shelton, 1994: 18). Dahası bazı teşvikler, uzunca bir süre devam etmektedir. Bununla birlikte, vergi teşviklerinin çoğu emekten ziyade sermayeyi desteklemektedir. Eleştirmenler, teşvik alan şirketler tarafından yaratılan iş başına devlet ve yerel sübvansiyonların genellikle yeni istihdamdan elde edilecek vergi gelirlerinden çok daha yüksek olduğunu savunmaktadır (Rondinelli ve Burbitt, 2000: 200).

1.6.2. Kapsamına Göre Yatırım Teşvikleri

Firmaların belirli faaliyetlerinin doğrudan ya da dolaylı olarak bütçelendirilmiş ve ayrılmış kaynaklardan desteklenmesine dair her türlü programı içeren yatırım teşvik tedbirleri kapsamına göre yatırım teşvikleri şeklinde de bir ayrıma tabi tutulmaktadır. Kapsamına göre yatırım teşvikleri, genel (otomatik) ve özel (seçici ya da takdire bağlı) amaçlı olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Yavan, 2011: 33). Uygulamada, genel amaçlı

yatırım teşvikleri ve özel amaçlı yatırım teşvikleri arasındaki ayrım net olmayabilir. Ayrıca idareciler, teşviklerden yararlanan firmaların bu teşvikleri kullanma hakkına sahip olup olmadıkları konusunda tam bilgi sahibi olmayabilir. Bu nedenle yatırım teşvikleri, sadece isteğe bağlı olmama derecelerine göre de farklılık göstermektedir (Boadway ve Shah, 1992: 2).

1.6.2.1. Genel amaçlı yatırım teşvikleri

Genel amaçlı yatırım teşvikleri, kuralları ve sınırları yasal düzenlemelerle belirlenmiş teşviklerdir. Bu teşvikler, herhangi bir ayrım yapılmaksızın tüm firmalara uygulanmaktadır (Poole et al., 1999: 11). Genel amaçlı yatırım teşvikleri, teşviklere bağlı belirsizliği ortadan kaldırmakta, yatırımlar için planlama süresini kısaltmakta ve ekonomik olmayan düşüncelerin veya kayırmacılığın karara girme olasılığını azaltmaktadır. Bununla birlikte, teşviklerin uygulanma maliyetlerini de azaltmaktadır (Boadway ve Shah, 1992: 2).

1.6.2.2. Özel amaçlı yatırım teşvikleri

Özel amaçlı yatırım teşvikleri, idari kararlarla, vaka bazında uygulanan teşviklerdir (Boadway ve Shah, 1992: 2). Özel amaçlı yatırım teşvikleri, uygulayıcı merkezi ve/veya yerel kurumların teşvik edilecek konularda içerik, büyüklük, sektör, bölge gibi önemli hususlarda kararlar verebilmesine imkan tanıyan uygulamalar olarak tanımlanmaktadır. Bu teşviklerde, uygulayıcı kurum tarafından belirli önceliklerin belirlenip ve bu öncelikler doğrultusunda uygulamanın yapılması esastır. Hatta belirli kriterler göz önünde tutularak faydalanıcılardan fizibilite raporu, iş planı gibi belgeler de istenebilmekte ve bu belgelere göre projelerin teşvik edilip edilmeyeceği belirlenebilmektedir (Poole et al., 1999: 11).

1.6.3. Kullandırılma Aşamalarına Göre Yatırım Teşvikleri

Hükümetler, teşviklerin kullandırılma aşamalarına göre, yatırım aşamasında ve işletme döneminde özel sektöre farklı teşvik araçlarıyla çeşitli yatırım teşvikleri sunmaktadır. Bütün bu teşvik araçlarının genel özelliği, kamudan özel sektöre enjekte edilen doğrudan ya da dolaylı fon transferlerini içermesidir. Yatırım teşvikleri, doğrudan yatırım yerinin belirlenmesine etki ettiği için diğer işletme desteklerinden farklılık arz etmektedir (Karakurt, 2010: 147).

1.6.3.1. Yatırım aşamasında verilen teşvikler

Ülkenin iktisadi hayatında bir dengenin kurulmasını sağlamak için hükümetlerin hassasiyetle üzerinde durduğu iki önemli konu bulunmaktadır. Bu konular, yatırımları artırmak ve ihracatı geliştirmektir. Buna göre, uygulanan teşvik politikalarıyla birlikte devlet, ülke için gerekli olan yatırım faaliyetlerini tespit etmekte ve bu faaliyetlerde bulunacak girişimcileri desteklemektedir. Dolayısıyla teşvik politikaları yapılmış ve sonuçlanmış yatırımlardan ziyade özellikle yapılacak olan ve yatırım aşamasındaki ülke ekonomisi için değişim ve dönüşüm gösteren küresel anlamda da iktisadi hayata ayak uyduran ve hayati öneme sahip olan yeni yatırım kararlarını teşvik etmektedir (Öner, 2002: 98).

Yatırım aşamasında verilen teşviklerle birlikte, devlet, girişimcilerin yatırım kararlarını alırken bu konuda onların cesaretlendirilmesini ve yatırım kararlarının doğru bir şekilde alınmasını desteklemektedir. Aslında devlet bu aşamada, makro vergi planlamasından ödün vererek işletmelerin yani geleceğin vergi mükelleflerini mükafatlandırarak ülke ekonomisi adına doğru yatırımların nicelik olarak artışına hizmet etmektedir. Yatırım aşamasında girişimcileri etkileyen en önemli faktör, yatırımların maliyetleridir. Bu yüzden, ana hedefi mükelleflerin vergi yükünü hafifletmek olan mikro vergi planlaması çerçevesinde devletin verdiği vergisel teşvikler, yatırım aşamasını da kapsamaktadır. Girişimcilerin mikro vergi planlamasını iyi bir şekilde yapabilmesine ve bu yolla onların yatırım kararlarına olumlu bir katkı sunabilmek için ülke vergi sisteminin verimlilik ve açıklık gibi belirli niteliklere sahip olması gerekmektedir (Villela et al.,2010:4).

Gelir transferi ya da bir vergi harcaması olan yatırım teşvik tedbirleri sayesinde mükellefler açısından ilave gelir oluşmaktadır. Bu ilave gelir ise tüketici rantı ile izah edilebilmektedir. Tüketici rantı, tüketicilerin bir malı belirli bir fiyattan satın almaya razı iken talebin düşük olması veya arzın fazla olması nedeniyle söz konusu malın fiyatının düşmesi sonucunda sağladıkları maddi avantaj olarak açıklanmaktadır. İşte burada vergi harcamaları da mükellefler açısından benzer bir şekilde avantaj sağlamaktadır. Yatırım aşamasında verilen teşvikler de ülke ekonomisi adına doğru olacak iktisadi faaliyetlerin desteklenmesi için büyük bir öneme sahiptir. Zira yatırım sayısının artması için verilen teşvikler sadece vergi harcamalarının artmasına, vergi sisteminin karmaşıklığına ve bunlara bağlı olarak da idari maliyetlerin yükselmesine sebep olmaktadır (Saraç, 2010: 271-

272). Tabi devlet yatırım aşamasında girişimcilere yalnızca vergisel teşvikler sağlamamaktadır. Bunun yanı sıra en önemli teşviklerden birisi de işletmenin duran varlığını oluşturan ve yatırım yeri tahsisi olan arsa-arazi teşvikleridir. Yatırımın yapılacak yerin ulaşımı ve hammaddeye ve enerji kaynaklarına erişiminin durumu yatırım kararını etkileyen diğer temel sebeplerden birini oluşturmaktadır. Yatırım yerinin altyapı, işgücüne erişim ve hatta telekomünikasyon, köprüler, diğer endüstriyel yapılara uzaklık gibi birçok durum yatırım kararını etkilemektedir. Dolayısıyla yatırım kararına etki eden konuların en önemlilerinden birisi de yatırım yerinin uygunluğudur (Dağ ve Çelik, 2018: 869-870). Yatırım aşamasında verilen teşvikler, gümrük vergisi muafiyeti, katma değer vergisi (KDV) istisnası ve iadesi olmak üzere vergisel teşvikler, faiz, kâr payı desteği ve yatırım yeri tahsisi şeklindeki yatırım teşviklerinden oluşmaktadır (Giray, 2022: 144-145).

1.6.3.2. İşletme aşamasında verilen teşvikler

İşletmelerin en temel kuruluş amacı, emek ve sermaye üretim faktörlerinin bir araya getirilerek piyasanın talep ettiği ürünleri ve/veya hizmetleri üretmek suretiyle hissedarlarına gelir ve kâr maksimizasyonu sağlamaktır. İşletmeler, faaliyetlerini yürüttüğü aşamada da elde edeceği net geliri artırmak amacıyla tüm maliyetlerini kontrol etme ve düşürme yönünde çaba içerisine girmektedir. Bu yüzden işletmeler için önemli bir maliyet unsurunu teşkil eden vergiler; işletmelerin kuruluş, faaliyet ve faaliyetlerini sonlandırdıkları yani yatırım sonrasında dahi gözetmesi gereken önemli bir etkidir. Buradan hareketle, özellikle çok uluslu şirketler, her faaliyet yılının sonunda yapacakları vergi planlamasıyla kısıtlı kalmayıp gelecek yılların faaliyetlerini de kapsayan geniş çaplı bir şekilde ulusal vergi otoritelerinin kendilerine verilen vergi teşviklerini takip ederek vergiden tasarruf sağlamaktadırlar. Bu sayede, işletmelerin vergi sonrası kazancı artmaktadır. İşletme aşamasında verilen vergisel teşvikler, işletmelerin hukuki statülerine göre de farklılık göstereceği için daha yatırım kararı aşamasında da teşvikler, işletmelerce göz önünde bulundurulmaktadır (Ercan, 2023:48).

İşletmelerin varlığını sürdürürken faaliyet halindeki işletmelerin finansman yükünü hafifletmek ve üretimin sürekliliğini sağlamak için devlet tarafından yalnızca vergisel teşvikler verilmemektedir. Bunun yanı sıra know-how veya kalite kontrol geliştirme teknikleri ile ilgili yardımlar, düşük faizli krediler, hızlandırılmış amortisman gibi teşvik araçları da kullanılmaktadır. Teşvik politikaları içerisinde birden fazla araç yer aldığı için

aynı anda birden fazla teşvik türü de uygulanabilmektedir (Karaş ve Karaş, 2019: 13). Bununla birlikte, yatırımlar işletme aşamasındayken girişimcilere destek sağlamaya yönelik olarak genel itibarıyla vergi indirimi, gelir vergisi stopajı desteği ve kredi teminine ilişkin işlemlerde vergi, resim ve harç istisnası şeklinde vergisel teşvikler ve istihdam teşvikleri ve ayrıca enerji desteği gibi mali olmayan teşvikler verilmektedir (Giray, 2022: 150-154).

1.6.4. Kullanılan Araçlara Göre Yatırım Teşvikleri

Devletin ekonomiye müdahaleci rolünü ortaya koyan yatırım teşvik politikaları, çeşitli araçlar kullanılarak doğrudan piyasaya ve ekonomiye enjekte edilmektedir. Yatırım teşvikleri, doğrudan bir müdahale aracı niteliğinde oldukları için, ekonomi üzerindeki etkilerini kısa sürede gösterebilmektedir. Bu durum, teşviklerin ekonomideki varlığını güçlendirirken kullanılan teşvik araçlarının çeşitlenmesine de yol açmaktadır. Teşvikler, vergi muafiyetleri ve istisnaları gibi vergi harcamaları biçiminde olabileceği gibi; düşük faizli krediler, arsa ve arazi tahsisleri ya da enerji indirimleri şeklinde de uygulanabilmektedir. Dolayısıyla teşvik sistemi içerisinde birden fazla araç yer almakta ve bunların birkaçı aynı anda da kullanılabilmektedir. Yatırım teşvikleri, kullanılan araçlara veya uygulanma biçimlerine göre mali ve mali olmayan teşvikler olmak üzere iki ana grupta sınıflandırılmaktadır. Mali teşviklerin kapsamında vergisel ve finansal/nakdi teşvikler yer alırken; mali olmayan teşviklerin kapsamında ise ayni ve diğer teşvikler bulunmaktadır (Hicks ve Adams, 2003:258). Kullanılan araçlara göre, yatırım teşviklerinin sınıflandırılması aşağıda gösterildiği gibidir (Karaş ve Karaş, 2019: 14):

- Mali Teşvikler (Vergisel): Gelir ve kurumlar vergisi indirimleri, vergi muafiyetleri, yatırım indirimi, hızlandırılmış amortisman, KDV istisnası ve gümrük vergisi teşvikleri gibi düzenlemeleri kapsamaktadır.
- Mali Teşvikler (Finansal / Nakdi): Hibe ve primler, düşük faizli krediler, kredi garanti mekanizmaları, faiz destekleri ve risk sermayesi katkılarını içermektedir.
- Mali Olmayan Teşvikler: Arsa ve bina tahsisi, altyapı desteği, işgücü eğitimi ve kalite geliştirme teknikleri ile ilgili yardımlar bu grupta yer almaktadır.

Her teşvik aracının etkisi uygulanma zamanına, firmanın yapısına, ihtiyacına, bulunduğu sektöre ve bölgeye göre değişmektedir. Her ne kadar mali teşvikler en sık kullanılan araç olsa da teşvik programlarının başarısı için amaca uygun ve doğru teşvik

araçlarının uygulanması şarttır. Örneğin, büyük ölçekli firmaların genel olarak yatırımlara yönelik finansman sıkıntısı çekmeyecekleri göz önüne alındığında mali teşvikler, bu firmalar için daha uygun olmaktadır. Ancak finansman sıkıntıları yaşayan, özellikle kuruluş aşamasında düşük kârlılıkla çalışan KOBİ’lerde ise düşük faizli kredi destekleri, nakit hibe destekleri gibi doğrudan yatırımlara kaynak oluşturacak nitelikteki teşvik tedbirleri daha etkili olmaktadır (Morisset ve Pirnia, 2000: 9).

1.6.4.1. Mali teşvikler

Mali teşvik kavramına dair literatürde farklı tanımlamalar yer almaktadır. Mali teşvikler, ulusal vergi otoriteleri tarafından ekonominin belirli sektörlerine ya da iktisadi faaliyetlere yönelik yurtiçinde ve yurtdışında yatırımları kendi egemenlik sahalarına çekmek için uygulanan mali önlemlerdir. Zee et al. (2002), mali teşvikleri yasallık ve etkinlik kavramları dâhilinde açıklamaktadır. Yasal mali teşvikler, faydası yüksek olan yatırım projelerine sağlanan özel bir vergi indirimidir. Söz konusu bu vergi indirimi, belirlenen öncelikli sektörler dışında kalan diğer yatırım projelerini kapsamamaktadır. Etkin mali teşvikler ise efektif vergi yükünün azaltılması amacıyla belirli yatırım projelerine verilen özel bir vergi teşviğidir. Sonuç itibarıyla mali teşvikler, devletin yöneldiği makroekonomik amaçlar uğruna belirli bir sektöre ya da iktisadi faaliyetlere bir takım vergisel kolaylıklar tanınması neticesinde vergi yükünün azaltılması veya kaldırılması amacıyla dolaylı ve dolaysız vergiler üzerinden verilen vergisel teşvikleri ve hibe, primler, sübvansede edilmiş borçlar, nakit istihdam yardımı ve uygun koşullu krediler gibi finansal/nakdi teşvikleri içeren bir maliye politikası aracı olarak tanımlanmaktadır. Buradaki tanımlardan hareketle mali teşvikler, genel itibarıyla vergisel teşvikler olarak kullanılsa da finansal/nakdi ve vergisel teşvikler şeklinde ikiye ayrılmaktadır. (Karaş ve Karaş, 2019: 5; Eser, 2011: 19).

1. Vergisel teşvikler

Vergisel teşvikler, mali anlamda devletin makroekonomik hedefler uğruna tahsil etmekten vazgeçtiği vergileri ifade etmektedir. Dolayısıyla vergi teşvikleri, negatif bir vergi olarak yorumlanabilmektedir (Tüleykan, 2015:233). Bu tanıma göre, vergi muafiyet ve istisnaları, vergi kredileri, oran indirimi, vergi erteleme ve indirimlerini içeren bir kavram olan vergi harcaması ortaya çıkmaktadır. Vazgeçilen vergi geliri olarak kabul edilen vergi harcamalarının kapsamı ülkelere göre değişmekle birlikte aslında vergisel teşvikleri ifade

etmektedir (Giray, 2022: 44-45). Hükümetler, vergi sistemlerini sıklıkla yatırımlar teşvik etmek, istihdamı canlandırmak, ulusal sanayiye korumak ve turizm sektörünü desteklemek gibi belirli politik ekonomik hedefleri takip etmek için kullanırlar. Bu gibi durumlarda, hükümetler istenilen amaçlara ulaşabilmek için ya doğrudan kamu harcamalarına ya da dolaylı olarak belirli vergi mükelleflerinden veya faaliyetlerden tahsil edilecek miktarın tamamından veya bir kısmından feragat ettiği vergi harcamalarına başvurmaktadır (Villela et al., 2010:4). Vergisel teşvikler, gelir kazançlarının sınırlandırılmasını ve kamu fonlarının harcanmasını gerektirmektedir. Vazgeçilen vergi gelirleri, ülkelerin bütçelerini dengede tutmak için ya daha az kamu hizmeti sunması ya da vergi teşviklerinin verilmediği ekonominin diğer mevcut mükelleflerine daha yüksek vergiler uygulaması gerektiği anlamına gelmektedir (Fox ve Murray, 2004: 78; Tüleykan, 2015:233).

Literatürde ve uygulamada çeşitli vergi teşvikleri bulunmaktadır. Buna göre, vergi teşvikleri dolaylı ve doğrudan vergiler açısından iki grupta sınıflandırılmaktadır. Örneğin, KDV ve gümrük vergisi teşvikleri dolaylı vergi teşvikleri içerisinde yer alırken; kurumlar vergisi çerçevesinde sermayeye tanınan teşvikler ise doğrudan vergi teşvikleri içerisinde bulunmaktadır (Acinöroğlu,2009:150). Bununla birlikte, vergi teşviklerinin literatürde aşağıdaki gibi ikiye ayırımı da söz konusudur (Giray, 2022: 83-84):

A. Yatırımlar ve ihracatta vergi teşvikleri

i. Yatırımlara yönelik teşvikler (Hızlandırılmış amortisman, yatırım indirimi ve kredisi gibi yatırım harcamasına bağlı spesifik indirimlerin yanı sıra vergi tatili, tercihli vergi rejimi, istisna ve muafiyetler gibi verginin azaltılmasına yönelik teşvikleri kapsamaktadır)

ii. İhracata ve üretime yönelik teşvikler

B. Üretim faktörleri ve dış ticarete vergi teşvikleri

i. Kazanç/Gelire dayalı vergi teşvikleri

ii. Sermaye/ Yatırımlara dayalı vergi teşvikleri

iii. İşgücü, satışlar, katma değer gibi değerlere yapılan vergi teşvikleri: İndirimler ve giderler

iv. İthalat ve ihracata dayalı vergi teşvikleri

Vergi teşvikleri gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkelerdeki birçok vergi kanunlarının önemli bir özelliğidir. Gelişmiş ülkeler, genellikle gelir vergisi kanununda yer alan yatırım teşviklerini kullanma eğilimindedirler. Gelişmekte olan ülkeler ise daha genel teşviklerin bir kombinasyonunu kullanma eğilimindedirler. Bazı ülkeler, bu tür teşvikleri azaltmış olsa da vergi teşviklerinin kullanımı devletlerin maliye politikasının en önemli araçlarından birisi olmaya devam etmektedir. Vergi teşviklerinin söz konusu ülkelerin ekonomik büyüme performansına ne ölçüde katkıda bulunduğu belirsiz olsa da çoğu ülkede mevcut durum o kadar kritik bir hale dönüşmüştür ki iktisadi faaliyetler vergi teşvikleriyle desteklenmediği sürece sürdürülebilir olmaktan çıkmıştır (Chib, 1980: 235; Zee et al., 2002: 1497).

Vergi teşviklerinin yaygın olarak kullanılmasının potansiyel olarak ciddi bazı sosyal maliyetleri vardır. Birincisi ve en önemlisi ya birçok yatırım (özellikle de yüksek kârlı olanlar) bu teşvikler olmasa da gerçekleşeceği için ya da ilgili kanun ve yönetmeliklerdeki hükümlerin yetkililer veya yatırımcılar ya da her ikisi tarafından kötüye kullanılması sonucunda bu teşvikleri almaya uygun olmayan yatırımlara verilmesi söz konusu olabilmektedir. Bu durum da vergi tabanının aşınmasına sebep olmaktadır. İkincisi, vergi teşvikleri kaynak dağılımını bozmaktadır. Çünkü bazı faaliyetler ekonomik olarak daha verimli oldukları için değil, vergi avantajı sağlandığı için diğerlerine göre tercih edilebilmektedir. Son olarak ise vergi teşviklerinin verilmesi yolsuzluk ve sosyal açıdan verimsiz rant kollama faaliyetleri için fırsatlar yaratabilmektedir (Zee et al., 2002: 1498).

Bir maliye politikası aracı olarak, vergi teşviklerinin seçiminde şeffaflık ve öngörülebilirlik de dâhil olmak üzere, açık ve iyi bir vergi sisteminin varlığı şarttır. Bunlar önemlidir, çünkü yatırımcılar yatırım kararlarını bunlara dayandıracaklarsa teşvik planlarını anlayabilmeleri gerekmektedir. Yatırımcıların büyük bir yatırıma girişmeden önce, verilen vergi teşviklerinin belirli bir istikrara sahip olduğuna güvenmeleri elzemdir. Yıllar boyunca yatırım gerektiren bir proje, sık vergi değişiklikleri nedeniyle caydırıcı olabilmektedir. Ayrıca yatırım teşvikleri, bir ülkenin vergi kanunlarının bir parçası olmalıdır. Kanunlara dâhil edilmeleri, farklı mevzuatlar arasındaki olası çelişkileri azaltacaktır. Hükümet kararnameleleri veya firmalarla yapılan özel sözleşmelerle sunulan yatırım teşvikleri daha da

sorunludur çünkü bunların keyfi değişikliklere ve hatta yolsuzluğa kapı açması olasıdır (Klemm, 2009: 11).

Vergi teşviklerinin temel gayesi, teşviklerin ülke kaynaklarının ekonomi için reel olarak fayda getirecek alanlara kanalize edilmesidir. Bu yüzden, vergi teşvikleriyle gerçekleştirilmek istenen hedeflerin ne olacağı ve bu hedeflere varmak için hangi tavizlerin ne kadar verileceği konusu önemlidir. İktisadi faaliyetlere verilen vergi teşviklerinin iki temel sebebi bulunmaktadır. Bunlar, piyasa aksaklıklarını düzeltmek ve hem sektörel hem de bölgesel kalkınma politikalarını gerçekleştirebilmektir. Bu durumlara, teknolojik faaliyetlerden elde edilen kazançlar ve doğrudan yabancı yatırımlardan doğan fayda taşmaları şeklinde ortaya çıkan dışsallıklar örnek olarak verilmektedir.

Neoklasik iktisat teorisinde yatırım teşvikleri ancak piyasanın tek başına ideali sağlayamadığı ve bazı alanlara sınırlı ölçüde kamu müdahalesinin gerektiği piyasa aksaklıklarının söz konusu olduğunda bir anlam ifade etmektedir. İktisadi matematiksel izahta ele alan ve tam istihdam varsayımına katılmayan Neoklasikler, kaynakların pareto optimumun dışında tahsis edilmesi halinde ulusal vergi otoritelerinin teşvik politikalarına başvurduğunu savunmaktadır. Buradan hareketle, teşvikler, özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha ziyade pareto iyileştirmesine hizmet etmektedir. Pareto iyileştirmesinin varlığı ise kamu otoritesine teşvik politikaları yardımıyla piyasalara müdahale etme imkanı sağlamaktadır (Çukuryurt ve Uzunöz, 2020: 95; Tüleykan, 2015: 234)

Öte yandan iktisadi faaliyetlere, sektörlerle veya bölgelere verilen vergi teşviklerinin kaynak dağılımı, rekabet ve fiyat yapısı üzerinde bozucu bir etkisi bulunmaktadır. Ayrıca çeşitli sosyo-ekonomik sorunlara kısa vadede çözüm bulmak için kullanılan vergi teşvikleri, bazı olumsuzlukları da içerisinde barındırmaktadır. Zira vergi harcamaları yoluyla devletin tahsil etmekten vazgeçtiği vergi gelirleri kadar hazineye eksik bir kazanç intikal etmiş olacaktır. Bu açıdan bakıldığında, vergi teşvikleri genel ekonomi için bedelsiz bir teşvik değildir. Devletin sunduğu tüm teşviklerde olduğu gibi vergi teşviklerinin verildiği iktisadi faaliyetler mükafatlandırılarak diğer iktisadi faaliyetlerden fedakarlık yapılmaktadır. İşte bu aşamada, vergi teşviklerinin hedef mükelleflere ulaşip ulaşmadığı, asıl amaca hizmet edip etmediği, yeterli verimliliği ve istenen sonuçları sağlayıp sağlamadığı ve ayrıca teşvik verilecek iktisadi faaliyetlerin seçiminin doğru olup olmadığı gibi birçok sorunun cevaplanması gerekmektedir. Bu tartışmalı konuyu açıklığa kavuşturmak adına akademik

literatürde vergi teşviklerinin ülke ekonomisine oluşturduğu etkinlik üzerine aşağıdaki tabloda da görüleceği üzere çeşitli ampirik çalışmalar yapılmıştır (Eser, 2011:2).

Tablo 0.3. Vergi Teşviklerinin Etkinliği Üzerine Yapılan Bazı Ampirik Çalışmalar

Yazar/lar	Analizin Yapıldığı Ülke	Kullanılan Yöntem/ler	Bulgular
Shah ve Slemrod (1991)	Meksika	Zaman Serisi Analizi	Meksika'daki doğrudan yabancı yatırımların (DYY) vergi rejimlerine oldukça duyarlı olduğu ortaya konulmuştur.
Bernstein ve Shah (1995)	Meksika, Pakistan ve Türkiye	Dinamik Bir Üretim Modeli	Meksika, Pakistan ve Türkiye'deki farklı vergi teşviklerinin etkisi incelenmiştir. Sonuçlar, yatırım vergi kredileri, yatırım indirimi ve hızlandırılmış amortisman gibi seçici vergi teşviklerinin, yatırımları teşvik etmede kurumlar vergisi oranı indirimleri gibi daha genel vergi teşviklerinden daha başarılı olduğuna ulaşılmıştır.
Hassett ve Hubbart (1998)	ABD	Regresyon Analizi	Ülkelerin dünya sermaye malları piyasasında fiyat alıcıları olup olmadıklarını incelemiş ve ABD'de sermaye malları arzının oldukça esnek olduğunu dolayısıyla yatırım teşviklerinin sermaye malları fiyatı üzerindeki etkisinin küçük olduğu tespit edilmiştir.
Sridhar (2000)	ABD, Ohio Bölgesi	Araç Değişkenler Yöntemi	Vergi teşvik programlarının bir bölgenin işsizlik oranı üzerindeki etkilerinin neler olduğu araştırılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre, vergi teşvik programlarının bölgedeki işsizlik oranını azalttığı ortaya konulmuştur. Bir yıl süreyle bir girişim bölgesi olmanın net etkisi, bölge işsizliğinde yüzde 3 puanlık bir azalmadır. Sonuçlar ayrıca üç ila beş yılın, teşviklerin sunulması için en uygun süre olabileceğini göstermektedir.
Wunder (2001)	-	Anket Veri Toplama	75 Fortune 500 şirketinin yabancı yatırım yerleri ile ilgili olarak yapılan ankette, vergi dışı faktörlerin yer seçimi kararlarına hakim olduğu gözlemlenmiştir. Ankete katılan 75 şirketten sadece dördü vergi faktörlerini en önemli değişken olarak tanımlamıştır.
Bitzenis (2003)	Bulgaristan	Anket Veri Toplama	Bitzenis (2003), yabancı yatırımcılar için Bulgar Hükümeti tarafından sağlanan mali teşvikler üzerine yaptığı çalışmada, mali teşviklerin yabancı yatırımcıları çekmede başarılı olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmadaki sonuçlar, ev sahibi bir ülkenin teşvikler ve özellikle vergi teşvikleri sağladığında, altyapı iyileştirmeleri, artan istihdam, büyüme, istikrar ve içe doğru DYY akışlarının çekilmesi ile birlikte ülkede olumlu iktisadi etkilerin gerçekleştiğini savunmuştur.
Klemm ve Parys (2012)	Afrika, Karayip ve Latin Amerika	Panel Veri Analizi	Ülkelerin, diğer ülkelerin vergi teşviklerine tıpkı kendi vergi oranlarına gösterdikleri gibi tepki gösterdiklerini bulmuşlardır. Ayrıca vergi teşvikleri özellikle de vergi tatilleri sunulduğunda DYY'nin arttığı sonucuna varılmıştır.

Tablo 0.4. Vergi Teşviklerinin Etkinliği Üzerine Yapılan Bazı Ampirik Çalışmalar (devamı)

Nene ve Pasholli (2011)	Arnavutluk	Ki-Kare Analizi	Teşvik paketlerinin, Arnavutluk'taki yatırım kararları için daha az önemli olduğu, ekonomik koşulların ise orta ve son derece önemli olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, bu teşvik paketlerinin yatırım kararlarında her zaman baskın olmaması ve teşvik paketlerinin politika yapıcılar tarafından dikkatle incelenmesi gerektiği sonucunu ortaya koymuştur.
Domazet ve Marjanovic (2017)	Sırbistan	Tukey hsd testi	Araştırmanın sonuçlarına göre, Sırbistan'da iş yapan yabancı yatırımcılar için en önemli vergi teşviklerinin kurumlar vergisi vergi teşvikleri, yeni çalışanların istihdamına yönelik vergi teşvikleri ve ihracat şirketlerine yönelik vergi teşvikleri olduğunu tespit etmiştir.
Sun et al., (2020)	Çin	Farkların Farkı Yöntemi	Bu çalışmada, Çin'deki yeni enerji işletmelerinde KDV teşvikleri karşılaştırılmaktadır. Yapılan analiz sonucunda yeni enerji endüstrisine uygulanan KDV teşviklerinin öz sermaye kârlılığını canlandırmada etkisiz olduğu sonucuna varılmıştır.

Kaynak: Tablo, yazar tarafından hazırlanmıştır.

Yukarıdaki Tablo 1.3 ve 1.4'te görüleceği üzere uygulanan vergi teşviklerinin söz konusu ülke için ek bir maliyet oluşturduğu ya da toplam yatırım ve faaliyetlerde bir artışa kaynaklık ettiğine dair iki farklı sonuçlar ortaya konulmuştur. Vergi teşviklerinin fayda-maliyet çalışmalarını yapmak zordur ve sistematik olarak genel denge etkilerini dışlamaları halinde yanıltıcı olabilirler. Bu tür çalışmalar genellikle vazgeçilen vergi gelirlerinden kaynaklanan doğrudan gelir kayıplarını maliyet olarak saymakta ve bunları ilave istihdam vergileri veya üretim girdileri üzerindeki vergiler gibi sonuçta elde edilen vergi gelirleri açısından meydana gelen faydalarla karşılaştırmaktadır. Diğer yatırımların dışarıda bırakılması genellikle ölçülmez, çünkü bunu yapmak çok zordur. Aynı şekilde bu tür çalışmalar tipik olarak yatırımın sadece ülke içinde mi yoksa bir sektörden diğerine mi kaydırıldığını ya da gerçekten ilave olup olmadığını ortaya koyamaz. Burada bahsedilen zorluklardan dolayı vergisel teşviklerin etkinlikleri üzerine yapılan çalışmalar genel itibarıyla doğrudan gözlemlenebilen fayda ve maliyetlerle sınırlı kalmaktadır. Bu durum da vergisel teşviklerin etkinliği konusunda genel ve kesin bir yargıya ulaşmayı engellemektedir (Klemm, 2009: 12).

2. Finansal/Nakdi teşvikler

Doğrudan finansal teşvikler olarak da bilinen finansal/nakdi teşvikler, devlet tarafından ya da kamu kaynakları aracılığıyla firmaların doğrudan parasal olarak

desteklenmesini içeren teşvik tedbirleridir. Nakdi teşvikler, işletmelerin finansman giderlerini karşılamaya yönelik nakit hibe destekleri, primler, sübvans edilmiş borçlar, kredi garantileri, istihdamı artırmaya yönelik nakit istihdam yardımları, düşük faizli ya da faizsiz kredi destekleri şeklinde uygulanabilmektedir (Karaş ve Karaş,2019: 14).

Nakdi teşvikler, genellikle işletmelerin finansman ihtiyaçlarına yönelik olmakla birlikte işgücü eğitimi, pazar geliştirme, modernizasyon ve teknoloji ticarileştirme faaliyetlerine de yatırım yapmaktadır. Bu teşvikler, kamu kredi kurumları ve bankalar aracılığıyla piyasa kaynaklarını doğrudan desteklemektedir. Bununla birlikte, finansman olarak esneklik sağlaması nedeniyle nakit hibe destekleri firmalar tarafından en çok tercih edilen teşvik türüdür (Poole et al., 1999:12).

Devletin kasasından doğrudan bir çıkış olduğu için nakdi teşviklerde çeşitli zorluklarla karşılaşılabilir. Bu yüzden özellikle nakdi teşviklerin içerisinde yer alan bazı kalemler ülkeler tarafından daha az tercih edilmektedir. Nakdi teşvikler, daha çok gelişmiş ülkelere başvuru teşvik politikasıdır. Nakit şeklinde yapılacak bir ödeme söz konusu olduğu için kamu bütçelerine doğrudan bir ek maliyet yüklemektedir. Nakit şeklinde çok büyük ödemeler ya da anında gerçekleşmesi gereken ödemeler olmasından kaynaklı olarak nakdi teşvikler, hükümetlerin zor durumda kalmasına neden olmaktadır. Bu noktada, nakdi teşvikler, vergisel teşviklerden farklılık arz etmektedir. Çünkü vergisel teşvikler, yatırımların maliyetini etkilemekte ve devletin kasasından nakdi teşvikler gibi doğrudan para çıkışı yerine bir kısım vergi gelirlerinden vazgeçilmesi sonucunda vazgeçilen gelir kadar hazineye gelirin intikal etmemesine sebebiyet vermektedir. Yani devlet bütçesini doğrudan değil dolaylı yolla etkilemektedir (Gerni vd., 2015:313).

1.6.4.2. Mali olmayan teşvikler

Mali olmayan teşvikler, finansal olmayan diğer teşviklerden oluşmaktadır. Buna göre, bu teşvikler bina temini ve arsa-arazi tahsisini içerisine alan aynı teşvikler ve işgücü eğitimi, ucuz enerji desteği, pazarlama ve kalite kontrol geliştirme teknikleri ve know-how gibi diğer bazı teşvikler şeklinde iki grupta incelenmektedir. İş yatırımını veya gelişimini desteklemek için verilen arsa ve arazi tahsislerinden oluşan aynı teşviklerden yararlananlar arasında turizm tesisleri, finans kurumları, üniversiteler, risk sermayesi yatırımcıları vs. bulunmaktadır. Söz konusu bu teşvikler, arsa-arazilerin üzerine inşa edilen binaların temini,

altyapı, teknik eğitim, otoyollar ve havaalanı pistlerinin genişletilmesi dâhil olmak üzere iş dünyasının genel ihtiyaçlarını karşılamaya yöneliktir (Poole et al., 1999:12).

Aynı teşvikler, alıcıların davranışlarını kısıtlarken, nakdi teşvikler ise bu davranışları kısıtlamaz. Vergisel teşviklerin emek arzını bozduğu, ancak emeğin tamamlayıcısı olan aynı teşviklerin emek arzındaki bu bozulmayı hafiflettiği savunulmaktadır. Ayrıca bazı aynı teşvik paketleri, uzun vadede işgücü verimliliği ve işgücü arzı üzerinde nakit teşvik paketlerinden çok daha etkin bir özelliğe sahiptir (Currie ve Gahvari, 2008: 333-334). Ayrıca nakdi teşviklere göre aynı teşviklerin ekonomiye etkileri kısa dönemde değil, uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Bunun sebebi ülkenin sabit sermaye stokunu oluşturan arazi ve arsaların bir yıldan daha kısa süre içerisinde nakde çevrilmesi veya tüketilmesi düşünülmeyen ve genellikle uzun süreli fayda sağlayan değerler olarak tanımlanan duran varlıklar içerisinde yer almasıdır. Bu durumun en güzel örneği, yatırım teşvik belgeli tesisler ile hazine arazilerinin uzun dönemde ülkelerin öncü sektörlerinden birisi olan turizm sektörüne yaptığı katkıdır. Söz konusu bu teşvikler, ülkelerin turizm gelirlerinin artırılması, bölgeler arası kalkınma farklarının giderilmesi, eşit olmayan gelir dağılımının düzeltilmesi, küçük ve orta ölçekli sanayicilerin desteklenmesi gibi makro ve mikro iktisadi amaçları yerine getirmek için hem kriz döneminde hem de olağan dönemde kullanılan teşvik politika araçlarından birisidir.

Devletin yerel birimlerine, dernek veya sivil toplum kuruluşlarına kaynak aktarmasıyla dolaylı olarak özel sektörün desteklenmesine yönelik alınan tedbirlerde, diğer teşvikler ile mali olmayan teşviklerin içerisinde yer almaktadır. Su, kanalizasyon, elektrik şebekesi, otoyol, demiryolu, liman gibi her türlü altyapı faaliyetlerinin ve genel ekonomik hizmetlerinin sübvansiyonu dolaylı olarak firmaların desteklenmesi kapsamında yer almaktadır. Benzer şekilde, kamu kaynaklarının aracı kurumlara aktarılması vasıtasıyla işgücü eğitimi, yeni nesil teşvikler içerisinde değerlendirilen rekabet öncesi Ar-Ge projeleri gibi faaliyetler de bu kapsamda değerlendirilebilir (Eser, 2011:19).

Kamu ve özel sektör programları ve girişimleri labirentinde, iş gücü eğitimine yönelik verilen teşvikler de mali olmayan teşvikler içerisinde önemli bir paya sahiptir. Artan açıklık ve uluslararası rekabet bağlamında, gelişmekte olan ülkelerdeki birçok firma rekabetçi kalabilmek için iş gücünü sürekli olarak yeni teknolojilere uyarlamakta zorlanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde vasıflı işgücü nispeten az olduğundan iş eğitimi,

verimliliği arttırmak için önemli bir araç olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte, özellikle gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında, gelişmekte olan ülkelerde bu yatırımın seviyeleri düşüktür. Beşeri sermayeye yapılan yatırım, bireysel açıdan da önemlidir. Zira bir bireyin yaşamı boyunca beşeri sermayesinin büyük bir kısmı iş başında biriktirilir (Almeida ve Aterido, 2008: 1). Beşeri sermaye birikimi dinamik bir süreçtir. Erken dönemde yapılan yatırımlar, yaşam döngüsünün ilerleyen dönemlerinde yapılan yatırımlara kıyasla daha uzun bir zaman diliminde hasat edilmektedir (Carneiro ve Heckman, 2003: 6-7).

İşgücü düzenlemelerinin verimlilik maliyetleri birçok kişi tarafından tartışılmış ve belgelenmiş olsa da işgücü piyasası düzenlemelerinin potansiyel faydaları hakkında çok daha az kanıt bulunmaktadır. Buna göre, devletlerin, işletmelere iş gücü eğitim teşviklerini sunarken, vergilendirme ve sübvansiyon maliyetleri için fayda-maliyet analizini yapması gerekmektedir. Beşeri sermaye programlarına yapılan yatırım politikaları kapsamında iş gücü eğitim teşviklerinin, uzun vadeli istihdam ilişkisi yaratabileceği ve bunun da firmaların özel iş eğitimine yatırım yapmalarını sağlayabileceği ileri sürülmüştür (Wasmer, 2006: 811). Ancak bu savunulan düşünce üzerinde henüz bir uzlaşma sağlanamamıştır. Devletin sunduğu iş gücü eğitim teşvikleri, işçi grubunun pazarlık gücünü artırarak daha yüksek ücret talep etmesine de sebep olmaktadır. Bu durum ise özel sektör tarafından iş gücü eğitimine yapılan yatırımın azalmasına neden olabilmektedir (Pissarides ve Mortensen 1999: 4).

2. BÖLÜM

2. TÜRKİYE’DE YATIRIM TEŞVİK BELGESİ VE TURİZM SEKTÖRÜNE SAĞLANAN YATIRIM TEŞVİKLERİ

Bir sektörün üretken kapasitesi, mevcut kaynakların üretkenliğini artırarak ve daha fazla kaynak ekleyerek kamu sermaye yatırımları sayesinde geliştirilmektedir. Günümüzde birçok ülkede turizm sektörünün gelişiminde devletin rolü hatırı sayılır bir biçimde çok büyük öneme sahiptir (Nawaz ve Hassan, 2016: 582). Türkiye’de turizm sektörüne yönelik yatırımları teşvik etmeyi amaçlayan yasal düzenlemeler ve politikalar ise, ilk olarak 1950 yılında yürürlüğe giren 5647 sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu ile başlamıştır. Bu tarihten itibaren turizm teşvik sistemi, çeşitli hukuki düzenlemeler aracılığıyla günümüze kadar sürekli olarak geliştirilmiştir. Söz konusu düzenlemelerde, turizm sektörünün kriz dönemlerinde “ekonomik bir can simidi” olarak görülmesi; olağan dönemlerde ise hükümetlerin, teşviklerin sağlanmaması durumunda bu alanda dezavantajlı bir konuma düşebileceklerini öngörmeleri, çeşitli yatırım teşvik araçlarının uygulanmasına neden olmuştur (Mutlu ve Başer, 2020: 265-266).

Türkiye’de, uluslararası alanda artan rekabetin doğal bir sonucu olarak, turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinden turizm arzının yararlanabilmesi için uyması gereken belirli bir kurallar bütünü bulunmaktadır. Buna göre, söz konusu kurallar bütünü; turizm tesislerinin yatırım aşaması ve işletme dönemi olmak üzere iki farklı süreçte uygulanan, belgelendirme mekanizmasına dayalı bir sistemi kapsamaktadır. Turizm yatırımcıları, bu belgelendirme ile birlikte devletin sağladığı yatırım teşviklerinden yararlanma hakkını elde etmektedir. Dolayısıyla devletin turizm sektörüne sağladığı yatırım teşviklerinden yararlanabilmek için bir yatırımcının ya da girişimcinin öncelikle atması gereken ilk adım turizm belgesini almaktır. Bu doğrultuda, söz konusu turizm belgeleri, yatırım teşvik sisteminde ön koşul niteliği taşımaktadır. Türkiye’de konaklama tesislerinin gönüllülük esasına dayalı olarak hak kazandığı turizm işletme belgeleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı¹³ ve belediyelerce tesislerin türlerine göre sınıflandırılarak verilmektedir. (Ceylan ve Yakut, 2021:701). Bunun yanı sıra turizm yatırımcılarına yatırım aşamasında verilen

¹³ Tezin ilerleyen bölümlerinde kullanılan “Bakanlık” ifadesi, Kültür ve Turizm Bakanlığını belirtmektedir.

turizm yatırımı belgesi ise yalnızca Bakanlık tarafından verilen belgeyi ifade etmektedir. Buna göre, bu tezin kapsamı göz önüne alındığında, bahsedilecek olan yatırım teşvik belgesi, Bakanlık tarafından turizm sektörüne sağlanan turizm yatırımı belgesini ifade etmektedir.

2.1. Teşvik Belgesi

2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu'nda, bu kanunun kapsam ve amacı doğrultusunda, *“turizm sektörünü düzenleyecek, geliştirecek, dinamik bir yapı ve işleyişe kavuşturacak tertip ve tedbirler”* ile *“turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinin tespiti ile geliştirilmelerine, turizm yatırım ve işletmelerinin teşvik edilmesine, düzenlenmesine ve denetlenmesine”* yönelik hüküm ve mekanizmalara yer verilmektedir. Bu mekanizmaların başında ise, ‘belgelendirme’ yöntemi gelmektedir. Buna göre, 2634 sayılı Kanun kapsamında verilen belgeler, turizm belgesi adı altında toplanmıştır. Mezkûr Kanunun 3. maddesine göre ise turizm belgesi, *turizm yatırımı belgesi, turizm işletmesi belgesi ve basit konaklama turizm işletmesi belgesini* ifade etmektedir.

Vergi mükelleflerinin vergiyi doğuran olaya dokunmadan, yasalara uygun bir şekilde kanuni boşluklardan yararlanarak vergi yükünü hafifletmesi anlamına gelen vergiden kaçınma, mükelleflerin yapmış olduğu mikro vergi planlamasını açıklamaktadır. Dolayısıyla kâr maksimizasyonu gayesine sahip olan turizm işletmelerinin, yatırım aşamasında ve işletme döneminde Türk vergi sistemi içerisinde yer alan teşvik tedbirlerinden yararlanması, işletmelerin stratejik finansal planlama süreçlerinde büyük bir öneme sahiptir.

2634 sayılı Kanun'un 5. maddesine göre, *“Turizm sektöründe bu Kanun ve diğer mevzuatta yer alan teşvik tedbirleri ile istisna, muafiyet ve haklardan yararlanabilmek için Bakanlıktan turizm yatırımı veya turizm işletmesi belgesi alınması zorunludur. Belgeli yatırımların, Bakanlıkça belirlenen süreler içinde tamamlanarak işletmeye açılması zorunludur.”* Bu maddeden anlaşılabacağı üzere, turizm sektöründe faaliyet gösteren ticari işletmelerin teşvik unsurlarından yararlanabilmesi belgelendirme mekanizmasına bağlanmıştır. Bu belgelendirme mekanizması, Bakanlık tarafından tanınan teşvik unsurlarından yararlanmaya imkan sağlamaktadır. Dolayısıyla turizm işletmelerinin, yatırım aşamasında ve işletme döneminde teşvik unsurlarından yararlanabilmesinin ön koşulu, sözü edilen bu belgelerin temin edilmesidir.

28 Temmuz 2021 kabul tarihli 7334 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile yapılan değişiklik sonrasında, 2634 sayılı Kanunu’nda yer alan turizm belgelerinden biri olan turizm işletmesi belgesi, *“basit konaklama tesisleri hariç olmak üzere, turizm sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerine bakanlıkça verilen belge”* şeklinde tanımlanmıştır. Turizm işletmesi belgesi ayrıca, 2634 sayılı Kanunu’nun 37/A/2 bendine dayanılarak hazırlanan, 25852 sayılı Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik’te de tanımlanmıştır. Buna göre, Yönetmeliğin 4. maddesine göre ise turizm işletmesi belgesi, *“bu Yönetmelikte nitelikleri belirtilen turizm işletmelerine işletme aşamasında verilen belgeyi”* ifade etmektedir.

Yukarıda yer alan iki tanım, birbiriyle çelişmemekle birlikte bazı farklı unsurlar içermektedir. 2634 sayılı Kanunda yapılan tanımda, Bakanlığın turizm işletmelerine verdiği diğer bir turizm belgesi olan basit konaklama turizm işletmesi belgesi ile turizm işletmesi belgesini birbirinden ayırt etme amacı gözetilmektedir. 25852 sayılı Yönetmelik’te yapılan tanımda ise turizm işletmesi belgesi, yatırım aşamasını tamamlamış ve hâlihazırda işletme döneminde bulunan turizm işletmelerini açıklamaktadır. Her iki tanım birlikte değerlendirildiğinde, turizm işletmesi belgesi; idare tarafından belirlenen niteliklere haiz olan ve turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere işletme döneminde verilen belge olarak, daha geniş bir perspektifte tanımlanabilir (Çakır, 2024: 458-459).

Basit konaklama turizm işletmesi belgesi ise 2634 sayılı Kanunda; işyeri açma ve çalışma ruhsatıyla faaliyette bulunan ancak turizm işletmesi belgesi bulunmayan konaklama tesislerine verilen belge olarak tanımlanmıştır. Bu belge, 7334 sayılı Kanunun yürürlüğe girmesinden itibaren, 2634 sayılı Kanunun Geçici 11. maddesi kapsamında verilmektedir. Basit konaklama turizm işletmesine sahip tesisler, turizm faaliyetini sürdürme imkanına sahip olmakla birlikte, turizm işletmesi belgesi bulunan tesislerin yararlandığı bazı teşviklerden faydalanamazlar. Turizm işletmesi belgesi bulunmayan tesislerin, basit konaklama turizm işletmesi belgesi almamaları halinde ise Bakanlık tarafından; yapılan bildirim üzerine işyeri açma ve çalışma ruhsatı bir ay içerisinde iptal edilmektedir.

2.2. Yatırım Teşvik Belgesi

Turizm sektöründe yatırım yapacak girişimcilere, Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik'te nitelikleri belirtilen tesisler için Bakanlık tarafından yatırım aşamasında verilen belgeye yatırım teşvik belgesi denilmektedir. Yatırım teşvik belgesi; turizm yatırımlarının içinde yer aldığı ekonomik ekosistemle ilişkisini dikkate alan, yatırımların karakteristik özelliklerini kapsayan ve belirlenen asgari şartların sağlanması halinde yatırımcılara teşvik unsurlarından istifade etme hakkı tanıyan bir belgedir. Türkiye'de yatırım teşvik belgesi talepleri, küresel ölçekte yaşanan krizlere, ülke ekonomisinin içinde bulunduğu duruma ve coğrafi bölgelere göre değişiklik göstermektedir.

Hele ki ulusal ve uluslararası alana açık, emek yoğun bir yapıya sahip olan turizm sektörü; sözü edilen konjonktürel dalgalanmalardan hızlı bir şekilde etkilenmeye açık bir sektördür. Bu nedenle, kriz dönemlerinde yaşanan ekonomik daralmalar sonucunda kâr maksimizasyonunu hedefleyen turizm yatırımcılarının, artan yatırım riski ve maliyetler nedeniyle yeni yatırım ve belge taleplerinin azalması olağan bir durumdur. Bu duruma engel olmak için devlet, turizm yatırımlarının ekonomiden uzaklaşmasının önüne geçmek amacıyla ekonomik istikrarın hâkim olduğu dönemlere kıyasla kriz dönemlerinde yatırımcılara daha fazla yatırım teşvik belgesi vermektedir (Takım ve Ersungur, 2018: 732).

2.3. Yatırım Teşvik Belgesine Müracaat ve Teşvik Belgesi Müracaatında Aranacak Belgeler

Gerçek kişiler, adi ortaklıklar, sermaye şirketleri, kooperatifler, iş ortaklıkları, kamu kurum ve kuruluşları (genel ve özel bütçeli kurum ve kuruluşlar, il özel idareleri, belediyeler, kamu iktisadi kuruluşları), kamu kuruluşu niteliğindeki meslek kuruluşları, dernekler ve vakıflar ile çok uluslu şirketler; Türkiye'deki şubeleri aracılığı ile Bakanlığın internet sayfası üzerinden yatırım teşvik belgesi müracaatı yapılmaktadır. Ancak, henüz kuruluş süreci tamamlanmamış tüzel kişiliğe haiz kurum ve kuruluşların yatırım teşvik belgesi müracaatları değerlendirilmez. Yatırım teşvik belgesi talebi, talep edilen yatırım projelerinin ülke ekonomisinin makroekonomik hedefleri ile arz ve talep dengesi üzerindeki etkileri doğrultusunda; sektörel, bölgesel ve mali bakımdan yapılacak değerlendirmeler sonucunda

yatırıma ait teşvik belgeleri, Bakanlığa bağlı olan Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğünce onaylanmaktadır (Mat, 2024: 62).

Yatırım kararı aşamasında ve işletmelerin tüm faaliyet süreci boyunca, turizm yatırım projelerinin stratejik planlama sürecine büyük bir etkisi olan yatırım teşvik belgelerinin müracaatında yukarıda sayılan belgelerde eksik ya da yanlış bilgilerin olması durumunda yapılan müracaat değerlendirilmez. Dolayısıyla turizm yatırımı belgesi talebinde ibraz edilen bilgilerin doğruluğundan yatırımcılar sorumludur. Söz konusu bilgilerin gerçeği yansıtmaması ve bu durumun tespit edilmesi halinde teşvik belgesi iptal edilmektedir. Belge iptalini gerektirmeyen durumlarda ise yatırım teşvik belgesi kapsamında sağlanan teşviklerin bir kısmı, müeyyide uygulanmak suretiyle geri alınmaktadır.

2.4. Yatırım Cinsleri

Yatırım cinsleri; yatırımların niteliğine, amacına, sektörüne ve kaynağına göre sınıflandırılmasını açıklamaktadır. 2012/3305 sayılı Karar ile birlikte, yatırım teşvik belgesi kapsamında gerçekleştirilecek yatırım cinsleri aşağıdaki şekilde incelenmektedir:

- Komple yeni yatırımlar
- Tevsi yatırımlar
- Modernizasyon yatırımları
- Ürün çeşitlendirme yatırımları
- Entegrasyon yatırımları

2.4.1. Komple Yeni Yatırımlar

Komple yeni yatırımlar, yatırımcının sıfırdan ve henüz mevcut olmayan bir tesisin ya da üretim biriminin inşa edilmesini kapsayan bir yatırım türüdür. Bu yatırımlar, sermaye birikimine katkıda bulunmaktadır. Ayrıca var olmayan ve ilk defa yapılacak yatırımları kapsadığı için yüksek miktarda sermaye gerektirmektedir (Ak ve Zengin, 2020: 88). Tamamen yeni bir tesis kurulması ve arsa, arazi, bina ile inşaat harcamalarını kapsayan komple yeni yatırımlar, üretim kapasitesini ve istihdamı doğrudan artırması bakımından

yatırım türleri içerisinde yatırım teşviklerinin genel amacına hizmet etmektedir. Hâlihazırda işletme döneminde olan bir tesisin genişletilmesi ya da yenilenmesine yönelik yapılan yatırımlar ise komple yeni yatırım değildir. Daha ziyade komple yeni yatırımlar, işletmelerin yatırım ya da kuruluş yerinin zemini olan arazinin inşasından başlanarak işletme dönemine geçilmesini sağlayan süreci ifade etmektedir. Dolayısıyla bu yatırımlarda öncelikle yatırım yerinin belirlenmesi gerekmektedir (Artar ve Gezen, 2020: 407; Efe, 2020: 21). Yatırım teşvik belgeli termal bir otelin kurulması, yeni bir yat limanının hizmete açılması ve yeni bir golf sahası projesi için inşaat başlanması komple yeni yatırımlara verilecek örneklerden bazılarıdır.

2.4.2. Tevsi Yatırımlar

Tevsi yatırımlar, arz ve talep arasındaki potansiyel uyumsuzluk ile talebin belirsiz veya rastlantısal olmasından kaynaklanan ihtiyaçlara yanıt olarak, bir işletmenin mevcut üretim veya hizmet kapasitesini artırmak amacıyla yaptığı yatırımlardır. Belirsiz piyasa koşulları altında, işletmeler üretim çıktısını mevcut talep seviyesine göre optimal büyüklüğe uyarlamak için çeşitli seçeneklere başvurabilirler; bunlar arasında üretim hattını genişletmek, yeni makine ve teçhizat satın almak veya ek personel istihdam etmek gibi uygulamalar yer alır (Giovanni ve Massabô, 2018:2-3; Tekşen, 2010:437). Yeni bir yatırım kimliğinde bulunmayan ve kapasite genişletmeye yönelik olan bu tür yatırımlar, yüksek talep seviyesini karşılayabilmek, pazar payını büyütme, maliyetleri azaltmak ve verimliliği artırmak, kâr artışı sağlamak ve bazen de mevcut üretimin kalitesini yükseltmek için yapılan yatırımları kapsamaktadır (Balçık, 1992: 6; Dağ ve Çelik, 2018: 868).

Bir işletmenin kapasitesi, belirli bir üretim süreci içerisinde elde edeceği maksimum üretim seviyesi ya da üretim gücünü göstermektedir. Genel anlamda, mevcut kapasitenin genişletilmesi, ek tesislerin kurulmasını kapsıyor olsa da kapasite kavramını, sadece nicel değil, aynı zamanda nitel açıdan da değerlendirmek doğru bir bakış açısını oluşturmaktadır. Zira bir işletmenin mal ya da hizmetleri üretme kabiliyeti ve imkanları da kapasiteyi oluşturan unsurlar içerisinde yer almaktadır (Yıldıztekin, 2010: 198). Bir otelin oda sayısının artışı, bir fabrikaya ek üretim hattının kurulması, bir üniversiteye yeni bir fakültenin açılması, bir yazılım şirketine yeni makine ve teçhizatlar ile bir paket programının satın alınması ve havayolu şirketlerine yeni bir uçağın alınması gibi farklı sektörlere dair tevsi yatırımlara örnekler verilebilir.

2.4.3. Modernizasyon Yatırımları

Verimliliğin artırılması bir işletmenin iş stratejisinin merkezinde yer almaktadır. Daha yüksek verimlilik, kârlılığı artırmakta ve bir işletmenin rakiplerine göre rekabetçi konumunu güçlendirmektedir. Buna göre, üretim kabiliyetlerini modernize eden ve geliştiren fiziksel sermayeye yatırım yapmak, bir işletmenin verimliliğini artırmak için izleyebileceği alternatif stratejiler arasındadır (Ghosal ve Reichert, 2009: 536). Modernizasyon yatırımları; mevcut tesislerin, makine ve teçhizatın ve modern teknolojilerin küresel ekonomiye uyum sağlayan inovatif ve öncelikli sektörlerin geliştirilmesi amacıyla yapılmaktadır. Bu yatırımlar, sanayi üretiminin yenilenmesi ve modernizasyon sürecinin daha verimli bir biçimde ilerlemesini amaçlamaktadır. Modernizasyon yatırımlarında, yeni teknolojik üretim hatlarının kurulması ve üretimin devlet tarafından teşvik edilmesi sonucunda, yatırımcılar öncelikle ürün ve üretim değişiklikleri yoluyla kâr elde etmeye çalışmaktadır (Niyozovna, 2021: 141-142).

Modernizasyon yatırımları, teknolojinin günümüz itibarıyla geldiği son noktadaki gelişimine ve talebin beklentilerinin değişmesine cevaben işletmelerin yeni ürün arayışı içerisine girmesinin zaruri bir sonucunu oluşturmaktadır (Çalıpınar, 2006: 20). Alternatif bir yatırım türü olarak modernizasyon yatırımları; verimliliği artırmak, teknolojik olarak ürün, hizmet ve üretim yönetimini geliştirmek, ürün ve hizmet kalitesini artırmak, enerji ve zaman tasarrufu elde etmek, çıktı miktarında artış sağlamak, doğrudan işçilik maliyetlerini düşürmek ve bakım-onarım maliyetlerini azaltmak gibi amaçlar için yapılmaktadır. Bazen de günün şartları ve çağın ihtiyaçları; yatırımcıyı, modernizasyon yatırımlarına doğru mecbur bırakabilmektedir. Bu tür yatırımlar, benzer mal ve hizmeti sağlayabilecek ve ekonomik açıdan işlevini tamamlamış olan makine ve teçhizatlarda teknolojiye uygun parçaların eklenmesi yoluyla üretim kayıplarını önlemek amacıyla da desteklenmektedir (Çalıpınar, 2006: 22-23). Turizm tesislerinde yer alan restoranlarda, enerji tasarrufunu sağlamak amacıyla akıllı ısıtma sistemlerine geçilmesi (Bayesen ve Ercan, 2023: 141), otellerin Wi-Fi altyapısının güçlendirilmesi ve plastik sanayinde alternatif yakıt kullanımının artışı için atıktan türetilmiş yakıtlara geçilmesi (Çelik, 2018: 64), modernizasyon yatırımlarına turizm ve sanayi sektörleri özelindeki örnekleri oluşturmaktadır.

2.4.4. Ürün Çeşitlendirme Yatırımları

Ürün çeşitlendirme, işletmelerin satışa sunmuş olduğu ürünlerin sayı ya da çeşidinde yapılacak olan ekleme ve çıkarma işlemlerini kapsamaktadır. Gerek işletmelerin gerekse de ülkelerin pazar payını artırmak amacıyla arz yapısını farklılaştırmaya yönelik yapmış olduğu çabaların bütününe ürün çeşitlendirme denilmektedir. Bir ürünün mevcut pazarını genişleterek işletmenin markasının büyümesine yardımcı olan ürün çeşitlendirme, gelişme ve genişlemeyi sağlamak için farklı bilgi, beceri, makine gibi unsurları kullanarak yeni bir ürün hattı ve hizmet geliştirme stratejisini ifade etmektedir (Artar ve Gezen, 2020:407).

Tüketicilere sunulan ürün ve hizmet yelpazesini genişleten ürün çeşitliliği, tüketicilerin satın alma kararlarını etkileyen kritik bir faktördür. Çeşitlendirme, bir işletmenin ürünlerini ya da pazarlarını yatay, dikey veya zincir işletmeler şeklinde genişleterek piyasa ve ekonomideki varlığını geliştirme çabasıdır. İşletmeler, doğru ve kitlesel tanıtım stratejisi içerisinde tüketicilere çeşitli ürünler veya hizmetler sunarak onların farklı ihtiyaç ve isteklerini karşılamaktadır. Ürün çeşitlendirme yatırımları, karşılanmamış ihtiyaç veya arzuları karşılamak üzere tasarlanmış ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini amaçlar. Bu yatırımlar, farklı müşteri segmentlerine ulaşarak işletmenin çok uluslu bir cazibe merkezi haline gelmesine katkıda bulunmaktadır. Bu tür yatırımlar; farklı pazarların ihtiyaçlarını karşılamak, işletmelerin kârlılığını artırmak, riskleri azaltmak ve marka değerini güçlendirmek için yapılmaktadır (Pratama ve Tarunay, 2024:1383-1384). Kitle turizmine hitap eden bir konaklama tesisinin, banket organizasyonları için kongre ve seminer merkezlerini açması ürün çeşitlendirme yatırımlarına bir örnek teşkil etmektedir.

2.4.5. Entegrasyon Yatırımları

Entegrasyon yatırımları, bir işletmenin tedarik zincirini veya pazara olan hakimiyetini artırmak amacıyla yaptığı yatırımlardır. Bu yatırımlar, özellikle büyüme stratejisine sahip olan işletmeler için önemlidir. Bir sektörde oluşacak yeni iş kolları için üreticilerin birbirleri ile entegre bir şekilde çalışmaları başarılı bir sonuç için gereklidir (Özsoylu, 2017: 60). İşletmeler ile tedarik zinciri içerisinde yer alan dağıtım aracıları arasındaki sorunları en aza indirmeyi hedefleyen entegrasyon yatırımları ile birlikte (Şimşek ve Yeşiltaş, 1992: 26), pazarda rekabet avantajının elde edilmesi ve marka değerinin güçlendirilmesi sonucunda sektörel anlamda işletmelerin belirli alanlarda uzmanlaşması

sağlanmaktadır (İncekara ve Savrul, 2011: 8). Entegrasyon yatırımları, yatay ve dikey olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Yatay ve dikey entegrasyon yatırımları; yeni işletmelerin kurulması, var olan bir işletmenin satın alınması veya kiralanması ve başka işletmeler ile birleşme yoluyla gerçekleştirilmektedir (Şimşek ve Yeşiltaş, 1992: 25).

Yatay entegrasyon, bir işletmenin kendisiyle aynı üretim ya da hizmet kategorisinde faaliyet gösteren başka bir işletmeye yatırım yapması veya bu işletme ile birleşmesi veya söz konusu işletmeyi satın alması sonucunda genişleyerek büyüme stratejisini hedefleyen yatırımlardır. Yatay entegrasyonun asıl amacı, maliyetleri ve belirsizlikleri azaltmak için aynı müşteri segmentine sahip işletmelerin pazardaki paylarını artırmaktır. Dikey entegrasyon ise aynı sektörde yer alan ancak farklı alt sektörlerde müşterisi olan işletmelerle birleşmeyi ifade etmektedir. Dikey entegrasyon, farklı ürün üreten işletmelerin birbirine bağlanmasıdır. Yani işletmenin kendi üretim ya da hizmet zincirinde yer alan farklı aşamalara yatırım yapmasını içermektedir. Bir tur operatörünün seyahat acentesi satın alması, bir otelin kendi organik çiftliğini kurması, havacılık ve savunma sanayinde yer alan iki işletmenin birleşmesi entegrasyon yatırımlarına verilecek örneklerdendir (Özsoylu, 2017: 60; Şimşek ve Yeşiltaş, 1992: 25).

2.5. Yatırım Konusu Değişikliği

Turizm sektöründe yatırım kavramı; altyapı, üstyapı ve diğer hizmet tesisleri yatırımlarının toplamını kapsamaktadır. Ayrıca mevcut olan altyapının ve turizm tesislerinin kapasitesinin genişletilmesi ve turistik ürünlerin çeşitliliğinin geliştirilmesine yönelik olarak yapılan harcamalar da turizm yatırımları içerisine dâhil edilmektedir. Başka bir deyişle, turistlerin konaklama, yeme-içme ve rekreasyon faaliyetlerine ilişkin tüm ihtiyaçlarını karşılamak adına tesis, arazi ve makine ve teçhizatların bütünü turizm yatırımları olarak tanımlanmaktadır. Buna göre otel, motel, pansiyon ve tatil köyleri gibi benzeri yataklı tesisleri kapsayan konaklamaya dönük yatırımlar ve konaklama dışında kalan toplantı, seminer ve kongre merkezleri, yat liman işletmeleri ve turistlerin ulaşım, yeme-içme, eğlenme, dinlenme, spor yapma gibi ihtiyaçlarına yönelik olarak lokanta, kafeterya, çay bahçesi, spor tesisleri, eğlence yerleri gibi tesisler için yapılan yatırımlar turizm yatırımlarının konusunu oluşturmaktadır (Şenel, 2007: 6-7).

Yatırım teşvik belgesi kapsamında, daha önce belirtilen turizm yatırım konusunun değişikliği talebi için Bakanlığa başvurulması gerekmektedir. Yatırımcı, yeni yatırım projesine yönelik olarak turizm yatırım belgesi müracaatında verdiği bilgilere dayanılarak, yürürlükteki mevzuat hükümleri çerçevesinde, bölgesel ve sektörel kısıtlamalar dikkate alınarak teşvik belgesindeki yatırım konusu değiştirilebilmektedir. Ancak yatırım konusunun değişimi gerçekleşmeden önce satın alınan ve yeni yatırım konusu ile ilgili olmayan makine ve teçhizatlar için sağlanan destekler, mevzuat gereği geri alınmaktadır (Mat, 2024: 66).

2.6. Yatırımın Süresi ve Tamamlama Vizesi

Yatırım teşvik belgesi kapsamındaki turizm yatırım projelerinin değerlendirilmesi yapıldıktan sonra belirlenen süre içerisinde projenin ifa edilmesi esastır. Yatırımın bu süre içerisinde gerçekleşmemesi halinde ise yatırımcıya, yatırım teşvik belgesinin üzerinde kayıtlı olan ilk sürenin yarısı kadar ek süre verilmektedir. Hesaplanan ek sürenin bir yıldan az olması durumunda, bahsi geçen ek süre bir yıl olarak uygulanmaktadır. Mücbir sebep ya da olağanüstü hallerde ise işletmelerin faaliyetlerini durdurması ve bu durumun yatırımcılarca tevsik edilmesi durumunda, Bakanlıkça ek süre dışında proje bazında olmak üzere yeniden ek süre verilmektedir (Mat, 2024: 66-67; Tekşen, 2010: 436).

2.7. Yatırımların Nakli

Büyük ölçekli yatırımlar ile bölgesel teşvik kapsamında değerlendirilen yatırımların, işletmeye geçiş tarihinden itibaren asgari beş yıl süre ile bulunmuş olduğu bölgede faaliyette bulunması gerekmektedir. Ancak Bakanlıktan izin alınması ve yatırım konusunun taşınılacak bölgede destek verilecek konular arasında yer alması şartıyla, yatırımların diğer bölgelere nakli söz konusu olabilmektedir. Yatırımın mevcut olduğu bölgeden daha az destek alan ve iktisadi gelişmişlik seviyesi daha yüksek bölgelere ya da ilgili yatırım konusunun desteklenmediği bölgelere taşınması halinde mevzuat gereği fazladan yararlanılan teşvikler yatırımcılardan geri alınmaktadır. Buna karşın işletmeye geçiş tarihinden itibaren beş yıl süre boyunca bulunduğu bölgede faaliyette bulunan yatırımların diğer bölgelere taşınması serbesttir (Kartaloğlu ve Gökmen, 2009: 60).

2.8. Geçmişten Günümüze Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Politikalarının Gelişimi

Cumhuriyet 1923 yılında kurulmasıyla birlikte, özel teşebbüs, ulusal sanayi, sermaye birikimi ve vasıflı işgücü yok denecek kadar azdı. İlk on yıl, ağırlıklı olarak cumhuriyet ideolojisinin pekiştirilmesi ve ‘modernleşme’ ideolojisi doğrultusunda devrimlerle geçmiştir. Cumhuriyet döneminde, 1923’te Türk Seyyahin Cemiyeti kurulmuş, 1930 yılında ise Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu adını alarak uzun yıllar boyunca ülkedeki turizm politikalarına yön vermiştir. Bu kurum, ilk yol haritasını yayınlamış ve turist rehberleri için kurslar, sınavlar düzenlemiş ve ayrıca turizmle ilgili toplantılar ve konferanslar organize etmiştir. Hükümetin turizm sektörüne ilk ilgisi ve sektöre katılımı ise 1934 yılında Ekonomi Bakanlığı’nda turizme ait özel bir birimin kurulması sonucunda gerçekleşmiştir. Söz konusu birim, 1949 yılında Genel Basın Müdürlüğü’ne dâhil edilmiştir. Bu gelişme, Turizm Bakanlığının kurulmasına yönelik atılan önemli adımlardan birisini teşkil etmiştir (Yolal, 2016: 24).

Türkiye’de 1950’li yıllara gelindiğinde, uluslararası ticaretin hazırlıksız ve hesapsız bir şekilde serbestleştirilmesi, ihracatta ihmal edilebilir bir artışın yaşanmasına sebep olmuştur. Bu sebep doğrultusunda ise keskin ödemeler dengesi açıkları ortaya çıkmıştır. Ülkenin döviz rezervleri ve uluslararası kredibilitesi birkaç yıl içinde tükenmiştir. Bu bağlamda turizm, kritik döviz sıkıntısını ve ödemeler dengesindeki ciddi açığı gidermek amacıyla hükümet politikalarının temel önlemlerinden ve çözümlerinden biri olarak görülmüştür. Bu önlemler çerçevesinde, turizm sektörü üzerinde yasal, örgütsel ve proje bazlı çeşitli yatırım teşvik araçları politika kapsamında kullanılmaya başlanmıştır. Türkiye’de turizm sektöründe uygulanan yatırım teşviklerinin tarihsel gelişimi incelendiğinde, dönemler itibarıyla ülkenin ekonomik durumuna ve zamanın koşullarına bağlı olarak çeşitli desenler ve araçlar kullanılarak teşvik sisteminin evrildiği görülmektedir (Nohutçu, 2002: 5).

1950 yılında, 5647 sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu, turizm sektöründeki yatırımları teşvik etmek amacıyla yürürlükteki ilk yasal düzenleme olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kanun ile, hangi işletmelerin turizm müessesesi niteliğinde olacağı ve teşvik tedbirlerinden hangi işletmelerin yararlanacağına ilişkin esasları düzenleyen hukuki bir çerçeve, Türk vergi sistemine kazandırılmıştır. Bununla birlikte, turizm yatırımlarını

desteklemek adına 1953 yılında, 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu ile ikinci bir teşvik kanunu yürürlüğe konulmuştur. Bu kanun, turizm tesisleri için yeni bir ruhsatlandırma sistemi getirmiştir. Tesislerin turizm belgeleri alabilmeleri için artık kanunda belirlenen standart ve hizmet kalitesini sağlama şartı ortaya konulmuştur. Bu kanun ile sağlanan en önemli teşvik tedbirlerinden biri, turizm işletmelerinin 10 yıl süreyle vergi muafiyetinden yararlanması olmuştur (Toker, 2007: 82; Nohutçu, 2002: 5). Bu dönemde kaydedilen bir diğer önemli gelişme ise, 1955 yılında turizm sektöründeki yatırım teşvik politikalarının örgütsel aracı olarak özel sektöre finansman sağlamak amacıyla Turizm Bankasının kurulmasıdır. Banka, turizm amaçlı olarak bazı tarihi binaları satın almış ve restore ederek otel projeleri için kredi imkanı sağlamıştır. (Yolal, 2016: 25).

Türkiye’de 1962 yılında Devlet Planlama Teşkilatının kurulması hem yatırımların hem de ihracatın müdahaleci devlet öncülüğünde kapsamlı bir şekilde teşvik edilmesinin başlangıç noktası olmuştur. 1961 Anayasası ile getirilen planlı kalkınma dönemi ve beş yıllık kalkınma planları, hassas ve kırılgan bir yapıya sahip turizm sektörü için yol gösterici olurken, yatırım teşviklerini sağlayan kamu kurumları için de emredici bir nitelik taşımıştır (Hazman ve Kaya, 2018: 45). 1961 Anayasası, yatırımcılara devredilmek üzere kıyı arazilerinin kamulaştırılması hakkını tanımıştır. 1962 yılında, ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı tarafından turistik bölgelerde otel ve motel inşası için hibe ve kredi sağlamak üzere Turizm Geliştirme Fonu kurulmuştur (Nohutçu, 2002: 6). Fakat bu dönemde, teknolojik gelişmelerin ve turizm paradigmasının oluşmaması ve turizm pazarının henüz olgun bir yapıya kavuşmamış olması, yani bir turizm paradigmasının oluşmaması; ülkenin makroekonomik hedeflerini gerçekleştirmede turizm sektörünün öneminin yeterince anlaşılamaması ve sektöre iktisadi hayatta gerekli entegrasyonun sağlanamaması sebebiyle, turizm sektörü sanayi sektörünün geri planında kalmıştır (Hazman ve Kaya, 2018: 45).

1970’li yılların başında Türkiye’ye gelen turist sayısında sürekli ve istikrarlı bir artış yaşanmasına rağmen, 1974 yılında ortaya çıkan dünya petrol krizi nedeniyle turist ziyaretlerinde belirgin bir azalma meydana gelmiştir. 1974-1980 döneminde turizm sektöründe gözlenen büyüme eksikliği ise Türkiye’nin uluslararası turizm ligine görece geç girmesi, ulaşım maliyetlerinin yüksek olması, tanıtım faaliyetlerinin yetersiz kalması, ayrıca dönemin siyasi yapısının aşırı parçalanması ve kutuplaşması ile toplumsal çatışmaların artması gibi çeşitli faktörlere bağlanabilir. Bu nedenle, Türkiye’nin sahip olduğu turizm

potansiyeline ve hükümetin sektörü geliştirmeye yönelik aldığı yatırım teşvik önlemlerine rağmen, 1970'lerin sonuna gelindiğinde ülke, Akdeniz havzasındaki komşularına kıyasla niceliksel açıdan değerlendirildiğinde dahi turist sayısı bakımından oldukça geride kalmıştır (Nohutçu, 2002: 9).

1980'li yıllara gelindiğinde, 24 Ocak kararları ile birlikte ihracata dönük sanayileşme politikaları benimsenmiştir. Bu gelişme, dış turizmin canlanmasına ve sektöre yönelik yatırım teşviklerinin artmasına zemin hazırlamıştır. Türk ekonomi politikasında yapısal bir dönüşümün yaşandığı bu dönemde, ihracatı teşvik amacıyla vergi iadesi, enerji desteği ve düşük faizli krediler gibi doğrudan parasal teşviklerin yanı sıra, gümrük vergisi muafiyetleriyle desteklenen vergisel teşvik uygulamaları da yürürlüğe konulmuştur. Ancak bu süreçte turizm sektörüne tahsis edilen kredilerin dengeli bir biçimde dağıtılmaması, sermaye verimliliğinin düşük kalmasına neden olmuştur. Ayrıca tesis kapasitesindeki artışa rağmen pazarlama faaliyetlerinin aynı ölçüde gelişmemesi ve Türk turizminin yönlendirilmesinde yabancı tur operatörlerinin etkili olması gibi hatalar, sektöre sağlanan nakdi teşviklerin beklenen sonuçları vermesini engellemiştir (Takım ve Ersungur, 2018: 728; Kozak, 1994: 20).

1980 sonrasında Türk turizm teşvik sistemine ilişkin alınan kararlar arasında, günümüzde de yürürlükte olan 12 Mart 1982 tarihli ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu en önemli düzenlemelerden biri olmuştur. Bu yasa ile birlikte turizm sektörüne, daha önce uygulanmamış pek çok yeni teşvik tedbiri getirilmiştir. Söz konusu tedbirler, önceki dönemlerde ağırlıklı olarak kullanılan nakdi teşviklerin yanı sıra, vergisel ve ayni teşviklerin de turizm işletmelerine sunulmasını sağlamıştır. Böylece teşviklerde çeşitlilik oluşturulmuş, aynı zamanda Bakanlık kaynakları üzerindeki riskin paylaştırılmasına katkıda bulunulmuştur. Bununla birlikte, Türk turizm teşvik sistemi açısından 1985 yılı ayrı bir dönüm noktasıdır. Bu yılda, yatırım teşvikleri ile turizm sektörü arasındaki entegrasyonu güçlendirmek amacıyla, turizm kalkınmada öncelikli sektörler kapsamına alınmıştır. Dönemin en dikkat çekici teşvik aracı ise Kaynak Kullanımı Destekleme Fonu (KKDF) olmuştur. KKDF kapsamında, yatırımın yapılacağı bölge ve konuya göre oranı %10 ile %60 arasında değişen nakdi hibe destekleri sağlanmıştır. Tüm bu düzenlemeler, turizm sektöründe daha sonraki yıllarda uygulanacak yatırım teşvik politikalarının temelini oluşturmuştur (Bayat ve Gürcam, 2018: 123; Karataş ve Tetik, 2018: 160).

Türkiye turizmi, 1985–1992 yılları arasında sektörel gelişimi desteklemek amacıyla uygulanan çeşitli yatırım ve hibe türü teşviklerle önemli bir ivme kazanmıştır. Bu dönemde yürürlüğe konulan nakdi teşvik programı kapsamında, toplam 5,5 trilyon TL’lik bir yatırım hacmi oluşturulmuş ve yatırımcılara 422 milyon ABD doları tutarında hibe desteği sağlanmıştır. Söz konusu teşvikler, turizm yatırımlarının artış hızını belirgin biçimde yükseltmiştir. Nitekim 1985–1992 yılları arasında 200.000 bakanlık belgeli yatak kapasitesi oluşturulmuştur. Bu veriler, yatırım teşvik politikalarının söz konusu dönemde turizm sektörünün gelişim dinamikleri üzerinde olumlu bir etki yarattığını göstermektedir. Ayrıca Türkiye’de turizmin bu yıllarda sergilediği hızlı büyüme, yeni ve keşfedilmemiş destinasyonlar arayışında olan uluslararası tur operatörlerinin de dikkatini çekmiştir (Bilgiçli ve Zengin, 2017: 14; Nohutçu, 2002: 16).

Türk turizm teşvik sisteminin tarihsel gelişiminde bir diğer önemli dönüm noktası, 1996 yılında Türkiye’nin Dünya Ticaret Örgütü’ne (DTÖ) üye olması ve aynı yıl Avrupa Birliği (AB) ile Gümrük Birliği’ne girmesidir. Bu gelişmelerin ardından, AB’nin turizm politikası ve teşvik sistemine uyum sağlama yönündeki talepleri doğrultusunda, yatırım teşvik politikaları sektörel temelden bölgesel temele kaydırılmıştır. Böylece, teşvik uygulamaları sektörel öncelikler yerine bölgesel gelişmişlik düzeyleri dikkate alınarak, ekonomi üzerinde doğrudan bir müdahale aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. 2000’li yıllara uzanan süreçte ise turizm teşviklerinin kamusal maliyetinin artması, sektöre aktarılan nakdi kredilerin fayda-maliyet analizleri yapılmadan uygulanması ve teşvik mekanizmalarının planlamadan yoksun biçimde yürütülmesi, politika başarısızlıklarına yol açmıştır. Bu dönemde yaşanan başarısızlığın temel nedenleri arasında, tesis kapasitesi ve yatak arzının artmasına karşın tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin aynı oranda geliştirilememesi, 1991 Körfez Savaşı, 1994 ekonomik krizi ve 1999 yılında meydana gelen büyük depremler gibi Türk turizmi üzerinde yıkıcı etkiler yaratan olaylar yer almaktadır (Hazman ve Kaya, 2018: 45; Yolal, 2016: 27).

2000’li yıllardan itibaren Türkiye’de yatırım teşvik sistemi, bölgesel kalkınma düzeylerini esas alan bir yapıya dönüştürülmüştür. Bu dönemde, bölgesel önceliğe sahip sektörler belirlenmiş ve yatırımların, bulundukları bölgenin kalkınma düzeyine göre teşviklerden farklı oranlarda yararlanması öngörülmüştür. Bu kapsamda, 2009/15199 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe giren yeni

teşvik sistemi, Türkiye’yi dört yatırım bölgesine ayırmıştır. Söz konusu sistem; genel, bölgesel ve büyük ölçekli yatırımlar olmak üzere üç farklı uygulama bileşeninden oluşmaktadır. Türkiye’de ilk kez bölgesel ve sektörel temelde teşvik sistemine geçilen bu modelde, yatırım bölgelerindeki iller Sosyo-Ekonomik Gelişmişlik Endeksi (SEGE) dikkate alınarak sıralanmıştır. Sistem kapsamında yatırımcılara; KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti, faiz desteği, sigorta primi işveren hissesi desteği, vergi indirimi ve yatırım yeri tahsisi gibi çeşitli teşvik unsurları sağlanmıştır (Akdeve ve Karagöl, 2013: 338).

Turizm sektörünün kendi dinamiklerinde meydana gelen değişimler ile Türkiye’deki bölgeler arası kalkınma farklarının zamanla dönüşüm göstermesi sonucunda, 2009/15199 sayılı Karar konjonktürel gerekliliklere yeterince cevap veremez hâle gelmiştir. Bu durum, yeni bir yatırım teşvik sisteminin oluşturulmasını zorunlu kılmıştır. Söz konusu ihtiyacın bir sonucu olarak, 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı yürürlüğe girmiştir. Bu yeni düzenleme; genel, bölgesel, büyük ölçekli ve stratejik yatırımlar olmak üzere dört farklı yatırım teşvik bileşeninden oluşmaktadır (Öztürk ve Çelik, 2018: 819).

Türkiye’de illerin gelişim seviyelerine göre altı teşvik bölgesi belirleyen 2012/3305 sayılı Karar, bölgesel düzeyde çeşitli teşvikler sunmaktadır. Bunlar arasında gümrük vergisi muafiyeti, KDV muafiyeti, kurumlar vergisi indirimi, işverenler için sosyal güvenlik prim desteği, yatırım yeri tahsisi, emlak vergisi muafiyeti ve faiz desteği yer almaktadır. Ayrıca, çalışanlar için sosyal güvenlik prim desteği ve en az gelişmiş illerde gelir vergisi stopajı teşvikleri de sağlanmaktadır. Sistem kapsamında ilk üç bölge daha gelişmiş olarak kabul edilirken, son üç bölge nispeten daha az gelişmiş olarak sınıflandırılmıştır. Yatırım alanları, her bölgenin ekonomik ve sanayi koşulları dikkate alınarak belirlenmektedir ve bu alanlarda yapılan yatırımlar, ilgili bölgeye sunulan teşviklerden yararlanabilmektedir. Yatırımcılar, faaliyet sektörleri ve asgari sermaye gereksinimlerine göre bölgeye uygun teşvik araçlarından faydalanabilmektedir. Böylece sistem, teşvikleri bölgesel bağlamla uyumlu hâle getirerek bölgesel kalkınmayı desteklemeyi ve Türkiye’nin farklı bölgelerindeki ekonomik ihtiyaçları karşılamayı amaçlamaktadır (Serdinova, 2024: 74-75).

2018 yılında yürürlüğe giren 2018/11201 sayılı Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında Yatırımların Desteklenmesi Hakkında Karar ile, bölgesel kalkınma farklarını azaltmayı amaçlayan yeni bir maliye politikası aracı olarak Cazibe Merkezleri Programı

hayata geçirilmiştir. Program, yatırımcıları cazibe merkezleri olarak belirlenen bölgelerde yatırımlar yapmaya teşvik ederek, ekonomik faaliyetlerin bölgesel dengesizlikleri azaltacak şekilde yönlendirilmesini hedeflemektedir. Buna göre, bu Karar'ın amacı, *“görece az gelişmiş bölgelerdeki yatırım ortamını canlandırarak istihdam, üretim ve ihracatın artırılması ve bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasına yönelik yatırımların desteklenmesine ilişkin usul ve esasların belirlenmesidir.”* Cazibe Merkezleri Programı Değerlendirme Komitesi tarafından uygun bulunan başvurular sonucunda, Türkiye’de diğer illere kıyasla görece daha az gelişmiş olarak belirlenen bölgelerde gerçekleştirilen yatırımlar, program kapsamında sağlanan enerji desteği ve 2012/3305 sayılı Karar ile altıncı bölgedeki illere tanınan teşviklerden yararlanmaktadır. Böylece, programın amacı doğrultusunda bölgesel kalkınma farklarının azaltılması ve yatırımların az gelişmiş bölgelerde yoğunlaştırılması hedeflenmektedir (Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü, 2022: 1).

Bölgesel yatırım uygulamaları kapsamında turizm sektörünün yer alması nedeniyle, Cazibe Merkezleri Programı kapsamındaki projeler, Erzurum, Diyarbakır, Van ve Şanlıurfa illerinde kültür, kongre ve kış turizmi potansiyelinin artırılmasına yönelik fiziksel altyapının geliştirilmesini hedeflemektedir. Programın spesifik uygulamaları arasında, Erzurum’da turizm sektöründe faaliyet gösteren KOBİ’lere yönelik KOSGEB kredi destek programları, Diyarbakır’da kültürel mirasın projelendirilmesi çalışmaları (Diyarbakır Kültür ve Turizm Müdürlüğü), Şanlıurfa’da Kale Eteğinin turizm amaçlı kullanımı ve GAP Vadisi projeleri (Şanlıurfa İl Özel İdaresi) ile Van’da Tuşba Fuar ve Kongre Merkezi proje çalışmaları (Van İl Özel İdaresi) örnek olarak verilebilir (Toy vd., 2016: 46-47).

30 Mayıs 2025 tarihinde yürürlüğe giren 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile Türkiye’de yeni bir yatırım teşvik sistemi oluşturulmuştur. Bu karar kapsamında, turizm sektörüne yönelik yatırım teşvikleri güncellenmiş ve kapsamı genişletilmiştir. Karar, özellikle turizm altyapısının güçlendirilmesi, sürdürülebilir turizm uygulamalarının desteklenmesi ve bölgesel kalkınma farklarının azaltılması hedeflerini içermektedir. Yeni sistemde, Türkiye’nin farklı bölgelerinde turizm potansiyeli yüksek illerde yapılacak yatırımlar için KDV muafiyeti, gümrük vergisi muafiyeti, faiz desteği, yatırım yeri tahsisi ve sosyal güvenlik prim desteği gibi çeşitli teşvikler sağlanmaktadır. Ayrıca, sistem Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesi, sektörel teşvik sistemi ve bölgesel teşvikler olmak üzere üç bileşenden oluşmaktadır (Kaya ve Bay, 2025: 77).

2.9. Turizm Yatırım Teşvik Sistemine İlişkin Yasal ve İdari Düzenlemeler

Türkiye’de 2000’li yıllarda yürürlüğe giren ve diğer hukuki düzenlemelere kıyasla turizm sektörüne dair yatırım teşvik sisteminin bel kemiğini oluşturan temel yasal ve idari düzenlemeler aşağıdaki gibidir:

- i. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu
- ii. Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı
- iii. Cazibe Merkezleri Programı
- iv. 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı

Turizm; turistler, işçiler, turistik ürün tedarik zincirinde yer alanlar, turizm hizmetini karşılayacak olan işletmeler ve ev sahibi ülkeler arasındaki ilişki ve etkileşimden doğan süreçler, faaliyetler ve sonuçlar olarak tanımlanmaktadır. Turizmin bu tanımından da yola çıkacak olursak, iyi işleyen bir turizm sistemi için turizm sektörünün tüm kolları arasında koordinasyon ve iç bütünlüğün sağlanması gerekmektedir. Dolayısıyla yatırım teşviklerine dair hukuki düzenlemeler sadece konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerine hizmet etmemekte bunların dışında sektöre diğer ana ve yan hizmet sağlayan işletmelere de geniş perspektifte bir bütün halinde Türk hukuk sisteminde yer almaktadır (Kirimhan, 2014: 568).

Yatırım teşvik sisteminde yer alan hukuki düzenlemelerin Türkiye hukuk sisteminde geniş yer kaplamasının birkaç nedeni bulunmaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde hükümetler, yatırım teşviklerini; diğer ev sahibi ülkelerle rekabet edebilmek, kendi kültürel kimliğini pekiştirmek, ülkenin açık yatırım ortamına olan bağlılığını göstermek ve ekonomik büyümeye yönelik reformları yakından takip etmek gibi amaçlarla bir politika aracı olarak kullanmaktadır. Ayrıca, turizm cazibelerinin çeşitlenmesi ve alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi, turizm talebini karşılamaya dönük farklı hizmetlerin birbirine entegre bir şekilde sunulmasını gerektirmesi, hukuki düzenlemelerin kapsamının genişlemesinde etkili diğer unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Tuomi, 2012: 1).

2.9.1. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu

Turizm yatırımcılarına sağlanan yatırım teşvik düzenlemelerinden en önemlisi 2634 sayılı Kanun'dur. Söz konusu bu kanun, turizm hizmeti ve bu hizmetin gerektirdiği kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezlerinin tespitine, turizm yatırım ve işletmelerinin teşvik edilmesine ve denetlenmesine ilişkin hükümleri kapsamaktadır. Nitekim bu durum, sözü edilen mezkûr Kanunun 13. maddesinde *“Turizm sektöründeki teşvik tedbirleri ile turizm yatırım ve işletmelerinin bu teşviklerden yararlanma usul ve esasları, Bakanlığın koordinatörlüğünde ilgili bakanlıklar ve Strateji ve Bütçe Başkanlığınca müştereken tespit edilir. Yatırımlar için öncelik sırası; kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ve turizm merkezleri ve Bakanlıkça tespit edilen diğer yerlerdir”* şeklinde hükmedilmiştir.

2634 sayılı Kanun, turizm sektörünün gelişiminde belirleyici rol üstlenen ve yatırım teşvik sisteminin önemli bir dönüm noktasını oluşturmaktadır. Aynı zamanda bu kanun, Bakanlığa da farklı bir misyon ve otorite tanımıştır. Otoritesi artan Bakanlığın, turizm sektöründe fon ve kaynakların yatırımlara aktarılmasını kolaylaştırmış, yatırım teşviklerinin usul ve esaslarını belirli bir çerçeveye oturtmuş ve turistik ürünlerin çeşitlendirilmesini sağlamıştır. Bu düzenlemeler, turizm potansiyelinin daha etkin kullanılmasının önündeki engelleri kaldırmıştır. Ayrıca, günümüzdeki turizm sektörünün şekillenmesine katkıda bulunan ilgili kanun ile turizm yatırımcılarına kamu arazileri tahsisi, altyapı yatırımları, düşük faizli krediler ve vergisel avantajlar sağlanarak sektörün gelişimi hızlandırılmıştır (Tuncel, 2019: 62; Bilgiçli ve Zengin, 2017: 14).

2.9.2. Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı

Türkiye’de turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvikleri, çıkarılan hukuki düzenlemeler çerçevesinde şekillendirilmektedir. Bu kapsamda en belirleyici düzenlemelerden birini ise Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı oluşturmaktaydı. Buna göre, turizm sektörüne yönelik teşvik unsurlarının çerçevesini belirleyen ilk önemli adım, 16 Temmuz 2009 tarihli ve 27290 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 2009/15199 sayılı Karar olmuştur. Zamanın gerekliliklerine uyum sağlamakta yetersiz kalan 2009/15199 sayılı Karar’ın ardından, daha sonraki yatırım teşvik sisteminin temeli, 19 Haziran 2012 tarihli ve 28328 sayılı Resmi Gazete’de

yayımlanan 2012/3305 sayılı Karar ile atılmıştır. 2012/3305 sayılı Karar, genel, bölgesel, büyük ölçekli ve stratejik yatırım bileşenlerinden oluşmaktaydı. Turizm sektörü ise bu bileşenlerden özellikle bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında sunulan teşvik unsurlarından yararlanmaktaydı (Ercan, 2023: 101).

2.9.2.1. 2009/15199 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı

5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında başvuru süresinin 2009 yılının sonunda sona ermesiyle birlikte, yatırım konularına ilişkin teşvik tedbirleri sektörel, bölgesel veya ölçeksel ayırım gözetmeksizin genel bir biçimde uygulanmıştır. Buna ek olarak, 2008 yılının ikinci yarısında ABD’de başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan küresel mali kriz, müdahaleci devlet yaklaşımının yeniden gündeme gelmesine ve sektörel ile bölgesel teşvik uygulama stratejilerinin yeniden belirlenmesine yönelik çalışmaların yapılmasına yol açmıştır. Bu gelişmeler dikkate alınarak, 2009/15199 sayılı Karar ile Türkiye’nin uluslararası yükümlülükleri ve ekonomik öncelikleri doğrultusunda, mal ve hizmet üretimi, Ar-Ge ve çevre koruma faaliyetlerine yönelik yatırımların farklı teşvik tedbirleri kapsamında desteklenmesi öngörülmüştür.

2009/15199 sayılı Karar kapsamında verilen yatırım teşvikleri; bölgesel teşvikler, büyük proje yatırımlarının teşviki ve diğer teşvik unsurları olmak üzere üç ana uygulama biçiminden oluşmaktadır. Söz konusu karar ile Türkiye’deki sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyine göre bölgeler kademelendirilmiş ve 81 ilin tamamı teşvik uygulaması kapsamına alınmıştır. Buna ek olarak, teşvik tedbirlerinin uygulanabilmesi belgelendirme usulüne bağlanmıştır. Bu çerçevede, yatırım konusuna ilişkin harcamalar, teşvik belgesine başvurudan önce gerçekleştirilmiş ise söz konusu bu harcamalar, teşvik belgesi kapsamında değerlendirilmemiştir (Eser, 2011: 135; Karabıçak, 2013: 267).

1. Bölgesel Teşvik Uygulaması

Bölgeler arası iktisadi kalkınma farkları her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de iktisadi açıdan temel sorun alanlarından birini teşkil etmektedir. Bu yüzden bu sorunun giderilmesine ilişkin 50 yılı aşkın bir süredir uygulanan politikalar tüm kalkınma planlarında önemle üzerinde durulmuş ve bu politikalarla bölgesel dengesizliklere çözüm getirilmeye çalışılmıştır. Bugün geldiğimiz noktada ise bölgesel gelişmişlik dengesizlikleri, Türkiye’de hala hali hazırda baş gösteren bir sorun olarak varlığını sürdürmektedir. Bölgesel kalkınmayı hızlandırmak ve bölgeler arasındaki gelişmişlik dengesizliklerini ortadan kaldırmak için çeşitli araçlar kullanılmış olsa da bu politika araçlarından en mühimi yatırım teşvikleridir. 2009/15199 sayılı Karar’da da önemle üzerinde durulan bölgesel teşvikler, teşvik sisteminin etkinliği ve başarısını da gözler önüne seren mühim bir unsurdur. Zira yatırım teşviklerinin gelişmiş bölgelerden az gelişmiş bölgelere kayması ve az gelişmiş bölgelerin toplam yatırım teşvikleri içerisindeki payının artması sonucunda teşvik tedbirlerinde varılmak istenen başarının etkinliğide anlaşılabacaktır (Sungur, 2019: 26).

Mezkûr Kararda, bölgesel bazda desteklenecek yatırım konuları, 28.08.2002 tarihli ve 2002/4720 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı’nda yer alan İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflandırması- Düzey II bölgeleri esas alınarak oluşturulmuştur. Bölgesel teşviklerin Düzey II bölgeleri bazında uygulanmasının esas sebebi ise AB bölgesel devlet yardımları kuralları dâhilinde bir uyum sürecinin varlığından kaynaklanmaktadır. Zira AB üye ülkelerdeki bölgesel yardım programları da Düzey II bölgeleri bazında denetlenmektedir. Söz konusu Karar’da, bölgesel teşvik uygulamasında Düzey II seviyesindeki 26 bölge, SEGE-2009 dikkate alınarak sıralanmıştır. Bu sıralamada da Düzey II bölgeleri dört gruba ayrılmıştır (Eser, 2011: 136-137). Bölgesel teşvik uygulamalarında temel amaç, bölgeler arasındaki iktisadi kalkınma farklarını azaltmak olsa da, bölgelerin coğrafi özelliklerinin birbirinden farklı olması ve bu özelliklere göre iktisadi faaliyetlerin şekillenmesi, teşvik tedbirlerinin etkinliğini sınırlayan bir faktördür. Örneğin, bir bölgenin niteliksel yapısı tarım veya sanayi sektörüne daha uygun ise, o bölgede Ar-Ge altyapısı ve kültürünü geliştirmeye yönelik destekler yerine, ucuz işgücü ve ulaşım kolaylığı gibi maliyet avantajları sağlayan

2. Büyük Proje Yatırımlarının Teşvik Uygulaması

Türkiye'nin üretim teknolojisi ve Ar-Ge kapasitesini geliştirmek, uluslararası alanda kendisine bu konularda bir yer edinmek ve rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla, belirli sektörler ve büyük projeler için ayrı bir teşvik programının uygulanması öngörülmüştür. Buna göre, 2009/15199 sayılı Karar'ın 3. maddesi gereğince, büyük ölçekli yatırım konularına verilmiş teşvik tedbirleri aşağıda gösterilmektedir:

- Gümrük vergisi muafiyeti
- KDV istisnası
- Vergi indirimi
- Sigorta primi işveren hissesi desteği
- Yatırım yeri tahsis

3. Diğer Teşvik Unsurları

2009/15199 sayılı Karar'da, bölgesel ve büyük proje yatırım konularına yönelik teşvik tedbirleri ile birlikte tamamlayıcı mahiyette bazı ilave teşvik uygulamaları da bulunmaktadır. Buna göre, bölgesel ve büyük proje yatırım teşviklerinin dışında kalan ve belirlenen asgari sabit yatırım tutarının üzerindeki yatırım konuları, bölgesel ayırım gözetilmeksizin gümrük vergisi muafiyeti ve KDV istisnası ile desteklenmiştir. Bu teşvik uygulamaları ile de bölgesel ve ölçeksel bazda değerlendirme dışında kalan yatırım konuları da teşvik tedbirleri kapsamına alınmıştır.

2.10.2.2. 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı

2012/3305 sayılı Karar ile yürürlüğe giren yatırım teşvik sisteminde, teşvik destek unsurlarının amaç ve araç sayısı genişletilmiş ve çeşitlendirilmiştir. Bu kararın yürürlüğe girmesiyle birlikte, 2009/15199 sayılı Karar uygulamadan kaldırılmıştır. 2012 yılından itibaren, 30 Mayıs 2025 tarihine kadar uygulanan yatırım teşvik sistemi, temel olarak tasarrufların katma değeri yüksek, stratejik ve teknolojik dönüşümü sağlayabilecek yatırım

kararlarının, ülkenin diğer bölgelerine kıyasla daha az gelişmiş bölgelerine yönlendirilmesini teşvik etmeyi amaçlamıştır. Bu bağlamda, girişimcilerin gerekli itici güç unsurlarından yararlanması hedeflenmiştir. Söz konusu teşvik sistemi; genel teşvik uygulamaları, bölgesel teşvik uygulamaları, büyük ölçekli yatırımların teşviki ve stratejik yatırımların teşviki şeklinde dört ana bileşenden oluşmaktaydı. Turizm sektörü ise bu bileşenlerden özellikle bölgesel yatırım teşviklerinden yararlanmaktaydı.

1. Genel Teşvik Uygulamaları

Bölgesel, büyük ölçekli ya da stratejik yatırım teşvik uygulamalarından herhangi birinin kapsamı dâhiline girmeyen yatırımların ve öngörülen sabit yatırım tutarını sağlamak şartıyla bölge ayrımı yapılmadan verilen teşvikler, genel teşvik uygulamaları kapsamında bulunmaktadır. 2012/3305 sayılı Karar'ın 4. maddesi gereğince genel teşvik uygulamaları içerisinde yer alan yatırımların aşağıdaki şartları taşıması gerekmektedir. Buna göre:

i. Asgari yatırım tutarının I. ve II. bölgeler için 1 milyon TL ve diğer bölgeler için ise 500 bin TL olması

ii. Yatırım konusunun teşvik edilmeyecek yatırımlar içerisinde yer almaması

Yukarıda sayılan şartlara sahip olunması ile birlikte genel teşvik uygulamaları kapsamında desteklenen yatırımlar için aşağıdaki teşvik unsurları sağlanmaktaydı. Buna göre:

- Gümrük vergisi muafiyeti
- KDV istisnası
- Gelir vergisi stopaj desteği (6'ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için)
- Sigorta primi işveren hissesi desteği (tersanelerin gemi inşa yatırımları için)

2. Bölgesel Teşvik Uygulamaları

Bölgeler arasında iktisadi kalkınma bakımından gerçekleşen performansların birbirlerinden farklı olmasının altında bölgelerin kendine münhasır özellikleri yatmaktadır. Bu özellikler arasında coğrafi, fiziki ve beşeri sermaye, doğal kaynaklara yakınlık, altyapı

ve üretim verimliliği gibi pek çok unsur bulunmaktadır. Türkiye’de batıdan doğuya gidildikçe arazi yapısının yükselmesi ve sert iklim koşullarının etkili olması bölgeler arasında kalkınma farklarını oluşturan en önemli etkenler arasında yer almaktadır. Diğer taraftan Türkiye ekonomisinin gelişmekte olan ülkeler arasında yer alması, beşeri sermayenin bölgeler arasında eşit olmayan bir şekilde dağılması ve doğudan batıya doğru bir iç göç yaşanması gibi faktörler de ülkenin bölgeleri arasındaki kalkınma farklarının artmasına yol açmaktadır (Akyol, 2016: 51).

Türkiye’deki bölgeler arasında yaşanan kalkınma farklarının artış göstermesi kaynak dağılımında etkinliğin sağlanamamasına ve en nihayetinde ülke ekonomisindeki tahribata neden olmaktadır. Bu tahribatın etkisini minimize etmek amacıyla az gelişmiş bölgelerdeki yatırım kararlarını artırmak ve istihdamın artışını sağlamak için bu bölgelerin ekonomisinde kısa ve uzun vadede geri bildirimi olabilecek teşvik unsurlarının harekete geçirilmesi elzemdir. Bu amaçla, 2012/3305 sayılı Karar’da iller, SEGE-2011’e göre altı yatırım teşvik bölgesine ayrılmıştır. Bu ayırımın yapılmasında illerin ülke ekonomisi içerisindeki ağırlığı, sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi, ortalama bireysel refah düzeyi ve il ölçeğinde ekonomik ve sosyal gelişmişlik ile bireysel refah düzeyi arasındaki kümülatif denge etkili olmuştur (Akdeve ve Karagöl, 2013: 344-345).

Bölgeler, iktisadi kalkınma seviyelerine göre, en gelişmiş illerden en az gelişmiş illere doğru, yani birinci bölgeden altıncı bölgeye doğru sıralanmıştır. Bu gruplandırmaya göre, bölgelerdeki teşvik unsurlarının yoğunluğu ve çeşitliliği de farklılık göstermekteydi. Özellikle birinci bölgeden altıncı bölgeye gidildikçe, teşviklerin hem yoğunluğu hem de kapsamı artmaktaydı. Bu nedenle, altıncı bölgede yer alan iller, bölgesel teşvik uygulamaları açısından yatırımcılar için en avantajlı konumdaydı. Her il, kendi bölgesinde sunulan teşviklerden faydalanmaktaydı. Bununla birlikte, yatırımlar kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde yapılması durumunda, beşinci bölgenin teşvik haklarından yararlanabilmekteydi. Diğer bir deyişle, beşinci bölgeden daha gelişmiş olan birinci ve dördüncü bölgelerde yapılan yatırımlar, bu tür özel bölgelerde yer alırsa daha geniş kapsamlı teşvik unsurlarına sahipti. Yatırım teşvikleri, önem sırasına göre kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri, turizm merkezleri ve Bakanlık tarafından belirlenen diğer öncelikli bölgeler olarak uygulanmaktaydı (Mutlu ve Başer, 2020: 266).

Turizm girişimcilerinin, sektörün nevi şahsına münhasır yapısından dolayı, diğer yatırımcılara kıyasla farklı özellikler ve stratejik planlama unsurları sergileyebildiği görülmektedir. Kâr maksimizasyonu hedefleyen diğer yatırımcılara göre, turizm yatırımcıları için bölgesel yatırım teşvik tedbirleri önemli olmakla birlikte, sektördeki hizmet odaklı yapıları nedeniyle yatırım kararlarını etkileyen farklı faktörler de bulunmaktadır. Bu faktörler arasında, üretim kaynaklarına yakınlık, yatırımın gerçekleşeceği bölgedeki kaynakların turistik mekânlara dönüştürülebilme yetisi, faaliyet gösterilecek turizm türüne uygun bölgesel özellikler, ulaşım maliyetleri, tüketicilerin değişen talepleri ve bölgede yer alan turistik ürün ve hizmetlerin çeşitliliği yer almaktadır. Bu unsurların kombinasyonu, turizm girişimcilerinin yatırım kararlarını belirleyen önemli etkenlerden biridir (Mesci ve Karagöz, 2020: 207-208).

2012/3305 sayılı Karar'ın 4. maddesi gereğince, yatırımcının bölgesel yatırım teşviklerinden yararlanabilmesi için asgari yatırım tutarı şartını sağlaması ve yatırımların bölgesel teşvikler ile desteklenecek sektörler arasında yer alması gerekmektedir. Aynı maddede, bölgesel teşvik uygulamalarından yararlanabilecek teşvik unsurları aşağıda sayılmıştır:

- Gümrük vergisi muafiyeti
- KDV istisnası
- Vergi indirimi
- Sigorta primi işveren hissesi desteği
- Yatırım yeri tahsisi
- Faiz desteği (3'üncü, 4'üncü, 5'inci ve 6'ncı bölgedeki yatırımlar için)
- Gelir vergisi stopaj desteği (6'ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için)
- Sigorta primi desteği (6'ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için)

3. Büyük Ölçekli Yatırımların Teşvik Uygulaması

Büyük ölçekli yatırımların teşvik edilmesinin temel amacı, teknoloji ve Ar-Ge içeriği yüksek projelere öncelik tanımaktır. Zira bu teşvik kapsamına giren yatırım konuları ve sektörler dikkate alındığında hem girişimciler hem de ülke ekonomisi açısından operasyonel kapasite ve etki alanı bakımından yüksek maliyetler ortaya çıkabilmektedir. Ayrıca, küreselleşmeyle birlikte tüm sektörler ve ekonomiler üzerinde etkili olan teknolojik ağların inovatif yapılar içerisinde faaliyetlerini geliştirebilmeleri için devletin teşvik tedbirleriyle destek sağlaması, günümüz koşullarında önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir (Eser, 2011: 140-141). 2012/3305 sayılı Karar'da belirlenen büyük proje yatırımları olarak belirlenen sektörler aşağıda gösterilmektedir:

- Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı
- Rafine edilmiş petrol ürünleri imalatı
- Transit boru hattıyla taşımacılık hizmetleri
- Motorlu kara taşıtları imalatı
- Demiryolu ve tramvay lokomotifleri ve / veya vagon imalatı
- Liman ve liman hizmetleri
- Elektronik sanayi imalatı
- Makine imalatı
- Tıbbi aletler, hassas ve optik aletler imalatı
- İlaç imalatı
- Hava ve uzay taşıtları imalatı
- Madencilik yatırımları

Yukarıdaki tablodaki sektörlerde gerçekleşecek yatırımların 2012/3305 sayılı Karar'ın 4. maddesi gereğince uygulanacak büyük ölçekli yatırım teşvik tedbirleri aşağıda sıralanmıştır:

- Gümrük vergisi muafiyeti
- KDV istisnası
- Vergi indirimi
- Sigorta primi işveren hissesi desteği
- Yatırım yeri tahsis
- Gelir vergisi stopaj desteği (6'ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için)
- Sigorta primi desteği (6'ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için)

4. Stratejik Yatırımların Teşvik Uygulaması

Stratejik yatırımların teşviki, Türkiye'de üretim yapısının sürdürülebilir bir dönüşüm sürecine girmesi amacıyla, özellikle yurt içi üretim kapasitesinin ithalatın gerisinde olduğu ara mal ve nihai ürünlerin üretimini desteklemeyi hedeflemektedir. Yerli sanayi ve iç pazarın gelişimine katkı sağlayacak katma değeri yüksek ürünlerin yurtiçi üretimindeki artış, ödemeler dengesi üzerinde de olumlu etkiler yaratacaktır. Bununla birlikte, stratejik yatırımlar turizm sektörü açısından da büyük önem taşımaktadır. Hizmet sektörü olan turizmde, turistler tek bir mal değil bir mal sepeti tüketmektedir. Konaklama işletmeleri bünyesinde yiyecek-içecek hizmetleri de bulunduğundan, iç pazardaki üretim yapısının desteklenmesi, sektörler arasındaki bağlantılar nedeniyle stratejik yatırımların ilgili işletmelerin maliyetlerine de olumlu yansımalarını sağlamaktadır (Akdeniz İhracatçı Birlikleri, 2015: 10; Altay ve Karabulut, 2017: 198).

Stratejik yatırım teşvik uygulamalarında, teşvik tedbirlerinden yararlanmak için bölgesel olarak bir şart veya belirli bir konu aranmamaktadır. Bu açıdan bakıldığında, bu teşviklerin bölgesel ve büyük ölçekli yatırım teşviklerine göre daha avantajlı bir uygulamaya hizmet ettiği görülmektedir. 2012/3305 sayılı Karar'ın 8. maddesi gereğince bir yatırımın

stratejik yatırımların teşvik uygulamasından yararlanabilmesi için aşağıda belirtilen koşulların tamamını karşılaması gerekmektedir. Buna göre:

i. Sabit yatırım tutarının en az 50 milyon tutarında TL olması

ii. Yatırım konusu üretimle ilgili yurt içi üretim kapasitesinin aynı ürünün ithalatından az olması

iii. Belge konusu yatırımla sağlanacak katma değer in asgari yüzde kırk olması

iv. Yatırım konusu ürünle ilgili olarak son bir yıl içerisinde gerçekleşen toplam ithalat tutarının elli milyon ABD dolarının üzerinde olması

Türkiye’de turizm sektörüne uygulanan yeni yatırım teşvik sistemi, 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı olsa da sektöre sağlanan ve günümüzde hala geçerliliğini koruyan yatırım teşviklerine dair pek çok yasal ve idari düzenlemeler yer almaktadır. Bu duruma etken olan sebeplerden birisi, turizmin ulaştırma, konaklama, yiyecek-içecek, eğlence, rekreasyon, sağlık ve spor, seyahat, yat, marina, turistik deniz araçları ve işletmeleri ve kongre ve sergi merkezleri gibi birçok alt işletmelerden oluşan geniş bir perspektife sahip bir sektör olmasıdır.

Tablo 0.1. Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Hukuki Düzenlemelerinin Tarihi Gelişimi

Teşvik Yılı	Kanun/Diğer Hukuki Düzenlemeler	Sağladığı Avantajlar
1950	5647 sayılı Turizm Müesseseleri Kanunu	Turizmin geliştirilmesi amacıyla çıkarılan ilk yasal düzenlemedir. Türkiye Emlak Kredi Bankası nezdinde turizm işleri için 1.000.000 TL’lik kredi fonu oluşturulmuştur.
1953	6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu	Turizm işletmesi belgesi alanların bu amaçla kuracakları tesislere, taksitle ödenmek üzere ve azami %5 faizle kredi verilmiştir. Turizm yatırımlarına 10 yıl süreyle vergi muafiyeti sağlanmıştır.
1980	8/1133 sayılı Turizm Teşvik Çerçeve Kararı	Sektöre yönelik yatırımların yapılacağı alanların belirlenmesi ve planlanması, yeni finansman kaynaklarının ve yöntemlerinin oluşturulması, yabancı sermayenin bu alana özendirilmesi, genel olarak turizm yatırımlarının teşviki ile ilgili esasların düzenlenmesi ve sonuçlandırılması konularında “Turizm Koordinasyon Kurulu” görevlendirilmiştir
1982	2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu	Günümüzdeki turizm sektörünün ortaya çıkmasında belirleyici rol oynamıştır. Kanunla yatırımcılara kamu arazileri tahsis edilmiş, hibe türü teşvikler ile düşük faizli krediler verilmiş, vergi, resim ve harç kolaylıkları sağlanmıştır.

Tablo 0.2. Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Hukuki Düzenlemelerinin Tarihi Gelişimi (devamı)

1983	Kamu Arazilerinin Turizm Yatırımlarına Tahsisi Yönetmeliği	Turizm potansiyeli, alt yapı kolaylığı, mahalli özellik gibi nedenlerle öncelikle turizm amaçlı değerlendirilmesinde fayda görülen alanlar bu yönetmelik çerçevesinde Bakanlık tarafından yatırımcılara tahsis edilmiştir. Yönetmelik çerçevesinde başlatılan uygulama sonucunda 20 milyon metrekairelik kamu arazisinin turizm yatırımlarına tahsisi sağlanmıştır.
1985-1992	97/9688 sayılı Kalkınmada Özel Önem Taşıyan Sektörler Kararı ve Diğer Yasal Düzenlemeler	Dönemin en cazip teşvik aracı Kaynak Kullanım Destekleme Fonudur. KKDF, oranı bölgeye ve yatırımın konusuna göre %10 ila %60 arasında belirlenen ve geri ödemesi olmayan hibe şeklindeki teşviktir.
2012-30 Mayıs 2025	2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kanun	Gümrük vergisi muafiyeti, KDV istisnası, Vergi indirimi, Sigorta primi işveren hissesi desteği, yatırım yeri tahsisi, Faiz desteği (3’üncü, 4’üncü, 5’inci ve 6’ncı bölgedeki yatırımlar için), Gelir vergisi stopaj desteği (6’ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için), Sigorta primi işçi hissesi desteği (6’ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için)
25 Ocak 2018-30 Mayıs 2025	2018/11201 sayılı Cazibe Merkezleri Programı	Program, belirli sabit yatırım tutarı ve asgari kapasite şartı altında imalat sanayi yatırımları, veri merkezi ve çağrı merkezi yatırımlarından oluşmaktadır.
Günümüzde Halen Devam Eden	2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu	Turizm kredileri -Orman fonuna katkının taksitlendirilmesi - Elektrik, havagazı ve su ücretleri -Haberleşme kolaylıkları - Yabancı uzman personel ve Sanatkar Çalıştırılması- Kamu taşınmazlarının tahsisi
Günümüzde Halen Devam Eden	6401 sayılı İhracata Yönelik Devlet Yardımlarına İlişkin Karar ile 13812 sayılı İhracat, İhracat Sayılan Satış ve Teslimler İle Döviz Kazandırıcı Hizmet ve Faaliyetlerde Vergi, Resim ve Harç İstisnası Hakkında Karar	Ar-Ge yardımı -İstihdam yardımı -Pazar araştırması ve pazara giriş desteği -Çevre maliyetlerinin desteklenmesi -Türk ürünlerinin yurtdışında markalaşması, -Türk malı imajının yerleştirilmesi ve TURQUALITY desteklenmesi - Uluslararası nitelikteki yurt içi ihtisas fuarlarının desteklenmesi -Yurt dışında gerçekleştirilen fuar katılımlarının desteklenmesi -Vergi, resim ve harç istisnası - İhracatta KDV istisnası
Günümüzde Halen Devam Eden	4706 sayılı Hazineye Ait Taşınmaz Malların Değerlendirilmesi ve Katma Değer Vergisi Kanununda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun	Takdir edilecek rayiç değerinin turizm yatırımları için iki katından az olmamak kaydıyla Hazineye, özel bütçeli idarelere, il özel idarelerine veya belediyelere ait arazi veya arsaların üzerinde kırk dokuz yıl süreli bağımsız ve sürekli nitelikli irtifak hakkı tesisi
Günümüzde Halen Devam Eden	5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu	100 TL Sigorta primi işveren payı indirimi
Günümüzde Halen Devam Eden	1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu	5 yıl süre ile geçici muafiyet
Günümüzde Halen Devam Eden	2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı	Gümrük vergisi muafiyeti, KDV istisnası, Vergi indirimi, Sigorta primi işveren hissesi desteği, Sigorta primi işçi hissesi desteği (6’ncı bölgede gerçekleştirilecek yatırımlar için) Yatırım yeri tahsisi, Faiz veya kâr desteği, Makine desteği.
Günümüzde Halen Devam Eden	2010/9 sayılı Tebliğ	Yurtdışı turizm fuarlarına katılım desteği
Günümüzde Halen Devam Eden	1618 sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu	Telekomünikasyonla ilgili kolaylıklar -Reklam masraflarına katkı sağlanması -Prim ödemesine esas teşkil edecek miktarın kademesinin belirlenip kaynak sağlanması -Uçak yakıt desteği

Kaynak: Tablo, Karataş ve Tetik, 2018: 160-161’den yararlanarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Türkiye’de turizmin konaklama, yiyecek–içecek ve seyahat hizmetleri gibi çok yönlü yapısı, yatırım teşvikleri için tek bir hukuki düzenlemenin yeterli olmamasına yol açmaktadır. Günümüzde 2634 sayılı Kanun ile 2025/9903 sayılı Karar, turizm yatırım teşviklerinin ana çerçevesini oluşturmakla birlikte, turizm yatırımlarını etkileyen teşvikler; vergi mevzuatından finansman düzenlemelerine, idari yönetmeliklerden diğer ilgili düzenlemelere kadar geniş bir yelpazeye yayılmış durumdadır.

2.9.3. Cazibe Merkezleri Programı

Bir ülkede bölgeler arasındaki iktisadi kalkınma farklarının yüksek olması ulusal bütünlüğü zorlayabilir ve sosyal çatışmalara yol açabilir. Bu noktada devlet, ülkedeki adaleti, bölgesel dengeyi ve ekonomik istikrarı sağlamak için bölgesel teşvik politikalarını uygulamaktadır. Bölgesel teşvikler; sektör, iktisadi faaliyet, yatırımın büyüklüğü, proje türü ve bölgenin konumuna göre seçici olma eğilimindedirler. En avantajlı yatırım teşvikleri, çoğu ülkede, özel sektörün zayıf olduğu yoksul bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Ülke geneli ile tüm bölgeler arasında ekonomik entegrasyonun kurulmasını amaçlayan bölgesel teşvikler, yatırımcıları normal şartlar altında yatırım yapmayacakları bölgelere yerleşmeye teşvik ettikleri için ekonomik olarak verimsizliğe sebep olabilmektedir. Bölgesel teşviklere yönelik bu şekilde eleştiri getirilse de bu teşvikler, genellikle yatırım teşviklerinin merkezi amacını oluşturmakta ve otomatik ya da takdire bağlı programlarla proje bazında da uygulanmaktadır (Cohen ve LeGoff, 1987: 151).

Türkiye’de bölgeler arasındaki iktisadi kalkınma farklarını azaltmak amacıyla, Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri’nde yer alan ve diğer bölgelere nazaran az gelişmiş 23 ilde¹⁴ yapılacak yatırımların devlet tarafından desteklenmesine ilişkin 25 Ocak 2018 tarihli ve 30312 sayılı Resmi Gazete ‘de yayımlanarak yürürlüğe giren 2018/11201 sayılı Cazibe Merkezleri Programı Kapsamında Yatırımların Desteklenmesi Hakkında Karar ile yatırım teşvik sistemine yeni bir program dâhil edilmiştir (Takım ve Ersungur, 2018: 733). Esasen temelleri 2008 yılında Diyarbakır’da başlatılan pilot uygulama ile atılan bu program kapsamında, bölgesel büyüme odakları olarak tanımlanan Cazibe Merkezleri Programı aracılığıyla, Türkiye’nin Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri’ndeki belirli kent

¹⁴ 2018/11201 sayılı Karar’a göre, Cazibe Merkezleri Programı kapsamındaki 23 İl şunlardır: Adıyaman, Ağrı, Ardahan, Batman, Bayburt, Bingöl, Bitlis, Diyarbakır, Elazığ, Erzincan, Erzurum, Gümüşhane, Hakkari, Iğdır, Kars, Malatya, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Şırnak, Tunceli ve Van.

merkezlerinin çekim merkezlerine dönüştürülmesi hedeflenmiştir. Kısa vadede, bu merkezlerin bulunduğu bölgelerde iktisadi gelişmenin ivme kazanması öngörülmüşken; uzun vadede ise söz konusu kent merkezlerinde sağlanan sosyo-ekonomik kalkınmanın çekirdekten çevreye doğru yayılmasıyla, yalnızca bölgesel değil ulusal ölçekte de kalkınma farklarının azaltılması amaçlanmıştır (Toy ve Gündüz, 2016: 125-126).

2018/11201 sayılı Karar'a göre, program kapsamında desteklenen yatırımlar enerji desteğinden ve 2012/3305 sayılı Karar'da belirtilen altıncı bölge yatırım teşvik unsurlarından yararlanmıştır. Buna göre, daha önce de belirtildiği üzere, 2012/3305 sayılı Karar ile SEGE-2011 dikkate alınarak altı yatırım teşvik bölgesine ayrılan illerden Elazığ, Erzincan ve Malatya dördüncü bölgede; Bayburt, Erzurum ve Tunceli ise beşinci bölgede yer almakta olmasına rağmen, altıncı bölgenin teşvik avantajlarından faydalanmaktadır. Cazibe Merkezleri Programı kapsamında sağlanan yatırım teşvik unsurlarından yararlanabilmek için gerekli belgelerle birlikte Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na başvuruda bulunulması gerekmektedir. Cazibe Merkezleri Programı Değerlendirme Komitesi tarafından yapılan başvuruların incelenmesi sonucunda uygun bulunan projeler için yatırım teşvik belgesi düzenlenmiştir. Söz konusu Komite, Sanayi ve Teknoloji Bakanı'nın başkanlığında; Hazine ve Maliye Bakanı ile Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı'ndan oluşmaktaydı (Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü, 2022: 6). Düzenlenen yatırım teşvik belgesi, yatırım projesine ilişkin nitelikleri, koşulları, süreleri ve öngörülen teşvik unsurlarını içeren resmi belgeyi ifade etmektedir. Bu bağlamda, program kapsamındaki teşvik unsurlarından yararlanabilmenin ön koşulu, tıpkı 2634 sayılı Kanun'da olduğu gibi, yatırım teşvik belgesinin alınması yani belgelendirme mekanizmasına tabi olunmasıdır. Program; belirli bir sabit yatırım tutarı ve asgari kapasite şartını sağlayan imalat sanayi yatırımları ile veri merkezi ve çağrı merkezi yatırımlarını kapsamıştır. Türkiye'de büyüme kutupları teorisinin¹⁵ (Toy ve Gündüz, 2016: 124) bir örneği niteliğine haiz olan program, özel bir düzenleme özelliğine sahiptir. Ülke geneli yerine belirli bir bölgeye odaklanarak dar

¹⁵ Büyüme Kutupları (Growth Poles Theory), iktisadi kalkınmanın her bölgenin kendisine has özelliklerinden dolayı ülkenin bütününde aynı şekilde gerçekleşmediği, bunun yerine belirli bir kutup etrafında gerçekleştiğini savunan bir teodir. Bu kutup, gelişme merkezlerinin oluşturulması hedefiyle yoğunlukla doğrudan ya da dolaylı etkiler yoluyla bağlantılı sektörlerin etrafında gelişmekte ve bir kilit sektör ile karakterize edilmektedir. Bu kilit sektörün ise büyümesi ve gelişmesi; çıktı, istihdam ve ilgili yatırımların yanı sıra yeni teknolojiler ve yeni sanayi sektörlerinin de ortaya çıkmasına kaynaklık etmektedir. Büyüme kutbuna yakın ölçek ve yığılma ekonomileri nedeniyle bölgesel dengesizlikleri ortadan kaldırmak için ulaşım, özellikle de ulaşım terminalleri önemli bir rol oynamaktadır (Gavrila -Paven ve Bele, 2014: 210).

bir kapsama sahip olan program hem bölgesel hem de sektörel sınırlamalar getirmesi nedeniyle birçok yatırım türünü ve yatırım teşvik unsurunu kapsam dışında bırakmıştır. Bu durum aslında, bölgesel teşvik politikalarının doğal bir sonucudur. Zira bölge bazında uygulanacak teşvikler, bölgelerin coğrafi konumu, iklim koşulları ve temel geçim kaynaklarına bağlı olarak farklılık göstermektedir. Öte yandan, 2018/11201 sayılı Karar'ın 9. maddesi uyarınca, yatırımcılara verilen yükümlülüklerin zamanında yerine getirilmemesi durumunda sağlanan teşvik unsurları, 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine göre geri alınmaktadır. Buna göre, *“Vergi indirimi ile gelir vergisi stopajı desteği nedeniyle zamanında tahakkuk ettirilmemiş vergiler, vergi ziyai cezası uygulanmaksızın gecikme faiziyle birlikte tahsil edilir”* şeklinde hükmedilmiştir. Cazibe Merkezleri Programı, geçici nitelikte bir yatırım teşvik düzenlemesidir. Buna göre, 2018/11201 sayılı Karar'ın ilk uygulamasında, yatırım teşvik belgesi başvuruları 31/12/2020 tarihine kadar yapılacak müracaatlarla sınırlandırılmıştır. Ancak bu süre, daha sonra 9501 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile 31/12/2025 tarihine kadar uzatılmıştır. Son olarak, söz konusu program 2025/9903 sayılı Karar ile yürürlükten kaldırılmıştır.

Cazibe Merkezleri Programı turizm sektörü özelinde değerlendirildiğinde, sektöre yapılacak yatırımların bölgesel yatırım teşviklerinden yararlanması nedeniyle, programa dâhil edilen illerde gerçekleştirilen turizm yatırımları altıncı bölgeye sağlanan teşvik unsurlarıyla desteklenmiştir. Tek bir bölgenin mekânsal özellikleri esas alınarak uygulanan Cazibe Merkezleri Programı'nda, turizm sektörü kapsamında özellikle kongre ve kış turizmi türlerinin potansiyellerini ön plana çıkaracak fiziki altyapı çalışmalarının programın odak noktalarından birini oluşturduğu görülmektedir. Nitekim Erzurum'da program kapsamında; Erzurum Büyükşehir Belediyesi tarafından yürütülen *Kültür Yolu Projesi*, Yakutiye Belediyesi tarafından gerçekleştirilen *Üç Kümbetler'in rehabilitasyonu ve yenilenmesi çalışmaları* ile KOSGEB tarafından turizm sektörüne yönelik olarak sunulan *Kredi Destek Programı*, sektörel gelişimi artırmayı amaçlayan örnek projeler arasında yer almaktadır (Toy vd., 2016: 46).

2.9.4. 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı: Yeni Yatırım Teşvik Sistemi

30 Mayıs 2025 tarihli ve 32915 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanan 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı, Türkiye'de yatırım teşvik sisteminde köklü değişiklikler öngörmektedir. Söz konusu Karar ile, 2012 yılından itibaren yürürlükte olan 2012/3305

sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı ile 2018/11201 sayılı Cazibe Merkezleri Programı Kararı yürürlükten kaldırılmıştır. 2025/9903 sayılı Karar'ın amacı; kalkınma planları doğrultusunda üretim ve istihdamı artırmak, stratejik ve kritik ihtiyaçlara yönelik yatırımları özendirmek, dışa bağımlılığı azaltmak, yeşil ve dijital dönüşüm süreçlerini desteklemek, uluslararası doğrudan yatırımları teşvik etmek ve bölgesel gelişmişlik farklarını azaltmak olarak belirlenmiştir. Mezkûr Karar, özellikle yüksek katma değerli, teknoloji yoğun, dijital ve yeşil dönüşüme odaklanan yatırımları destekleyecek şekilde yapılandırılmıştır. Proje bazlı yatırımlara hukuki güvence sağlayan yeni yatırım teşvik sistemi, vergi harcamaları yoluyla orta ve uzun vadede yapısal dönüşümün ve ekonomik sürdürülebilirliğin güçlendirilmesine katkı sunmaktadır (Kaya ve Bay, 2025: 77).

2025/9903 sayılı Karar ile yatırım teşvik sistemi yeniden yapılandırılmıştır. Yeni sistem; Türkiye yüzyılı kalkınma hamlesi, sektörel teşvik sistemi ve bölgesel teşvikler olmak üzere üç temel bileşenden oluşmaktadır. Mezkûr Kararın en önemli bileşeni olan Türkiye yüzyılı kalkınma hamlesi, ülkenin uzun vadeli kalkınma hedefleri doğrultusunda stratejik, yüksek katma değerli ve geleceğe yönelik yatırımları desteklemek amacıyla tasarlanmıştır. Bu hamle; teknoloji, yerel kalkınma ve stratejik hamle olmak üzere üç alt başlıktan meydana gelmektedir. Bunun yanı sıra, stratejik sektörler ile öncelikli ilan edilen bölgelere ayrıcalıklı teşvikler sağlayan sektörel teşvik sistemi, öncelikli yatırımlar ve hedef yatırımlar teşvik mekanizmalarını kapsamaktadır. Turizm sektörü ise, 2025/9903 sayılı Karar kapsamında sektörel teşvik sistemi uygulamaları bileşeni içerisinde değerlendirilen yatırım alanlarından biri olarak yer almaktadır.¹⁶ Bölgesel teşvikler, tıpkı 2012/3305 sayılı Karar'da olduğu gibi, Türkiye illerini altı bölgeye ayırmaktadır. Bu teşvikler, yatırımların daha az gelişmiş bölgelere yönlendirilmesini amaçlamaktadır. Her bölge için asgari yatırım tutarı, teşvik oranı ve destek süresi birbirinden farklılık göstermektedir. Ayrıca, her yatırım konusu bölgesel teşviklerden yararlanamamaktadır. Yeni yatırım teşvik sisteminde, desteklenmeyen yatırım konuları ile desteklenecek sektör ve ürünler daha net bir şekilde belirlenmiştir. Bu sistemle birlikte destek kapsamı hem genişletilmiş hem de çeşitlendirilmiştir. Önceki yatırım

¹⁶ 2025/9903 sayılı Karar'ın 9/1-s bendine göre, “*Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde, turizm merkezlerinde, Kültür ve Turizm Bakanlığının bağlı/ilgili alan başkanlıkları sınırları içerisinde veya termal turizm konusundaki turizm konaklama yatırımlarının*” öncelikli yatırımlar teşvik sisteminin içerisinde değerlendirileceği hükmedilmiştir. Ayrıca bu kararın Ek-3'te belirtilen NACE 55.1 koduna göre, 50 oda ve üzeri (Otel, Tatil Köyü, Butik Otel ve Özel Konaklama tesisi) konaklama ve yiyecek-içecek faaliyetlerini yürüten tesislerin teşvik unsurlarından yararlanacağı açıklanmıştır.

teşvik sistemine ek olarak, nakdi destek şeklinde sağlanan makine destek unsuru gibi yeni destekler de sisteme dâhil edilmiştir.

2.10. Turizm Yatırım Teşvik Unsurları

Yatırım teşvik unsurlarını içeren tedbirlerden ilki, bir ülkenin maliye politikasının temel bileşenlerinden biri olan vergisel teşviklerdir. Bu teşvikler, esas olarak vergi mükelleflerinin üzerindeki vergi yükünün çeşitli şekillerde azaltılmasını amaçlamaktadır. Vergisel teşvikler genellikle vergi indirimleri şeklinde sunulmakla birlikte, vergi tatili, hızlandırılmış amortisman, gümrük vergisi muafiyetleri ve KDV teşvikleri gibi farklı türleri de kapsamaktadır. Tedbirlerden ikincisi ise, devlet tarafından fon veya sermaye kaynakları aracılığıyla yatırımcıların doğrudan desteklenmesini sağlayan finansal teşviklerdir. Bu teşvikler, genellikle hibe veya sübvansé edilmiş krediler biçiminde sunulmaktadır (Matziouni, 2020:10-11). Tedbirlerden üçüncüsü ise teknik eğitim, işgücü eğitimi, altyapı, yeni otoyol erişimi, havalimanı kapasite genişletmeleri ve diğer tesisler dâhil olmak üzere iş dünyasının genel ihtiyaçlarını karşılamayı amaçlayan mali olmayan teşviklerdir (Poole et al., 1999: 12).

2.10.1. 2012/3305 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Sağlanan Teşvik Unsurları

2012/3305 sayılı Karar, 2012 yılından itibaren pek çok kez revize edilerek 30 Mayıs 2025 tarihine kadar uygulanmış ve turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik sisteminin temel hukuki düzenlemelerinden biri olmuştur. Söz konusu Karar, yatırım teşviklerini bölgesel gelişmişlik farklarını azaltacak şekilde yönlendirmek, istihdamı artırmak, ithalata bağımlılığı yüksek ürünlerin yerli üretimini desteklemek ve Ar-Ge, çevre, teknoloji ile verimlilik odaklı yatırımları özendirmek amacıyla aşağıdaki teşvik tedbirlerini uygulamıştır. Buna göre:

- Yatırım yeri tahsisi
- KDV istisnası ve iadesi
- Gümrük vergisi muafiyeti
- Vergi indirimi

- Sigorta primi işveren hissesi ve işçi hissesi desteği
- Gelir vergisi stopajı desteği
- Faiz desteği

2.10.1.1. Yatırım yeri tahsisi

Tahsis, Hazinesin özel mülkiyetindeki taşınmazların umurun yararlanması ya da bir amme hizmeti için gerekli olanların mülkiyeti Hazine’de kalmak kaydıyla yasal düzenlemeler doğrultusunda özel sektörün veya kamu idarelerinin kullanımına bırakılması şeklinde tanımlanmaktadır. Diğer bir ifadeyle tahsis, bir kamu malının kamu yararını gözetme amacına özgülenmesini sağlayan hukuki işlem ya da maddi olaylardır. Bu tanımlardan hareketle, tahsis işleminin hem özel sektöre hem de kamu idarelerine yapıldığı görülmektedir. Tahsis; kanunla, düzenleyici idari ve icrai bir işlemle gerçekleşebilir. Tahsis, bir kamu malından muhtemel yararlanma biçimini ve yararlanabilecek olanları belirleyen ve aynı zamanda idarenin söz konusu bu kamu malı üzerindeki yetkilerini tayin eden işlemler bütünüdür. Tahsis işlemi bir kamu malının esasen kullanım amacını ve bu kullanımdan sorumlu yatırımcıların ya da kamu tüzel kişilerinin haklarını ve sınırlarını tayin etmektedir (Güloğlu, 2015: 47; Düğer, 2021: 140).

Turizm sektörü, yüksek sermaye bağımlılığı ile karakterize edilen bir sektör olarak kabul edilmektedir; zira turizm tesisleri büyük ölçüde arazi, bina ve ekipman yatırımlarına bağılıdır. Arazi maliyetleri, tesislerin genellikle şehir merkezinde veya deniz kıyısında konumlanması zorunluluğu nedeniyle oldukça yüksektir. Ayrıca, binaların estetik ve fonksiyonel gereksinimleri, inşaat maliyetlerini önemli ölçüde artırmaktadır. Bunun yanı sıra, turistik ürünlerin üretildiği yerde tüketilmesi özelliği, turizm tesislerinin ekipman ihtiyaçlarını ve dolayısıyla ekipman maliyetlerini de yüksek seviyelere taşımaktadır. Buna göre, konaklama tesislerinin sabit sermaye ihtiyacı, toplam sermaye ihtiyacının çok büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Söz konusu tesis yatırımlarının yanı sıra toplu taşıma tesisleri, elektrik, su, temizlik ve sağlık hizmetleri, yollar, köprüler, havaalanları ve terminaller gibi altyapı yatırımlarının yanı sıra spor tesisleri, kafeler, barlar, hediyelik eşya dükkânları ve alışveriş merkezleri gibi yatırımları da bulunmaktadır (Kirimhan, 2014: 568).

Turizm sektörü özelinde, yatırım tahsisinin doğası gereği devlet, turizm yatırımlarının artışını teşvik etmek amacıyla motive edici yatırım teşvik unsurlarını

kullanmakta ve yatırımların kendi belirlediği yönde gerçekleşmesi için yatırımcılara bir davet sunmaktadır. Bu davete katılım, yatırımcıların iradi olarak verdiği bir karara bağlıdır. Dolayısıyla, bir turizm yatırımının teşvik unsurlarından yararlanması yatırımcının kendi tercihiyle bırakılmıştır. Buna karşın, yatırım teşvik unsurlarından yararlanan turizm yatırımcıları, diğer yatırımcılara kıyasla maliyet yönetimi açısından daha avantajlı bir statüye sahip olmaktadır. Bu avantajlı statüyü elde etmede en önemli yatırım teşvik unsuru ise yatırım yeri tahsisidir.

Sadece konaklama tesisleriyle sınırlı olmamakla birlikte, turizm tesislerinin türleri ve var oluş amaçları doğrultusunda hem kendi faaliyetlerini hem de ülke ekonomisi üzerindeki etkilerini sürdürülebilir bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için yatırımcılara Hazine ve orman arazilerinin turizm tesis yatırımlarına tahsisi yapılmaktadır. Yatırım yeri tahsisi, Hazine taşınmazlarının yatırımcılara ön izin, kullanma izni veya irtifak hakkı şeklinde tahsis edilmesini ifade etmektedir. Bu tahsis sayesinde yatırımcılar, taşınmazları rayiç değerlerinin çok altında bir bedelle, genellikle konaklama tesisleri için 49 yıl, kamping yatırımları için ise 20 yıl süreyle kullanma ve yararlanma hakkı elde etmektedir. Böylece yatırımcılar, söz konusu taşınmazları belirtilen süre boyunca ilgili yatırım amaçları doğrultusunda kullanabilmektedir (Soyer, 2024: 379; Toker, 2007: 86).

Turizm sektörüne sağlanacak yatırım yeri tahsisi kapsamında, öncelikle yatırım yapılacak otel, motel, tatil köyü, günübirlik tesis, termal tesis ve golf alanı gibi tesis türleri ile muhtemel yatırımın yüz ölçümü dikkate alınarak uygun arazi tespiti yapılmaktadır. Tespit edilen arazi ile birlikte taşınmazın yeri, mülkiyet durumu (Hazine arazisi veya orman arazisi), tesis türü, yaklaşık kapasitesi ve ada/parsel numarası önceden belirlenmiş olmaktadır. Daha sonra, bu yatırım yerlerinin tahsis işlemlerine başlanabilmesi için turizm yatırımcılarının yatırım teşvik belgesini temin etmeleri ve bu belgede yatırım yeri tahsisinin öngörülmüş olması gerekmektedir. Dolayısıyla, yatırım teşvik belgesi, yatırım yeri tahsisi ile iç içe geçmiş olan ve ön koşul niteliği taşıyan sürecin başlangıcını oluşturmaktadır (Bilgiçli ve Zengin, 2017: 11).

Hazinenin özel mülkiyetinde veya devletin hüküm ve tasarrufu altında bulunan taşınmazların turizm amaçlı tahsisi, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafınca yapılmıştır. Buna ek olarak, 6831 sayılı Orman Kanunu uyarınca devlet ormanı niteliğindeki alanlarda turizm yatırımı amacıyla arazi tahsisi, Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan uygun görüş

alındıktan sonra yine Bakanlık tarafından gerçekleştirilmiştir. Tahsis süreci, öncelikle turizm potansiyeline sahip ve turizm amaçlı kullanımında fayda görülen taşınmazların Bakanlıkça tespit edilmesi ve mülkiyet durumlarının saptanması ile başlamaktadır. Kadastro çalışması ve imar planları tamamlanmamış taşınmazlar için gerekli işlemler yaptırılmış ve Bakanlıkça onaylanmıştır. Bu taşınmazlar, Bakanlığın tasarrufuna alınarak tahsis işlemleri başlatılmıştır. Tahsis sürecinde, planlama, kamulaştırma, parselasyon, tapuya tescil, devir, tahsis ve benzeri işlemler Bakanlıkça takip edilmiş ve sonuçlandırılmıştır. Bakanlığın tasarrufuna alınan taşınmazlardan, ilana çıkarılması uygun görülenler ilan edilmiştir. İlan sonrasında, Arazi Tahsis Komisyonu tarafından yapılan değerlendirme ile tercih edilecek yatırımcılar belirlenmiştir. Taşınmazın durumuna bağlı olarak yatırımcı ile ön izin, kullanma izni veya irtifak hakkı sözleşmesi imzalanarak tahsis işlemi tamamlanmaktadır (Mat, 2024: 359-360).

2.10.1.2. KDV istisnası ve iadesi

Turizm sektöründe, turistik ürünlerin alım ve satımında KDV hem turizm talebi hem de turizm arzı açısından büyük öneme sahiptir. Zira turizm işletmeleri tarafından sunulan konaklama, yeme-içme, eğlence, su sporları ve kruvaziyer turları gibi geniş kapsamlı tüm hizmetler KDV'ye tabidir. Bu nedenle, KDV oranları, KDV istisnası ve KDV iadesi, turizm işletmelerinin fiyat politikalarını belirleyen en önemli etkenlerden biri olarak öne çıkmaktadır. 2012/3305 sayılı Karar ile düzenlenen KDV istisnası, teşvik belgesi kapsamında yurtiçinden veya yurtdışından temin edilen makine ve teçhizatın KDV tutarının vergi dışı bırakılmasını sağlayan bir teşvik olarak uygulanmıştır (Öztürk ve Çelik, 2018: 823; Akay ve Oğuz, 2015: 217). KDV iadesi, işletmelerin ödedikleri KDV ile tahsil ettikleri KDV arasındaki farktan doğan, devletten geri alma hakkıdır. Yani bir işletmenin ödedikten sonra mahsup edemediği KDV'yi devletten geri almasıdır. Likiditenin ekonomiye tekrar sürülerek parasal genişlemeyi oluşturmak adına önem arz eden bir mali destek mekanizmasıdır. KDV iadesi, belirli bir sabit yatırım tutarının aşıldığı stratejik yatırımlar için uygulanmıştır (Belge ve Polat, 2019: 258).

2.10.1.3. Gümrük vergisi muafiyeti

Gümrük vergisi, dış ticaret yapan iki ya da daha fazla ülke arasındaki mal ve hizmetlerin ev sahibi ülkeye girişlerinde söz konusu mal ve hizmetler üzerinden o ülkenin

almış olduğu para veyahut parasal değerlerdir. 2012/3305 sayılı Karar'ın 9. maddesinde düzenlenen gümrük vergisi muafiyeti ise yurt dışından alınacak sermaye malı makine ve teçhizat ithalinde, İthalat Rejimi Kararı ile belirlenen ve ödenmesi zaruri olan gümrük vergisinden kısmen ya da tamamen muaf tutulmasını ifade etmektedir. Gümrük vergisi muafiyeti, yurt dışında temin edilen makine ve teçhizat için teşvik belgesi kapsamında tüm bölgelere eşit bir şekilde uygulanan, genel destek uygulamaları çerçevesinde gümrük vergisinin ödenmemesidir. Gümrük duvarlarının yüksek olduğu dönemler itibarıyla teşvik edilen gümrük vergisi muafiyeti yatırım maliyetlerinin azalması açısından önemli bir konuma sahiptir (Acinöroğlu, 2009: 155; Bozkurt, 2016: 195).

2.10.1.4. Vergi indirimi

Vergi indirimleri geçmişte de pek çok düşünür tarafından uygulanması önerilen bir politikadır. Vergi indirimlerinin orta ve uzun vadede toplam piyasa üretimini kamçılıyarak fiili vergi hasılatını artırdığı görüşü geçmişten günümüze değin yaygın bir hipotezdir. Vergi indirimlerinin aksine ağır bir vergi yüküne sahip vergi sistemlerinde piyasada var olan yatırımlar, ortaya çıkan dışlama etkisi sonucunda piyasanın dışına atılmaktadır. Vergi indirimleri politikasının etkin bir şekilde uygulanması için sadece sektörel ya da bölgesel bazda değil, genel ve piyasa merkezli olması ve aynı zamanda politikanın getirisi ile götürüsü arasındaki lehine farkın oluşabilmesi için vergilemede ölçülülük ilkesinin anatomik yapısıyla uyumlu olması gerekmektedir (Güngör, 2016: 134).

Vergi indirimleri, turizm yatırımlarında gelir ve kurumlar vergisi oranlarının düşürülmesine imkan sağlamaktadır. Düşük oranlı gelir veya kurumlar vergisi, tek başına turizm yatırımları üzerinde teşvik edici bir etki yaratmaktadır. Çünkü yatırımların hayata geçirilmesiyle birlikte, turizm yatırımcıları elde ettikleri gelir ve istihdam ettikleri personel nedeniyle hem vergi mükellefi hem de vergi sorumlusu sıfatıyla gelir ve kurumlar vergisi ödemekle yükümlüdür. Vergi indirimi, turizm yatırımcısının vergi maliyetlerini azaltarak elinde daha fazla kâr kalmasını sağladığı için hem mükellefiyet hem de sorumluluk açısından ek bir avantaj oluşturmaktadır (Acinöroğlu, 2009: 150). Günümüzde, birçok ulusal vergi otoritesinde olduğu gibi, Türkiye'deki güncel vergi sisteminde de vergi indirimleri politikası uygulanmaktadır. Sektörel bazda, yatırım teşvik belgesi kapsamında turizm işletmeleri de vergisel indirimlerden yararlanmaktadır. Buna göre, 2012/3305 sayılı Karar'ın 15. maddesi uyarınca vergi indirimi, büyük ölçekli ve bölgesel yatırımlar kapsamında gerçekleştirilecek

yatırımlarda; bölgelerin gelişmişlik düzeyi ve yatırımın hedeflenen katkı tutarının artışı ile doğru orantılı olarak, kurumlar vergisi ve gelir vergisinin indirimli şekilde uygulanmasını kapsamıştır.

2.10.1.5. Sigorta primi işveren hissesi ve işçi hissesi desteği

Devletin yatırımcılara sağladığı teşviklerden biri de işverenin çalıştırdığı işçilerden kaynaklı olarak ödemekle yükümlü olduğu sosyal güvenlik primi işveren paylarının azaltılmasıdır. Sigorta primi işveren hissesi desteği ile, istihdamın artırılmasını teşvik etmek amacıyla işverenin yerine getirmesi gereken yükümlülüklerin bir kısmı veya tamamı desteklenmektedir. Türkiye’de sosyal güvenlik primi indirimi kapsamında sağlanan teşvik uygulamalarından bazıları aşağıda gösterilmektedir (Özbek, 2012: 88-89):

- Özürlü işçi çalıştırmaya yönelik teşvikler
- Kadın işçi çalıştırmaya yönelik teşvikler
- İlave işçi çalıştırmaya yönelik teşvikler
- Yeni yatırımlar yapmaya yönelik teşvikler
- Araştırma geliştirme faaliyetlerine yöneltmeye yönelik teşviklerdir.

2012/3305 sayılı Karar’ın 12. maddesi uyarınca, sigorta primi işveren hissesi desteği, büyük ölçekli ve stratejik yatırımlar ile bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında teşvik belgesine sahip yatırımcıların ödemekle yükümlü olduğu sigorta primi işveren hissesinin, asgari ücrete tekabül eden kısmının devlet tarafından karşılanmasını ifade etmektedir. Buna karşılık, mezkûr Kararın 13. maddesinde düzenlenen sigorta primi işçi hissesi desteği, yalnızca altıncı bölgede yer alan illerde, büyük ölçekli ve stratejik yatırımlar ile bölgesel teşvik uygulamaları kapsamında teşvik belgesine dayalı olarak gerçekleştirilecek yatırımların sağladığı ilave istihdam için ödenmesi gereken sigorta primi işçi hissesinin, asgari ücrete denk gelen kısmının, 10 yıl boyunca devlet tarafından desteklenmesini kapsamaktadır.

2.10.1.6. Gelir vergisi stopajı desteği

Gelir vergisi stopajı desteği, teşvik sistemi kapsamında doğrudan istihdam artışını hedefleyen ve istihdam edilen işçilerin ücret gelirlerini esas alan ücret tabanlı istihdam teşvik uygulamalarından biridir. Türk vergi sisteminde, ücretlilerin temel vergilendirme yöntemi olan stopaj usulü aracılığıyla, işverenler bu destekten yararlanmıştır. İşverenler, yasal düzenlemelerde kendilerine öngörülen belirli koşulları yerine getirmeleri şartıyla, söz konusu teşvikten faydalanabilmiş ve uygulamalar stopaj ve terkin mekanizmaları üzerinden yürütülmüştür. Bu kapsamda, işverenlerin istihdam ettiği veya ilave istihdam sağladığı işçilerin ücret gelirleri üzerinden vergi sorumlusu sıfatıyla ödemekle yükümlü oldukları gelir vergisi, öncelikle ilgili işçinin ücretinden kaynağında kesilerek tahakkuk ettirilmiştir. Daha sonra tahakkuk eden bu vergiler, terkin veya tecil uygulamalarına tabi tutulmuş ve ilgili tutarların işverenin hesabında kalması sağlanmıştır. Dolayısıyla, esasen stopaj esasına dayanan bu teşvik uygulaması, terkin mekanizmasıyla birlikte sonuçlandırılmıştır (Demirli, 2015: 143).

2012/3305 sayılı Karar'ın 14. maddesinde düzenlenen gelir vergisi stopajı desteği, yalnızca altıncı bölgedeki illerde gerçekleştirilecek yatırımlar için, yatırım teşvik belgesine istinaden ve asgari ücret üzerinden hesaplanan gelir vergisi ile sınırlı olmak kaydıyla, ödenmesi gereken gelir vergisi stopajının asgari ücrete tekabül eden kısmının 10 yıl süreyle terkin edilmesini kapsamıştır. Buna göre, muhtasar beyanname üzerinde terkin edilen gelir vergisi stopajı kadar devlet desteği sağlanmıştır. Ancak, gelir vergisi stopajı desteği yalnızca altıncı bölgeyi kapsayan yatırımlar için geçerli olmuş, diğer bölgelerde yapılacak yatırımların türü ne olursa olsun bu teşvikten yararlanılması mümkün olmamıştır.

2.10.1.7. Faiz desteği

Düşük faizli veya uzun vadeli uygun koşullu krediler kapsamında sunulan faiz desteği, yatırımcılar açısından, vergisel teşviklerin yanı sıra, yatırım kararının başlangıç aşamasında önemli bir destek unsuru olarak değerlendirilmektedir. Devlet, faiz desteği ile birlikte, kamu kredi kurumları ve bankalar aracılığıyla işletmelerin finansman ihtiyaçlarını doğrudan desteklemiştir. Bir işletmenin kuruluşundaki nakit varlıkları ya öz sermaye ya da borçlanma yoluyla oluşmaktadır. Borçlanma yoluyla sağlanan sermaye ve bu borçlanmaya ilişkin faizin devlet tarafından desteklenmesi, öz sermayesi kısıtlı yatırımcılar için yatırım

kararını hayata geçirmede önemli bir planlama aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. 2012/3305 sayılı Karar'ın 11. maddesinde düzenlenen faiz desteği, stratejik yatırımlar ile Ar-Ge ve çevre yatırımları ve ayrıca 3'üncü, 4'üncü, 5'inci ve 6'ncı bölgelerdeki bölgesel teşvik uygulamalarına istinaden, yatırımcıların bankalardan kullanacakları en az bir yıl vadeli yatırım kredilerinin teşvik belgesinde kayıtlı sabit yatırım tutarının %70'ine kadar olan kısmı için ödenecek faizlerin ve kâr paylarının devlet tarafından karşılanmasını içeren finansman desteğini kapsamıştır.

Türkiye'de günümüzde turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik unsurlarını içeren temel hukuki düzenlemeler aşağıdaki şekilde sınıflandırılmaktadır:

- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile sağlanan teşvikler
- 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu ile verilen muafiyet
- Eximbank tarafından sağlanan krediler
- 4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu ile yatırımların teşviki
- Yurtdışı turizm fuarlarına katılım desteği
- 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı ile tanınan teşvikler

2.10.2. 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile Sağlanan Teşvik Unsurları

2634 sayılı Kanun, turizm için yeni bir liberal dönemin başlangıcını temsil etmekte ve turizm ile ilgili kuruluşlar arasındaki koordinasyon eksikliği, yatırımlar için uygun arazi temininde yaşanan güçlükler ve uzun bürokratik süreçler gibi yatırımcıların önüne çıkan engellerin aşılmasını hedefleyen hukuki bir düzenlemedir. Bu kanun ile birlikte, devlet mülklerinin tahsisi için gerekli formaliteler basitleştirilmiştir (Dalgın vd., 2015:183). Günümüz Türkiye'sinde, turizm yatırım teşviklerinin başlangıç yasal düzenlemesi olma özelliğini taşıyan 2634 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesi sonucunda, sektöre sağlanan turizm kredi imkanları artış göstermiş, elektrik, havagazı ve su ücretlerinin bölgede uygulanan en düşük tarifeler üzerinden ödenmesi kolaylığı sağlanmış ve haberleşme alanında çeşitli avantajlar sunulmuştur. Ayrıca, mezkûr Kanun ile birlikte, bir işletme için temel sabit maliyet unsuru ve en önemli teşvik tedbirlerinden biri olan kamu arazilerinin

turizm sektörüne tahsisi, sektörde yatırım kararlarının artışına katkıda bulunmuştur. 2634 sayılı Kanun'un lafzına göre, sağlanan teşvik unsurları aşağıdaki gibidir:

- Taşınmaz malların turizm amaçlı kullanımı
- Elektrik, havagazı ve su ücretleri
- Haberleşme kolaylıkları
- Yabancı uzman personel ve sanatkârların çalıştırılması

2.10.2.1. Taşınmaz malların turizm amaçlı kullanımı

En basit tanımıyla, devletin veya kamu tüzel kişilerinin mülkiyetinde olan ve kamu yararına tahsis edilen mallara, kamu malı denilmektedir. Devletin hüküm ve tasarrufunda olan kamu malları, özel kişiler tarafından serbestçe kullanılamazlar. Devletin kamu malları; sahipsiz mallar (deniz, göl, nehir, ormanlar, dağlar ve tepeler vb.), orta malları (yollar, meydanlar, mera ve yaylaklar vb.), kamu hizmetine tahsis edilen hizmet malları (hükümet, belediye, hastane, adliye ve mezar yerleri vb.) şeklinde ayrılmaktadır (Söyler, 2011:59). Devletin özel malları, kamu hizmetlerinin görülmesinde doğrudan halkın kullanımına açık olmasalar da satış ve kira işlemleri yoluyla sağladıkları gelirler aracılığıyla devlete dolaylı katkı sağlayan mallardır. Bu kapsamda, kamuya ait ancak doğrudan halkın kullanımına açılmamış hazine arazileri ve kamu iktisadi teşebbüslerinin işletmeleri değerlendirilir (Söyler, 2011:61). Mülkiyeti Hazine'ye ait ve özel mülkiyete konu edilmemiş hazine arazilerinin satışı, kiralanması, trampası ve tahsisi gibi işlemler Milli Emlak Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir. Devlet, bu arazileri ekonomiye kazandırmak ve turizm sektöründe yatırım ile istihdam yaratmak amacıyla, kiralama yoluyla turizm tesislerinin kullanımına sunmaktadır (Aliefendioğlu ve Aksu, 2017: 134).

2634 sayılı Kanun'un 8. maddesi uyarınca, kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm merkezlerinde yer alan hazine ve orman arazileri kanunda belirtilen sürelerde turizm tesislerinin yatırımlarına tahsis edilmektedir. Turizm amaçlı kullanılmasında fayda görülen ve turizm yatırımlarının mekânsal boyutunu ilgilendiren kamu taşınmazlarının, Bakanlığa tahsis edilmesi, özel hukuk kişilerinin mülkiyetindeki taşınmazların kamulaştırılması, Hazine adına tescil edilmemiş olan taşınmazların tapuda

tescili, turizm yatırımcılarına tahsisi, bağımsız ve sürekli niteliğe haiz üst haklarının¹⁷ da içerisinde barındığı irtifak hakkının¹⁸ tesis edilmesi, kiralama, işletme ve devir işlemleri ve ayrıca bu işlemlere dair süre, bedel ve hakların sona ermesi (Demir, 2009: 18) gibi unsurlara ilişkin usul ve esaslar günümüzde de halen Kamu Taşınmazlarının Turizm Yatırımlarına Tahsisi Hakkında Yönetmelik'te yer alan hükümler doğrultusunda belirlenmektedir. Ayrıca, mezkûr maddede, Hazine mülkiyetinde yeterli alan bulunmaması durumunda, Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından belirlenen orman arazilerinin Bakanlığa tahsis edileceği düzenlenmiştir. Buradaki tahsis işlemi, orman arazilerini de kapsayan taşınmaz malların işletilme kapsamını belirlemektedir. Tahsis işleminin çerçevesi ise, Hazine mülkiyetindeki taşınmazların devri olmaksızın, en fazla 49 yıl süreyle irtifak veya kullanma hakkının turizm yatırımcılarına verilmesini ifade etmektedir (Güloğlu, 2015: 48; Çalışkan, 2022: 557).

2.10.2.2. Elektrik, havagazı ve su ücretleri

2634 sayılı Kanun'un 16. maddesi gereğince, elektrik, havagazı ve su ücretleri teşviği, turizm belgesine sahip yatırımlar için elektrik, havagazı ve su ücretlerinin yatırımın ya da işletmenin bulunduğu bölgedeki sanayi ve meskenlere uygulanan en düşük tarifeyle tabi tutulmasını kapsamaktadır.

2.10.2.3. Haberleşme kolaylıkları

Teknoloji, dokunduğu her alanda etki oluşturduğu gibi, turizm sektörünün dönüşümünde de önemli bir rol oynamaktadır. Turizm işletmeciliğinde sunulan hizmet paketinin bir parçası olarak, konaklama işletmesi hakkında bilgi edinmek ve konaklayanların güvenliği açısından kimlik bilgilerinin doğru ve güvenli bir şekilde bildirilmesini sağlamak önem arz etmektedir. Bu nedenle, söz konusu işletmelere haberleşme alanında belirli kolaylıkların sağlanması gerekmektedir. Bu noktada, ön büro müdürlüğüne bağlı, işletme içi ve dışı iletişimi sağlayan ve konaklayan turistlerin şikayetlerini karşılama ile diğer departmanlara iletme görevini üstlenen santral ve misafir ilişkileri bölümlerinin önemi ortaya çıkmaktadır. Buna göre, 2634 sayılı Kanun'un 17. maddesinde düzenlenen

¹⁷ Türk Medeni Kanunu (TMK) 826. maddede göre, “*Sahibine bir arazinin altında veya üstünde yapı yapmak veya mevcut bir yapıyı muhafaza etmek yetkisi veren...*” bir haktır.

¹⁸ TMK’da düzenlenen irtifak hakkı, bir taşınmaz üzerinde malikin yetkisini sınırlandıran ve hak sahibine bir başkasının taşınmazı üzerinde yararlanma hakkı tanıyan sınırlı ayni bir haktır (Çalışkan, 2022: 556).

haberleşme kolaylığı, turizm belgeli yatırımların telefon ve teleks ihtiyaçları doğrultusunda her türlü işlem ve tahsisin öncelikli olarak yapılacağını garanti eden bir teşvik unsurudur.

2.10.2.4. Yabancı uzman personel ve sanatkârın çalıştırılması

Turizm sektörünün emek yoğun yapısı nedeniyle, turizm işletmelerinin kalifiye yöneticilere ve çalışanlara, yani nitelikli işgücüne olan ihtiyacı giderek artmaktadır. Beşeri sermaye, turizm işletmelerinin başarısında ve rekabet edebilirlik gücünde, işletmelerin duran varlıklarına kıyasla her zaman bir adım önde yer alan kritik bir faktördür. Bu durumun ehemmiyeti, 2634 sayılı Kanun'un 18. maddesinde geçen düzenlemede turizm belgesine sahip işletmelerde, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı'nca verilen izin ile birlikte yabancı uzman personel ve sanatkâr çalıştırılabilir şeklindeki hüküm ile ortaya konulmaktadır. Bu hüküm ile birlikte, turizm sektörüne daha donanımlı personel kazandırılması amaçlanmaktadır. Mezkûr maddenin devamında yabancı personelin toplam personel miktarının %10'unu geçemeyeceği de hükmedilmektedir. Yabancı personelin %10 ile sınırlandırılması ise yerli istihdamı korumak adına getirilmiş bir güvenlik önlemini ifade etmektedir.

2.10.3. Emlak Vergisi Muafiyeti

Emlak Vergisi Kanunu'nun 37. maddesinde *"Bu kanunda geçen "Vergi dairesi" tabiri, belediyeleri ifade eder"* şeklinde belirtilen hüküm ile birlikte, Türkiye'de emlak vergi gelirlerinin yerel yönetimlerin vergi gelirleri içerisinde yer aldığı ve gelirin belediyeler tarafından tahsilatının yapıldığı anlaşılmaktadır. Tarihin en eski vergilerinden emlak vergisi, yerel nitelikli ve objektif özelliğe sahip bir servet vergisidir. Verginin konusunu gerçek ve tüzel kişilerin mülkiyetinde bulunan bina, arsa ve araziler oluşturmaktadır (Organ ve Çiftçi, 2015: 128-129).

1319 sayılı Kanun'un 5. maddesinin b bendine göre, *"Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu hükümleri dairesinde turizm müessesesi belgesi almış olan Gelir ya da Kurumlar vergisi mükelleflerinin adı geçen kanunda yazılı maksatlara tahsis ettikleri ve işletmelerine dahil binaları, inşalarının sona erdiği veya mevcut binaların bu maksada tahsisi halinde turizm müessesesi belgesinin alındığı yılı takip eden bütçe yılından itibaren 5 yıl süre ile geçici muafiyetten faydalandırılır"* şeklinde hükmedilmiştir. Aslında özellik itibarıyla bir vergi

istisnası niteliğinde olan bu madde hükmü incelendiğinde yalnızca yatırım aşamasındaki binaların değil hali hazırda mevcut olan binalarında turizm sektörüne tahsisi halinde geçici bir süreliğine de olsa verginin konusu dışında bırakıldığı görülmektedir.

2.10.4. Eximbank Kredileri

Türkiye’de, 24 Ocak 1980 Kararları sonrasında ihracatta sürdürülebilirliği sağlamak ve dış ticaretin finansman ihtiyacını karşılamak amacıyla, 1987 yılında Türk Eximbank kurulmuştur. Buna göre, Türk Eximbank, ülkedeki ihracat miktarının ve ürün çeşitliliğinin artırılması ile ihraç ürünlerine yönelik yeni pazarlara ulaşılmasını sağlamak amacıyla, ihracatçılara yönelik ihracat kredisi, sigorta ve garanti programları gibi çeşitli finansal destekler sunmaktadır (Soylu ve Demirci, 2021:29).

Eximbank, turizm işletmelerinin faaliyetlerindeki çeşitliliği desteklemek amacıyla sektöre turizm kredisi imkanı sunmaktadır. Bu krediden, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) üyesi A grubu işletme belgesine sahip seyahat acenteleri ve tur operatörleri, özel havayolu şirketleri ve Bakanlıktan belgeli, asli fonksiyonu konaklama hizmeti sunmak olan turizm işletmeleri yararlanmaktadır. Banka, proje değerlendirmesi sonucunda uygun bulunduğu ve kârlılık anlayışı çerçevesinde yıllık iş programlarında belirlenen kriterlere uygun bir şekilde anonim şirket statüsüne sahip ve yatırım teşvik belgesini alan turizm işletmelerini finanse etmektedir (Dalgın vd., 2015: 181; Toker, 2007: 90).

2.10.5. Doğrudan Yabancı Yatırımların Teşviki

Yabancı sermaye yatırımları, doğrudan ve dolaylı olmak üzere iki grupta incelenmektedir. Doğrudan yabancı yatırımlar, bir ülkenin sınırları dışında başka bir ülkede şirket kurmak, çok uluslu bir şirketin şubelerinden birini açmak, taşınmaz ile makine ve teçhizat edinmek veya var olan bir şirketi kısmen ya da tamamen satın almak; ayrıca sinâî ve fikrî mülkiyet haklarının edinilmesi gibi faaliyetler sonucunda oluşan yatırımları ifade etmektedir. Dolaylı yabancı sermaye yatırımları ise tahvil veya hisse senetlerinin alımı sonucunda ortaya konulan portföy yatırımlarını ifade etmektedir. Yapısı itibarıyla yabancı sermayeden beslenmeye açık bir sektör olan turizmde büyük ve modern sermaye yatırımlarına duyulan gereksinim ve turizm talebinin kırılgan bir özelliğe sahip olması

sebebiyle olası risklerin paylaşılması bakımından yabancı sermaye yatırımlarına her dem ihtiyaç bulunmaktadır (Komşu ve Kaya, 2022: 73-74).

Türkiye’de 17 Haziran 2003 tarihinde, 4875 sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu düzenlenmiştir. Yabancı sermaye yatırımları teşvikinin kapsamını, 4875 sayılı Kanun’un 3. maddesi oluşturmaktadır. Bu madde uyarınca, *“Uluslararası anlaşmalar ve özel kanun hükümleri tarafından aksi görülmedikçe; yabancı yatırımcılar tarafından Türkiye’de doğrudan yabancı yatırım yapılması serbesttir. Yabancı yatırımcılar yerli yatırımcılarla eşit muameleye tabidirler”* şeklinde yapılan düzenleme ile birlikte yabancı sermaye yatırımlarına verilen destek hukuki olarak da ortaya konulmuştur. Söz konusu madde hükmü incelendiğinde, doğrudan turizm sektörünü hedef alan özel bir düzenleme olmasa da uluslararası hava limanları, otoyollar, oteller ve modern teknolojiler gibi turizmin temel yapı taşlarının karşılanmasında yabancı yatırımların hareket alanını genişleten bir düzenlemeye yer verilmektedir (Terzi ve Bekar, 2019: 16).

2.10.6. Yurt Dışı Turizm Fuarlarına Katılım Desteği

Turizm fuarları, ülkenin turistik tanıtımlarının yapılmasının yanı sıra ilgili ülke ve farklı ulusal otoriteler ile devlet yetkilileri ve sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasındaki ilişkinin güçlenmesi ve turizm talebinin güncel turistik gelişmeler hakkında enformasyon edinmesi adına önemli fırsatlar sunmaktadır. Söz konusu fuarlar, özel sektör yatırımcılarına rakip turizm işletmelerini ve stratejilerini daha yakın perspektiften tanıma fırsatı ve yerli turizm işletmelerinin misyon ve vizyonlarının bu doğrultuda evrilmesi imkanını tanımaktadır. Aynı zamanda bu fuarlarda, Türkiye’nin imaj kampanyasını destekleyici özel tasarıma sahip stantlarda görsel öğeler eşliğinde ve tanıtıcı sloganlarla logoları içeren afiş gibi materyaller ile ülkenin turistik değerleri ve turizm çeşitleri hakkında bilgi verilmektedir. Bununla birlikte, Türk kahvesi, ayran, lokum ve baklava gibi Türk kültürüne özgü yiyecek ve içeceklerin ikramı ile özgün etkileşime sahip stantlar oluşturulmaktadır (Evcin, 2018: 222-223).

Türkiye’nin uluslararası turizm tanıtım ve pazarlama faaliyetleri kapsamında, yurt dışı fuarlara katılım desteği, ilgili Bakanlık tarafından sağlanmaktadır. Bu destek, Bakanlıkça desteklenen turizm fuarlarına bireysel katılım veya sektörde yer alan meslek birliklerinin öncülüğünde, ülkenin tüm turistik ürün çeşitliliği ve destinasyonlarının

tanıtımını üstlenen işletmelerin katılım masrafları ve özel proje giderlerinin, Tanıtma Genel Müdürlüğü bütçesinin ödenekleri üzerinden karşılanmasını kapsamaktadır. Ayrıca, Bakanlık tarafından desteklenen yurt dışı turizm fuarlarında talep olması hâlinde, Türkiye’deki turizm ve seyahat sektörünün diğer aktörlerine de Türkiye standında yer sağlanmaktadır. Buna ek olarak, Bakanlığın standı dışında bireysel olarak katılım gösteren turizm işletmelerinin de fuar yer kira bedeli, stant inşası ve dekorasyonu ile ilgili tüm giderler ve turizm tesislerinin tanıtımı için yurt dışında gerçekleştirilecek kokteyl ve sergi gibi etkinliklerin yer kirası ve aynı zamanda ikram giderleri ile tanıtım kapsamında yer alan reklam giderleri de Bakanlık tarafından desteklenmektedir (Dalgın vd., 2015: 182; Evcin, 2018: 222).

2.10.7. 2025/9903 sayılı Cumhurbaşkanı Kararı Kapsamında Sağlanan Teşvik Unsurları

Turizm yatırımcıları için yeni şartlar, güncellenmiş destek oranları ve daha seçici bir teşvik sistemi sunan 2025/9903 sayılı Karar, yatırımları teknoloji, dijitalleşme ve çevresel dönüşüm alanlarına yönlendirmektedir. Söz konusu karar, yüksek katma değerli, teknolojik dönüşümü destekleyen, dışa bağımlılığı azaltan, arz güvenliğini artıran ve yeşil ile dijital dönüşüm projelerini kapsayan yatırımların önceliklendirildiği teşvik unsurlarını içermektedir. Bu kararın kapsadığı teşvikler, önceki yürürlükte olan 2012/3305 sayılı Karar’a kıyasla daha geniş kapsamlı olup, turizm talebinin değişen trendlerine daha uygun bir yapıya sahiptir. Ayrıca, bu teşvik unsurları seçici bir nitelik taşımakta olup, özellikle yüksek teknoloji ve ihracat kapasitesi yüksek yatırımlara odaklanmaktadır. Önceki teşvik sistemlerinde olduğu gibi, teşvik unsurlarından yararlanabilmenin ön koşulu yatırım teşvik belgesi alınmasıdır. Bu teşvikler, yalnızca yatırım teşvik belgesi düzenlenmiş projelere uygulanmakta olup, belge olmaksızın gerçekleştirilen yatırımlar bu desteklerden faydalanamamaktadır.

Yeni karar kapsamında öngörülen teşvikler, yatırımın türü, gerçekleştirileceği bölge ve dahil olduğu program esas alınarak farklılık göstermekte olup, aşağıdaki unsurları içermektedir:

- Gümrük vergisi muafiyeti
- KDV istisnası

- Vergi indirimi
- Faiz veya kâr payı desteği
- Makine desteği
- Yatırım yeri tahsis
- Sigorta primi işveren hissesi desteği
- Sigorta primi desteği

Stratejik yatırımlar, teknoloji yoğun yatırımların giderek merkezi bir rol kazandığı ve proje odaklı modern konulara yöneldiği yeni sistem çerçevesinde, bölgesel dengeler, verimlilik ve arz-talep kontrolü gibi kriterler dikkate alınarak teşvik unsurlarına ayrıştırılmıştır. Bu yaklaşım, teşvik unsurlarının daha anlaşılır ve hedef odaklı olmasını sağlamaktadır. Buna göre, teşvik unsurlarının hangi bileşen çatısı altında uygulandığı, aşağıdaki Tablo 2.3'te gösterilmektedir:

Tablo 0.3. 2025/9903 sayılı Karar'ın Üç Bileşenine Göre Teşvik Unsurları

Destek Unsurları	Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesi	Sektörel Teşvik Sistemi
Gümrük vergisi muafiyeti	✓	✓
KDV istisnası	✓	✓
Vergi indirimi	✓	✓
Faiz veya kâr payı desteği	✓	✓
Makine desteği	✓	Yok
Yatırım yeri tahsis	✓	✓
Sigorta primi işveren hissesi desteği (Bölgelere göre)	✓	✓
Sigorta primi desteği (Sadece 6. bölge)	✓	✓

Kaynak: Kaya ve Bay, 2025: 78.

2025/9903 sayılı Karar kapsamında, yatırımcıların yurt dışından getirecekleri makine ve teçhizatın ithalatında gümrük vergisi muafiyeti sağlanması öngörülmüştür. Önceki Kararlarda olduğu gibi, bu muafiyetten yararlanabilmek için yatırımların yatırım teşvik belgesi kapsamında yer alması gerekmektedir. Bununla birlikte, 2025/9903 sayılı Karar, bazı özel ürünlerde kısıtlamalar getirerek gümrük vergisi muafiyetini daha seçici ve hedefe yönelik bir şekilde düzenlemiştir. Yine 2025/9903 Kararı'nın 14. maddesi gereğince, “teşvik

belgesini haiz yatırımcılara teşvik belgesi kapsamında yapılacak makine ve teçhizat ithal ve yerli teslimleri ile belge kapsamındaki yazılım ve gayri maddi hak satış ve kiralalamaları” KDV’den istisna edilmiştir. Bu düzenleme, önceki teşvik sisteminde de yatırım teşvik belgeli yatırımlar kapsamında makine ve teçhizat teslimleri için sağlanan KDV istisnasının bir devamı niteliğindedir.

Yeni yatırım teşvik sisteminde, kurumlar vergisi indirimli uygulamasında hem yatırıma katkı oranı hem de vergi indirim oranı bakımından önemli değişiklikler yapılmıştır. Önceki yatırım teşvik sistemi ile kıyaslandığında, iki sistemin temel bileşenlerinin farklılık göstermesi nedeniyle, yatırıma katkı oranı ve vergi indirim oranları da birbirinden ayrılmaktadır. 2012/3305 sayılı Karar’a göre, vergi indirim oranları Cumhurbaşkanına tanınan yetkiye istinaden %50 ile %90 arasında değişebiliyordu. Ancak 2025/9903 sayılı Karar ile bu oran sabitlenmiş ve tüm yatırımlar için %60 olarak belirlenmiştir. Bu durum, aşağıdaki Tablo 2.4’te daha net bir şekilde görülebilmektedir:

Tablo 0.4. 2025/9903 sayılı Karar’da Vergi İndirimi Uygulaması

Program/Sistem	Yatırıma Katkı Oranı	Vergi İndirim Oranı
Teknoloji Hamlesi Programı	%50	%60
Yerel Kalkınma Hamlesi Programı	%50	%60
Stratejik Hamle Programı	%40	%60
Öncelikli Yatırımlar Teşvik Sistemi	%30	%60
Hedef Yatırımlar Teşvik Sistemi	%20	%60

Kaynak: Kaya ve Bay, 2025: 78.

2025/9903 sayılı Karar’ın 15. maddesinde düzenlenen faiz veya kâr payı desteği, *“Talep edilmesi halinde, bu Karar kapsamında desteklenen yatırımlar için bankalardan Türk lirası cinsinden kullanılacak en az bir yıl vadeli yatırım kredilerinin teşvik belgesinde kayıtlı sabit yatırım tutarının %70’ine kadar olan kısmı için ödenen faiz veya kâr payının”* karşılanmasını içeren ve devletin yatırımcıya kullandığı kredinin faiz yükünü hafifletmeyi amaçlayan mali bir teşviktir. Mezkûr Kararın 18. maddesinde, sigorta primi işveren hissesinin asgari ücrete tekabül eden kısmının 6’ncı bölgedeki yatırımlar için tamamının, diğer bölgelerde gerçekleştirilen yatırımlar için ise %50’sinin Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı bütçesinden karşılanacağı belirtilmektedir.

Bu madde ile 2012/3305 sayılı Karar'ın sigorta primi işveren hissesini düzenleyen 12. maddesi kıyaslandığında, yeni kararda bu teşvik unsurunun hem kapsadığı bölgeler hem de uygulama süresi açısından daha sınırlı bir biçimde uygulandığı görülmektedir. Bununla birlikte, her iki kararda da sigorta primi desteği kapsamında yer alan sigorta primi işçi hissesi desteği, asgari ücrete tekabül eden kısmın, yatırımların tamamlama vizesinin yapılmasını takiben 10 yıl boyunca işveren yerine devlet bütçesinden karşılanmasını öngörmektedir.

2025/9903 sayılı Karar'da sağlanan teşvik unsurları, 2012/3305 sayılı Karar'da daha önce detaylı olarak açıklanmış olduğu için konunun uzatılmaması amacıyla, bu iki karar arasındaki teşvik unsurları farklılıkları gözetilerek ifade edilmiştir. Yeni kararda öne çıkan bir yenilik olarak, özellikle yüksek teknoloji içeren ve Türkiye'de üretimi olmayan makineler için yatırımcılara esneklik sağlayan makine desteği ayrıca vurgulanmıştır.

Makine Desteği

Yatırım teşvik sistemi içerisinde yer alan daha önceki düzenlemelerden farklı olarak, 2025/9903 sayılı Karar ile makine ve teçhizatın belirli şartlar altında doğrudan desteklenmesini içeren makine desteği, programa dâhil edilmiştir. Bu karar öncesinde, makine ve teçhizata yönelik destekler çoğunlukla vergi muafiyeti kapsamında dolaylı olarak sağlanmakta, bağımsız bir teşvik unsuru olarak ele alınmamaktaydı. Nakdi destek şeklinde sağlanan bu makine desteği, yeni yatırım teşvik sisteminde öne çıkan önemli bir yeniliktir. Buna göre, mezkûr Kararın 16. maddesi uyarınca, *“Talep edilmesi halinde, Türkiye Yüzyılı Kalkınma Hamlesi kapsamında desteklenen yatırımlar için düzenlenen teşvik belgesinin yatırım süresi içinde temin edilen ve diğer masraflar hariç sadece makine ve teçhizatın birim fiyatı 2 milyon Türk lirası ve üzerinde olan makine ve teçhizat bedelinin %25'i yatırımcıya bütçe kaynaklarından ödenir”* şeklinde hükmedilmiştir.

Yukarıdaki madde hükmünden de anlaşılacağı üzere, diğer masraflar (nakliye, montaj, sigorta vb.) makine desteği kapsamı dışında tutulmuş olup, destek yalnızca makine ve teçhizat kalemine uygulanmaktadır. Maddenin devamında, makine desteği ile birlikte faiz veya kâr payı desteğinin aynı yatırım için eş zamanlı olarak kullanılamayacağı; bu desteklerden yalnızca birinin tercih edilebileceği hükme bağlanmıştır. Yeni yatırım teşvik sisteminde makine desteğinin nakdi destek biçiminde kurgulanması, yatırımcılara doğrudan finansman kolaylığı sağlayarak yatırımların hayata geçirilme hızını artıran bir unsur olarak

öne çıkmaktadır. Zira önceki teşvik sistemlerinde genellikle vergi harcaması niteliğindeki avantajlar öne çıkmaktaydı. Bu avantajlar, yatırımcılara yatırım tamamlandıktan sonraki süreçte sağlanan destekleri kapsamaktaydı. Bu açıdan değerlendirildiğinde, yeni sistemde yer alan makine desteği, yatırımcılara erken finansman olanağı sunarak yatırımın başlangıç aşamasındaki riskleri azaltmakta, uluslararası uygulamalarla uyumlu bir yapı sergilemekte ve rekabet gücünü artırmayı hedeflemektedir.

2.11. Bazı Akdeniz Havzası Ülkelerinde Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri

Turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinde Türkiye ile karşılaştırma yapabilmek amacıyla Akdeniz ülkelerinin odak noktası olarak seçilmesinin nedeni, bu ülkelerin kendine özgü bir turizm karakterine sahip olmaları ve turizmin hem ekonomik hem de sosyo-kültürel açıdan belirleyici bir sektör olmasıdır. Türkiye'yi de kapsayan Akdeniz havzası ülkelerinde, ulusal ve uluslararası turist akışı, menşe ülkelerde ve dünya genelinde yaşanan konjonktürel dalgalanmalara karşı diğer bölgelere kıyasla daha duyarlıdır. Bu nedenle, ekonomileri büyük ölçüde turizm gelirlerine bağımlı olan bu ülkelerde, turizm arzı ile talebi arasındaki dengeyi sağlama sürecinde yatırım teşvikleri kritik bir öneme sahiptir (Ren et al., 2019:2).

Turizm sektörüne uygulanan yatırım teşvikleri, ülkelerin jeopolitik konumları ve tarihsel geçmişlerinden kaynaklanan farklılıklar; coğrafi özelliklerin yarattığı turizm türü çeşitliliği, sosyo-politik sistemleri, kültürel yapıları, demokrasiye ilişkin tutumları, kalkınma öncelikleri ile kamu yönetimi kurumları ve özel sektör paydaşlarında hâkim olan değer yargıları gibi unsurlar nedeniyle birbirinden farklılık göstermektedir (Kunst, 2011:117). İşte tam bu noktada, Türkiye'deki turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinin, benzer jeopolitik konuma, coğrafi ve turistik özelliklere sahip ve turizmin ekonomik büyümede önemli bir itici güç ya da can simidi olarak görüldüğü, spesifik olarak seçilmiş Akdeniz ülkeleri ile karşılaştırılması; yukarıda belirtilen farklılıklardan bazılarının etkisinin azaltılmasına katkı sağlayacaktır. Aşağıda, İtalya, Yunanistan, Mısır ve Türkiye'de turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik uygulamalarının karşılaştırması yer almaktadır:

➤ Yatırım cinsleri açısından değerlendirildiğinde; İtalya, Yunanistan ve Mısır'da turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinde genel itibarıyla tevsî ve modernizasyon

yatırımları ön plandadır. Türkiye’de ise hazine arazisi tahsis ile komple yeni yatırımlar daha yaygın bir şekilde uygulanmaktadır (Foglia ve Valva d’Ayala, 2014; Dimitris et al., 2005:16; National Bank of Greece, 2022; Abou Ali, 2012:107; Nohutçu, 2002:6).

➤ Mısır’da turizm sektörünün mekânsal planlaması çerçevesinde sektöre tahsis edilecek arazileri yönetme sorumluluğu, Turizm Geliştirme Kurumu’na aittir. Turizm yatırımcılarına tahsis edilen hazine arazilerinin kira veya kullanımının azami süresi, 25 yıl olarak belirlenmiştir (Kunst, 2011: 122; Abou Ali, 2012:110). Türkiye’de ise hazine arazilerinin turizm yatırımcılarına tahsis işlemleri, Milli Emlak Genel Müdürlüğü tarafından gerçekleştirilmektedir. Söz konusu arazilerin kiralama ya da kullanım hakkının azami süresi, 49 yıldır (Aliefendioğlu ve Aksu, 2017: 134; Çalışkan, 2022:557).

➤ İtalya’da genellikle turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik araçları; vergi indirimleri, indirimli KDV oranı, düz oranlı vergi tarifesi ve nakdi hibeler, uygun koşullu krediler şeklinde mali teşvikler kullanılmıştır (Farri, 2020:3; Benigni ve Marengo,2021). Yunanistan’da leasing sübvansiyonları, hızlandırılmış amortisman, indirimli KDV oranı, faiz indirimleri ve nakdi hibeler gibi mali teşvikler uygulanmıştır (Aydoğuş vd., 2006: 8-9; 4399/2016 New Development Law, 2016:10 Matziouni, 2020:26). Mısır’da gelir vergisi muafiyeti, vergi indirimi, indirimli gümrük vergisi, kredi sözleşmelerinde damga vergisi ve noter harcı muafiyeti, kredi kolaylığı gibi mali teşviklerin yanı sıra yatırım yeri tahsis şeklinde mali olmayan teşvikler de verilmiştir (Riad, 2023; Abou Ali,2012: 110). Türkiye’de ise yeni yatırım teşvik sistemi ile birlikte yatırım yeri tahsis, vergi indirimi, KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti, SGK prim desteği, faiz veya kâr payı desteği ve makine desteği gibi mali olmayan ve mali teşvikler ile yatırım teşvik araçları sağlanmıştır (2025/9903 sayılı Karar).

➤ Genellikle söz konusu ülkelerde turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinin usul esaslarını düzenleyen başlangıç yasal düzenleme özelliğindeki hukuki düzenlemeler, 1980’li yıllarda genel bir çerçeveye dayandırılmıştır (d’Urso, 2023:2; Andriotis, 2001: 300; Bayat ve Gürcam, 2018: 123).

➤ İtalya’da turizm sektörüne sağlanacak yatırım teşvikleri hem merkezi yönetim hem de bölgesel idareler tarafından belirlenebilmektedir (d’Urso, 2024:2). Türkiye’de ise

yatırım teşviklerinin hukuki çerçevesi ve uygulanması sadece merkezi yönetim tarafından oluşturulmaktadır (Ateşgaoğlu ve Adak,2024: 30).

Tablo 0.5. İtalya, Yunanistan, Mısır ve Türkiye’nin Turizm Gelirlerinin Toplam İhracat İçerisindeki Payı ve Ülkeye Gelen Turist Sayısı

Turizm Gelirlerinin Toplam İhracat İçerisindeki Payı (%)					Ülkeye Gelen Turist Sayısı			
Yıllar	İtalya	Yunanistan	Mısır	Türkiye	İtalya	Yunanistan	Mısır	Türkiye
2000	9,8	31,5	27,6	27,5	62.702.000	13.567.000	5.506.000	10.428.000
2001	9,0	30,7	25,6	33,4	60.960.000	14.678.000	4.648.000	11.619.000
2002	9,1	33,4	25,1	34,4	63.561.000	14.918.000	5.192.000	13.256.000
2003	8,9	29,4	23,4	29,3	63.026.000	14.785.000	6.044.000	14.030.000
2004	8,7	26,2	23,9	27,0	58.480.000	14.268.000	8.104.000	17.517.000
2005	8,4	26,1	23,5	27,7	59.230.000	15.938.000	8.608.000	21.125.000
2006	8,2	25,9	22,2	21,7	66.353.000	17.284.000	9.083.000	19.820.000
2007	7,6	23,4	23,3	19,5	70.271.000	– ¹⁹	11.091.000	27.215.000
2008	7,5	22,1	22,1	19,2	70.719.000	–	12.835.000	31.138.000
2009	8,6	27,2	26,4	24,5	71.692.000	14.900.000	12.536.000	31.760.000
2010	7,5	23,1	27,9	21,9	73.225.000	15.000.000	14.731.000	32.997.000
2011	7,3	24,0	19,8	20,8	75.866.000	16.400.000	9.845.000	36.769.000
2012	7,1	23,2	22,3	19,2	76.293.000	15.500.000	11.532.000	37.715.000
2013	7,3	23,9	15,1	20,5	76.762.000	20.112.000	9.464.000	39.861.000
2014	7,4	25,4	16,9	21,1	77.694.000	24.272.000	9.878.000	41.627.000
2015	7,7	28,0	18,4	21,5	81.068.000	26.114.000	9.328.000	41.114.000
2016	7,8	27,9	9,8	15,3	84.925.000	28.071.000	5.399.000	30.907.000
2017	7,9	27,3	20,1	16,4	89.931.000	30.161.000	8.292.000	37.970.000
2018	7,9	26,4	24,6	17,2	93.228.602	33.072.000	11.346.000	46.113.000
2019	8,2	28,3	26,6	21,5	95.399.000	34.005.000	13.026.000	51.747.000
2020	3,7	10,5	12,2	8,7	38.419.000	7.406.000	3.780.000	15.971.000

Kaynak: Tablo, World Bank Data Bank-Tourism Data, 2020; Trading Economics, 2020; Selim et al., 2020: 1149; TÜRSAB Turizm Gelirleri verileri ve Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Konaklama İstatistikleri kullanılarak oluşturulmuştur.

Yukarıdaki Tablo 2.5’te, turizm sektörünün büyümesi üzerindeki etkiyi gösterebilecek en önemli iki değişken, İtalya, Yunanistan, Mısır ve Türkiye için 2000–2020 dönemine ait veriler doğrultusunda sunulmaktadır. Buna göre, yıllar itibarıyla Yunanistan’ın, diğer ülkelere kıyasla, turizmin toplam ihracat gelirleri içindeki payının daha yüksek olduğu görülmektedir. İtalya’da ise, turizm sektörünün ihracat gelirleri içerisindeki

¹⁹ “–” işareti, ilgili yıla ait verinin mevcut olmadığını göstermektedir.

payı görece daha düşük bir oranda kalmıştır. Buna karşın, ülkeye gelen turist sayısı bakımından İtalya, diğer üç ülkeyle karşılaştırıldığında en fazla turist çeken ülke konumundadır. Ayrıca, tabloya göre 2020 yılında ülkeye gelen turist sayısı ile turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı incelendiğinde, tüm ülkelerde belirgin bir düşüş yaşandığı dikkat çekmektedir. Bu durumun sebebi ise daha öncesinde bahsedildiği üzere Covid-19 olarak adlandırılan koronavirüs salgın hastalığıdır.

Ülkeye gelen turist sayısı ile turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı arasında her zaman doğru orantılı bir ilişki bulunmamaktadır. Zira turist sayısının yüksek olmasına rağmen, kişi başına ortalama harcamanın düşük seviyede kalması; ülkedeki teknoloji, imalat ve sanayi ihracatının toplam ihracat hacmini domine etmesi; turizm sektörünü besleyen ve sektöre hizmet eden unsurların (yabancı seyahat acenteleri, ithal gıda ve enerji gibi) dışa bağımlı olması gibi etkenler bu durumu açıklamaktadır. Bu çerçevede, söz konusu iki değişken arasındaki ters yönlü ilişkide yalnızca ihracat hacmi değil, ihracat sepetinin gelir düzeyi de belirleyici bir faktördür. Nitekim, turist girişlerinin gelir düzeyinin yüksek olması, turizm gelirlerinin toplam ihracat ve GSYH içindeki payını artırmaktadır (Ren et al., 2019:2-3)

Tablo detaylı biçimde incelendiğinde, bazı yıllarda Türkiye'ye gelen turist sayısının İtalya'ya kıyasla daha yüksek seviyelere ulaştığı görülmektedir. İtalya'nın aksine, Türkiye'deki bu turist girişleri turizm gelirlerinin toplam ihracat üzerindeki payını da belirgin biçimde etkilemiştir. Başka bir ifadeyle, Türkiye'de turizm talebinin göstergelerinden biri olan ülkeye gelen turist sayısındaki artış, genel olarak turizm gelirlerinin ve bu gelirlerin toplam mal ve hizmet ihracat gelirleri içindeki oranının yükselmesine yol açmaktadır. Bununla birlikte, bu artış her zaman doğru orantılı ve istikrarlı bir şekilde ilerlememiştir. Nitekim ülkeye gelen turist sayısının en yüksek olduğu yıl olan 2019'da turizm gelirlerinin toplam ihracattaki payı yüksek olsa da turist sayısının daha düşük olduğu 2002 yılında bu oranın en yüksek düzeye ulaştığı görülmektedir. Bu tür durumlarda, döviz kurlarında meydana gelen dalgalanmalar sonucu turistlerin kişi başına ortalama harcamasının azalması ve ülkenin genel ihracat yapısındaki değişimler belirleyici rol oynamaktadır.

2.11.1. İtalya’da Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri

İtalya, farklı tercihlere sahip turistlerin ilgisini çeken önemli bir konumdadır. Mevsimsel cazibe merkezlerinin sayıca dağılımı, İtalya'nın farklı coğrafyasından kaynaklanmaktadır. İtalya'nın Apenin Dağları, Mont Blanc Dağları, Vezüv Yanardağı ve Alp Dağları gibi dağlık bölgeleri soğuk mevsimlerde farklı bir turistik coğrafya sunmaktadır. Bu dağlık bölgeler, kayak olanağı nedeniyle İtalya'nın kış turizmi sezonu için önemli bir değer niteliğindedir. Bununla birlikte, İtalya'nın bir tarafı karayla çevrili olsa da geri kalan üç tarafı Tiren, Adriyatik, İyon Denizi ve Akdeniz ile çevrilidir. İtalya'nın çeşitlilik arz eden coğrafyası, ülkeyi doğal cazibe merkezleri açısından niş bir turizm pazarında konumlandırmaktadır. İtalya'nın hem dağlık hem de deniz coğrafyası, ülkede sunulan doğal cazibe merkezlerinin gerçek omurgasını oluşturmaktadır. İtalya'nın söz konusu bu dağlık ve deniz coğrafyası turizm sektörü ölçek ekonomisinin ve sektöre yönelik uluslararası rekabet ile başa çıkmak adına mali politikaların daha fazla artış göstermesini zorunlu kılmıştır (Manrai et al., 2017:2-3).

İtalya ekonomisi için ana geçim kaynaklarından birisi olan turizm, bölgelerin otantik tarihi ve sanatsal kimliklerini anlatmak ve bunların korunması ve geliştirilmesi için yeni kaynaklar çekmek açısından çeşitli fırsatlara sahip olan bir ülkedir. Antik Roma döneminden kalma kültür ve sanat eserleriyle dolu olan İtalya'daki (Manrai et al., 2017: 5) tarih, sanatsal hazineler, cazibe merkezlerinin çeşitliliği ve zenginliği, moda, tasarım, yemek ve şarap kombinasyonu turistleri ülkeyi tekrar ziyaret etmeye iten kaldıraç niteliğinde faktörlerdir. Buna karşın özellikle 1980'li yıllardan itibaren İtalya'nın destinasyon özelliklerini geride bırakan ve turizm sektörünün sürdürülebilirliğini düşüren sebepler arasında ise yönetim sorunları, istikrar ve sadelik ilkesine uymayan hukuki düzenlemeler bütünü, turizm sektörüne yönelik mali politikaların düzenli ve sistematik olmaması, yabancı yatırımları çekmede yaşanan zorluklar, turizm tesislerinin ve ulaşım altyapısının bakımının yetersizliği, talebi tam olarak anlama ve rekabetçi turistik ürünler geliştirme becerisinin sınırlı olması, fiyat rekabetinin olmaması gibi unsurlar yer almaktadır (Angeloni, 2013: 125).

İtalya'da turizm sektörü için devletin düzenlemelerini içeren uzun süredir referans alınan Kanun, 217/1983 sayılı Turizm Çerçeve Kanunu'dur. Daha öncesinde devletin gerekli rehberliği olmaksızın bölgesel kanunlarla yönetilen turizm sektörünü düzenlemek amacıyla bu kanun, faydalı bir genel çerçeve sağlamıştır. Buna göre, mezkûr Kanunun 11. maddesi

turizm mesleklerinin bir listesini belirlemiş ve belirtilen mesleki rollerin yerine getirmesi gereken şartları belirleme görevini de bölgesel idarelere vermiştir. 2001 yılına kadar turizm, bölgesel idari yetkiye sahipti. Merkezi yönetim ve bölgesel idareler arasında turizm sektörü üzerinde eş zamanlı yasama yetkisi bulunmaktaydı. 2001 yılından itibaren ise Anayasa'nın 117. maddesi, turizm de dâhil olmak üzere devlete ait olan tüm konularda bölgesel idarelere tam bir yasama yetkisi vermiştir. Ancak bu maddede belirtilen yetki dağılımının ihlal edildiği gerekçesiyle Anayasa Mahkemesi'ne çok sayıda itiraz başvurusu yapılmıştır. Bu noktada her şeyden önce bölgelere verilen yetkinin sadece turizm sektörünün mesleki düzenlemeleri mi yoksa sektör üzerindeki tüm politikaları mı kapsadığı sorusunun yanıtı açıklığa kavuşturulması gerekiyordu. Bu yüzden Anayasa Mahkemesi, 2008 tarihli ve 222 sayılı Karar'ında bu konuyu ele almıştır. Mahkeme, belirli bir mesleğin hangi sektörde faaliyet gösterdiğine bakılmaksızın, disipline ilişkin temel ilkelerin belirlenmesinin her zaman Anayasa'nın 117/3 maddesi gereğince merkezi yönetimin yetkisi dâhilinde olduğuna karar vermiştir. Bununla birlikte, Mahkeme, 2009 tarihli ve 271 sayılı müteakip bir kararında, meslekler söz konusu olduğunda, mesleki profilleri tanımlamanın ve bunların uygulanması için gerekli şartları belirlemenin merkezi yönetimin sorumluluğunda olduğunu teyit etmiştir (d'Urso, 2024: 2-3).

1974-87 yılları arasında Kuzey Avrupalı tur operatörleri tarafından Akdeniz havzasının İspanya, Yunanistan, Türkiye ve Yugoslavya gibi ucuz kıyı bölgelerine doğru yatırım eğilimleri başlamıştır. Söz konusu bu eğilim, rekabeti o kadar artırmıştır ki İtalyan turizm ürünlerinin fiyatları yeni destinasyonlara kıyasla yüksek kalmıştır. Buna karşın hizmet kalitesi olarak karşılaştırıldığında ise İtalyan turizmi, iyi bir performans sergileyememiştir. Örneğin, İtalyan havayolu şirketi Alitalia'ya yönelik korumacı hükümet politikası nedeniyle uçak biletlerinin fiyatları artmış ve genel İtalyan havaalanı yapısı az gelişmiştir. Bu durumun somut bir sonucu olarak da 1974 yılından 1994 yılına kadar geceleme sayılarında gerçekleşen yüzdelik değişimde²⁰ zamanla artış gösteren bir düşüş olmuştur. Turizmin İtalyan ekonomisi için taşıdığı öneme rağmen bu dönemde, Turizm Bakanlığı, turizmin uzun vadede ülkenin makro ekonomisi için geri bildirimleri üzerine herhangi bir teşvik politikası uygulamamıştır. Başka bir deyişle, Turizm Bakanlığı bu dönemde, turizm ve turizme yapılacak yatırım teşvikleri hususunda yerel makamlar ve özel

²⁰ Ayrıca Bkz. Formica & Uysal, 1996: 327.

sektör ile eylemleri koordine edecek genel bir vizyondan yoksundu. Öte yandan, Eylül 1992’de İtalyan para biriminin devalüe edilmesi, kısa vadeli geçici bir etki ile 1993 ve 1994 yıllarında İtalya’nın turizm talebini olumlu yönde etkilemiştir (Formica ve Uysal, 1996:326-327).

İtalya’da sadece coğrafi-bölgesel değil, her şeyden önce sosyal-ekonomik bir çeşitlilikle karakterize edilmiş bir turizm organizasyon sistemine duyulan ihtiyaç, 29 Mart 2001 tarihli ve 135 sayılı Kanun’un çıkarılmasına kaynaklık etmiştir. 135 sayılı Kanun, İtalyan turizm sisteminin rekabet gücünün artırılmasına yönelik genel ilkeleri sağlamak amacıyla çıkarılan normatif bir referanstır. Bu referans sonrasında ise 13 Eylül 2002 tarihinde, İtalyan Bakanlar Kurulu Kararnamesi çıkarılmıştır. Söz konusu kararname, 24 Şubat 2002 tarihinde İtalyan Hükümeti ile özerk bölgesel ve il idareleri arasında imzalanan “Turizm Sisteminin Uyumlaştırılması, İyileştirilmesi ve Geliştirilmesi İlkeleri” üzerine yapılan anlaşmaya katkıda bulunmuştur. Turizme ilişkin bu ilkeler, kamu-özel sektör iş birliği ve her bir yerel bölgenin kendine has özelliklerine göre belirlenen, Yerel Turizm Sistemlerinin (Local Tourism Systems- LTS)²¹ kurulmasına hizmet etmiştir (Fortunato ve Perano, 2012: 2-3). Buna göre, 135 sayılı Kanun’un 5/2 maddesi uyarınca yerel organlar, bulunduğu bölgenin eksikliklerini yerinde ve yerinden tespit etmekte ve bölge üzerindeki turizm politikalarının birinci referansını temsil etmektedirler. Buna göre, LTS’ler de bu doğrultuda entegre edilmiş turistik programlarını teşvik etmekle yükümlüdürler. Yani bu madde ile birlikte, her özerk bölgeye bulunduğu bölgenin özellikleri dâhilinde kendi endemik turizm teşvik politikasını oluşturarak ve en nihayetinde LTS ve İtalyan turizm koordinasyonunu sağlama konusunda bölgesel yönetimlerin yasama organına yetki verilmiştir (Fortunato ve Perano, 2012: 5).

İtalya’da turizm vergisi “Imposta di Soggiorno” olarak adlandırılmakta ve ilk kez 1910 yılında sadece termal tesisler ve sahil destinasyonlarında uygulanmaya başlanmıştır. 1938 yılında diğer turizm merkezlerini de kapsayacak şekilde genişletilmiş ve 1989 yılında kaldırılmıştır. 2011 yılında, yeniden uygulanmaya başlanan vergi mahalli bir niteliğe haizdir. Söz konusu vergi, oteller, kamp alanları, B&B, pansiyon gibi konaklama tesislerinde

²¹ LTS, farklı bölgesel idarelere ait coğrafi alanlar da dâhil olmak üzere, tarımsal veya yerel el sanatları ürünleri gibi kültürel, çevresel ve turistik cazibe mirasının yaygın varlığı ile karakterize edilen turistik bağlamları ifade etmektedir (Fortunato ve Perano, 2012: 3).

turist olarak adlandırılabilir geceleleyen ziyaretçiler tarafından ödenmektedir. Bu vergiye ek olarak, 2011 yılında “Imposta di Sbarco” olarak adlandırılan turizm vergisi uygulanmaya başlanmıştır. Bu vergi, küçük adalarda bulunan belediyeler tarafından tahsil edilmektedir. İtalya’daki turizm vergisi, diğer Avrupa ülkelerine kıyasla çok daha makul fiyatlar üzerinden uygulanmaktadır. ²²(Brandano, 2015:119-120). Özellikle Roma, Venedik, Floransa ve Siena gibi önemli şehirlerinde dahi turistler, konaklama tesisinin özelliklerine bağlı olarak geceliği kişi başına 0.50-5.00 € arasında değişen bir vergilendirmeye tabi tutulmaktadır. Bu açıdan bakıldığında da İtalya, düşük vergilendirme esasına dayalı olarak turizm sektörünü destekleme eğilimindedir (Brandano, 2015: 121; Normatıvı, 2022: 1).

İtalyan vergi sistemi, genellikle çok karmaşık ve eklemlidir. Gelir vergisi söz konusu olduğunda, 22 Aralık 1986 tarihli, Testo Unico delle Imposte sui Redditi’de (TUIR) referans kanundur. Bu kanun hem kişisel gelir vergisine (IRPEF) hem de kurumlar vergisine (IRES) ilişkin kuralları içermektedir (Del Federico, 2023: 247). Buna göre, İtalya’da günümüzde hala geçerliliğini koruyan 1991 tarihli ve 413 sayılı Kanun’un 5. maddesi gereğince, şarap turizmini desteklemek adına çiftlik evlerinin elde ettiği kâr gelirleri, diğer gelir unsurlarının aksine %25 düz oranlı bir vergi tarifesine sahiptir. ²³(Farri, 2020: 3). İtalya’da turizm hizmetleri üzerinden alınan diğer vergi de KDV’dir. KDV açısından değerlendirildiğinde ise otel, bar, yiyecek-içecek idaresine ilişkin restoran hizmetleri için %10 oranında (%22 yerine) indirimli KDV oranı²⁴ uygulanmaktadır. Müze, sanat galerisi, anıt, tarihi villalar gibi ziyaretlere dair gerçekleştirilecek hizmetlere ise KDV muafiyeti tanınmaktadır (Farri, 2020: 5).

İtalyan vergi sisteminde turizm sektörüne yönelik belirli kurallar bulunmakta iken bunlar düzensiz, sistematik olmayan ve her halükarda turizmin etkin bir şekilde mali olarak teşvik edilmesine yol açmaya uygun olmayan müdahaleleri temsil etmektedir. Bu duruma, zaman içerisinde turizm konusundaki yetkinin Ekonomi Kalkınma Bakanlığı’na verilmesi ve daha sonra tekrar Başbakanlığın genel yetkisine alınması, son olarak da Kültürel Miras Bakanlığı’na bırakılması örnek olarak verilmektedir. Buradan hareketle, İtalya’da turizmi teşvik edecek organik bir politika yoktur çünkü turizmi kimin teşvik etmesi gerektiği bile

²² Ayrıca Bkz. Brandano, 2015:121-122.

²³ İtalyan gelir vergisi (IRPEF) artan oranlı bir vergi tarifesine sahiptir. IRPEF; gayrimenkul, istihdam (bağımlı ya da bağımsız), ticari faaliyetler, sermaye/yatırım geliri ve arazi geliri gibi kaynaklardan elde edilen gelirler üzerinden hesaplanmaktadır (Italian Tax, 2024; Buglo, 2024):

²⁴ Bkz. 633/1972 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesine ekli Tablo A, Bölüm III, m.120 ve 121.

belli değildir. Buna karşın artan küresel bağlantılar ve nüfusun artan hareketliliği turizm talebi eğrisini oldukça esnek hale getirmiştir, bu nedenle turizm artık sadece mirasla yaşayabilecek ve yaşlanabilecek bir sektör değildir (Farri, 2020: 2).

31 Mayıs 2014 tarihli ve 83 sayılı Kültür Kararnamesi olarak da adlandırılan Kanun Hükmünde Kararname (KHK) ile 2014, 2015 ve 2016 mali yılları kapsamında yapılacak olan turizm hizmetlerinin modernizasyonu ve dijitalleşmesi ve ayrıca otellerin restore edilmesi için meydana gelecek giderlerin %30'u oranını karşılayacak kadar vergi kredisi sağlanmıştır. Aynı zamanda İtalya'nın kamusal mirasını korumak, muhafaza etmek ve restore etmek, kamusal alanları ya da kâr amacı gütmeyen kültürel kurumları yenilemek ve genişletmek amacıyla yapılacak harcamaların, 2014 ve 2015 mali yıllarında %65'i ve 2016 mali yılında ise %50'sine tekabül edecek giderlere vergi indirimi uygulanacaktır. Bununla birlikte, söz konusu bu teşvik, yerleşik olan ve yerleşik olmayan yani tam ve dar mükellefleri kapsamaktaydı (Foglia ve Valva d'Ayala, 2014).

6 Kasım 2021 tarihli ve 152 sayılı KHK ile birlikte otel işletmeleri, tarımsal turizm faaliyetleri yürüten yapılar, termal kompleksler, marinalar ve tema parkları dâhil olmak üzere turizm, rekreasyon, fuar ve kongre sektöründeki işletmelere, Turizm Bakanlığı 500 milyon € tutarında kaynak ayırarak "Süper Bonus %80" adı altında teşvik uygulamasını başlatmıştır. Buna göre, 7 Kasım 2021 ila 31 Aralık 2024 tarihleri arasında turizm sektörüne yapılacak yatırımları desteklemek amacıyla vergi kredisi ve nakdi hibe şeklinde iki farklı türde teşvik politikası uygulanmıştır. Buna göre, enerji verimliliğinin artırılması, termal havuzların inşası ve dijitalleştirme amaçlı yapılacak giderlerin %80'ine kadar olan kısmı için giderin gerçekleştiği yılı takip eden mali yıldan itibaren mahsup edilerek, vergi kredisi sağlanmıştır. Bununla birlikte, Turizm Bakanlığı, orta ve güney İtalya'nın belirli bölgelerinde bulunan ve turizm sektöründe yer alan genç ya da kadın girişimciler tarafından daha öncesinde belirtilen hizmetlerin gerçekleştirilmesi esnasında meydana gelen giderlerin %50'sini aşmayan ve iade edilmeyen bir hibe şeklinde teşvik uygulamıştır (Benigni ve Marengo, 2021).

6 Kasım tarihli KHK'de ayrıca KOBİ'ler için garanti fonu kapsamında turizm sektöründe, 499'dan fazla çalışanı olmayan şirketlerde iş kurmayı planlayan 35 yaşına kadar olan gençler için bankalar üzerinden finansmana erişimlerinde kolaylık sağlamak amacıyla maksimum 5 milyon € tutarında kredi garanti fonu uygulaması gerçekleştirilmiştir. Buna ek

olarak, “Süper Bonus %80” uygulamasının alternatifi olarak Turizm Bakanlığı ile ABI ve Cassa Depositi Prestiti S.p.A. arasında anlaşma imzalayan bankalardan biri seçilerek 36 aya kadar yıllık %0,5 oranında faiz indirimli kredi kullanımı şeklinde bir teşvik tedbiri sağlanmıştır (Andersen, 2021: 5).

13 Aralık 2023 tarihli ve 190 sayılı turist rehberliği mesleğini düzenleyen Kanun, rehberlerin millileştirilmesi, yasa dışı uygulamalarla mücadele edilmesi ve kamu tarafından belirli alanlara getirilen sınırlamaların kaldırılmasını kapsamaktadır (d’Urso, 2024:7). 9 Ağustos 2024 tarihli ve 113 sayılı KHK’nin 20. maddesi gereğince İtalyan Turizm Bakanlığı, 1 Kasım 2023 ve 31 Mart 2024 tarihleri arasındaki dönemde yaşanan dağ turizmi faaliyetlerini canlandırmak ve Apenin Dağları boyunca turist akışındaki azalmanın damga vurduğu turizm işletmelerini desteklemek amacıyla 13 milyon € tutarındaki “Bando Appennini 2025” programını yayınlamıştır. Söz konusu programdan otel, kamp alanları, pansiyonlar, termal tesisler, restoranlar, seyahat acenteleri ve tur operatörleri ve telesiyej ve kar yapma operatörleri yararlanabilmekte iken son başvuru tarihi ise 10 Temmuz 2025’ti. Nakdi olarak ödenecek hibe şeklinde teşvik türü ile desteklenecek turizm işletmelerine toplu olarak ödemeler gerçekleştirildi (Ministero Del Turismo, 2025: 2).

2.11.2. Yunanistan’da Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri

Yunanistan’da turizmin gelişimine hizmet etmek üzere hükümet kurulu olarak Yunan Ulusal Turizm Örgütü (GNTÖ), 1929 yılında kurulmuştur. O yıllarda Ekonomi Bakanlığı’nın denetimi altında bir kamu kuruluşu niteliğinde olan GNTÖ, 1936 ile ülkedeki parlamento seçimlerinden sonra sembolik olarak yeniden kurulmuş ve ayrıca ülkede 1951’e kadar turizm sektörünün üzerindeki yetkiler GNTÖ ve diğer kurumlar arasında birkaç kez el değiştirmiştir. Bu değişiklikler, 2. Dünya Savaşı’nda Yunanistan’ın Alman işgaline uğraması (1941-1944) ve Yunan iç savaşı (1946-1949) nedeniyle ortaya çıkan istikrarsızlıklardan kaynaklanmıştır (Vaquerizo, 2017: 246).

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra turizm sektörünün üzerine iki ana amaç içeren strateji geliştirilmiştir. Bunlardan ilki, hükümet tarafından altyapının oluşturulmasına doğrudan müdahale edilmesiydi. Bu doğrultuda, GNTÖ, bina ve işletme normları oluşturmak ve daha fazla özel yatırım çekmek amacıyla ülke genelinde turizm üstyapı tesislerine yönelik geniş bir kamu yatırım projesi başlatmıştır. İkinci amaç ise turizm

yatırımlarının cazip hale getirilmesi için yatırım teşviklerinin gerçekleştirilmesi idi. 1950-1967 yılları arasında turizm teşvik politikası genel nitelikteydi ve bölgesel farklılaşmadan yoksundu. Bu dönemdeki turizm teşvik politikalarını içeren kanunlar sırasıyla 2176/1952²⁵ sayılı Kanun ve 3213/1955 sayılı Kanun'du. Bu kanunlar genel itibarıyla konaklama tesislerinin inşası ile ilgili düzenlemeleri içermekteydi. Yürürlükte olan teşvikler ise vergi indirimleri, amortisman ödenekleri ve ekipman ithalatı için tarife imtiyazlarıydı (Dimitris et al., 2005: 12; Andriotis, 2001: 300).

Ülke genelindeki turizm faaliyetlerini izlemek üzere Bölgesel Turizm Ofisleri kurulmuştur. İlk bölgesel turizm ofisi, 1957 yılında Selanik'te kurulmuş ve aslında bir enformasyon ofisi olarak faaliyet göstermiştir. Selanik şehrinin seçilmesi, her yıl gerçekleşen Uluslararası Fuar ile ilgiliydi (Moira ve Mylonopoulos, 2012: 624). 1967 ile 1974 yılları arasında ise yaşanan, Yunanistan Askerî Cuntası sonrasında ülkede demokrasi yeniden inşa edilmiş ve turizm sektörünün gelişimi hükümetin kalkınma planlarına dâhil edilmiştir. Bölgesel turizm gelişimine özel bir ağırlık, 70'li yılların başında verilmiştir. Özellikle 1972 Kalkınma Kanunu (L.D. 1313/72) ülkeyi üç bölgeye ayırmıştır. Daha sonrasında ise turizm amaçlı geleneksel yapılara yapılan yatırımlar için dördüncü bir (D) bölgesinin oluşturulmuştur. İlk defa bankacılık sisteminin finansman politikası bölgelere göre farklılaşmış ve hükümet tarafından özel kanunlarla belirlenmiştir. Bu düzenleme dağ turizminin geliştirilmesi için bir temel oluşturmuştur (Vaquerizo, 2017: 246; Dimitris et al., 2005:12).

1976 yılında, uygun mali teşviklerin sağlanması yoluyla kış turizminin geliştirilmesi için dağlık alanların²⁶ tanımlanmasına yönelik bir çalışma yapılmıştır (C.A. 33/1976 ve C.A. 85/1976). 1976 ve 1978 yıllarında sırasıyla 289/76 sayılı Kanun ve 849/78 sayılı Kanun ile turizm yatırım teşvik bölgeleri oluşturulmuştur. 80'li yıllarda, bölgesel politikaya yönelik değişiklikler yapılmıştır. Bu değişiklikler, Yunanistan'ın üye olduğu, AB'nin mali politikasına uyum sağlama zorunluluğunun bir sonucuydu. Aynı zamanda bahsi geçen bölgesel nitelikli yatırım teşvik politikalarının değişikliklerin somut karşılığı, 1116/1981 sayılı Kanun'dur. 1116/1981 sayılı Kanun'un temel özelliği ise bölgesel ölçekte sermaye

²⁵ 2176/1952 sayılı Kanun, çevre bölgelerdeki imalat tercihlili vergilendirme ve amortisman muamelesi sunan ilk kanundur (Vagionis, 1994: 49).

²⁶ Dağlık alanların çoğu 1978 yılında D alanına dâhil edilmiştir (Dimitris et al., 2005: 13).

hibelerinin sağlanması, ilk Bölgesel Kalkınma Programının (1981-1985) tasarlanması, Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu'ndan ilk hibelerin ve Avrupa Yatırım Bankası'ndan ilk kredilerin toplanması yoluyla yatırım teşviklerinin yoğunlaştırılmasıydı (Dimitris et al., 2005: 13-14; Konsolas et al., 2002: 1).

Yunanistan'da en önemli kalkınma kanunlarından bir diğeri de 1262/1982 sayılı Kanun'dur. Bu kanun, Yunanistan'ın çevre bölgelerinde ve sınırlarında yeni konaklama tesislerinin, kampinglerin, kaplıcaların, kış sporları merkezlerinin inşası ve tarihi ve ayrıca geleneksel değeri olan binaların restorasyonu için yatırımcılara yatırım sübvansiyonları, faiz indirimi ve amortismanların artırılması gibi ekonomik destek sağlamıştır. Dağlık vilayetler gerileyen bölgeler olarak kabul edilmiş ve çoğu C bölgesine dâhil edilmiştir. Sadece sınır çizgisinde yer alanlar, D alanına dâhil edilmiş ve bu alanlar daha yoğun destek almıştır. Bununla birlikte, 2234/94 sayılı Kanun'la B ve C bölgelerinde oluşturulan veya genişletilen ve kış turizmine hizmet eden oteller, D bölgesinin avantajlarından yararlanmıştır (Andriotis, 2001: 300; Dimitris et al., 2005: 13-14).

1998 yılında, 2601/98 sayılı Kanun yürürlüğe girmiş ve yatırım teşvik uygulamalarını tüm sektörler için tek bir kanunda düzenlemiştir. 81/A/15.4.1998 Resmi Gazete 'de yayımlanan (Aydoğuş vd., 2006: 8) bu kanun, mevcut yatırım teşviklerine bir yenisini eklemiştir. Buna göre, yeni ekipman kullanım hakkının elde edilmesi için leasing sübvansiyonu (en fazla 5 yıl için) verilmiştir. Ayrıca yeni ve eski işletmeler arasında bir ayırım yapmakta ve eski işletmeleri vergi muafiyeti yoluyla desteklemekte ve sübvansiyon seviyesini her bir yatırımın yarattığı istihdam sayısına bağlamaktadır. Kanun, turizm ürününün niteliğinin yükseltilmesini ve işletmelere mali yardım sağlanmasını amaçlamıştır. Yeni teknolojileri ve çevre dostu teknikleri benimseyen yatırımların yanı sıra marinalara, konferans merkezlerine, kayak merkezlerine ve doğal kaplıca tesislerine yapılan yatırımları teşvik etmiştir. Yatırım teşvikleri, B sınıfı ve daha yüksek otellerin kurulması veya genişletilmesi, otel birimlerinin ve kamp tesislerinin (C sınıfından daha düşük olmayan) modernize edilmesi ve en az C sınıfı otel birimlerinde özel turizm altyapısı (örneğin, spor tesisleri) tesislerinin kurulmasını desteklediğinden yüksek kaliteli turizm işletmelerini teşvik etmiştir (Dimitris et al., 2005:15-16).

2636/1998 sayılı Kanun ile birlikte, 1998 yılında GNTÖ, gayrimenkul varlık portföyünü geliştirmeyi ve yönetmeyi üstlenen ilk devlet şirketi özelliğini kazanmıştır. Tek

hissedarı Ekonomi Bakanlığı olan şirket, Turizm Bakanlığı tarafından denetlenmiştir. 7.300 hektarlık 300'den fazla arsa, ülke çapında 40 otel, 6 yat ve gezi teknesi marinası, 2 kumarhane, Yunanistan'ın en büyük kış sporları/kayak tesisi, 9 kaplıca tesisi, 11 kamp alanı gibi gayrimenkuller şirketin hali hazırda portföyünde olan varlıklarıdır (Triantafyllopoulos, 2006: 59).

GNTO kamu sektörü şirketi uluslararası sermaye, gayrimenkul ve geliştirme uzmanlığını çekmek için kamu özel sektör ortaklığı planları gibi yenilikçi finansman tekniklerini benimsemiştir. Örneğin, 2001 yılında Yunanistan'ın başkenti Atina ve Attika'daki iki yat limanının geliştirilmesi için uluslararası ihale davetleri verilmiştir. Bu ihaleler, 2002 yılında ilgili sözleşmelerin imzalanmasıyla tamamlanmıştır. 2003 yılında ise Rodos Adası'ndaki 150 hektarlık golf sahası için önerilen yatırım tutarı, arazi değeri hariç 93 milyon € olan 18 delikli golf sahasının modernizasyonu, 1.000 yatak kapasiteli otel ve 250 turistik konutun inşasını içeren bir geliştirme programı yayınlanmıştır (Triantafyllopoulos, 2006: 60).

2004 yılında 3270/04 sayılı Kanun ile birlikte Turizm Bakanlığı, turizm sektörü ile ilgili kamu kurumlarını yönlendirmek üzere Turizm Geliştirme Bakanlığı olarak değişmiştir. Bununla birlikte, GNTO, bu bakanlığın yetki alanına girmiştir (Moira ve Mylonopoulos, 2012: 623). Bununla birlikte, Yunanistan'da 2004 yılında 3299/2004 sayılı Kalkınma Kanun'u uygulanmıştır. Yatırımlara yönelik mali teşvikleri içeren mezkûr Kanun, Yunanistan'ın neredeyse tüm coğrafi bölgelerinde turizm başta olmak üzere çeşitli sektörlerle uygulanmıştır. Coğrafi bölgeye, sektöre ve yatırım türüne bağlı olarak değişim gösteren bu mali teşvikler, öncelikli olarak toplam yatırım sermayesinin bir kısmını destekleyerek yatırımları finanse etmiştir (Karafolas, 2013: 82).

3299/2004 sayılı Kanun'a göre, teşvikler; coğrafi bölge, sektör ve yatırım türleri şeklinde ayrı gruplara ayrılmıştır. Tesis türü ayırt etmeksizin turizm sektörü üzerine yapılacak yatırım teşvikleri²⁷ ise dördüncü grupta yani D bölgesinde yer alan şehirleri kapsamaktadır. Teşviklerin amacı, bölgelerin özelliklerine ve yatırımların mahiyetine göre değişiklik göstermekle birlikte, iki yıl boyunca sürecektir nakdi ve leasing desteği ile işçilik

²⁷ 3299/2004 sayılı Kalkınma Kanunu'na göre, Yunanistan'da belirlenen bölgelere göre teşvik uygulamaları için Ayrıntılı bkz. Aydoğuş vd., 2006:10.

maliyetlerinin karşılayarak istihdam artışını sağlamaktı. Mezkûr Kanun kapsamında nakdi para ve leasing yardımı, istihdam teşvikleri ve gelir vergisi muafiyeti ile turizme mali teşvikler sağlanmıştır. Yatırımcıya doğrudan ödeme şeklinde gerçekleştirilen nakdi yardımlar, iki aşamada verilmiştir. Bu aşamalardan ilki, yatırımın %50'si tamamlandıktan sonra ve ikinci aşaması ise yatırım bittikten sonraki işletme döneminin başlamasını içermektedir. İstihdama ilişkin yardımlar ise her 6 ayda bir olmak üzere ilgili işletmeye yapılmaktaydı (Aydoğuş vd., 2006: 8-9).

2007/2008 yıllarında yaşanan küresel finansal krizin ardından Yunanistan'ı daha önceki dönemlerde takip eden makroekonomik dengesizlikler, bu dönemde daha da belirgin hale gelmiştir. Hem özel hem de kamu sektöründeki borç kaynaklı tüketim artışı kötü bir mali yönetimle birleşince ülkede bütçe açığı, cari açık ve borç stokunun artışı şeklinde sorunlar silsilesinin bir araya gelmesi sonucunda kriz halinde bir kamu maliyesi sarmalı oluşmuştur. Bununla birlikte, ülkenin bütçe açığını eksik bildirmesi, 2009 yılında yaşanan kamu borcundaki sert artışın tetikleyicisi olmuştur. Avrupa'nın o dönemde bir bankacılık birliğine sahip olmaması ve Avrupa Merkez Bankası'nın son çare mercii rolünün belirsizliği krizi daha da körüklemiştir (Papadavid, 2024: 1).

Yunan hükümetinin 2009 yılının sonlarından itibaren kamu borç krizinin yönetiminin beraberinde getirdiği ekonomik ve sosyal sonuçlar, borç deflasyonu²⁸ bunalımının pek çok özelliğini taşımaktadır. Yunanistan'ın bu dönemde ekonomik ve mali tablolarının durumunun kötü olması ve karmaşık ve parçalı yasal çerçeve sorunu, turizm sektörü üzerindeki yatırım teşviklerine dair kronolojik olarak hukuki düzenlemelerin takibi ve analizi konusundaki sürdürülebilirliği kötü etkilemiştir (Matziouni, 2020: 22-23). Bu yüzden 2009 yılında, 186/2009 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi ile Kültür ve Turizm Bakanlıkları birleştirilerek tek bir Kültür ve Turizm Bakanlığı kurulmuştur (Moirra ve Mylonopoulos, 2012: 623).

Konjonktürel olarak buhran aşamasında olan ülkenin bütçesinde ve diğer makro göstergelerinde yaşanan sorunlar silsilesinde ekonomideki iktisadi istikrarsızlığın

²⁸ İlk defa Fisher (1933) tarafından ifade edilen borç deflasyonu kavramı, daha sonrasında Minsky (1982) ve Bernanke (1983) tarafından geliştirilmiştir. Borç deflasyonu, aşırı borçlanmanın varlık satışına ve parasal daralmaya neden olması sonucunda finansal sistemin işleyişinin bozulması sebebiyle de talebin azalması ve aynı zamanda deflasyonun ortaya çıktığı bir durumu ifade etmektedir (Ulusoy vd., 2015: 2).

giderilmesinin öncelik sıralaması ve özellikle nakdi teşviklerin sağlanması konusunda varlık fonunun olmaması Yunan turizmine verilecek yatırım teşviklerini kısıtlayan temel nedenlerdi. Ekonomik krizi bu kadar derinden yaşayan ülkelerin çoğunda olduğu gibi Yunanistan'ın da iç koşullar altında ihtiyaç duyduğu sermayeyi, doğrudan yabancı yatırımlarında aramıştır. Bu nedenle alınan önlemler ve teşvikler, hatta bunların önkoşulları, dolaylı olarak yabancı yatırımcılara yönelik olmuştur (Matziouni, 2020: 22-23).

Yunan turizm sektörüne hükümetin yatırım teşvik sağlaması ve bu husustaki hukuki düzenlemelerini uygulamaya koymasından ziyade kriz döneminde ve kriz döneminin hemen akabinde sektörün kurumsal olarak genel çerçevesinin belirlenmesi gerekliydi. Buradan hareketle, ulusal ve bölgesel anlamda turizmle ilgili düzenlemelerin yer aldığı kural ve yönetmelikler bütünü oluşturulmuştur. Sektöre yönelik oluşturulan mevzuatlar ise aşağıdaki Tablo 2.6'da gösterilmektedir.

Tablo 0.6. Yunanistan'da 2011-2014 Yılları Arasındaki Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Düzenlemeleri

Yıllar	Hukuki Düzenleme Adı	Açıklama
2011	4002/2011 sayılı Kanun	Kanun, Yunan turizm sektörüne yeni bir yatırım türü olarak turizm komplekslerini eklemiştir.
2011	4014/2011 sayılı Kanun	Kanun, her tür konaklama tesisi için çevre lisansını düzenlemiştir.
2012	4072/2012 sayılı Kanun	Kanun, oteller ve diğer turizm işletmeleri için ruhsatlandırma prosedürlerini düzenlemiştir.
2012	4093/2012 sayılı Kanun	Kanun, turist rehberleri için ruhsatlandırma prosedürlerini düzenlemiştir.
2013	4179/2013 sayılı Kanun	Kanun; konaklama kompleksleri, apart oteller, gençlik pansiyonları, marinalar gibi yeni turizm yatırım türlerini ve ruhsatlandırma prosedürlerini getirmiş ve GNTÖ idaresine ilişkin temel hükümleri düzenlemiştir.
2014	4254/2014 sayılı Kanun	Turizm faaliyetleri önündeki engellerin kaldırılmasına ilişkin hükümleri içermiştir.
2014	4238/2014 sayılı Kanun	Turizm Kriz Yönetim Komitesinin kurulmasına ilişkin yasal çerçeveyi belirlemiştir.
2014	4276/2014 sayılı Kanun	Turizm altyapısı, deniz rezervleri, şarap turizmi, sağlık turizmi, agro turizm ve Yunanistan'ın yurtdışında tanıtımı ile ilgili temel hükümleri içermektedir.
2014	26036/2014 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı	Pansiyonların işletilmesine ilişkin teknik ve işlevsel şartnameler ile diğer hüküm ve koşulları belirlemiştir.

Kaynak: European Commission Greece, 2014: 5-6.

Yunanistan'da özellikle kriz döneminden sonraki yatırım teşviklerine dair yürürlüğe konulan kanunların genel bir özelliği bulunmaktadır. Bu da kanunlarda belirtilen büyük ölçekli yatırımlar adı altında sayılan yatırım projelerine ilişkin tüm tüzel kişileri ya da tüm

sektörleri kapsayan genel nitelikli bir düzenleme özelliğinde olmalarıdır. Yani sadece turizm sektörüne yönelik yatırım projelerine dair ve hatta turizm tesislerini ayırt edici şekilde olan özel nitelikli yatırım teşvik kanunları ya da kalkınma kanunları niteliğine haiz değildir. 4399/2016 sayılı Kanun'da söz konusu bu kanunlardan bir tanesidir. 16 Haziran 2016 tarihli ve 4399/2016 sayılı Yeni Kalkınma Kanunu'nda (New Development Law) belirtilen kurallara uygun yatırım projelerini gerçekleştirecek tüm tüzel kişileri kapsayan genel niteliklidir. Yunan Parlamentosu, Ekonomi, Kalkınma ve Turizm Bakanlığı tarafından kabul edilen 4399/2016 sayılı Kanun'un amacı ise *“ülkenin bölgesel ve ekonomik büyümesine yönelik özel yatırımlar için devlet yardımı planlarının oluşturulmasına ilişkin düzenleyici çerçeve”* başlığı doğrultusunda özel sektörü harekete geçirecek teşvik politikalarının uygulanmasıdır (4399/2016 New Development Law, 2016: 1-2).

4399/2016 sayılı Kanun' göre, yatırım planı tamamlandığında ya da işletme dönemine başlandığında gelir vergisi muafiyeti, nakdi hibeler, istihdam teşvikleri ve leasing yardımları olmak üzere belirtilen şartların yerine getirilmesi halinde turizm²⁹ de dâhil olmak üzere diğer tüm sektörler yararlanmıştır. Yatırımcı, yatırım projesi için ayırdığı bütçenin %50'sinin uygulanması ve denetimlerin gerçekleştirilmesinin ardından vergi muafiyetine hak kazanmaktadır. Vergi muafiyetinin tamamını ise hak kazandığı mali yıldan itibaren 15 yıl boyunca kullanabilir. Önceki yıllardan kalan vergi muafiyeti, yıllık vergi muafiyetine eklenecek olan ise toplam vergi muafiyetinin %20'sini geçemez. Yatırım projesi eğer ki büyük ölçekli yatırım ise asgari bütçesi 500.000 € olan yatırımlarda (4399/2016 New Development Law, 2016: 8) nakdi hibeler, yatırımcıların vergiye tabi kârının hesaplanmasında yatırım maliyetlerinden düşülmeyecektir. Leasing sübvansiyonu ise yararlanıcı tarafından kira taksitlerinin ödenmesini takiben her altı ayda bir ödenecektir. Sübvansiyon, yatırım planının tamamlanmasından ve üretken faaliyetlerin başlamasından önce onaylanan tutarın %60'ını geçemez (4399/2016 New Development Law, 2016: 10).

Stratejik yatırımlara ilişkin doğrudan yabancı yatırımları ülkeye çekmek için Yunanistan'ı cazibe merkezi haline getirmek amacıyla 4608/2019 sayılı Stratejik Yatırımlar Kanunu yürürlüğe girmiştir. Belirtilen kanun aracılığıyla, turizm sektörü de dâhil olmak

²⁹ 4399/2016 sayılı Kanun'a göre, turizm sektörüne ilişkin yatırım teşvik projelerinden yararlanabilecek olanlara konaklama, yiyecek-içecek hizmetleri ve seyahat acentesi, tur operatörü ve diğer rezervasyon hizmetleri dâhildir.

üzere yabancı yatırımcılara geniş çaplı teşvikler sağlanmıştır. Buna göre, kanun kapsamında yapılan yatırımların 12 yıllık dönemi boyunca vergi oranının yatırımın başvurusu sırasında sahip olduğu değerde sabitlenmesi (istikrarlı vergi oranı teşviki), kurumlar vergisi için azami 15 yıllık vergi tatili, hızlandırılmış amortisman şeklinde mali teşvikler sağlanmıştır. Bu teşviklere ek olarak, engelli ya da kronik rahatsızlığı olan çalışanların işe alım maliyetlerinin karşılanması ve Ar-Ge projelerine ilişkin sübvansiyon verilmesi gibi yatırımcılara sağlanan destekler de yer almıştır (Matziouni, 2020: 25-26).

Yunanistan Kamu Gelir İdaresi'nin Covid-19 nedeniyle yayımladığı 5 Haziran 2020 tarihli E. 2080 Genelgesi'ne göre, Food & Beverage hizmetlerinin dâhil olduğu konaklama hizmetlerine ve konaklama hizmetlerinden ayrı olan restoran ve pastane hizmetlerine uygulanan KDV oranı, %24 oranı yerine %13 oranında uygulanmıştır. Ayrıca bu genelgeyle, sigorta primlerinin %90 oranında düşürülmesine yönelik sigorta primi işçi hissesi desteği sağlanmıştır. Bu destek, işçilerin aylık maaşlarında 2,7 ila 27 € arasında bir artışa yol açmıştır (Global VAT Compliance, 2020).

Yeni bir turizm tesisinin kurulması ve var olan bir tesiste kapasitenin genişletilmesi ve modernizasyonu ya da üretim sürecinde veya mesleki tesis yatırımlarıyla ilgili hizmetlerin genel arzında köklü bir değişiklik yapılmasına ilişkin mali destek sağlanması amacıyla 4887/2022 sayılı Kalkınma Kanunu ile “*Turizm Yatırımlarına Destek Yardım Programı*” geliştirilmiştir. Geliştirilen bu teşvik programıyla, sunulan yatırım teşvikleri ise gelir vergisi muafiyeti, leasing sübvansiyonu ve yeni iş yaratma maliyetini kapsayan istihdam sübvansiyonudur. Toplam bütçe 150 milyon € olup, bunun 75 milyon €'luk kısmı vergi muafiyeti yardımına ilişkindir. Uygun harcamalar için yardım oranı, yatırım projesi bütçesinin %70'ine kadardır. Daha spesifik olarak detaylandırıldığında aşağıdaki amaçları içeren tüm turizm yatırım projeleri teşvik programına dâhil edilmiştir (National Bank of Greece, 2022):

- En az dört yıldızlı otellerin kurulması ya da genişletilmesi
- En az üç yıldız kategorisine giren veya en az üç yıldız kategorisine yükseltilen otel birimlerinin modernizasyonu

- En az dört yıldız kategorisine yükseltilmesi koşuluyla, faaliyeti durdurulan otel birimlerinin genişletilmesi ve/veya modernizasyonu
- En az üç yıldızlı bir kategoriye ait olan veya bu kategoriye yükseltilecek turistik organize kamp alanlarının kurulması, genişletilmesi ve/veya modernizasyonu
- Tek yatırım projesi olarak sunulan kompleks turistik konaklama tesislerinin kurulması, genişletilmesi ve/veya modernizasyonu
- Konuk evi unvanını taşıyan alternatif turistik konaklama yerlerinin kurulması veya modernizasyonu

Yunanistan'da yürürlükte olan 4887/2022 sayılı Kanun'unda yer alan mevcut düzenlemelerde A'87/02-06-2025 Resmi Gazete 'de yayımlanan 5203/2025 sayılı Kanun ile birlikte değişiklikler yapılmıştır. 5203/2025 sayılı Kanun'un amacı, yatırımların daha dengeli bir coğrafi dağılımını sağlamak için sürdürülebilir kalkınmayı ve Yunan ekonomisinin üretken dönüşümünü elde etmektir. Modern teknoloji, yeşil dönüşüm, tarımsal gıda, üretim-tedarik zinciri, alternatif turizm türleri ve büyük ölçekli yatırımlar gibi 12 ayrı yardım programını kapsayan projeler için hızlı lisanslama, ortaklara dağıtılan temettüleri üzerinden gelir vergisi muafiyeti ve finansal kiralama desteği şeklinde teşvik türleri sağlanacaktır (EY, 2025: 1-2).

Turizm sektörüne yapılan yatırım teşviklerinin yanı sıra Yunanistan Turizm Bakanlığı tarafından yapılan açıklamaya göre, Santorini ve Mikonos adalarına gelen kruvaziyer gemilerine 20 €'luk turizm vergisi, 1 Ocak 2025 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Limanlar genellikle aynı anda birden fazla yolcu gemisine ev sahipliği yapamayacak kapasitede olmaktadır. Bu gerekçeyle Yunanistan, elde ettiği vergi gelirlerini adalardaki aşırı yük altındaki altyapıyı ve limanları iyileştirmek için kullanmayı planlamaktadır. Bununla birlikte, Airbnb³⁰ ile mücadele etmek amacıyla kısa dönemli kiralama pazarının düzenlenmesi adına %13 oranında KDV ve otellere uygulanan mevcut turizm vergisi benzer şekilde artık kısa dönemli kiralık konaklama tesislerine de uygulanmaktadır. Bu

³⁰ Mülk sahiplerinin evlerini, dairelerini ya da odalarını kısa süreli ihtiyacı olanları hizmet bedeli karşılığında bir araya getiren web tabanlı bir platformdur. Bugün neredeyse tüm ülkelerde, 7 milyondan fazla konaklama alanı sunan Airbnb, denenmeye başladığı 2008 yılından bu yana arz kapasitesini ve pazar payını artırmış ve birçok destinasyonda otel yatak sayısını da geride bırakmıştır (Demir ve Emekli, 2021: 2).

uygulamanın amacı ise kısa dönemli kiralamaların popülaritesinin artmasının sonucu olarak konaklama sektöründeki tüm oyuncuların ülkenin vergi sistemine katkıda bulunmasını sağlamaktır. Buna karşın Yunan hükümeti, mülk sahiplerinin Airbnb tarzı kiralamalar yerine uzun dönemli kiralamaları tercih ettikleri durumunda, 3 yıllık vergi muafiyetinden yararlanacaktır (Travel and Tour World, 2024; Prousalis ve Koutantou, 2024).

2.11.3. Mısır'da Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvikleri

Mısır, Kuzeydoğu Afrika'da, Avrupa ve Asya'nın kesişme noktasında, Akdeniz ve Kızıldeniz'de eşsiz bir coğrafi konuma sahip ve Nil Vadisi aracılığıyla Sahra Altı Afrika'ya bağlanan kıtalararası bir ülkedir. Arap dünyasının merkezinde yer alan Mısır, Hint Okyanusu ile Süveyş Kanalı'nı kontrol etmektedir. Ülke çöl ve dünyanın en uzun nehri olan Nil ile tanımlanmaktadır. Mısır iyi bilinen bir turizm destinasyonudur. Bunun nedeni, tarihi yerleri ve eşsiz coğrafi konumuyla zenginleştiren eski uygarlığıdır (Ramzy, 2017: 200).

1950'ler ve 1960'larda Arap sosyalizminin tipik özelliklerini taşıyan bir model ülke haline gelen Mısır, Cumhurbaşkanı Nâsır'ın Arap sosyalizmine geçişinden sonraki dönemde, turizm sektöründe yer alan en büyük oteller kamulaştırılmıştır. Bununla birlikte, ülkedeki en büyük otellerin yönetimi ise Hilton ve Sheraton gibi uluslararası otel zincirlerine devredilmiştir. 1967 yılında ekonomik kalkınmanın motoru olarak turizm sektöründeki her türlü yatırımları yönlendirmek ve düzenlemek için Turizm Bakanlığı kurulmuştur. 1970'te Cumhurbaşkanı Nâsır'ın ölümüyle birlikte onun yerine Enver Sedat göreve gelmiştir. Sedat, bu dönemde Mısır için yeni bir ekonomik açılım (İnfitah)³¹ politikasını başlatmıştır. Söz konusu politikayla birlikte turizm sektörünü yöneten düzenleyici ve kurumsal çerçeve liberalleşmeye başlamıştır (Richter ve Steiner, 2008: 945-946).

Turizm sektörünün liberalleştirilmesine yönelik olarak yapılan ilk adım sektörün genel yönetiminin Turizm Bakanlığı'na verilmesini sağlayan 1973 tarihli ve 1 sayılı Kanun'un yürürlüğe girmesi olmuştur. Bu kanun ile birlikte, Bakanlığa sektördeki kural ve düzenlemelerin belirlenmesinde önemli ölçüde serbestlik tanınmıştır. Ayrıca Bakanlığa

³¹ Cumhurbaşkanı Enver Sedat tarafından 1973 yılında Ekim Savaşı'ndan (October War) hemen sonra ilan edilen ve yatırımcılara sunulan "açık kapı" politikasıdır. İnfitah, iç ve dış yatırım dinamiklerini harekete geçirmek ve yatırım sistemini yeniden yapılandırmak amacıyla uygulanmıştır. İnfitah, yatırım kanunlarının kolaylaştırılması ve serbest ticaret bölgelerinin oluşturulması gibi daha laissez-faire politikalarını içermektedir (Aulas, 1982: 7-8).

turizm tesislerine vergi muafiyetleri ve temel sektör ürünlerinin ithalatında gümrük vergisi muafiyetlerinin verilmesi konusunda da takdir yetkisi verilmiştir. Buna ek olarak, yine aynı tarihte yani 1973 yılında 2 sayılı Kanun yürürlüğe girerek, Mısır Ulaştırma Bakanlığı'na (MOT) turizm sektörünün geliştirilmesi adına altyapıda düzenlemelerin yapılması konusunda yetki verilmiştir. 1991 tarihli ve 7 sayılı Kanun uyarınca, MOT'a bağlı olarak ulusal politikalar ve ekonomik kalkınma çerçevesinde turizm sektörünü geliştirmek üzere Turizmi Geliştirme Kurumu (TDA) kurulmuştur (Abou Ali, 2012: 107). Bu amaçla, aşağıdakiler de dâhil olmak üzere gerekli tüm karar ve prosedürleri alma yetkisi, TDA'ya verilmiştir (Kunst, 2011: 122):

- Ulusal turizm sektörünü geliştirme stratejisini yürütmek
- Turizm sektörünün gelişiminde kamu sektörünün rolünün azaltılmasını sağlamak
- Özel sektörü desteklemek adına turizm ve otelcilik sektöründe yatırım fırsatları yaratmak ve sektörü yatırımlar için teşvik etmek
- Turizm ve otel geliştirme stratejisi altında devlet kurumları arasındaki koordinasyon düzeyini artırmak
- Mısır'ın turizm potansiyelinin tanıtılmasında öncü bir rol üstlenmek
- Otelcilik sektörü ve tatil köyü gelişimini ele alırken çevresel açıdan sağlıklı, test edilmiş ve en iyi uygulama çözümlerini teşvik etmek

Eylül 1991 tarihinde kurulan (Abou Ali, 2012: 107) TDA'nın önderliğinde bu dönemde Akdeniz, Sina Yarımadası ve Kızıldeniz kıyısı boyunca öncelikli kalkınma alanlarını içeren mega turizm projeleri geliştirilmiştir. Turizm gelişimi için tahsis edilen arazileri tüm haklarıyla yönetme ve işletme sorumluluğunu üstlenen TDA, turizm yatırımcılarına mevcut devlet arazileri için başvurabilecekleri merkezi bir yer sağlamıştır. Buna göre, her arsanın dolar cinsinden belirli bir fiyatı bulunmaktadır. Bu noktada, TDA, turizm sektörüne tahsis edilen bu arazilerin planlama, tasarım, inşaat ve altyapı sağlama süreçlerinde yatırım teşviklerini kullanarak tüm turizm geliştirme stratejisi sürecine

rehberlik etmektedir. Bu rehberlikte ise turizm sektörünün gelişimini sağlamak adına “turizm merkezi”³² olarak adlandırılan model tercih edilmiştir (Kunst, 2011: 121-122).

1990'lardan itibaren turizm gelişiminin en belirgin özelliği, Mısır kıyı şeridinde yapılan yüksek yatırımlardır. Bu durum, TDA'nın 1991 yılında, 7 sayılı Kanunu çıkarmasıyla başlamıştır. Kanun, Mısır kıyı şeridinin güvenlik nedeniyle herhangi bir yerleşim yeri ya da endüstriyel kullanım için gerekli olmayan en büyük payının turistik kullanımlar için gelişim sektörlerine ayrılacağını hükmetmiştir. Kanun, özel yatırımcıların turizmin gelişmesine yönelik altyapıyı başlatmak için hükümetten arazi satın almalarına izin vermiştir. Ayrıca 1994 yılında çıkarılan 38 sayılı Kambiyo Kanunu ve 1997 yılında çıkarılan 8 sayılı Yatırım Kanunu ile uluslararası yatırımcılara kapılar açılmıştır. Bu iki kanun, turizm de dâhil olmak üzere 16 ekonomik sektörün, yirmi yıllık vergi muafiyetinden yararlanmasını sağlamıştır (Younis ve Elbedawy, 2012:3).

Tablo 0.7. Mısır'da 2000'li Yıllara Kadar Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Sisteminin Kurumsal ve Düzenleyici Çerçevesi

Yıllar	Hukuki Düzenleme	Yatırım Teşviklerine Dair Gelişmeler
1971	65/1971 sayılı Kanun	Serbest bölgelerin tanıtıldığı ve yabancı yatırımcılara kamu şirketleriyle ortak girişimler kurma imkanının verildiği bu Kanun, İnfitah'ın ilk tanıtıldığı Kanun'dur.
1973	1/1973 sayılı Kanun	Turizm sektörüne ilişkin genel yetki, Turizm Bakanlığına verilmiş ve turizm tesislerine beş yıllık vergi muafiyeti ve ithalat vergilerinden muafiyet tanınmıştır.
1973	2/1973 sayılı Kanun	Turizm Bakanlığı'na turizm sektörünün gelişimi için alan belirleme yetkisi de dâhil olmak üzere ilave yetkiler verilmiştir.
1974	43/1974 sayılı Kanun	İnfitah'ın ikinci temel kanunu olan bu kanun ile birlikte, turizm sektörü yabancı yatırımcılara açılmış ve yabancı şirketler tarafından yatırılan gayrimenkuller ve sermaye için mülkiyet hakları garanti altına alınmıştır.
1977	32/1977 sayılı Kanun	Yabancı yatırımcılara kârlarını geri alma ve yatırımlarını serbestçe çekme hakkı verilmiştir. 43/1974 sayılı Kanunda, yapılan değişikliklerle birlikte yerli ve yabancı sermayenin eşitlenmesi adına yerli yatırım teşvik edilmiştir.

³² Turizm merkezleri, 500.000 metrekare ile 5.000.000 metrekare arasındaki alanları kapsayan, önceden belirlenmiş (TDA tarafından doğrulanmış ve onaylanmış) maksimum konaklama kapasitesine, yapıya ve çeşitli tesislerin ve/veya donatıların fiziksel düzenine sahip, eksiksiz, bütünleşik, bağımsız tatil köyleridir (Kunst, 2011: 122).

Tablo 0.8. Mısır’da 2000’li Yıllara Kadar Turizm Sektörüne Sağlanan Yatırım Teşvik Sisteminin Kurumsal ve Düzenleyici Çerçevesi (devamı)

1982	1982-1987 Beş Yıllık Kalkınma Planı, Çeşitli Turizm Bakanlığı Kararnameleri	Sina Yarımadası ve Kızıldeniz’de altyapı gelişimini teşvik etmek için yapılan düzenlemeleri kapsamaktadır. Bununla birlikte, havayolu taşımacılığında liberalizasyona yönelik olarak deregülasyon politika sürecini içermektedir.
1989	230/1989 sayılı Kanun	Turizm sektöründe kamulaştırmalara ve özel şirketlerin işletme lisanslarının ellerinden alınmasına karşı güvenceler içermektedir. Ayrıca çöl alanlarında yapılan yatırımlara ilişkin 10 yıla kadar vergi muafiyeti tanınmıştır.
1991	7/1991 sayılı Kanun	Turizm Geliştirme Kurumu kurulmuştur. Bu kurumun asli görevi turizm sektörünün mekânsal planlaması çerçevesinde sektöre tahsis edilecek arazileri yönetme ve işletme sorumluluğunu üstlenmektir.
1997	8/1997 sayılı Kanun	8/1997 sayılı Kanun kapsamında kurulan turizm şirketlerine 20 yıl vergi muafiyeti ve diğer muafiyetler tanınmıştır.

Kaynak: Richter ve Stenier, 2008: 947-948.

2000’li yıllara gelindiğinde ise Mısır’da turizm işletmelerinin elde ettiği gelirlerin vergilendirmesinde çok sayıda özel hükümler ve muafiyetler bulunmaktaydı. 2005 yılında değişiklik yapılan 1995 tarihli ve 2908 sayılı Başbakanlık Kararnamesi ile turizm sektörünün gelişimi için tahsis edilen arazinin yönetimi, kullanımı ve elden çıkarılmasını düzenleyen kural ve koşullar belirlenmiştir. Yapılan değişiklik ile birlikte, TDA’ya tahsis edilen turizm arazileri satış sözleşmesi veya bir kira veyahut kullanım sözleşmesi uyarınca turizm yatırımcılarına verilmekte ve bu kiralamanın azami süresi ise 25 yıl olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte, 2001 yılında turizmin gelişimini hızlandırmak adına stratejik alanları belirleyen 152,153 ve 154 sayılı Cumhurbaşkanı Kararnameleri çıkarılmıştır. Bu kararnameler, Devlet Arazisi Kullanımı Planlama Ulusal Konseyi’ni oluşturmuş ve 2017 yılına kadar devlet arazilerinin kullanımını belirleyecek planı da başlatmıştır (Kheir et al., 2000: 3; Abou Ali, 2012: 110).

Mısır 2004’teki Taba olayı, 2005’teki Şarm El Şeyh ve 2006’daki Dahab gibi çeşitli terör saldırıları zincirinin yaşandığı ülkelerden birisidir. 2007’den itibaren büyük bir toparlanma sağlanmış olsa da 25 Ocak 2011 devriminden sonra tekrar darbe almış ve Şubat 2011’de turizm talebi ve gelirlerinde ciddi bir kayıp yaşanmıştır. Mısır, Orta Doğu’da bir

tarafı Akdeniz diğer tarafı ise Kızıldeniz ile çevrili olan konumunun ve piramitleriyle uzun bir tarihi geçmişinin varlığı dolayısıyla turizm söz konusu olduğunda ülke diğer komşu ülkelere nazaran rekabet avantajına sahip bir ülkedir. Belirtilen özelliklerin yanı sıra ülkede, 2004'ten bu yana yaşanan terör saldırıları sonrası ulusal güvenlik ve risk yönetimine ilişkin istikrarsızlık nedeniyle kırılğan bir yapı ile donatılan turizm sektörünün bu krizlerden hızlı ve derin bir şekilde etkilenmesinin önüne set koymak adına Mısır hükümeti, sektöre yapılacak yatırımlara sağlanacak teşviklerin çeşitliliği ve miktarında geçmiş politikalarına nazaran daha sert artış gösterecek düzenlemelere imza atmıştır (Younis ve Elbedawy, 2012: 2).

Mısır Turizm Bakanlığı ve Mısır Sivil Havacılık Bakanlığı 2012 yılının ortalarında “Mısır'ı Göreceğiz” adlı bir turizm pazarlama sloganı kararnamesi yayımlamıştır. Bu kararname, Mobinil Telekomünikasyon Şirketi, Mısır Ulusal Ahly Bankası ve Ulusal Turizm Konseyi arasındaki iş birliğini güvence altına almakta ve Mısır'ı ziyaret etmek isteyenlere tüm hizmetler ve vergiler dâhil olmak üzere 4 gece için 350 \$ tutarında, çok ucuz seyahat imkanı sunmaktadır. Bu kararname aynı zamanda dünya çapında medya kanallarında çalışan kişilerin, güvenlik ve rahatlatma imajını dünya çapındaki nüfuslarına yansıtmak için Mısır'a gelip ziyaret etmelerine de izin vermiştir (Younis ve Elbedawy, 2012: 5).

Mısır'da 2016 tarihli ve 67 sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu (KDVK), turizmle ilgili turistik taşımacılık hizmetleri, turizm ve devlet enformasyon daireleri tarafından yayınlanan reklamlar gibi bazı hizmetler için KDV istisnalarına izin vermiştir (Egyptian Tax Authority, 2023: 2). Bununla birlikte, bugün hala uygulanmakta olan 2017 tarihli ve 72 sayılı Yatırımlar Kanunu (Investment Law) ile verilen yatırım teşvikleri genel, özel ve ilave teşvikler şeklinde üç gruba ayrılmaktadır. Buna göre, mezkûr Kanunun 11. maddesinde, kalkınmaya en çok ihtiyaç duyulan coğrafi alanları kapsayan, A Bölgesine yapılacak turizm projelerinin yatırım maliyetlerinin %50'sine denk gelecek net vergilendirilebilir kârdan vergi indirimi şeklinde yatırım teşviki yer almaktadır. Ayrıca Mısır'ın A Bölgesi dışında kalan tüm coğrafi bölgeleri kapsayan, B Bölgesinde Yüksek Yatırım Kurulunca belirlenen turizm projelerinin yatırım maliyetlerinin %30'u oranında net vergilendirilebilir kârdan vergi indirimi sağlanmaktadır (Egypt Investment Law, 2017:7).

25 Temmuz 2023 tarihli ve 160 sayılı Değişiklik Kanunu (Amendment Law) ile birlikte 72 sayılı Kanun'da önemli değişiklikler yapılarak genel teşviklerden yararlanabilecek turizm yatırımlarının kapsamı genişletilmiştir. Buna göre, turizm yatırım projelerinin 72 sayılı Kanun'un yürürlük tarihinden önce ya da sonra uygulandığına bakılmaksızın (örneğin; 1989 tarihli ve 230 sayılı Yatırım Kanunu, 1997 tarihli ve 8 sayılı Yatırım Garantileri ve Teşvikleri Kanunu veya 1974 tarihli ve 43 sayılı Yabancı ve Arap Yatırım Kanunu uyarınca kurulan projeler de buna dâhil edilerek) her bir yatırım projesi genel teşviklerden yararlanabilir. Burada bahsi geçen genel teşvikler ise turizm yatırımlarında kullanılan kredi ve rehin sözleşmelerinin damga vergisi ve noter harcının işletmelerin tescil edildiği tarihten itibaren 5 yıl süreliğine muafiyetini içermektedir. Aynı zamanda yatırım için ithal edilen, tüm makine ve teçhizatın %2'lik gümrük vergisi oranının indirimli olarak uygulanmasını kapsamaktadır. 160 sayılı Kanun ile birlikte belirtilen vergi teşviklerinden yararlanabilmek için Ekim 2026 tarihine kadar turizm yatırım projelerine başvuru ve projelerin faaliyete geçilmesi gerekmektedir (Riad,2023).

Başbakan Mostafa Madbouly başkanlığında yapılan 20 Aralık 2023 tarihli Bakanlar Kurulu Kararı ile açıklanan programla birlikte, turizm sektörünü finansal olarak desteklemek ve otel oda sayısını artırmak adına 50 milyar EGP³³ tutarında, turizm işletmelerine destek girişimi başlatılmıştır. Otel kapasitesini artırmayı amaçlayan bu program, 1 Ocak ila 31 Aralık 2024 tarihlerini kapsamaktaydı. Program kapsamında turizm işletmesi başına azami kredi büyüklüğü 1 milyar EGP ile sınırlandırılmıştır. Verilen bu krediler ise yeni otel odalarının inşa edilmesi amacıyla fon sağlamakla iken turizm işletmesinin mevcut borçlarını kapatmak amacıyla kullanımı yasaklanmıştı. Turizm işletmelerine hem kredi kolaylıkları hem de yatırım teşvikleri sunan bu program, kredi olanaklarına ek olarak, belirlenen yatırım haritasına uygun olmaları koşuluyla, 72 sayılı Kanun kapsamında oluşturulan turizm projeleri için yatırım teşvikleri sunmaktaydı (Daily News Egypt, 2023).

2024 yılı Şubat ayında Mısır ve Birleşik Arap Emirlikleri hükümetleri arasında Kahire'nin 350 km kuzeybatısında bulunan ve incir ve ayrıca zeytin üretimiyle ön planda olan kıyı bölgesi Ras El Hekma üzerine 35 milyar \$ tutarında bir kalkınma projesi anlaşması imzalanmıştır. Abu Dabi hükümetinin egemen varlık fonu ADQ aracılığıyla gerçekleştirilen

³³ Mısır'ın resmi para birimidir.

bu anlaşma ile birlikte, Mısır'ın en büyük doğrudan yabancı yatırımının ülkeye girişi sağlanmıştır. Mısır, doğrudan yabancı yatırım girişlerini kolaylaştırmak için altın lisans da dâhil olmak üzere çok sayıda teşvik uygulamıştır. Bu lisanslar, birden fazla devlet onayı olmadan arazi edinimi ve proje işletimi için onay sağlayarak yatırım sürecini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca yatırımcılara vergi indirimi, gümrük muafiyeti ve ithalat harcı indirimleri gibi teşvikler de sunmaktadır (Farraj, 2024; Şovkat,2024).



3. BÖLÜM

3. TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜNE SAĞLANAN YATIRIM TEŞVİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Turizm kelimesinin tanımı, ilk defa 1905 yılında Guyer Feuler tarafından kullanılmıştır. Bu tanıma göre, turizm doğanın insanlara vermiş olduğu mutluluk hissinin merkezi etrafında hem hava değişimi hem de dinlenme ihtiyaçları gereği sonucunda doğa ve sanatla ilgili güzellikleri görme isteğinden ortaya çıkmıştır. Turizm, ulaşım araçlarının gelişmesi ve yaygınlaşması sonucunda birbirinden farklı dünya ülkelerindeki bireylerin birbirlerine daha çok yaklaşmasını sağlayan modern çağa özgü bir kavram halini almıştır. 19. yüzyıl ortalarından itibaren ise dünyanın farklı noktalarında kendine yer bulmuş ve günümüze değin uzanan süreçte birçok ülkenin geleceğini yönlendiren bir faaliyetler bütünü haline gelmiştir (Kozak vd., 2023: 1).

Turizm, insanların kendi yerleşik alanları dışında geçici bir suretle olmak kaydıyla ve ticari bir amaca bağlanmadan dinlenmek, eğlenmek, görmek ve tanımak amaçlarıyla tek başına ya da toplu bir şekilde yaptıkları seyahatlerden ortaya çıkan ekonomik, kültürel, dini, spor ve sağlık gibi hizmet üretilen ve sunulan faaliyetler bütünü olarak da değerlendirilmiştir. Turizm kelimesinin etimolojik kökeni incelendiğinde ise “tur” kökünden türeyen bir kelime olduğu ve Fransızca anlamı gezme, gezim, gezinti anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, turizm, Latince “tornus” kelimesinden üretilmiş ve turistlerin belirli bir eksenin çevresinde dönme hareketi şeklinde ifade edilmiştir. İngilizce “tour” ve “touring” kelimeleri de “tornus” kelimesinden türemiştir. Buna göre, insanların gerçekleştirdikleri dairesel hareketleri içerisinde bazı yöreleri ziyaret etmesi ve iş veya eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme eylemleri şeklinde de açıklanmıştır. (Koçer, 2020: 328). Bunun yanı sıra her yolculuk turistik bir yolculuk değildir; hareketliliğin birçok biçimi ve sebebi vardır. Bir amaç için araç olarak seyahat etmek (örneğin, sürgün, göç, savaş, din, ticaret) ile turizmin kodlanmış anlamında kendi başına bir amaç olarak seyahat etmeyi (eğitim, rahatlama, boş zaman, sosyallik, eğlence) birbirinden ayırmak gerekmektedir (Gyr, 2010: 2).

Günümüzde son birkaç on yılda ise turizm, küresel ekonominin önemli bir kolu haline gelmiş ve modern sanayi uluslarının tanımlayıcı bir özelliği halini almıştır. Dünya

ekonomisinin büyümesi, boş zamanın artması, kentleşme, teknolojik ilerleme, yüksek rekabet düzeyi ve yeni destinasyonların ve seyahat tarzlarının oluşması sonucunda mekânsal, zamansal, sosyal ve kültürel sınırları aşan (Gyr, 2010: 8) turizm, artan küreselleşme ve harcanabilir gelir nedeniyle günümüz küresel ekonomisindeki en hızlı büyüyen endüstrilerden birisidir. Turizm endüstrisinin önemi etkisinin topluma, siyasete, kültüre, ülkenin markasına ve hepsinden önemlisi ekonomiye derinlemesine nüfuz etmesinden kaynaklanmaktadır. Boş zamanın ve tasarrufun nasıl kullanılması gerektiğine dair ekonomik bir kararla başlayan yatırım harcamaları, istihdam, ithalat, tüketim, kamu gelirleri gibi makroekonomik göstergeler ve doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde büyük bir etkisi olan (Aktaş, 2005: 163) turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirler, çarpan etkisi yoluyla ilgili sektörlerle (ulaşım, inşaat ve imalat gibi) ve nihayetinde ekonominin geri kalanına yayılmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerdeki hükümetler, ekonomik büyüme, istihdam ve daha yüksek gelir yaratmaya yardımcı olacağı ve böylece yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunacağı beklentisiyle turizm sektörünün gelişimine giderek daha fazla önem vermekte ve sektöre yatırım teşvik politikaları uygulamaktadır. Özellikle gelişmekte olan birçok ülkede, bu politikalar, turizm sektöründe özel yatırımları teşvik etmeyi amaçlayan mali teşvik rejimlerini içermektedir. Son yıllarda, düşük ve orta gelirli ülkelerde otellerin, restoranların ve ziyaretçilere hizmet veren diğer binaların inşasını veya yeniden şekillendirilmesini desteklemek için çeşitli türlerde vergi muafiyetleri verilmiştir ve halen verilmeye devam etmektedir (Garsous et al., 2015: 1).

Bacasız sanayi olarak adlandırılan turizm sektörü, son derece rekabetçi ticari bir sektördür. Çeşitli büyük şirketlerden ve dar kâr marjlarıyla çalışan çok sayıda küçük işletme sahibinden oluşur. Aktörler arasında küçük pansiyonlar, beş yıldızlı oteller, tur operatörleri, seyahat acenteleri, yer hizmetleri, yolcu gemileri, havayolları, araç kiralama ve ulaşım, yerel rehberler ve bir dizi boş zaman ve rekreasyon hizmetleri yer almaktadır. Hükümetler ise altyapı, pazarlama, lisanslama ve düzenleme konularında kilit oyuncular (Ashley et al., 2007: 6-7).

Yukarıda da bahsedildiği üzere, günümüzde her görüşten hükümet, politika hedefleriyle tutarlı olacak şekilde turizm sektörünün dengeli bir şekilde gelişmesini sağlamak için sektöre bir dizi yatırım teşviki sunmaktadır. Emek yoğun bir yapıya sahip olan

turizm sektörü üzerine yapılan yatırımları teşvik etmek amacıyla, birçok ülkenin hükümetleri turistler için mevcut tesisleri artırmak amacıyla özel sektöre yatırım teşviklerini sağlamaya devam etmektedir. Bu teşvikler pek çok şekilde olabilir. Başta yatırım teşvik belgeli ya da işletme belgeli tesislerin sayısını artırmak için turizm sektörüne verilen yatırım yeri tahsisi başta olmak üzere düşük faizli kredi verilmesi, ithalat vergilerinden feragat edilmesi, gelir vergisi indirimi gibi vergi harcamaları ve altyapının iyileştirilmesi gibi teşvikler örnek olarak verilebilir (Coffey, 1993: 83). Devletin vergi teşviklerini kullanarak yerli ve yabancı turizm yatırımları için cazip bir vergi rejimini oluşturması ve söz konusu kamu harcamalarını finanse etmesi şeklinde iki amacı arasında doğru bir dengeyi bulması ise büyük bir siyasi ikilemdir. Bu ikilemin ulusal vergi otoriteleri tarafından doğru bir şekilde çözülmesi, o ülkede etkin bir yatırım teşvik politikasının olduğuna işarettir (Khalbadalov, 2021: 340).

3.1. Türkiye’de Turizm Sektörünün Genel Durumu

Coğrafi ve doğal güzellikleri ile birçok farklı medeniyete ev sahipliği yapması nedeniyle Türkiye’de hizmet sektörü içerisinde en önemli yatırım ve pazarlama alanı oluşturan turizm ile birlikte, ihraç edilmesi ya da transfer olması mümkün olmayan doğal ve kültürel kaynakların üzerinden de ülkeye döviz girişi sağlanmaktadır. Bu sebepler dolayısıyla turizm ile ekonomik büyüme arasındaki etki tepki ilişkisinde turizm odaklı büyüme hipotezinden³⁴ yola çıkılarak Türkiye ekonomisinde, turizm sektörünün ağırlığı giderek artış göstermektedir (Ren et al., 2019: 3; Yolal, 2016: 23). Bu noktada, Türkiye gibi özellikle enerji ithalatına bağımlı bir ülke için turizm gelirleri ekonomik dengeyi desteklemektedir. Ülkenin küresel ölçekte uluslararası destinasyon merkezi olarak daha fazla tanınmasına katkı sağlaması ve yabancı sermaye ve turizm yatırımlarının genellikle en çok turist çeken ülkeleri tercih etmesindeki başarı, mutlaka nitelikli turizm talebi ve yatırım

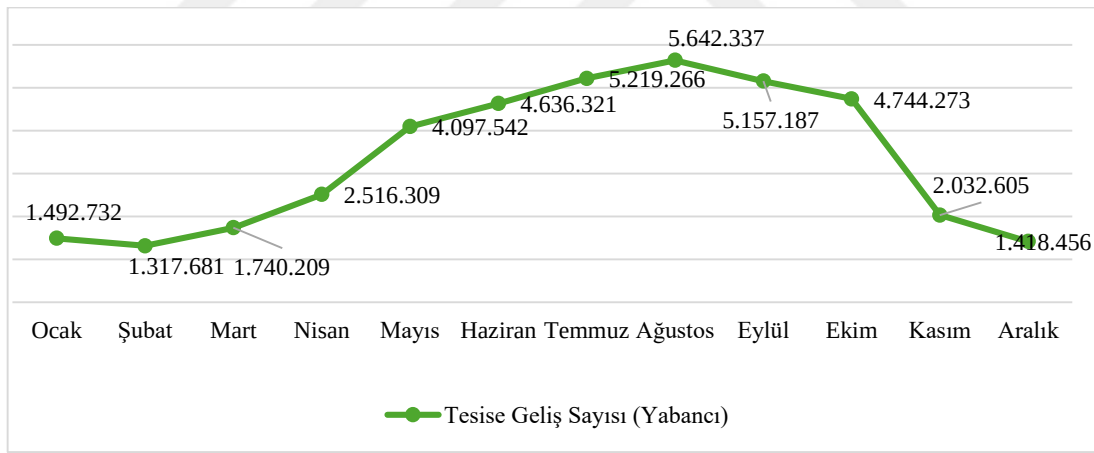
³⁴ Turizm odaklı büyüme hipotezi, ekonomik büyümenin sadece üretim faktörlerinin artırılmasıyla değil, aynı zamanda ihracatın teşvik edilmesiyle de sağlanabileceğini öne süren ihracat odaklı büyüme hipotezinden yola çıkarak, uluslararası turizmin uzun vadeli ekonomik büyüme üzerinde olumlu etkisi olduğunu açıklamaktadır. Ancak turizmin gerçekten ekonomik büyümeye neden olup olmadığı veya ekonomik büyümenin uluslararası turizme katkıda bulunup bulunmadığı sorusunun kesin bir cevabı bulunmamıştır. Turizm ekonomisi ilişkisi, bir destinasyon içindeki işletmeler arasındaki ekonomik bağlantıların büyüklüğüne ve açıklığına bağlı olarak ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir (Aliyev ve Ahmadova, 2020: 45).

teşvikleriyle desteklenmesi gerekmektedir. Yani sadece sayı değil, turizm geliri ve nitelik artışı da hedeflenmelidir.

Turizm doğası gereği; güvenlik algısına, siyasi ve ekonomik belirsizliklere ve ülkenin içinde bulunduğu imaja karşı çok duyarlı bir sektördür. Bu sebeple, Türkiye’de meydana gelen siyasi olaylar ve doğal afetler turizm faaliyetlerini ve turizm talebini doğrudan etkilemektedir. Terör olayları, siyasi krizler ya da darbe olayları yabancı turistlerin güvenlik algısı ve uluslararası seyahat acentelerinin paket tur satışları üzerinde olumsuz etkiler barındırmaktadır. 2016 yılının 3. çeyreğinde 15 Temmuz tarihinde, Türkiye’de darbe girişimi gerçekleşmiştir. 2016 yılında gerçekleşen turizm talebindeki daralmanın sebeplerini; 15 Temmuz darbe girişiminin ortaya koyduğu olumsuz etkilerin yanı sıra Türkiye’nin içerisinde bulunduğu jeopolitik riskler de oluşturmaktadır. Artış gösteren terör saldırılarına ek olarak Rusya ile gerilen ilişkiler sonucunda ülkeye gelen turist sayısında bir düşüş yaşanmıştır. 2016 yılında zayıflayan turizm sektörüyle birlikte ise ekonomik büyüme üzerinde olumsuz bir etkinin oluşması da turizm talebindeki azalmadan başlayan ve ekonomik büyümeye kadar giden iktisadi sonuçlar silsilesini ortaya koymuştur (Ünay vd., 2016: 9).

2019 yılının sonunda ortaya çıkan Covid-19 olarak adlandırılan koronavirüs salgın hastalığı nedeniyle 11 Mart 2020 tarihinde pandemi ilan edilmiştir. Salgın hastalıklar, başta demografik olmak üzere ekonomik, sosyal ve siyasal pek çok sonuçları olduğu için dünyanın şekillenmesinde önemli bir role sahiptir. Bununla birlikte, salgınlar, ülkelerin en önemli kaynaklarından birisi olan turizm sektörünü de oldukça etkisi altına almaktadır. Çünkü salgınlar, bireylerin tatil destinasyonlarının seçiminde ve hatta orada kalış süreleri gibi birçok konuda bazı değişikliklere neden olmaktadır. Covid-19 pandemi sürecinde zaten sokağa çıkma yasağı bulunmaktaydı fakat salgın bittikten hemen sonraki dönemde bireylerin tatil kararlarını korku, endişe, kaygı gibi değişkenler sebebiyle psikolojik faktörler yönlendirmeye başlamıştır. Buna bağlı olarak da bireylerin tatil anlayışlarında farklılık yaşanması söz konusu olmuştur. Bu farklılık, dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’deki turizm talebi üzerindeki oluşan değişimi de gözler önüne sermektedir. Bu durum, 2020 yılındaki turizm göstergelerinde meydana gelen sert düşüşün sebebini ortaya koymaktadır (Alaeddinoğlu ve Rol, 2020: 236).

Türkiye deprem kuşağında yer alan bir ülke olduğu için ülkede gerçekleşen büyük depremler, turizm talebinde kısa vadede daralmaya ve rezervasyon iptallarına neden olmaktadır. Uzun vadede ise ülkenin turizm imajı üzerinde olumsuz etkiler bırakmaktadır. Ayrıca büyük depremler, yıkıcı bir özelliğe sahiptir. Ülkenin doğal ve kültürel alanları, ulaşım ve konaklama tesisleri üzerinde yıkıma ve tahribata yol açmaktadır. 30 Ekim 2020 tarihinde Seferihisar’da meydana gelen deprem (Karadeniz, 2023: 47), başta İzmir, Çeşme, Seferihisar ve Kuşadası gibi turizm merkezlerini etkilemekle birlikte sadece yabancı turist değil, aynı zamanda yerli turist üzerinde de psikolojik olarak oluşturduğu can kaybı korkusu nedeniyle talepte bir azalma görülmüştür. 2020 yılı zaten Covid-19 pandemi sürecinin en yoğun yaşandığı dönem olduğu için bu deprem, turizm üzerinde ekstra olumsuz bir etkiyi ortaya çıkarmıştır. Bununla birlikte, 6 Şubat 2023 tarihinde merkez üssü Kahramanmaraş olan ve çevredeki 11 ilde çok ağır can kaybı ve hasara neden olan iki farklı depremler meydana gelmiştir. Söz konusu illerin yapısı ve özellikleri düşünüldüğünde, bu deprem sonucunda gastronomi, kültür ve inanç turizmi ile öne çıkan şehirler büyük bir zarara uğramıştır (Aliyev, 2025: 1161).



Kaynak: Grafik, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Aylık Tesis İstatikleri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 0.1. Türkiye’de 2023 Yılı Ayları İtibarıyla Yabancı Turistlerin Konaklama Tesislerine Geliş Sayısı

Yukarıdaki Grafik 3.1. incelendiğinde, 2023 yılında ülkeye gelen yabancı turist in Kahramanmaraş depreminin olduğu Şubat 2023’ten itibaren dahi artış göstermesi söz konusudur. Ağustos ayından itibaren görece bir azalma söz konusu olsa da bu durumun sebebi, turizm sektörünün mevsimsel olmasından kaynaklı olmaktadır. Yatırım ve İşletmeler

Genel Müdürlüğü'nün konaklama istatistikleri incelendiğinde, iller itibarıyla ülkeye gelen yabancı turistlerin depremin olmadığı özellikle kıyı bölgelerde yoğunlaşmasının olduğu görülmektedir. Bu durum ise depremlerin oteller gibi turizmle ilgili altyapı ve tesislere ve popüler turistik yerler gibi turistleri çekmek için önemli olan kaynaklara ve turizm talebinin mekânsal dağılımına ve ayrıca destinasyonların uzun vadeli sürdürülebilirliğine olumsuz etkide bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Türkiye'nin önemli turizm merkezlerinden birisi olan Muğla'nın Marmaris ilçesinde 2021 yılında başlayan büyük orman yangınları sonucunda bölgede tahliye çalışmaları başlatılmış ve tatil rezervasyonları iptal edilmiştir. Türkiye, özellikle Akdeniz ve Ege kıyılarında turizmle iç içe geçmiş orman alanlarına sahip olduğu için, "Türkiye tatil için güvenli mi?" şeklindeki algının oluşması nedeniyle orman yangınları doğrudan turizm sektörünü ve özellikle ekoturizm türünü birebir etkileyen bir faktördür (Bayazıt ve Koç, 2022:13428). Bununla birlikte, 21 Ocak 2025 tarihinde Bolu Kartalkaya Kayak Merkezi'ndeki Grand Kartal otelinde meydana gelen otel yangını felaketi, 78 kişinin hayatını kaybetmesine neden olmuştur. Bu yangının turizm talebi üzerinde tam anlamıyla oluşturduğu etki bir sonraki yılın istatistiki verilerinden kontrol edilmesi gerekse de otel yangını, münferit bir olay olduğu için bölgedeki turistik kapasiteyi azaltarak yerel ölçekte gelir kaybına sebep olmasından dolayı genellikle mikro düzeyde bir etki oluşturmaktadır (Yıldırım ve Demiröz, 2025: 13870).

Tablo 0.1. Türkiye’de Turizm Sektörüne İlişkin Bazı Temel Göstergelerin 2000-2024 Dönemindeki Değişimi

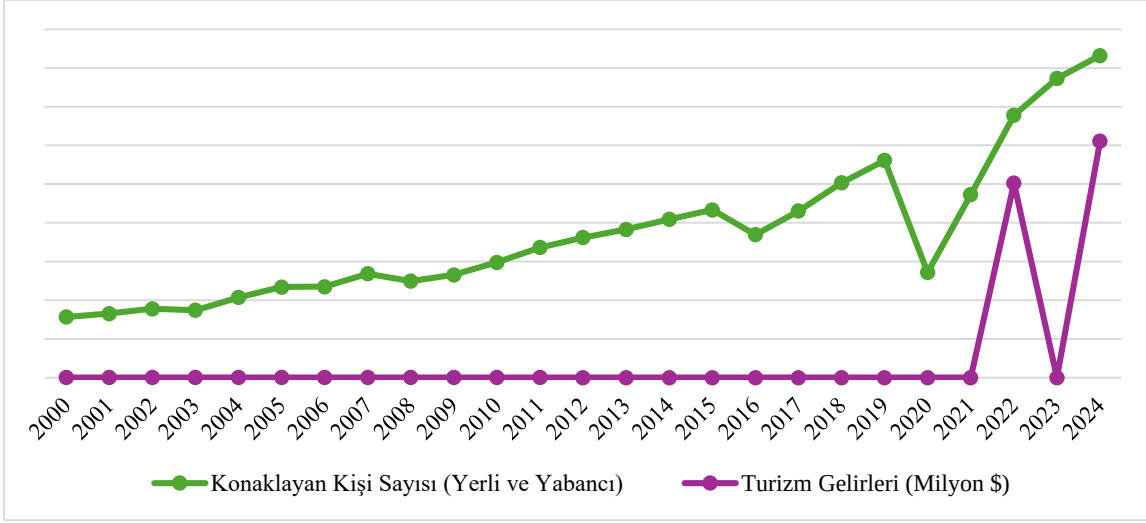
Yıllar	Tesis Doluluk Oranları (%)	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)	Ortalama Kalış Süresi	Turizm Gelirleri (Milyon \$)	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı (%)	Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (%)
2000	36,82	764	2,79	7.636,0	27,5	2,9
2001	45,62	748	3,04	10.450,7	33,4	5,3
2002	48,69	782	3,29	12.420,5	34,4	5,4
2003	46,89	809	3,28	13.854,9	29,3	4,4
2004	50,07	843	3,29	17.076,6	27,0	4,2
2005	52,38	842	3,20	20.322,1	27,7	4,1
2006	47,26	803	2,90	18.594,0	21,7	3,4
2007	54,65	770	2,94	20.942,5	19,5	3,1
2008	51,51	820	3,12	25.415,1	19,2	3,3
2009	48,90	783	3,13	25.064,5	24,5	3,9
2010	49,17	755	3,30	24.931,0	21,9	3,2
2011	51,46	778	3,17	28.115,7	20,8	3,4
2012	54,34	980	3,35	35.717 337	23,4	3,7
2013	52,60	1.024	3,20	40.186 327	26,5	4
2014	51,84	998	3,18	41.316 834	26,2	4,3
2015	51,18	906	3,09	37.700 923	26,2	3,7
2016	41,51	846	3,05	26.539 007	18,6	2,6
2017	50,99	809	2,70	31.253 835	19,9	3,1
2018	56,43	787	2,87	35.920 910	21,4	3,8
2019	58,90	826	2,84	42.851 778	23,7	5,1
2020	22,83	958	2,39	15.169 371	8,9	2
2021	42,31	1.032	2,62	30.528. 342	15,0	3,7
2022	54,92	971	2,65	50.248.936	19,8	5,1
2023	50,08	979	2,63	56.439. 612	22,1	5,7
2024	51,91	972	2,60	61.103.419	38,4	4,6
Ortalama	48,92	880	2,98	79.697.98	23,9	3,9

Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayımlanan Tesis ve Turizm Geliri ve Gideri İstatistikleri ve TÜİK, Dış Ticaret İstatistikleri kullanılarak bu tablo, yazar tarafından oluşturulmuştur.

Yukarıdaki Tablo 3.1’de 2000-2024 döneminde Türkiye turizm sektörüne ilişkin bazı temel göstergelere dair gerçekleşen oran ve miktarlar yer almaktadır. Buna göre, bu göstergelerden konaklama tesislerinin doluluk oranları, turizm talebi içerisinde bulunan bir değişkendir. Tablo, bazı yıllarda bir önceki yıla göre, doluluk oranının artmasına karşılık turizm gelirlerini aynı doğrultuda artırmadığını göstermektedir. Bazı yıllarda ise doluluk oranı ve turizm gelirlerinin artış göstermesine rağmen turizm gelirlerinin toplam ihracata oranının daha düşük olduğu görülmektedir. Bu noktada; kişi başı ortalama harcamanın düşük

kalması, ortalama kalış süresinin kısalması, konaklama harcamaları artış gösterirken yiyecek-içecek, hediyelik eşya, eğlence ve ulaşım gibi diğer harcamaların artmaması, sadece kitle turizmine yönelik turizm talebinin olması, döviz kurundaki dalgalanmalar ve yüksek enflasyonun yaşanması gibi unsurlar bu durumu etkilemektedir. Ayrıca ülkeye gelen yabancı turist profillerinin yani turistin geldiği ülkenin gelişmişlik seviyesi de turizm gelirlerini ve turizm gelirlerinin toplam ihracat içerisindeki payını değiştiren başka bir unsurdur. Yani burada bir ülkeye çok sayıda turist gelmesi mi daha önemli, yoksa daha az sayıda ama daha yüksek harcama yapan kaliteli turistin gelmesi mi sorusu önem kazanmaktadır.

Tabloda, bazı yıllarda bir önceki yıla kıyasla ortalama harcama ve ortalama kalış süresinin artış göstermesine rağmen turizm gelirlerinin aynı doğrultuda istikrarlı bir artış göstermediği de görülmektedir. Bu duruma, verilebilecek en iyi örnekler, 2020 ve 2022 yıllarıdır. 2020 yılında, ortalama harcama bir önceki seneye kıyasla artış göstermesine karşın turizm geliri azalmış ve 2022 yılında ortalama harcama bir önceki seneye göre azalmış ve fakat turizm geliri çok daha fazla artmıştır. Bununla birlikte, kişi başı ortalamanın en yüksek olduğu yıl 2021 yılı ve ortalama kalış süresinin en yüksek olduğu yıl ise 2012 yılıdır. Bu iki yılı incelediğimizde, yıllar itibarıyla en yüksek turizm gelirlerine sahip olmadığı fark edilmektedir. Normal şartlarda, ortalama harcamanın ve ortalama kalış süresinin artması turizm gelirlerini doğrudan etkilemektedir. Zira toplam turizm geliri, turist sayısı ile kişi başına ortalama harcamanın çarpımından elde edilmektedir. Ancak aşağıdaki grafik detaylıca incelendiğinde, konaklayan kişi sayısının yani hem yerli hem de yabancı turist sayısının toplamının yıllara göre 2020 yılı hariç olmak üzere istikrarlı bir artış seyrettiği görülmektedir. Konaklayan kişi sayısı ile turizm gelirleri arasındaki ilişkide en çok yakınsamanın olduğu yıl da 2022 yılıdır. Bu sonuçlar ile birlikte turizm gelirin çok yönlü ve kompleks bir yapıya sahip olan bir değişken olduğu da ortaya konulmaktadır.



Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Tesis ve Turizm Geliri ve Gideri İstatistikleri. <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201126/yillik-bultenler.html>

Grafik 0.2. Türkiye’de 2000-2024 Döneminde Turizm Geliri ve Toplam Konaklayan Kişi Sayısı

Turizm gelirlerinin toplam mal ve hizmet ihracatının bölümü ve 100 ile çarpımı sonucunda ortaya çıkan turizm gelirlerinin toplam ihracata oranına yukarıdaki tabloda dikkatlice bakıldığında, Covid-19 salgınının başladığı 2020 yılı ve hemen bir sonraki toparlanma yılı olan 2021 yılları hariç olmak üzere %18’in altına düşmediği görülmektedir. Bu açıdan düşündüğümüzde, turizm gelirlerinin ihracata katkısının hatırı sayılır bir biçimde olduğu anlaşılmaktadır. Turizm gelirlerinin GSYH içerisindeki payı, yıllara göre değişkenlik göstermekle birlikte zirve yaptığı yıl, 2023 yılıdır. Türkiye’de son yıllarda, mal ve hizmetlerin fiyatlarında nominal olarak artışın yani yüksek enflasyonun ve döviz kurunda gerçekleşen yükseliş ile birlikte oluşan kur etkisinin sonucunda tüketim fonksiyonuna bağlı olarak da GSYH, önemli miktarda büyüme yaşamıştır. 2023 yılında, Şubat 2023 tarihinde gerçekleşen deprem felaketi ve Mayıs 2023’te Cumhurbaşkanlığı ve Milletvekili Genel seçimleri (Yükseler, 2024: 2) dolayısıyla 2022 yılına kıyasla büyüme hızı yavaşlamıştır. Ancak bu yavaşlamaya karşın turizm gelirlerinin en yüksek artış gösterdiği ikinci yıl olarak 2023 yılında, turizm gelirlerinin GSYH içindeki payının yüksek olması muhtemel bir sonuç olmuştur.

3.2. Türkiye’de Turizm Faaliyetleri Üzerinden Alınan Vergiler

Turizm; ülkenin gelirlerini artırmak, kamu niteliğindeki mal ve hizmetlerin sağlanmasından kaynaklanan maliyetleri dengelemek ve turizm faaliyetinin yol açtığı piyasa

başarısızlıklarına müdahalede bulunmak ve ayrıca negatif dışsallıkları içselleştirmek amacıyla vergilendirilen bir faaliyettir. Turizm faaliyetlerinin vergilendirilmesi, ekonomik verimliliği yeniden tesis etmek amacıyla, turistler tarafından tüketilen kamu mal ve hizmetlerinin maliyetinin yerine geçen bir düzeltici mekanizma işlevi görmektedir. Bu sebeple, turizmin vergilendirilmesi, turizm faaliyetleri ile ilgili maliyetleri dağıtmak için bir araç olarak kullanılmaktadır. OECD, turizmin vergilendirilmesini, turizmle ilgili faaliyetleri esas olarak etkileyen gelir vergileri, harcama ve muamele vergileri ve harçlar şeklinde ayırma tabi tutmuştur (Român et al., 2020: 52-53). Türkiye’de turizm faaliyetleri dolayısıyla gelir ve kurumlar vergileri ile doğrudan kazançlar ve KDV, ÖTV, konaklama ve damga vergileriyle de harcama ve muameleler üzerinden vergi alınmaktadır. Ayrıca turizm faaliyetleri sonucunda çevre ve temizlik vergisi, ilan ve reklam vergisi ve harçlar gibi özel düzenlemelerle de kamu maliyesine katkı sağlanmaktadır (Şengül ve Kalıpçı, 2025: 68).

3.2.1. Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisi

Türkiye’de turizm faaliyetlerinden elde edilen kazançlar, genel vergi sistemi içerisinde gelir ve kurumlar vergisi uygulamalarına tabidir. Turizm sektörüne özgü, yalnızca bu faaliyetlerden alınan ayrı bir “turizm vergisi” bulunmamaktadır. Dolayısıyla Türk vergi sisteminde, 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu (GVK) ve 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu (KVK) çerçevesinde turizm işletmelerinin elde ettiği kazançlar için özel bir vergi oranı öngörülmemiştir. Turizm işletmelerinin kazançları, vergi hukuku açısından ticari kazanç niteliğindedir. Bu kapsamda, gerçek kişi statüsündeki işletmeler gelir vergisi mükellefi olurken; tüzel kişiliğe sahip olan işletmeler (örneğin sermaye şirketleri, kooperatifler, iktisadi kamu kuruluşları ile dernek veya vakıflara ait iktisadi işletmeler) ve tüzel kişiliği bulunmayan iş ortaklıkları, kurumlar vergisi mükellefi olarak vergilendirilmektedir (Özcan vd., 2016: 198; Şengül ve Kalıpçı, 2025: 68; Sarılı, 2024: 184). Gerçek kişi işletmelerinin elde ettiği kazançlar, diğer işletmelerde olduğu gibi turizm işletmelerinde de %15 ila %40 arasında değişen müterakki (artan) oranlı gelir vergisi tarifesine göre vergilendirilmektedir (Sarılı, 2024: 150). Şirketlerin elde ettiği kurum kazançları ise %25 mütenasip (düz) oranlı vergi oranında, kurumlar vergisine tabi tutulmaktadır (Sarılı, 2024: 184).

Türkiye’de turizm faaliyetleri sonucunda turizm sektöründe çalışan personelin ücret gelirleri, GVK kapsamında “ücretler” olarak vergilendirilmektedir. Turizm sektöründe çalışan personelin ücret gelirleri, diğer tüm çalışanlar gibi gelir vergisi tarifesine göre

kaynakta kesinti (stopaj) yoluyla vergilendirilir ve bu vergilendirilme de ücretliler için nihai vergilendirilme niteliğini taşımaktadır. Ücret gelirleri üzerinden kaynakta kesinti yoluyla vergi tahsil edilmesi nedeniyle, dolaylı vergiler kadar olmasa da kısmi bir “mali anestezi” etkisi ortaya çıkmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak Türkiye’de son yıllarda, gelir üzerinden alınan vergiler içerisinde ücret gelirlerinin payı oldukça yüksek seyretmektedir. Böylelikle, vergi yükünün ağırlıklı olarak ücretliler üzerinde yoğunlaştığı bir Türk vergi yapısı oluşmuştur (Kılıç, 2018: 403). Özellikle 1980’li yıllardan itibaren Türk turizminin önemli bir ivme kazanmasını milat olarak kabul ettiğimizde, 1983-2024 yılları arasında yatırım teşvik belgeli 45.071 ve Bakanlık işletme belgeli 100.786 adet³⁵ toplam konaklama tesisi bulunmaktadır. Bu bağlamda, söz konusu konaklama tesislerinde turistlere hizmet sunan personel dikkate alındığında, ücret gelirlerinin vergilendirilmesi hususu, turizm faaliyetlerinin ekonomik ve mali yönden önemini açıkça ortaya koymaktadır.

Türkiye’de özellikle İstanbul, Ankara ve Antalya illerinde yaygınlaşan ve geleneksel konaklama sektöründen farklı bir şekilde kısa süreli konut kiralama hizmetini ifade eden Airbnb uygulaması üzerinden elde edilen kazançlar, süreklilik arz etmemek kaydıyla, gayrimenkul sermaye iradı kapsamında gelir vergisine tabi tutulmaktadır. Türk vergi sisteminde, ayrıca “Airbnb Vergisi” adında ayrıca bir vergi bulunmamakla birlikte, konutun turistlere günlük ya da haftalık şeklinde kiralanmasına bakılmaksızın kiralama hizmetinin ifa edilmesi nedeniyle Airbnb şirketlerinin kesmiş olduğu faturalar üzerinden vergilendirilme yapılmaktadır. Bir turizm vergisi olarak, 1 Ocak 2023 tarihinde yürürlüğe girerek uygulanmaya başlanan, konaklama vergisinde düzenlenmeyen Airbnb’de gelir vergisinin tahsilat sorumluluğu konut sahibindedir. Bu aşamada, söz konusu kiralama işlemleri sonucunda olması gereken vergi gelirlerinin hazineye intikalinde pek çok sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sebeple, bu tür işlemlerin vergilendirilmesinde ve vergi tahsilatında yaşanacak sorunları engellemek adına gerekli hukuki düzenlemelerin vergi sistemine dâhil edilmesi gerekmektedir (Gölçek, 2023: 76-77; Bilgin ve Ulema, 2020: 3030).

³⁵ Yazar tarafından, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü’nün 1983-2024 dönemi, Bakanlık belgeli tesis yıllık istatistikleri kullanılarak toplam konaklama tesisi sayıları oluşturulmuştur.

3.2.2. Konaklama Vergisi

Dünyada turist ya da turizm vergisi olarak da adlandırılan konaklama vergisi, AB üye ülkelerinden ve en önemli turist çekim merkezlerine sahip olan Fransa, İtalya, İspanya ve Yunanistan'da da uygulanmaktadır. Fransa'da 1910 yılından itibaren “taxe de séjour” adında bir konaklama vergisi bulunmaktadır. Bu vergi, otel ve turistik tesisler tarafından turistlerin kişi başına konaklama bedelleri üzerinden %1 ila %5 arasındaki bir oranda tahsil edilmekte ve tahsilat belediyelere yatırılmaktadır. İtalya'da “tassa/imposta di soggiorno” adı altında uygulanan konaklama vergisine ilave olarak, 2018 yılında Venedik'te gününbirlik turist vergisi yürürlüğe girmiştir. İspanya'da ise Katalonya ve Balear Adalarında “tasa turistica” adında bir turizm vergisi alınmaktadır. Bu vergi, Katalonya'da cruise gemileri ile gelen gününbirlikçi turistlerden de alınırken, Balear Adalarında yerel yönetim vergiyi bir çeşit çevre vergisi mahiyetinde tahsil etmektedir. Buradan hareketle, dikkat edildiğinde genel itibarıyla yerel bu vergiler, yerel yönetimler tarafından salınmaktadır (Akçaoğlu, 2020:390-391). Yunanistan'da ise 1 Ocak 2018 tarihi itibarıyla uygulanmaya başlanan ve “stayover tax” olarak adlandırılan turizm vergisi, kısa dönem konaklamalarda dâhil olmak üzere konaklama hizmetleri üzerinden alınmaktadır. Konaklama türüne, otellerin yıldızına ve sezona göre değişen vergi, maktu vergi özelliğinde olup turistlerden konaklama esnasında tahsil edilmektedir (Krinis, 2023).

Türkiye'de ise konaklama vergisinin hazırlıklarına esasen ilk defa 2004 yılında başlanmış aynı zamanda 2006 ve 2008 yıllarında TBMM'ye sunulan “İl Özel İdaresi ve Belediye Gelirleri Tasarısı” ile gündeme gelmiştir. Kanun tasarısının gerekçesinde, “Turistik yörelerde bulunan il özel idareleri ve belediyeler turizm faaliyeti nedeniyle oluşan nüfus artışının yükünü çekerken, turizmden elde edilen gelirlerden pay alamamaktadır. Bu durum yol, su, arıtma ve atık bertaraf tesisleri gibi altyapı ihtiyaçlarının gerektirdiği kaynaklar ile sağlanan gelirler arasında önemli dengesizliklerin doğmasına yol açmaktadır. (...) Ülkemizin turizm potansiyeli dikkate alınarak, turizm hizmetlerinin finansmanına yardımcı olmak amacıyla Konaklama Vergisi mahalli bir vergi olarak düzenlenmektedir” şeklinde hüküm ihdas edilmiştir. Pigocu türünde bir vergi salınması düşüncesi ile gündeme gelen tasarı (Ateşgaoğlu ve Adak, 2024: 26), sektör temsilcilerinin yoğun baskısı nedeniyle meclisten geçememiş ve yasalaşmamıştır. Bugüne geldiğimizde ise 7 Aralık 2019 tarihli Resmi Gazete 'de yayımlanarak yürürlüğe giren “7194 sayılı Dijital Hizmet Vergisi ile Bazı

Kanunlarda ve 375 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun” ile birlikte, konaklama vergisi Türk vergi sistemine dahil edilmiştir (Uçar ve Bağrıaçık, 2021: 349-350; Akçaoğlu, 2020: 393).

7194 sayılı Kanun’un 9. madde hükmü aracılığıyla, 6802 sayılı Gider Vergileri Kanunu’nun mülga durumdaki 34. maddesiyle yeniden yapılan düzenleme ile konaklama vergisinin son şekli hazırlanmıştır. 7194 sayılı Kanun, konaklama vergisinin uygulanması planlanan tarihi 1 Nisan 2020 olarak öngörse de küresel çapta yaşanan, koronavirüs salgınına karşı müdahaleci devletin aldığı tedbirler kapsamında öncelikle 1 Ocak 2021 daha sonrasında 1 Ocak 2022 tarihine ertelenmiş ve söz konusu vergi en nihayetinde 1 Ocak 2023’te yürürlüğe girerek uygulanmaya başlanmıştır. Buna göre, 6802 sayılı Kanun’un 34. maddesi gereğince *“Otel, motel, tatil köyü, pansiyon, apart otel, misafirhane, kamping, dağ evi, yayla evi gibi konaklama tesislerinde verilen geceleme hizmeti ile bu hizmetle satılmak suretiyle konaklama tesisi bünyesinde sunulan diğer tüm hizmetler (yeme, içme, aktivite, eğlence hizmetleri ve havuz, spor, termal ve benzeri alanların kullanımı gibi)”* verginin konusunu oluştururken bahsi geçen hizmetleri sunanların yani konaklama tesisini fiilen işletenlerin ise vergi mükellefi konumunda olduğu mezkûr maddenin devamında hüküm altına alınmıştır. Burada belirtilen tesislerde sunulan hizmetlerden yararlanan her birey, yararlandığı turizm hizmeti nedeniyle milliyeti, kişiliği veya vatandaşlık durumu ne olursa olsun konaklama vergisine tabi tutulmaktadır (Öztürk ve Saygın, 2024: 401-402).

Verginin konusuna giren hizmetlerin sunulması yani konaklamaya konu odanın ya da hostel gibi tesislerde yatağın konaklayanın tasarrufuna bırakılması halinde vergiyi doğuran olay vuku bulmuş olacaktır. Buradan hareketle, vergiyi doğuran olay, mükellefin sunmuş olduğu hizmetler karşılığında mahiyet ve tutar itibarıyla kesinleşen alacağın talep edilebilir hale geldiği andır. Geceleme hizmetinin sunulmasından önce fatura ya da benzeri belgelerin düzenlenmesi halinde vergiyi doğuran olay doğmaz. Bu noktada, konaklama vergisi, KDV’den ayrı bir niteliğe haizdir. Zira KDV’nin 10. maddesinin b bendine göre, *“malın tesliminden veya hizmetin yapılmasından önce fatura veya benzeri belgeler verilmesi hallerinde, bu belgelerde gösterilen miktarla sınırlı olmak üzere fatura veya benzeri belgelerin düzenlenmesi”* durumunda da vergiyi doğuran olay ortaya çıkmış olacaktır (Ateşagaoglu ve Adak, 2024: 37).

6802 sayılı Kanun'un 34. maddesi 4. Fıkrası uyarınca verginin matrahı, “*verginin konusuna giren hizmetler karşılığında, katma değer vergisi hariç, her ne suretle olursa olsun alınan (...) para ile temsil edilebilen menfaat, hizmet ve değerler toplamıdır.*” Yine aynı maddenin devamında burada açıklandığı üzere hesaplanacak olan matraha uygulanacak vergi oranının %2 olduğu şeklinde hüküm bulunmaktadır. Bu madde hükmünden yola çıkarak ad valorem matraha haiz olan konaklama vergisinin matrahına KDV'nin dâhil edilmediği ve mütenasip oranlı bir vergi özelliğine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Bir gider vergisi niteliğinde olan günümüz konaklama vergisinin temelinde, turizm faaliyetleri sonucu ortaya çıkan negatif dışsallıkların giderilmesi amacı yatmaktadır. Ancak bu vergiden elde edilecek kamusal gelirin yerel yönetimlere tahsis edilmesi gerekliliği göz ardı edilmiş; dünyadaki genel uygulamalardan farklı olarak vergi, merkezi yönetim bütçesi geliri olarak Türk vergi sistemine dâhil edilmiştir. Bu durum, ülke genelinde tüm konaklama hizmetlerine aynı oranda vergi uygulanmasına yol açmakta ve yerel nitelik taşımayan bu uygulama, özellikle turist yoğunluğu yüksek bölgeler ile turizm talep esnekliği düşük bölgeler arasındaki rekabet dengesini olumsuz etkileme potansiyeli taşımaktadır. Buna ek olarak, konaklama vergisinin yerel nitelikte olmaması nedeniyle, yeni bir vergi ihdas etmek yerine bu hizmetlere uygulanan KDV oranının artırılması yönünde görüşler de bulunmaktadır. Böyle bir uygulamanın, vergi tahsilat sürecindeki idari iş yükünü azaltacağı ve mükelleflerin uyum maliyetlerini düşüreceği savunulmaktadır (Ateşgaoğlu ve Adak, 2024: 29-30).

3.2.3. Katma Değer Vergisi

Ülkelerin yabancı sermaye başta olmak üzere hareketli üretim faktörlerini vergi teşvikleri yoluyla kendi egemenlik sahalarına çekme çabalarını ifade eden vergi rekabeti sonucunda ulusal vergi otoriteleri üzerinde oluşacak zararı en aza indirmek amacıyla AB üye ülkelerinin vergi sistemlerinde yaptıkları düzenlemelere vergi uyumlaştırılması ya da vergi harmonizasyonu denilmektedir. Gelir vergisi gibi dolaysız vergiler ile kendi siyasi ve egemenlik sahalarına müdahale edilmesi nedeniyle bu vergi uyumlaştırma sürecinde üye ülkelerin ve diğer ulusal vergi otoritelerinin bir araç olarak kullandığı en önemli vergiler içerisinde KDV ve gümrük vergisi yer almaktadır.

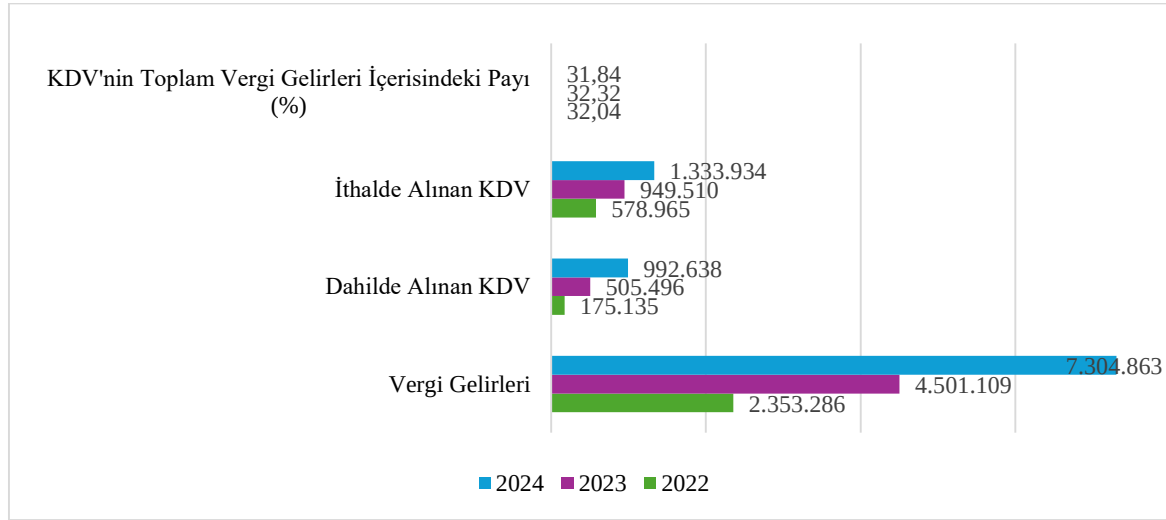
Temel amacının ticari kazanç olmadığı ve genellikle ikamet ettiği yerin dışında bir destinasyona 24 saatten az olmayan bir süreyle en az bir geceliğine kollektif ya da bireysel bir şekilde konaklama hizmetini alan kişilere turist denilmektedir (Krimhan, 2014: 568). Turistlerin bir destinasyonu tercih etmesinin çeşitli motivasyon sebepleri bulunmaktadır. Bu sebeplerden en önemlisi de hizmetin fiyatıdır. Fiyatı oluşturan unsurlar ise üretim faktörlerinin gelirleri ve aynı zamanda katma değer vergisidir. KDV, malın³⁶ fiyatı içerisine gizlenerek tüketiciye yani turistlere yansıtıldığı için varış ülkesindeki turizm faaliyetlerinin fiyatlarının yükselmesine sebep olmaktadır. Bu nedenle, uluslararası turizm arenasında oluşan rekabet ortamında konaklama ve yiyecek-içecek hizmetlerinin fiyatlarında, KDV’de indirimli oran uygulanması sebebiyle lüks mal niteliğinde olan turizm talebini orta ve uzun vadede etkilemektedir (Çelikkaya, 2011: 168).

Türkiye’de KDV, 3065 sayılı Kanun ile birlikte, 1985 yılından itibaren uygulanmaktadır. Yayılı bir muamele vergisi ve mütenasip oranlı bir vergi olan KDV’de standart oran %20 olmakla birlikte, yükümlünün ödeme gücüne ulaşmak için kullanılan oran farklılaştırması sonucunda bu oran, bazı mal ve hizmetlerde %10 ve %1 olmak üzere farklı oranlarda uygulanmaktadır. Mezkûr Kanunun 10. maddesi gereğince, “*Mal teslimi ve hizmet ifası hallerinde, malın teslimi veya hizmetin ifası yapılması*” sonucunda vergiyi doğuran olay oluşmuş ve vergilendirme süreci başlamış olacaktır. Bu hükümden hareketle, konaklama hizmetinin yanı sıra bu hizmete bağlı konsept yiyecek-içecek, ulaşım, rekreasyon, eğlence, oda servisi, ütü ve çamaşırhane hizmetleri gibi diğer hizmetlerin temin edilmesi ve ifa edilmesi de KDV’nin konusu dâhiline girmektedir.

Harcamalar üzerinden alınan vergiler içerisinde en önemli kalemi oluşturan KDV, mali anestezinin varlığı sebebiyle bugün Türkiye’nin makro vergi planlamasının temelini oluşturmaktadır. Etrafı üç denizle çevrili büyük coğrafi ve doğal cazibeleri ile birçok Anadolu medeniyetine ev sahipliği yapmış ve dünyanın önemli turizm destinasyonlarından birisi olan Türkiye (Yolal, 2016: 23) için turizmin toplam vergiler üzerindeki pozitif etkisi düşünüldüğünde, KDV’de turizm faaliyetlerinin önemi daha da büyükmektedir. KDV’nin konusunu oluşturan en önemli hizmet ifalarından birisini teşkil eden verginin yanı sıra bugün ülkemizde süregelen yüksek enflasyonun oluşturduğu etkiler nedeniyle bu vergi, turizm

³⁶ Burada geçen “mal” deyiimi “mal ve hizmetleri” kapsayacak şekilde kullanılmaktadır.

talebi ve artan maliyetlere katlanmak zorunda kalan işletmeler üzerinde vergi kamasını oluşturmaktadır.



Kaynak: Grafik, Hazine Maliye Bakanlığı Aylık Bütçe Gerçekleşme Raporlarından toplanarak yazar tarafından hazırlanmıştır.

Grafik 0.3. 2022-2024 Yılları Arasında Vergi Gelirleri İçerisinde KDV'nin Toplam Miktarı ve Payı

Yukarıdaki Grafik 3.3'te, Türkiye'de 2022,2023 ve 2024 yıllarında gerçekleşen toplam vergi gelirleri ve bu gelirler içerisinde tahsil edilen KDV gelirleri yer almaktadır. Buna göre KDV, bu yıllarda toplanan vergi gelirlerinin neredeyse üçte birini oluşturmaktadır. Ülkede son yıllarda yaşanan yüksek enflasyon ile birlikte KDV gelirleri bir aşınmaya maruz kalsa da KDV'nin vergi sığınağı altında vergi otoritesinin kolay vergilendireceği bir alanı oluşturması nedeniyle bu vergiye olan bağımlılık ve buna bağlı olarak da verginin hem dolaylı vergiler hem de bütçe gelirleri içerisindeki ağırlığı giderek artış gösteren bir grafik seyretmektedir. Modern vergilemede, verginin kaynakları gelir, servet ya da servet transferi ve harcamalardan oluşmaktadır. Bir bireyin işsiz kalması ve servetinin olmaması mümkün olabilir. Ancak insanın fizyolojik varlık olmasının gereği sonucunda mal ve hizmet satın alması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında, Türkiye'de KDV'nin vergi tabanının diğer vergilere nazaran çok daha geniş olması da verginin bir politika aracı olarak nispeten ağırlıkta kullanılmasının sebebini ortaya koymaktadır.

Türkiye'de turizm hizmetlerinde KDV uygulamasına gelindiğinde ise 24 Aralık 2007 tarihli ve 2007/13033 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile yürürlüğe konulan “*Mal ve*

Hizmetlere Uygulanacak Katma Değer Vergisi Oranlarının Tespitine İlişkin Kararın” (II) sayılı listesinde yer alan otel, motel, pansiyon, tatil köyü ve benzeri konaklama tesislerinde sunulan geceleme hizmetleri için %10 KDV oranı uygulanmakta iken söz konusu bu konaklama tesislerinin bünyesinde yer alan restoran hizmetleri ise olağan yemek hizmetlerini aşması, hizmeti veren işletme ve işletmenin ciro büyüklüğü ve hizmetin niteliğinin farklılık arz etmesi nedeniyle (I) sayılı listede bulunan %20 KDV oranı üzerinden hesaplanmaktadır. Bununla birlikte, konaklama tesisleri tarafından her şey dâhil sistemde³⁷ verilen hizmetler için tek bir fatura düzenlenmekte ve yararlanılan tüm hizmetler oda fiyatının kapsamında, bu faturadaki bedelin içerisinde yer almaktadır. Bu halde, turiste sunulan hizmet dolayısıyla uygulanacak KDV oranı %10’dur. Bahsi geçen hizmete isabet eden alkollü içecekler için yüklenilen KDV’nin konaklama tesisleri tarafınca hesaplanan KDV’den indirilmesi mümkün değildir. Buna karşın tesisin alkollü içeceklere isabet eden hizmet bedelini ayrıca fatura etmesi durumunda hesaplanacak KDV oranı ise %20’dir. Ayrıca özellikle kıyı turizminin var olduğu Akdeniz ve Ege sahillerinde yoğun bir şekilde verilen bir hizmet olan yat turu ve su sporlarının sunulması halinde uygulanacak KDV oranı da %20’dir (Koç ve Sarı, 2014: 57-58).

3.2.4. Özel Tüketim Vergisi

Özel Tüketim Vergisi (ÖTV), belirli hedefleri gerçekleştirmek amacıyla kanunla belirtilen bazı mal ve ürünler üzerinden alınan harcama temelli bir dolaylı vergidir. Dolaylı bir vergi olmasından kaynaklı olarak fiyatlara dâhil olup, tüketici ürünü satın alırken ÖTV’yi ödemiş olmaktadır. Günün sonunda verginin yükü, nihai tüketiciye yansımaktadır. Genel tüketim vergisinden farklı olarak tek aşamalı olan ÖTV, ticaret zincirinin her aşamasında alınmamaktadır. 2002 yılında yürürlüğe giren 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu ile uygulanmaya başlanmıştır. Mal teslimi ya da malın ilk iktisabı sırasında bir defaya mahsus alınmaktadır. Verginin isminde “özel” ibaresinin geçmesinin nedeni, verginin tüm ürünlerden değil, sadece kanunda sayılan münferit mal gruplarından alınması yani selektif ya da seçici bir özelliğe sahip olmasından kaynaklanmaktadır (Akkaya ve Aktuğ, 2021: 5). ÖTV’de diğer dolaylı vergilere nazaran vergi tabanının dar olması nedeniyle uygulanması

³⁷ Konaklama ücretinin içerisine sadece oda değil, aynı zamanda yeme-içme ve animasyon, spor faaliyetleri, havuz kullanımı ve eğlence programlarının da dâhil olduğu konaklama ve hizmet sistemidir (Boz ve Eşitti, 2020: 210).

kolay ve vergilendirmede yüksek oranların bulunmasından dolayı da potansiyel vergi hasılatını artırmaktadır. İlaveten ÖTV'ye tabi mal gruplarının talep esnekliğinin düşük olması da ÖTV'nin vergi gelirleri içerisindeki payını artırmaktadır (Akkaya ve Aktuğ, 2021: 8).

ÖTV'nin uygulanmasında çeşitli amaçlar bulunmaktadır. ÖTV, vergilerin kamu harcamalarının finansmanını sağlamak için alınmasını içeren mali (fiskal) amaç ve alkol, sigara gibi erdemsiz malların aşırı tüketimini engellemek, çevreyi kirleten yakıt, araçlar gibi ürünleri daha az tercih edilir kılmak ve lüks tüketimine ek maliyetler getirerek gelir dağılımının düzenlenmesini sağlamayı kapsayan mali olmayan (ekstra-fiskal) amaçları yerine getirmeyi hedeflemektedir. Dolayısıyla ÖTV hem bütçe gelirlerini artıran hem de tüketim davranışlarına yön veren ve piyasa başarısızlıklarına müdahalede bulunan bir araç olarak uygulanmaktadır. 4760 sayılı Kanun'a göre, ÖTV'ye tabi mal grupları dört liste halinde sıralanmaktadır. Buna göre, (I) sayılı listede akaryakıtlar, petrol ürünleri ve doğalgaz; (II) sayılı listede motorlu taşıtlar (otomobil, motosiklet, uçak, helikopter ve yat gibi); (III) sayılı listede tütün mamulleri, alkollü içecekler ve gazlı içecekler; (IV) sayılı listede ise lüks tüketim malları (kozmetik, kürk, mücevher, elektronik bazı ürünler gibi) kapsamaktadır. Ayrıca ÖTV'de tek bir vergi oranı yoktur. Vergi, bahsi geçen bu mal gruplarına göre, farklı oranlarda uygulanmaktadır (Ulusoy, 2020: 274-275).

ÖTV, doğrudan turizm sektörü üzerinden alınan bir vergi değildir. Ancak turizm sektöründe kullanılan araçlar, enerji, alkollü içecekler ve bazı lüks ürünlerinin maliyetlerindeki artış nedeniyle ÖTV'den dolaylı olarak etkilenmektedir. Özellikle konaklama sektörünün en önemli gider kaynağı olan alkollü içecekler üzerindeki ÖTV'nin yüksek olması, maliyetlerin giderek artış göstermesine neden olmaktadır. Dolaylı fiyat etkisi ile yüksek ÖTV, konaklama işletmelerinin maliyetlerini artırır ve maliyet artışı da oda fiyatlarına yansımaktadır. Bu durum da Türkiye'nin fiyat rekabetçiliğini olumsuz etkilemektedir (Keleş, 2019: 257). Golf arabaları hem golf turizmi hem de büyük tatil köyleri için büyük bir öneme sahiptir. (II) sayılı listede yer alan golf arabaları vb. taşıtlar ÖTV'den hariç tutulmaktadır. Söz konusu bu istisna, turizmde çevre dostu ulaşım araçlarının yaygınlaşmasını teşvik etmektedir. Türkiye'nin yeşil turizm imajını güçlendirmektedir. Ayrıca golf turizmi, yüksek harcama yapan turistleri ilgi alanına çektiği için ülkenin turizm rekabet gücünün artışına katkıda bulunmaktadır.

3.2.5. Damga Vergisi

488 sayılı Damga Vergisi Kanunu (DVK) 1. maddesine göre, “*Bu Kanuna ekli (1) sayılı tabloda yazılı kağıtlar Damga vergisine tabidir. Bu kanundaki kağıtlar terimi, yazılıp imzalamak veya imza yerine geçen bir işaret konmak suretiyle düzenlenen ve herhangi bir hususu ispat veya belli etmek için ibraz edilebilecek olan belgeler ile elektronik imza kullanılmak suretiyle manyetik ortamda ve elektronik veri şeklinde oluşturulan belgeleri ifade eder*” şeklinde bahsi geçen verginin konusu açıklanmıştır. Dolayısıyla damga vergisi, DVK kapsamında, resmi belgeler ve sözleşmeler üzerinden alınan bir vergidir.

Mezkûr Kanunun 3’üncü maddesi gereğince, damga vergisinin mükellefi ise bahsi geçen kağıtları imzalayan kişilerdir. Damga vergisi, turizm sektöründe diğer vergilere nazaran görece gündeme gelmese de sözleşmeler, belgeler ve resmi işlemler üzerinden turizm işletmelerini etkileyen bir vergidir. Turizm yatırımlarında kredi, kira ve inşaat sözleşmeleri ile teşvik belgeleri kapsamında düzenlenen belgeler üzerinden damga vergisi alınmaktadır. Bu sebeple, damga vergisi, turizm sektöründe yatırım ve işletme maliyetlerini artıran bir cebri parasal yükümlülüklerdir (Şengül ve Kalıpçı, 2025: 68).

Damga vergisi ayrıca ücretlilerin asgari ücreti aşan kısmı (Kaya ve Saraç, 2022: 221) üzerinden %0,759 oranıyla hesaplanarak işverenler tarafından ödenmektedir. Bu vergi ile ücretlilerin maaşları üzerinden her ay düzenli olarak bir kesinti yapılmaktadır. Damga vergisi, doğrudan turizm talebini etkilemese de işgücü maliyetlerini artırmakta ve çalışanların net ücretini azaltmaktadır. Çok sayıda personel çalıştıran konaklama işletmeleri ve büyük tur operatörleri düşünüldüğünde damga vergisinin, turizm sektörü üzerinde oluşturduğu toplam yük anlaşılabilir. Turizm sektörünün mevsimsellik özelliğinden kaynaklı olarak özellikle sezonluk işçi sayısının çok olduğu konaklama işletmelerinde damga vergisinin toplam etkisi daha belirgin hale gelmektedir. Devlet açısından kayıtlı işlemleri artıran ve belgelerin resmiyetini güçlendiren damga vergisi, küçük bir oran olsa da her maaştan düzenli olarak kesildiği için vergi takozuna katkıda bulunmaktadır (Kaya ve Saraç, 2022: 214).

3.2.6. Yerel Nitelikli Vergiler ve Harçlar

Coğrafi özelliklerinin vermiş olduğu katkıdan dolayı özellikle turizm faaliyetlerinin geliştiği belediyelerde, turizme bağlı sorunlar ya da negatif dışsallıklar daha yoğun bir biçimde ortaya çıkmaktadır. Buna göre, turizme bağlı sorunlar; altyapı, ulaşım ve çevre ve temizlik alanlarında yoğunlaşmaktadır. Belediyeler tarafından tahsil edilen bazı yerel nitelikli vergiler, turizm faaliyetlerini yürüten tesislerin vergi yükünü doğrudan etkilemektedir. Türkiye’de 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu kapsamında yer alan çevre ve temizlik vergisi, ilan ve reklam vergisi ve işyeri açma izin harcı turizm tesisleri üzerindeki vergi yükünü etkileyen mali sorumluluklardır. Turizm yoğun bölgelerde (Antalya, Muğla, İzmir, İstanbul) bu vergiler belediye bütçesinin önemli bir kısmını sağlamaktadır. Bununla birlikte, turistik bölgelerde bu vergiler, altyapı yatırımlarının finansmanına ve belediyelerin doğrudan turizmden pay almasına katkıda bulunmaktadır. Buna karşın konaklama, yiyecek-içecek ve eğlence işletmeleri için ek maliyet oluşturmaktadır. Özellikle küçük ölçekli işletmelerde söz konusu bu maliyet daha çok hissedilmektedir (Şengül ve Kalıpçı, 2025: 68; Aydın, 2021: 161).

3.3. Yatırım Teşviklerinin Turizm Arzı Açısından Değerlendirilmesi

Turistik ürünün unsurlarını oluşturan çekicilik, yararlılık ve ulaşılabilirlik, imaj gibi faktörlerin bir bileşimi olarak ele alındığında turizm arzı, ülkenin turizm firmaları tarafından turizm hareketinin güdülenmesi için turistlere sunulan konaklama, yiyecek-içecek, ulaştırma ve diğer pek çok hizmetleri içerisinde barındıran birleşime verilen genel addır. Turizm arzı, turistik tüketim içerisinde yer alan ve turizm talebinin ihtiyaçlarını karşılamak için gerekli olan tüm mal ve hizmetlerin tedarik edilmesi ve üretilmesine dayalı işlemleri içeren bileşimlerin tümüdür (Aydın ve Gencür, 2015: 45).

Turizmin nasıl üretildiği sorusu, turizm sektörü çıktısının ve arzının temelini oluşturmaktadır. Bu çıktı içinde turizm sektörünün otel, motel, tatil köyleri, pansiyonlar, kaplıcalar, mola tesisleri, golf alanları, kampingler, restoranlar, müzeler kültürel, sağlık, dinlenme ve rekreasyon merkezleri gibi arz kaynaklarının oluşturulması gerekmektedir. Bununla birlikte, devletin bazen turizm sektörüne tahsis ettiği hazine arazileri turizmin üretilmesinde kullanılan fiyatlandırılmamış gizli birincil faktör girdileri olarak hizmet etmektedir. Söz konusu bu araziler, yalnızca turizmin üretim sürecine gizli birincil faktör

girdileri olarak değil, aynı zamanda rekreasyon alanlarıyla turizm sektörüne hizmet etmektedir. Örneğin, tema parkları veya su parkları gibi eğlenceye dayalı turizmin bazı sektörleri, herhangi bir gizli çevresel girdi gerektirse de açık hava ve doğa temelli rekreasyon çevresel kaynaklara bağlıdır ve tesisler ikincil bir rol oynamaktadır (Marcouiller ve Prey, 2005: 23-24).

Türkiye ve diğer ülkeler açısından literatürde yer alan çalışmaların çoğunluğu turizm talebi ve genellikle milli gelir, tüketici fiyat endeksi, seyahat maliyetleri ve döviz kurlarının turizm talebini nasıl etkilediğine dair analizleri içermektedir. Firma düzeyindeki maliyet yapılarına sıkı sıkıya bağlı olan turizm arz konularını genelleştirmedeki zorluklar büyük ölçüde turizm olgusu ile dışsal ekonomik, sosyal ve çevresel sorunlar arasındaki karmaşık karşılıklı ilişkilerden kaynaklanmaktadır (Marcouiller ve Prey, 2005: 24). Türkiye'nin turizm arz kapasitesini oluşturan etkenler; Bakanlık yatırım ve işletme belgeli tesis, oda ve yatak sayıları, seyahat acente sayısı ve belgeli yeme-içme tesis sayısı, turistik ürün çeşitliliği, mavi bayraklı plaj ve marinaların sayısı ve ayrıca yat limanlarının sayısıdır.

3.3.1. Yatırım Teşvik Belgeli ve İşletme Belgeli Konaklama Tesisleri Açısından Değerlendirilmesi

Turizm endüstrisinin içerdiği faaliyetlerin çeşitliliği ve bazılarının diğer ekonomik dalların yapısıyla örtüşen karakteri, turizmi yüksek oranda ilişkiye ve birbirine bağlılığa dayalı bir ekonomik dal haline getirmektedir. Bu durum, turizm ile ekonominin diğer bölümleri arasındaki bağlantıların büyüklüğünü ve karmaşıklığını belirlemektedir (Bunghez, 2016: 1). Dünya genelinde turizmdeki genişleme, sektörün çok az ülkenin göz ardı etmeye hazır olduğu kalkınma seçeneği olarak kabul edilmesine yol açmıştır. Her görüşten hükümet ideal olarak ziyaretçilerin birçok ihtiyacını karşılayacak ve politika hedefleriyle tutarlı olacak şekilde turizmin dengeli bir şekilde gelişmesini hedeflemesi gereken bir dizi yatırım teşviki sunmaktadır (Wanhill, 1994: 33).

Turizm yatırımlarını teşvik etmek amacıyla, birçok ülkenin hükümetleri turistler için mevcut tesisleri artırmak amacıyla özel sektöre yatırım teşvikleri sağlamıştır. Bu teşvikler pek çok şekilde olabilir. Başta yatırım teşvik belgeli ya da işletme belgeli tesislerin sayısını artırmak için turizme verilen yatırım yeri tahsisi olmak üzere düşük faizli kredi verilmesi,

ithalat vergilerinden feragat edilmesi, gelir vergisi indirimi gibi vergi harcamaları ve altyapının iyileştirilmesi örnek olarak verilebilir (Coffey, 1993: 83).

Turizm içerisinde iktisadi, siyasi, sosyal ve kültürel faktörleri barındıran karmaşık bir sektördür. Ev sahibi ülkenin destinasyonuna gelen turistlerin hem yerel hem de ülke ekonomisine uluslararası arenada rekabet edilebilirlik sağladığı için uygun bir yatırım iklimi ya da ortamını teşvik etmek amacıyla yatırım harcamaları ile kamu harcamaları ve devletin tahsil etmekten vazgeçtiği vergi hasılat kayıplarını ifade eden istisna, indirim ve muafiyeti kapsamına alan vergi harcamaları ile en önemli hizmet sektörlerinden biri olan turizm sektörüne birtakım avantajlar uygulanmaktadır.

Yatırım ve işletme belgeli turizm tesis sayısındaki artış, yabancı ve yerli yatırımcıları mutlaka yatırım yapmaya yöneltecek olan itici bir güç özelliğinde olmayabilir. Bu durum, önemli ölçüde yatırımcının ülkeye bakış açısına bağlıdır. Bu yatırım kararları, perspektifi sadece ülkenin siyasi ve ekonomik istikrar, hükümetin yabancı yatırımlara karşı tutumu, kur istikrarı gibi genel özelliklerini değil, aynı zamanda turizm beklentilerinin detaylı bir incelemesini de içerisinde barındırmaktadır. Turizm için yatırım ve işletme belgeli tesis sayılarının artışı yoluyla yatırım fonu arayan ülkelerin sayısının mevcut fonlardan daha fazla olduğu bir durumda, yatırımcılar için genel ve özel ortam oldukça önem taşımaktadır. Ev sahibi hükümet ise bu ortamın yaratılmasında ana aktördür (Jenskins, 1982: 94).

Bazı ülkelerde turizm için kumarhane tesislerine izin verilmesinin sonuçlarından endişe duyulmakta, diğerlerinde ise tatil köyü gelişmelerinin ölçeği ve kirlilik etkileri konusunda endişeler bulunmaktadır. Ancak ülkelerin birçoğu, yatırım teşvik liginde rekabet etmeleri için o kadar baskı altındadır ki, rekabetin ekonomi dışındaki alanlarda ortaya çıkan gerçek maliyetini görememektedirler (Jenskins, 1982: 96). Bununla birlikte, hiç şüphe yok ki devlet tarafından sağlanan turizm tesis yatırımları, turizm politikasının bir özelliği olmaya devam edecektir. Ulusal turizm politikasının en önemli yönü, turizmin geliştirilmesine yönelik yatırımları teşvik eden önlemlere ilişkin teşviklerin miktarı olmaktadır. Çoğu gelişmekte olan ülkede mevcut durum o kadar kritik bir hal almıştır ki, turizm sektörü yatırım teşvikleriyle desteklenmediği sürece yaşayabilir olmaktan çıkmıştır (Chib, 1980: 235).

Türkiye’de turizm işletmeleri içerisinde yer alan konaklama işletmeleri önemli bir yere sahiptir. Bu konaklama işletmelerinin, Bakanlık tarafından verilen yatırım ve işletme belgeli tesis türlerine göre dağılımında ise otel, motel, tatil köyü, pansiyonlar, kampingler, oberjler, kaplıcalar, apart oteller, özel belgeliler, golf ve mola tesisleri, eğitim ve uygulama tesisleri, oto karavan, turizm kompleksi ve hosteller içerisinde otellerin diğerlerine nazaran sayıca daha fazla belgelendirilmesi durumu söz konusudur.³⁸ Konaklama tesisleri, müşterilerinin geceleme yapmasının yanında yiyecek-içecek ve animasyon faaliyetlerini de içerisinde barındırmaktadır. Turizm tesisleri, söz konusu bu faaliyetleri gerçekleştirmek için kullanılan sektörün durağan varlıkları kısmını oluşturmaktadır.

Türkiye’de turizm sektörü içerisinde konaklama işletmeciliğindeki gelişmelerin merkezini oluşturan ilk adımlar 1982’de çıkarılan 2634 sayılı Kanun sonrasında meydana gelmiştir. Bu kanun ile birlikte, Türk turizm sektörü düzenlenip, geliştirilerek dinamik bir yapıya kavuşturulmuştur. Ayrıca mezkûr Kanun kapsamında, turizmin mevsimsel bir sektör olma özelliğini azaltmak üzere turizm faaliyet süresinin uzatılması, doluluk oranlarının artırılması ve küçük kapasiteye sahip tesislerin teşvik edilmesi bu dönemde alınan başlıca tedbirlerden birkaçını oluşturmaktadır. Bu tedbirler sonucunda turizm talebinde artışın yaşanmasına kaynaklık etmiş ve bu artış da yatırımları uyarmış ve teşvik etmiştir. Gelişim gösteren bu durumlar, 1990’lı yıllardan itibaren turizmin üst yapısının kantitatif anlamda artışını sağlamıştır. Günümüze gelindiğinde ise Türkiye, konaklama sektöründe yatırım ve işletme belgeli tesislerde, nicel anlamda önemli bir büyüklüğe sahip olmuştur (Okuyucu ve Akgiş, 2016:5).

³⁸ Bkz. Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Bakanlık Belgeli Tesis İstatistikleri Yıllık Bültenler.

Tablo 0.2. Türkiye’de 2000-2024 Yılları Arasında Toplam Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Konaklama Tesis Sayısında Gerçekleşen Yüzdelik Değişimler

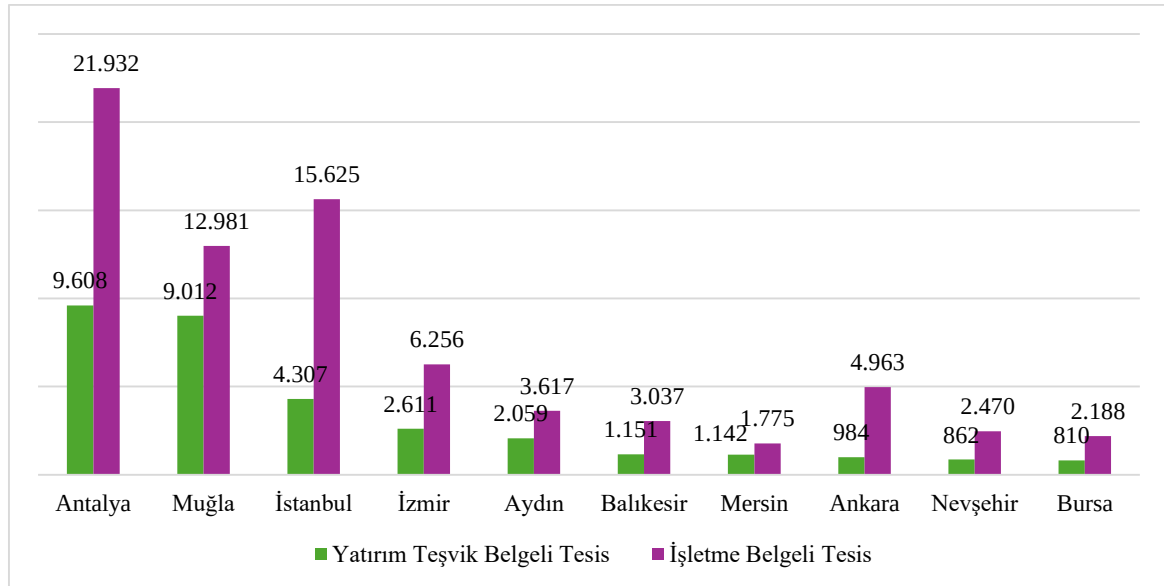
Yıllar	Yatırım Teşvik Belgeli Tesis Sayısındaki Yüzdelik Değişim (%)	İşletme Belgeli Tesis Sayısındaki Yüzdelik Değişim (%)	Yatırım Teşvik Belgeli Tesis Sayısı	İşletme Belgeli Tesis Sayısı
2000	-0,84	-4,35	1.300	1.824
2001	-4,85	9,53	1.237	1.998
2002	-8	6,3	1.138	2.124
2003	-0,7	5,46	1.130	2.240
2004	1,86	5,22	1.151	2.357
2005	-9,73	2,33	1.039	2.412
2006	-16,36	2,61	869	2.475
2007	-10,7	1,57	776	2.514
2008	-0,51	2,06	772	2.566
2009	-2,33	2,29	754	2.625
2010	16,31	0,83	877	2.647
2011	5,13	5,13	922	2.783
2012	4,12	3,12	960	2.870
2013	10	3,9	1.056	2.982
2014	5,77	4,99	1.117	3.131
2015	0,71	5,68	1.125	3.309
2016	0,88	10,03	1.135	3.641
2017	-7,4	3,57	1.051	3.771
2018	-6,66	4,08	981	3.925
2019	-26,3	2,87	723	4.038
2020	-10,24	4,45	649	4.218
2021	-9,86	13,82	585	4.801
2022	3,76	0,72	654	4.836
2023	10,09	8,1	720	5.228
2024	-0,69	32,07	715	6.905

Kaynak: Tablo, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tarafından yayımlanan tesis istatistikleri kullanılarak yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

2000 ve 2024 yıllarını kapsayan yıllık olarak Türkiye’de turizm sektörüne verilen yatırım teşvik ve işletme belgeli tesis sayısı, yazar tarafından toplam haline getirilerek bir veri seti oluşturulmuştur. Yukarıdaki Tablo 3.2’deki bu veri seti kullanılarak, 2000 yılından 2024 yılına kadar bir önceki yıla göre yüzdelik değişim hesaplanmıştır. Yüzdelik değişim, bir göstergenin bir önceki yıla kıyasla ne kadar arttığını veya azaldığını göstermektedir. Ortaya çıkan sonuçla birlikte pozitif bir değer ise artış, negatif bir değer olması durumunda azalmanın olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre, işletme belgeli tesis sayılarında gerçekleşen yüzdelik değişimin yatırım teşvik belgeli tesis sayısındaki yüzdelik değişime göre kıyaslandığında %X oranında istikrarlı bir artışın olduğu görülmektedir. Yatırım teşvik belgeli tesis sayısındaki yüzdelik değişimde, 2010 yılından itibaren 2017 yılına kadar bir

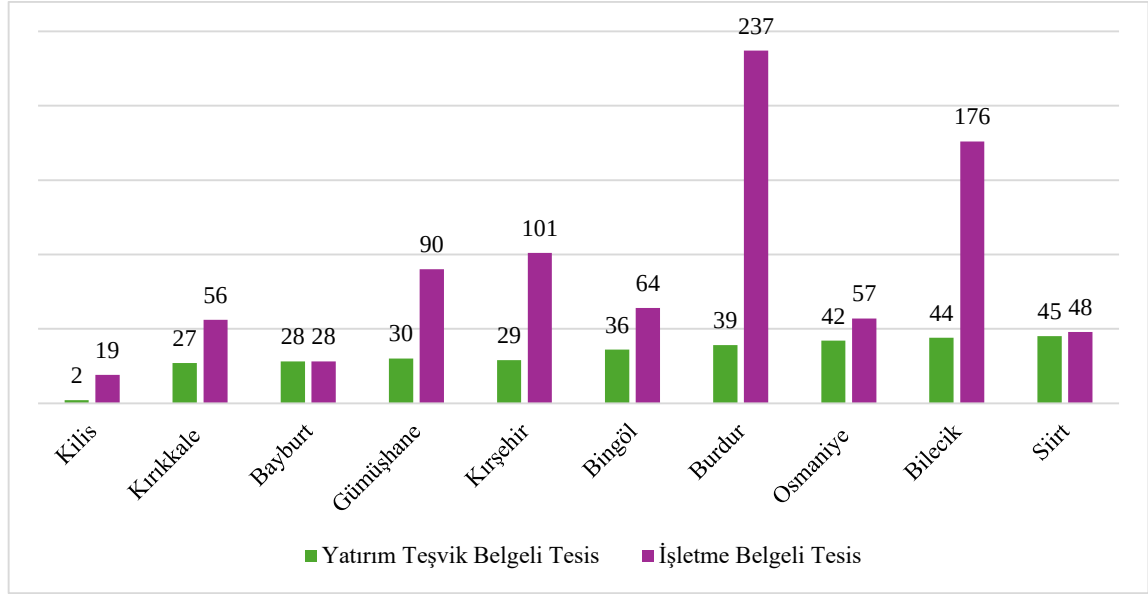
artış söz konusudur. Ancak 2017 yılından itibaren genel itibarıyla yüzdelerik değişimde bir azalmanın olduğu görülmektedir.

İşletme belgeli tesis sayısındaki yüzdelerik değişimde, 2000 yılı hariç olmak üzere istikrarlı bir artış bulunmaktadır. 2024 yılına gelindiğinde ise işletme belgeli tesis sayısındaki yüzdelerik değişimin bir önceki yıla kıyasla artış oranı daha yüksektir. Bu durum, işletme belgeli tesis sayısında büyüme hızının yükseldiğini göstermektedir. Bununla birlikte, tablodan anlaşılması gereken bir diğer sonuç ise henüz yatırım aşamasındaki tesislerden ziyade hali hazırda hizmete açılmış turizm faaliyetini yürüten işletme aşamasındaki turizm tesislerine sağlanan belgelendirme mekanizmasının daha ağırlıkta kullanıldığını göstermektedir. Yani aslında fiili arza potansiyel arzdan daha fazla belge verildiği ortaya çıkmaktadır. Yatırım teşvik belgeli tesis artışı daha fazla yatırımcının teşvikten yararlandığını göstermektedir. İşletme belgeli tesis sayısındaki artış, daha çok tesisin faaliyete geçtiğini ve turizm kapasitesinin büyüdüğünü gösterir. Ayrıca verilerin yüzdelerik değişime tabi tutulmadan önceki hali yani sayma verisi olarak göz önüne alındığında ise bazı kriz dönemlerinde yatırım teşvik belgeli tesis sayısında bir azalma söz konusu olsa da işletme belgeli tesis sayısındaki artışın devam ettiği fark edilmektedir. Bu durumun yansıması, hali hazırda yukarıdaki yüzdelerik değişim tablosunda da görülmektedir.



Kaynak: Grafik, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tesis istatistikleri kullanılarak yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

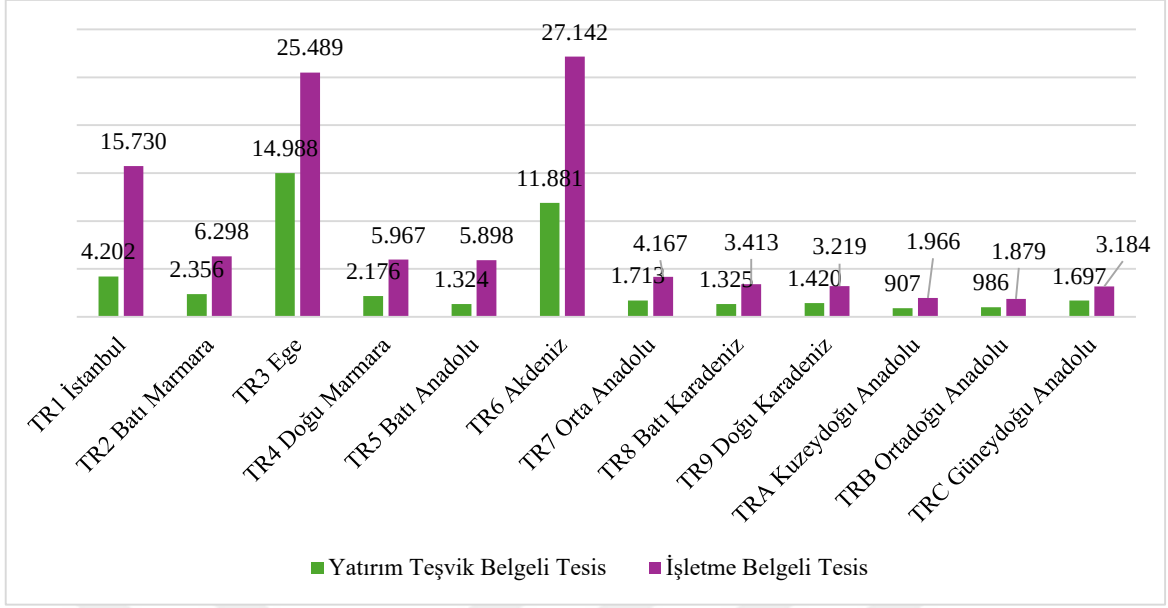
Grafik 0.4. Türkiye’de 1983-2024 Yılları Arasında En Yüksek Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Tesis Sayısına Sahip Olan İlk 10 İl



Kaynak: Grafik, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tesis istatistikleri kullanılarak yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

Grafik 0.5. Türkiye’de 1983-2024 Yılları Arasında En Az Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Tesis Sayısına Sahip Olan İlk 10 İl

Yazar tarafından 1983-2024 yılları arasındaki Türkiye’deki 81 ilin yatırım teşvik ve işletme belgeli tesis sayısının toplamı Excel dosyasında Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü’nce her bir yıl itibarıyla birbirinden bağımsız bir şekilde hazırlanan tesis istatistikleri kullanılarak bir veri seti hazırlanmıştır. Buna göre, yukarıdaki iki grafikte (Grafik 3.4. ve Grafik 3.5.), hazırlanan bu veri seti kullanılarak ülkedeki 81 ilden en çok ve en az yatırım teşvik ve işletme belgeli tesis sayısına sahip ilk 10 il gösterilmektedir. Her iki grafikte incelendiğinde, işletme belgeli tesis sayısının yatırım teşvik belgeli tesis sayısına kıyasla sayıca daha yüksek olduğu görülmektedir.



Kaynak: Grafik, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tesis istatistikleri kullanılarak yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

Grafik 0.6. Türkiye 1983-2024 Yılları Arasındaki İstatistiki Bölge Birimleri Sınıflamasına Göre Yatırım Teşvik ve İşletme Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı

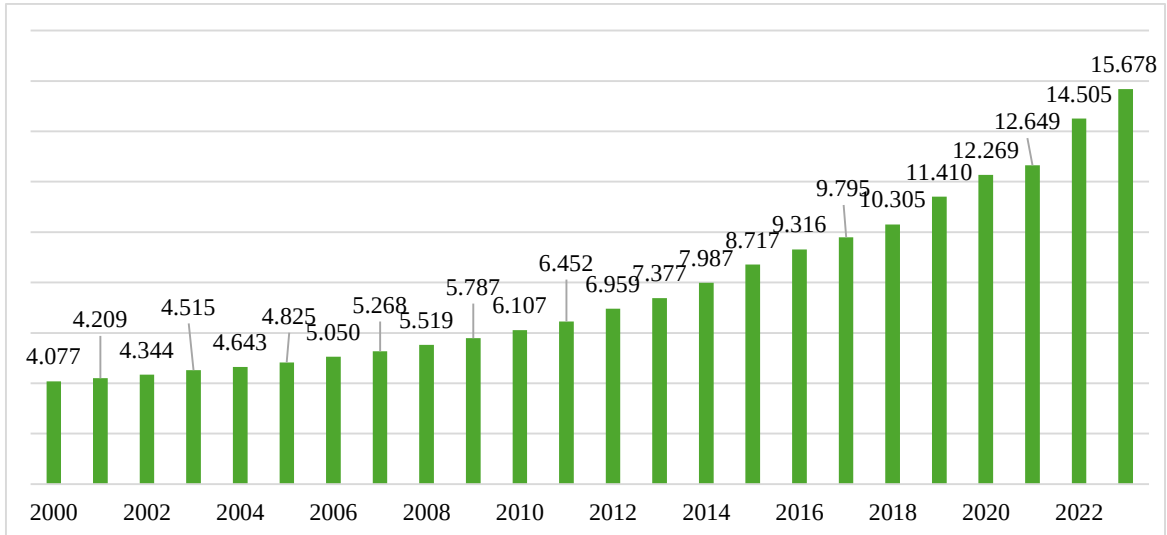
Yukarıdaki Grafik 3.6. incelendiğinde, işletme belgeli tesis sayısının en çok olduğu istatistiki bölge, TR6 Akdeniz iken yatırım teşvik belgeli tesis sayısının en yüksek olduğu istatistiki bölge, TR3 Ege'dir. Zira bu bölgelerde uluslararası turizmin yoğunlaştığı, iller olan Antalya ve Muğla yer almaktadır. Grafikte dikkat edilmesi gereken hususlardan bir tanesi, TR5 Batı Anadolu istatistiki bölgesinin içerisinde yalnızca Ankara, Karaman ve Konya şeklinde üç il yer almasına rağmen işletme belgeli tesis sayısının bu bölgede yüksek olmasıdır. Kelime kökeni olarak, Latince "Congressus" şeklinde bir kelimeden türeyen kongre, toplanma ve buluşma anlamına gelip günümüzde konferans, seminer isimleriyle de kullanılmaktadır. Alternatif bir turizm kaynağı olan kongre ve toplantı turizminin Türkiye'deki gelişimine önemli bir katkı sağlayan Ankara ve Konya şehirleri TR5 Batı Anadolu bölgesinde yer almaktadır (Bayrak vd., 2022: 41). Buna göre, özellikle son yıllarda işletme belgeli tesislerin mekânsal deseninin kıyı alanları ve metropollerin dışına çıkılarak ülke geneline yayıldığı görülmektedir.

3.3.2. Seyahat Acenteleri Açısından Değerlendirilmesi

Turizm sektörünün en önemli aktörlerinden birisi de seyahat acenteleridir. Bir seyahatin ayrı ayrı parçalarının birleştirilmesi suretiyle tek bir ürün adı altında müşteriye

satılmasını ve paket turların hazırlanması, seyahatin barındırdığı çalışmaların koordinasyonu ve ayrıca turistik ürünün oluşturulmasını içeren bütünsel işlemler süreci seyahat işletmeleri tarafından yapılmaktadır. Seyahat işletmeleri, turistik ürün ile turist arasındaki ilişkiyi kuran ve turistik ürünü pazarlayabilen ticari bir kuruluş olan ve ayrıca turistik ürünün aracı konumunda dağıtımını gerçekleştiren örgütsel yapıyı içermektedir. Seyahat işletmeleri, tur operatörleri ve seyahat acentelerinden oluşmaktadır. Konumuzu teşkil eden seyahat acenteleri, turistlerin ihtiyaçlarının karşılanmasında ve bir yerden başka bir yere değişiklik yapmasını sağlayan aracı ticari işletmelerdir. Tur operatörleri ise turistlere paket turlar hazırlayan ve bir destinasyonu turistik ürün şeklinde pazarlayan işletmelerdir (Alaeddinoğlu ve Can, 2007: 51).

Turizm pazarlama sisteminde önemli bir yeri olan seyahat acenteleri, yüz yüze yaptıkları görüşmeleri ile turistlerin tatil planlama kararlarını güdülemekte ve bu karar sonucunda turistik ürünün satın alınmasını sağlamaktadır. Turizm arzı ve talebi arasındaki karmaşık ilişkide turistik ürünleri potansiyel turistlerle buluşturarak özellikle turizm talebini düzenlediği ve perakendecilik, turistik ürün dağıtıcılığı için seyahat acentelerine günümüzde sektör içerisinde çok daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Türkiye’de ise turizm sektöründe yer aldığı bu kilit konumdan dolayı da seyahat acentelerinin sayısı giderek artış göstermektedir (Uygurtürk ve Korkmaz, 2015: 142).



Kaynak: Grafik, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü turizm istatistiklerinden yararlanılarak oluşturulmuştur.

Grafik 0.7. Türkiye’deki 2000-2023 Yılları Arasında Gerçekleşen Seyahat Acente Sayısı

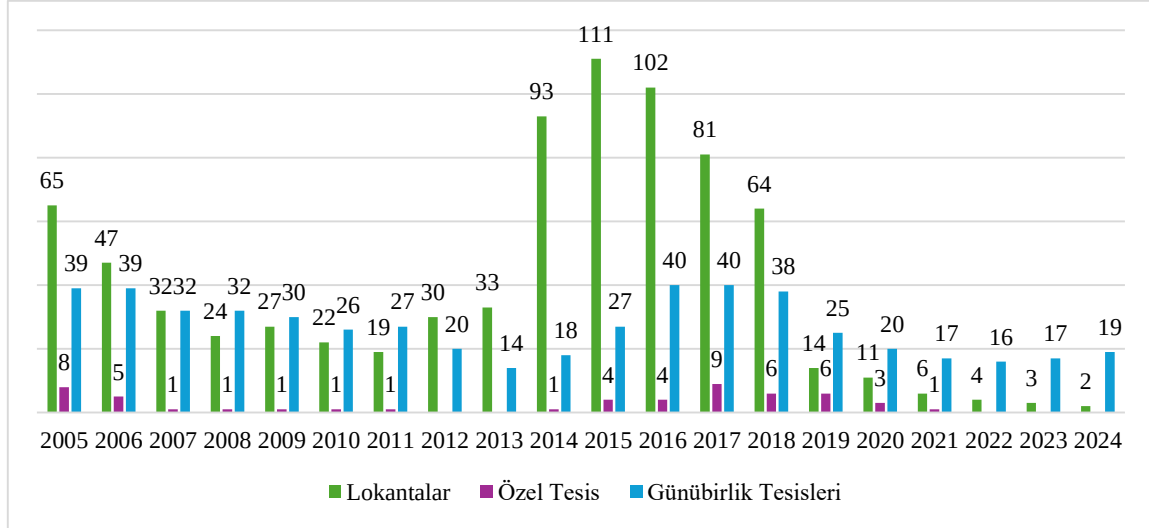
Yukarıdaki Grafik 3.7’de, 2000-2023 yılları arasında gerçekleşen Türkiye’deki seyahat acente sayısı gösterilmiştir. 2000 ve 2023 yılları itibarıyla belgeli acente artış oranı ise %384,54’tür. Dünya nüfusunun artması, Türkiye’nin destinasyon çeşitliliği, gelir düzeyinin artması, boş zamanın artması, eğitim seviyesinin artması, teknolojinin ilerlemesi, insan ömrünün uzaması ve insanların psikolojik yorgunluğu üzerinden atmak için rekreasyon faaliyetlerine duyduğu ihtiyacın artması Türkiye turizmine katılımı artırmıştır. Ekonomik açıdan bakıldığında gezmek, dinlenmek, eğlenmek, görmek ve tanımak amacıyla bir mal tüketicisi ya da bir hizmet faydalanıcısı olan turistin (Bunghez, 2016: 4), sayısının artması seyahat acentelerinin sayısının artmasına katkı sağlamıştır. Grafik incelendiğinde, bahsi geçen bu durumu destekleyen bir biçimde seyahat acentelerinin sayısında istikrarlı bir artışın olduğu görülmektedir. Seyahat acente sayısındaki artış, turizm talebindeki artışın yansımasıdır. Ancak bu artış rekabet, kalite denetimi ve sürdürülebilirlik konularında dikkat edilmesi gereken riskleri de beraberinde getirmektedir. Bu noktada kalitesiz hizmet, tüketici mağduriyeti ve kayıt dışı faaliyetlerin önüne geçilmesi için TÜRSAB ve Bakanlığın denetimi önemlidir.

3.3.3. Belgeli Yeme- İçme Tesisleri Açısından Değerlendirilmesi

Turizm arzı ve turizm talebi arasındaki karmaşık ilişkiyi oluşturan turizm sektörü, farklı görevlere ve işlevlere sahip pek çok özellikte işletmeleri içerisinde barındırmaktadır. Bunlar arasında konaklama, yiyecek-içecek, seyahat ve eğlence hizmetlerini yerine getiren işletmeler bulunmaktadır. Maslow’un ihtiyaçlar hiyerarşisinde piramidin en tepesindeki seviyeyi oluşturan fizyolojik ihtiyaçların içerisinde yeme-içme eylemi yer almaktadır. İnsanların varlığını sürdürebilmesi için yeme ve içme ihtiyacının ne kadar önemli olduğunu düşündüğümüzde turistler için yiyecek ve içecek işletmelerinin önemi de anlaşılmaktadır.

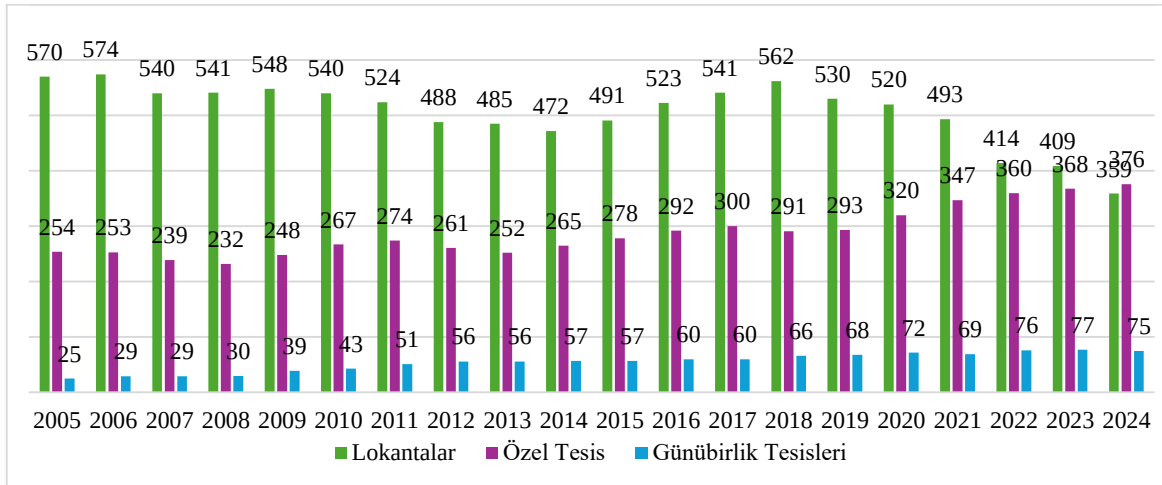
Bununla birlikte, turistleri seyahat etmeye güdüleyen sebeplerden bir tanesi de gittiği ülkenin veya yörenin yemeklerini tatmak veyahut farklı kültürleri yemekleri ile anlayabilmektir. Öyle ki tarım, kültür ve turizm üçlüsünü birleştiren gastronomi turizmi söz konusu bu ihtiyaçtan ortaya çıkmıştır. Turistlere bu üç unsurdan tarım, mahsulü yani yiyeceği sunarken kültür, söz konusu bölgenin tarihini sergilemekte ve turizm ise alt yapı ve hizmetleri sağlamaktadır. Bölgelerin pazarlanmasında önemli bir faktör olan ve yöresel kültürün bir ögesini oluşturan yiyecek içecek işletmeleri gerek konaklama işletmelerinin içerisinde gerekse de bağımsız bir hizmet veren işletme şeklinde ortaya çıkabilmektedir

(Çam ve Çılgınoğlu, 2021:181). Yiyecek içecek işletmeleri pek çok sınıflandırmaya tabi tutulabilmektedir. Sahip oldukları belgeler bakımından sınıflandırıldığında ise turizm yatırım ve işletme belgeli ve belediye işletme belgeli yiyecek içecek işletmeleri şeklinde ayrılmaktadır.



Kaynak: Tablo, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tesis istatistikleri kullanılarak yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

Grafik 0.8. 2005-2024 Yılları Arasında Türkiye’de Yatırım Teşvik Belgesi Alan Yiyecek-İçecek Tesislerinin Türlerine Göre Dağılımı



Kaynak: Tablo, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü tesis istatistikleri kullanılarak yazar tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

Grafik 0.9. 2005-2024 Yılları Arasında Türkiye’de İşletme Belgesi Alan Yiyecek-İçecek Tesislerinin Türlerine Göre Dağılımı

Yukarıdaki iki grafik (Grafik 3.8. ve Grafik 3.9.) incelendiğinde, 2005-2024 yılları arasındaki Bakanlık yatırım ve işletme belgeli yiyecek-içecek işletmelerinden lokanta, özel tesis ve günübirlik tesislerinin yıllara göre dağılımı gösterilmiştir. Söz konusu dağılımda işletme belgeli yiyecek-içecek tesis sayılarının yatırım teşvik belgeli yiyecek-içecek tesislerine kıyasla sayıca daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca yıllar itibarıyla incelediğimizde ise tesislerin bir önceki yıla kıyasla istikrarlı bir artış bulunmamaktadır. Belgeli yiyecek-içecek işletmeleri ile konaklama tesisleri karşılaştırıldığında, devletin konaklama sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinin yiyecek-içecek işletmelerine verilmediği gözlemlenmektedir. Zira konaklama işletmeleri, yatırım ve işletme teşvik belgeleri ile yatırım teşviklerinden yararlanmaktadır. Teşvik belgelerinin konaklama sektöründe, yiyecek-içecek sektörüne nazaran sayıca çok daha fazla olması bu durumu doğrulamaktadır.

Turizm işletme belgeli yiyecek içecek işletmeleri içerisinde yer alan lokantalar hem yatırım hem de işletme belgeli tesisler içerisinde nicelik olarak en yüksek paya sahip olan yiyecek-içecek işletmeleridir. Yatırım teşvik belgeli yiyecek içecek tesislerinde turistin konaklama yapmadan yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor gibi faaliyetlerini günübirlik olarak yapabileceği tesisler olan günübirlik tesisler, sayıca sıralamada ikinci olarak gelmektedir. İşletme belgeli yiyecek içecek işletmelerinde ise sayısal olarak ikinci sırada belirli bir sıralamaya uymayan ancak özgün mimarisi ve sunduğu hizmetler ya da konseptiyle farklılaşan özel tesisler³⁹ yer almaktadır.

3.3.4. Bakanlık Belgeli Yat Liman İşletmeleri Açısından Değerlendirilmesi

Küreselleşen dünyada turizm sektörünün temel ve önemli bir cazibe turistik ürünü denizlerdir. Turizm talebini etkileyebilmek adına turizm arzının gelişmesi gereken en önemli turizm çeşitlerinden birisi olan deniz turizmi, ülkelere uluslararası turizm arenasında rekabette üstünlük sağlamaktadır. Türkiye, jeopolitik konumu itibarıyla deniz turizminde⁴⁰ şanslı ülkelerden birisidir. Deniz turizminin yapıldığı araçlara kruvaziyer gemileri, özel ve ticari yatlar ve günübirlik gezi tekneleri gibi örnekler verilebilir. Deniz turizmi tesisleri ise

³⁹ Bir tesisin özel tesis niteliğine haiz olabilmesi için hangi şartlara sahip olması gerektiği “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik” madde 42’de açıklanmıştır.

⁴⁰ 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile “Yat Turizmi” olan sektörün adı, “Deniz Turizmi” olarak değiştirilmiştir.

yat limanları, yat işletmeleri, kruvaziyer limanları ve iskeleleri kapsamaktadır (Yüksek, 2013: 60).

Yatçılık faaliyetlerinin artması sonucunda yüksek gelir getiren yat limanları, turistik tesisler içerisinde önemli bir yere sahiptir. Turizm arz yapısını şekillendiren ve büyük ölçüde etkileyen yat limanları artık günümüzde turizm yatırım faaliyetleri incelendiğinde pek çok ülkede yat limanı işletmelerinin sayısının arttığı görülmektedir. Söz konusu bu artışa ve yat limanı işletmelerinin sundukları hizmetlere bağlı olarak da deniz turizminde rekabet giderek sert bir yapıya bürünmüştür. Turizm arzını etkileyen deniz turizmi hem yerel yönetimler hem de ulusal otoriteler arasında rekabet üstünlüğü sağlayabilmek adına oluşturulan ürün farklılaştırılmasının bir sonucudur. Ayrıca günümüze kadar süregelen süreçte deniz turizmi diğer turizm faaliyetlerini destekleyen bir konuma ulaşmıştır. Bu sebeple, deniz turizminin Türkiye’de turistik ürünün çeşitlenmesi için kullanılmasının yanı sıra bu çeşitlendirme sonucunda kaliteli yat liman işletmeleri, kruvaziyer liman işletmeleri ve iskele, rıhtım gibi diğer tesis işletmeleri gibi hizmet alanlarının geliştirilmesi de turizm sektörü için önemlidir (Muslu, 2015:34-35).

Tablo 0.3. Bakanlık İşletme Belgeli Yat Limanları ve Yat Kapasiteleri

		YAT KAPASİTESİ		
Liman Adı	Bulunduğu Şehir	Denizde	Karada	Toplam
Setur Kuşadası Yat Limanı	Kuşadası/ AYDIN	310	-	310
Ataköy Yat Limanı	Ataköy/İSTANBUL	1.040	60	1.100
G-Marina Kemer	Kemer /ANTALYA	150	150	300
Marmaris Yat Limanı	Marmaris/MUĞLA	676	122	798
Club Marina	Fethiye / MUĞLA	121	-	121
Setur Antalya Marina	ANTALYA	200	150	350
Kumlubükü Yat Clup	Marmaris/MUĞLA	10	-	10
Turgutreis Yat Limanı	Bodrum/MUĞLA	455	100	555
Ece Marina	Fethiye / MUĞLA	230	-	230
Milta Bodrum Yat Limanı	Bodrum / MUĞLA	425	50	475
My Marina Yat Yanaşma Yeri	Marmaris/MUĞLA	67	15	82
D-Marin Didim Marina	Didim / AYDIN	576	600	1.176
D-Marin Port Göcek Marina	Fethiye /MUĞLA	379	-	379
Alaçatı Yat limanı	Çeşme / İZMİR	260	100	360
Marintürk Göcek Village Port	Göcek-Fethiye/ MUĞLA	116	200	316
Yalova Yat Limanı	YALOVA	240	80	320
Alanya Yat Limanı	Alanya/ANTALYA	287	160	447

Tablo 0.4. Bakanlık İşletme Belgeli Yat Limanları ve Yat Kapasiteleri (devamı)

Teos Marina	Seferihisar/İZMİR	480	80	560
Port İasos	Milas/ MUĞLA	100	-	100
Skoepa Marina	Fethiye/MUĞLA	80	-	80
Marmaris Adaköy Marina	Marmaris/MUĞLA	33	-	33
Çeşme Yat Limanı	Çeşme / İZMİR	377	100	477
West İstanbul Marina	Beylikdüzü/ İSTANBUL	600	370	970
Ayvalık Marina	Ayvalık/ BALIKESİR	200	150	350
Mersin Yat Limanı	MERSİN	500	500	1.000
Güllük Yat Marin	Milas / MUĞLA	270	-	270
Gökova Ören Marina	Milas / MUĞLA	416	130	546
Yalıkavak Marina	Bodrum/MUĞLA	710	40	750

Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Deniz Turizmi Tesisleri ve Araçları İstatistikleri, 2019, :1. 68258,2019-istatistiki-tablo-31122019doc.doc (live.com) .

Yukarıdaki Tablo 3.3. ve 3.4’te Bakanlık tarafından verilen, turizm işletme belgeli yat limanlarının tesis sayısı, söz konusu bu yatların bulunduğu şehirler ve yat kapasiteleri gösterilmiştir. Buna göre, toplamda 28 adet tesis sayısı bulunmaktadır. 12.675 adet olan toplam yat kapasitesinin 9.308’i denizde, 3.157’si ise karada mevcut olan yat kapasitesidir. Türkiye’nin Aydın, Muğla, Balıkesir, İzmir, Mersin, Antalya, Yalova ve İstanbul şehirlerinde, Bakanlık işletme belgeli yat limanlarının ülkeye sağladığı sosyo- ekonomik katkısının yanı sıra tanıtım faaliyetlerine olumlu etkisi ve sağladığı döviz girdisi sonucunda turizm sektörü içerisinde önemi giderek artmaktadır. Bununla birlikte, küçük tekneler ile günübirlik geziler şeklinde başlayan yatçılık, Türkiye’de diğer turizm türlerine göre uzun bir geçmişe sahip olsa da son on yılda kitle turizminin bir parçası haline gelmiş ve binlerce yat filo şeklinde hızlı bir gelişim göstermiştir (İmeak Deniz Ticaret Odası, 2019: 5).

3.4. Yatırım Teşviklerinin Turizm Talebi Açısından Değerlendirilmesi

Turizm talebi, satın alma gücü ve boş zamana sahip olan ve turistik mal ve hizmetlerden faydalanan kişi veya kişiler topluluğuna denilmektedir. Turizm talebi, ekonomi biliminde yer alan talep kavramından farklılık arz etmekte ve kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Buna göre, tüketimde bulunacak kişinin belirli bir gelire ve boş zamana sahip olması gerekmektedir. Aynı zamanda tüketici üzerinde turistik mal ve hizmetlerden yararlanma güdüsünün oluşmasını kapsamaktadır. Turizm talebinin kendi içerisinde çeşitleri bulunmaktadır. Örneğin; turizm faaliyetlerine doğrudan katılan turistlerin oluşturduğu “efektif talep”, seyahat etmeleri için uyarılmış fakat hem maddi hem de boş

zamanın olmaması nedeniyle turizm faaliyetini gerçekleştiremeyen “potansiyel talep” ve turizm sektörünün kendisine sunduğu mal ve hizmetler hakkında yeterince bilgi sahibi olmamasını açıklayan “ertelenmiş turizm talebi” şeklinde turizm talep çeşitleri bulunmaktadır (İçöz ve İçöz, 2018: 110).

Turizm talebi; turist varışları, gecelik konaklamalar, gerçek gelirler, gerçek harcamalar ve menşe nüfusun kişi başına düşen ziyaretleri dâhil olmak üzere bir dizi değişkenle değerlendirilebilir. Literatürde yapılan çalışmaların çoğu, turizm talebini bir zaman serisi çerçevesinde modellemeye çalışmıştır (Algieri ve Kanellopoulou, 2008: 10). Turizm sektörüne dair alınan tüm yatırım teşvik kararlarının başarısı tamamıyla turizm talebine bağlıdır. Bu yüzden turizm talebini etkileyen tüm unsurların iyi bir şekilde belirlenmesi ve analizinin yapılması gerekmektedir (Selim vd., 2022: 761).

İktisat teorisi, gelir ve fiyat türü faktörlerin uluslararası turizm talebini belirlemede merkezi bir rol oynayabileceğini öne sürmektedir. Çok sayıda çalışma, ekonomik belirleyicilerin turist sayısı ve harcamalarındaki değişimi etkilediğini bulmuştur. Örneğin; Narayan (2004), bu çalışma 1970-2000 yılları arasındaki Fiji’ye gelen turist sayısı, kişi başına düşen harcanabilir gelir, otel ve alternatif ülkelerdeki ikame fiyatları değişkenleri arasındaki kısa ve uzun vadeli ilişkileri otoregresif dağıtılmış gecikme (ARDL) çerçevesi içinde geliştirilen sınır testi yaklaşımı olan bir eş bütünleşme tekniğiyle incelenmiştir. Burada Fiji’ye gelen turist sayısı çalışmanın bağımlı değişkeni iken kişi başına düşen harcanabilir gelir, otel ve alternatif ülkelerdeki ikame fiyatları, seyahat maliyetleri ise bağımsız değişkenlerini oluşturmaktadır. Çalışmada, kısaca bir takımada ülkesi olan Fiji’nin turizm talebini etkileyen faktörlerin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, uzun vadeli sonuçlar, Fiji’nin ana turizm kaynağı pazarlarındaki gelir artışının yani menşe ülkenin gelirlerinin artış sağlamasının turizm talebi üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, otel ve alternatif ülkelerdeki ikame fiyatların ve seyahat maliyetlerinin ise ziyaretçi varışları üzerinde olumsuz etkileri olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, ARDL sınır testi sonucunda değişkenler arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu da tespit edilmiştir (Narayan, 2004: 202).

Bir başka örnek ise Algieri ve Kanellopoulou (2008), bu makalede, 1985-2006 yılları arasında Fransa, Yunanistan, İspanya ve Avusturalya’nın turizm talebinde etkisi olan uzun vadeli caydırıcı sebepleri hata düzeltme modeli (ECM) kullanılarak ele alınmıştır. Buna

göre, bu çalışmada, her bir ülke için tüketici fiyat endeksi, seyahat maliyeti ve ilgili ülkedeki milli gelir değişkenleri gibi turizm ihracatına olan talebi etkileyen faktörler olarak ele alınmıştır. Analizin bağımlı değişkeni uluslararası turizm gelirleri iken bağımsız değişkenleri ise milli gelir ve seçilen destinasyondaki tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ve seyahat maliyetinden oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre, Fransa ve İspanya’da turizm talebinin canlanmasını sağlayan ana faktörün tüketici fiyat endeksi ve seyahat maliyeti olduğu Yunanistan ve Avustralya’da ise milli gelirin ana itici güç olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, tüketici fiyat endeksi, seyahat maliyetleri ve milli gelir değişkenlerinin Fransa, İspanya, Yunanistan ve Avustralya turizm gelirleri üzerinde etkili olduğu ortaya konulmuştur (Algieri ve Kanellopoulou, 2008: 16-17).

Aydın ve diğerleri (2015), turizm talebini etkileyen ekonomik faktörlerin, Türkiye üzerinde nasıl bir etki oluşturduğuna dair bir analiz çalışması yürütmüşlerdir. Yapılan bu analizin sonucuna göre ise 1996-2013 yılları arasındaki üçer aylık çeyreklik veriler kullanılarak, Türkiye’nin uluslararası turizm talebini etkileyen ekonomik faktörler panel veri analizi yardımıyla incelenmiştir. Çalışmadaki bağımlı değişken turizm talebi iken bağımsız değişkenler ise milli gelir, tüketici fiyat endeksi, taşıma maliyetleri ve döviz kurlarıdır. Çalışmanın kapsamında, Türkiye’ye gelen turist sayısı bakımında en yüksek ilk beş ülke Almanya, Rusya, İngiltere, Bulgaristan ve Gürcistan’dır. Çalışmadan elde edilen bulguların sonuçlarına göre, Türkiye’ye turist gönderen ülkenin milli geliri arttıkça, Türkiye’deki turizm talebi arasında negatif bir ilişki bulunmuştur. Yani Türkiye’ye turist gönderen ülkelerin kişi başına düşen gelir seviyesi yükseldikçe, bu ülkelere Türkiye’ye yönelen turizm talebi azalmaktadır. Bu açıdan bakıldığında genellikle literatürde bu iki değişken arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu kabul edilse de bu çalışmada önerilen hipotez reddedilmiş tam tersi yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Bununla birlikte, Türkiye’nin turizm hizmetlerinin fiyatı arttıkça turizm talebi azalmakta, Türkiye’nin reel döviz kurunun ülkeye gelen turistlerin kendi ülkelerindeki reel döviz kurlarından daha fazla artması halinde turizm talebi artmakta ve seyahat maliyetleri azaldıkça turizm talebi artmaktadır, hipotezleri kabul edilmiştir (Aydın vd.,2015: 165-167).

Yukarıdaki tüm çalışmalar aslında turizm talebinin özellikle de uluslararası turizm talebinin gelir esnekliğinin birden fazla olduğunu yani turizm talebinin bir lüks mal olma özelliğini gösterdiğini bir bakıma ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra turizm talebi üzerinde

Ülkelerin tketic fiyat endeksi, milli geliri, seyahat maliyetleri ve döviz kurları, gelir dağılımı ve kişi başına düşen reel gelir, mesafe, turistik ürünün fiyatı ve turizm talebinin fiyat esnekliği, konjonktürel durum, ekonomideki diğer mal ve hizmetlere yapılan harcamalar arasındaki ikame etkisinin büyüklüğü ve reklam ve tanıtım gibi ekonomik faktörlerinin yanında politik ve siyasi yapı, yolsuzluk ve hukukun üstünlüğü, psikolojik faktörler, sel felaketi ve orman yangınları gibi ekonomik olmayan faktörler de etkilidir (Smeral, 2012: 380).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerin turizme dayalı büyüme stratejileri için turizm talebini çekmede yalnızca turizm sektörünün unsurlarını iyileştirmek yeterli olmayacaktır. Bunun yanında, ülkelerin genel ekonomi politikalarının ve finansal durumlarının olumlu bir tabloya sahip olması gerekmektedir. Aynı zamanda, ülkelerdeki iyi idarenin⁴¹ kapsamını oluşturan Dünya Bankası tarafından yürütülen Dünya Yönetişim Göstergeleri (World Governance Indicators-WGI)⁴² isimli raporda belirtilen ifade özgürlüğü ve hesap verebilirlik, siyasi istikrar ve şiddetin yokluğu, hükümetin etkinliği, düzenleyici kalite, hukukun üstünlüğü ve yolsuzluğun kontrolü şeklinde altı toplu gösterge temelinde ülkelerin performansları değerlendirilmelidir (iek ve Arslaner, 2024: 157). Söz konusu bu toplu göstergeler, turizm talebini etkileyen ekonomik olmayan faktörler içerisinde yer almaktadır. Dolayısıyla, turizm sektöründe hem kantitatif hem de kalitatif anlamda bir istikrar sağlaması için ülkelerin bu altı göstergelerinin, finansal durumlarının ve turizm unsurlarının bir bütün halinde hareket etmesi gerekmektedir. Tüm bunların yanında, devletin turizm sektörüne yapmış olduğu yatırım ve işletme belgeli tesisler ve diğer teşvikler turizm arzını besleyen bir artı değerdir. Yani sektöre verilen teşvikler önemli ancak ülkenin turizm kimliği için yukarıda belirtilen faktörlerin bir uyum içerisinde olması gerekmektedir.

Ekonomi bilimindeki önemli teorilerden birisi olan Heckscher-Ohlin'in faktör donatımı teorisine göre, tüm ülkeler zengin miktarda sahip olmuş olduğu üretim faktörünü yoğun olarak kullandığı malların üretiminde kullanarak, karşılaştırmalı üstünlük elde etmektedir. Söz konusu malları rakip ülkelere nazaran daha ucuza üretmekte ve o alanda

⁴¹ İyi idare, bir ulusun işlerinin geliştirilmesi ve yönetilmesinde ulaşılabilecek en yüksek seviyedir. Kavram, genel olarak ekonomik büyümeye, insani kalkınmaya ve sosyal adalete katkıda bulunması bakımından bir amaca yönelik bir araç olarak da görülebilmektedir. Ayrıca bkz. iek & Arslaner, 2024: 156.

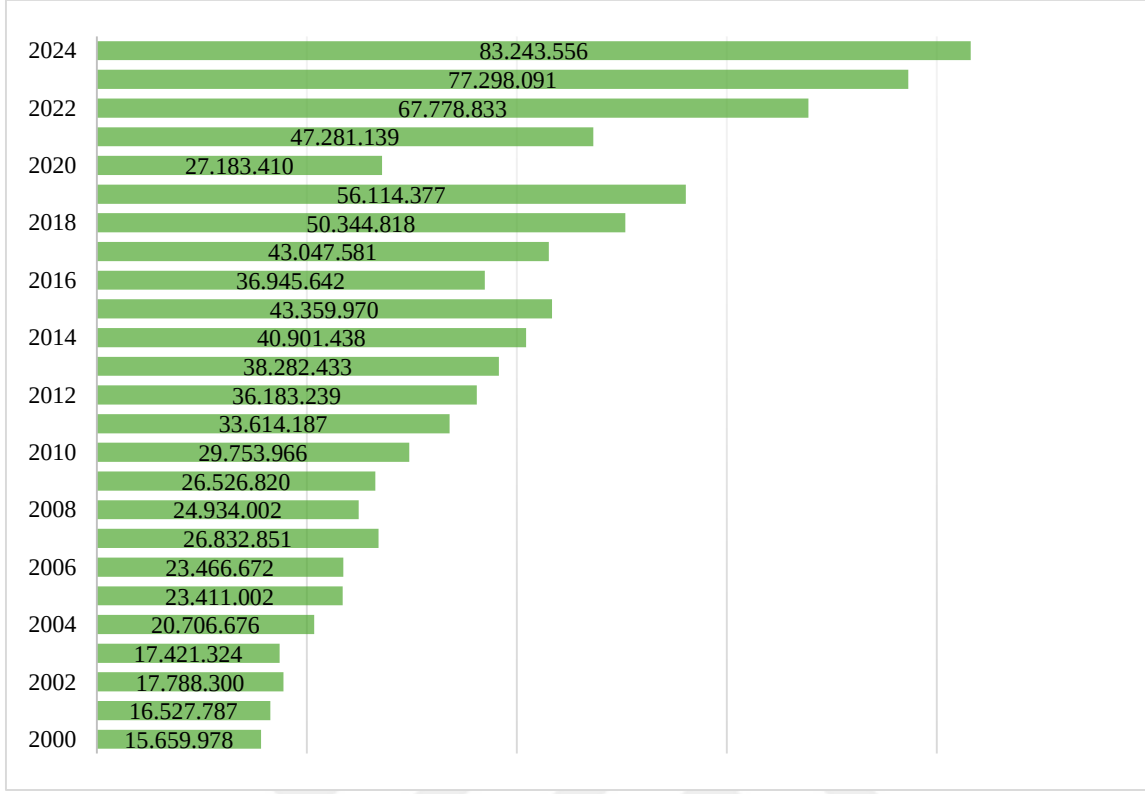
⁴² Daniel Kaufmann (Doğal Kaynak Yönetim Enstitüsü ve Brookings Enstitüsü) ve Aart Kraay (Dünya Bankası Kalkınma Araştırma Grubu) tarafından 1999 yılında başlatılan bir araştırma veri setidir. Ayrıca bkz. Kaufmann et al., 2011: 221.

uzmanlaşmaktadır. Bu şekilde, ülkeler ürettikleri malları ihraç ederek, döviz geliri elde edebilmektedir. Heckscher-Ohlin'in faktör donatımı teorisine uygun olarak turizm arzı kaynakları bakımından zengin olan Türkiye'nin turizme yatırım teşviklerini akıttması, sektörden beklenen başarının merkezini oluşturan turizm talebini etkilemektedir (Kozak, 2013: 46). Söz konusu bu yatırım teşvikleri, doğrudan turizm arzına yönelik olsa da maliyetleri azaltıcı bir etki oluşturduğu için turistik ürün fiyatına ve dolayısıyla turizm talebine yansımaktadır. Bu noktada, turizme dayalı büyüme stratejisini benimseyen gelişmekte olan ülkelerin, turizm sektörüne dair devletin verdiği yatırım teşviklerinin başarı öyküsü de turizm talebine bağlı olduğu için Türkiye'deki yatırım teşvikleri turizm talebi açısından değerlendirilmiştir.

3.4.1. Konaklayan Turist Sayısı Açısından Değerlendirilmesi

Turizm faaliyetinin birçok değişkeni bulunmaktadır. Bu değişkenler de dinamik ve statik özelliklere sahip olabilmektedir. Buna göre, turizmin en önemli dinamik değişkeni turizm sektörünün asıl öznesi olan turist ve onun seyahat etme güdüsüdür (Yaşar ve Ardahan, 2023: 3). Sürekli olarak ikamet etmek ve gelir elde etmekten farklı bir amaçla yabancı ülkede ya da şehirde geçici bir süreliğine kalan aynı zamanda söz konusu ülkede başka yerde kazandığı geliri harcayan kişiye ya da kişiler topluluğuna turist denilmektedir (Yeşiltaş, 2018: 5). Ayrıca mekan, zaman ve organizasyon bağlantısı için kullanılan ulaşım ve iletişim araçları da dinamik değişkenler arasında yer almaktadır.

Turizmin statik değişkeni ise konaklama tesisleri ya da konaklama işletmeleridir (Yaşar ve Ardahan, 2023: 3). Turizm sektörünün bu statik değişkeni olan konaklama tesisleri merkezinde ülkeye gelen turist sayısının artış göstermesi ekonomide çarpan etkisi nedeniyle büyük bir öneme sahiptir. Turistlerin yapmış olduğu harcamaların bir kısmı doğrudan doğruya turizm endüstrisi içerisindeki işletmelere (konaklama, yiyecek-içecek, ulaşım vb.) diğer kısmı harç, vergi vb. şeklinde yerel bütçelere ya da devlet bütçesine, üçüncü kısmı ise turizm endüstrisinin ihtiyaçlarını karşılamak adına bu sektörler tarafından sunulan ürün ve hizmetlerin ödenmesi için ekonominin diğer sektörlerine gitmektedir. Böylece turizm, yerli veya yabancı ziyaretçilerden, elde edilen kazançlar yoluyla ülke ekonomisinin iktisadi kalkınmasını desteklemektedir (Bunghetz, 2016: 4). Bu yüzden konaklayan kişi sayısında bir artış sağlanabilmesi için de devletin yatırım teşvikleri ile turizm sektörünü desteklemesi gerekmektedir.



Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Bakanlık Belgeli Tesis Konaklama İstatistikleri.

Grafik 0.10. 2000-2024 Yılları Arasında Türkiye’de Konaklayan Turist Sayısı

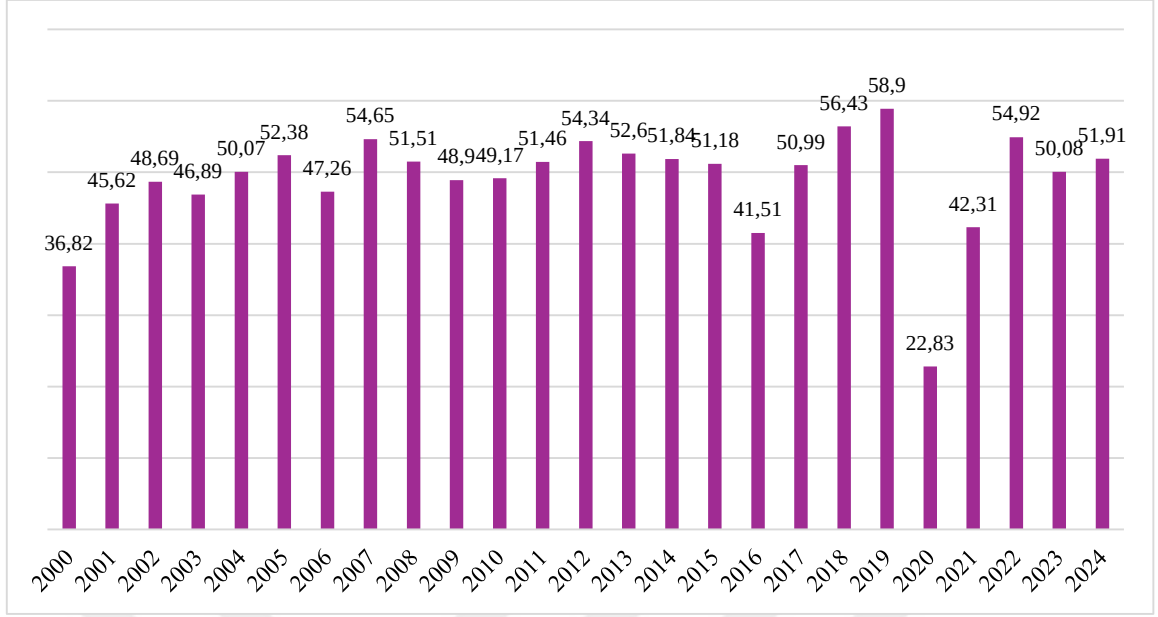
Yukarıdaki Grafik 3.10’da, 2000-2024 döneminde konaklayan turist sayısını göstermektedir. Grafik incelendiğinde, 2008 yılından itibaren konaklama yapan turist sayısında düzenli bir artışın olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra 2008, 2016 ve 2020 yıllarında konaklayan turist sayısında bir önceki yıla kıyasla bir düşüş bulunmaktadır. 2008 yılındaki sayısal düşüşün sebebi, küresel ekonomik krizdir. Krizin başlangıcını, ABD’de bankaların verdiği ipotekli konut kredileri oluşturmaktadır. Krizin esas nedenleri; verilen Mortgage kredilerinin yapısının bozulması ve konut fiyatlarındaki aşırı artışlardır. Bu konut kredilerini kullanan bireylerin bankaya geri ödeme esnasında konutları panik bir şekilde satışa çıkarmaları sonucunda konut değerleri oldukça düşmüştür. Bu düşüş ile birlikte konutlar satışa konulsa dahi söz konusu satış bedelleri konut kredilerini karşılayamaz hale gelmiştir. Konut fiyatlarının ani düşüşü de ABD’deki bankalara kredi veren dünyadaki pek çok bankanın da sıkıntıya girmesine sebep olmuştur. 2008 yılında yaşanan bu kriz, ABD’de yaşanmış olsa da ekonomik faaliyetlerin yavaşlama noktasına ulaşmasına ve haliyle de turizm sektörünün uluslararası bir boyut kazanmasından dolayı bireylerin turistik ürün

tüketiminin azalmasına sebep olmuştur. Zira bireylerin gelirleri azaldığında kendi bütçelerinde turizme ayırdıkları payda doğrudan bir şekilde azalmaktadır (Ayaz, 2016: 1363). Ayrıca tablo incelendiğinde daha önceki bölümlerde bahsedildiği üzere, 2016 yılının 3. çeyreğinde 15 Temmuz tarihinde meydana gelen darbe girişimi ve 2020 yılının pandemi dönemi olarak ilan edilmesi sonucunda bu yıllarda, konaklayan turist sayısında ciddi düşüşler olduğu görülmektedir.

3.4.2. Doluluk Oranları ve Geceleme Süreleri Açısından Değerlendirilmesi

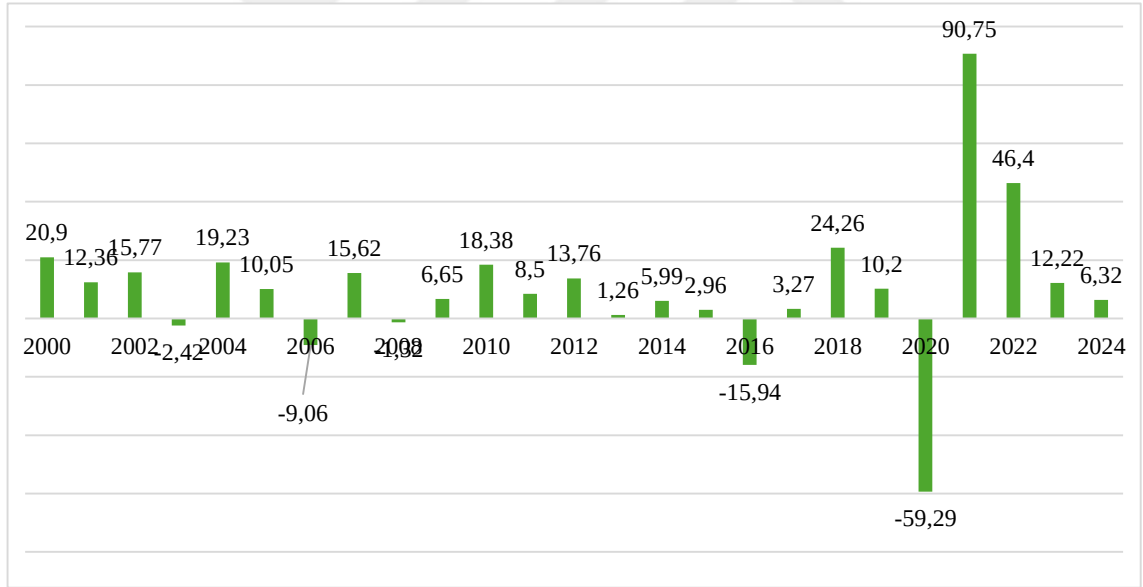
Dünyada yaşanan doğal afetler, siyasi istikrarsızlık ve terörizm olayları, savaşlar ve salgın hastalıklar gibi durumlar en önemli hizmet sektörlerinden birisi olan turizmin olağan hareketliliğini hızlı bir şekilde olumsuz yönde etkilemektedir. Bu durum, turizm sektörünün ne kadar kırılgan olduğunu göstermekte ve zayıf yönlerini oluşturmaktadır. Bahsi geçen söz konusu durumlardan özellikle salgın hastalıklar; ülkelerin turistik ürün tanıtımının ve turizm talebinin ve turizm destinasyonlarının itibarının, arzu edilebilirliğinin, pazarlanabilirliğinin ve ayrıca sektörün fiziksel varlığını oluşturan konaklama tesislerinin olumsuz bir şekilde etkilenmesine neden olmaktadır (Heper, 2022: 4).

Turizm tesislerinin normal işleyişini ve davranışlarını tehdit edebilecek herhangi bir durum, ziyaretçilerin algısını olumsuz yönde değiştirebilmektedir. Tüm dünya ülkelerinin görünmez sicimlerle birbirine bağlı olması nedeniyle bir anda ortaya çıkıp sınır ötesine yayılabilme özelliğine sahip salgın hastalıklar ve ekonomik krizlerin yanı sıra ülkelerin siyasi ve finansal istikrarı gibi kendi iç meseleleri de turist sayısını, konaklama tesislerinin doluluk oranlarını, geceleme sayısını, ortalama harcamadaki düşüşü ortaya çıkarmaktadır. Tüm bunlara bağlı olarak da seyahat ve turizm sektörünün faaliyetlerinin sürdürülebilirliği olumsuz etkilenmektedir (Çeti ve Ünlüöner, 2019: 112).



Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Bakanlık Belgeli Tesis İstatistikleri.

Grafik 0.11. 2000-2024 Yılları Arasında Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Doluluk Oranları (%)



Kaynak: Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Bakanlık Belgeli Tesis İstatistikleri.

Grafik 0.12. 2000-2024 Yılları Arasındaki Toplam Geceleme Sayısında Gerçekleşen Yüzdelik Değişim (%)

Konaklama tesislerinin doluluk oranlarının ve tesislerdeki geceleme sayısının artış göstermesi pek tabi turizm yatırımları için önem arz etmektedir. Bu iki veride, istikrarlı bir artış yatırımcıların turizm hareketleri nedeniyle daha fazla kâr elde etmesi ile birlikte en nihayetinde bu hareketlerin sonucunda ülke ekonomisine de olumlu bir katkı sağlanması söz

konusu olacaktır. Yukarıdaki grafiklerde (Grafik 3.11. ve Grafik 3.12.) , 2000 ve 2024 yılları arasında gerçekleşen tesis doluluk oranları ve geceleme sayısındaki yüzdelik değişim gösterilmektedir. %100 doluluk oranını düşündüğümüzde, Türkiye’de 2000-2024 yılları itibarıyla en yüksek doluluk oranı, %58,90 ile 2019 yılında gerçekleşmiştir. Geceleme sayısındaki en yüksek yüzdelik değişim oranı, 2021 yılında meydana gelmiştir. Bununla birlikte, yüzdelik olarak azalmanın yaşandığı yıllar ise 2003, 2006, 2008, 2016 ve 2020 yıllarıdır. 2003 yılında Türkiye’de geceleme sayısının azalmasında, 2001 ekonomik krizinin etkileri öne çıkmaktadır. 2006 yılında ise Türkiye’de bazı bölgelerde kuş gribinin görülmesi (Köşker, 2017:219) yabancı turistlerin geceleme sayısını azaltmış, otellerin doluluk oranlarını düşürmüş ve turizm gelirlerinde geçici bir azalmaya neden olmuştur.

Turizm talebi içerisinde değerlendirilen turizm tesislerindeki doluluk oranları ve geceleme sayısında meydana gelen artışlar turistlerin ortalama harcamalarındaki artışı da beraberinde getirmektedir. Buna bağlı olarak da ülke ekonomisi içerisindeki makro değişkenler üzerinde bir hareketliliğin oluşması söz konusu olmaktadır. Örneğin, bir otelde harcanan para doğrudan bir şekilde otelde istihdam yaratılmasına yardımcı olmakta ancak aynı zamanda ekonominin başka yerlerinde de dolaylı olarak istihdam yaratmaktadır. Otel, yerel çiftçilerden gıda satın almak zorundadır ve bu çiftçilerde bu paranın bir kısmını gübre ya da kıyafet için harcayabilmektedir. Böylece, çarpan etkisi sonucunda ithalat ile birlikte para ekonomiden sızana kadar bu durum böyle devam etmektedir (Rusu, 2011: 70).

3.5. Yatırım Teşviklerinin Ülkenin Makroekonomik Göstergeleri Açısından Değerlendirilmesi

Makroekonomik göstergeler, bir ülke ekonomisinin genel durumunu, büyüklüğünü ve gidişatını ölçmek için kullanılan temel ekonomik veriler ve istatistiklerdir. Bunlar, ekonomi politikalarının oluşturulmasında ve ülke ekonomisinin uluslararası karşılaştırmalarında en çok başvurulan ölçütlerdir. Sayıların çağında yaşadığımız için performans göstergeleri ve sıralamalar iç siyasette yaygındır. Sadece ekonomi politikası değil, eğitim, sağlık, kamu güvenliği ve çevre koruma politikaları da göstergeler ve nicel değerlendirmeler aracılığıyla yönetilmektedir. Politika yapıcılar ve siyasetçiler, özellikle diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, politikaları tasarlamak ve değerlendirmek için göstergeler kullanılmaktadırlar. Dolayısıyla makroekonomik göstergeler aslında hem kökenleri hem de sonuçları bakımından siyasidir. Başlıca makroekonomik göstergeler ise

GSYH, istihdam ve işgücü, enflasyon, dış ticaret dengesi⁴³, ödemeler dengesi, döviz kuru seviyesi, dış borç stoku, bütçe dengesi, kamu borcu / GSYH oranı ve vergi gelirleri ve kamu harcamaları gibi değişkenlerden oluşmaktadır (Mügge, 2015: 1-2).

Turizm politikasının oluşturulması ve ulusal turizm planının geliştirilmesinin yanı sıra hükümetler, turizm ve konaklama tesislerinin ve hizmetlerinin sağlanmasına aktif olarak katılmışlardır. Devletin, turizm faaliyetlerine katılımı sadece ülkenin uzun vadeli makroekonomik hedeflerine ulaşması için değil, aynı zamanda güçlü bir turizm tecrübesine sahip özel sektörün yokluğunu telafi etmek için de gereklidir. Bu sebeple, devletin sadece yasal çerçeve ve politikaların oluşturulmasının yanı sıra turizm sektörünün yatırım ve yönetiminde de turizmin gelişimine aktif olarak katkıda bulunması gerekmektedir (Nawaz ve Hassan, 2016: 582). Turizm sektörüne verilen yatırım teşviklerini yalnızca sektör düzeyinde değil, makroekonomik göstergeler açısından değerlendirmek, bu politikaların ülke ekonomisine katkısını daha geniş bir çerçevede değerlendirilmesini sağlamaktadır. Turizm yatırımlarına verilen yatırım teşvikleri, yeni tesislerin açılmasını ve kapasite artışını teşvik etmektedir. Genel itibarıyla turizm sektörüne verilen yatırım teşvikleri, makroekonomik açıdan GSYH artışı, istihdam, döviz geliri ve cari denge üzerinde olumlu etkiler oluşturmaktadır. Ancak etkin olmayan bir şekilde ya da aşırı teşvik politikalarının uygulanması da yatırımların verimlilikten uzaklaşmasına ve gereksiz kapasite artışın neden olabilmektedir.

3.5.1. Ödemeler Dengesi Açısından Değerlendirilmesi

Ödemeler bilançosu, bir ekonomide var olan yerleşiklerin (devlet, ticari bankalar, gerçek ve tüzel kişiler) bir başka ekonomide bulunan yerleşiklerle belirli bir zaman diliminde yapmış oldukları tüm ekonomik faaliyetlerin sistematik bir şekilde kayıt altına alınmasını sağlayan istatistiksel bir tablodur. Ödemeler bilançosu bir ülkenin belirli bir dönemde (genellikle 1 yıl) döviz giriş çıkış dengesini görmek ve ekonomik durumunun analizini yapmak için kullanılmaktadır. Bu istatistiksel tabloda, ülkenin borcunun ya da yabancı varlıklarının hangi durumda olduğu görülebilmektedir. Buradan hareketle, ödemeler

⁴³ Dış ticaret dengesi ve ödemeler dengesi aynı kavram değildir. Ödemeler dengesinin bir parçasını oluşturan dış ticaret dengesi, bir ülkenin belirli bir dönemde yaptığı mal ihracatı ile mal ithalatı arasındaki farktır. Ödemeler dengesi, bir ülkenin belli bir dönemde dış dünya ile yaptığı tüm ekonomik işlemleri kaydeden iktisadi tablodur. Yani ödemeler dengesi, mal dengesini kapsayan daha geniş kapsamlı bir kavramdır (Konak, 2018: 167).

bilançosu, ülkenin ödeme gücünün ve itibarının göstergesi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Ödemeler bilançosunun özellikle milli geliri düşük olan ülkelerde bir dengede bulunması gerekmektedir. Ödemeler dengesinin kökeni Merkantilizme dayanmaktadır. Bu yüzden ihracatı ya da cari fazlası ($X > M$) elde etmeyi amaçlayan politikaları teşvik etmişlerdir. Merkantilistler için bir ülkenin altın ve gümüş stokları, yani döviz rezervleri, zenginlik ve ekonomik gücün ölçüsüydü. İşte bu düşünce, modern ödemeler dengesi hesabının temel mantığını oluşturmuştur (Ünlüönen ve Özçekici, 2018: 2-3; Des Roches ve Betancourt, 2016: 5).

Bir ülkenin sakinleri tarafından gerçekleştirilen bütün uluslararası finansal işlemlerin kaydını içeren ödemeler bilançosu; ülkeden ülkeye değişmekle birlikte cari işlemler hesabı, sermaye hesabı, resmi rezerv hesabı ve net hata ve noksan şeklinde dört ana başlık altında toplanmaktadır. Turizm sektöründen elde edilen gelirler ise ödemeler bilançosunda cari işlemler hesabının altında bulunan hizmetler dengesi kaleminde yer almaktadır. Uluslararası turizm hareketlerinin gerçekleşmesi sonucunda turistleri gönderen ülkelerin döviz talebi ve turistleri kabul eden ülkelerin de döviz arzı artmaktadır. Buradan hareketle, turizmden elde edilen gelirler ödemeler dengesinin açık verdiği ülkeler için oldukça önemli bir döviz kaynağını oluşturmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, turizm yatırım teşvikleri, ödemeler dengesi açısından stratejik bir araçtır. Yatırım teşvikleri, kısa vadede ortaya çıkardığı maliyetlerden dolayı ithalat ve bütçe üzerinde olumsuz bir etkiye sahiptir. Ancak uzun vadede turizm gelirlerini artırarak cari açığın kapanmasına, döviz rezervlerinin güçlenmesine ve sürdürülebilir büyümeye katkı sağlamaktadır. Buradaki bahsi geçen artışın ise turizm gelirleri ile turizm giderleri arasındaki farkı ifade eden net turizm gelirlerindeki artış olması gerekmektedir (Gülbahar, 2008: 156-157).

Turizm geliri ise bir ülkeye gelen ziyaretçilerin yabancı döviz kaynaklarıyla tüketim harcamalarında bulunması sonucunda mal ve hizmetlere yapmış oldukları harcamalar sonucunda elde edilen gelirler şeklinde açıklanmaktadır. Bir ülkede turizm hareketlerinin artış göstermesi iktisadi refahın artmasına kaynaklık ederken, ülkeye gelen turistlerin yaptıkları tüketim harcamaları da görünmeyen ihracat kalemi şeklinde değerlendirilmektedir. Turizm hareketlerinin yatırım teşvikleri sonucunda gelişmesi yabancı yatırımcıları da kendi egemenlik sahasına çekerek ülkeye sermaye girişini sağlamaktadır. Yatırım teşvikleriyle desteklenen turizm yatırımlarına yabancı sermayenin yönelmesi

ödemeler bilançosunun finans hesabındaki doğrudan yatırımların artmasını sağlamaktadır. Ayrıca turizm arzına sağlanan yatırım teşviklerinin turizm talebini uyarması halinde talepte gerçekleşen sayıca artış, cari işlemler hesabında hizmet gelirlerinin artmasına kaynaklık etmektedir. Bu durumlar sonucunda ise ödemeler dengesi üzerinde pozitif bir etki oluşmaktadır (Gülbahar, 2008: 157).

3.5.2. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Gelirlerine ve GSYH'ye Katkısı Açısından Değerlendirilmesi

Dış ticaret veya uluslararası ticaret, ülkelerin birbirleriyle gerçekleştirdikleri mal ve hizmet alım satımına verilen genel isimdir. Bir ülkenin uluslararası faaliyetler sonucunda elde etmiş olduğu gelir ile ödemek zorunda kaldığı giderler arasındaki farka ise dış ticaret açığı denilmektedir. Diğer bir deyişle, bir ülkenin ithalatının (M) ihracatından (X) fazla olması halinde ortaya çıkan fark ($M > X$) dış ticaret açığını ya da döviz açığını oluşturmaktadır. Dış ticaret açığı, bir ülkenin uluslararası arenada boy gösterdiği ekonomik ve mali durumunun göstergesidir. Turizm hareketlerinde meydana gelen sirkülasyon sonucunda oluşan turizm gelirlerini ihracat, giderlerini ise ithalat gibi düşündüğümüzde turizm sektörü ülkenin dış ticaret dengesi üzerinde bir can simidi işlevi görmektedir (Davras ve Aktel, 2018: 30).

Günümüzde uluslararası turizmin hacminin genişlemesi, turizm sektörünün dış ticaret gelirlerine etkisini de büyük ölçüde artırmıştır. Turizm gelirleri ile elde edilen döviz girdilerinin yurtdışına gerçekleşen turizm hareketleri sebebiyle oluşan döviz çıkışlarından fazla olması durumunda dış ticaret dengesi ($X=M$) üzerinde pozitif yönlü bir değişim meydana gelmektedir. Ülkelerin dış ticaret gelirlerini artırabilmek için öncelikle turizm sektörüne başvurmasının üç temel sebebi bulunmaktadır. Birincisi, turizm çok büyük ölçüde altyapı yatırımları gerektirmeyen emek yoğun bir sektördür. İkincisi, bir hizmet sektörü olan turizmin üretildiği yerde tüketimi söz konusudur. Bu durum da ülke ekonomisine doğrudan döviz girişini sağlamaktadır. Üçüncüsü ise turizmde ürün çeşitlendirme imkanlarının yüksek olmasıdır. Turizm varlıkları açısından doğal bir zenginliğe sahip olan Türkiye’de yapılan 1980’li yıllarda turizmi teşvik edecek yasal düzenlemelerin ve turizm politikalarının ana hedefi turizm gelirleri vasıtasıyla dış ticaret gelirlerine olumlu bir katkıda bulunmaktı (Beyaz ve Karabacak, 2018: 67).

Tablo 0.5. Türkiye'nin 2000-2024 Dönemi Cari İşlemler Hesabı

Yıllar	I. Cari İşlemler Hesabı (Milyon ABD doları)	A. Dış Ticaret Dengesi (Milyon ABD doları)	B. Hizmetler Dengesi (Milyon ABD doları)
2000	-9.920,00	-21.959,00	11.277,00
2001	3.760,00	-3.282,00	9.055,00
2002	-626	-6.404,00	7.899,00
2003	-7.554,00	-13.411,00	10.394,00
2004	-14.198,00	-22.438,00	12.732,00
2005	-20.980,00	-32.936,00	15.872,00
2006	-31.161,00	-40.894,00	13.904,00
2007	-36.946,00	-46.831,00	14.092,00
2008	-39.425,00	-52.917,00	18.908,00
2009	-11.360,00	-24.762,00	18.726,00
2010	-44.620,00	-56.325,00	16.745,00
2011	-74.402,00	-89.160,00	20.288,00
2012	-41.796,00	-65.367,00	28.708,00
2013	-49.329,00	-81.885,00	39.899,00
2014	-32.110,00	-66.572,00	41.147,00
2015	-21.354,00	-49.009,00	35.941,00
2016	-22.165,00	-39.923,00	25.380,00
2017	-35.141,00	-58.575,00	31.631,00
2018	-14.603,00	-40.726,00	36.416,00
2019	15.014,00	-16.781,00	42.767,00
2020	-30.980,00	-37.874,00	15.297,00
2021	-6.221,00	-29.321,00	32.838,00
2022	-46.283,00	-89.586,00	52.488,00
2023	-41.469,00	-86.280,00	55.674,00
2024	-10.457,00	-56.022,00	61.369,00

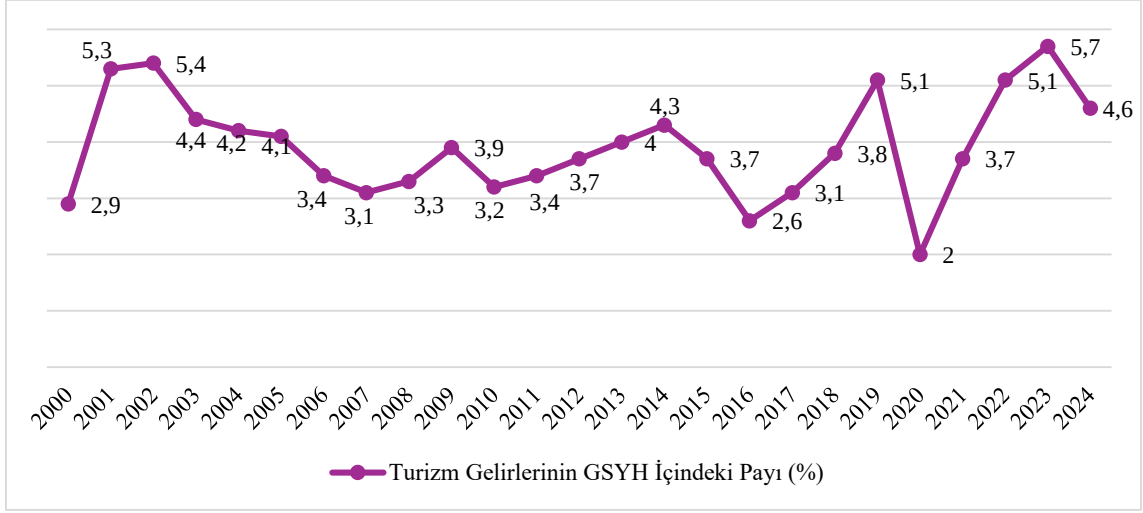
Kaynak: Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası, [EVDS](#) | Tüm Seriler (tcmb.gov.tr)

Türkiye'nin 2000-2024 yılları arasındaki cari işlemler hesabındaki değişimi gösteren yukarıdaki Tablo 3.5'e göre, 2001 ve 2019 yılları hariç olmak üzere sürekli olarak cari açık verdiği görülmektedir. Bu yıllar arasındaki cari açık tutarı, 2011 yılında rekor seviyesine ulaşmıştır. Bu duruma kaynaklık eden sebeplerden birisi, 2008 küresel kriz sonrasında dünya ekonomisinin gelişmekte olan ülkelere yönelmesi ve Türkiye'nin ithalata dayalı büyüme modelinin 2011 yılında hızla artış göstermesidir. Tabloda gösterilen bir diğer veri ise cari işlemler hesabının alt kalemleri içerisinde yer alan dış ticaret dengesi ve hizmetler dengesidir. Dış ticaret dengesi sürekli olarak açık vermekte iken hizmetler dengesi ise bahsi geçen yıllarda istikrarlı bir şekilde fazla vermektedir. Bu durum, Türkiye'nin mal ticaretinde açık verdiği yani ithalatın ihracattan fazla olduğu anlamına gelmektedir. Türkiye'nin ithalata dayalı bir ülke olması, ekonominin dışa bağımlı, cari açık ve enflasyona yatkın, kırılgan bir

yapıda olması demektir. Bu halde, büyüme ve istikrar için ithalat bağımlılığını azaltacak yapısal dönüşüm kritik bir önem taşımaktadır. Hizmetler dengesinin fazla vermesi, cari açığın daraltılmasına ve döviz rezervlerinin desteklenmesine katkı sağlamaktadır. Hizmetler dengesinin fazla vermesinin temel nedeni ise hizmet gelirlerinin en büyük kalemi olan turizm gelirleridir.

Görünmeyen ihracat olarak turizm sektörü önemli miktarda gelir yaratmaktadır. Turizm, diğer tüm sektörlerle birebir ilişki içerisinde olduğu için turizm gelirleri diğer birçok mal ve hizmetlerin tüketimine ve ihracatına katkıda bulunmaktadır. Temel olarak turizmin teknik ve maddi temeline yatırım sağlayan sektörler (inşaat sektörü, finansal tröstler vb.), genel ve turizme dayalı altyapı tesislerini yürüten sektörler (yol ağı, su temini, enerji vb.), ticaret sektörü (turist talebini karşılamaya yönelik ticari ve gıda işletmeleri ağıının geliştirilmesi), turistlerin ihtiyaçları için gıda maddeleri, içecekler vb. sağlayan gıda endüstrisi, turistlerin yararlandığı genel nitelikteki hizmetleri sağlayan sektörler (telefon, çamaşırhane, internet) kültürel ve sanatsal sektörler (sinema, müzeler, sergiler) gibi ekonomik faaliyet sektörlerinin tamamı düşünüldüğünde turizm gelirlerinin etki alanının genişliği anlaşılabacaktır (Bunghez, 2016: 4).

Turizm sektörü, ülkenin gelirlerinin artmasına katkıda bulunan uzun vadede ekonomik büyüme faktörü olarak işlev görmektedir. Ayrıca turizm, kültürel farklılıkların sorun olmaktan çıktığı ve özellikle kırsal alanlarda ekonominin durgunluk döneminde o yöredeki yerel halkın desteklenmesi konusunda yardımcı olduğu bir katalizör görevini üstlenmektedir. Turizm ile birlikte, geleneksel bir yaşam tarzından modern bir yaşam tarzına doğru bir evrilme söz konusu olmaktadır. Yaşam tarzındaki bu değişim toplumun diğer boyutlarına da yansımaktadır. Bireylerin artış gösteren harcama alışkanlığı bunlardan bir tanesidir. Bu da büyük resimde ülkenin ekonomik büyümesine katkı anlamına gelmektedir (Çakmakcı ve Öztürk, 2019: 5).



Kaynak: Grafik, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü ve TÜRSAB tarafından yayımlanan Turizm Geliri ve Gideri İstatistikleri ve TÜİK İstatistikleri kullanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 0.13. Türkiye’de 2004-2023 Yılları Arasındaki Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (%)

Yukarıdaki Grafik 3.13’te, Türkiye’nin 2000 ve 2024 yılları arasındaki turizm gelirlerinin GSYH içerisindeki yüzdelik payı gösterilmiştir. Bahsi geçen dönem aralığında istikrarlı bir artış söz konusu olmasa da turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı özellikle son yıllarda bir ivme kazanmıştır. Kavram olarak GSYH, ekonomik büyüme ile birlikte iktisadi kalkınmanın bir ölçüsü olarak da kullanılmaktadır. Ulusal otoritelerin ekonominin durumu hakkında genel bir fikir birliğinin oluşabilmesine sebep olan GSYH, belirli bir zaman aralığında belirli sınırlar içerisindeki bir ekonomide üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin tamamının parasal değerini ifade ettiği için turizm faaliyetleri sonucunda turistlerin yapmış olduğu tüketim harcamaları ve devlet harcamalarının artış göstermesi pek tabii GSYH’yi etkilemektedir (Erdoğan, 2020: 521).

Tablo 0.6. Dünyadaki Belirli Bazı Ülkelerdeki Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı (%)

Ülkeler	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Meksika	9,06	9,21	8,9	8,66	8,77	9,01	8,79	8,64	8,18	8,25	8,3	8,35	6,53	7,39	8,46
İspanya	10,24	9,85	10,3	10,52	10,8	10,8	10,9	11,1	11,33	12,13	12,21	12,42	5,49	-	-
İzlanda	-	3,52	3,44	3,69	4,18	4,69	5,49	6,45	8,18	8,02	8,07	8,12	3,63	4,81	7,77
Avusturya	5,19	5,12	5,43	5,43	5,4	5,38	5,39	5,34	5,33	5,37	5,19	5,33	3,36	2,66	-
Fransa	-	-	7,27	7,53	7,55	7,51	7,47	7,32	7,09	7,22	7,33	4,07	2,99	3,02	-
Norveç	2,99	3,31	3,21	3,35	3,3	3,31	3,29	3,51	3,77	3,65	3,38	3,56	2,62	-	-
Macaristan	2,95	2,86	2,9	2,89	3	3,01	3,26	3,13	3,15	3,09	3,62	4,03	1,85	1,98	-
İsveç	2,27	2,35	2,16	2,23	2,34	2,28	2,25	2,65	2,73	2,6	2,59	2,44	1,69	1,92	-
Çek Cumhuriyeti	2,55	2,63	2,51	2,51	2,72	2,84	2,71	2,73	2,89	2,9	2,88	2,87	1,5	1,55	-
Avustralya	2,9	2,82	2,69	2,72	2,83	2,85	2,95	3,08	3,06	3,1	3,09	2,42	1,35	1,52	2,45
Japonya	1,87	1,83	1,7	1,67	1,72	1,77	1,66	1,82	1,94	1,97	1,94	2,01	0,82	-	-
Türkiye	3,3	3,9	3,2	3,4	3,7	4	4,3	3,7	2,6	3,1	3,8	5,1	2	3,7	5,1

Kaynak:OECD, Tourism GDP | OECD

Turizm gelirlerinin toplam GSYH'deki içerisindeki payı sektörün bütün olarak ekonomiye katkısını ortaya koyan göstergelerden birisidir. Turizm gelirlerinin GSYH içindeki payı, aynı zamanda turistlerle temas halinde olan tüm endüstriler tarafından üretilen GSYH'nin bir kısmına karşılık gelmektedir (OECD, 2024). Yukarıdaki Tablo 3.6'da bazı seçili ülkelere ait turizm gelirlerinin GSYH'deki payı yer almaktadır. Tablo incelendiğinde, İspanya ve Meksika'nın toplam GSYH içinde turizm gelirlerinin görece en yüksek paya sahip olduğu görülmektedir. İspanya, Meksika, Fransa ve Avusturya'da turizm gelirlerinin GSYH'deki yüksek payı, ekonomik büyüme, istihdam ve döviz kazancı açısından stratejik önem taşımaktadır. Bu durumlar, söz konusu ülkelerin ekonomik yapısında turizm sektörünün önemini göstermektedir. Japonya ekonomisinin büyük kısmı otomotiv, elektronik ve teknoloji sektörlerinden elde edilen gelirlerden oluşmaktadır. Japonya'da turizm, sanayi ve teknoloji ihracatının toplam ihracatı domine etmesi dolayısıyla GSYH'de görece küçük bir paya sahiptir.

3.5.3. İstihdam Açısından Değerlendirilmesi

Turizm, emek yoğun yapıda bir hizmet sektörü olduğu için insan ve organizasyon gücüne her daim ihtiyaç duymaktadır. Turizmin istihdam etkisi, sektörün turizm faaliyetlerinin gelişmesine, yatırım teşviklerine ve turizm talebine bağlı olarak

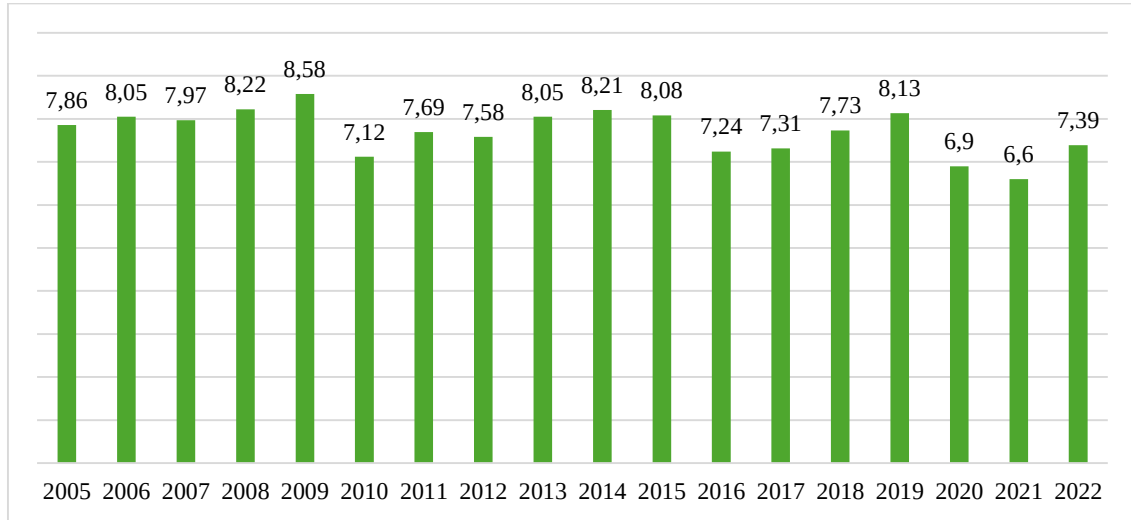
değişmektedir. Sektörün kendi içerisinde yarattığı iş olanakları, doğrudan istihdamı oluşturmaktadır. Turizme girdi sağlayan diğer sektörlerdeki işgücü talebi ise dolaylı istihdamı kapsamaktadır (Akın ve Kamışlı, 2009: 27).

Turizmin ortaya çıkardığı istihdam etkisi sonucunda ülkedeki toplam istihdam hacmi de etkilenmektedir. Yukarıdaki tabloda belirtilen doğrudan, dolaylı ve dinamik etkilere örnek verildiğinde ise oteller ve restoranlar gibi konaklama ve yiyecek-içecek işletmelerinde istihdamın artırılması doğrudan istihdamı oluşturmaktadır. Turizm hareketlerindeki değişiklik ile birlikte, o bölgedeki ulaştırma, eğlence merkezleri ve alışveriş merkezlerindeki istihdam sayısının artması dolaylı istihdamı kapsamaktadır. Bölgedeki yerel halkın buradan elde ettiği geliri tekrardan harcamaları sonucunda marketler ve kuyumculardaki ortaya çıkan istihdam artışı ise dinamik ya da ek istihdam türünü meydana getirmektedir (Şit, 2016: 103).

Turizm sektörünün konaklamadan ulaşım, rehberlikten inşaata kadar ve pek çok alanda yapılan harcamalar sonucunda birçok sektörü etkileyerek büyük bir istihdam hacmini ortaya çıkardığı görülmektedir (Şit, 2016: 104). Ülkede turizm faaliyetlerinin artış göstermesi yatırım teşviklerinin ve buna bağlı olarak da turizm tesislerinin işgücü talebini artırmasına katkıda bulunmaktadır. Turizmin istihdam etkisi üzerinde yatırım teşvikleri, turizm yatırımlarının ve turizm politikasının bir özelliği olmaya devam edecektir (Chib, 1980: 235). Turizmin sektör itibarıyla mevsimsel olma özelliğinden kaynaklı olarak turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı dönemlerde işgücü talebi artarken faaliyetlerin azaldığı dönemlerde ise doğru orantılı olarak işgücü talebi de azalmaktadır (Şit, 2016: 104).

İnsana insan tarafından hizmet edilen emek yoğun yapıdaki turizm sektörü, doğrudan ve dolaylı istihdamın yapmış olduğu harcamalar ile en nihayetinde gayri safi milli hasılaya ve toplam istihdama ekonomik katkısını sağlamaktadır. Pek çok sektörün bileşimi ya da kesişiminden oluşan turizm sektörüne sağlanan altyapı ve üstyapı kamu harcamaları ile birlikte sosyo-ekonomik ve sosyo-demoğrafik açılardan karma bir özelliğe sahip olan farklı meslek ve yaş grubundaki bireyler aynı işyerlerinde istihdam edilebilmektedir. Ancak turizm sektöründeki istihdam sayısının ne kadarının doğrudan istihdamı kapsadığını saptamak oldukça güçtür. Kitle turizminin yoğunlaştığı bölgelerde mevsimsellik özelliği gereği turizm faaliyetlerinin yılın belirli aylarında yoğunlaşması, turizm kapsamında başka sektörlerden insanların da istihdam edilmesi, yarı zamanlı istihdamın yoğun olması ve turizm istihdam

istatistiklerinde bir sistematığın oluşturulamaması gibi faktörler bu güçlüğün sebeplerini oluşturmaktadır (Kozak, 2013: 178; Şit, 2016: 104; Tutar vd., 2013: 15).



Kaynak: Şit, 2016: 111; OECD Tourism Employment, <https://www.oecd.org/en/data/indicators/tourism-employment.html>

Grafik 0.14. Türkiye’de 2005-2022 Döneminde Turizmin Toplam İstihdam İçindeki Payı (%)

Yukarıdaki Grafik 3.14’te, Türkiye’nin 2005 ve 2022 yılları arasında turizmin toplam istihdamdan aldığı pay yüzdelik olarak gösterilmektedir. Buna göre, söz konusu bu dönemler itibarıyla turizm sektörünün toplam istihdam içerisinde aldığı pay çok büyük değişiklikler göstermemiş ve genelde %7-%8 civarında gerçekleşmiştir. Türkiye’de toplam istihdam içerisinde kamu sektörünün ağırlığı ve turizmin ise tamamıyla özel sektör olduğu düşünülürse turizm sektörünün toplam istihdam içerisindeki payı az gözükse de toplam istihdama önemli bir katkı yaptığı söylenebilir. Turizm doğrudan emek-yoğun bir sektör olduğu için istihdama katkısı görece yüksektir. Ancak Türkiye’de bu katkının tek haneli kalması, turizmde istihdamın mevsimsel ve geçici olmasının da etkisini yansıtmaktadır. Özellikle yaz aylarında turizm istihdamı artarken kış aylarında azalır; bu da kalıcı istihdam payını sınırlamaktadır. Bu oranı artırmak için dört mevsime yayılan turizm, nitelikli turizm yatırımları ve katma değeri yüksek turizm çeşitlendirmesi (kongre, sağlık, kültür, spor turizmi gibi) önemlidir.

3.5.4. Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerine Etkisi Açısından Değerlendirilmesi

Doğrudan yabancı yatırım (DYY), yabancı sermaye yatırımlarının özel bir türünü oluşturmaktadır. Bir ekonomide ikamet eden bir yatırımcının başka bir ekonomide ikamet eden bir işletmeyi satın alması, o ülkedeki mevcut işletmenin sermayesini artırmak yoluyla ortaklık kurması ya da bu işletmelere lisans, know-how, teknoloji gibi unsurları getirmesi şeklinde yapılan sınır ötesi yatırım kategorisidir. DYY, ekonomiler arasında istikrarlı ve uzun süreli bağlantılar oluşturduğu için uluslararası ekonomik entegrasyonda kilit bir unsurdur. Bu tanımlardan hareketle, DYY temel bir makroekonomik gösterge olmasa da ödemeler dengesi, ekonomik büyüme ve istihdam gibi değişkenler üzerinde oluşturduğu katkı açısından değerlendirilen tamamlayıcı bir makroekonomik göstergedir (OECD, 2024).

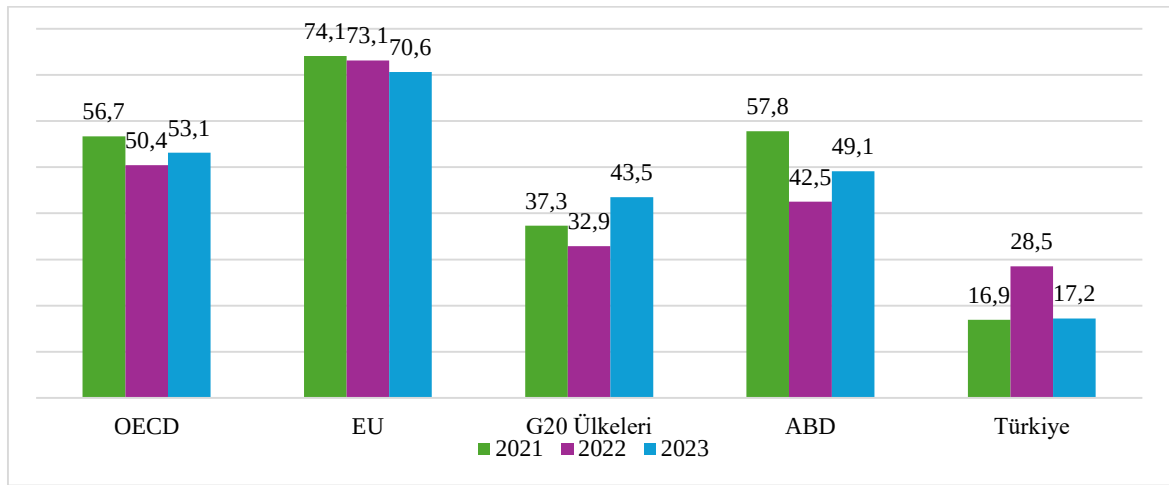
Tablo 0.7. 2021-2024 Q2 Dönemindeki Dünyada ve Türkiye’de DYY Girişleri (Milyon \$)

DYY Giriş	2021	2022	2023	2024 Q1	2024 Q2
OECD	33.548.925	30.478.849	34.191.853	383.774	411.144
EU	12.870.678	12.314.011	13.008.126	-	-
G20 Ülkeleri	28.513.854	25.979.724	29.343.266	-	-
Dünya Toplam	48.346.418	45.611.740	49.660.143	-	-
Türkiye	138.609	258.485	190.508	1.189	1.734
ABD	13.644.239	10.938.245	13.427.906	77.980	82.270
Birleşik Krallık	2.689.894	2.719.016	3.005.098	18.827	19.191
Kanada	1.548.813	1.495.991	1.702.198	12.296	12.751
Hollanda	2.986.273	2.890.642	2.777.079	42.632	53.184
Lüksemburg	1.429.084	1.062.372	1.103.928	8.434	8.562
Çin	3.603.453	3.576.613	3.553.135	-	-
Yunanistan	43.476	52.487	65.596	603	905
İsrail	221.501	229.595	242.274	3.634	3.879

Kaynak: Tablo, OECD FDI in Figures kullanılarak yazar tarafından derlenmiştir. fcdc2fb2-en (2).pdf

Yukarıdaki Tablo 3.7’de, 2021 ve 2023 yılları arasındaki dünyada ve Türkiye dâhil bazı ülkelerde, DYY girişleri gösterilmektedir. DYY girişlerinde dünya toplamına baktığımızda, 48.346.418 milyon \$ olduğunu görmekteyiz. Bu miktarın büyük çoğunluğunu OECD ülkeleri karşılamaktadır. OECD ülkeleri içinde ise Hollanda ve Lüksemburg’un DYY akışları, OECD DYY akışlarına önemli miktarda destek olmaktadır. ABD, dünya çapında en çok DYY alan ülkedir. ABD, şirketler için küresel merkez olma avantajına sahiptir. ABD doları rezerv para birimi ve gelişmiş finansal piyasalar, yatırımcıların sermaye hareketlerini kolaylaştırmaktadır. Ayrıca Silikon Vadisi gibi teknoloji ve Ar-Ge

merkezlerinin olması da DYY girişlerini artırmaktadır. ABD'yi Hollanda, Kanada, Birleşik Krallık, Almanya, Çin Halk Cumhuriyeti, Japonya ve Lüksemburg takip etmiştir. Dünya çapında en az DYY alan ülkeler ise Yunanistan, İsrail ve Türkiye'dir. İsrail ve Yunanistan, bazı güçlü sektörlerle ve teşviklere sahip olsalar da pazar büyüklüğü, jeopolitik risk ve ekonomik istikrar gibi faktörler nedeniyle DYY girişleri dünya ortalamasına göre görece azdır. Türkiye'de ise DYY girişlerinin OECD ülkeleri içerisindeki diğer ülkelere nazaran daha az olması ekonomik riskler, siyasi ve hukuki belirsizlikler, altyapı ve teknoloji eksiklikleri ile açıklanabilir.



Kaynak: OECD FDI in Figures, Ekim 2024, *fcdc2fb2-en (2).pdf

Grafik 0.15. Belirli Bazı Ülkelerde ve Türkiye’de 2021-2023 Yılları Arasındaki DYY Girişlerinin GSYH’deki Payı (%)

Yukarıdaki Grafik 3.15. incelendiğinde, AB ülkelerinin, OECD ülkelerine göre 2021 ve 2023 yılları arasında DYY girişlerinin GSYH’den almış olduğu pay daha yüksektir. Bununla birlikte, ABD’de DYY girişlerinin, ülkenin GSYH içindeki yeri büyük bir öneme sahiptir. Türkiye’de DYY girişlerinin, GSYH içindeki payı nispeten daha azdır. En yüksek pay, 2022 yılında gerçekleşmiştir. Söz konusu bu yüzdelik payda azımsanmayacak büyüklükte olup, Türkiye’nin DYY için daha fazla önemli ölçüde büyük adımlar atmasına kaynaklık etmektedir. Ancak Türkiye’nin ekonomisinde yabancı sermayenin çok güçlü bir ağırlığa sahip olması, büyümenin ciddi ölçüde dış yatırımcı güvenine bağlı olmasını göstermektedir. Bu durum hem fırsat (dış kaynakla büyüme) hem de risk (dışa bağımlılık ve kırılganlık) içermektedir. Bu noktada, DYY girişlerinin, GSYH içindeki payının yüksekliğinin sonuçları gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere göre değişmektedir. Gelişmiş

lkelerde yüksek DYY, genellikle verimlilik, teknoloji transferi ve nitelikli istihdam açısından pozitif etki oluşturur; kırılganlık düşüktür. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde yüksek DYY, ekonomik büyüme ve istihdam yaratır; ancak makroekonomik ve finansal kırılganlık riskini yükseltir ve teknolojik kazanım sınırlı olabilir.

Türkiye ekonomisinde 24 Ocak 1980 kararlarının alınması sonucunda dışa açık bir kalkınma modeli benimsenmiştir. Dış ticarete liberalleşme, yabancı sermayenin de kendi egemenlik sahamıza çekilmesini teşvik etmiştir. Ancak 2000’li yılların öncesinde Türkiye ekonomisine ilişkin DYY girişleri, yeterli seviyede gerçekleşmemiştir. Bu durumun merkez nedeni, ülkede yaşanan fiyat istikrarsızlıklarıdır. 1990’lı yıllarda bir türlü düşürülemeyen enflasyon ve enflasyonun yanı sıra kamu açıklarının sürekli olarak artması ülkenin art arda ekonomik krizlere (1994, 1999, 2000 ve 2001) sürüklenmesine neden olmuştur. Ayrıca bu dönemde yüksek faiz ve düşük kur politikasının uygulanması ülke içi tasarrufların da yurt dışına çıkmasına etken oluşturmuştur. Devletin yabancı yatırımcıları, vergi indirimleri ile özendirmesi kronik fiyat istikrarsızlıklarının olduğu bir ortamda pek de etkili olmamıştır. Dolayısıyla DYY için devletin birtakım yatırım teşviklerini sunması yeterli bir faktör olmamaktadır. Bu teşviklerin yanı sıra ülkenin iktisadi ve siyasi istikrarının sağlanması gerekmektedir (şener ve Kılıç, 2008: 42). Literatürde DYY ve turizm arasındaki ilişkiyi araştıran pek çok çalışma bulunmaktadır. alışmalara göre, genel itibarıyla turizm sektöründeki DYY’nin etkisini söz konusu ülkenin coğrafyası, turizm sektörünün gelişim düzeyi ve politika ortamı belirlemektedir. Bunun yanı sıra turizm talebi ve turizm faaliyetleri sonucunda elde edilen gelirler de DYY’yi etkileyen kritik etkenlerden bazılarıdır (Ak ve Zengin, 2020: 89).

1980’li yıllara kadar DYY içerisinde imalat sanayinin payının diğer sektörlere göre görece daha ağırlıktadır. Sonraki yıllarda, DYY, turizmin de içinde yer aldığı hizmet sektörüne doğru yön değişirmiştir. Günümüzde yaşanan küresel ekonomik gelişmeler ve turizmde üretim ve tüketim davranışlarının değişmesiyle birlikte konaklama işletmelerinin yeni destinasyonlara yatırım yapmasını ve ürün çeşitliliğini sağlamasını gerekli kılmaktadır. Otel ve diğer turizm işletmelerinin projelerinde yer alan yönetim ve finans işlemlerindeki bilgi eksikliği, o ülkedeki turizm sektörüne gelen DYY’nin artmasını sağlamaktadır. Dünyanın pek çok yerindeki yerel hükümetler, turizm projelerinin yanı sıra altyapının geliştirilmesi, konaklama işletmelerinin gelişimini engelleyen çevresel düzenlemelerin

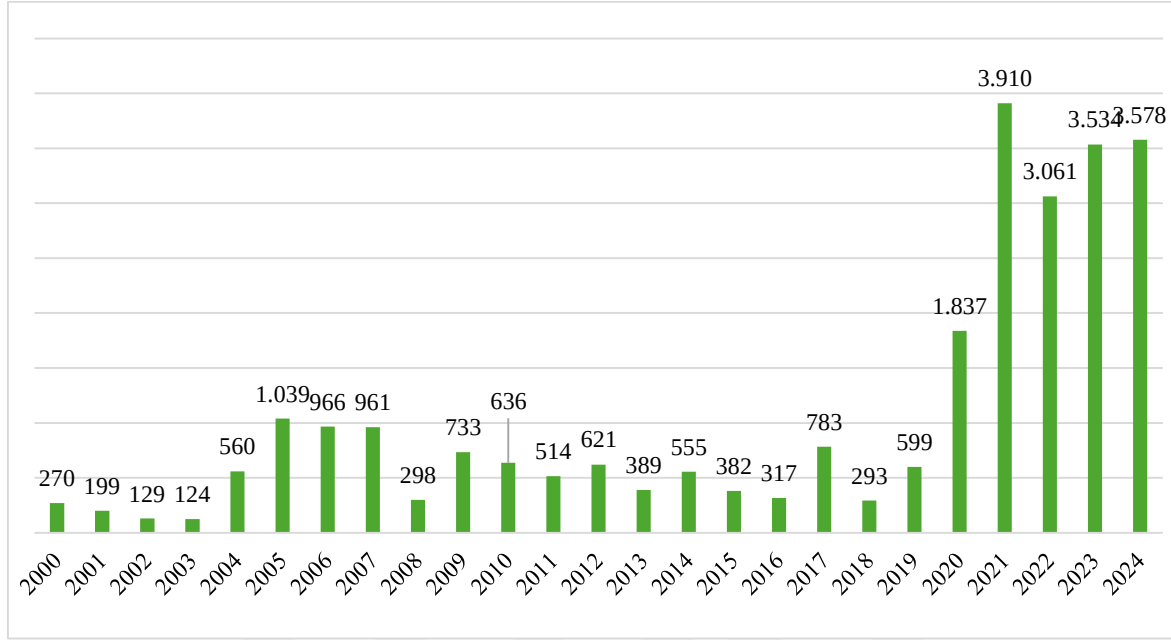
kaldırılması, mikro vergi planlamasının etkin bir şekilde yapılmasını sağlamak için iyi bir vergi sistemine sahip olunması, yatırım teşvikleri ve doğrudan yabancı sermaye idaresinin liberalleştirilmesi gibi faktörleri sunarak, DYY'yi kendi egemenlik sahalarına çekebilmeyi amaçlamaktadır (Kozak, 2013: 38-39).

Ekonomilerde sessiz ve derinden ilerleyen bir o kadar da ekonomik büyüme, istihdam, yoksulluğun azaltılması, ihracat geliri elde edilmesi, tüketici talebi, sermaye oluşumu, vergi geliri, ekonomik çeşitliliğin ve daha hizmet odaklı ekonominin teşvik edilmesi ve gerilemekte olan kentsel alanların ve kültürel faaliyetlerin canlandırılması gibi unsurlarda ekonomiler için önemli bir belirleyici rol üstlenen turizm sektörünün bugün vardığı noktada yatırıma yönelik büyük bir fon ihtiyacını da ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca turizm sektörünün sermayeye, bilgiye, altyapıya, küresel pazarlamaya ve dağıtım zincirlerine erişim ve dağıtım kanalları elzemdir. Bu noktada özellikle oteller, restoranlar ve rekreasyon merkezlerinin altyapı ve hizmetlerinin artırılması yoluyla turizm sektörünü destekleyen DYY'nin önemi de ortaya çıkmaktadır (Crô ve Martins, 2020: 1).

Turizm potansiyeli olan bir yerin yerli ve yabancı turistlerin uğrak yeri olan cazip bir turizm merkezine dönüştürülmesi için altyapıda büyük değişiklikler yapılması gerektiği anlamına gelmektedir. Turistik ilgi çeken alanların sürdürülebilir kalkınması, toplu taşıma, atık yönetimi ve lojistik gibi faaliyetleri kapsayan önemli yatırımlar gerektirmektedir. Ancak önemli yatırımlar, yerel yönetimlerin genellikle sahip olmadığı yüksek düzeyde sermaye gerektirmektedir. Altyapı ve küresel dağıtım sistemine erişim çok önemlidir ve yerel finansal sorunlar nedeniyle bu dağıtım sisteminin yürütülmesi için çoğunlukla doğrudan yabancı yatırımlar tercih edilmektedir. Bu durum, turizm gelirinin artışı ve gerekli turizm altyapısının oluşturulması için gerekli görülmektedir. Bu gereklilik, ülkeden ülkeye değişmekle birlikte genel olarak bir ülkenin insan kaynakları stoku ve üretim kapasitesi ne kadar az gelişmiş olursa turizmin gelişimini desteklemek için o kadar fazla sermaye, emek, mal ve hizmet ithal edilmesi gerekmektedir (Sheng, 2011: 111-112).

Ülkenin tarihini ve kültürünü yansıtan doğal bir zenginliğe sahip pek çok turistik yerin mevcut olduğu Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörüne yapılan yatırımlar sonucunda elde edilecek kâr karşılığının uzun seneler sürmesi ve sermaye/hasıla oranının yüksek olması girişimcilerin yatırım kararlarını etkilemektedir. Bu noktada da DYY turizm sektörü için vazgeçilmez bir fırsat ya da seçenek haline dönüşmektedir. Bu

sebeple, devletin turizm sektörü sonucunda oluşacak sosyo-ekonomik ve diğer lokomotif olumlu etkileri artırmak ve sürdürülebilirliği sağlamak için gerekli yasal düzenlemeleri uygulamaya koyması gerekmektedir (Ak ve Zengin, 2020: 90-91).



Kaynak: https://evds2.tcmb.gov.tr/index.php?evds/serieMarket/collapse_18/5003/DataGroup/turkish/bie_uypucay/

Grafik 0.16. 2000-2024 Yılları İtibarıyla Konaklama ve Yiyecek Hizmet Sektöründe DYY Dağılımı (Milyon \$)

DYY dağılımı içinde konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörü hem turizm yatırımları hem de ekonomik kalkınma açısından kritik bir öneme sahiptir. Yukarıdaki Grafik 3.16. incelendiğinde, 2000-2024 yılları arasındaki Türkiye'nin konaklama ve yiyecek hizmet sektörüne yönelik DYY dağılımı gösterilmektedir. Buna göre, söz konusu yıllar itibarıyla bahsi geçen hizmet sektörünün DYY dağılımı istikrarsız bir şekilde ilerleme gösterdiği görülmektedir. En çok ivme kazandığı yıl ise 2021 yılı olsa da özellikle 2020 yılından itibaren büyüme trendi içerisine girmesi dikkat çekici bir durumdur. Burada etkili olan faktör, Türkiye'de 2021 yılından itibaren konaklayan turist sayısında gerçekleşen artışın kayda değer bir şekilde ivme kazanmasıdır. Artan talep, yabancı yatırımcıların sektöre ilgisini çekmiş: otel zincirleri, tatil köyleri ve restoran yatırımlarını artırmıştır.

Konaklama ve yiyecek hizmetleri sektörü, doğrudan turizmle bağlantılı olduğu için; terör olayları, güvenlik sorunları, ekonomik ve siyasi krizler bu alandaki DYY dağılımını doğrudan etkilemektedir. Buna göre, ekonomik ve siyasi krizlerin yaşandığı 2008, 2016 ve 2018 yılları örnek verilebilir. 2018 ve 2019 yıllarındaki DYY girişlerinin düşük olması, 2018

yılının Ağustos ayında yaşanan kur şoku ya da döviz krizidir. Dolar kuru, 2018 yılının Ağustos ayında, 7,23 TL seviyesine ulaşmıştır (Akkoç, 2023: 78). 2018’de Türkiye’de yaşanan döviz krizi hem ekonomik göstergeleri hem de yabancı yatırımcıların güvenini ciddi şekilde etkileyen bir kırılma noktasını oluşturmuştur. Yeni yabancı yatırımlar, ekonomik belirsizlik ve TL’nin oynaklığı nedeniyle ertelenmiş veya azalmıştır. Grafikte, dikkat edilmesi gereken başka bir durum ise 2020 pandemi yılında konaklama ve yiyecek hizmet sektöründe DYY’nin bir önceki yıla kıyasla hatırı sayılır bir yükselişe geçmesidir.

3.5.5. Enflasyon Üzerine Etkisi Açısından Değerlendirilmesi

SWOT analiz tekniği ile değerlendirdiğimizde, turizm sektörü, güçlü ve zayıf yönleri ile geleceğe yönelik olarak kontrol edilebilen ya da edilemeyen faktörlerden kaynaklanan fırsatlar ve tehditleri içerisinde barındıran çok yönlü ve karmaşık bir yapıya sahiptir (Mondal, 2017: 161). Turizm sektörü bir ülkede ya da bölgede, turistik faaliyetler sebebiyle mal veya hizmetler üzerinde genel bir fiyat artırma etkisini ortaya çıkarmaktadır. Türkiye, Tunus, Mısır ve Fas gibi ülkelerde yabancı turistler ile yerli halkın satın alma gücü arasında farklılıklar oluşabilmektedir. Oluşan bu farklılıklar da fiyatların yükselmesine sebep olmakta ve bu durum ise dolaylı olarak da enflasyonun artış göstermesine yol açmaktadır. Uluslararası ve iç turizmin hareketlenmesi hem tüketim amaçlı hem de toplumun tüketim alışkanlıklarında meydana getirebileceği farklı etkiler sebebiyle bazı malların yurtdışından ithalinde bir talep artışını oluşturmaktadır. Bu talep artışı, üretimde kullanılan girdi fiyatlarının yükselmesine sebep olmaktadır. Ayrıca artış gösteren talebi karşılayabilmek amacıyla alınan yatırım kararları ve yatırımların gerçekleşmesi arasında gecikme yaşanmaktadır. Bu gecikme nedeniyle kısa dönemde talep artışının karşılanamamasından dolayı fiyatlar genel seviyesinde artış söz konusu olmaktadır (Zengin, 2010: 116).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için turizm faaliyetleri, teknolojik yatırımları da harekete geçirmekte ve bu durumun doğal bir sonucu olarak ülkenin ithal eğilimini artırmaktadır. Turizmin mevsimsellik özelliğinden kaynaklanan yaz sezonunda söz konusu bölgede istihdam sayısı artmaktadır. Bir anda artış gösteren istihdam edilen işçilerin mal ve hizmet gruplarına gösterdikleri talep artışı, domino etkisiyle o bölgedeki mal ve hizmetlerin fiyatlarının artış göstermesine yani bölgesel enflasyona yol açmaktadır. Bu durumdan, bahsi geçen bölgede ikamet eden yerli halk daha ağırlıkta etkilenmektedir. Kendini en çok konaklama sektöründe gösteren turizmin mevsimlik dalgalanma özelliği talebin daha yüksek

olduğu yaz aylarında turizm bölgelerindeki konaklama arzının sıkıntıya girmesine neden olmaktadır. Devlet turizm talebine göre yatırım teşvikleri sunarak buradaki konaklama arzını rahatlatmaya çalışmaktadır. İşte bu yatırım teşvikleriyle beraber özellikle deniz, kum ve güneş turizmiyle ilgilenen turizm talebinin revaçta olması ve bu talebe hizmet edecek istihdamın artış göstermesi mal ve hizmet talebinin de artmasına ve mal ve hizmet fiyatlarının yükselmesine kaynaklık etmektedir. Bu durum ise en nihayetinde sözü edilen bu bölge ile turizm kaynağına doğal olarak sahip olmayan diğer bölgeler arasında kalkınmışlık farkının giderek daha da açılmasına sebep olmaktadır (Kozak, 2013: 182-183).

Türkiye’de özellikle son yıllarda üretici fiyat endeksinde (ÜFE) ve tüketici fiyat endeksinde (TÜFE) önemli artışlar gerçekleşmiştir. Dolayısıyla Türkiye’de hem talep hem de maliyet enflasyonu mevcuttur. Maliyet enflasyonunun bir kısmı ithal mal ve hizmet fiyatlarının yurt dışında artması ve aynı zamanda döviz kurunda gerçekleşen artıştan kaynaklı ithal edilmiş ve ülkeye sirayet etmiş enflasyon kapsamındadır. Buradaki hem talep hem de maliyet enflasyonunu etkileyen tek bir sebep söz konusu değildir. Enflasyonda meydana gelen artışları, birbirine bağlı olaylar silsilesi ve genellikle yanlış uygulanan para ve maliye politikaları etkilemiştir. Türkiye’de bugün itibarıyla hissedilen enflasyonun açıklanan enflasyondan daha yüksek olduğu bir ekonomide kış dönemine kıyasla talebin daha yüksek olduğu yaz döneminde özellikle turizm talebinin tercih ettiği turizm bölgelerinde yatırım teşvikleri ile kapasite oranının artırılmaya çalışılması hem talep hem de maliyet enflasyonunun artışını etkileyen diğer sebeplerden bir tanesidir. Bu durumda ise enflasyon, mevsimsellik, aşırı bağımlılık ve fırsat maliyeti gibi faktörler üzerindeki etkisi turizm sektörünün SWOT analizinin tehditlerini oluşturmaktadır (Eğilmez, 2024; Kozak, 2013: 182).

3.5.6. Fırsat Maliyeti ve Ekonomik Sızıntılar Üzerine Etkisi Açısından Değerlendirilmesi

James M. Buchanan, fırsat maliyetini, reddedilen alternatifler veya fırsatlar arasında en yüksek değere sahip olana verilen değer olarak tanımlamaktadır. Fırsat maliyeti kavramı, kıtlık ve seçim arasındaki temel ilişkiyi ifade etmektedir. Değer verilen bir nesne veya faaliyet kıt değilse herkes için tüm talepler karşılanabilmektedir. Bu halde, ayrı ayrı değer verilen seçenekler arasında seçim yapmaya da gerek kalmamaktadır. Başka bir ifadeyle,

fırsat maliyeti farklı kıt kaynaklar arasında seçim yapılmasını ve seçilmeyen seçeneklerin ise vazgeçilmesi veya feda edilmesidir (Buchanan, 1991: 520).

Turizm sektörünün en önemli maliyetlerinden birisi ise fırsat maliyetidir. Devletler, bazen daha fazla fayda getirecek sektörler veya beşeri sermayeye yapması gereken yatırım harcamalarını rasyonel olmayan bir biçimde turizm sektörüne yapabilmektedir. Böylece yatırım teşvikleri turizm sektörüne yapılırken, diğer sektörlerden ya da alanlara yapılması gereken yatırım teşviklerinden vazgeçilmektedir. Örnek olarak, turizm yatırım teşvikleri, kırsal bölgelerin diğer bölgelerle kalkınma farklarını azaltabilmek için verilebilmektedir. Söz konusu yatırım teşvikleri, yatırım öncesinde ve sonrasında faaliyetlere dönük bir fayda-maliyet analizi yapılmadan uygulanmakta ve bu teşvikler çoğu zaman kısa vadeli heveslerin ürünü olmaktadır. Sonuç olarak da bu kırsal bölgelere ezbere yapılan turizm yatırım teşviklerinin maliyetleri nedeniyle bu bölgelerde daha fazla getiri oranına sahip tarım ve hayvancılık sektörlerinin olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır (Özdemir, 2023: 111-112).

Ekonomik açıdan bakıldığında, yabancı turistlerden elde edilen gelirler ya da turistlerin ülkede yaptığı seyahat harcamaları turist akışını kabul eden ülkelere yapılan ihracattır. Dışarıdan gelen para, ekonomik devreden çıkana kadar birkaç kez harcanıp tekrar harcandığı için Keynes, turizm ihracatını, ekonomi için “enjeksiyon”⁴⁴ olarak adlandırmıştır. Ancak bu para hane halkı tasarruflarında hareketsiz kalırsa veya gümrük vergisi, ithalat için kullanılırsa, para teşvik edici değerini kaybeder ve bu durumda ise “sızıntı”⁴⁵ ortaya çıkmaktadır. Bu sızıntıların hacmi ne kadar büyük olursa turizmin çarpan etkisi de o kadar küçük olacaktır. Enjeksiyon ve sızıntı, doğrudan bir makroekonomik gösterge olmasa da Keynes, ekonomik büyümenin enjeksiyonun sızıntıdan daha büyük olduğu durumlarda mümkün olduğunu savunmaktadır (Rusu, 2011: 73-74).

Konaklama, yiyecek- içecek, seyahat ve tur hizmetleri, ulaşım ve rekreasyon merkezleri gibi pek çok alt sektörleri bir araya getiren turizm sektörü, paranın dolaşımını

⁴⁴ Keynes’in Tasarruf ve Yatırım Özdeşliği olan $(S-I) = (G-T) + (X-M)$ bu eşitlikte I (Özel Sektör Yatırımları), G (Kamu Harcamaları), X (İhracat) gibi ekonomi açısından bir tür kazanım ve milli gelirde artış yaratan gelir harcama akımına bir tür ilave yapan söz konusu bu kalemler enjeksiyon olarak adlandırılmaktadır.

⁴⁵ Keynes’in Tasarruf ve Yatırım Özdeşliği olan $(S-I) = (G-T) + (X-M)$ bu eşitlikte S(Tasarruflar), T (Vergi Gelirleri), M (İthalat) gibi ekonomi açısından bir tür kayıp ve milli gelirde azalma yaratan gelirin tüketim dışı kullanımlarını yansıtan bu kalemlere de sızıntı denilmektedir (Moore, 2003: 243-244).

artırarak çarpan etkisini oluşturmakta ve bu da yeni vergiler, tasarruf ve harcama eğilimine sebep olmaktadır. Turizm sektörüyle oluşan gelirin bu süreç içerisinde dolaşımdan çıkması sızıntıların ortaya çıkmasına yol açmaktadır (Demir vd., 2023: 41). Turizmde ekonomik sızıntılardan birisi, turist kabul eden bölgeye hiç ulaşmadan ya da ulaşsa bile söz konusu bölgede kalmayan seyahat harcamalarıdır. Turizm gelirlerinin tamamı turist kabul eden bölgede kalmamaktadır. Turistlerin seyahat edilen bölgede yaptıkları harcamalara karşılık ülkenin mal ve vasıflı personel gibi hizmet ithal etmesi sonucunda bu harcamalar yurt dışına çıkmaktadır. Başka bir turizm ekonomik sızıntı türü ise seyahat acentesi komisyonları, yabancı havayolları ödemeleri ve tur operatörlerinin kârları gibi dışsal ödemelerdir. Buradan hareketle, ülke ekonomisine turizm gelirlerinin kazandırılması esnasında ev sahibi ülkenin üretme becerisine bağlı olarak turizm ekonomisindeki sızıntıların miktarı etkilenmektedir.

Turizm sektörünü oluşturan konaklama, yiyecek-içecek, seyahat, ulaşım gibi alt sektörlerin duran varlıklarının (oteller, seyahat acenteleri, havayolları, restoranlar vb.) sahibi ya da işletmecisi genellikle gelişmiş ülkelerin şirketlerinden oluşmaktadır. Ayrıca turizm altyapı yatırımları bir yatırım teşviğidir ve turizm sektörüne yapılan ilk yatırım, alışveriş alanları, limanlar, havaalanları gibi önemli yatırımları tetiklemektedir. Ancak Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde genel itibarıyla turizm sektörüne sağlanan bina yapı malzemeleri ithal edilmektedir. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerde turizm ekonomisinde sızıntı oranı çok daha yüksek ve net turizm gelirlerinin hesaplanması elzemdir (Boz, 2018:57-58). Elde edilen turizm gelirlerinin yeniden yatırım ya da harcamaya dönüşmemesi halinde meydana gelen sızıntı kalemleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır (Demir vd., 2023: 42):

- Turistler tarafından tercih edilen mal ve hizmet ithali
- Destinasyon dışında kalan seyahat acenteleri ve tur operatörlerine ödenen komisyon ödemeleri
- Yabancı işletmeler için yapılan franchise ödemeleri
- Turizm yatırımlarında oluşan döviz kuru maliyetleri
- Yurt dışında gerçekleşen reklam ve tanıtım giderlerinin oluşturduğu maliyet
- Yabancı hisse sahipleri için ödenen kârlar

- Yabancı turistler tarafından kullanılan kredi kartları
- Turizmde istihdam edilenlerin yurt dışında gerçekleştirilen eğitim masrafları
- Devlete ödenen vergiler

Turizmde ekonomik sızıntılar içerisinde yer alan güvenilir bir şekilde ve tam olarak ölçülmesi mümkün olmayan birikimli bir etkiye sahip olan kayıp ve fırsat maliyetleri, turizm sektöründe görünmez ya da görünmeyen sızıntıları oluşturmaktadır. Görünmeyen sızıntılar içerisinde uluslararası işlemlerdeki vergi muafiyetleri ve deniz aşırı yatırımlar gibi finansal ve turizm yatırım teşvikleri neticesinde tarihi ve kültürel yapıların tahrip olması, ormanların turizm sektörüne tahsis edilmesi, vahşi yaşamın bozulması, inşaat esnasında tarihi anıtlarda gerçekleşebilen erozyon, destinasyonların su kalitesinin bozulması ve ormanların turizme tahsis edilmesiyle birlikte doğal habitatın kaybolması ve bina yoğunluklu bir görüntünün oluşması şeklinde fiziksel unsurları barındırmaktadır.

Söz konusu bu görünmeyen sızıntılar, yerel halkın yaşam kalitesinin bozulmasına kaynaklık etmektedir. Aynı zamanda bu sızıntılar, enerji, su gibi kamunun finanse ettiği kıt kaynakların da destinasyona gelen yabancı turistler tarafından tüketimi nedeniyle sosyal maliyetlerinde ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Tabi buradaki sızıntıların büyüklüğü ham madde kaynaklarının genellikle doğal ve kültürel kaynaklardan oluşan gelişmekte olan bazı ülkelerin turizm sektörüne aşırı bağımlılık göstermesine bağlı olarak da değişiklik gösterebilmektedir. Bu sebeple, turizm sektörünün geliştirilmesi ve desteklenmesi hususunda dengeli yatırım teşvik politikalarının sergilenmesi önemlidir (Terzioğlu ve Gökova, 2017: 30; Demir vd., 2023: 45; Kozak, 2013: 186).

4. BÖLÜM

4. TÜRKİYE’DE YATIRIM TEŞVİK BELGELİ TURİZM YATIRIMLARININ SEKTÖRÜN BÜYÜMESİNE ETKİSİ

Ülkelerin yatırım teşvik sistemini oluşturan düzenlemelerin hukuki çerçevesi, turizm sektörüne sağlanan yatırım teşvik araçları ve bu araçların uygulamadaki yoğunluğu birbirinden farklılık göstermektedir. Bu farklılığı oluşturan en önemli sebep, turizm sektörünün GSYH’den aldığı payın ülkeden ülkeye değişiklik göstermesidir. Çeşitli sektörlerin gelişimi, ev sahibi ülkelerin kaynaklarıyla yakından bağlantılı olup, bu sektörler ekonomik büyümenin merkezini oluşturmaktadır. Buna göre, turistik cazibe merkezlerine sahip destinasyonlarda turizm, ekonomik büyümenin lokomotif gücünü oluşturmaktadır. Ancak sanayi devi olan ülkelerde turizm daha çok tamamlayıcı bir sektör olarak görülmektedir. Bu farklılık, turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinin politika önceliklerini, kapsamını ve yoğunluğunu etkilemektedir (Bunghez, 2016: 1-2).

Yatırım teşviklerinin türü, ülkelerin mali gücüne ve her ülkenin kendi kalkınma hedefleri doğrultusunda teşvikten beklediği amaçlara göre değişmektedir. Gelişmiş ülkelere kıyasla bütçesi kısıtlı olan Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelere, turizm yatırımlarını teşvik etmek için daha çok vergisel teşvikler tercih edilmektedir. Vergisel teşvikler, kaybedilen gelirin yanı sıra kaynak dağılımında bozulmaya yol açtığı ve idari karmaşıklık ile yasal keyfiliğin neden olduğu yolsuzluk ve rant arayışına fırsat sağladığı için maliyet etkinliği bakımından eleştirilere maruz kalmaktadır (Jun, 2017:6-7). Bununla birlikte, Türkiye’de hazine arazisi tahsisli yatırım teşvik aracı olarak yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Hazine arazileri, Türkiye topraklarının önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Devlet ayrıca önemli miktarda tarım ve orman arazisine sahiptir. Bu alanlar, ulusal maliyeye ve ekonomik büyümeye önemli katkı sağlama potansiyeli taşıdığı için turizm yatırımcılarına ön izin, kullanma izni veya irtifak hakkı şeklinde tahsis edilmektedir (Grover et al., 2018: 4).

İrtifak hakkı veya kullanma iznine konu hazine arazileri üzerinde yapılacak yatırımın toplam tutarı, turizm yatırımları için rayiç değerinin iki katından az olmamak üzere (Grover et al., 2018:37) belirlenir ve yatırım yeri tahsisinin başlangıcını oluşturan ön kabul işlemi, Bakanlıktan yatırım teşvik belgesinin alınmasıyla başlar. Türkiye’de turizm yatırımlarının

tüm teşviklerden yararlanabilmesi, öncelikle söz konusu belgenin temin edilmesine bağlıdır. Belgelendirme, tesislerin belirli kalite, güvenlik ve hizmet standartlarını sağlamasını garanti altına alır. Bu mekanizma, hangi tesislerin gerçekten turizm amaçlı kurulduğunu ve teşvikten yararlanmaya uygun olduğunu tespit etmektedir. Bu bilgiler ışığında, Türkiye’de yıllara göre yatırım teşvik belgeli tesis sayısındaki artış, aslında yatırım teşviklerinden yararlanan turizm tesislerinin sayısının arttığını göstermektedir. Zira turizm yatırımcılarının teşviklerden yararlanma şartı, yatırım teşvik belgesine bağlıdır.

Turizm, çok boyutlu bir yapıya sahip olduğu için, yatırım teşviklerinin sektörün büyümesine etkisini ölçebilmek adına ekonomik ve yapısal pek çok göstergenin birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir. Turizm sektörünün büyümesini anlamak için tek bir göstergeye bakmak yeterli değildir. Bu bağlamda, sektörün büyümesi; ülkeye gelen turist sayısı, konaklayan kişi sayısı, geceleme sayısı, tesislerin doluluk oranları, ortalama kalış süresi, turist profili, turizm tesis türleri, turizm gelirleri, turizm gelirlerinin GSYH ve ihracat gelirleri içindeki payı, istihdama katkısı, seyahat acentesi sayısı ile yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak kapasitesindeki artışla anlaşılmaktadır.

Söz konusu artışların, turizm verimliliğini, sürdürülebilirliğini ve niteliğini yükseltecek nitelikte olması gerekmektedir. Bunu sağlamak için, yatırım teşvik belgeli turizm yatırımlarının sektörün büyümesinde asıl belirleyici unsur olan talebe yönelik tedbirlerle desteklenmesi şarttır. Zira doğası gereği turizm arzını artırmaya yönelik olan yatırım teşvikleri, talebi yükseltmezse, arz fazlası, azalan tesis doluluk oranları ve buna bağlı olarak düşük turizm geliri gibi döngüsel sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, kitle turizmi yerine katma değeri yüksek turizm türlerine yönelik doğru yatırım teşvik sistemi ve araçlarıyla birlikte, ülkeye gelen turist sayısı ve kişi başı ortalama harcamanın artırılması gerekmektedir.

4.1. Literatür Taraması

Parys ve James (2010), bu çalışmada Doğu Karayipler Para Birimi Birliği’nde (ECCU) 1997-2007 döneminde turizm sektörüne doğrudan yabancı yatırım çekmede vergi teşviklerinin ne ölçüde önemli olduğunu farkların farkı yöntemini uygulayarak araştırmışlardır. Daha açık bir ifadeyle çalışmada, vergi teşviklerinin kullanıcı sermayesi maliyetini düşürerek yatırımı artırdığı öngörüsünün yedi ECCU üye devletinde geçerli olup

olmadığı test edilmiştir. Antigua ve Barbuda, Dominika, Grenada, St. Kitts ve Nevis, St. Lucia, St. Vincent ve Grenadinler ile Anguilla söz konusu çalışmada yer alan ECCU üye ülkelerini oluşturmaktadır.

Çalışmanın önemi, analiz kapsamındaki örneklemin benzer coğrafi özelliklere sahip, aynı büyük uluslararası turizm şirketleri için rekabet eden ve ABD dolarına sabitlenmiş ortak para birimi olan Doğu Karayip dolarını kullanan ECCU küçük ada ülkelerinden oluşmasından kaynaklanmaktadır. Buna göre, 2003 yılında Antigua ve Barbuda’da turizm şirketleri için kurumlar vergisi muafiyet süresi en fazla beş yıldan yirmi beş yıla çıkarılmıştır. Vergi teşviklerinin uzatılması yoluyla sermaye maliyetindeki azalmanın sermaye talebini artırdığı varsayımı, bu çalışma için farkların farkı yaklaşımı kullanılarak değerlendirilen bir politika deneyi sağlamıştır.

Antigua ve Barbuda’daki turizm yatırımları ile söz konusu politika değişikliği gerçekleşmeden önceki diğer ECCU ülkeleri arasındaki fark, politika değişikliği sonrasındaki fark ile karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak, 2003 sonrasında Antigua ve Barbuda’daki turizm yatırımlarının, vergi teşvikleri nedeniyle diğer ECCU ülkelerindeki yatırımlardan önemli ölçüde daha fazla arttığı ortaya konulmuştur.

Khalbadalov (2021), Özbekistan Cumhuriyeti Cumhurbaşkanı tarafından 2 Aralık 2016 tarihinde alınan kararla turizmin, ulusal ekonominin stratejik bir sektörü olarak belirlendiğini belirtmiştir. Bu nedenle, turizm sektörünün gelişimini hızlandırmak amacıyla 2019 yılının sonuna kadar 11 tür vergi teşviki uygulanmıştır. Dikkat edilmesi gereken önemli bir husus, çalışmada Covid-19 pandemisi öncesi dönemde uygulanan bu 11 vergi teşviki türünün incelenmiş olmasıdır.

Çalışma, Özbekistan Cumhuriyeti’nde 2016-Temmuz 2019 döneminde turizm sektörüne tanınan vergi teşviklerinin etkinliğini araştırmaktadır. Uygulanan vergi teşviklerinin etkinliğini değerlendirmek amacıyla ortalama ve marjinal efektif vergi oranı eğilimlerine (AETR/METR) dayalı olarak fayda-maliyet analizi yapılmıştır. Araştırma, turizm sektörüne sağlanan 11 tür vergi teşviki kapsamında vergi tatilleri, vergi indirimleri ve yatırım vergisi teşviklerini (serbest turizm bölgesi dâhil) içermektedir. Bu dönemde sağlanan vergi teşviklerinden toplam 148 turizm işletmesi yararlanmıştır.

Analiz sonuçlarına göre, turizmde istihdam çarpanları kullanılarak vergi teşvikleri sonucunda turizm tedarik zincirinde yer alan işletmeler tarafından yaratılan istihdam değerlendirilmiştir. Buna göre, söz konusu teşviklerin turizm tedarik zincirinde 15.533 yeni iş imkânı yarattığı tespit edilmiştir. Ayrıca, turizm sektörüne belirli bir dönem için verilen vergi tatilleri ve yatırım vergisi teşvikleri (özellikle 3-5 yıllık vergi tatilleri, 3-7 yıllık yatırım vergisi avantajları veya serbest turizm bölgesi dönemi için sağlanan avantajlar) sonucunda, AETR oranının %22'den %8'e, METR oranının ise %30'dan %14'e düştüğü belirlenmiştir. Sonuç olarak, toplam vergi gelirleri ile turizm sektöründen elde edilen vergi gelirlerinin yıllar itibarıyla artış gösterdiği ortaya konulmuştur.

Selim vd. (2022), 2004-2018 yılları arasında Türkiye'de turizm sektörüne sağlanan teşviklerin turizm talebi üzerindeki etkisini incelemiştir. Çalışmada, turizm sektörüne sağlanan teşviklerin net turizm gelirleri üzerindeki etkisi, Gregory ve Hansen (1996) ile Hatemi-J (2008) bir ve iki yapısal kırılmalı eşbütünleşme testleri ve Toda-Yamamoto (1995) nedensellik analizi kullanılarak araştırılmıştır. Ayrıca seriler arasındaki uzun dönem ilişkiler FMOLS yöntemi ile tahmin edilmiştir.

Modellerde bağımlı değişken olarak net turizm geliri, bağımsız değişkenler olarak ise teşvikli istihdam, teşvikli sabit yatırım ve teşvikli belge sayısı kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, sabit yatırım değişkeni hariç tüm seriler birinci farklarında durağan özellik göstermiştir. Yapısal kırılmalar dikkate alındığında, net turizm geliri ile belge sayısı ve istihdam arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunmuştur. Uzun dönemli ilişkilere bakıldığında, değişkenlerin uzun dönemde birlikte hareket ettiği tespit edilmiştir. Toda-Yamamoto nedensellik analizi sonuçları ise sabit yatırımlar, belge sayısı ve istihdam arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğunu göstermektedir.

Garsons et al. (2015), Brezilya federal hükümeti tarafından 1998-2002 döneminde Kuzeydoğu Brezilya'nın az gelişmiş bölgesinde yatırım ve istihdamı artırmak amacıyla başlatılan vergi teşvikleri programının etkisini incelemiştir. 2002 yılında, ülkenin en fakir bölgelerinden biri olan ve kronik kuraklıklarla karşı karşıya kalan SUDENE bölgesindeki turizm firmaları için vergi indirimlerini kapsayan bir mali önlemler paketi hazırlanmıştır. Buna göre, SUDENE bölgesindeki belediyelerde turizm sektörüne yapılacak yeni yatırımlar için 10 yıllık ve %75 oranında gelir vergisi indirimi tanınmıştır. Ayrıca yeni yatırımlara ek

olarak genişletme, modernizasyon ve çeşitlendirme projeleri de teşvik kapsamında değerlendirilmiştir.

Özetle, Nisan 2002 itibarıyla SUDENE bölgesindeki turizm yatırımları önemli mali avantajlardan yararlanabilirken, Brezilya'nın diğer bölgelerinde benzer bir destek sağlanmamıştır. Bu çerçevede, çalışmada 2002 öncesi ve sonrası SUDENE bölgesi ile diğer bölgeler arasındaki yerel turizm istihdamındaki değişim, farkların farkı analizi kullanılarak test edilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, 2003 yılından itibaren SUDENE bölgesinde turizm istihdamında daha yüksek bir büyüme gerçekleşmiştir. Turizm firmalarına verilen vergi teşviki, sektörün yerel istihdamını %34 oranında artırmıştır. Buna göre, 2009 yılında turizm sektöründeki her dört işten yaklaşık biri, bu özel maliye politikasının bir sonucu olarak yaratılmıştır. Bu ampirik bulgular, vergi teşviklerinin özellikle küçük ülkelerde, giderek daha rekabetçi ve küreselleşen bir dünyada yatırım çekmede gerekli ve faydalı olduğunu savunan literatürü desteklemektedir

Aktaş (2005), bu makalede, Türkiye'nin 1980-2000 yılları arasında elde ettiği turizm gelirlerini etkilediği düşünülen turist sayısı, yatak kapasitesi, seyahat acentesi sayısı, tanıtıma ayrılan pay, yabancı sermaye miktarı, dolar döviz kuru değişkeni yardımıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Elde edilen analiz sonuçlarına göre, seyahat acentelerinin sayısının artırılmasının turizm gelirlerini etkileyen en önemli değişken olduğu ortaya konulmuştur.

Dinis ve Pereira (2022), 2073 sayılı Kanun ve Portekiz Vergi Avantajları Tüzüğü'nün 1989 yılında yürürlüğe girmesiyle, turistik hizmet statüsü verilen işyerlerinde 7 yıllık emlak vergisi muafiyeti ve oteller, turizm kompleksleri, kültür ve spor tesisleri ile turistik konaklama evleri gibi kamu yararına olan mülklere mülkiyet hakkının devrine ilişkin vergi muafiyeti sağlandığını belirtmiştir.

Bu çalışma, 2015-2019 döneminde turizm faaliyetinden etkilenen Portekiz'deki binalarda belediye emlak vergisi muafiyeti avantajını incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, bölgesel düzeyde turizme yönelik vergi teşviklerini ve turistik hizmet statüsü ile Portekizli şirketlere sağlanan faydaları ele almaktadır. Veri toplama sürecinde Portekiz Finans Portalı kullanılmış ve analizler SPSS istatistik yazılımı ile gerçekleştirilmiştir.

Araştırma metodolojisi, 2015-2019 döneminde Portekizli turizm kurumsal yararlanıcıların vaka çalışması ve özellikle Portekiz belediyelerine sağlanan vergi avantajlarına dayanmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, incelenen dönemde turizm sektörüne en fazla vergi avantajı sağlayan belediyeler, aynı zamanda turizm sektöründe en yüksek gelire sahip belediyeler olarak öne çıkmıştır. Bu bulgular, turist hizmetleri statüsü ile elde edilen maliye politikasının turizm sektörünü desteklemedeki rolünü ve yerel işletmeleri desteklemedeki stratejik vizyonu ortaya koymaktadır.

Gudkov et al. (2017), Rusya’da iç turizm endüstrisinin etkin gelişiminde vergi teşviklerinin rolünü incelemişlerdir. Araştırmanın amacı, mevcut ekonomik koşullarda iç turizm pazarının olumlu yönde büyümesini sağlamak için Rusya’daki iç turizm endüstrisine yönelik vergi teşviklerinin somut ölçümlerini önermektir.

Buna göre, Rusya Federasyonu Vergi Kanunu’nun 21 ila 31. maddeleri arasına, yerli turizm işletmeleri için vergilendirme sistemi ile ilgili hükümler eklemiştir. Bu hükümler; seyahat acenteleri ve tur operatörleri üzerindeki vergi yükünü azaltmayı, gelişmekte olan turizm merkezleri de dahil olmak üzere turistler için konaklama tesislerinin inşasını ve yeni turizm araçlarının satın alınmasını teşvik etmeyi, ayrıca yerli havayolları ve diğer ulaşım hizmetlerinin maliyetlerini düşürmeyi kapsamaktadır.

Araştırma sonuçlarına göre, devletin sağladığı bu teşvikler, yurt içi turistik ürünlerin satışında artış sağlamıştır. Böylece Rusya’da iç turizmin gelişimi, istihdamı artırmak, ülkenin olumlu bir imajını yaratmak, bütçe gelirlerini yükseltmek, altyapıyı geliştirmek ve nüfusun yaşam standartlarını iyileştirmek gibi çoğaltıcı etkiler elde etmeyi mümkün kılmıştır.

Trusova et al. (2023) bu çalışmada, 22 Şubat 2022 tarihinde başlayan Rusya-Ukrayna savaşının ardından, Ukrayna’nın yeniden inşa sürecinde turizm endüstrisine yönelik yenilikçi teşvikleri incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmada, turizm endüstrisinin çatışma sonrası toparlanmasına ilişkin konular doğrusal regresyon modeli kullanılarak bir matris yardımıyla analiz edilmiştir. Sonuçlara göre, savaş sonrasında bayındırlık hizmetlerinin ön plana çıkmasıyla birlikte, devletin turizme sağlayacağı teşvikler, Ukrayna’daki turizm sektörünü sadece modernize etmekle kalmayıp yeniden inşa ederek verimliliği artıran itici bir güç olarak işlev görmektedir.

Kuvan (2005), bu çalışmada Türkiye’de orman arazilerinin turizm yatırımları için tahsisi ve bu tahsislerin ormanlar üzerindeki etkilerini Antalya-Belek örneği üzerinden incelemiştir. Araştırmada, Antalya-Belek turizm merkezinde artan kitle turizmi nedeniyle büyük ölçekli turizm tesisleri ve golf alanlarının inşası için devletin sağladığı arazi teşvikleri ile ormanların turizm sektörüne tahsisi durumunun, orman alanları üzerindeki etkileri ele alınmıştır.

Çalışma doküman inceleme, gözlem ve ilgili verilerin kamu kuruluşları ile turizm tesislerinin yöneticileriyle yüz yüze görüşmeler yoluyla elde edilmesi ile nitel araştırma tekniği kullanılarak yürütülmüştür. Sonuçlara göre, Belek turizm merkezinin doğusunda yer alan 12.500 hektarlık Belek Özel Koruma Bölgesi’nde, turizm işletmeleri ile orman idaresi arasındaki resmi yazışmaların incelenmesi sırasında, bazı turizm işletmelerinin ağaç revizyon planları ve ağaç kesimi taleplerine ilişkin belgelerine ulaşamamıştır.

Aybarç vd. (2019), bu çalışmada Türk turizminde illerin teknik etkinliğini, uygulanan kamu teşvik politikaları çerçevesinde veri zarflama analizi (DEA) kullanarak sosyal ve ekonomik göstergelere göre incelemiştir.

Sosyal göstergelere göre etkinlik analizinde girdi değişkenleri şunlardır: turizm işletme belgesi olan tesis sayısı, oda sayısı, yatak sayısı, turizme yönelik teşvikli belge sayısı ve teşvikli istihdam. Ekonomik göstergelere göre analizde ise girdi değişkenleri turizme yönelik teşvikli sabit yatırımlar, turizm sektörü için verilen ihtiyaç kredileri ve illerde kamu hizmetlerine yapılan harcamalardır. Çıktı değişkenleri olarak toplam gelen turist sayısı ve toplam geceleme sayıları kullanılmıştır.

Bulgulara göre, sosyal değişkenlere göre yapılan analizde 2005-2015 döneminde tüm yıllarda etkin olan ilin Antalya olduğu görülmüştür. Ekonomik değişkenlere göre yapılan analizde ise tüm yıllarda etkin olan iller Antalya ve Nevşehir olarak belirlenmiştir.

Nguyen (2021) bu çalışmada, 1995-2019 dönemi için Vietnam’dan elde edilen verileri kullanarak turizm altyapısı bileşenlerine yapılan yatırımların uluslararası ziyaretçi çekiciliği üzerindeki etkisini incelemiştir. Analiz, panel verilerinin doğrusal olmayan Otoregresif Dağıtılmış Gecikme (ARDL) yaklaşımı ile gerçekleştirilmiştir.

Sonuçlara göre, uzun vadede ulaşım altyapısı, otel ve restoran endüstrisi ile dinlenme tesislerine yapılan yatırımların uluslararası turizm talebi üzerinde güçlü ve olumlu bir etkisi olduğu ortaya konulmuştur. Ayrıca, Vietnam turizm altyapısına yapılan bu yatırımların (ulaşım altyapısı, otel ve restoran endüstrisi, dinlenme tesisleri) her bir büyük uluslararası ziyaretçi pazarı üzerinde farklı kısa vadeli etkileri bulunduğu tespit edilmiştir.

Ouariti ve Jebrane (2020) bu çalışmada, 2000-2018 yılları arasında Fas'ın Marakeş kentinde ulaşım altyapısının turizm destinasyonu çekiciliği üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma, ulaşım ve turizm arasındaki etkiyi ampirik olarak ele almak için hem doğrusal regresyon hem de Pearson korelasyon yöntemlerini kullanmıştır.

Analizde, 2000-2018 dönemine ait demiryolu trafiği, otoyol trafiği ve havaalanı trafiği gibi Marakeş'in ulaşım istatistikleri ile konaklama tesislerindeki geceleme sayıları gibi turizm göstergeleri kullanılmıştır. Sonuçlara göre, otoyollar, havaalanları ve tren istasyonları gibi ulaşım altyapısının geliştirilmesine verilen teşvikler, geceleme sayıları üzerinde güçlü ve olumlu bir etki göstermiştir.

Munyanyi ve Chiromba (2015) bu çalışmada, vergi teşviklerinin turizm sektöründeki yatırım büyümesi üzerindeki etkilerini Zimbabwe örneği üzerinden incelemiştir. Araştırmada, turizm sektöründeki kilit paydaşlarla tabakalı ve tesadüfi örnekleme yöntemleri kullanılarak yüz yüze ve telefon görüşmeleri yapılmıştır. Görüşmelerin mümkün olmadığı durumlarda ise elden, posta ve e-posta yoluyla dağıtılan anketler kullanılmıştır. Toplanan birincil veriler hem nitel (yüz yüze ve telefon görüşmeleri) hem de nicel (anket) olarak elde edilmiştir. Toplam 30 görüşme yapılırken, 50 anket örneklem katılımcılarına dağıtılmıştır. Veriler 2007-2013 dönemini kapsamaktadır.

Sonuçlar, çoğu politika yapıcının yatırımcıları turizm sektörüne çekmek için vergi teşvikleri kullandığını göstermektedir. Ancak, bu tür politikaların etkili olabilmesi için ekonominin diğer destekleyici politikalarının da uygulanması gerektiği ortaya konulmuştur. Örneğin, yolsuzluk, hükümet politikalarında şeffaflık, ülkede iş kurmanın zorluğu ve maliyeti gibi unsurlar dikkate alınması gereken diğer önemli faktörler arasında yer almıştır. Buna ek olarak, incelenen dönemde Zimbabwe'de vergi teşvikleri nedeniyle yatırım seviyelerinde genel bir artış gözlemlenmiş ve en yüksek yatırımın otellere yapıldığı tespit edilmiştir.

Kambur ve Aksoy (2022), bu çalışmada Türkiye’de 1998-2018 yılları arasında turizm sektörüne yapılan yatırım teşvikleri ile ekonomik büyüme arasındaki nedensellik ilişkilerini yıllık veriler kullanarak Vektör Otoregresif Model (VAR) çerçevesinde incelemiştir. Araştırmada ayrıca Granger ve Toda-Yamamoto nedensellik testleri uygulanmıştır.

Her iki yöntemin sonuçları birbirine benzemektedir. Granger testi sonuçlarına göre, Türkiye’de turizme yapılan yatırımlar ekonomik büyümenin bir nedeni iken, ekonomik büyüme turizme yapılan yatırımların nedeni değildir. Toda-Yamamoto testi de aynı sonucu doğrulamıştır: turizme yapılan yatırımlar ekonomik büyümenin nedeni olup, ekonomik büyüme turizme yapılan yatırımların nedeni değildir. Çalışmanın bulgularına göre, turizm sektörüne yapılan yatırım teşvikleri, Türkiye’nin ekonomik büyümesi üzerinde olumlu etkiler yaratmaktadır.

Buluş vd. (2021), bu çalışmada Türkiye’de turizm teşvikleri ve jeopolitik riskin ekonomik büyüme üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmada, 1985-2019 yıllarına ait veriler için ARDL sınır testi uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre, değişkenler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, CUSUM ve CUSUMSQ testleri verilerin kritik sınırların dışına çıkmadığını göstermiş ve ilgili dönemde yapısal bir değişim olmadığı tespit edilmiştir. Bulgular, jeopolitik riskin ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediğini, turizm teşviklerinin ise anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir.

4.2. Veri Seti ve Hipotezler

Bu tezde, turizm sektörüne sağlanan yatırım teşviklerinin hem turizm arzı ve talebi hem de ülkenin çeşitli makroekonomik göstergeleri üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda, Türkiye’de turizm sektörünü analiz etmek için sayma verisi regresyon modelleri kullanılmıştır. Sayma verisi modelleri, bağımlı değişkenlerin pozitif tam sayı olduğu durumlarda tercih edilmektedir. Bu çerçevede, bağımlı değişkenlerin dağılım özelliklerine göre Poisson, Negatif Binom, Genelleştirilmiş Poisson ve Genelleştirilmiş Negatif Binom regresyon modelleri uygulanmış ve en uygun model belirlenmeye çalışılmıştır. Uygun model seçimi, veri dağılımının aşırı saçılım (overdispersion) içerip içermediğine göre yapılmıştır.

Aşırı saçılma tespit edilmesi durumunda, Negatif Binom, Genelleştirilmiş Poisson veya Genelleştirilmiş Negatif Binom regresyon modellerinden, en küçük Akaike Bilgi Kriteri (AIC) değerine sahip olan model tercih edilmiştir. Eşit yayılım durumunda ise Poisson regresyon modeli uygulanmıştır. Tüm analizler STATA 15.0 istatistik paket programı ile yürütülmüş, grafikler ise SPSS 21.0 kullanılarak oluşturulmuştur. Çalışma süresince kullanılan veriler, Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü ile TÜRSAB tarafından yayımlanan istatistiki raporlardan derlenmiştir. Araştırmada kullanılan değişkenler, Tablo 4.1’de gösterilmiştir.

Tablo 0.1. Analizde Kullanılan Değişkenlerle İlgili Tanımlayıcı Bilgiler

Değişken Adı	Kısaltma	Türü	Açıklama	Kaynaklar
Geceleme Sayısı	GC	Bağımlı	Bir yıl içinde konaklama tesislerinde yapılan toplam geceleme sayısı	Yıllık Bültenler (ktb.gov.tr)- Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
Konaklayan Kişi Sayısı	KKS	Bağımlı	Bir yıl içinde konaklama tesislerinde konaklayan toplam kişi sayısı	Yıllık Bültenler (ktb.gov.tr)- Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
Turizm Gelirleri	TG	Bağımlı	Yıllık toplam turizm gelirleri (ABD doları cinsinden)	turizm-geliri_80_617069.xls (live.com); 127780,turizm-geliri-gideri-ve-ortalama-harcama-2004-2024.xls.xls (live.com)
Yatırım Teşvik Belgeli Tesis Sayısı	TES	Bağımsız	Türkiye genelindeki yatırım teşvik belgeli konaklama tesislerinin toplam sayısı	https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201140/yillik-istatistikler.html-Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
Yatırım Teşvik Belgeli Oda Sayısı	ODA	Bağımsız	Türkiye genelindeki yatırım teşvik belgeli konaklama tesislerindeki toplam oda sayısı	https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201140/yillik-istatistikler.html-Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
Yatırım Teşvik Belgeli Yatak Sayısı	YAT	Bağımsız	Türkiye genelindeki yatırım teşvik belgeli konaklama tesislerindeki toplam yatak sayısı	https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201140/yillik-istatistikler.html-Yatırım İşletmeleri Genel Müdürlüğü

Tezde kullanılan değişkenler, 1983-2023 yılları arasındaki geceleme sayısı, tesislerde konaklayan kişi sayısı, turizm gelirleri, yatırım teşvik belgeli tesis sayısı, yatırım teşvik belgeli oda sayısı ve yatırım teşvik belgeli yatak sayısıdır. Burada bahsi geçen yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayıları sadece konaklama sektörünü kapsamaktadır. Ayrıca bu değişkenlerden geceleme sayısı ve konaklayan kişi sayısı yatırım teşviklerinin turizm talebi açısından; yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayısı ise turizm arzı açısından ve turizm gelirleri ise ülkenin makroekonomik göstergeleri açısından değerlendirilmesini sağlamaktadır. Bu amaçla, bahsi geçen dönem itibarıyla yatırım teşviklerinin turizm

sektörünün büyümesine etkisini daha detaylı görebilmek adına 3 ayrı model oluşturulmuştur. Buna göre, modellerin gösterimi ise aşağıdaki gibidir:

➤ Model 1: $GC = \beta_0 + \beta_1 TES + \beta_2 ODA + \beta_3 YAT + u_1$

➤ Model 2: $KKS = \beta_0 + \beta_1 TES + \beta_2 ODA + \beta_3 YAT + u_2$

➤ Model 3: $TG = \beta_0 + \beta_1 TES + \beta_2 ODA + \beta_3 YAT + u_3$

Bu üç model, turizm sektörünü farklı bir bakış açısından değerlendirmeye olanak tanımaktadır. Model 1’de bağımlı değişken olarak “Geceleme Sayısı” ele alınmıştır. Model 2’de bağımlı değişken “Konaklayan Kişi Sayısı” değişkenidir. Model 3’te ise bağımlı değişken “Turizm Gelirleri” değişkenidir. Her üç modelde de bağımsız değişkenler ortak olup, bunlar sırasıyla “Tesis Sayısı”, “Oda Sayısı” ve “Yatak Sayısı” olarak belirlenmiştir. Buna göre, bu değişkenlerin turizm sektörünün üzerindeki etkileri sayma verisi modelleri aracılığıyla değerlendirilmiştir. Buraya kadar yapılan açıklamalar çerçevesinde ve yukarıda açıklanan değişkenler dikkate alınarak araştırma için önerilen temel hipotezler şunlardır:

Model 1 için hipotezler şu şekildedir:

➤ H_{1a}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis sayısının geceleme sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

➤ H_{1b}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli oda sayısının geceleme sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

➤ H_{1c}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli yatak sayısının geceleme sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Model 2 için hipotezler şu şekildedir:

➤ H_{2a}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis sayısının konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

➤ H_{2b}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli oda sayısının konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

➤ H_{2c}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli yatak sayısının konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Model 3 için hipotezler şu şekildedir:

➤ H_{3a}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis sayısının turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

➤ H_{3b}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli oda sayısının turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

➤ H_{3c}: Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli yatak sayısının turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

4.3. Sayma Verileri İçin Regresyon Modelleri

İlgilenilen bağımlı ya da yanıt değişkeninin 0,1,3, ... gibi kesikli değer aldığı ancak kategorik olmadığı durumlara sayma verisi denilmektedir. İngilizcesi, Count Data Regression olan sayma verileri regresyon modeli, klasik regresyon modelinden farklı olarak bağımlı değişkeni ayrıktır ve olasılık kütlelerini yalnızca negatif olmayan tam sayı değerlerine yerleştiren bir dağılıma sahiptir. Sayma veri modelleri, özel bir regresyon türünü oluşturmaktadır. Bu veri modellerindeki bağımlı değişkenler için sürekli ve doğrusal regresyon modelinin uygulanabileceği düşünülse de bu verilere doğrusal regresyon modelinin uygulanması durumunda sonuçlar tutarsız ve çelişkili tahminleri gösterebilmektedir. Kesikli ve kategorik olmayan olaylarla ilişkili bağımlı değişkene sahip ve sayma sonuçlarının özelliklerini kesin olarak ortaya koyan model, Poisson regresyon modeli olarak adlandırılmaktadır. Poisson regresyon modeli, sayma verilerini analiz etmek için sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Cameron ve Trivedi, 2005: 665; Deniz,2005: 60).

Bağımlı değişkenin sayıma dayalı verilerden oluşması halinde sayma verisi regresyon modelleri kullanılmaktadır. Sayma verileri, birim zamanda gerçekleşen bir olayın kaç defa gerçekleşmesi ile ilgisi olan ve kesikli yapıya sahip nicel türdeki verilerden oluşmaktadır (Özden ve Hayat, 2022:2). Buradaki olay sayısı, bir olayın meydana gelme sayısını ifade etmektedir. Buna göre, bireylerin bir sene içerisinde doktora gitme veya hastanede yatma gibi sağlık hizmetlerini kaç defa tükettiğine dair sayı ve havayolu kaza,

deprem, doğum, patent sayısı gibi veriler sayma verilerine örnek olarak verilebilmektedir. Zaman serileri ve panel verilerine dayalı sayım verisi regresyonu örnekleri de mevcuttur. Bir zaman serisi örneği, banka kârlılığı, şirket kârlılığı ve FED’den alınan banka borçları gibi bağımsız değişkenler kullanılarak belirli bir dönem aralığında yıllık olarak banka iflas sayısı analiz edilebilmektedir (Cameron ve Trivedi, 2001: 332). Buradaki örneklerden de anlaşılacağı üzere sayıma dayalı veriler, negatif olmayan tam sayı değerlerinden oluşmaktadır ve buna bağlı olarak da verinin en küçük değeri ise sıfırdır. Teoride sıfırdan başlayarak sonsuza kadar uzanan tamsayı değeri alabilen verilerden bahsedilmiş olsa da reel uygulamalarda bağımlı değişkeni oluşturan veriler belirli bir zaman aralığında olup ya da verilerin maksimum bir değeri bulunmaktadır (Özden ve Hayat,2022:2).

Olay sayılarının analizine yönelik olarak en yaygın yöntem olan Poisson regresyonu günümüzde artık pek çok alanda da kullanılmaktadır. Olay analizinin büyük bir kısmı dinamik süreçlerin incelenmesiyle ilişkili olduğu için, özellikle zaman serisi verilerinin kullanımında da yaygındır. Poisson regresyon modelinin en temel özelliği ise koşullu ortalamanın koşullu varyansa eşit olmasıdır. Ancak bazı durumlarda koşullu ortalama ve koşullu varyans eşit dağılıma sahip olmayabilir. Bazen koşullu varyans, koşullu ortalamayı aşabilir ya da koşullu ortalamanın altında kalabilmektedir. Aşırı yayılım (overdispersion) olarak adlandırılan bu durum söz konusu olduğunda Negatif Binom regresyon (NBR) modeli tercih edilmektedir.

Aşırı yayılımın olduğu durumlarda en yaygın olarak kullanılan NBR modeline ek olarak Genelleştirilmiş Poisson regresyon (GPR) modeli ve Genelleştirilmiş Negatif Binom regresyon (GNBR) modeli gibi farklı modellerde tercih edilebilmektedir. Bununla birlikte, bağımlı değişkenin veri setinde sıfır değişkeninin yoğun olması halinde sıfır değer yayılımından kaynaklı olarak Sıfır Değer Ağırlıklı Poisson (ZIP) ya da Sıfır Değer Ağırlıklı Negatif Binom (ZINB) modelleri tercih edilmektedir. Sayma verilerindeki fazla sıfırları modellemede kullanılan bir başka popüler yöntem, eşit yayılım için Poisson Hurdle ve aşırı yayılım için ise Negatif Binom Hurdle modelleridir (Barron, 1992: 180; Durmuş vd., 2022: 287).

4.3.1. Poisson Regresyon Modeli

Poisson regresyonu, Genelleştirilmiş Doğrusal Model (GLIM) olarak bilinen bir analizdir. GLIM, birçok farklı hata yapısı ve bağımlı değişkenle kullanım için En Küçük Kareler (OLS) regresyonunu genelleştirir. Sayma verileri için genellikle ilk olarak kullanılan analiz, Poisson regresyon yöntemidir. Poisson regresyonunda gözlenen bağımlı değişkenler sayımlardır ve tahmin edilen sonuçlar sayımların doğal logaritmasıdır. Poisson regresyon analizinde, bağımlı değişken y_i negatif olmayan rastgele değişken ve $i = (1, 2, \dots, n)$ şeklinde değerlerden oluşmaktadır. Poisson regresyon analizinde bağımlı değişken, y_i 'nin Poisson dağılımı gösterdiği varsayılmaktadır. Poisson dağılımının bu özelliği, onu yalnızca 0 veya daha büyük tam sayı değerleri alan sayım sonuçlarını modellemek için kullanılan bir seçim haline getirmektedir. Bu noktada, Poisson dağılımının bazı temel özelliklerini, gözden geçirmek faydalı olacaktır. Buna göre, standart log bağlantısına sahip en basit Poisson regresyon modeli aşağıdaki Eşitlik 1'de gösterildiği gibidir (Coxe et al., 2009: 122-123; Campbell, 2021: 667):

$$\Pr (Y= y) = \frac{\mu^y}{y!} e^{-\mu}, y= 0,1,2,3, \dots \quad (1)$$

Yukarıdaki model, μ parametresi ile Poisson dağılımı olarak dağılan, Y değişkeninin belirli bir değerini ve y gözlemlene olasılığını vermektedir. Y sayım değişkeni için μ , belirli bir zaman aralığında meydana gelen olayların aritmetik ortalamasıdır. Poisson dağılımı, dağılımın ortalaması μ göz önüne alındığında 0,1,2, ... olayların olasılığını vermektedir. Daha öncesinde de bahsedildiği üzere, Poisson regresyon modelinin en temel özelliği, koşullu ortalamanın koşullu varyansa eşit olmasıdır. Söz konusu bu özellik aşağıdaki Eşitlik 2'de yer almaktadır (Coxe et al., 2009: 123; Cameron ve Trivedi, 2013:3):

$$E (Y) = \text{VAR} (Y)= \mu \quad (2)$$

Poisson regresyon modeli, μ parametresi olmak üzere y_i kesikli rastgele değişkeni ile bağımsız değişken X arasındaki ilişkiyi gösteren Poisson dağılımından türetilen bir modeldir. x_i 'ye bağlı y_i için Poisson regresyon modeli ise aşağıdaki Eşitlik 3'te verilmektedir (Cameron ve Trivedi, 1998: 3):

$$f (y_i | x_i) = \frac{\mu_i^{y_i} e^{-\mu_i}}{y_i!}, y_i = 0,1,2,\dots \quad (3)$$

Poisson regresyon modeli, ortalama parametre μ ile ortak değişkenler (regresörler) x arasındaki ilişkiyi parametrelendirerek, Poisson dağılımından türetilir. Modelin koşullu ortalama parametresi üstel fonksiyon olarak aşağıdaki Eşitlik 4’te gösterildiği gibidir:

$$E(y_i | x_i) = \mu_i = \exp(x_i'\beta), \quad i=1, \dots, n \quad (4)$$

Yukarıdaki Eşitlik 4’te k adet doğrusal olarak bağımsız ortak değişken vardır. Eşitliğin sağ tarafı daima pozitif olduğu için bağımlı değişken y ’nin tahmin edilecek değerlerinin de pozitif olması söz konusudur. Bununla birlikte, sayma verisine sahip olan bağımlı değişkenin sıfır olma durumu da olabileceği için Eşitlik 4’e logaritmik dönüşüm uygulanarak aşağıdaki Eşitlik 5 elde edilmiştir (Cameron ve Trivedi,2003: 333):

$$\log(\mu) = X_i\beta + e \quad (5)$$

Poisson regresyonunun temeli, hataların dağılımını temsil etmek için kullanılan Poisson dağılımı ve Poisson regresyon modelinde y bağımlı değişkenin Poisson dağılıma sahip olduğu varsayılmaktadır. Bu durumda, Poisson ortalaması olan μ ’nün logaritmasının bağımsız değişkenlerin bir doğrusal fonksiyonu olduğu düşünülmektedir. Bu fonksiyon ise aşağıdaki Eşitlik 6’da gösterilmektedir (Alkan vd., 2022: 177):

$$\log(\mu) = b_0 + b_1 x_1 + \dots + b_m x_m \quad (6)$$

Poisson regresyon modeli, ardışık olayların bağımsız bir şekilde ve eşit dağılımda meydana gelmesiyle birlikte sayım verilerinin modellenmesi için uygun bir yöntemdir. Ancak uygulamada, verilerin özellikleri genellikle bu varsayımları ihlal etmektedir. Genellikle, sayım verilerinin koşullu varyansı koşullu ortalamasını aşar ve bu da aşırı dağılıma neden olmaktadır. Bununla birlikte, koşullu varyans koşullu ortalamanın altında da kalabilmektedir. Söz konusu bu durumlar gözlemlenemeyen heterojenlikten kaynaklanabilmektedir. Aşırı dağılımın ortaya çıkmasında gözlemlenen sıfırların varsayılan dağılımın öngördüğünden çok daha fazla olması durumunda ortaya çıkan aşırı sıfırların var olması neden olabilmektedir. Dahası, aşırı dağılım parametre tahminlerinin standart hatalarının azalmasına ve dolayısıyla t-istatistiklerinin artmasına da neden olacaktır. Bu nedenle, Poisson regresyonu geliştirildikten sonra her zaman bir aşırı dağılım testinin yapılması gerekmektedir (Peng, 2013:4).

Aşırı dağılımın söz konusu olması halinde geliştirilmiş doğrusal modeller geliştirilmiştir. Geliştirilmiş doğrusal modeller, istatistik sahnesine Nelder ve Wedderburn (1972) tarafından yazılan “Generalized Linear Models” isimli makalesi ile çıkmıştır. Nominal dağılım tarafından tahmin edilenden orantılı olarak daha büyük varyansa sahip yani aşırı dağılımın ortaya çıktığı modeller için geliştirilmiş doğrusal modeller, 1974 yılında Wedderburn tarafından yarı olabilirliğin geliştirilmesiyle büyük bir destek almıştır. Daha sonrasında ise geliştirilmiş doğrusal modeller, McCullagh ve Nelder (1989) tarafından geliştirilerek uygulanmıştır. Bununla birlikte, aşırı dağılım gösteren modeller için Efron (1986) ve Jorgensen (1987) tarafından dağılım parametresine sahip geliştirilmiş doğrusal modelin parametrik olmayan uzantıları geliştirilerek kullanılmıştır (Tjur, 2012: 222; McCulloch, 2000: 1322-1323). Geliştirilmiş doğrusal model ise normal olarak dağılım göstermeyen bağımlı değişken dağılımını ve genel itibarıyla ortalamanın doğrusal olmayan fonksiyonlarını kapsayacak şekilde standart doğrusal regresyon modellerini genişleten bir yöntemdir. Rastgele bileşen, doğrusal tahmin edici ve bağlantı fonksiyonu şeklinde üç tane bileşenden oluşan geliştirilmiş doğrusal model, sıradan doğrusal regresyonun daha genişletilmiş bir genellemesidir (Agresti, 2015: 2).

Poisson regresyon modelinin tahmini için En Çok Olabilirlik (MLE) yöntemi kullanılmaktadır. MLE, yeterlilik⁴⁶, tutarlılık⁴⁷, verimlilik⁴⁸ ve işlevsel değişmezlik gibi birçok optimal özelliğe sahiptir. $X_1, X_2, \dots, X_n$, θ parametresi ile $f(x, \theta)$ olasılık yoğunluk fonksiyonuna sahip rastgele bir örneklem olmak üzere bu değişkenlerin bileşik olasılık yoğunluk fonksiyonu aşağıdaki Eşitlik 7’de gösterilmektedir (Erdem, 2013: 272; Myung, 2003: 90):

$$F_{x_1, x_2, \dots, x_n}(x_1, x_2, \dots, x_n) = f_{x_1}(x_1) f_{x_2}(x_2) \dots f_{x_n}(x_n) = \prod_{i=1}^n f_{x_i}(x_i; \theta) \quad (7)$$

$L(\theta)$ olabilirlik fonksiyonunu maksimum yapan θ maksimum olabilirlik tahmin edicisi bulunurken, logaritmik fonksiyonu kullanılmaktadır. Sonuç olarak, $\ln L(\theta)$ elde

⁴⁶ MLE, tahminleyicisinde bulunan ilgili parametre hakkında tam bilgiyi ifade etmektedir.

⁴⁷ Asimptotik olarak, yani yeterince büyük örneklem verileri için kurtarılan verileri oluşturan gerçek parametre değerini ifade etmektedir.

⁴⁸ Asimptotik olarak elde edilen parametre tahminlerinin mümkün olan en düşük varyansın elde edilmesini açıklamaktadır (Myung, 2003: 90).

edilmektedir. θ 'nın θ en çok olabilirlik tahminini elde etmek için ise aşağıdaki Eşitlik 8'de yer alan denklem θ için çözülmektedir (Hardin ve Hilbe, 2007: 21; Erdem, 2013: 272-273):

$$\frac{d}{d\theta} \ln L(\theta) = 0 \quad (8)$$

Poisson MLE, $\hat{\beta}_p$ olarak gösterilir ve en çok olabilirlik için birinci dereceden koşula karşılık gelen K doğrusal olmayan denklemin çözümüdür. En çok olabilirlik yöntemine dayanarak aynı zamanda daha önceki Eşitlik 1 ve Eşitlik 4 ve gözlemlerin bağımsız olduğu varsayımı göze alındığında Poisson Regresyonuna ait log olabilirlik fonksiyonu aşağıdaki Eşitlik 9 gibi elde edilmektedir (Cameron ve Trivedi, 2005: 668):

$$\ln L(\beta) = \sum_{i=1}^N [y_i x'_i \beta - \exp(x'_i \beta) - \ln y_i!] \quad (9)$$

Poisson regresyon modelinin β parametresinin en çok olabilirlik tahmini için Eşitlik 9'daki log olabilirlik fonksiyonunun β katsayılarına göre türevi alındığında aşağıdaki Eşitlik 10 elde edilmektedir (Güneri ve Durmuş, 2019: 364; Cameron ve Trivedi, 2003: 333):

$$\frac{d}{d\theta} \ln L(\theta) = \sum_{i=1}^N (y_i - \exp(x'_i \beta)) x_i = 0 \quad (10)$$

Eşitlik 10'daki model, doğrusal bir model değildir. Doğrusal olmayan $f(x) = (f_1, \dots, f_n)' = 0$ denklem kümesinin çözümünü bulmak bir problem haline gelmektedir. Bu sebeple, Poisson regresyonunda β tahminlerini en çok olabilirlik yöntemi ile bulabilmek için bu denklemlerin iteratif yöntemlerden olan Gauss-Newton veya Newton-Raphson yöntemleri kullanılmaktadır. Gauss-Newton yöntemi ilk olarak Gauss tarafından doğrusal olmayan bir en küçük kare problemini çözmek için önerilmiştir. Adını Isaac Newton ve Joseph Raphson'dan alan Newton-Raphson yöntemi, gerçek değerli bir fonksiyonun çıkarımına (veya sıfırlarına) sıralı olarak daha üstün yaklaşımları yargılamak için kullanılan bir tekniktir. Buna göre, Eşitlik 10'daki eşitliğin β 'ya göre ikinci türevi alındığında aşağıdaki Eşitlik 11 ortaya çıkmaktadır (Akram ve Ann, 2015: 1748; Cameron ve Trivedi, 1998: 62; Wang, 2012: 415):

$$\frac{d^2 \ln L(\beta)}{d\beta d\beta'} = - \sum_{i=1}^N \exp(x'_i \beta) x_i x'_i \quad (11)$$

Tıp, biyoloji, demografi ve ekonometri gibi pek çok alanda kullanılan Poisson regresyonu, varsayımları itibarıyla uygulamada genellikle veri kümesinin aşırı dağılım göstermesi nedeniyle yerini kendisinden daha esnek ve aşırı dağılımlı sayım verilerini incelemek için daha uygun olan NB regresyon modeline bırakmaktadır. Tek parametrelili bir dağılım olan Poisson dağılımı yerine NB regresyon modelinde, aşırı dağılımın oluşturduğu etki sebebiyle modele yeni bir parametre eklenerek analiz yapılmaktadır. Zira koşullu varyans ve koşullu ortalamanın eşit dağılım göstermediği durum göz ardı edildiğinde yanlış parametre tahminleri ve tutarsız sonuçlar meydana gelecektir (Kılıç ve Bayrak, 2020: 89).

4.3.2. Negatif Binom Regresyon Modeli

NBR, Poisson regresyonuna benzer olmakla birlikte Poisson regresyonundan farklı olarak aşırı dağılıma izin vermektedir. NB dağılımının popüleritesi büyük ölçüde farklı derecelerde aşırı dağılımlı sayım verilerini modelleme kabiliyetinden kaynaklanmaktadır (Lloyd-Smith, 2007: 1). Aslında Poisson regresyonu, NBR'nin özel bir durumudur ve her ikisi de aşırı dağılımın olmadığı durumlarda aynı sonuçları vermektedir. Ancak NBR aşırı dağılımın varlığında daha uygundur ve bu nedenle sayım verilerini analiz ederken varsayılan yöntem olarak Poisson regresyonu yerine genellikle NBR kullanılmaktadır. Dahası, gerçek dünya sayım verilerinde gözlemlenen 0 sayısı genellikle Poisson dağılımına dayalı olarak beklenen sayıdan belirgin bir şekilde sapmaktadır. Yine bu durumda da NBR modelinin kullanımı söz konusu verilerin analizinde daha elverişlidir (Schober ve Vetter, 2021:1379). Negatif Binom (NB) modeli, çoğu regresyon modelinde olduğu gibi, altta yatan bir olasılık dağılım fonksiyonuna (PDF) dayanmaktadır. Örneğin, Poisson modeli, Poisson PDF'den, lojistik regresyon modeli ise Gauss veya normal PDF'den türetilmiştir. Ancak günümüzde NB2 olarak sembolize edilen geleneksel negatif binom, Poisson-Gamma karışım dağılımından ortaya çıkmıştır (Hilbe, 2011: 1).

NB modeline atıfta bulunduğumuzda aksi belirtilmediği müddetçe atıfta bulunulan NB2 modelidir. Bu modelin güzel özelliği, Poisson heterojenliğinin modellenmesine izin vermesidir (Hilbe, 2011: 2). NBR modelinde bağımlı değişken, negatif binom dağılımına sahiptir. Buradan hareketle, NB dağılımı iki parametrelili bir dağılımdır. Buna göre, NB dağılımı, daha öncesinde bahsedildiği üzere Poisson ve Gamma karışımı bir dağılımdan

oluşmaktadır. Dağılım, herhangi bir pozitif y_i için tanımlanmıştır. NB dağılım fonksiyonu, aşağıdaki Eşitlik 12’de gösterilmektedir:

$$f(y; \beta) = \binom{y+p-1}{p-1} \beta^p (1-\beta)^y \quad (12)$$

Aşırı dağılımın ortaya çıktığı durumlarda tutarlı sonuçlar için bağımlı değişkene ait dağılımın $y_i \sim \text{Poisson}(\mu)$ olduğunu varsayalım ve μ Gamma dağılımına sahip herhangi bir değişken olsun. Buna göre, $y/\mu \sim \text{Poisson}(\mu)$, $\mu \sim \text{Gamma}(\alpha, \beta)$ şeklinde gösterilmektedir. Buna ek olarak, Gamma (α, β) ortalaması $\alpha\beta$, Gamma (α, β) varyansı ise $\alpha\beta^2$ sahip olmaktadır. NBR modelinin olasılık yoğunluk fonksiyonu ise aşağıdaki Eşitlik 13’te yer almaktadır (Güney ve Abar, 2020: 168; Månsson, 2012:179):

$$f(y_i | \mu_i, \delta) = \frac{\Gamma(\alpha^{-1} + y_i)}{\Gamma(\alpha^{-1}) \Gamma(1 + y_i)} \left(\frac{\alpha^{-1}}{\alpha^{-1} + \mu_i} \right)^{\alpha^{-1}} \left(\frac{\alpha^{-1}}{\alpha^{-1} + \mu_i} \right)^{y_i}, i=1,2,\dots,n \quad (13)$$

Eşitlik 13’teki Γ , gamma fonksiyonu olup α da dağılım parametresini göstermektedir. Bu en yaygın uygulanan NB2 modelidir ve β tahmini genellikle log olasılığının maksimize edilmesiyle bulunmaktadır. Yukarıdaki Gamma fonksiyonuna logaritmik dönüşüm uygulandığında ise aşağıdaki Eşitlik 14’teki gibi düzenlenmektedir

$$\ln \left[\frac{r(a^{-1} + y_i)}{r(a^{-1})} \right] = \sum_{i=1}^n (j + a^{-1}) \quad (14)$$

NB dağılımının en yaygın kullanımı μ ortalamalı $\mu + \alpha\mu^2$ varyanslı NB2 modelidir. $\mu_i = e^{x_i'\beta}$ üstel ortalama için log olabilirlik fonksiyonu, aşağıdaki Eşitlik 15’teki gibi gösterilmektedir. Buna göre, NB2 modelinde α ve β parametrelerin en çok olabilirlik tahmini log olabilirlik fonksiyonunun parametrelere göre türevi sıfıra eşitlenerek bulunmaktadır (Månsson, 2012: 179; Akogul ve Filiz, 2021: 681):

$$\ln L(\alpha, \beta) = \sum_{i=1}^n \{ (\sum_{j=0}^{y_i-1} \ln(j + a^{-1})) - \ln y_i! - (y_i + \alpha^{-1}) \ln(1 + a e^{x_i'\beta}) + y_i \ln \alpha + y_i x_i' \beta \} \quad (15)$$

NBR modeli için β , α parametreleri için en çok olabilirlik tahmincileri aşağıdaki Eşitlik 16 ve Eşitlik 17’de gösterilmektedir. Burada σ^2 ve β asimptotik olarak bağımsızdır.

$$\sum_{i=1}^n \left(\frac{y_i - \exp(x_i'\beta)}{1 + \sigma^2 \exp(x_i'\beta)} \right) x_i = 0 \quad (16)$$

$$\sum_{i=1}^n \left[\frac{1}{\sigma^4} (\log (1 + \sigma^2 \exp (x_i' \beta)) - \sum_{j=1}^{y_i} \frac{1}{\sigma^{-2} + j - 1}) - \frac{(y_i + \sigma^{-2}) \exp (x_i' \beta)}{1 + \exp (x_i' \beta)} + \frac{y_i}{\sigma^2} \right] \quad (17)$$

NBR modeline ait β parametresine ait varyans ise aşağıdaki Eşitlik 18'de gösterilmektedir (Winkelmann, 2008: 135):

$$\text{Var} (\beta) = \left(\sum_{i=1}^n \frac{\exp (x_i' \beta)}{1 + \sigma^2 \exp (x_i' \beta)} x_i x_i' \right)^{-1} \quad (18)$$

Yukarıda NB2 modeline ait Eşitlikler gösterilmiş olsa da uygulamada sayma verisi için kullanılan pek çok NBR modeli de bulunmaktadır. Bunlardan bazıları aşağıda yer almaktadır (Hilbe, 2011: 187):

- Basit Seçim Negatif Binom
- NB2
- NB1
- Sıfır Değerli Negatif Binom
- Negatif Binom- Hurdle
- Negatif Binom- C<Kanonik>
- Negatif Binom-P
- Negatif Binom-H<Heterojen>
- Endojen Tabakalı Negatif Binom
- Gizli Sınıf Negatif Binom
- Sansürlü Negatif Binom
- İki Değişkenli Negatif Binom
- Kantil Sayım
- Genelleştirilmiş Moment Methodu
- Rastgele Etkiler

NB2 modeli, NB modelinin standart formülasyonuna sahip olsa da Cameron ve Trivedi (1986), ortalaması μ_i ve varyans fonksiyonu $\mu_i + \alpha \mu_i^p$ olan daha genel bir NB model sınıfını ele almıştır. Genelleştirilmiş negatif binom dağılımında $p=1$ için NB1 modeli olarak ifade edilirken $p=2$ için NB2 olarak ifade edilmektedir. NB2 modelinin, NB1 modelinden farkı varyansıdır. Standart negatif binom regresyon modelinin, varyans fonksiyonunun $\mu + \alpha \mu^2$ ikinci dereceden olması nedeniyle NB2 modeli olarak da adlandırılmakta iken NB1

modelinin NB1 modelinin varyansı $\mu + \alpha\mu$ şeklindedir. NB1 modeli, doğrusal varyans fonksiyonu olarak da adlandırılmaktadır. NB1 modeli, klasik doğrusal regresyon modelinde kullanılan aynı varyans fonksiyonuna $((1+\alpha) \mu_i = \phi \mu_i)$ sahiptir. NB1 modeline ait log olabilirlik fonksiyonu ise Eşitlik 19’da gösterilmektedir:

$$\ln L(\alpha, \beta) = \sum_{i=1}^n \left\{ \left(\sum_{j=0}^{y_i-1} \ln(j + \alpha^{-1} \exp(x_i \beta)) \right) - \ln y_i! \right. \\ \left. - (y_i + \alpha^{-1} \exp(x_i \beta)) \ln(1 + \alpha) + y_i \ln \alpha \right\} \quad (19)$$

NB1 modeli için en çok olabilirlik tahmininin birinci dereceden koşulları çözümü aşağıdaki Eşitlik 20 ve Eşitlik 21’de verilmektedir:

$$\sum_{i=1}^n \left\{ \left(\sum_{j=0}^{y_i-1} \frac{\alpha^{-1} \mu_i}{(j + \alpha^{-1} \mu_i)} \right) x_i + \alpha^{-1} \mu_i x_i \right\} = 0 \quad (20)$$

$$\sum_{i=1}^n \frac{1}{\alpha^2} \left\{ - \left(\sum_{j=0}^{y_i-1} \frac{\mu_i}{(j + \alpha^{-1} \mu_i)} \right) - \alpha^{-2} \mu_i \ln(1 + \alpha) - \frac{\alpha}{1 + \alpha} + y_i \alpha \right\} = 0 \quad (21)$$

NB1 olasılık yoğunluk fonksiyonunun ilk iki momentine dayanan tahmin aynı zamanda NB1 tahmincisi olarak da adlandırılan Poisson tahmincisini vermektedir (Cameron ve Trivedi, 1998: 73-74; Hilbe, 2011: 3; Alkan vd., 2022: 180).

4.3.3. Genelleştirilmiş Poisson Regresyon Modelleri

Genelleştirilmiş Poisson Dağılımı (GPD), Poisson regresyonu varsayımlarının karşılanmadığı durumlarda alternatif bir seçenek olarak geliştirilmiştir. NBR modeli, bağımlı değişkinin aşırı dağılım gösterdiği durumlar için kullanılmaktadır. GPR ise bağımlı değişkenin hem aşırı hem de az dağılım (underdispersion) gösterdiği durumlarda uygulanmaktadır. Bir rastgele değişken, Y Genelleştirilmiş Poisson regresyonuna sahip olduğunda olasılık dağılımı aşağıdaki Eşitlik 22’de belirtilmektedir:

$$f(y_i, \mu_i, \alpha) = \left(\frac{\mu_i}{1 + \alpha \mu_i} \right) \frac{(1 + \alpha y_i)^{y_i-1}}{y_i!} \exp \left[\frac{-\mu_i (1 + \alpha y_i)}{y_i!} \right], y_i = 1, 2, \dots \quad (22)$$

GPR modelinin y_i bağımlı değişkeni için sırasıyla ortalaması ve varyansı aşağıdaki Eşitlik 23 ve Eşitlik 24’te olduğu gibidir:

$$E(y_i | x_i) = \mu_i \quad (23)$$

$$\text{VAR}(y_i | x_i) = (1+\alpha)^2 \quad (24)$$

GPR modeli, standart Poisson regresyon modelinin bir genellemesidir. $\alpha = 0$ olduğunda olasılık fonksiyonu Poisson regresyon modeline indirgenmektedir. Bu durumda ise daha öncesinde bahsedildiği üzere her bir gözlem için bağımlı değişkenin koşullu ortalaması $E(Y_i | x_i)$ ile koşullu varyansı $\text{VAR}(Y_i | x_i)$ arasında eşitlik gözlemlenmektedir. Varyansın ortalamaya eşit olmadığı durumlarda ise tahmin edilen standart hatalara dayalı çıkarımın geçersiz olmasına neden olmaktadır. Söz konusu, bu durumun önüne geçmek amacıyla üretilen GPR modelinde α , aşırı dağılım parametresi sıfırdan büyük olduğunda ($\alpha > 0$) aşırı dağılım durumu söz konusudur. Tam tersi bir şekilde α sıfırdan küçük olduğunda ise ($\alpha < 0$) az dağılım durumu ortaya çıkmaktadır (Consul ve Famoye, 1992: 90-91; Famoye et al., 2004: 290; Famoye, 2007: 1339).

GPR modelinin parametre tahmini için log-olabilirlik fonksiyonu aşağıdaki Eşitlik 25'te gösterildiği gibidir (Wang ve Famoye, 1997: 277):

$$\ln L(\alpha, \beta; y_i) = \sum_{i=1}^n \left\{ y_i \ln \left(\frac{\mu_i}{1+\alpha\mu_i} \right) + (y_i-1) \ln(1 + \alpha y_i) - \frac{\mu_i(1+\alpha y_i)}{1+\alpha\mu_i} - \ln(y_i!) \right\} \quad (25)$$

Sonuç olarak, Poisson modelde ortaya çıkan aşırı dağılım durumunu hesaba katmanın bir yolu, Poisson dağılımından daha fazla dağılım gösteren bir olasılık dağılımı türetmektir. Şayet Poisson parametresinin Gamma dağılması söz konusu olduğunda NB dağılımı elde edilmekte ve elde edilen bu dağılım ise Poisson'a göre aşırı dağılımlıdır. GPR modeli ise NBR'ye alternatif olarak Poisson dağılımının aşırı ve az dağılım gösterdiği durumlar için geliştirilen daha geniş kapsamlı bir yöntemdir. GPR modelinde de diğerlerinde olduğu gibi En Çok Olabilirlik Fonksiyonu regresyon modelleri için en çok kullanılan tekniktir. Söz konusu, En Çok Olabilirlik yönteminde ise genellikle iterasyon tekniklerinden birisi olan Newton-Raphson tekniği kullanılmaktadır (Koç vd., 2013: 2).

4.3.4. Genelleştirilmiş Negatif Binom Regresyon Modelleri

Aşırı yayılım durumunda kullanılan bir diğer model, GNBR modelidir. GNBR, Jain ve Consul tarafından tanımlanmış ve incelenmiş genelleştirilmiş negatif binom dağılımına dayalı bir modeldir (Famoye, 1995:580). NB dağılımı, varyans ortalamadan büyük olduğunda dikkate alınması gereken ilk dağılımdır. NBR, Poisson regresyonuna alternatif

olarak kullanılır çünkü bu iki yöntem aynı log link fonksiyonunu kullanarak modele uymaktadır (Lawless, 1987: 210). NB modeli genellikle aşırı dağılım sayımı sonuç değişkenlerini modellemek için kullanılmaktadır. Poisson parametresinin ki kareye orantılı olarak değiştiği varsayımı, NB dağılımına yol açmaktadır.

Genelleştirilmiş Waring dağılımı, NB dağılımının bir uzantısıdır. Bu dağılıma beta negatif binom dağılımı denir. Waring dağılımı ilk olarak Irwin (1968) tarafından kaza sayısı verilerini modellemek için önerilmiş ve kullanılmıştır. Bu modelin NB modeline göre bir avantajı, araştırmacıların gözlemlenmeyen heterojenliği, her bir bireyin özelliklerinin ve verilerin değişkenliğini etkileyebilecek yardımcı değişkenlerin iç faktörlerinden ayırt edebilmesidir. Bu modeller, aşırı dağılımın etkisini modele dâhil ederek parametre tahminleri elde etmektedir. Genelleştirilmiş Negatif Binom-Famoye (GNBR-F) modeli, literatürde farklı uygulamalara sahiptir. GNBR-F'nin çeşitli uygulamaları fizik, ekoloji, tıp vb. alanlarda gösterilmiştir (Rodríguez-Avi et al., 2009: 3).

GNBR-F, θ değerinin bilinmeyen bir skaler parametre olduğunu varsaymaktadır. Bu nedenle, dağılımın, ortalamanın ve varyansın olasılık kütle fonksiyonu, Eşitlik 26'da verilmiştir (Famoye, 1995: 582-583):

$$P(Y = y) = \frac{\theta}{\theta + \phi y} \binom{\theta + \phi y}{y} \mu^y (1 - \mu)^{\theta - y - \phi y}$$

$$0 < \mu < 1, \quad 1 \leq \phi < \mu^{-1}, \quad \theta > 0 \text{ ve } y_i \in (0, 1, 2, \dots) \quad (26)$$

$$E(Y) = \theta_i \mu (1 - \phi \mu)^{-1}$$

$$var(Y_i) = \theta_i \mu (1 - \phi \mu)^{-1} (1 - \phi \mu)^{-3}$$

NB modelinden temel farkı, θ parametresinin, Eşitlik 26'da bilinen bir parametre olmasıdır. $\sigma = \phi > 1$. ϕ değeri 1'e yaklaştıkça varyans negatif binom değerine yaklaşır. Bu nedenle, parametre GNBR-F modelinde izin verileden daha büyük varyansa sahip olacak şekilde genelleştirilir. GNBR modeli, genelleştirilmiş negatif binom dağılımının basitleştirilmesine dayanır. $\sigma = \phi$ ve $\mu = \pi / (1 + \phi \pi)$ ifadeleri, Eşitlik 26'da verilen σ ve μ ifadeleri yerine konulursa, parametre gözlem, özel bilinen sabitlerin bir vektörü haline gelir. θ parametresi bilindiğinde, $\phi > 1$ iken, σ parametresi genelleştirilmiş negatif binom

dağılımında negatif değildir. Bu nedenle, bu koşullar altında, olasılık kütle fonksiyonu, ortalama ve varyans Eşitlik 27, Eşitlik 28 ve Eşitlik 29'da verilmektedir (Jain ve Consul, 1971: 503):

$$P(Y = y) = \frac{n}{n + \sigma y} \binom{n + \sigma y}{y} \left(\frac{\pi}{1 + \sigma \pi} \right)^y \left(1 - \frac{\pi}{1 + \sigma \pi} \right)^{n - y - \sigma y} \quad (27)$$

$$E(Y) = n \frac{\pi}{1 + \sigma \pi} \left(1 - \frac{\pi}{1 + \sigma \pi} \right) \sigma^{-1} \quad (28)$$

$$var(Y) = n \frac{\pi}{1 + \sigma \pi} \left(1 - \frac{\pi}{1 + \sigma \pi} \right) \sigma (1 + \sigma \pi)^{-3} = n \pi (1 + \sigma \pi) (1 + \sigma \pi - \pi) \quad (29)$$

Burada $\sigma > 0$ ise, GNBR modelindeki binom dağılımını genelleştirmektedir.

4.3.5. Sıfır Değer Ağırlıklı Regresyon Modelleri

Sayma verisinin kullanıldığı değişkenlerin bulunduğu veri setlerinde bazen çok fazla sıfır değerlerini içeren sayım verileri olabilmektedir. Meydana gelen sıfır değerler elde edildiği durumlara göre yapısal sıfır ve örnekleme sıfır şeklinde iki grupta bir ayırıma sahiptir. Şayet değerlendirilen veri setinde elde edilme ihtimalinin olmadığı yani gözlem yapabilmenin imkanı olmadığı durumlarda hücrenin sıfır değerini alması durumu yapısal sıfır olarak adlandırılmaktadır. Bununla birlikte, elde edilmesi mümkün olsa da veri setinde gözlenmeyen ve bu sebeple sıfır değerini alan değerlere ise örnekleme sıfırı denilmektedir. Örneğin, araç sahibi olmayan bir kimsenin belirli bir süre içerisinde belirlenen bir akaryakıt istasyonundan aldığı akaryakıt litre miktarı yapısal sıfır iken araç sahibi olan bir kişinin ise belirli bir süre içinde belirlenen bir akaryakıt istasyonundan akaryakıt almaması durumu ise örnekleme sıfırına örnektir (Karaca ve Olmuş, 2018: 106).

Çok fazla sıfır içeren sayım verileri birçok uygulamada yaygındır. Aşırı dağılımın sık görülen bir belirtisi, sıfır sayımların Poisson dağılımı için beklenenden daha fazla olmasıdır. Bu durum uygulama alanında ilgi çeken durumlardan birisidir. Çünkü sıfır sayımlar genellikle özel bir statüye sahiptir. Son yıllarda, özellikle ekonometri literatüründe, aşırı sıfırlara izin veren sayım verilerine yönelik modellere büyük ilgi duyulmaktadır. Bu modeller, varyans-ortalama ilişkisini doğru bir şekilde modellemeye odaklanan aşırı dağılım için daha geleneksel modelleri tamamlamaktadır. Sıfır Değer Ağırlıklı regresyon

modellerinin uygulama alanı çok çeşitlidir. Örneğin; imalat hataları (Lambert, 1992)⁴⁹, patent başvuruları (Crepon ve Duguet, 1997)⁵⁰ ve tıbbi konsültasyonlar (Gurmu ve Trivedi, 1996)⁵¹ gibi çalışmalarda çeşitli disiplinlerden çok fazla sıfır içeren veri örnekleri yer almaktadır (Ridout et al., 1998: 1).

Beklenenden çok daha fazla sıfır içeren sayım verilerini ele almak için çeşitli modeller kullanılmaktadır. Poisson dağılımına sahip sayıma dayalı verilerin beklenenden daha fazla sıfır değerinin olması halinde ZIP regresyon modeli uygulanmaktadır. Fazla sıfırları içeren veri setlerinde de NBR modelinde bahsedilen aşırı dağılım durumu söz konusu olabilmektedir. Bu gibi durumlarda ise ZINB modeli daha iyi bir uyum için alternatif model olarak dikkate alınmaktadır (Yeşilova ve Kaki, 2008: 14). Bağımlı değişkenin veri setinde fazla sıfırlardan kaynaklı etkiyi modelleyebilmek için Sıfır Değer Ağırlıklı Genelleştirilmiş Poisson (Zero-Inflated Generalized Poisson Regression-ZIGP) regresyonu da son zamanlarda sıklıkla kullanılmaktadır. ZIGP uygulanarak ortalama, aşırı dağılım ve sıfır değer ağırlıklı düzeyler için ayrı ayrı regresyonlar yapılmaktadır. Bu sayede ortalama, aşırı dağılım ve sıfır değer ağırlıklı düzeyler birbirinden ayrı bir şekilde değerlendirilmektedir (Soygüder vd., 2017: 109-110).

4.3.5.1. Sıfır Değer Ağırlıklı Poisson Regresyon Modeli

ZIP, ilk defa Lambert tarafından geliştirilmiştir. Bu modele göre, bağımlı değişken iki farklı veri grubundan oluşmaktadır. Bu gruplar, sıfır değerlerini alabilecek olan Poisson dağılımı gibi düzenli bir sayım dağılımına sahip ve daima sıfır değerlerini içeren veri gruplarını kapsamaktadır. Bu regresyon modelinde, lojit fonksiyonu ile bağımlı değişkenler modellenmekte ve hangi veri grubuna dâhil olduğu belirlenmektedir (Min ve Agresti, 2005: 4).

Sıfır Değer Ağırlıklı Poisson Regresyon modeli için olasılık yoğunluk fonksiyonu $Y_i \sim 0 \rightarrow \omega_i$ ve $Y_i \sim \text{Poisson}(\mu_i)$ olasılığı ile Eşitlik 30 ve Eşitlik 31’de verilmektedir (Lambert, 1992:3):

⁴⁹ Ayrıca Bkz. Zero-inflated Poisson Regression, with an Application to Defects in Manufacturing.

⁵⁰ Ayrıca Bkz. Research and Development, Competition and Innovation – Pseudo-Maximum Likelihood and Simulated Maximum Likelihood Methods Applied to Count Data Models with Heterogeneity.

⁵¹ Ayrıca Bkz. Excess Zeros in Count Models for Recreational Trips.

$$f(Y_i = 0) = \omega_i + (1 - \omega_i) \exp(-\mu_i), \quad y_i = 0 \quad (30)$$

$$f(Y_i = y_i) = (1 - \omega_i) \exp(-\mu_i) \frac{\mu_i^{y_i}}{y_i!}, \quad y_i > 0 \quad (31)$$

Hardin ve Hilbe (2012),⁵² sayım sürecine girmeyen ve sayım sürecine giren ve sonucu sıfır olan veri grupları şeklinde sıfır sonuçların iki kökenini tanımlamaktadır. Bu nedenle modelin, biri sıfır sayım ($y=0$) ve diğeri sıfır olmayan sayımdan ($y>0$) oluşan farklı parçalara ayrılması gerekmektedir. Buna göre, $\omega_i = 0$ model, Poisson regresyon modeline indirgenirken $\omega_i > 0$ iken modelin aşırı dağılım gösterdiği anlaşılmaktadır. Buradaki ω_i , ikili sürecin sıfır sonuçla sonuçlanma olasılığı ve ZIB modeli için $0 \leq \omega_i < 1$ ve $\mu_i > 0$ varsayımı altında ortalama ve varyansı, aşağıdaki Eşitlik 32 ve Eşitlik 33'te gösterilmektedir (Harris et al., 2014: 4; İsmail ve Zamani, 2013: 9):

$$E(Y_i) = (1 - \omega_i) \mu_i \quad (32)$$

$$\text{VAR}(Y_i) = (1 - \omega_i) \mu_i (1 + \omega_i \mu_i) \quad (33)$$

Poisson ortalama vektörü $\mu = (\mu_1, \dots, \mu_n)$ aşağıdaki koşulları sağlayan bir Poisson regresyon modeli için $\log(\mu)$ kanonik bağlantısına sahiptir. Regresyonda $\omega = (\omega_1, \dots, \omega_n)$ parametre vektörü için kanonik logit bağlantısı dikkate alınmaktadır. ZIB modelinin tahmini için aşağıdaki Eşitlik 34'te yer alan fonksiyonlar kullanılmaktadır:

$$\log(\mu_i) = B_i \beta$$

$$\text{logit}(\omega_i) = \log\left(\frac{\omega_i}{1 - \omega_i}\right) = G_i \gamma \quad (34)$$

$$\omega_i = \frac{e^{G_i \gamma}}{1 + e^{G_i \gamma}}$$

$$(1 - \omega_i) = \frac{1}{1 + e^{G_i \gamma}}$$

Burada B ve G ortak değişken matrisleridir. Ortak değişken matrisi B, bağımlı değişkenin Poisson sonucundan sorumlu iken ortak değişken matrisi G ise bağımlı

⁵² Ayrıca Bkz. Generalized Linear Models and Extensions.

değişkende yer alan aşırı sıfırlardan sorumludur (Mamun,2014:5-6). ZIP modelinin log-olabilirlik fonksiyonu ise aşağıdaki Eşitlik 35'te verilmektedir (Lambert,1992:4):

$$\ln L(Y | \gamma, \beta) = \sum_{y_i=0} \log(e^{G_i \gamma} + e^{-e^{B_i \beta}}) + \sum_{y_i>0} (y_i B_i \beta - e^{B_i \beta}) - \sum_{i=1}^n \log(1 + e^{G_i \gamma}) - \sum_{y_i>0} \log(y_i!) \quad (35)$$

4.3.5.2. Sıfır Değer Ağırlıklı Negatif Binom Regresyon Modeli

ZINB modeli, bağımlı değişkenin veri setinde çok fazla sıfır olduğunda ve aynı zamanda verinin aşırı dağılım göstermesi halinde kullanılmaktadır. Bu regresyon modeli, Poisson regresyonunun açıklayamadığı aşırı dağılım durumu ve sıfır değer ağırlığını modelleyebilmek için geliştirilmiştir. Model, bağımlı değişkendeki heterojenliği açıklayabilmek adına uygun regresyon yöntemidir. ZINB, ZIP modelinde olduğu gibi sıfır değerini alan ve sıfır olmayan veri grupları ayrı ayrı olacak şekilde modellenmesi gerekmektedir. ZINB modelinin ZIP modelinden farkı ise sıfır olmayan veri grubu NBR ile modellenmektedir (Kılıç ve Bayrak, 2020: 90).

ZINB regresyon modelinin tıpkı NBR'de olduğu gibi kendi içinde farklı türleri bulunmaktadır. Örneğin, ZINB-1 regresyonu hem sıfır sürecine hem de NB1 dağılımına bağımlı değişkenlerin dâhil edilmesine izin vererek, sıfırda dejenere olan bir dağılımın, NB1 ile karışmasıyla elde edilmektedir. ZINB regresyonunun sırasıyla genelleştirilmiş ortalaması ve varyansı aşağıdaki gibidir. Buna göre, t sabit bir değerdir. t=1 durumu ZINB-1 ve t=2 durumu ise ZINB-2 modelini oluşturmaktadır (İsmail ve Zamani, 2013: 10).

$$E(Y_i) = (1 - \omega_i) \mu_i \quad (36)$$

$$VAR(Y_i) = (1 - \omega_i) \mu_i (1 + \alpha \mu_i^{t-1} + \omega_i \mu_i) \quad (37)$$

ZINB model, $\omega_i = 0$ olması durumunda NBR; limit $\alpha \rightarrow 0$ olması durumunda ise ZIP regresyona dönüşmektedir. $\alpha > 0$ ve $\omega_i > 0$ olması durumlarında ZINB modelinde aşırı dağılım söz konusu olmaktadır (Karaca ve Olmuş, 2018:109).

ZINB-1 modeline ait olasılık yoğunluk fonksiyonu aşağıdaki Eşitlik 38'de gösterilmektedir:

$$f(Y_i = 0) = \omega_i + (1 - \omega_i) (1 + \alpha)^{-\mu_i \alpha^{-1}}, y_i = 0$$

$$f(Y_i = y_i) = (1 - \omega_i) \frac{\Gamma(y_i + \mu_i \alpha^{-1})}{y_i! \Gamma(\mu_i \alpha^{-1})} (1 + \alpha)^{-\mu_i \alpha^{-1}} (1 + \alpha^{-1})^{-y_i}, y_i > 0 \quad (38)$$

Burada $0 \leq \omega_i < 1$ ve $\mu_i > 0$ olmak üzere ZINB-1 modelinin ortalama ve varyansı Eşitlik 39 ve Eşitlik 40'ta ayrıca ZINB-1 modeline ait log-olabilirlik fonksiyonu ise Eşitlik 41'de verilmektedir (Zulkifli et al., 2011: 516):

$$E(Y_i) = (1 - \omega_i) \mu_i \quad (39)$$

$$VAR(Y_i) = (1 - \omega_i) \mu_i (1 + \alpha + \omega_i \mu_i) \quad (40)$$

$$\ln L(Y, \omega, \alpha) = \sum_{y_i=0} \log(\omega_i + (1 - \omega_i)(1 + \alpha)^{-\mu_i \alpha^{-1}}) + \sum_{y_i>0} (\log(1 - \omega_i) + \log(\Gamma(y_i + \mu_i \alpha^{-1})) - \log(\Gamma(\mu_i \alpha^{-1})) - \mu_i \alpha^{-1} \log(1 + \alpha) - y_i \log(1 + \alpha)) \quad (41)$$

Yukarıdaki Eşitlik 41'de yer alan log-olabilirlik fonksiyonunun doğrudan maksimize edilmesinin dezavantajı iyi bir başlangıç değerleri kullanılmadığı takdirde yakınsamayabilmesidir. Log olasılığının maksimize edilmesi, yöntemin yakınsamasını sağlamak için EM algoritması gibi kararlı bir sayısal prosedürle gerçekleştirilmektedir. Bu yüzden En Çok Olabilirlik fonksiyonu ve parametrelerin tahmini için iterasyonlar monoton olarak yakınsadığından ve ikinci türevler gerekli olmadığından uygulaması kolay olan EM algoritması kullanılmaktadır (Garay et al., 2011: 1306; Yau et al., 2003: 443).

ZINB-2 modeline ait olasılık yoğunluk fonksiyonu aşağıdaki Eşitlik 42'de ZINB-2 modelinin log-olabilirlik fonksiyonu ise Eşitlik 43'te gösterilmektedir (Peng et al., 2014: 2299; Zulkifli et al., 2012: 6):

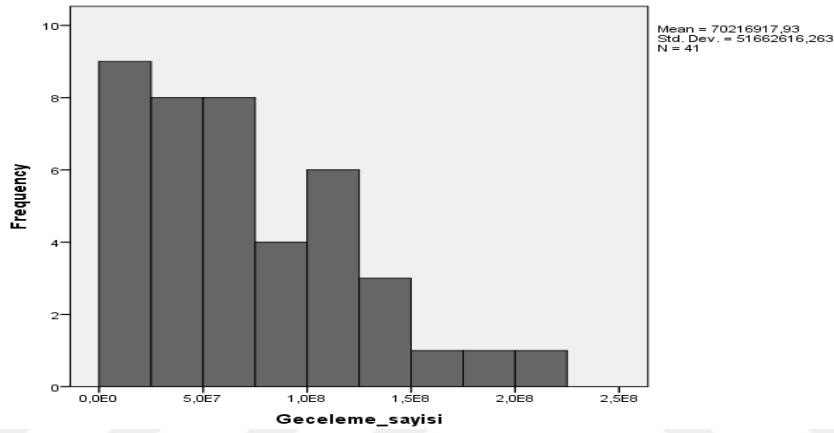
$$f(Y_i = 0) = \omega_i + (1 - \omega_i) \left(\frac{\alpha^{-1}}{\alpha^{-1} + \mu_i} \right)^{\alpha^{-1}}, y_i = 0$$

$$f(Y_i = y_i) = (1 - \omega_i) \frac{\Gamma(y_i + \alpha^{-1})}{\Gamma(y_i + 1) \Gamma(\alpha^{-1})} \left(\frac{\alpha^{-1}}{\alpha^{-1} + \mu_i} \right)^{\alpha^{-1}} \left(\frac{\mu_i}{\mu_i + \alpha^{-1}} \right)^{y_i}, y_i > 0 \quad (42)$$

$$\ln L(Y | \omega, \alpha) = \sum_{y_i=0} \log(\omega_i + (1 - \omega_i) (1 + \alpha \mu_i)^{-\alpha^{-1}}) + \sum_{y_i>0} (\log(1 - \omega_i) + \log(\Gamma(y_i + \alpha^{-1})) - \log(\Gamma(\alpha^{-1})) - \alpha^{-1} \log(1 + \alpha \mu_i) - y_i \log(1 + \alpha^{-1} \mu_i^{-1})) \quad (43)$$

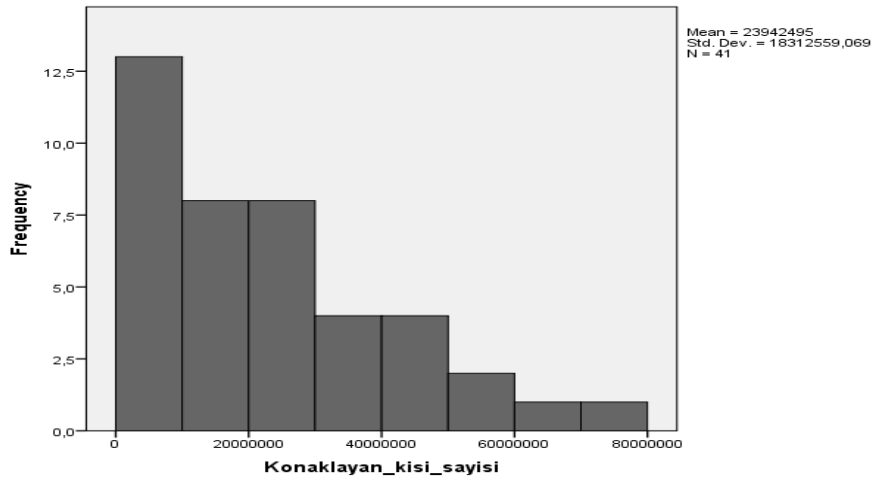
4.4. Uygulama Sonuçlarının Değerlendirilmesi

Uygulama sonuçlarının değerlendirilmesi bölümünde, analiz sonucunda elde edilen bulgular özetlenmiştir. Bulgular ışığında, analiz öncesinde belirlenen hipotezlerle sonuçların uyumu değerlendirilmiştir. Buna göre, Türkiye’ye ait 1983–2023 dönemini kapsayan turizm verileri üzerinden geliştirilen üç farklı araştırma modeline ilişkin sayma veri regresyonu analizlerinin sonuçları ortaya konulmuştur. Öncelikle, çalışmada bağımlı değişken olarak belirlenen değişkenler için verilerin hangi aralıklarda yoğunlaştığını göstermek amacıyla histogram grafikleri oluşturulmuş ve bu grafikler aşağıdaki şekillerde sunulmuştur.



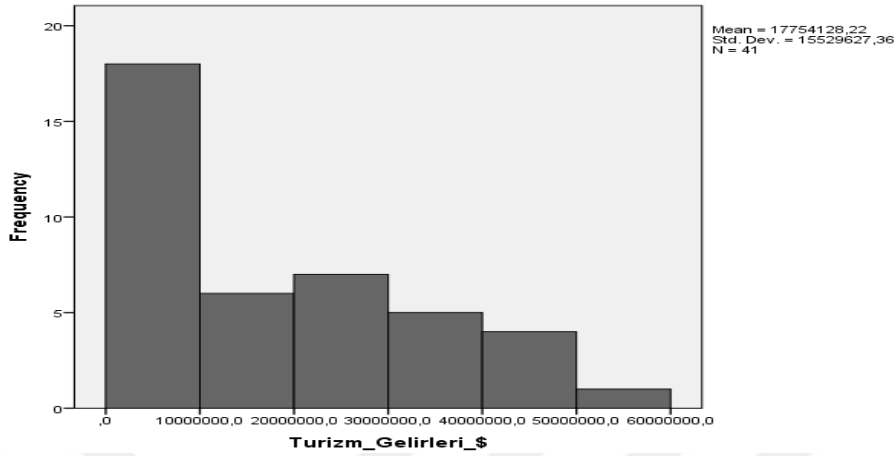
Grafik 0.1. Geceleme Sayısı Değişkenine İlişkin Histogram Grafiği

Grafik 4.1’de verilen grafik incelendiğinde geceleme sayısı değişkeninin sağa çarpık bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir.



Grafik 0.2. Konaklayan Kişi Sayısına İlişkin Histogram Grafiği

Grafik 4.2’de verilen grafik incelendiğinde konaklayan kişi sayısı değişkeni sağa çarpık bir dağılımda yoğunlaşmaktadır.



Grafik 0.3. Turizm Gelirlerine İlişkin Histogram Grafiği

Grafik 4.3 incelendiğinde, turizm gelirleri değişkeninin sağa çarpık bir dağılıma sahip olduğu görülmektedir. Buna göre, her üç grafikte de sağa çarpıklık gözlenmektedir. Sağa çarpıklık, verideki aşırı saçılmayı ifade etmektedir. Bu durumda, klasik doğrusal regresyon modelinin kullanılması hatalı tahminlere yol açabilir; çünkü klasik doğrusal regresyon modeli normal dağılım varsayımına dayanmaktadır. Ayrıca söz konusu grafikler, bağımlı değişkenlerin sayma veri regresyon modelleri için uygun olduğunu gösteren ön bilgiyi de sunmaktadır.

4.4.1. Geceleme Sayısı Modeline İlişkin Tahmin Sonuçları

İlk modelde bağımlı değişken “Geceleme Sayısı”, bağımsız değişkenler ise “Tesis Sayısı”, “Oda Sayısı” ve “Yatak Sayısı” olarak belirlenmiştir. Uygun regresyon modelinin belirlenmesi için Poisson regresyon, NBR, GPR ve GNBR modelleri tahmin edilmiş ve bu modellere ilişkin AIC değeri ve model anlamlılığına ilişkin bulgular aşağıdaki, Tablo 4.3’te gösterilmiştir.

Tablo 0.2. Model 1 İçin Sayma Veri Regresyon Modellerine İlişkin AIC Değerleri

Modeller	AIC	Model Anlamlılığı
Poisson (PR)	8.259e+08	7.13e+08 (0.000)
Negatif Binom (NBR)	1539.845	28.68 (0.000)
Genelleştirilmiş Poisson (GPR)	1523.508	58.43 (0.000)
Genelleştirilmiş Negatif Binom (GNBR)	1539.845	28.68 (0.000)

Tablo 4.2 incelendiğinde en düşük AIC değeri, GPR modelinde elde edildiğinden Model 1 için uygun sayma veri regresyon modeli, GPR modeli olarak belirlenmiştir. Bağımlı değişkenin geceleme sayısı olduğu ilk model için GPR modeli sonuçları ise aşağıdaki Tablo 4.3'te verilmiştir.

Tablo 0.3. Model 1 için GPR Modeli Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	IRR	Standart Hata	z	p
TES	-0,0006933	0,9993069	0,0006022	-1,15	0,250
ODA	-0,0003961	0,999604	0,0000888	-4,46	0,000*
YAT	0,0001975	1,000197	0,0000406	4,86	0,000*
Sabit terim	16,076675	9594932	0,166219	96,72	0,000*
Log olabilirlik=-756,754 Wald $\chi^2=58,43$ (0,0000) * %5 hata payıyla istatistiksel olarak anlamlıdır.					

Tablo 4.3'te, Vaka Hız Oranları (IRR) olasılık değerlerine göre ODA ve YAT değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$), TES değişkeninin ise anlamlı olmadığı ($p > 0,05$) belirlenmiştir. Tabloya göre, oda sayısındaki 1 birimlik artış geceleme sayısını yaklaşık olarak 1 kat azaltmaktadır. Bu durum, oda sayısındaki artışın geceleme sayısı üzerinde negatif bir etkisi olduğunu göstermektedir. Oda sayısı arttıkça geceleme sayısı azalmaktadır; yani oda sayısındaki artış turizm talebini aynı hızda ve yönde artırmamaktadır. Bu da oda kapasitesi artsa bile turistlerin ortalama kalış süresinin uzamadığını ve kısa süreli tatil yapma eğilimlerinin değişmediğini göstermektedir.

Buna karşılık, yatak sayısındaki 1 birimlik artış geceleme sayısını yaklaşık olarak 1 kat artırmaktadır. Yatak sayısının artması, geceleme sayısındaki yükselişi doğrudan desteklemekte ve mevcut tesislerin konaklama altyapısını genişletmektedir. Yatırım teşvik belgeli yatak kapasitesinin artması sonucunda geceleme sayısındaki artış, söz konusu teşviğin turizm talebini karşılamada etkili olduğunu ve ülkeye gelen turistlerin daha uzun süre ve daha fazla konaklama yaptığını göstermektedir.

4.4.2. Konaklayan Kişi Sayısına İlişkin Tahmin Sonuçları

İkinci modelde bağımlı değişken “Konaklayan Kişi Sayısı”, bağımsız değişkenler ise “Tesis Sayısı”, “Oda Sayısı” ve “Yatak Sayısı” olarak belirlenmiştir. Elimizdeki veri setine ve araştırma amacına uyan regresyon yöntemini seçmek adına en uygun regresyon modelinin belirlenmesi için Poisson regresyon, NBR, GPR ve GNBR modelleri tahmin edilmiş ve bu modellere ilişkin AIC değeri ve model anlamlılığına ilişkin bulgular aşağıda yer alan Tablo 4.4’te verilmiştir.

Tablo 0.4. Model 2 İçin Sayma Veri Regresyon Modellerine İlişkin AIC Değerleri

Modeller	AIC	Model Anlamlılığı
Poisson (PR)	3.064e+08	2.26e+08 (0.000)
Negatif Binom (NBR)	1451.477	27.74 (0.000)
Genelleştirilmiş Poisson (GPR)	1435.103	99.56 (0.000)
Genelleştirilmiş Negatif Binom (GNBR)	1451.477	27.74(0.000)

Tablo 4.4’te görüldüğü üzere en düşük AIC değeri GPR modelinde elde edilmiştir. Bu nedenle, Model 2 için en uygun sayma veri regresyon modeli GPR modeli olarak belirlenmiştir. Buna göre, bağımlı değişkenin konaklayan kişi sayısı olduğu bu model için GPR modeli sonuçları aşağıdaki Tablo 4.5’te gösterilmiştir.

Tablo 0.5. Model 2 İçin GPR Modeli Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	IRR	Standart Hata	z	p
TES	-0,0009734	0,9990271	0,0005598	-1,74	0,082**
ODA	-0,0003306	0,9996695	0,0000665	-4,97	0,000*
YAT	0,0001663	1,000166	0,0000296	5,62	0,000*
Sabit terim	15,40136	4883437	0,185203	83,16	0,000*
Log olabilirlik=-712,552 Wald $\chi^2=99,56$ (0,0000) * %5 hata payıyla istatistiksel olarak anlamlıdır. ** %10 hata payıyla istatistiksel olarak anlamlıdır.					

Tablo 4.5’e göre, IRR olasılık değerleri incelendiğinde ODA ve YAT değişkenleri %95 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$), TES değişkeni ise anlamlı bulunmamıştır ($p > 0,05$). Buna göre, oda sayısındaki 1 birimlik artış konaklayan kişi sayısını yaklaşık olarak 1 kat azaltmaktadır. Oda sayısındaki artış, arzın yükseldiğini ancak konaklayan kişi sayısının artmadığını göstermekte; bu durum talebin sabit kaldığını veya sınırlı olduğunu ifade etmektedir. Ortaya çıkan bu sonuç, oda kapasitesindeki artışın

tesislerdeki doluluk oranlarına aynı doğrultuda yansımadağını göstermektedir. Daha fazla oda sayısına sahip tesislerde konaklama yoğunluğunun azaldığı da bu şekilde yorumlanabilir. Ayrıca bu durum, oda kapasite kullanım oranının düşmesine ve yatırımların geri dönüş süresinin uzamasına yol açmaktadır.

Buna karşılık, yatak sayısındaki 1 birimlik artış konaklayan kişi sayısını yaklaşık olarak 1 kat artırmaktadır. Yatak sayısının artması daha fazla kişinin konaklamasına imkan tanıdığı için konaklayan kişi sayısını yükseltmektedir. Bu durum, yatak kapasitesindeki artışın doğrudan konaklama sayılarına olumlu katkı sağladığını göstermektedir. Yatak kapasitesinin artışı ile konaklayan kişi sayısındaki yükseliş, yatırımların doğru yerde ve doğru segmentte yapıldığını, ayrıca yatırım-talep eşleşmesinin uygun olduğunu ortaya koymaktadır. Bu durum, tesis doluluk oranlarının düşmeden devam ettiğini ve yatırım teşvik belgeli yatak sayısına yönelik yatırımların sürdürülebilir olduğunu göstermektedir.

4.4.3. Turizm Gelirlerine İlişkin Tahmin Sonuçları

Üçüncü modelde bağımlı değişken “Turizm Gelirleri”, bağımsız değişkenler ise “Tesis Sayısı”, “Oda sayısı” ve “Yatak sayısı” olarak belirlenmiştir. Uygun regresyon modelinin belirlenmesi için Poisson regresyon, NBR, GPR ve GNBR modelleri tahmin edilmiş ve bu modellere ilişkin AIC değeri ve model anlamlılığına ilişkin bulgular aşağıdaki Tablo 4.6’da verilmiştir.

Tablo 0.6. Model 3 İçin Sayma Veri Regresyon Modellerine İlişkin AIC Değerleri

Modeller	AIC	Model Anlamlılığı
Poisson (PR)	2.558e+08	3.09e+08 (0.000)
Negatif Binom (NBR)	1426.758	34.00 (0.000)
Genelleştirilmiş Poisson (GPR)	1415.79	188.74 (0.000)
Genelleştirilmiş Negatif Binom (GNBR)	1426.758	34.00 (0.000)

Tablo 4.6’da görüldüğü üzere en düşük AIC değeri GPR modelinde elde edildiğinden dolayı bu model için uygun sayma verisi regresyon modeli GPR modeli olarak belirlenmiştir. Bağımlı değişken, turizm gelirlerinin olduğu bu model için GPR modeli sonuçları aşağıdaki Tablo 4.7’de görülmektedir.

Tablo 0.7. Model 3 İçin GPR Modeli Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	IRR	Standart Hata	z	p
TES	-0,0012004	0,9988004	0,0007305	-1,64	0,100
ODA	-0,00059	0,9994102	0,0000871	-6,77	0,000*
YAT	0,000296	1,000296	0,000039	7,58	0,000*
Sabit terim	13,63643	836037,7	0,1569384	86,89	0,000*
Log olabilirlik=-702,89511 Wald $\chi^2=188,74$ (0,0000) * %5 hata payıyla istatistiksel olarak anlamlıdır.					

Tablo 4.7’de IRR olasılık değerlerine göre ODA ve YAT değişkenlerinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$), TES değişkeninin ise istatistiksel olarak anlamlı olmadığı ($p > 0,05$) belirlenmiştir. Oda sayısındaki 1 birimlik artış turizm gelirlerini yaklaşık olarak 1 kat daha azaltmaktadır. Bu durum, oda sayısının artışı ile turizm gelirleri arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğunu göstermektedir. Bu sonucun, birkaç nedeni olabilir. Oda sayısındaki artışa rağmen geceleme sayısı ve konaklayan kişi sayısının aynı doğrultuda artış göstermemesi ve boş odaların sayıca yükselmesi nedeniyle turizm gelirleri azalmaktadır. Oda arzının artması, fiyatların düşmesine yol açarak toplam turizm gelirini düşürmektedir. Buna göre, ortalama geceleme ücreti düştüğünde gelir artışı sağlanmaz. Oda artışları, mevsimsel olarak sadece kısa dönemde kullanılıyorsa ya da turizm yoğunluğunun az olduğu bölgelerdeyse gelir artışı sınırlı kalmaktadır. Ayrıca katma değeri yüksek olmayan turizm türlerine yönelik olarak oda artışı mevcut ise yine bu durumda da turizm geliri artışı sağlanmayacaktır.

Yatak sayısındaki 1 birimlik artış turizm gelirlerini yaklaşık olarak 1 kat arttırmaktadır. Buna göre, yatak kapasitesinin artması, daha fazla kişinin konaklamasını sağladığı için bu durum, turizm gelirlerini arttırmaktadır. Dolayısıyla yatak kapasitesindeki artışın doğrudan turizm gelirinin artışına katkıda bulunduğu ifade edilebilir. Zaten turizm gelirleri değişkeni, turist sayısı* ortalama harcama şeklinde hesaplandığı için yatak kapasitesindeki artış sonucunda geceleme ve konaklayan kişi sayısının artış göstermesi doğrudan turizm gelirlerinin artışına etki etmektedir. Sonuç itibarıyla, yatak kapasitesi artışı ile turizm talebi uyumludur ve bu yönde yapılan yatırımlar verimli kullanılmıştır. Tüm bunların turizm gelirlerine de pozitif yansıması yatırım teşvik belgeli yatak kapasitesine yönelik teşviklerin turizm sektörünün büyüme trendine katkıda bulunduğunu ortaya koymaktadır.

4.5. Araştırma Hipotezlerinin Durumu

GPR tahmini sonucunda araştırma hipotezlerine ilişkin kabul/ret durumları aşağıdaki Tablo 4.8’de görülmektedir.

Tablo 0.8. Araştırma Hipotezlerinin Kabul/Ret Durumları

Modeller	Hipotezler	Kabul/Ret Durumu
Model 1	H _{1a} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis sayısının geceleme sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	p >0,05
	H _{1b} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli oda sayısının geceleme sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
	H _{1c} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli yatak sayısının geceleme sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
Model 2	H _{2a} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis sayısının konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	p >0,05
	H _{2b} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli oda sayısının konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
	H _{2c} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli yatak sayısının konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
Model 3	H _{3a} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis sayısının turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	p >0,05
	H _{3b} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli oda sayısının turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul
	H _{3c} : Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli yatak sayısının turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.	Kabul

Tablo 4.8 incelendiğinde, Model 1 için H_{1a} hipotezine ait hesaplanan olasılık değeri p>0,05 olduğundan istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu sonuç, tesis sayısındaki artışın geceleme sayısı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir. H_{1b} ve H_{1c} hipotezleri için hesaplanan olasılık değerleri p<0,05 olduğundan bu hipotezler kabul edilmiştir. Dolayısıyla oda sayısı ve yatak sayısı değişkenlerinin geceleme sayısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu modelde en dikkat çeken bulgu, tesis sayısının geceleme sayısı üzerinde etkisiz olmasıdır. Bu bulgu, yatırım teşvik belgeli tesis sayısındaki artışın turizm sektörünün büyümesine atıl kapasite yaratma özelliği taşıdığını göstermektedir. Başka bir ifadeyle, teşvik sisteminin yıllar itibarıyla bölgeler arası kalkınma farklarını azaltma amacıyla verilen tesis yatırımlarında, yanlış turizm tesis türlerinin desteklenmesi veya belirli dönemlerde ilgili turizm türüne yönelik talebin yetersiz kalması gibi sorunlar yaşandığı düşünülebilir. Dolayısıyla günümüz turizm talebinin özellik ve tercihlerine hitap etmeyen tesis yatırımlarının artışı da bu duruma katkıda bulunmuş olabilir.

Tesis sayısının geceleme sayısı üzerinde bir etkisinin olmaması, yatırımların sayısal artışının hizmet kalitesiyle paralel ilerlemediğini de düşündürmektedir. Yani tesis sayısı artsa da bu tesislerin gerçek anlamda turist ağırlayabilecek kapasiteye ulaşp ulaşmadığı belirleyici bir etken olmaktadır. Geceleme sayısındaki artışın sağlanabilmesi için turizm talebini etkileyen farklı dinamiklerin de bir araya gelmesi gerektiği görülmektedir. Ayrıca oda sayısındaki artışın geceleme sayısı üzerinde negatif, yatak sayısındaki artışın ise pozitif yönde etkili olduğu tespit edilmiştir. Yalnızca oda sayısına yönelik yapılan yatırımların turizm sektöründe kısa süreli konaklamaları artırarak verimliliği azaltabileceği; buna karşılık yatak sayısına yönelik yatırımların geceleme süresini uzatarak turizm talebinin karşılanmasında daha etkin ve sürdürülebilir bir rol oynadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Model 2 için hipotezler incelendiğinde, H2a hipotezi için hesaplanan olasılık değeri $p > 0,05$ olduğu için istatistiksel olarak anlamlı değildir. Analizin bu sonucu, tesis sayısındaki artışın konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu durum, arz artışına rağmen talebin sabit kalmasını; aynı zamanda bu sabitlik nedeniyle yeni tesislerin dolmamasını ve dolayısıyla geceleme sayısının artış göstermemesini açıklamaktadır. Bununla birlikte, tesislerin sayıca çoğalması bölgesel yayılımı genişletebilir; ancak turizm talebi sabitse veya yeni bölgelerde talep düşükse toplam konaklayan kişi sayısı aynı kalabilir. Ayrıca, yapılan konaklama tesislerinin türleri günümüz turizm talebinin eğilimlerine uygun değilse, tesis doluluk oranları da düşmektedir.

H2b ve H2c hipotezleri için hesaplanan olasılık değeri $p < 0,05$, yani %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu için bu hipotezler kabul edilmiştir. Dolayısıyla, oda sayısı ve yatak sayısı değişkenlerinin konaklayan kişi sayısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, konaklayan kişi sayısında oda ve yatak sayısının belirleyici olduğu görülmektedir. Turizm talebine doğrudan ve pozitif bir şekilde yanıt verebilme açısından yatak kapasitesinin artırılması kritik bir öneme sahiptir. Yatak kapasitesindeki artış, arz-talep dengesi arasında köprü kurulmasında; doğru pazarlama ve fiyat stratejileriyle birleştiğinde ise etkin bir teşvik stratejisi oluşturmaktadır. Ayrıca, yatak sayısındaki artışın konaklayan kişi sayısını artırıcı etkisi, turizm yatırımlarının barınma kapasitesini genişleterek daha fazla turist ağırlanmasına olanak sağladığını göstermektedir. Dolayısıyla, yatak kapasitesine yönelik teşviklerin turizm sektörünün

niceliksel büyümesi ve turizm talebinin karşılanması açısından daha doğrudan ve olumlu etkiler yarattığı söylenebilir.

Model 2 için hipotezler incelendiğinde, H2a hipotezi için hesaplanan olasılık değeri $p>0,05$ olduğu için istatistiksel olarak anlamlı değildir. Analizin bu sonucu, tesis sayısındaki artışın konaklayan kişi sayısı üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Bu durum, arz artışına rağmen talebin sabit kalmasını, aynı zamanda bu sabitlik nedeniyle yeni tesislerin dolmamasını ve dolayısıyla geceleme sayısının artış göstermemesini açıklamaktadır. Bununla birlikte, tesislerin sayıca çoğalması bölgesel yayılımı genişletebilir; ancak turizm talebi sabitse veya yeni bölgelerde talep düşükse toplam konaklayan kişi sayısı aynı kalabilir. Ayrıca, yapılan konaklama tesislerinin türleri günümüz turizm talebinin eğilimlerine uygun değilse, tesis doluluk oranları düşmektedir.

H2b ve H2c hipotezleri için hesaplanan olasılık değeri $p<0,05$, yani %95 güven düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu için bu hipotezler kabul edilmiştir. Dolayısıyla, oda sayısı ve yatak sayısı değişkenlerinin konaklayan kişi sayısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre, konaklayan kişi sayısında oda ve yatak sayısının belirleyici olduğu görülmektedir. Turizm talebine doğrudan pozitif bir yanıt verebilme potansiyeli açısından yatak kapasitesinin artırılması kritik bir öneme sahiptir. Yatak kapasitesindeki artış, arz-talep dengesi arasında köprü kurulmasında; doğru pazarlama ve fiyat stratejileriyle birleştiğinde ise etkin bir teşvik stratejisi oluşturmaktadır. Ayrıca, yatak sayısındaki artışın konaklayan kişi sayısını artırıcı etkisi, turizm yatırımlarının barınma kapasitesini genişleterek daha fazla turistini ağırlanmasına olanak sağladığını göstermektedir. Dolayısıyla, yatak kapasitesine yönelik teşviklerin turizm sektörünün niceliksel büyümesi ve turizm talebinin karşılanması açısından daha doğrudan ve olumlu etkiler yarattığı söylenebilir.

Özetle, analizin sonuçları doğrultusunda, bağımlı değişkenlerdeki artışı oda sayısından ziyade yatak sayısı belirlemektedir. Oda sayısı ile yatak sayısı teknik olarak bağlantılı görünse de turizm tesislerinin oda türlerine bağlı olarak her oda aynı yatak kapasitesini sunmamaktadır. Yatak kapasitesindeki artış, doğrudan daha fazla turistini aynı dönemde konaklamasına olanak tanımaktadır. Bu durum, turizm yatırımlarını artırma ve kârlılığı yükseltme potansiyeline sahiptir. Yatak sayısının artması hem geceleme sayısını

hem de konaklayan kişi sayısını yükseltmekte, bu da doğal olarak turizm gelirlerine pozitif yönde yansımaktadır.

Oda sayısının negatif etkisi ise, Bakanlık ve turizm arzındaki aktörler tarafından turizm talebini artırıcı farklı tedbirlerin alınması gerektiğini göstermektedir. Oda sayısındaki artışın turizm göstergelerine negatif yansımaları, talebe göre değil arz yönlü ve etkin olmayan yatırımların bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Örneğin, analiz döneminde oda sayısındaki artış ile ülke genelindeki geceleme sayısındaki yüzdelik değişim her zaman paralel ilerlememiştir. 1983–2023 yılları arasında oda sayısındaki artışın en yüksek olduğu yıllardan biri olan 2015’te, bir önceki yıla kıyasla geceleme sayısındaki artış oranının en düşük seviyede olması dikkat çekicidir. Dolayısıyla, yatırım teşvik belgeli tesis ve oda sayısına ilişkin yatırımlarda yalnızca kapasite artışına odaklanmak yerine, turizm talebini daha etkin ve verimli biçimde artıracak alternatif teşvik politikalarının geliştirilmesi gerekmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yatırım teşvikleri, kalkınma stratejisinin önemli bir parçası olarak, hükümetlerin yatırımları belirli sektörlerle yönlendirmek amacıyla uyguladığı bir maliye politikası aracıdır. Yatırım teşviklerinin kamu bütçesine yüklediği maliyet tam olarak hesaplanamasa da teşvikler, yatırım ortamını iyileştirmek için çağdaş maliye politikalarının vazgeçilmez bir unsuru olarak kullanılmaktadır. Türkiye gibi doğal ve kültürel kaynakların zengin olduğu ülkelerde turizm, döviz gelirlerini artırma, istihdam yaratma ve ekonominin diğer sektörlerine yatırım fonu sağlama açısından büyük önem taşımaktadır.

Turizm sektörü, yalnızca ekonomik büyümeye katkı sağlamakla kalmayıp aynı zamanda bölgesel kalkınmayı teşvik etmekte, yerel halkın refah düzeyini artırmakta ve kültürel etkileşimini güçlendirmektedir. Turizm gelirleri, cari açığın azaltılmasına katkıda bulunarak makroekonomik dengelerin korunmasında da önemli bir rol üstlenmektedir. Bu yönleriyle turizm, Türkiye'nin sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmasında stratejik bir araç niteliği taşımaktadır. Bu nedenle turizm sektörü, devlet tarafından çeşitli mali ve mali olmayan politika araçlarıyla desteklenmiş; özellikle yatırım teşvikleri, turizm yatırımlarının yönlendirilmesinde ve sektörün ekonomik olarak büyümesinde etkili bir araç olarak öne çıkmıştır. Ayrıca, Türkiye'de dünden bugüne yatırım teşvik belgeli turizm yatırımları, yatırımların bölgesel dağılımı üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olmuştur.

Yatırım teşvikleri, Türkiye'de turizm yatırımlarını artırmada etkili bir araç olmakla birlikte, mevcut haliyle bölgesel kalkınma, turizm türlerinin çeşitlendirilmesi ve sürdürülebilirlik hedeflerini tam olarak karşılayamamaktadır. 30 Mayıs 2025 tarihinde yürürlüğe giren 2025/9903 sayılı Karar ile özellikle yüksek katma değerli, teknoloji yoğun, dijital dönüşüm ve yeşil dönüşüm odaklı yatırımların desteklenmesi amaçlanmıştır. Ancak bu düzenleme ile birlikte Türkiye'nin turizm teşvik politikalarında asıl anlaşılması gereken husus, politikaların yalnızca yatırım hacmini artırmaya değil; aynı zamanda nitelikli, rekabetçi ve sürdürülebilir turizm yatırımlarını desteklemeye odaklanacak şekilde tasarlanması gerektiğidir.

Bu tez çalışmasında, Türkiye'de 1983–2023 yılları arasındaki turizm verileri kullanılarak, turizme ilişkin değişkenlerin (yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayısı) üç temel turizm göstergesi (geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri)

üzerindeki etkisi sayma veri regresyon modelleri aracılığıyla analiz edilmiştir. Sayma niteliği taşıyan bağımlı değişkenlerin doğası gereği klasik regresyon modellerinin varsayımlarını karşılamaması nedeniyle Poisson, NBR, GPR ve GNBR modelleri değerlendirilmiş; her üç modelde de en düşük AIC değerine sahip olan GPR modeli en uygun model olarak belirlenmiştir.

Genel olarak analiz bulguları, yatırım teşvik belgeli tesis sayısının geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını göstermektedir. Buna karşılık, oda sayısı ile bu göstergeler arasında anlamlı ancak negatif bir ilişki, yatak sayısı ile ise anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Sonuçlar, Türkiye’de uygulanan yatırım teşviklerinin turizm sektörü üzerindeki etkisinin, karmaşık olduğunu aynı zamanda her yatırım türü için aynı düzeyde gerçekleşmediğini ortaya koymaktadır.

Tesis ve oda sayısına odaklanan yatırımlar, sektörel büyümeyi desteklemekten çok verimsiz kapasite artışına yol açmaktadır. Yatak kapasitesine yönelik teşvikler ise turizm talebini ve gelirlerini artırmaktadır. Bu nedenle, turizm talebini yükseltmek için yeni tesis yerine yatak kapasitesini genişletmeye yönelik yatırımların teşvik edilmesi sektörün verimliliğini artıracaktır. Teşvikler sadece sayısal artışı değil, etkin kapasite kullanımı ve hizmet kalitesi gibi niteliksel hedefleri de desteklemelidir. Ayrıca, bölgesel turizm potansiyeli, turist profili dikkate alınarak planlanan teşvikler, kaynakların daha etkin ve sürdürülebilir kullanılmasını sağlayacaktır.

Turizm sektöründe, komple yeni yatırımlar kapsamında yatırım teşvik belgeli tesislerin inşa edilmesi, turizm arzındaki artışı açıklamaktadır. Ancak arzın genişlemesi, talebin de eşzamanlı olarak artacağı anlamına gelmemektedir. Turizm talebinin sürdürülebilir bir biçimde artması doğru yatırım planlaması, uluslararası tanıtım ve marka desteğinin güçlendirilmesi ve yatırımların bölgesel turizm potansiyeline uygun olarak dağıtılması ile mümkün olacaktır. Bu unsurların bütüncül bir şekilde ele alınması hem arz kapasitesinin verimli kullanılmasını hem de talep yönlü hareketlenmeyi destekleyecektir.

Bununla birlikte, turizm talebi üzerinde etkili çok sayıda faktör bulunmaktadır. Türkiye’de son yıllarda yaşanan yüksek enflasyon, döviz kuru dalgalanmaları ve artan girdi maliyetleri, arz ve talep dengesinin bozulmasında belirleyici olmuştur. Fiyatlardaki hızlı

artışlar işletmelerin maliyetlerini yükseltmekte ve bazı turizm işletmelerinin hizmet kalitesini düşürerek maliyet baskısını dengelemesine yol açmaktadır. Ayrıca döviz kurundaki oynaklık, rezervasyon sürecinden konaklamaya kadar tüm hizmet zincirinde maliyetleri günlük olarak değiştirdiği için sektörün istikrarını olumsuz etkilemektedir.

Türkiye’deki yüksek fiyat istikrarsızlığı, özellikle kıyı bölgelerinde tatil maliyetlerinin yükselmesine yol açmakta; bu durum yerli turistlerin tatil sürelerini kısaltmasına ya da otel ve benzeri tesisler yerine kamp, karavan ve köy evi gibi alternatif tatil seçeneklerine yönelmesine neden olmaktadır. Artan maliyetler turizm tesislerinin sabit giderlerini de yükseltmekte; işletmeler, müşteri kaybı yaşamamak ile maliyetlerini karşılayacak fiyat politikası belirlemek arasında bir denge kurmak zorunda kalmaktadır.

Yüksek enflasyon karşısında kişi başına düşen milli gelir düzeyi de özellikle yerli turizm talebini doğrudan etkilemektedir. Satın alma gücündeki azalma, birçok orta gelirli aile için turizm faaliyetini lüks bir harcama haline getirmekte; böylece iç turizm daralırken, turizm tesislerinin dış turizme bağımlılığı artmaktadır. Ayrıca hem yabancı hem de yerli turistlerin alternatif destinasyonlardaki ikame fiyatları tercih etmesi, geceleme sayısının ve konaklayan kişi sayısının düşmesine ve dolayısıyla turizm gelirlerinin azalmasına yol açmaktadır.

Türkiye’de hazine arazisi tahsisiyle gerçekleştirilen komple yeni yatırımlar, arz tarafını güçlendirmektedir; ancak bu yatırımlar, talep yönlü politikalarla desteklenmediğinde atıl kapasite riskini artırmaktadır. Bu tezde elde edilen bulgular, turizm sektörünün büyümesini desteklemek için yatırım teşvik belgeli tesis ve oda sayısını artırmaya odaklanmak yerine, turizm talebini canlandırmaya yönelik, yatak kapasitesinin artışını sağlayan ve vergisel teşviklerin ağırlıklı olduğu politikaların daha etkili olabileceğini düşündürmektedir. Buna göre, havaalanı kullanım (alan) vergisi ve charter teşvikleri ile ulaşım maliyetlerinin azaltılması, talebi destekleyebilecek araçlar arasında yer almaktadır.

Yüksek enflasyonun fiyatlar üzerindeki baskısına ek olarak KDV oranlarının yüksek olması, turistik hizmetlerin fiyatlarını artırmakta ve Türkiye’nin fiyat rekabetçiliğini zayıflatmaktadır. Turizm sektörüne yönelik KDV oranlarında yapılacak bir indirim, kısa vadede bütçe gelirlerini azaltabilir. Ancak bu durum, bir “vergi harcaması” olarak değerlendirildiğinde, ekonomik canlanma yoluyla orta vadede bütçeye geri dönüş

potansiyeli taşımaktadır. Zira turizm talebinin fiyat esnekliği yüksek olduğundan KDV indirimi, fiyatları düşürerek talebi artıracak ve toplam harcamaları yükseltecektir. Böylece dolaylı vergiler kanalıyla vergi tabanı genişleyecek; kısa vadeli gelir kaybı, uzun vadede vergi hasılatındaki artış ve istihdam yoluyla telafi edilecektir. Ayrıca turizm gelirlerindeki artış, döviz girişini ve istihdamı artırarak mali sürdürülebilirliği destekleyecek ve sosyal güvenlik primleri ile yerel yönetim gelirlerinde olumlu bir çarpan etkisi yaratacaktır.

Buna ek olarak, çevre dostu yeşil yıldız konaklama tesisleri için vergi indirimlerinin kapsamının genişletilmesi, sürdürülebilirlik odaklı yeşil turizmin teşvik edilmesini sağlayabilir. Bu uygulama kısa vadede bütçede sınırlı bir vergi harcaması oluştursa da uzun vadede enerji verimliliği, kaynak tasarrufu ve çevresel maliyetlerin azalmasıyla kamu maliyesine dolaylı tasarruf sağlayacaktır. KDV indirimi ve yeşil yatırımlara yönelik mali teşviklerin birlikte uygulanması hem ekonomik hem de çevresel sürdürülebilirliği destekleyen bütüncül bir mali politika seti oluşturacaktır.

Turizm bölgelerinde, dijital reklamlar da dâhil edilerek ilan ve reklam vergisinin, yeni açılan konaklama tesisleri için belirli bir süre (örneğin 3–5 yıl) indirimli olarak uygulanması, bu tesislere sektöre başlangıç döneminde önemli bir maliyet avantajı sağlayabilir. Turizmin mevsimsel yapısı dikkate alınarak, sezonluk işletmeler için ilan ve reklam vergisinin tüm yıl yerine dönemsel olarak uygulanması da bir teşvik politikası olarak değerlendirilebilir. Böyle bir düzenleme, vergi yükünü fiili kazanç dönemleriyle ilişkilendirilerek sektörde kayıtlılık oranını artıracak ve yerel idarelerle turizm işletmeleri arasındaki mali uyumu güçlendirecektir.

Ayrıca, Türkiye'nin uluslararası imajı ve makroekonomik koşulları turizm talebini giderek daha fazla etkilemektedir. Bu nedenle sadece tesis sayısını artırmak yerine, fiyat-kalite dengesini sağlamak ve yatak kapasitesini etkin planlamak önemlidir. Turizm talebi gelir düzeyiyle doğrudan bağlantılıdır. Bu yüzden yüksek maliyetli yatırımlar yerine, düşük maliyetli ve niteliksel gelişimi destekleyen politikalar tercih edilmelidir. Turquality, yeşil yıldız ve benzeri kalite artırıcı uygulamalarla, turizm yatırımları yalnızca sayısal değil, hizmet kalitesi, sürdürülebilirlik ve yenilikçilik açısından da teşvik edilmelidir.

Araştırma sonuçlarına dayalı olarak Türkiye’deki turizm sektörünün büyümesine etki edebilecek şu öneriler getirilmiştir:

➤ Yatak kapasitesini artırmaya yönelik yatırımlar, turizm talebinin sayısal verilerine göre dengeli bir şekilde planlanmalıdır. Mevcut odaların yeniden düzenlenmesi, örneğin geniş odaların bölünerek daha fazla yatak kapasitesi oluşturulması, bu amaca hizmet edebilir. Günümüzde mekânların küçülmesi ve minimal yaşam tarzının tercih edilmesi nedeniyle, konaklama tesislerinde modüler mobilya kullanımıyla aynı odada daha fazla yatak kapasitesi sağlanabilir.

➤ Nitelik odaklı yatırım teşvik sistemleri geliştirilerek, sadece sayısal artış değil, hizmet kalitesi de desteklenmelidir. Turizm talebini artırmak için yalnızca fiyat politikaları veya tesis sayısı artışı yeterli değildir; güçlü destinasyon markaları oluşturularak turistlere deneyimsel zenginlik sunan ve tesislerin hizmet kalitesi ile imajını güçlendiren yatırımlar teşvik edilmelidir.

➤ 2025/9903 sayılı Karar ile yüksek katma değerli, teknoloji yoğun, dijital ve yeşil dönüşüme odaklanan turizm yatırımları desteklenmeye başlanmıştır. Bu düzenlemeye ek olarak, “Turizm yatırımları için teşvik belgesi düzenlenirken, yatırımın yapılacağı bölgedeki mevcut tesislerin son üç yıldaki ortalama doluluk oranları ve arz-talep dengesi göz önünde bulundurulur. Bakanlık, başvuruları puanlama sistemi ile değerlendirir ve asgari puanı alan yatırımlar teşvik kapsamına alınır” maddesi eklenebilir. Böylece turizm yatırımlarında atıl kapasite artışının önüne geçilecektir.

➤ Turizm tesislerinin yangın, deprem ve diğer afetlere karşı zorunlu sertifikalandırılması ve sertifika almayan tesislere yatırım teşvik belgesi verilmemesi, güven algısını artırarak turizm talebini destekleyecek şekilde düzenlenebilir. Ayrıca, yangın güvenliği yatırımları yatırım teşvik belgesi kapsamında makine desteğine dâhil edilebilir.

➤ Bölgeler arası kalkınma farklarını azaltmaya yönelik teşviklerde, sadece “geri kalmış bölge” kriteri değil, bölgenin turizm potansiyeli ve talep trendleri de dikkate alınmalıdır. Turistik cazibe merkezleri ile az gelişmiş bölgeler arasında denge sağlanmalı; destinasyon markalaşması, festival ve spor organizasyonları, fuarlar gibi etkinlik turizmi

geliştirilmelidir. Böylece deniz-kum-güneş odaklı kitle turizmine ve mevsimselliğe bağımlılık azaltılabilir.

➤ Yerli turistlerin geceleme sayısı ve konaklama süresi, toplam talep içinde önemli bir paya sahiptir. Bu sebeple, turizm sektörünün kırılgan yapısı göz önüne alınarak, yerli halkın turizm faaliyetlerine katılımını artırmak için ekonomideki yapısal sorunlar ve yüksek yaşam maliyetleri azaltılmalıdır.

➤ Özellikle kıyı bölgelerinde turistik ürün fiyatlarının aşırı yükselmesini önlemek amacıyla, uygun fiyat uygulayan tesislere vergi indirimi veya SGK prim desteği sağlanabilir. Bu uygulamayla birlikte, fiyatların düşmesine bağlı olarak turizm talebinin artması ve tesis doluluk oranlarının yükselmesi sonucunda orta vadede vergi tabanının genişlemesi sağlanabilir.

Bu tezde, Türkiye’de 1983-2023 döneminde yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayılarındaki değişimler ile geceleme sayısı, konaklayan kişi sayısı ve turizm gelirleri gibi makro göstergeler dikkate alınarak, söz konusu yatırımların sektörün büyümesine etkisi sayma veri regresyon modelleriyle incelenmiştir. Gelecekte yapılacak olan araştırmalarda:

- Mikro düzeyde, istatistiki bölge birimleri veya iller bazında yatırım teşvik belgeli turizm yatırımları ele alınarak, turist profili, tesis doluluk oranları ve tesis türleri ile yatırımların maliyet, kârlılık ve geri dönüş süreleri karşılaştırılabilir.
- Tek bir il veya destinasyon (örneğin Aydın ili, Kuşadası ilçesi) esas alınarak, anket yöntemiyle işletme düzeyinde, yatırım teşvik belgeli tesis, oda ve yatak sayılarının işletmelerin finansal yapısı, mali performansı ve rekabet gücü üzerindeki etkisi ölçülebilir.
- Aynı bölgede yer alan, yatırım teşvik belgesi almış ve almamış otellerin karşılaştırılmasıyla teşviklerin rekabet gücü üzerindeki etkisi analiz edilebilir. Böylece, teşviklerin hangi bölgelerde yatırımı daha fazla hareketlendirdiği ve tesis düzeyinde rekabeti nasıl etkilediği daha ayrıntılı bir biçimde ortaya konulabilir.

Bu çerçevede, bu tez çalışmasının bulguları, turizm politikalarının yeniden tasarlanması ve yatırım teşvik sisteminin gözden geçirilmesi için önemli ipuçları sunmakta ve gelecekte yapılacak mikro ve bölgesel analizler için sağlam bir zemin oluşturmaktadır.

6. KAYNAKLAR

- Abou Ali, A. M. G. (2012). Arab Republic of Egypt: Simplifying Procedures for Tourism Development in the Red Sea Area. Shen, X & Sun, X. (Editors), *Making Equitable, Efficient and Sustainable Use of Industrial and Commercial Land* inside (107-117). The World Bank, Washington, D.C.
- Acinöroğlu, S. (2009). Genel Olarak Vergi Teşviklerinin Ekonomi Üzerine Etkinliği. *International Journal of Economic and Administrative Studies*. 1 (2), 148-169.
- Agresti, A. (2015). *Foundations of Linear and Generalized Linear Models*. John Wiley & Sons. Inc., Hoboken, New Jersey.
- Ak, Ö. ve Zengin, B. (2020). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları: Turizm Sektörü Üzerine Bir Değerlendirme. *TROYAACADEMY Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*. 5 (1), 85-108.
- Akar, H. ve Giray, F. (2021). Sübvansiyonlara Farklı Bir Bakış: Çevreye Zararlı Sübvansiyonlar ve Sektörel Uygulamaları. *Sayıştay Dergisi*. 32 (121), 65-97.
- Akay, H. ve Oğuz, M. (2015). Türk Turizm Sektöründe Teşvikler ve 20 Nolu Türkiye Muhasebe Standardı Çerçevesinde Muhasebeleştirilmesi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 8 (4), 213-28.
- Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB). (2015). *Yeni Teşvik Sistemi & Yatırımlarda Devlet Yardımı*. Şubat 2015, 1-17. PDF (www.akib.org.tr) Erişim tarihi: 25.05.2025
- Akdeve, E. ve Karagöl, E.T. (2013). Geçmişten Günümüze Türkiye’de Teşvikler ve Ülke Uygulamaları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (37), 329-350.
- Akdoğan, A. (2009). *Kamu Maliyesi* (13. Baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Akçaoğlu, E. (2020). Konaklama Vergisi Hakkında Kısa Bir Değerlendirme. *Hacettepe HFD*, 10 (2), 388-405.
- Akkaya, Ş. ve Aktuğ, M. (2021). Teorik Temelleri ve Gelişimi Bakımından Özel Tüketim Vergilerinin Analizi. *Maliye Çalışmaları Dergisi*. (65),1-23.
- Akın, A., Şimşek, M. Y. ve Akın, A. (2012). Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*. 4 (7), 63-81.

- Akın, F. ve Kamışlı, M. (2009). Yükselen ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizm Sektörünün Ekonomik Kalkınmaya Etkileri: Türk Turizmi Üzerine Bir Değerlendirme. *ABMYO Dergisi*. (16), 16-29.
- Akkoç, S. (2023). 2018 Kur Şoku ve Türkiye Ekonomisine Yansımaları. *International Review of Economics and Management*. 11 (2), 75-96.
- Akogul, S. ve Filiz, E. (2021). Günlük Hasta Sayısı ile Google Topluluk Hareket Raporları Arasındaki İlişkilerin Negatif Binom Regresyonla İncelenmesi: Covid-19 Türkiye Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitü Dergisi*. 25 (3), 679-684.
- Aktan, C. C. (2011). Devletin Büyümesi ve Devletin Başarısızlığının Anatomisi. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*. 3 (1), 29-49.
- Aktaş, C. (2005). Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denkleminin Belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 6 (2), 163-174.
- Akram, S & Ann, Q. (2015). Newton Raphson Method. *International Journal of Scientific & Engineering Research*. 6 (7), 1748-1752.
- Akyol, M. (2016). Bölgesel Kalkınma ve Yeni Yatırım Teşvik Sisteminin Ekonomik Etkilerinin Analizi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*. 5 (9), 49-61.
- Alaeddinoğlu, F ve Can, A. S. (2007). Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*. (2), 50-66.
- Alaeddinoğlu, F. ve Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Salgın Hastalıklar Özel Sayı, 233-258.
- Aliefendioğlu, Y. ve Aksu, N. (2017). Hazine Taşınmazlarının Ekonomiye Kazandırılma Yöntemleri ve Uygulamalarının Değerlendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 17 (3), 132-158.
- Alipour, H. & Vughaingmeh, E. M. (2010). Casino Gambling Tourism- A View from Community: The Case of North Cyprus (TRNC). *Journal of Rural and Community Development*. 5 (3), 175-202.

- Aliyev, K. & Ahmadova, N. (2020). Testing Tourism-Led Economic Growth and Economic-Driven Tourism Growth Hypotheses: The case of Georgia. *An International Interdisciplinary Journal*. 68 (1), 43-57.
- Aliyev, V. (2025). The Effect of Earthquake on the Tourism Sector: Case of Türkiye 1999 and 2023. *Geojournal of Tourism and Geosites*. 60 (2025), 1158-1167.
- Algieri, B. & Kanellopoulou, S. (2008). Determinants of Demand for Exports of Tourism: An Unobserved Component Model. *Tourism and Hospitality Research*. 9 (1), 9-19.
- Alkan, Ö., Oktay, E. ve Demir, A. (2022). Sayım Verisi İçin Regresyon Modelleri ve Uygulamaları. Genç, A. ve Oktay, E. (Editörler), *Doğrusal Olasılık Modelleri ve Uygulamaları* içinde (173-212). NEÜ Yayınları.
- Almeida, R.K. & Aterido, R. (2008). The Incentives to Invest in Job Training: Do Strict Labor Codes Influence this Decision? *Social Protection & Labor the World Bank*. October 2008, 1-48.
- Altay, A. ve Karabulut, Ş. (2017). Türkiye’de Mali Teşvik Sistemi ve Yatırımlara Sağlanan Mali Teşviklerin Değerlendirilmesi. *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 4 (4), 189-202.
- Andersen (2021). *Supportive Measures for the Hospitality Sector*. https://it.andersen.com/wp-content/uploads/2021/12/Andersen-newsletter_supportive-measures-hospitality_12.2021.pdf Erişim tarihi: 26.06.2025
- Andriotis, K. (2001). Tourism Planning and Development in Crete: Recent Tourism Policies and Their Efficacy. *Journal of Sustainable Tourism*. 9 (4), 298-316.
- Angeloni, S. (2013). *The Competitiveness of Italy as a Tourism Destination*. *Economia Aziendale Online, Business and Management Sciences International Quarterly Review*. Pavia University Press, September 2013, N.2/2013.
- Anwer, M.S. & Sampath, R.K. (1999). Investment and Economic Growth. *Presented at Western Agricultural Economics Association Annual Meeting*. 11-14 July 1999, 1-21.
- Area Development Site and Facility Planning (2022). *36th Annual Corporate Survey*. 1-75.

- Arslaner, H. ve Çiçek, D. (2023). Makro Vergi Planlama Aracı Olarak Yeniden Değerleme Oranının Vergilemede Ölçülülük İlkesi Açısından Değerlendirilmesi. Mete, M., Toptaş, A. ve Mermertaş, F. (Editörler). *İktisadi ve İdari Bilimlerde Uluslararası Çalışmalar I* içinde (163-186). Ankara: Serüven Yayınevi.
- Artar, Y. ve Gezen, S. (2020). Sanayi Politikaları: Ekonomik ve Sosyal Eğilimler (1. Baskı). Tuna Y. ve Biçer, A. A. (Editörler), *Sanayi Politikaları Bağlamında Türkiye’de Yatırım Teşvik Müessesesi* içinde (404-425). Hiperlink Yayınları.
- Aschauer, D.A. (1989). Is Public Expenditure Productive? *Journal of Monetary Economics*. (23), 177-200.
- Ashley, C., Brine, P.D., Lehr, A. & Wilde, H. (2007). The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity. *International Business Leaders Forum*. Kennedy School of Government, Harvard University. 1-56.
- Ashraf, B. N. (2020). Economic Impact of Government Interventions During the Covid-19 Pandemic: International Evidence From Financial Markets. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*. 27 (2020), 1-9.
- Ateşagaoglu, E. ve Adak, S. (2024). Türkiye’deki Konaklama Vergisinin Ekonomik ve Hukuki Açidan Bir Analizi. *Maliye Araştırmaları Dergisi*. 10 (1), 21-41.
- Ayaz, N. (2016). Ekonomik Krizlerin Turizm Sektörüne Olan Etkileri Üzerine Bir İnceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. 15 (59), 1360-1371.
- Aybarç, S., Selim, S. ve Kızılgöl, Ö. A. (2019). Türkiye’de Turizme Yönelik Kamu Teşvik Politikaları Çerçevesinde İllerin Etkinlik Analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*. 14 (1), 129-148.
- Aydın, A., Darıcı, B. ve Taşcı, H. M. (2015). Uluslararası Turizm Talebini Etkileyen Ekonomik Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Uygulama. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (45), 143-177.
- Aydın, A. ve Gencür, A.S. (2015). Türkiye’nin Turizm Arzı, Piyasa Yapısı ve Global Riskler: Keşifsel Bir Yaklaşım. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 2 (2), 43-64.

- Aydın, F. (2021). Belediye Gelirleri Kanununda Düzenlenmiş Olan Yerel Yönetim Gelirlerinin Özellikleri ve Öneriler. *International Journal of Public Finance*. 6 (1), 159-175.
- Aydemir, B. ve Birinci, N. (2021). Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülke Örnekleri Bazında Mali Alan Üzerine Karşılaştırmalı Analiz. *International Journal of Economic and Administrative Studies*. (33), 83-102.
- Aydoğuş, İ., Soybalı, H. ve Baytok, A. (2006). Yunanistan ve Türkiye’de Uygulanan Turizm Yatırım Teşviklerinin Karşılaştırılması. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*. VIII (1), 1-22.
- Aytemiz, L. ve Helhel, Y. (2007). Kobi’lerin Teşvik Tedbirlerinden Yararlanma Eğilimi: Isparta Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 12 (1), 163-179.
- Aulas, M.C. (1982). Sadat’s Egypt: A Balance Sheet. *Middle East Research and Information Project. Inc. (MERIP)*. July-August 1982, 6-31.
- Ateşgaoğlu, E. ve Adak, S. (2024). Türkiye’deki Konaklama Vergisinin Ekonomik ve Hukuki Açından Bir Analizi. *Maliye Araştırmaları Dergisi*. 10 (1), 21-41.
- Babatunde, A., Jinadu, O. & Ojeka, S.A. (2015). Pushing for Joint Audit in Nigeria. The Institute of Chartered Accountants of Nigeria, *1st Academic Conference of Accounting and Finance, 2015 Conference Proceedings*. 61-81.
- Balçık, B. (1992). *Yatırım Projelerinin Hazırlanması ve Değerlendirilmesi*. Konya: Mimoza Yayınları.
- Barron, D. N. (1992). The Analysis of Count Data: Overdispersion and Autocorrelation. *Sociological Methodology*. 22 (1992), 179-220.
- Bartik, T. J. (2003). Local Economic Development Policies. The W.E. Upjohn Institute for Employment Research. January 2003, 1-61.
- Bartik, T.J. (2018). Economic Development Incentives. Who Benefits? Who Pays the Costs? How Can They Be Improved? *W.E. UPJOHN Institute*. March 2018, 1-12.
- Baumol, W.J. (1967). Macroeconomics of Unbalanced Growth: The Anatomy of Urban Crises. *The American Economic Review*. 57 (3), 415-426.

- Baumol, W.J. (1986). William's The Economic Institutions of Capitalism. *The RAND Journal of Economics*. 17 (2), 279-286.
- Bayat,G. ve Gürcam, Ö.S. (2018). Konaklama İşletmelerinde Turizm Teşvikleri: TRA2 Bölgesi Örneği. *6 th SCF International Conference on Economic and Social Antalya/Turkey Impacts of Globalization and Liberalization*. 11th-13th October 2018,118-131.
- Bayesen, D. ve Ercan, M.O. (2023). Restoran İşletmelerinde Sürdürülebilirlik ve Enerji Tasarrufu. Can, A. (Editör), 3. *Rumeli Sürdürülebilir Çevre İçin Enerji ve Tasarım Sempozyumu* içinde (138-143). İstanbul Rumeli Üniversitesi, Haliç Yerleşkesi Kongre Merkezi, 2-3 Şubat 2023.
- Bayrak, V., Çalış, N. & Eryılmaz, G. (2022). Alternatif Turizm Türlerinden Biri Olan Kongre Turizminin Ekonomik Etkileri (Türkiye Örneği). Yılancı, V. (Editör), *Full-Text Book of International Symposium of Economics Finance and Econometrics*. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi: ISEFE. 18-19 Haziran.
- Belge, S. ve Polat, L. (2019). The Problems in Payback of Value-Added-Taxes in Turkey and Solutions. *PressAcademia Procedia (PAP)*, 9 (48), 257-261.
- Bender, B. (1984). An Analysis of the Laffer Curve. *Economic Inquiry*. XXII, 414-420.
- Benigni, C.& Marengo, V. (2021). *Tax Incentives for Businesses in the Tourism Sector*. 10 Aralık 2021. <https://www.dlapiper.com/en/insights/publications/2021/12/tax-incentives-for-businesses-in-the-tourism-sector> Erişim tarihi:25.06.2025
- Bernstein, J. I. & Shah, A. (1995). Corporate Tax Structure and Production. Shah, A. (Editor), *Fiscal Incentives For Investment and Innovation* inside (503-542). New York: Oxford University Press.
- Beydemir, M., Bakmaz, Z. ve Ateş, M.S. (2022). Teknoloji Geliştirme Bölgelerine Sağlanan Mali Teşvik ve Destekler ile 7263 Sayılı Kanun'la Yapılan Düzenlemelerin Değerlendirilmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (42), 316-347.
- Beyaz, Z. ve Karabacak, G. (2018). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkisi. *International European Journal of Managerial Research*. 2 (2), 56-75.

- Bilgiçli, İ. ve Zengin, B. (2017). Evaluation of Tourism Establishments in terms of Tourism Incentive Law. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*. Ocak-Şubat- Mart Kış Dönemi (19), 1-24.
- Bilgin, Y.K. ve Ulema, Ş. (2021). Sharing Economy in Tourism Industry. Yazıcıoğlu, İ., Işın, A. ve Yayla, Ö. (Editörler), *Gastronomy and Hospitality Studies in Tourism* içinde (379-398). Peter Lang GmbH.
- Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, UNCTAD (2004). *Incentives, UNCTAD Series on Issues in International Investment Agreements*. UNITED NATIONS, New York and Geneva.
- Bird, R.M. (1999). Fiscal Federalism. *The Encyclopedia of Taxation and Tax Policy*.151-154. Fiscal Federalism (urban.org) Erişim tarihi: 17.03.2023
- Bitzenis, A. (2003). Did Financial Incentives Affect Foreign Direct Investment (FDI) Inflows in Bulgaria? *South Eastern Europe Journal of Economies*. (1),65-84.
- Blackorby, C. & Donaldson, D. (1988). Cash Versus Kind, Self Selection and Efficient Transfers. *American Economic Review*. (78), 691-700.
- Bloom, N., Griffith, R. & Reenen, J. V. (2002). Do R&D Tax Credits Work? Evidence from a Panel of Countries 1979-1997. *Journal of Public Economics*. 85 (1), 1-31.
- Brandano, M.G. (2015). *Evaluating Tourism Externalities in Destinations: The Case of Italy*. https://tesidottorato.depositolegale.it/bitstream/20.500.14242/156124/1/Brandano_MG_Evaluating_Tourism_Externalities_in.pdf Erişim tarihi: 26.06.2025
- Boadway, R. & Shah, A. (1992). *How Tax Incentives Affect Decisions to Invest in Developing Countries*. *The World Bank, Policy Research Working Paper Series*. January 1992, 1-124.
- Boeckelman, K. (1996). Governors, Economic Theory and Development Policy. *Economic Development Quarterly*. 10 (4), 342-351
- Bodlender, J.A. (1982). The Financing of Tourism Projects. *Tourism Management*. 3 (4), 277-284.
- Boz, M. (2018). *Turizm Endüstrisinde Ekonomik Sızıntı: Nedenleri, Çözüm Önerileri*. 3. Turizm Şûrası 1-3 Kasım 2017 Tebliğler Kitabı. Ankara: Özel Matbaası.

- Boz, M. ve Eşitti, B.B. (2021). Yerli ve Yabancı Turistlerin Her Şey Dahil Sistemini Tercih Nedenleri ve Memnuniyet Düzeyleri: Antalya Örneği. *TroyAcademy*, 6 (1), 208-231.
- Bozkurt, C. (2016). Yatırım Teşvik Belgesine İstinaden Gümrük Vergisi Muafiyeti Kapsamında Makine ve Teçhizat İthalı. *Mali Çözüm Dergisi*. 26 (Mart/Nisan 2016), 195-204.
- Brahmbhatt, M., Canuto, O. & Vostroknutova, E. (2010). Dealing with Dutch Disease. The World Bank, *Economic Premise*. June 2010 (16), 1-7.
- Brennan, G. & Buchanan, J. M. (1977). Towards a Tax Constitution for Leviathan. *Journal of Public Economics*. (8), 255-273.
- Bruce, N. & Waldman, N. (1991). Transfers in Kind: Why They Can be Efficient and Nonpaternalistic. *The American Economic Review*. 81 (5), 1345-1351.
- Buchanan, J. M. (1983). The Success and Limits of Public Choice in Diagnosing Government Failure and Providing the Basis for Constructive Reform. *Anatomy of Government Failures: Proceedings of a Conference held in Diessen*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg. July 22-25, 15-25.
- Buchanan, J. M. (1991). *Opportunity Cost*. The World of Economics. Londra: Palgrave Macmillan.
- Buglo, I. (2024). *Italy Tax System: Updated Guide for Individuals and Companies in 2025*. 11 December 2024. <https://immigrantinvest.com/blog/italy-tax-system-en/> Erişim tarihi:25.06.2025
- Buluş, G. C., Bakırtaş, İ. ve Koç, S. (2021). Türkiye’de Turizm Teşviklerinin ve Jeopolitik Riskin Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkileri. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*. 21 (3), 445-468.
- Bunghez, C.L. (2016). The Importance of Tourism to a Destination’s Economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*. 2016 (2016), 1-9.
- Bunting, D. (1989). The Consumption Function “Paradox”. *Journal of Post Keynesian Economics*. 11 (3), 347-359.

- Buss, T.F. (2001). The Effect of State Tax Incentives on Economic Growth and Firm Location Decisions: An Overview of the Literature. *Economic Development Quarterly*. 15 (1), 90-105.
- Cameron, A. C. & Trivedi, P. K. (1998). *Regression Analysis of Count Data*. (1th Edition). New-York: Cambridge Univesity Press.
- Cameron, A. C. & Trivedi, P. K. (2001). Essentials of Count Data Regression. Baltagi, B.H. (Editor), *A Companion to Theoretical Econometries* inside (331-348). Blackwell Publishing.
- Cameron, A. C. & Trivedi, P. K. (2003). Essentials of Count Data Regression. Baltagi, B. H., (Editor), *A Companion To Theoretical Econometrcis* inside (331-348). Blackwell Publishing.
- Cameron, A. C. & Trivedi, P. K. (2005). *Microeconometrics Methods and Applications*. (5th Edition). New-York: Cambridge Univesity Press.
- Cameron, A.C & Trivedi, P. K. (2013). *Regression Analysis of Count Data* (2th Edition). New York: Cambridge University Press.
- Campbell, H. (2021). The Consequences of Checking for Zero- Inflation and Overdispersion in the Analysis of Count Data. *Methods Ecol Evol*. (12), 665-682.
- Candan, G.T. ve Yurdadoğ, V. (2017). Türkiye’de Maliye Politikası Aracı Olarak Teşvik Politikaları. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. (27), 154-177.
- Carneiro, P. & Hackman, J. J. (2003). *Human Capital Policy*. IZA Discustion Paper No. 821. July 2003, 1-151.
- Ceylan, M. A. ve Yakut, M. E. (2021). Türkiye’de Turistik Konaklama Türlerine ve Dağılışına Coğrafi Bir Bakış. *Türk Akademik Araştırmalar Dergisi*. 6 (2), 697-724.
- Chib, S. N. (1980). Financing Tourism Development: a Recipient’s View. *International Journal of Tourism Management*. December 1980, 231-237.
- Coffey, B. (1993). Investment Incentives as a Means of Encouraging Tourism Development: the Case of Costa Rica. *Society for Latin American Studies*. 12 (1), 83-90.

- Cohen, D. (1987). Regional Development Incentives: A Critical Overview of the Evidence. *Canadian Journal of Regional Science*. 10 (2), 149-167.
- Cohen, D. & LeGoff, J. P. (1987). Regional Development Incentives: A Critical Overview of the Evidence. *Canadian Journal of Regional Science*. X (2), 149-167.
- Competitiveness Advisory Group. (1995). *Enhancing European Competitiveness*. First report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Heads of State, June 1995, 1-20.
- Consul, P. C. & Famoye, F. (1992). Generalized Poisson Regression Model. *Communication in Statistics-Theory and Methods*. 21 (1), 89-109.
- Courant, P. (1994). How Would You Know a Good Economic Development Policy if You Tripped over One? *National Tax Journal*. (47), 863-881.
- Coxe, S., West, S.G. & Aiken, L.S. (2009). The Analysis of Count Data: A Gentle Introduction to Poisson Regression and Its Alternatives. *Journal of Personality Assessment*. 91 (2), 121-136.
- Crepon, B. & E. Duguet (1997). Research and Development, Competition and Innovation – Pseudo-Maximum Likelihood and Simulated Maximum Likelihood Methods Applied to Count Data Models with Heterogeneity. *Journal of Econometrics*. (79), 355–378.
- Crô, S. & Martins, A. M. (2020). Foreign Direct Investment in the Tourism Sector: The Case of France. *Tourism Management Perspectives*. (33),1-11.
- Currie, J. & Gahvari, F. (2008). Transfers in Cash and In-Kind: Theory Meets the Data. *Journal of Economic Literature*. 46 (2), 333-383.
- Çakır, H. M. (2024). Hukuki Boyutuyla Turizm İşletmesi Belgesi. *Sakarya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*. 12 (1), 454-485.
- Çakmakcı, E. ve Öztürk, Ş. (2019). Toplumsal Değişimin Bir Faktörü Olarak Turizm. *SDÜ Fen- Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 2 (47), 1-17.
- Çalıpınar, H. (2006). Rekabetçi Piyasa Sisteminde Yeni Ürünlerin Seçimiyle İlgili Modernizasyon Yatırım Kararlarını Değerlendirme Yöntemleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*. (2), 19-32.

- Çalışkan, Y. (2022). Hazine Taşınmazları Üzerinde Tesis Edilen İrtifak Hakkı veya Kullanma İzni İçin Hasılat Payının Hesaplanmasının Gelir Tablosu Kalemleri Açısından İncelenmesi. *Journal of Emerging Economies and Policy*. 7 (2), 555-564.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal Turizmde Öne Çıkan Sağlık Uygulamaları. *OĞUZHAN Sosyal Bilimler Dergisi*. 3 (2), 197-216.
- Çelik, K. (2009). Hazine Taşınmazlarının Değerlemesi ve Türkiye Ekonomisine Etkilerinin İrdelenmesi. *TMMOB Harita ve Kadastro Mühendisleri Odası 12. Türkiye Harita Bilimsel ve Teknik Kurultayı*. Ankara: 11-15 Mayıs 2009, 1-8.
- Çelik, S. Ö. (2018). Atıktan Türetilmiş Yakıt: Yasal Çerçeve, Avrupa'daki ve Türkiye'deki Durum. *European Journal of Engineering and Applied Sciences*. 1 (2), 63-71.
- Çelikkaya, A. (2011). Türkiye ve Avrupa Birliği Üyesi Ülkelerde Konaklama ve Yiyecek-İçecek Hizmeti Sunan Turizm İşletmelerinde Katma Değer Vergisi Uygulamalarının Karşılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 22 (2), 167-182.
- Çeti, B. Ünlüönen, K. (2019). Salgın Hastalıklar Sebebiyle Oluşan Krizlerin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *AHBVÜ Turizm Fakültesi Dergisi*, 22 (2), 109-128.
- Çiçek, D. ve Arslaner, H. (2024). Modern Kamu Yönetiminde Bir Kavram: İyi İdare. *ASSAM Uluslararası Hakemli Dergi*. (25), 153-173.
- Çukuryurt, Y. ve Uzunöz, M. (2020). Rekabet ve Regülasyon Üzerine. *Journal of Research in Economics*. 4 (2), 91-112.
- Dağ, M. ve Çelik, M. (2018). Yatırım Teşvikleri Nedir? Kavram ve Kapsamı Üzerine Bir Değerlendirme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 7 (2), 863-875.
- Daily New Egypt (2023). *Egypt Unveils EGP 50bn Initiative to Drive Tourism Growth, Hotel Construction*. <https://www.dailynewsegypt.com/2023/12/20/egypt-unveils-egp-50bn-initiative-to-drive-tourism-growth-hotel-construction/> Erişim tarihi: 22.06.2025

- Dalgın, T., Karadağ, L. ve Bingöl, Z. (2015). Türkiye’de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 4 (1), 174-184.
- Davras, G. M. ve Aktel, M. (2018). 2015-2016 Krizinin Türkiye Turizmine Yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 9 (21), 27-38.
- Del Federico, L. (2023). Commento all'art. 24 bis TUIR, In *Testo unico imposte sui redditi: Gli articoli commentati, SEAC*. 247-257.
- Demir, Ö., Türkay, B. ve Dinçer, M. Z. (2023). Turizm Sektöründe Sızıntılar Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of New Tourism Trends*. 4 (1), 39-50.
- Demir, E. ve Emekli, G. (2021). Is Airbnb no Longer a Sharing Economy Platform? Evidence from Europe’s top 10 Airbnb Destinations. *Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research*. 25 February 2021, 1-20.
- Demir, H. (2009). Hazine ve Kamu Taşınmazlarının Yatırım Amaçlı Kullanımı. *Maliye ve Finans Yazıları*. 1 (85), 9-25.
- Demirli, Y. (2015). Türk Vergi Sisteminde Ücret Tabanlı İstihdam Teşvikleri: Gelir Vergisi Stopajı Teşviki/Desteği ve Ücret İstisnası. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*. 11(25), 141-162.
- Deniz, Ö. (2005). Poisson Regresyon Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*. 4 (7), 59-72.
- Des Roches, J. de B. & Betancourt, R.G. (2016). Balance of Payments and Exchange Rates. *Economics. Handbook Chapter*, 29 July 2016, 5-21.
- d’Urso, S. (2024). Law 190 of 13 December 2023 on Tourist Guides. *International Journal of Tourism, Travel and Hospitality Law*. 1-13.
- Devlet Planlama Teşkilatı (2007). *Dokuzuncu Kalkınma Planı Devlet Yardımları Özel İhtisas Komisyonu Raporu*. Ankara: DPT Yayınları.
- Dewar, M.E. (1998). Why State and Local Economic Development Programs Cause so Little Economic Development. *Economic Development Quarterly*. 12 (1), 68-87.

- Dierks, Z. (2024). *Total contribution of travel and tourism to employment in Turkey from 2019 to 2023, 2024 and 2034 forecasts*. Türkiye: Seyahat ve turizmin istihdama katkısı 2023 | İstatistik (statista.com) . Erişim Tarihi: 22.10.2024.
- Dimitris, G., Aimilia, V. & George, T. (2005). Investment Incentives as a Policy Instrument for Tourism Development in Greek Mountainous Areas. *International Conference on Tourism Development and Planning*. Patras, Greece, 1-32.
- Dinis, A. A. & Pereira, L. (2022). Tax Incentives for Tourism: The Case of Portuguese Municipalities. Costa, V. & Costa, C. (Editors), *Sustainability and Competitiveness in the Hospitality Industry* inside (95-118). America: IGI Global Publisher of Timely Knowledge.
- Dixit, A. (2002). Incentives and Organizations in the Public Sector: An Interpretative Review. *The Journal of Human Resources*. 37 (4), 696-727.
- Domazet, I. & Marjanovic, D. (2017). Tax Incentives as a Factor of Economic Growth. *International Institute for Development Studies*. Brisbane, Australia, 93-107.
- Duran, M. (1998). *Türkiye’de Uygulanan Yatırım Teşvik Politikaları (1968-1998)*. T.C. Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Araştırma ve İnceleme Dizisi No:19. Ankara, 1998.
- Duran, M. (2002). *Türkiye’de Yatırımlara Sağlanan Teşvikler ve Etkinliği*. Ankara: Başbakanlık Hazine Müsteşarlığı.
- Duran, M, (2003). *Teşvik Politikaları ve Doğrudan Sermaye Yatırımları*. Ankara: Hazine Müsteşarlığı Araştırma-İnceleme Dizisi No:3
- Durmuş, B., Güneri, Ö.İ. ve İncekırık, A. (2022). Sayma Verileri ile Kantil Regresyon: Aşırı Yayılım Veri Örneği. *BŞEÜ Fen Bilimleri Dergisi*. 9 (1), 286-303.
- Düğer, S. (2021). İdareler Arası Taşınmaz Mal Tahsisi. *HKÜHFD*. 11 (22), 139-154.
- Eberts, R.V. (2016). Overview of State and Local Economic Development Policies and Practice in the United States. W.E. *UPJOHN Institute For Employment Research*. March 2016, 86-102.
- Edgell, D. L., Swanson, J., Allen, M.D. & Smith, Z. (2008). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*. Burlington: Elsevier Publishing.

- Edwards, J. & Keen, M. (1996). Tax Competition and Leviathan. *European Economic Review*. (40), 113-134.
- Efe, A. (2020). Yeni Yatırım Teşvik Sistemi Kapsamında Ankara İlindeki Devlet Teşvik ve Destekleri Üzerinde Bir Analiz. *Yönetim Ekonomi Edebiyat İslami Ve Politik Bilimler Dergisi*. 5 (1), 158-188.
- Egypt Investment Law (2017). *Law No. 72 of 2017 Investment Law*. <https://www.gafi.gov.eg/english/startabusiness/laws-and-regulations/publishingimages/pages/businesslaws/investment%20law%20english%20ban.pdf> Erişim tarihi: 23.06.2025
- Egyptian Tax Authority (ETA) (2023). *Value Added Tax Law No. (67) of 2016*. <https://www.eta.gov.eg/sites/default/files/2024-02/Law-english-no.67-2016.pdf> Erişim tarihi: 23.06.2025
- Eğilmez, M. (2020). Ekonomik Büyümenin İşleyiş Mekanizması. *Kendime Yazılar*. 15 Aralık, Ekonomik Büyümenin İşleyiş Mekanizması (mahfiegilmez.com) Erişim tarihi: 20.05.2023
- Eğilmez, M. (2024). Enflasyon Rehberi, *Kendime Yazılar*. 25 Ocak 2024, Enflasyon Rehberi (mahfiegilmez.com) Erişim tarihi: 20.05.2023
- Eisinger, P. (1995). State Economic Development in the 1990s: Politics and Policy Learning. *Economic Development Quarterly*. 9 (2), 146-158.
- Eker, A. (1995). *Avrupa Birliği'nde ve Türkiye'de Teşvik Sistemleri ve Teşvik Politikaları*. Ankara: Doğu Matbaacılık.
- Ercan, T. (2023). İşletmelerde Faaliyet ve Yatırım Süreçlerinin Vazgeçilmez Aracı: Stratejik Vergi Planlaması. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*. 23 (1), 38-54.
- Ercan, T. (2023). Yatırımlarda Devlet Yardımları Kararında Madencilik Sektörü Bağlamındaki Teşvikler ve Pratikte Hususiyet İçeren Konular. Selen, U. ve Gerçek, A. (Editörler), *Maliye Araştırmaları- 6* içinde (95-109). Bursa: Ekin Yayınları.
- Erdem, İ (2013). *Matematiksel İstatistik Problemler ve Çözümleri* (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Erdoğan, H. (2020). Türkiye'nin GSYİH Büyümesinin Karışık Veri Örnekleme MIDAS Yöntemi ile Öngörüsü. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (22), 519-542.
- Eser, E. (2011). *Türkiye'de Uygulanan Yatırım Teşvik Sistemleri ve Mevcut Sistemin Yapısına Yönelik Öneriler*. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, İktisadi Sektörler ve Koordinasyonluğu Genel Müdürlüğü, Uzmanlık Tezi. Nisan 2011, Yayın No: 2822, 1-242.
- Evans, G.W. & Honkapohja, S. (2009). Learning and Macroeconomics. *Annu. Rev. Econ.* (1), 421-449.
- Evcin, E. (2018). Kazakistan'da Türkiye'nin Turistik Tanıtım ve Propaganda Faaliyetleri. *Türk Dünya Araştırmaları Dergisi*. 118 (233), 213-240.
- EY (2025). *L. 5203/2025 Sustainable Development, Productive Transformation of the Greek Economy- Amendment of Provisions of the Development Law 4887/2022- Strong f* Erişim tarihi: 30.06.2025
- European Commission Greece (2014). *Member States' Annual Tourism Reporting Template, Country: Greece*. file:///C:/Users/dcice/Downloads/Annual%20report_Greece.pdf Erişim tarihi: 01.07. 2025
- Famoye, F. (1995). Generalized Binomial Regression Model. *Biometrical Journal* (37), 581-594.
- Famoye, F., Wulu, J. T. & Singh, K. P. (2004). On the Generalized Poisson Regression Model with an Application to Accident Data. *Journal of Data Science*. 2 (2004), 287-295.
- Famoye, F. (2007). Restricted Generalized Poisson Regression Model. *COMMUN STATİST -THEORY METH*. 22 (5), 1335-1354.
- Farraj, Y. A. (2024). *ATM 2024: Egypt Seeks GCC Investment Boost for Tourism Development*. <https://economymiddleeast.com/news/atm-2024-egypt-seeks-gcc-investment-boost-for-tourism-development/> Erişim tarihi: 22.06.2025
- Farri, di F. (2020). Tourism in Italy-Tax Law Profiles. *Rivista Telematica di Diritto Tributario, Pacini Giuridica*. 1-7. <https://www.rivistadirittotributario.it/wp-content/uploads/2020/01/Farri.pdf> Erişim tarihi: 26.06.2025

- Finegold, D. & Levine, D. (1997). Institutional Incentives for Employer Training. *Journal of Education and Work*. 10 (2), 109-127.
- Foglia, G. & Valva d'Ayala, G. (2014). *Italy: New Tax Incentives for Cultural Activities and Tourism Sectors*. 30 September 2014.
<https://www.internationaltaxreview.com/article/2a68rfy5bw2ycq0ts8vkm/italy-new-tax-incentives-for-cultural-activities-and-tourism-sectors> Erişim tarihi:25.06.2025
- Formica, S. & Uysal, M. (1996). The Revitalization of Italy as a Tourist Destination. *Tourism Management*. 17 (5), 323-331.
- Fortunata, A. & Perano, M. (2012). Local Tourism System: Critical Issues and Perspectives in the Government of Italian Territories. *ET 1 st International Conference*. Naples (Italy), September 13-14, 1-26.
- Fox, W. F. & Murray, M. N. (2004). Do Economic Effects Justify the Use of Fiscal Incentives. *Southern Economic Journal*. 71 (1), 78-92.
- Froyen, R.T. (2013). *Makroekonomics Theories and Policies* (10th Edition). England: Pearson Education Limited.
- Gabe, T.M. & Kraybill, D.S. (2002). The Effect of State Economic Development Incentives on Employment Growth of Establishment. *Journal of Regional Science*. 42 (4), 703-730.
- Garay, A. M., Hashimoto, E. M., Ortega, E. M. M. & Lachos, V. H. (2011). On Estimation and Influence Diagnostics for Zero-Inflated Negative Binomial Regression Models. *Computational Statistics and Data Analysis*. 55 (2011), 1304-1318.
- Garsous, G., Novoa, D. C. & Velasco, M. (2015). *Tax Incentives and Job Creation in the Tourism Industry of Brazil*. IDB Inter-American Development Bank, November 2015, 1-27.
- Gavrilă-Paven, I. & Bele, I. (2017). 3.6. *Developing A Growth Pole: Theory and Reality*. DOI: 10.18515/dBEM.M2017.n01.ch22. January 2017, 209-215.
- Gerni, C., Sarı, S., Sevinç, H. ve Emsen, Ö. S. (2015). Bölgesel Dengesizliklerin Giderilmesinde yatırım Teşviklerinin Rolü ve Başarı Kriteri Olarak Yakınsama

- Analizleri: Türkiye Örneği. *International Conference on Eurasian Economies 2015, SESSION 6B: Bölgesel Ekonomiler II*. 311-320.
- Giray, F. (2022). *Vergi Teşvik Sistemi ve Uygulamaları* (5. Baskı). Bursa: Dora Yayınevi.
- Giovanni, D. & Massabô, I. (2018). Capacity Investment Under Uncertainty: The Effect of Volume Flexibility. *International Journal of Production Economics*. 198 (2018), 165-176.
- Ghosal, V. & Reichert, U. N. (2009). Investments in Modernization, Innovation and Gains in Productivity: Evidence from Firms in the Global Paper Industry. *Research Policy*. 38 (2009), 536-547.
- Global VAT Compliance (2020). *Greece: Covid-19 VAT Implications*. <https://www.globalvatcompliance.com/globalvatnews/greece-covid-19-vat-implications/> Erişim tarihi: 27.06.2025
- Grover, R., Galiç, Z., Corsi, A. & Kindap, A. (2018). Improving State Land Management: Technical Note. *World Bank Presidential Decree No. 1*. July 2018, 1-43.
- Goldfarb, R.S. (1970). Pareto Optimal Redistribution Comment. *The American Economic Review*. 60 (5), 994-996.
- Goss, E.P. ve Phillips, J.M. (1999). Do Business Tax Incentive Contribute to a Divergence in Economic Growth? *Economic Development Quarterly*. 13 (3), 217-228.
- Gökçe, D. (1996). *Para& Finans Ansiklopedisi Cilt 3*. İstanbul: Creative Yayıncılık ve Tanıtım.
- Gölçek, A. G. (2023). AİRBNB Vergisi: Konaklama Hizmetlerinin Dönüşümü ve Vergilendirilme Sorunsalı. *Vergi Raporu Dergisi*. Eylül 2023 (288),67-83.
- Gudkov, A., Dedkova, E. & Dudina, K. (2017). Tax Incentives As a Factor of Effective Development of Domestic Tourism Industry in Russia. *Problems and Perspectives in Management*. 15 (2), 90-101.
- Gurmu, S. & Trivedi, P. (1996). Excess Zeros in Count Models for Recreational Trips. *Journal of Business & Economic Statistics*. (14), 469-477.
- Gülbahar, O. (2008). Turizmin Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Cari İşlemler Dengesine Etkisi. *Journal of Qafqaz University*. (24),154-168.

- Güloğlu, Y. (2015). Ormanların Turizm Amaçlı Tahsisinin İdari İşlemin Unsurları Bakımından Değerlendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. (10), 45-55.
- Güneri, Ö.İ. ve Durmuş, B. (2019). Sansürlü ve Sansürsüz Poisson Regresyon Modellerinin Karşılaştırılması. *Karadeniz Fen Bilimleri Dergisi*. 9 (2), 359-376.
- Güney, E. ve Abar, H. (2020). Türkiye’de Ekonomi ile İlgili Suçların Bölgesel Belirleyicileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (65), 161-180.
- Güngör, K. (2016). Vergi Yapısında Bir Reform Önerisi Olarak Vergi İndirimleri Politikası ve Türk Vergi Sistemi. *AKÜ İİBF Dergisi*. XVIII (1), Haziran 2016, 133-147.
- Güryeli, M. ve Özmodanlı, Y. (2019). Teknolojik Yatırımlar İçin Risk Faktörleri: Teknolojik Ürün Yatırım Destek Programı Örneği. *Verimlilik Dergisi*. 1 (2019), 7-30.
- Gyr, U. (2010). The History of Tourism: Structures on the Path to Modernity. *EGO European History Online*. 2 (8), 1-18.
- Harttgen, K. & Klasen, S. (2011). *A Human Development Index at the Household Level*. Germany: Wilhelm-Weber-Str. 2 · 37073 Goettingen. February 2011, 1-54.
- Hartzheim, L.A. (1997). State Tax Incentives. *Journal of State Taxation*. (15), 51-64.
- Hardin, J. W. & Hilbe, J. M. (2007). *Generalized Linear Models and Extensions* (2th Edition). ABD: Stata Press.
- Hardin, J. W., & J. M. Hilbe. (2012). *Generalized Linear Models and Extensions*. (3th Edition) College Station, TX: Stata Press.
- Harris, T., Hilbe, J.M. & Hardin, J. W. (2014). Modeling Count Data with Generalized Distributions. *The Stata Journal*. 14 (3), 562-579.
- Hassett, K. A. ve Hubbard, R. G. (1998). Are Investment Incentives Blunted by Changes in Prices of Capital Goods? *International Finance*. 1 (1), 103-125.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı, Gelir Düzenlemeleri Genel Müdürlüğü (2018). *Vergi Harcamaları Raporu*. Ankara, 1-400.

- Helms, L.J. (1985). The Effect of State and Local Taxes on Economic Growth: A Time Series-Cross Section Approach. *The Review of Economics and Statistics*. 67 (4), 574-582.
- Heper, F. Ö. (2022). Covid-19 Salgınının Dünya Turizm Hareketleri ve Turist Tercihlerinde Meydana Getirdiği Değişimlere Genel Bir Bakış. *Turizm ve İşletme Dergisi*. 2 (1), 1-18.
- Hicks, V. & Adams, O. (2003). Pay and Non-pay Incentives, Performance and Motivation. *Studies in HSO&P*, (21), 257-274.
- Hilbe, J. M. (2011). *Negative Binomial Regression* (2th Edition). New York: Cambridge University Press.
- Hodge, S.A. & Hickman, B. (2018). *The Importance of the Tax Wedge on Labor in Evaluating Tax Systems*. Washington: The Tax Foundation. 1-5.
- Hoyt, W.H., Jepsen, C. & Troske, K.R. (2008). *Business Incentives and Employment: What Incentives Work and Where?* IFIR Working Paper Series, Paper No. 2009-02. November 2008, 1-45.
- Humphrey, T.M. (2003). *Classical Deflation Theory*. The Federal Reserve Bank of Richmond Working Paper No. 03-13. November 2003, 1-22.
- İçöz, O. ve İçöz, O. (2018). Turizm Arz ve Talebi. Emir, O. (Editör), *Genel Turizm Bilgisi* içinde (90-123). Anadolu Üniversitesi Yayını.
- İmeak Deniz Ticaret Odası (2019). Türkiye’de Deniz Turizmi. *Deniz Ticareti Dergisi*. (Ağustos 2019), 1-38.
- İncekara, A. ve Savrul, M. (2011). Küreselleşme, Büyüme ve Ekonomik Entegrasyonlar: Türkiye Açısından Bir Değerlendirme. *İktisat Fakültesi Mecmuası*. 61 (2), 1-22.
- İsmail, N. & Zamani, H. (2013). Estimation of Claim Count Data using Negative Binomial, Generalized Poisson, Zero-Inflated Negative Binomial and Zero-Inflated Generalized Poisson Regression Models. *Casualty Actuarial Society E-Forum*. (Spring 2013), 1-28.
- Italian Tax (2024). *Personal Income Tax (IRPEF) Rates from 1 January 2024 Backup*. <https://taxing.it/personal-income-tax-irpef-rates-2024-2/> Erişim tarihi: 25.06.2025

- Jain, G. C. & Consul, P. C. (1971). A Generalized Negative Binomial Distribution. *SIAM Journal of Applied Mathematics* 21 (4), 501–513.
- James, S. (2009). *Incentives and Investments: Evidence and Policy Implications*. Investment Climate Advisory Services of the World Bank Group. December 2009, 1-45.
- Jenkins, J. L. (1982). The Use of Investment Incentives for Tourism Projects in Developing Countries. *Tourism Management*. (June 1982), 91-97.
- Jhavar, K.C. (2016). Introduction to Valuation of Immovable Properties. *Vinimaya*. 37 (3), 51-56.
- Joskow, P. L. & Noll, R. V. (1981). Regulation in Theory and Practice: An Overview. *Studies in Public Regulation*. (1981), 1-78.
- Jun, J. (2017). *Tax Incentives and Tax Base Protection in Developing Countries*. MPFD Working Paper. WP/17/07. Macroeconomic Policy and Financing for Development Division (MPFD).
- Kalkınma Ajansları Genel Müdürlüğü (2022). *Cazibe Merkezleri Kapsamında Yatırım Desteği Detaylı Bilgi Formu*.
https://www.yatirimadestek.gov.tr/pdf/assets/upload/dosyalar/detay_cazibe_merkezleri_destek_programi.pdf
- Kambur, E. ve Aksoy, M. (2022). 1998-2018 Döneminde Türkiye’de Turizme Yapılan Yatırım ile Ekonomik Büyüme İlişkisinin Granger Nedensellik ve Toda-Yamamoto Yöntemleri ile Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. 32 (3), 1099-1112.
- Karaaslan, A. ve Tuncer, G. (2010). Uluslararası Rekabet Gücünün Artırılmasında Temel Devlet Politikaları. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (26),1-24.
- Karabıçak, M. (2013). Türkiye’de Uygulanan Ekonomik Teşvik Politikalarının Boyutu, Ulusal, Bölgesel ve Yerel Kalkınma Üzerine Olası Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 18 (3), 263-280.
- Karaca, A. G. ve Olmuş, H. (2018). Sıfır Değer Ağırlıklı Verilerin Analizinde Sıfır Değer Ağırlıklı Regresyon Modellerin İncelenmesi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 20 (2), 105-118.

- Karadeniz, C.B. (2023). Deprem ve Turizm İlişkisi. Çetinkaya, E. (Editör), *Tüm Yönleriyle Depremler ve Etkileri* içinde (35-64). Ankara: Berikan Ofset Matbaa.
- Karafolas, S. (2013). Public Financial Support to Investments in Rural Areas: The Case of the Region of Thessaly in Greece. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*. 6 (2), 81-101.
- Karakurt, A. (2010). Küresel Kriz Ortamında Yatırım Teşvikleri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 65 (2), 143-164.
- Karaş, E. ve Karaş, G. (2019). Mali Teşvik Sisteminde Yer Alan Amaç ve Araçlara İlişkin Genel Bir Değerlendirme. Taytak, M. ve Şaşmaz, M. Ü. (Editörler), *Türkiye’de Mali Teşvik Sistemi ve Uygulamaları* içinde (3-26). Bursa: Ekin Basın Yayın Dağıtım.
- Karataş, G. ve Tetik, N. (2018). Turizm İşletmelerine Sağlanan Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesinin TMS-20 Standardı ve Tekdüzen Muhasebe Sistemi Açısından Karşılaştırılması. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. 11 (1), 1-26.
- Kartaloğlu, E. ve Gökmen, S. (2009). *Yeni Teşvik Sistemi Rehberi (Açıklamalı ve Örnekli)*. İstanbul: İSMMMO. Ağustos 2009.
- Kaya, E. ve Saraç, Ö. (2023). Türkiye’de 2022 Yılı Asgari Ücret İstisnasının Vergi Takozuna Tahmini Etkileri. *Çalışma ve Toplum Dergisi*. (2023/1), 211-234.
- Kaya, B. ve Bay, H. (2025). Vergi Harcamalarının Yenilikçi Teknolojilere Etkileri ve Güncel Gelişmeler. *Sosyoekonomik Araştırmalar Dergisi*. 2 (1), 69-82.
- Keleş, A. (2019). Turizm Sektöründeki Kriz Dönemlerinde Uygulanan Kamu Politikalarına Konaklama İşletmelerinin Bakışı: Antalya İli Örneği. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*. 7 (19), 237-259.
- Kılıç, Ö. (2018). Türkiye’de Vergi Adaleti. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*. (66), 396-411.
- Kılıç, D. ve Bayrak, H. (2020). Sayma Verisi Modelleri Üzerine Bir Karşılaştırma: E-Ticarette Yaşanan Sorunlar Türkiye Örneği. *S. Ü. Fen Fakültesi Fen Dergisi*. 46 (2), 85-102.

- Kılıçer, E., Ay, F.C. ve Ataer, S. (2016). Katalaksi Kavramı Çerçevesinde Vergileme Demokrasi İlişkisi: Türkiye OECD Karşılaştırmalı Analizi. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*. 53 (612), 35-50.
- Kim, A.G. & Loksha, A.V. (2014). New Directions of the Accomodation Development in the World Tourism Market. *Life Science Journal*. (11), 379-384.
- Khalbadalov, U. S. (2021). The Effectiveness of Tax Incentives in the Tourism Sector of Uzbekistan. *International Journal of Business, Economics & Management*. 4 (2), 335-343.
- Kheir, H., Fawzy, S. & Refaat,A. (2000). *Investment Incentives, Marginal Effective Tax Rates and The Cost of Capital in Egypt*. Working Paper 2035, November 2000.
- Klemm, A. & Parys, S. V. (2012). Empirical Evidence on the Effects of Tax Incentives. *Int Tax Public Finance*. (19), 393-423.
- Klemm, A. (2009). *Causes, Benefits, and Risks of Business Tax Incentives*. IMF Working Paper. 09/21, January 2009, *Causes, Benefits, and Risks of Business Tax Incentives; Alexander Klemm; IMF Working Paper 09/21; January 1, 2009 Erişim tarihi: 19.05.2024
- Kirimhan, D. (2014). Analyzing Tourism Investment Incentives in Turkey: Strategies and New Incentive Framework. Cobanoglu,C ve Ongan S. (Editors), *International Interdisciplinary Business-Economics Advancement Conference* inside (568-572). (IIBA) Conference Proceedings 2014 İstanbul.
- Krinis, N. (2023). *Greece's Hotel Sector Reacts Strongly to Stayover Tax Upcoming Increase*. 26 September 2023.
- <https://news.gtp.gr/2023/09/26/greeces-hotel-sector-reacts-strongly-to-stayover-tax-upcoming-increase/> Erişim tarihi: 19.09.2025
- Krumholz, N. (1991). Equity and Local Economic Development. *Economic Development Quarterly*.5 (4), 291-300.
- Koç, H., Cengiz, M. A., Ko., T. ve Dündar, E. (2013). Aşırı Yayılımlı Veriler İçin Genelleştirilmiş Poisson Karma Modellerin Hava Kirliliği Üzerine Bir Uygulaması. *IAAOJ, Scientific Science*. 1 (2), 3-7.

- Koç, M. ve Sarı, M. (2014). Turizm İşletmelerinde KDV Uygulamaları. *Vergi Raporu Dergisi*. (180), 54-62.
- Koçer, G. (2020). Turizm Tarihini Keşfetmek: Modern Turizmin Doğuşu ve Doğu'nun Cazibesi. *Near East Historical Review*. 10 (3), 327-344.
- Koga, T. (2003). Firm Size and R&D Tax Incentives. *Technovation*. (23), 643-648.
- Komşu, M. S. ve Kaya, G. (2022). Turizmde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımı: Sistematik Bir Derleme. *Journal of Academic Tourism Studies*. 3 (1), 72-89.
- Konak, A. (2018). Türkiye’de Cari İşlemler Açığının Nedenleri ve Cari İşlemler Açığı-Dış Ticaret Açığı İlişkisi. *ECONDER International Academic Journal*. 2 (2), 163-178.
- Konsolas, N., Papadaskalopoulos, A. & Plaskovitisi, İ. (2002). *The Evolution and Prospects of Regional Policy in Greece. Regional Development in Greece*, Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Korkmaz, S. (1990). Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*. (46), 391-417.
- Kossy, J. A. (1996). Economic Restructuring and the Restructuring of Economic Development Practice: A New York Perspective, 1985-1995. *Economic Development Quarterly*. 10 (4), 300-314.
- Kozak, M. (1994). Çıkarılan Son Vergi Yasası ve Alınan Ekonomik Kararların Türk Turizmine Olası Etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 20-23.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2023). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar* (25. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. (2013). *Turizm Ekonomisi* (1.Baskı). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayın No.1865.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*. Temmuz-Ağustos 2017, (62), 216-230.
- Kumar, V., Kumar, U. & Persaud, A. (1999). Building Technological Capability Through Importing Technology: The Case of Indonesian Manufacturing Industry. *Journal of Technology Transfer*. (24), 81-96.

- Kunst, I. (2011). The Role of the Government in Promoting Tourism Investment in Selected Mediterranean Countries-Implications for the Republic of Croatia. *Tourism and Hospitality Management*. 17 (1), 115-130.
- Kuvan, Y. (2005). Ormanların Turizm Yatırımlarına Tahsisi (Antalya- Belek Örneği). *İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*. 55 (1), 67-83.
- Küçüköğlu, M., Taş, H.Y. ve Ercan, H. (2018). Türkiye’de Sosyal Devlet Anlayışı İçerisinde Transfer Harcamalarının Yeri ve Önemi. *Emek ve Toplum*. 7 (19), 447-466.
- Lachmann, W. (1999). *The Development Dimension of Competition Law and Policy*. UNCTAD Series on Issues in Competition Law and Policy. United Nations New York and Geneva, 1999, 1-46.
- Laffer, A. (2004). The Laffer Curve: Past, Present and Future. *The Heritage Foundation*. (June 2004), 1-16.
- Laffer, A. (1981). Supply-Side Economics. *Financial Analysts Journal*. 37 (5), 29-43.
- Lambert, D. (1992). Zero-Inflated Poisson Regression, with an Application to Defects in Manufacturing. *Technometrics*. 34 (1), 1-15.
- Lawless, J. F. (1987). Negative Binomial and Mixed Poisson Regression. *The Canadian Journal of Statistics* 15 (3), 209–225.
- Lee, P. (1994). US States Bid for Investment. *International Tax Review*. 5 (10), 15-19.
- Lloyd-Smith, J. O. (2007). Maximum Likelihood Estimation of the Negative Binomial Dispersion Parameter for Highly Overdispersed Data, with Applications to Infectious Diseases. *PLOS One*. (2), 1-8.
- Mamun, A. (2014). *Zero-Inflated Regression Models for Count Data: an Application to Under-5 Deaths*. Thesis, Muncie: Indiana. Ball State University.
- Månsson, K. (2012). On Ridge Estimators for the Negative Binomial Regression Model. *Economic Modelling*. 29 (2012), 178-184.
- Marcouiller, D. W. & Prey, J. (2005). The Tourism Supply Linkage: Recreational Sites and their Related Natural Amenities. *The Journal of Regional Analysis & Policy*. 35 (1), 23-32.

- Markusen, A.R. & Nesse, K. (2007). Institutional and Political Determinants of Incentive Competition. *W.E. UPJOHN Institute For Employment Research*. (January 2007),1-42.
- Marvel, M.K. & Shkurti, W.J. (1993). The Economic Impact of Development: Honda in Ohio. *Economic Development Quarterly*. 7 (1), 50-62.
- Mat, H. (2024). *Hazine Arazilerinde Yatırım Fırsatları* (5. Baskı). Ankara: Astana Yayınları.
- Matzioni, D. (2020). *Tax Incentives as Means for the Attraction of FDI's and the Case of Greece*. International Hellenic University, Master of Laws (LL.M.) in Transnational and European Commercial Law, Banking Law, Arbitration/Mediation. January 2020, 1-39.
- Mazlum, M., Yücel, İ. ve Tekeoğlu, M. (1990). *Özel Kesim Yatırım İmkanları ve Yatırım Kararlarında Teşviklerin Etkinliği*. Ankara: Türkiye Ticaret, Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği.
- Manrai, L.A., Manrai, A. K. & Deluca, J. (2017). Twenty Shades of Italy: An Analysis of its Cultural, Natural, and Dual Tourist Attractions with Implications for Global Tourism Marketing. *Journal of Global Marketing*. 30 (5), 1-12.
- Mesci, Z. ve Karagöz, A. (2020). Bölgesel Kalkınmada Turizm Girişimciliğinin Rolü: Akçakoca Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 17 (2), 203-231.
- Mcculloch, C. E. (2000). Generalized Linear Models. *Journal of the American Statistical Association*. 95 (452), 1320-1324.
- Middleton, L. (2001). Literatür Review: Tax Abatements and Economic Development Incentives. *The University of Kansas Center for Economic and Business Analysis Policy Research Institute Technical Report Series*. (January 2001), 1-25.
- Milton, A. (2017). Estimating the Revenue Impacts of Tax Harmonisation. *Institute of Policy Research and Analysis*, Kampala, Uganda. (December 2017), 1-32.
- Min, Y. & Agresti, A. (2005). Random Effect Models for Repeated Measures of Zero-Inflated Count Data. *Statistical Modelling*. (5), 1-19.
- Ministero Del Turismo (2025). *Turismo Bando di Distribuzione di 13 Milioni di Euro Per l'Appennino*. 1-9.

https://www.ministeroturismo.gov.it/wp-content/uploads/2025/05/175262_25_Avviso-ristori-Appennini-revUL_AS_signed.pdf Erişim tarihi: 27.06.2025

- Moira, P. & Mylonopoulos, D. (2012). Regional Tourism Authorities and Tourism Policy Monitoring: The Case of Greek RTOs. *China Business Review*. 10 (1), 1-12.
- Mondal, S. H. (2017). SWOT Analysis and Strategies to Develop Sustainable Tourism in Bangladesh. *UTMS Journal of Economics*. 8 (2), 159-167.
- Moore, B. (2003). Saving and Investment: Keynes Revisited. Arena, R. & Salvadori, N. (Editors), *Money Credit and the Role of the State* inside (237-254). England: Ashgate Publishing.
- Morisset, J. & Pirnia, N. (2000). *How Tax Policy and Incentives Affect Foreign Direct Investment*. World Bank, Policy Research Working Paper No. 2509. (December 2000), 1-30.
- Munyanyi, W. & Chiromba, C. (2015). Tax Incentives and Investment Expansion: Evidence from Zimbabwe's Tourism Industry. *AD-MINISTER, Universidad Eafit*. 27 (2015), 27-51.
- Muslu, A. (2015). Deniz Turizminde Rekabet Stratejisi Olarak Ürün Farklılaştırması. *Turar Turizm ve Araştırma Dergisi*. 4 (2), 28-46.
- Mutlu, E. E. ve Başer, G. (2020). Turizm Yatırım Teşvikleri Çerçevesinde Antalya. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 31 (3), 264-275.
- Mügge, D. (2015). Studying Macroeconomic Indicators as Powerful Ideas. *Journal of European Public Policy*. 23 (3), 410-427.
- Myung, I. J. (2003). Tutorial on Maximum Likelihood Estimation. *Journal of Mathematical Psychology*. 47 (2003), 90-100.
- Nachum, L., Jones, G.G. & Dunning, J.H. (2001). The International Competitiveness of the UK and its Multinational Enterprises. *Structural Change and Economic Dynamics*. (12), 277-294.
- Nadaroğlu, H. (1978). *Kamu Maliyesi Teorisi* (1. Baskı). İzmir: Sermet Matbaası.
- Narayan, P. K. (2004). Fiji's Tourism Demand: The ARDL Approach to Cointegration. *Tourism Economics*. 10 (2), 193-206.

- National Bank of Greece (2022). “*Support for Tourism Investments*” Aid Scheme. <https://www.nbg.gr/en/business/funding-programs/development-law-4887-2022-aid-schemes/support-for-tourism-investments> Erişim tarihi: 30.06.2025
- Naudé, W. (2008). *Entrepreneurship in Economic Development*. United Nations University, World Institute for Development Economics Research. WIDER Research Paper, No. 2008/20, 1-48.
- Nawaz, M.A. & Hassan, S. (2016). Investment and Tourism: Insights from the Literature. *International Journal of Economic Perspectives*. 10 (4), 581-590.
- Nelder, J. A. & Wedderburn, R. W. M. (1972). Generalized Linear Models. *Journal of the Royal Statistical Society. Series A (General)*. 135 (3), 370-284.
- Nene, M. & Pasholli, A. (2011). Financial Incentives and Their Impact for Attracting FDI Survey with Foreign Investitures in Albania. *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*. (7), 1-14.
- Nikbin, B. & Panahi, S. (2016). Estimation of Private Consumption Function of Iran: Auto-regressive Distributed Lag Approach to Co-integration. *International Journal of Economics and Financial Issues*. 6 (2), 653-659.
- Niyozovna, I. (2021). The Role of Investment and Modernization in the Development of the Uzbek Economy. *ResearchJet Journal of Analysis and Inventions*. 2 (6), 140-145.
- Nguyen, Q. H. (2021). Impact of Investment in Tourism Infrastructure Development on Attracting International Visitors: A Nonlinear Panel ARDL Approach Using Vietnam’s Data. *Economies*. 9 (131), 1-19.
- Nohutçu, A. (2002). Development of Tourism Policies in Turkey Throughout the Republican Period in Socio-Political, Economic and Administrative Perspective. *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. Güz 2002 (9), 1-25.
- Normativ1, R. (2022). Istruzioni Per La Compilazione Della Dichiarazione. Dichiarazione Imposta Di Soggiorno. 31 March 2022, 1-8.
- OECD (2022). *Tax Incentives for Sustainable Development*. OECD Investment Tax Incentives Database 2022 Update. OECD, Paris, 1-24.

- OECD (2024). *Measuring Foreign Direct Investment*. Erişim Adresi: Doğrudan yabancı yatırımların ölçülmesi | OECD
- Okuyucu, A. ve Akgiş, Ö. (2016). Türkiye’de Konaklama Sektörünün Yapısal ve Mekânsal Değişimi: 1990-2013. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 20 (1), 249-269.
- Ongun, M. T. (2002). GATT/WTO Sisteminde Sanayi Sübvansiyonları: Bir Değerlendirme. *Ekonomik Yaklaşım*, 13 (42-43), 67-86.
- Organ, İ. ve Çiftçi, T. E. (2015). Türkiye’de Emlak Vergisi Uygulamasından Kaynaklanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 8 (4), 127-147.
- Ouariti, O. Z. & Jebrane, E. M. (2020). The Impact of Transport Infrastructure on Tourism Destination Attractiveness: A Case Study of Marrakesh City, Morocco. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*. 9 (2), 1-18.
- Özbek, Y. (2012). Sosyal Güvenlik Primi İşveren Payı İndirimlerinin Muhasebeleştirilmesindeki Uygulamalar ve Bir Öneri. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. (January 2012), 87-102.
- Özcan, C.C., Özmen, İ. ve Kaya, M.G. (2016). Turizm ve Vergi Gelirleri Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği. *Vergi Raporu Dergisi*. (207),196-208.
- Özdemir, S. (2023). Ekonomi Perspektifinden Turizm. Karadağ, L. ve Özgürel, G. (Editörler), *Teorik Yaklaşımlarla Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları* içinde (103-120). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Öztürk, D. ve Saygın, Ö. (2024). A Field Research on Accommodation Tax. *Bmij* (2024). 12 (2), 398-420.
- Öztürk, L. ve Çelik, M. (2018). Dünyada Yatırım Teşvikleri Örnek Uygulamaları ve Türkiye Uygulaması. *Atlas International Referred Journal on Social Sciences*. 4 (10), 815-825.
- Öner, E. (2002). Niçin Vergi Teşvikleri? *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 16 (3-4), 97-119.
- Özden, A. S. ve Hayat, E. (2022). Sayma Verilerinin Modellenmesi ve Bireylerin İşsiz Kalma Süresi Üzerine Bir Uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*. (50), 1-18.

- Özgüven, A. (1988). *İktisadi Büyüme İktisadi Kalkınma Sosyal Kalkınma Planlama ve Japon Kalkınması* (1. Baskı). İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Özkazanç, Ö. (1977). İkinci En İyi Genel Teoremi. *Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Dergisi*. 13 (2), 286-313.
- Özsoylu, A.F. (2017). Endüstri 4.0. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*. 21 (1), 41-64.
- Pratama, Y.S. & Tarunay, O.I. (2024). The Effect of Product Diversification and Brand Equity on Purchase Decisions With Promotion Strategy as a Moderator. *eCo-Buss*. 6 (3), 1382-1394.
- Parys, S. V. & James, S. (2010). *The Effectiveness of Tax Incentives in Attracting FDI: Evidence from the Tourism Sector in the Caribbean*. Universiteit Gent: Working, 1-30.
- Papadavid, P. (2024). *An Overview of Greece's Financial Crisis and Its Implications*. ODI Essays | Sri Lanka: From Debt to Transformative Growth. London: ODI. September 2024, 1-13.
- Peng, J. (2013). Count Data Models for Injury Data from the National Health Interview Survey. *Graduate Program in Public Health Thesis*. ABD: The Ohio State University. 1-72.
- Peng, J., Lyu, T., Shi, J., Nagaraja, H. N. & Xiang, H. (2014). Models for Injury Count Data in the U.S. National Health Interview Survey. *Journal of Scientific Research & Reports*. 3 (17), 2286-2302.
- Peters, A. & Fisher, P. (2004). The Failures of Economic Development Incentives. *Journal of American Planning Association*. 70 (1), 27-37.
- Pissadires, C. ve Mortensen, D. (1999). New Developments in Models of Search in the Labour Market. *Centre for Economic Policy Research*. (January 1999), 1-78.
- Pollak, R. A. (1988). Tied Transfers and Paternalist Preferences. *American Economic Review*. (78), 240-244.
- Poole, K.E., Erickcek, G.A., Iannona, D.T., Mccrea, N. & Salem, P. (1999). *Evaluating Business Development Incentives*. National Association of State Development Agencies. Washington, ISBN: 1-889493-02-3, 1-158.

- Prousalis, S. & Koutantou, A. (2024). *Greece to Ban New Short-Term Lets in Athens for at Least a Year*. <https://www.reuters.com/world/europe/greece-expects-record-tourism-revenues-this-year-minister-says-2024-09-16/> Erişim tarihi: 01.07.2025
- Ramzy, Y. (2017). Managing Egyptian Tourism Through Tourism Governance. *Journal of Social Sciences*. 6 (2), 196-210.
- Ren, T., Can, M., Paramati, S.R. Fang, J & Wu, W. (2019). The Impact of Tourism Quality on Economic Development and Environment: Evidence from Mediterranean Countries. *Sustainability*. 11 (2296), 1-17.
- Riad, E. (2023). *Egypt- Amendment to the Investment Law*.
[https://riad-riad.com/egypt-amendment-to-the-investment-law/#:~:text=The%20Amendment%20Law%20states%20that,%25\)%20of%20the%20paid%20tax.](https://riad-riad.com/egypt-amendment-to-the-investment-law/#:~:text=The%20Amendment%20Law%20states%20that,%25)%20of%20the%20paid%20tax.) Erişim tarihi: 22.06.2025
- Richter, T. & Steiner, C. (2008). Politics, Economics and Tourism Development in Egypt: Insights into the Sectoral Transformations of a Neo-Patrimonial Rentier State. *Third World Quarterly*. 29 (5), 939-959.
- Ridout, M., Demétrio, C.G. B. & Hinde, J. (1998). Models for Count Data with Many Zeros. *International Biometric Conference*. (December 1998), 1-13.
- Reed, M.G. ve Gill, A. M. (1997). Tourism, Recreational, and Amenity Values in Land Allocation: an Anlysis of Institutional Arrangements in the Postproductivist Era. *Environment and Planning*. (29), 2019-2040.
- Robinson, W. C. (1967). What is a Government Subsidy? *National Tax Journal*. XX, 86-92.3
- Rodríguez-Avi, J., Conde-Sánchez, A. Sâez-Castillo, A. J., Olmo-Jiménez, M. J., & Martínez Rodríguez, A. M. (2009). A Generalized Waring Regression Model for Count Data. *Computational Statistics and Data Analysis*. (53), 3717–3725.
- Român, J.L.D., Garc a, P.J.C., & Fernández, J.I.P. (2020). Taxation of Tourism Activities: A Review of the Top 50 Tourism Destinations. *Revista de economía mundial*. (55), 49-78.

- Rondinelli, D.A. & Burpitt, W.J. (2000). Do Government Incentives Attract and Retain International Investment? A Study of Foreign- Owned Firms in North Carolina. *Policy Sciences*. (33), 181-205.
- Rondinelli, D. A. (1987). Export Processing Zones and Economic Development in Asia: A Review and Reassessment of a Means of Promoting Growth and Jobs. *American Journal of Economics and Sociology*. 46 (1), 89-106.
- Rusu, S. (2011). Tourism Multiplier Effect. *Journal of Economics and Business Research*. (1),70-76.
- Ryu, E., Couper, M.P. & Marans, R.W. (2005). Survey Incentives: Cash vs. In-Kind; Face to Face vs. Mail; Response Rate vs. Nonresponse Error. *International Journal of Public Opinion Research*. 18 (1), 89-106.
- Sanayi ve Verimlilik Genel Müdürlüğü (2019). *Sanayi Yatırımlarına Verilen Destekler ve Teşvik Programları*. Ankara 2019, 1-98.
- Sandler, T. (2013). Buchanan Clubs. *Const Polit Econ*. (24), 265-284.
- Saraç, Ö. (2010). Vergi Harcamaları ve İktisadi Etkileri. *Maliye Dergisi*. (159), 262-277.
- Sarıllı, M.A. (2024). *Türk Vergi Sistemi* (9. Baskı). Ankara: Hermes Tanıtım Ofset Baskı Ltd. Şti.
- Selim, S., Çelenk, A. ve Van, M. H. (2022). Türkiye’de Turizm Sektörüne Sağlanan Teşviklerin Turizm Talebi Üzerindeki Etkisi: Yapısal Kırılmalı Bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*. 29 (4), 759-784.
- Selim, M., Aidrous, I. & Semenova, E. (2020). International Tourism: Prospects for Development in the Post Coronavirüs World (Egyptian Example). *International Journal of Management*. 11 (7), 1145-1155.
- Serdinova, A. (2024). Tax Incentive Schemes and Balanced Regional Economic Growth in Turkey. *Young Scientist*. 2 (126), 73-79.
- Schober, P. & Vetter, T. R. (2021). Count Data in Medical Research: Poisson Regression and Negative Binomial Regression. *International Anesthesia Research Society. Anesthesia & Analgesia*. 132 (5), 1378-1379.

- Schwartz, G. & Clements, B. (1999). Government Subsidies. *Journal of Economic Surveys*. 13 (2), 119-147.
- Shah, A. & Slemrod, J. (1991). Do Taxes Matter for Foreign Direct Investment? *The World Bank Economic Review*. 5(3), 473-491.
- Shelton, B.R. (1994). What's Wrong with Incentives and What to Do About Them. *Economic Development Review*. 12 (4), 18-20.
- Sheng, L. (2011). Foreign Invetsment and Urban Development: A Perspective From Tourist Cities. *Habitat International*. 35 (2011), 111-117.
- Smeral, E. (2012). International Tourism Demand and The Business Cycle. *Annals of Tourism Research*. 39 (1), 379-400.
- Soyer, E. (2024). Yatırım Yeri Tahsisi Bağlamında Devlet Yardımları Kararlarının Tarihsel Gelişimi. *FSM İlmî Araştırmalar, İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi*. (24), 377-409.
- Soygüder, S., Yeşilova, A. ve Bora, Y. (2017). Sayıma Dayalı Elde Edilen Verilerin Modellenmesinde Sıfır Değer Ağırlıklı Genelleştirilmiş Poisson Regresyonun Kullanılması. *YYÜ TAR BİL DERG*. 27 (1), 109-117.
- Soylu, C. ve Demirci, A. (2021). İhracat Teşvik Yöntemleri ve Eximbank Kredilerinin İhracat Üzerindeki Rolü. *Gümrük Ticaret Dergisi*. 8 (23), 22-33.
- Söyler, İ. (2011). Kamu Malları Teorisi Açısından Devletin Hüküm ve Tasarrufundaki Yerler. *Sayıştay Dergisi*. (83), 57-68.
- Sridhar, K. S. (2000). Tax Incentive Programs and Unemployment Rate. *The Review of Regional Studies*. 30 (3), 275-298.
- Stark, K. J. & Wilson, D.J. (2005). *What Do We Know About the Interstate Economic Effects of State Tax Incentives?* Law & Economics Research Paper Series, Research Paper No.05-29. November 2005,1-54.
- Stiglitz, J. E. (1981). The Allocation Role of the Stock Market Pareto Optimality and Competition. *The Journal of Finance*. XXXVI (2), 235-251.
- Sun, C., Zhan, Y. & Du, G. (2020). Can Value- Added Tax Incentives of New Energy Industry Increase Firm's Profitability? Evidence from Financial Data of China's Listed Companies. *Energy Economies*. (86), 1-13.

- Sungur, O. (2019). Spatial Distribution of Investment Incentives and the Impact of New Incentive System for Less Developed Regions in Turkey. *Review of Economic Perspectives*. 19 (1), 25-48.
- Surrey, S. S. (1970). Tax Incentives as a Device for Implementing Government Policy: A Comparison with Direct Government Expenditures. *HARVARD LAW REVIEW*. 83 (4), 705-738.
- Şenel, S. A. (2007). Turizm Sektöründe Yatırım Kararları. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*. Haziran 2007 (12), 1-12.
- Şener, S. ve Kılıç, C. (2008). Osmanlı'dan Günümüze Türkiye'de Yabancı Sermaye. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*. 16 (1), 22-49.
- Şengül, A. ve Kalıpçı, M.B. (2025). Türkiye'de Turizm Sektöründe Vergi Uygulamaları: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. *Turizm Ekonomi ve İşletme Araştırmaları Dergisi*. 7 (1), 64-78.
- Şimşek, M. Y. ve Yeşiltaş, M. (1992). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 3 (1), 25-27.
- Şit, M. (2016). Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*. 7 (1), 101-117.
- Şovkat, Y. (2024). *Understanding Egypt's Ras Al-Hekma Land Deal: Not a Panacea*. <https://timep.org/2024/03/12/understanding-egypts-ras-al-hekma-land-deal-no-panacea/> Erişim tarihi:22.06.2025
- Takım, A. ve Ersungur, Ş. M. (2018). Türkiye'de Teşvik Sisteminin Yapısı, Sorunları ve Etkinliği Üzerine Bir Politika Önerisi: Tek Bir Uygulamacı Kuruluş Sorunları Çözer mi? *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 32 (3), 725-744.
- Tanrıöven, İ. (1989). Vergi Teşvikleriyle Hazinesinin Kaybına Karşılık Ekonominin Sağladığı Faydaların Mukayesesi. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*. 47 (1-4), 331-344.
- Telbaş, A. ve Yalçinkaya, M.H. (2022). *Bölgesel Kalkınmada Yatırım Teşvikleri*. Ankara: İksad Yayınevi.

- Tekşen, Ö. (2010). TMS 20 Standardındaki Devlet Teşvikleri ile Türkiye’de Yeni Teşvik Sisteminde Yatırıma Sağlanan Desteklerin Muhasebe ve Vergi Açısından İncelenmesi. *Marmara Üniversitesi İ. İ. B. F Dergisi*. XXIX (II), 431-453.
- Terzi, H. ve Bekar, S. A. (2019). Türkiye’de Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Turizm ve Dışa Açıklık Arasındaki İlişki: 1974-2014 Dönemi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*. 20 (1), 15-30.
- Terzioğlu, M. ve Gökovalı, C. (2017). Turizmin Yerel Ekonomik Etkilerinin Belirlenmesi: Marmaris Otelcilik Endüstrisi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 28 (1), 27-38.
- Tjur, T. (2012). Nonlinear Regression, Quasi Likelihood, Overdispersion in Generalized Linear Models. *The American Statistician*. 52 (3), 222-227.
- Tiebout, C. M. (1956). A Pure Theory of Local Expenditures. *Journal of Political Economy*. 64 (5), 416-424.
- Toker, B. (2007). Türkiye’de Turizm Sektörü Teşviklerinin Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*. 14 (2), 81-92.
- Toma, S.G., Grigore, A.M. & Marinescu, P. (2014). Economic Development and Entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*. (8), 436-443.
- Topal, M.H. (2016). Teşvik Politikalarının Gerekçeleri ve Etkinliği: Kuramsal Bir Yaklaşım. *The Journal of International Scientific Research*.1 (2), 35-51.
- Toy, S., Eymirli, E. B. ve Gündüz, O. (2016). Reflection of Growth Poles Theory in Turkey as Supporting Program for Attraction Centres. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. (3),43-48.
- Toy, S. ve Gündüz, O. (2016). Cazibe Merkezlerini Destekleme Programı Türkiye Tecrübesi: Başarılar ve Başarısızlıklar. *IUJEAS*, 1 (1), 121-136.
- Trading Economics (2020). *Greece-International Tourism, Number of Arrivals*. <https://tradingeconomics.com/greece/international-tourism-number-of-arrivals-wb-data.html> Erişim tarihi: 23.06.2025
- Travel and Tour World (2024). *Greece 2025 New Tourism Budget Aims for Millions with New Charges on Hotels, Airbnb and Short Term Rentals Market*.

<https://www.travelandtourworld.com/news/article/greece-2025-new-tourism-budget-aims-for-millions-with-new-charges-on-hotels-airbnb-and-short-term-rentals-market/#:~:text=Term%20Rentals%20Market-,Greece%202025%20New%20Tourism%20Budget%20Aims%20for%20Millions%20with%20New,and%20Short%20Term%20Rentals%20Market&text=The%20Greek%20government%20has%20unveiled,in%20revenue%20for%20state%20coffers>. Erişim tarihi: 01.07.2025

- Tuncel, V. (2019). Kalkınma Planlarının Turizm Politikaları Perspektifinde Değerlendirilmesi. *To&Re*. 1 (2), 58-66.
- Tuomi, K. (2012). *Review of Investment Incentives: Best Practice in Attracting Investment*. IGG International Growth Centre London School of Economic and Political Science. June 2012, 1-22.
- Tureac, C. E. & Turtureanu, A. G. (2008). Types and Forms of Tourism. *Economica*. 4 (1), 92-103.
- Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. ve Erkan, . (2013). Turizm Sektörünün İstihdama Üzerine Etkileri. *Global Journal of Economics and Business Studies*. 2 (4), 14-27.
- Triantafyllopoulos, N. (2006). Public Sector Transparency and Tourism Real Estate Investments in Greece. *Regional and Sectoral Economic Studies*. 6 (2), 57-72.
- Trusova, N., Tsviliy, S., Mykhailyk, D., Ogloblina, V. & Marusei, T. (2023). Innovative Incentives of the Tourism Industry in the Period of Post- Conflict Reconstruction of Ukraine. *Review of Economics and Finance*. (21),1237-1248.
- Tüleykan, H. (2015). Mali Teşvik Uygulamalarında Ar-Ge ve Önemi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitü Dergisi*. 6 (1), 231-254.
- Uçar, O. ve Bağriaık, E. A. (2021). Türkiye’de Konaklama Vergisi: Ulusal Düzeyde Uygulanması Üzerine Eleştirel Bir Yaklaşım. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*. 25 (2), 347-361.
- Ulusoy, A., Karakurt, B. ve Ela, M. (2015). Borç Deflasyonu: Teorinin Gelişimi ve Avrupa’da Borç Deflasyonuna İlişkin Değerlendirmeler. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*. 11 (26), 1-28.

- Ulusoy, İ. (2020). Gelirler Politikası Aracı Olarak Türkiye’de Özel Tüketim Vergisinin Vergi Gelirlerindeki Yeri. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 24 (2), 269-283.
- UNCTAD. (2004). *Incentives*. New York and Geneva: United Nations Publication. UNCTAD/ITE/IIT/2003/5 Erişim tarihi: 13.02.2023
- United Nations Conference on Trade and Development (1998). *World Investment Report 1998 Trends and Determinants*. United Nations New York and Geneva, 1-445.
- Uygurtürk, H. ve Korkmaz, T. (2015). Türkiye’deki A Grubu Seyahat Acentalarının Tercih Sıralamasının PROMETHEE Yöntemi ile Belirlenmesi. *Business and Economics Research Journal*. 6 (2), 141-155.
- Ünay, S., Karahan, H., Gür, N. ve Dilek, Ş. (2016). 2016’da Ekonomi. *Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı (SETA)*. 1-33.
- Ünlüöner, K. ve Özçekici, Y. K. (2018). Turizm ve Ödemeler Bilançosu Açısından Akdeniz Çanağında Bulunan Destinasyonlar Üzerine Bir Değerlendirme. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*. (1),1-33.
- Vagionis, N.G. (1994). *Regional Development in Greece: an Evaluation of the Effectiveness of the Industrial Areas Programme*. UMI Dissertation Publishing, ProQuest LLC, 789 East Eisenhower Parkway P.O. Box 1346.
- Vaquerizo, H. G. (2017). ‘Visit Greece and Live your Myth’. The Use of ClassicalAntiquityby the Greek National Tourism Organization. Uhink, F. C., Garcîa, M. & Walde, C. (Editors), Helena Gonzâles-Vaquerizo, ‘Visit Greece and Live Your Myth. The Use Of Classical Antiquity By the Greek National Tourism Organization inside (241-303). Advertising Antiquity= Thersites 6 (2017), 241-303.
- Villela, L., Lemgruber, A. & Jorratt, M. (2010). *Tax Expenditure Budgets*. IDB Working Paper Series No. IDB-WP-131. April 2010, 1-62.
- Wahab, S.A., Rose, R.C. & Osman, S.I.W. (2012). Defining the Concepts of Technology and Technology Transfer: A Literature Analysis. *International Business Research*. 5 (1), 61-71.

- Wang, Y. (2012). Gauss- Newton Method. *WIREs Computational Statistics*. (4), 415-420.
- Wang, W. & Famoye, F. (1997). Modeling Household Fertility Decisions with Generalized Poisson Regression. *J Popul Econ*. (10), 273-283.
- Wang, K. Kelvin, K. W. Y. & Andy, H. L. (2002) A Zero-Inflated Poisson Mixed Model to Analyze Diagnosis Related Groups with Majority of Same-Day Hospital Stays. *Computer Methods and Programs in Biomedicine* (68), 195–203.
- Wanhill, S.R.C. (1994). Evaluating the Worth of Investment Incentives for Tourism Development. *Journal of Travel Research*. 33 (2), 33-39.
- Wanhill, S. (2005). Investment Support for Tourism SMEs: a Review of Theory and Practice. Jones, E. & Haven-Tang, C. (Editors), *Tourism SMEs, Service Quality and Destination Competitiveness* inside (227-254). CABI Publishing.
- Ward, T. (1989). The Role of Government Incentives. *Tourism Management*. 10 (3), 240-241.
- Wasmer, E. (2006). Search Frictions and Firing Costs and General and Specific Skills in Labor Markets. *American Economic Review*. 96 (3), 811-831.
- Winkelmann, R. (2008). *Econometric Analysis of Count Data* (5th Edition). Springer-Verlag.
- World Bank Group (2020). *Tourism Data*. <https://databank.worldbank.org/id/f1ddbc94>
Erişim tarihi: 29.06.2025
- Wunder, H. (2001). The Effect of International Tax Policy on Business Location Decisions. *Tax Notes International*. (24), 1331-1355.
- Yaşar, B.Ç. ve Ardahan, F. (2023). Türkiye’deki Kampinglerin Konaklama Açışından Turizm ve Rekreasyonel Potansiyeli. *Uluslararası Beden Eğitimi Spor ve Teknolojileri Dergisi*. 4 (2), 1-12.
- Yavan, N. (2011). *Teşviklerin Sektörel ve Bölgesel Analizi Türkiye Örneği*. Ekonomik ve Mali Araştırmalar Yarışması, Maliye Hesap Uzmanları Vakfı Yayınları: Yayın No:27, Ankara.

- Yau, K.K.W. Wang, K., & Lee, A. H. (2003). Zero-Inflated Negative Binomial Mixed Regression Modeling of Over-Dispersed Count Data with Extra Zeros. *Biometrical Journal*. 45 (4), 437-452.
- Yeşilova, A. ve Kaki, B. (2008). Sıfır Değer Ağırlıklı Regresyon Yöntemleri. *Y.Y. Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*. 13 (1), 14-18.
- Yeşiltaş, M. (2018). Turizmin Genel Yapısı ve Temel Kavramlar. Emir, O. (Editör), *Genel Turizm Bilgisi* içinde (1-18). Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Yıldırım, S.D. ve Demiröz, K. (2025). Fire at the Kartalkaya Ski Centre Hotel and Evaluation of the Response Efforts. *Natural Hazards*. (121), 13869-13873.
- Yıldıztekin, İ. (2010). Aşırı Kapasite Kontrolü ve Maliyet Analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 24 (3), 197-228.
- Yolal, M. (2016). History of Tourism Development in Turkey. Egresi, I. (Editor), *In Alternative Tourism in Turkey: Role, Potential Development and Sustainability* inside (23-33). Springer International Publishing.
- Younis, Z.S. & Elbedawy, R. F. (2012). The Crisis of Tourism Sector After the 25th January Egyptian Revolution: Case Study Traveline Egypt. *EJBR*, 12 (3), 1-12.
- Yüksek, G. (2013). Türkiye’de Yat ve Marina İşletmeciliği: İstihdam Değerlendirmesi İçin Mevcut Durum Analizi. *Beykoz Akademi Dergisi*. 1 (1), 59-84.
- Yükseler, Z. (2024). 2023 Yılı GSYH Büyüme Değerlendirmesi. *Technical Reports*. (March 2024), 1-13.
- Zee, H.H., Stotsky, J.G. & Ley, E. (2002). Tax Incentives for Business Investment: A Primer for Policy Makers in Developing Countries. *World Development*. 30 (9), 1497-1516.
- Zhang, W. (2015). Reflections on Economics: Market Failure or Market Theory Failure? *China Economic Journal*. 8 (2), 109-121.
- Zengin, B. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi*. 5 (1), 103-126.
- Zulkifli, M., İsmail, N. & Razali, A. M. (2011). Zero-Inflated Poisson Versus Zero-Inflated Negative Binomial: Application to Theft Insurance Data. *The 7th IMT-GT*

International Conference on Mathematics, Statistics and its Applications. ICMSA 2011, 511-524.

4399/2016 Greece New Investment Law, 16 Haziran 2016 Tarih ve 117 Numaralı Resmi Gazete.https://mzv.gov.cz/public/1/b9/38/2232689_1643614_Investment_law_4399_2016_EN.pdf Erişim tarihi: 01.07.2025

