

**T.C.**  
**SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İKTİSAT ANABİLİM DALI**

**TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİK ETKİLERİNİN**  
**GİRDİ-ÇIKTI YÖNTEMİYLE ANALİZİ**

**Merve ERTÜRK**  
**1430202568**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**DANIŞMAN**  
**Dr. Öğr. Ü. Selen IŞIK MADEN**

**ISPARTA-2018**



SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                 |      |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|------|
| Öğrencinin Adı Soyadı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Merve ERTÜRK                                                                    |      |
| Anabilim Dalı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | İktisat                                                                         |      |
| Tez Başlığı                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Turizmin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir İnceleme |      |
| Yeni Tez Başlığı <sup>1</sup><br>(Eğer değişmesi önerildi ise)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Türk Turizm Sektörünün Ekonomik Etkilerinin Girdi-Çıktı Yöntemiyle Analizi      |      |
| <p>Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği hükümleri uyarınca yapılan Yüksek Lisans Tez Savunma Sınavında Jürimiz 23/03/2018 tarihinde toplanmış ve yukarıda adı geçen öğrencinin Yüksek Lisans tezi için;</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> OY BİRLİĞİ <input type="checkbox"/> OY ÇOKLUĞU<sup>2</sup></p> <p>ile aşağıdaki kararı almıştır.</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavı sonucunda aday başarılı bulunmuş ve tez <b>KABUL</b> edilmiştir.<br/><input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavı sonucunda tezin <b>DÜZELTİLMESİ</b><sup>3</sup> kararlaştırılmıştır.<br/><input type="checkbox"/> Yapılan savunma sınavı sonucunda aday başarısız bulunmuş ve tezin <b>REDDEDİLMESİ</b><sup>4</sup> kararlaştırılmıştır.</p> |                                                                                 |      |
| TEZ SINAV JÜRİSİ                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Adı Soyadı/Üniversitesi                                                         | İmza |
| Danışman                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Dr. Öğretim Üyesi Selen IŞIK MADEN                                              |      |
| Jüri Üyesi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Dr. Öğretim Üyesi Utku ONGUN                                                    |      |
| Jüri Üyesi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Dr. Öğretim Üyesi Ayşegül BAYKUL                                                |      |
| Jüri Üyesi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                 |      |
| Jüri Üyesi                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                 |      |

<sup>1</sup> Tez başlığının DEĞİŞTİRİLMESİ ÖNERİLDİ ise yeni tez başlığı ilgili alana yazılacaktır. Değişme yoksa çizgi (-) konacaktır.

<sup>2</sup> OY ÇOKLUĞU ile alınan karar için muhalefet gerekçesi raporu eklenmelidir.

<sup>3</sup> DÜZELTME kararı için gerekçeli jüri raporu eklenmeli ve raporu tüm üyeler imzalamalıdır.

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM-ÖĞRETİM VE SINAV YÖNETMELİĞİ Madde 28-(4) Tezi hakkında DÜZELTME kararı verilen öğrenci sınav tarihinden itibaren en geç üç ay içinde gerekçini yaparak tezini aynı jüri önünde yeniden savunur.

<sup>4</sup> Tezi REDDEDİLEN öğrenciler için gerekçeli jüri raporu eklenmeli ve raporu tüm üyeler imzalamalıdır. Tezi reddedilen öğrencinin enstitü ile ilişkisi kesilir.



T.C.  
**SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**



**YEMİN METNİ**

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum “**Türk Turizm Sektörünün Ekonomik Etkilerinin Girdi-Çıktı Yöntemiyle Analizi**” adlı çalışmanın, tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadar ki bütün süreçlerde bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurulmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Bibliyografya’da gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve onurumla beyan ederim.

  
**Merve ERTÜRK**  
**23.03.2018**

## ÖZET

ERTÜRK, Merve, *Türk Turizm Sektörünün Ekonomik Etkilerinin Girdi-Çıktı Yöntemiyle Analizi*, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 2018.

Son yarım yüzyıl içerisinde bulundukları ülkelerden başka ülkelere çeşitli amaçlarla seyahat eden insanların sayısındaki artış, ülkelerde yarattığı sosyal ve ekonomik etkiler nedeniyle araştırmacılar açısından ilgi odağı haline gelmiştir. Ekonomi ve sosyal çevre üzerinde etkili bir unsur olan turizm sektörü; GSMH içindeki payı, dış ticaret açıklarını kapatmadaki yeri, diğer sektörlerle ilişkisi ve geniş istihdam olanakları sağlaması ile ülke ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır.

Bu tez çalışmasında, Türkiye ekonomisi içinde yer alan ekonomik üretim sektörlerinden birisi olan turizm sektörünün; üretim, katma değer, ihracat, ithalat ve diğer sektörlerle olan ilişkilerini ortaya çıkararak, sektörün ülke ekonomisi içindeki yerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda, ilk olarak 2002-2016 yılları arasındaki turizm sektörüne ait belirli makroekonomik büyüklükler incelenmiştir. Daha sonra Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yayınlanan son iki girdi- çıktı tablosu olan 2002 ve 2012 Girdi-Çıktı tabloları kullanılarak, söz konusu ilişkiler Girdi-Çıktı Analizi yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Girdi-çıktı tabloları kullanılarak sektörün ileri ve geri bağlantı katsayıları hesaplanmış, sektörün genel yapısı ve ekonomi için kilit sektör olma durumu analiz edilmiştir. Ayrıca sektörün üretim ve istihdam çarpanı katsayıları hesaplanmış ve üretimin ithalata bağımlılık durumu incelenmiştir.

Yapılan analiz sonucunda, turizm sektörünün katma değer açısından ülke ekonomisi için önemli olduğu ve sektördeki üretim ara girdisinde ithalatın payının arttığı görülmüştür. Turizm sektörüne yapılacak yatırımların ve artan talebin hem kendi sektörünü hem de diğer sektörleri uyararak, ekonomiyi canlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Turizm Sektörü, Turizmin Ekonomik Etkileri, Girdi-Çıktı Analizi, İleri ve Geri Bağlantı Katsayıları, Çarpan Katsayıları

## ABSTRACT

ERTÜRK, Merve, *Analysis of Economic Impacts of Turkish Tourism Sector by Input-Output Method*, Master Thesis, Isparta, 2018.

In the last half century, the increase in the number of people travelling to countries other than their countries for various purposes has become a focus of interest for researchers because of the social and economic effects they have created in the countries. Tourism sector, which is an influential element in economy and social environment, has an important place in the country's economy with its share in GNP, its place in closing foreign trade deficits, its relationship with other sectors and its wide employment opportunities.

In this thesis, it was aimed to determine the place of the tourism sector in the country by revealing its relations with production, value added, export, import and other sectors, which is one of the economic production sectors in the Turkish economy.

For this purpose, tourism revenues and the number of tourists from 2002-2016 were expressed first and certain macroeconomic aggregates were analyzed. Then, using 2002 and 2012 Input - Output tables, which are the last two input - output tables published by Turkish Statistical Institute, these relationships were explained with the help of Input - Output analysis. Using the input-output tables, forward and backward connection coefficients of the sector were calculated and the general structure of the sector and the key sector for the economy were analyzed. In addition, production and employment multiplier coefficients of the sector were calculated and the dependence of production on imports were examined.

As a result of the analysis, it was observed that the tourism sector is important for the country's economy in terms of added value and the share of imports in the production intermediate input in the sector is increasing. It was concluded that investments and increasing demand for tourism sector stimulated both its own sector and other sectors, stimulating the economy.

**Key Words:** Tourism, Tourism Sector, Economic Effects of Tourism, Input-Output Analysis, Forward and Backward Connection Coefficients, Multiplier Coefficients

## İÇİNDEKİLER

|                                  |       |
|----------------------------------|-------|
| TEZ SAVUNMA SINAV TUTANAĞI ..... | iii   |
| YEMİN METNİ .....                | iv    |
| ÖZET.....                        | v     |
| ABSTRACT .....                   | vi    |
| İÇİNDEKİLER .....                | viii  |
| KISALTMALAR .....                | xiii  |
| TABLolar LİSTESİ.....            | xiv   |
| ŞEKİL LİSTESİ.....               | xvi   |
| ÖNSÖZ.....                       | xviii |
| GİRİŞ .....                      | 1     |

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM VE TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

|                                                         |    |
|---------------------------------------------------------|----|
| 1.1. TURİZM KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ .....                | 4  |
| 1.2. TURİST KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ .....                | 8  |
| 1.3. TURİZM SEKTÖRÜ VE ÖZELLİKLERİ.....                 | 10 |
| 1.4. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ.....                    | 12 |
| 1.5. TURİZMİN SINIFLANDIRILMASI.....                    | 16 |
| 1.5.1. Sayısal Açıdan Sınıflandırma.....                | 16 |
| 1.5.1.1. Bireysel (Ferdî) Turizm .....                  | 17 |
| 1.5.1.2. Grup Turizmi .....                             | 17 |
| 1.5.1.3. Kitle Turizmi .....                            | 18 |
| 1.5.2. Ulusal Coğrafi Sınırlara Göre Sınıflandırma..... | 18 |
| 1.5.2.1. İç Turizm .....                                | 18 |
| 1.5.2.2. Dış Turizm.....                                | 19 |
| 1.5.2.2.1. Dış Aktif Turizm.....                        | 20 |
| 1.5.2.2.2. Dış Pasif Turizm .....                       | 21 |
| 1.5.3. Yaşam Dönemine Göre Sınıflandırma .....          | 21 |

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| 1.5.3.1. Gençlik Turizmi.....                             | 22 |
| 1.5.3.2. Orta Yaş Turizmi (Üretken Yaşam Dönemi) .....    | 23 |
| 1.5.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi.....                          | 23 |
| 1.5.4. Mevsimsel Özelliklerine Göre Sınıflandırma.....    | 24 |
| 1.5.4.1. Yaz Turizmi .....                                | 24 |
| 1.5.4.2. Kış Turizmi.....                                 | 25 |
| 1.5.4.3. Sezon Dışı Turizm .....                          | 26 |
| 1.5.5. Yaşam Tarzlarına Göre Sınıflandırma .....          | 26 |
| 1.5.5.1. Sosyal Turizm .....                              | 27 |
| 1.5.5.2. Lüks Turizm.....                                 | 28 |
| 1.5.6. Konaklama Süresine Göre Sınıflandırma.....         | 28 |
| 1.5.6.1. Kısa Süreli Turizm.....                          | 28 |
| 1.5.6.2. Uzun Süreli Turizm .....                         | 29 |
| 1.6. ALTERNATİF (TAMAMLAYICI) TURİZM.....                 | 29 |
| 1.6.1. Kültür Turizmi.....                                | 31 |
| 1.6.2. Kongre Turizmi .....                               | 32 |
| 1.6.3. Sağlık Turizmi.....                                | 33 |
| 1.6.3.1. Medikal Turizm .....                             | 34 |
| 1.6.3.2. Termal Turizm .....                              | 34 |
| 1.6.3.3. Yaşlı ve Engelli Turizmi.....                    | 35 |
| 1.6.4. Kırsal Turizm .....                                | 36 |
| 1.6.5. Rekreasyon Turizmi .....                           | 37 |
| 1.6.6. Spor Turizmi.....                                  | 37 |
| 1.6.7. Deniz Turizmi.....                                 | 38 |
| 1.6.8. Golf Turizmi.....                                  | 39 |
| 1.6.9. İnanç Turizmi .....                                | 40 |
| 1.7. İNSANLARI TURİZM FAALİYETİNE YÖNELTEN FAKTÖRLER..... | 42 |
| 1.7.1. İç Faktörler .....                                 | 42 |
| 1.7.2. Dış Faktörler.....                                 | 45 |
| 1.8. TURİZMİN GELİŞMESİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER.....     | 47 |
| 1.8.1. Ücretli Tatil .....                                | 47 |
| 1.8.2. Boş Zaman Artışı.....                              | 47 |

|                                                                  |    |
|------------------------------------------------------------------|----|
| 1.8.3. Teknolojik İlerlemeler .....                              | 48 |
| 1.8.4. Gelir Artışı.....                                         | 49 |
| 1.8.5. Sosyal Güvenliğin Gelişmesi .....                         | 50 |
| 1.8.6. İnsan Ömrünün Uzaması .....                               | 50 |
| 1.8.7. Seyahat Özgürlüğü .....                                   | 51 |
| 1.8.8. Turizm Bilinci ve Eğitim Seviyesi Artışı .....            | 51 |
| 1.8.9. Nüfus Artışı ve Kentleşme .....                           | 52 |
| 1.8.10. Güvenlik Arayışı .....                                   | 52 |
| 1.8.11. Hizmetten Deneyim Ekonomilerine Doğru Olan Değişim ..... | 52 |

## **İKİNCİ BÖLÜM**

### **TURİZMİN EKONOMİYİ ETKİLEME KANALLARI VE TÜRKİYE’DE TURİZMİN GENEL DURUMU**

|                                                    |    |
|----------------------------------------------------|----|
| 2.1. TURİZM VE EKONOMİ İLİŞKİSİ.....               | 54 |
| 2.1.1. Turizm Arzı .....                           | 55 |
| 2.1.1.1. Turizm Arzının Özellikleri .....          | 56 |
| 2.1.1.2. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler .....   | 57 |
| 2.1.1.2.1. Doğal Kaynaklar .....                   | 58 |
| 2.1.1.2.2. Alt Yapı.....                           | 58 |
| 2.1.1.2.3. Üst Yapı .....                          | 59 |
| 2.1.1.2.4. Sosyo-Kültürel Varlıklar.....           | 59 |
| 2.1.1.2.5. Konukseverlik .....                     | 60 |
| 2.1.1.2.6. Ulaştırma Durumu .....                  | 60 |
| 2.1.2. Turizm Talebi .....                         | 61 |
| 2.1.2.1. Turizm Talebinin Özellikleri .....        | 63 |
| 2.1.2.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler ..... | 64 |
| 2.1.2.2.1. Ekonomik Faktörler .....                | 64 |
| 2.1.2.2.1.1. Fiyat Düzeyi .....                    | 64 |
| 2.1.2.2.1.2. Gelir Düzeyi .....                    | 66 |
| 2.1.2.2.1.3. Ekonomik Uzaklık.....                 | 66 |

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 2.1.2.2.1.4. Reklam ve Tanıtım .....                                          | 67 |
| 2.1.2.2.2. Toplumsal Faktörler .....                                          | 68 |
| 2.1.2.2.2.1. Nüfus Yapısı .....                                               | 68 |
| 2.1.2.2.2.2. Aile Yapısı .....                                                | 69 |
| 2.1.2.2.2.3. Eğitim Düzeyi .....                                              | 69 |
| 2.1.2.2.2.4. Meslek .....                                                     | 70 |
| 2.1.2.2.2.5. Dil Güçlükleri .....                                             | 71 |
| 2.1.2.2.2.6. Kentleşme Düzeyi .....                                           | 71 |
| 2.1.2.2.2.7. Boş Zaman .....                                                  | 72 |
| 2.1.2.2.3. Psikolojik Faktörler .....                                         | 72 |
| 2.1.2.2.3.1. Kişilik Yapısı ve Motivasyon .....                               | 73 |
| 2.1.2.2.3.2. Kültürel Uzaklık .....                                           | 73 |
| 2.1.2.2.3.3. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar .....                                | 74 |
| 2.1.2.2.4. Politik Faktörler .....                                            | 74 |
| 2.1.3. Turizmin Ekonomiye Olumlu ve Olumsuz Etkileri .....                    | 75 |
| 2.1.3.1. Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Etkileme Kanalları .....       | 75 |
| 2.1.3.1.1. Turizmin Moneter (Parasal) Karakterli Ekonomik Etkileri .....      | 75 |
| 2.1.3.1.1.1. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi .....                   | 76 |
| 2.1.3.1.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi .....                             | 78 |
| 2.1.3.1.1.3. Turizm Yatırımlarının Gelir Etkisi .....                         | 79 |
| 2.1.3.1.1.4. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi .....              | 79 |
| 2.1.3.1.2. Turizmin Reel Karakterli Ekonomik Etkileri .....                   | 81 |
| 2.1.3.1.2.1. Turizmin İstihdama Olan Etkisi .....                             | 81 |
| 2.1.3.1.2.2. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi .....                  | 83 |
| 2.1.3.1.2.3. Turizmin Bölgelerarası Gelişme Düzeyleri Üzerindeki Etkisi ..... | 85 |
| 2.1.3.1.2.4. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi .....                          | 86 |
| 2.1.3.2. Turizmin Ekonomiye Olumsuz Etkisi ve Etkileme Kanalları .....        | 87 |
| 2.1.3.2.1. Turizmin Enflasyon Üzerine Etkisi .....                            | 88 |
| 2.1.3.2.2. Turizmin İthalata Etkisi .....                                     | 90 |
| 2.1.3.2.3. Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi .....                              | 91 |
| 2.1.3.2.4. Turizmin Yabancı Özel Sermayeye Etkisi .....                       | 92 |
| 2.1.3.2.5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi .....                                 | 93 |

|                                                                                    |     |
|------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 2.1.3.2.6. Turizme Aşırı Bağımlılık .....                                          | 93  |
| 2.1.4. Turizmin Sosyal Boyutu.....                                                 | 94  |
| 2.1.4.1. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri .....                                    | 94  |
| 2.1.4.2. Turizmin Çevresel Etkileri .....                                          | 96  |
| 2.2. 2002-2016 YILLARI ARASI TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİ İÇİNDEKİ GENEL DURUMU ..... | 98  |
| 2.3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİNİ ÖLÇEN YÖNTEMLER .....                            | 106 |
| 2.3.1. Turizmin Birincil Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler .....             | 106 |
| 2.3.1.1. Turist Harcamalarının Gözlenmesi Yöntemi.....                             | 106 |
| 2.3.1.2. Alan Araştırmaları Yöntemi .....                                          | 107 |
| 2.3.1.3. Banka Kayıtları Yöntemi .....                                             | 107 |
| 2.3.1.4. Artık Gelirler Yöntemi .....                                              | 108 |
| 2.3.1.5. Mevsimsel Fark Yöntemi .....                                              | 108 |
| 2.3.1.6. Uydu Hesaplama Yöntemi.....                                               | 108 |
| 2.3.1.7. Harcama Oran Yöntemi.....                                                 | 110 |
| 2.3.1.8. Maliyet Faktör Yönetimi .....                                             | 110 |
| 2.3.2. Turizmin İkincil Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler .....              | 111 |
| 2.3.2.1 Çarpan Yöntemi.....                                                        | 111 |
| 2.3.2.2. Girdi-Çıktı Yöntemi .....                                                 | 112 |

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİK ETKİLERİNİN GİRDİ-ÇIKTI YÖNTEMİYLE ANALİZİ

|                                                       |     |
|-------------------------------------------------------|-----|
| 3.1. LİTERATÜR TARAMASI .....                         | 113 |
| 3.2. ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE YÖNTEM .....            | 116 |
| 3.2.1. Araştırmanın Tasarımı.....                     | 117 |
| 3.2.2. Girdi-Çıktı Yöntemi .....                      | 119 |
| 3.2.2.1. Girdi-Çıktı Modelinin Kullanım Alanları..... | 120 |
| 3.2.2.2. Girdi – Çıktı Akım Tablosu .....             | 121 |
| 3.2.2.2.1. Endüstrilerarası İlişkiler Kesimi .....    | 124 |

|                                                                                                                            |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 3.2.2.2.2. Nihai Talep Kesimi .....                                                                                        | 125        |
| 3.2.2.2.3. Katma Değer Kesimi.....                                                                                         | 125        |
| 3.2.2.2.4. Nihai Talebe Giden Katma Değer Kesimi .....                                                                     | 126        |
| 3.2.2.3. Girdi Katsayıları, Girdi Katsayıları Matrisi ve Leontief Ters Matrisi ....                                        | 129        |
| 3.2.2.4. Çıktı Katsayıları, Çıktı Katsayıları Matrisi ve Ghosh Ters Matrisi.....                                           | 131        |
| 3.2.2.5. Endüstriyel Bağınlaşma Yapısı.....                                                                                | 132        |
| 3.2.2.5.1. Doğrudan İleri ve Geri Bağlantı Etkileri .....                                                                  | 132        |
| 3.2.2.5.3. İleri ve Geri Bağlantı Endeksleri .....                                                                         | 135        |
| 3.2.2.5.4. Bağlantı Etkilerinin Dağılımı.....                                                                              | 136        |
| 3.2.2.5.5. Yatırım Öncelikleri ve Kilit Sektör.....                                                                        | 138        |
| 3.2.2.6. Çarpan Analizleri.....                                                                                            | 139        |
| 3.2.2.6.1. Üretim Çarpanı Analizi.....                                                                                     | 140        |
| 3.2.2.6.2. İstihdam Çarpanı Analizi .....                                                                                  | 140        |
| 3.2.2.7. İthalata Bağımlılık Analizi .....                                                                                 | 141        |
| 3.3. 2002 VE 2012 YILI GİRDİ-ÇIKTI TABLOLARI İTİBARIYLA TURİZM SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİNDEKİ YERİNİN ANALİZİ ..... | 143        |
| 3.3.1. Türkiye Ekonomisi İçin Hazırlanan Girdi Çıktı Tabloları .....                                                       | 143        |
| 3.3.2. Endüstrilerarası Bağlantıların Hesaplanması .....                                                                   | 149        |
| 3.3.2.1. Endüstrilerarası Doğrudan İleri ve Geri Bağlantıların Hesaplanması ....                                           | 150        |
| 3.3.2.2. Endüstrilerarası Toplam İleri ve Geri Bağlantıların Hesaplanması.....                                             | 153        |
| 3.3.2.3. Toplam İleri ve Geri Bağlantı Etkilerinin Dağılım Ölçülerinin Hesaplanması.....                                   | 157        |
| 3.3.3. Turizm Sektörünün Oluşturduğu Katma Değerin Hesaplanması.....                                                       | 158        |
| 3.3.4. Turizm Sektörü Çarpan Analizinin Hesaplanması.....                                                                  | 160        |
| 3.3.4.1. Üretim Çarpanları .....                                                                                           | 160        |
| 3.3.4.2. İstihdam Çarpanları .....                                                                                         | 161        |
| 3.3.5. Turizm Sektörünün Üretiminin İthalata Bağımlılığının Hesaplanması .....                                             | 162        |
| <b>SONUÇ VE DEĞERLENDİRME .....</b>                                                                                        | <b>166</b> |
| <b>KAYNAKÇA .....</b>                                                                                                      | <b>174</b> |
| <b>EKLER.....</b>                                                                                                          | <b>190</b> |
| <b>ÖZ GEÇMİŞ.....</b>                                                                                                      | <b>214</b> |

## KISALTMALAR

|               |                                                                                                                                                                                |
|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ABD</b>    | :Amerika Birleşik Devletleri                                                                                                                                                   |
| <b>AIDS</b>   | :Acquired Immune Deficiency Syndrome                                                                                                                                           |
| <b>AIENT</b>  | :Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti                                                                                                                               |
| <b>CPA</b>    | :Statistical Classification of Products by Activity in the Europeab<br>Economic Community- Avrupa Ekonomik Topluluğu Faaliyete Göre<br>Ürünlerin İstatistiki Sınıflandırılması |
| <b>DİE</b>    | :Devlet İstatistik Enstitüsü                                                                                                                                                   |
| <b>DPT</b>    | :Devlet Planlama Teşkilatı                                                                                                                                                     |
| <b>ESA</b>    | :Avrupa Hesaplar Sistemi                                                                                                                                                       |
| <b>GSKD</b>   | :Gayrisafi Katma Değer                                                                                                                                                         |
| <b>GSMH</b>   | :Gayrisafi Milli Hâsıla                                                                                                                                                        |
| <b>JCI</b>    | :Joint Commission International- Uluslararası Ortak Komisyon                                                                                                                   |
| <b>KDV</b>    | :Katma Değer Vergisi                                                                                                                                                           |
| <b>MEGEP</b>  | :Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi                                                                                                                  |
| <b>MÖ</b>     | :Milattan Önce                                                                                                                                                                 |
| <b>MS</b>     | :Milattan Sonra                                                                                                                                                                |
| <b>NACE</b>   | :Nomenclature Generale des Activities Economique das les<br>Communautes Europennes) – Avrupa Topluluklarındaki Ekonomik<br>Faaliyetlerin Genel Adlandırılması                  |
| <b>OECD</b>   | :Organisation for Economic Cooperation and Development-<br>Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü                                                                               |
| <b>ÖTV</b>    | :Özel Tüketim Vergisi                                                                                                                                                          |
| <b>SNA</b>    | :Ulusal Hesaplar Sistemi                                                                                                                                                       |
| <b>TFL</b>    | :Toplam İleri Bağlantı Etkisi                                                                                                                                                  |
| <b>TL</b>     | :Türk Lirası                                                                                                                                                                   |
| <b>TLB</b>    | :Toplam Geri Bağlantı Etkisi                                                                                                                                                   |
| <b>TLF</b>    | :Toplam İleri Bağlantı Etkisi                                                                                                                                                  |
| <b>TSA</b>    | :Tourism Satellite Account – Turizm Uydu Hesabı                                                                                                                                |
| <b>TTÇ</b>    | :Toplam Turizm Çarpanı                                                                                                                                                         |
| <b>TÜİK</b>   | :Türkiye İstatistik Kurumu                                                                                                                                                     |
| <b>TÜRSAB</b> | :Türkiye Seyahat Acentaları Birliği                                                                                                                                            |
| <b>UNESCO</b> | :United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization -<br>Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü                                                      |
| <b>WIOD</b>   | :World Input- Output Database - Dünya Giriş Çıkış Veri Tabanı                                                                                                                  |
| <b>WTO</b>    | :Dünya Turizm Örgütü                                                                                                                                                           |
| <b>WTTC</b>   | : The World Travel & Tourism Council-Dünya Seyahat ve Turizm<br>Konseyi                                                                                                        |

## TABLÖLAR LİSTESİ

|                                                                                                                                                                 |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tablo 1.1.</b> Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler .....                                                                | 6   |
| <b>Tablo 1.2.</b> Kitle Turizmi ve Alternatif Turizmin Çevre İle İlişkilerini Ortaya Koyan Özellikler.....                                                      | 41  |
| <b>Tablo 2.1.</b> Dış Turizm Bilançosu.....                                                                                                                     | 77  |
| <b>Tablo 2.2.</b> Turizm Gelirleri, Turizm Giderleri, Ziyaretçi Sayısı ve Ziyaretçi Başına Ortalama Harcama Verilerinin Yıllar İçinde Gelişimi (2002-2016)..... | 99  |
| <b>Tablo 2.3.</b> Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hâsıla İçindeki Payının Yıllar İçindeki Gelişimi (2002-2016).....                                        | 101 |
| <b>Tablo 2.4.</b> Turizm Gelirlerinin İhracat ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Paylarının Yıllar İçindeki Gelişimi (2002-2016).....                      | 102 |
| <b>Tablo 2.5.</b> Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı (2002-2016).....                                                                       | 103 |
| <b>Tablo 2.6.</b> Turizm Belgeli Konaklama Tesislerine Ait Tesis, Oda ve Yatak Sayılarının Yıllar İçindeki Gelişimi (2002-2016).....                            | 104 |
| <b>Tablo 2.7.</b> Turizm Sektörünün İstihdam Sayısı (2002-2016).....                                                                                            | 105 |
| <b>Tablo 2.8.</b> Turizm Uydu Hesapları (TSA) Yapısı.....                                                                                                       | 109 |
| <b>Tablo 3.1.</b> Girdi-Çıktı Akım Tablosu.....                                                                                                                 | 123 |
| <b>Tablo 3.2.</b> Türkiye 2002 Yılı Girdi-Çıktı Tablolarında Yer Alan Sektörler .....                                                                           | 144 |
| <b>Tablo 3.3.</b> Türkiye 2012 Yılı Girdi-Çıktı Tablolarında Yer Alan Sektörler .....                                                                           | 145 |
| <b>Tablo 3.4.</b> NACE Rev.1.1 ve NACE Rev.2 Esas Alınarak Topplulaştırılmış 2002 ve 2012 Yılı Girdi-Çıktı Tablosu Sektörleri .....                             | 148 |
| <b>Tablo 3.5.</b> 2002 ve 2012 Yılı Girdi-Çıktı Tabloları Turizm Alt Sektörleri.....                                                                            | 149 |
| <b>Tablo 3.6.</b> 2002 ve 2012 Yılı Topplulaştırılmış Sektörlerin Doğrudan Geri ve İleri Bağlantı Etkileri .....                                                | 150 |
| <b>Tablo 3.7.</b> 2002 ve 2012 Yılı Topplulaştırılmış Sektörlerin Doğrudan Geri ve İleri Bağlantı Etkilerinin Endeksleri .....                                  | 152 |
| <b>Tablo 3.8.</b> 2002 ve 2012 Yılı Topplulaştırılmış Sektörlerin Toplam Geri ve İleri Bağlantı Etkileri.....                                                   | 154 |
| <b>Tablo 3.9.</b> 2002 ve 2012 Yılı Topplulaştırılmış Sektörlerin Toplam Geri ve İleri Bağlantı Etkilerinin Endeksleri.....                                     | 156 |

|                                                                                                                                   |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tablo 3.10.</b> 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Toplam Geri ve İleri Bağlantı Etkilerinin Dağılım Ölçüleri..... | 157 |
| <b>Tablo 3.11.</b> 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Katma Değer Oranları....                                        | 159 |
| <b>Tablo 3.12.</b> 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Üretim Çarpanı Katsayıları .....                                | 160 |
| <b>Tablo 3.13.</b> 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İstihdam Çarpanı Katsayıları .....                              | 162 |
| <b>Tablo 3.14.</b> 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İthalat Geriye Bağ Katsayıları .....                            | 163 |
| <b>Tablo 3.15.</b> 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İthalat İleriye Bağ Katsayıları .....                           | 164 |
| <b>Tablo 3.16.</b> 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İhracatlarının Toplam Üretimleri İçindeki Payı.....             | 165 |

## ŞEKİL LİSTESİ

**Şekil 1.1.** Türkiye'ye Geliş Amaçlarına Göre Yabancı Turist Oranları (2003, 2016) ....46



## ÖNSÖZ

Yüksek lisans tezimin yazımında ve tamamlanmasında değerli fikirleri ile bana yol gösteren, yönlendiren ve yardımlarını esirgemeyen tez danışmanım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Selen IŞIK MADEN' e teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca çalışmalarım sırasında bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım Sayın Dr. Öğr. Üyesi Gülay BULGAN' a, Prof. Dr. İsmail TUNCER' e, Doç. Dr. M. Ozan BAŞKOL' a, Dr. Öğr. Üyesi Barış GÖK' e, Dr. Öğr. Üyesi Ş. Mustafa ERSUNGUR' a ve Dr. Ayhan GÖLCÜKCÜ' ye ve aynı zamanda tez savunmamda görev alan Dr. Öğr. Üyesi Utku ONGUN ve Dr. Öğr. Üyesi Ayşegül BAYKUL' a teşekkürlerimi sunarım. Yine gerek lisans eğitimimde gerekse yüksek lisans eğitimim boyunca ders aldığım tüm kıymetli hocalarıma saygılarımı sunar ve teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca maddi ve manevi hiçbir desteklerini esirgemeyen, her zaman yanımda olan aileme ve arkadaşlarıma sonsuz şükranlarımı sunarım.

Merve ERTÜRK

Isparta, 2018

## GİRİŞ

Turizm kişilerin mevcut boş zaman ve tasarruflarını değerlendirmeleri kararıyla başlayan yatırım, tüketim, istihdam ve kamu gelirleri gibi çeşitli boyutları bulunan bir faaliyettir (Toprak, 2008: 83).

Birinci Dünya Savaşı'na kadar insanlar arasında lüks bir ihtiyaç gibi görülen, 1960'lı yıllara kadar ise kültürel bir faaliyet olarak kabul edilen turizm faaliyetleri günümüzde zorunlu ihtiyaçlar arasına girmeye başlamıştır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren ülkeler için ekonomik sorunların çıkış kapısı olmuştur. Turizm sektörü özellikle gelişmekte olan ülkeler için gerekli olan döviz girdisinin sağlanması, ülkede üretim çeşitliliği oluşturmaya ve istihdam sorununun çözümü için çok önemli bir kaynaktır. Turizm aynı zamanda, yurt içinde yarattığı katma değer ve diğer sektörlerle sağladığı katkıları ile de makroekonomik açıdan birçok üstünlükleri bulunan bir sektördür.

Turizm sektörü sayesinde bir bölgeden elde edilen gelir yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmekte, bölgenin alt yapı yatırımlarını da arttırmaktadır. Yerel kültürün canlanmasına, sürdürülmesine, dış göçlerin engellenmesine, kültürel çeşitlenmelerin sağlanmasına, tarihi alanların, doğal güzelliklerin korunmasına ve geliştirilmesine olanaklar sağlamaktadır. Tüm bunların yanında turizm sektörü sürekli gelişen bir sektör olsa dahi gerek ülke içinde gerekse dünyada yaşanan terör ve şiddet olaylarından olumsuz etkilenmektedir. İnsanların turistik seyahatlere ya da güvenlik açısından zayıf olan destinasyonlara bakış açıları değişmektedir. Ayrıca, yaşanan siyasi ve ekonomik krizler, doğa olayları ve salgınlar da turizm sektörünün olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır.

Turizm sektörü, GSMH içindeki payı, diğer sektörlerle olan girdi-çıkış ilişkileri, istihdam olanakları ve ihracatı artırıcı etkisi nedeniyle ekonominin en önemli sektörlerinden birisidir. Turizmin kendisine bağlı diğer sektörleri harekete geçirmesi, turizm ekonomisinin uyarıcı olarak adlandırılmasına neden olmaktadır.

Sağladığı girdiler ile birlikte diğer sektörlerin gelişmesine etkileri olan turizm sektörünün, Türkiye ekonomisi içindeki yerinin, ekonomi üzerindeki etkisinin ve diğer

endüstrilerle girdi-çıktı ilişkisinin belirlenmesi çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Turizm sektöründe meydana gelecek üretim artışının diğer sektörlerde ve ekonomide meydana getireceği etkiler gösterilmeye çalışılmıştır. Turizm sektörünün girdi-çıktı yöntemiyle analiz edilmesi sonucu ekonomi içindeki yeri ve önemi ön plana çıkarılmıştır. Yine turizm sektörünün hangi sektörlerden ne ölçüde girdi talep ettiği ve hangi sektörlere çıktı sunduğu belirlenmiştir.

Endüstrilerarası analizlerin ilk uygulaması 1936 yılında Wassily Leontief tarafından ADB ekonomisine uygulanmıştır. Leontief' in yaptığı bu çalışma sonrasında birçok ülkede endüstrilerarası ilişkileri konu alan ampirik çalışmalar yapılmıştır. ABD' de yapılan ilk ayrıntılı endüstrilerarası araştırma Leontief öncülüğünde Bureau of Statistics tarafından hazırlanan 1947 yılı Girdi-Çıktı akım tablosudur. Bu çalışma ile ABD ekonomisi hakkında istatistiki bilgilerde önemli ilerleme sağlanmıştır. Leontief ten sonra Girdi- Çıktı alanındaki çalışmalara 1950 yılından sonra başlanmıştır.

Türkiye'nin ekonomik yapısal analizi ve ekonominin planlanması amacıyla da ulusal düzeyde Girdi – Çıktı akım tabloları düzenlenmektedir. Bu tablolar; 1959, 1963, 1968, 1973, 1979, 1985, 1990, 1998, 2002 ve 2012 yıllarına aittir. 1959, 1963 ve 1968 yıllarındaki Girdi – Çıktı tabloları Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından ve diğer yıllardaki tablolar ise Devlet İstatistik Enstitüsü (Türkiye İstatistik Kurumu) tarafından hazırlanmıştır. Türkiye'de, bu çalışmaların dışında da milli, bölgesel ve endüstri bazında çalışmalar gerçekleştirilmiştir.

Bu çalışmanın amacı da, Türk turizm sektörünün ekonomi üzerindeki etkilerini incelemek, çeşitli verilerle ekonomi içerisindeki yerini ortaya koymak, sektörler arasındaki üretim ilişkilerinde yerini belirlemek ve üretim aşamasında ithal ara girdi bağımlılığını incelemektir.

Bu amaç doğrultusunda hazırlanan tez çalışması üç bölümden meydana gelmektedir.

Birinci bölümde, farklı bakış açıları ile turizmin tanımına yer verilmiş, özelliklerine değinilmiş ve sınıflandırması yapılmıştır. İnsanlar neden turizm faaliyetine katılır ve neden turizm sektörü içerisinde yer almak ister? sorusunun cevabı verilmiş ve turizmin gelişmesinde etkili olan faktörler kavramsal olarak ele alınmıştır.

İkinci bölümde, turizm arzı, turizm talebi ve bunları etkileyen faktörler irdelenmiştir. Turizmin ekonomi üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri ayrıntılı olarak değerlendirilmiş, sosyal ve çevresel her türlü etkilerine yer verilmiştir. Hemen ardından Türk turizm sektörünün gelişim süreci, ekonomi üzerindeki etkileri ve ekonomi içerisindeki yeri 2002-2016 yılları arasındaki makroekonomik veriler ile analiz edilmiştir. Bölümün sonunda ise turizm sektörünün ekonomi üzerindeki etkilerini ölçmeyi sağlayan yöntemler anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde, öncelikle çalışma konusuyla ve yöntemle ilgili literatürde bulunan çalışmalar incelenmiştir. Daha sonra yapılan çalışma ana hatlarıyla ve Girdi-Çıktı Yöntemi kapsamlı bir şekilde anlatılmıştır. Daha sonra çalışmanın uygulamasına geçilmiş ve TÜİK tarafından en son hazırlanmış olan 2002 ve 2012 Girdi-Çıktı Tabloları kullanılarak turizm sektörünün diğer sektörlerden talep ettiği girdi miktarları ve diğer sektörlerle arz ettiği çıktı miktarları ile oluşturulan endüstriyel bağınlaşma yapısı tablolar yardımı ile incelenmiştir. Turizm sektörünün ekonomi içerisinde yatırım önceliklerine göre yeri analiz edilmiştir. Ayrıca, Türk turizm sektörü tarafından yaratılan katma değer, oluşan ekonomik çarpan katsayıları hesaplanmış, sektörün üretim aşamasında ithalata bağımlılığı ölçülmüştür.

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **TURİZM VE TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR**

Turizm olayı ilk çağlardan günümüze kadar gelen bir faaliyettir. Her yıl milyonlarca kişi turizm faaliyetine katılmakta ve turizm potansiyeline sahip ülkeler de önemli gelir elde etmektedir. Turizmin ekonomik etkileri yanında daha birçok etkisi bulunmaktadır. Tüm bunlar nedeniyle turizm üzerinde durulması gereken evrensel bir olaydır.

Çalışmanın bu bölümünde öncelikle turizm kavramsal olarak incelenmiştir. Turizmin, turistin ve turizm sektörünün tanımı ve özellikleri, turizmin sınıflandırılması, insanları turizm olayına yöneltten faktörler ve turizmin gelişmesinde etkili olan faktörler hakkına çeşitli bilgiler verilmiştir.

#### **1.1. TURİZM KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ**

Turizm konusuyla ilgili yapılan araştırmaların temel zorluklarından biri net bir turizm tanımının olmamasıdır. Çünkü geniş ve karmaşık bir yapıyı, tek tanım ile ifade etmeye çalışmak kolay olmamaktadır. Bugüne kadar olan çalışmalarda, turizmin birkaç yönü üzerinde durulmuştur. Turizmi inceleyenlerin farklı bakış açıları ve farklı çalışma alanları ile çeşitli turizm tanımları ortaya çıkmıştır (Ünlüönen vd., 2014: 16).

Turizmin kavram olarak kökenine inildiğinde Latince “tornus” sözcüğü ile karşılaşılır. İngilizce’ de bulunan “touring” ve “tour” sözcüklerinin kökeni de budur. Dairesel bir hareketi, yer değiştirmeyi ifade etmektedir. “Touring” ise bunun yanında zevk için ya da eğitim-kültür gibi nedenlerle seyahat etmelerde kullanılmaktadır. Buradan hareketle “tour” başlanılan yere dönme suretiyle çıkılan kısa veya uzun seyahatlerdir (Akat, 2000:2). Türkçede bulunan “seyyah” sözcüğü “turist” sözcüğünün, “seyahat” sözcüğü ise “turizm” sözcüğünün karşılığı olarak bilinmektedir. Dilimize Fransızcadan gelip yerleşmiş ve kalmıştır (Ünlüönen vd., 2014: 17).

Turizm alanındaki alışmalar XIX. yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Tanımlama konusunda ilk turizm tanımını 1905 yılında Guyer- Feuler yapmıştır. Guyer- Feuler' a göre; *“turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve topluluklarının birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olay”* olarak tanımlanmaktadır ( Kozak vd., 2010:1).

Modern anlamda turizm tanımını ilk olarak İkinci Dünya Savaşı yıllarında İsviçreli iktisatçılar Walter Hunziker ve Kurt Krapf yapmıştır. Hunziker ve Krapf' a göre; *“turizm, insanların sürekli çalışma ve konutlarının bulunduğu yer dışında yaptıkları seyahat ve konaklamalarından meydana gelen ilişki ve olayların tümü”* şeklinde tanımlanmaktadır. Yapmış oldukları turizm tanımlaması daha sonra Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Cemiyeti (AIEST) tarafından da onaylanmıştır. Aynı şekilde Dünya Turizm rgt de (WTO) 1963 yılında bu tanımlamayı kabul etmiştir ( Bahar ve Kozak, 2015: 29).

**Tablo 1.1. Çeşitli Ülkelerde Turizm Kavramının Tanımında Dikkate Alınan Değişkenler**

| <b>Tanımı Yapan Kurum/Kuruluş</b>    | <b>Göstergeler</b>                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kanada Turizm Komisyonu              | 80 km; toplam sürenin 12 ayı geçmemesi gerekiyor. İş vb. amaçlar rutin turlar kapsam dışında tutuluyor.                                                                                                                                                                  |
| Ontario Turizm Bakanlığı (Kanada)    | Günübirlik turlarda sınır 40 km'dir. Geceleme yapılan turlarda herhangi bir sınır söz konusu değildir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. İş vb. amaçlı rutin turlar kapsam dışındadır.                                                                       |
| Seyahat Endüstrisi Kuruluşu (ABD)    | Sınır 80 mil olarak belirlenmiştir.                                                                                                                                                                                                                                      |
| New Hampshire Eyaleti (ABD)          | Kişinin hukuki anlamda yerleşim yeri dışındaki seyahatlerini kapsamaktadır (uzaklık, zaman ve harcama miktarına bakılmamaktadır).                                                                                                                                        |
| Tayvan Turizm Bürosu                 | Kişinin sürekli yaşadığı çevrenin dışına yapmış olduğu seyahatleri içermektedir. Toplam sürenin 12 ayı aşmaması gerekmektedir. Aışveriş, iş vb. amaçlı seyahatler kapsam dışındadır.                                                                                     |
| Avustralya Turizm Araştırma Bürosu   | Gecelemeye dâhil olan seyahatler için sınır 40 km ve en fazla süre 12 ay olarak belirlenmiştir. Günübirlik veya bazı hallerde ise sınır 50 km. ve süre, en az dört saattir. İş vb. amaçlı rutin seyahatlerde yapılan günübirlik seyahatler kapsam dışında tutulmaktadır. |
| Ulusal Turizm Yönetimi (Çin)         | Altı aylık süreyi geçmemek koşuluyla kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına yapmış olduğu geceleme seyahatleridir. Eğitim amaçlı seyahat eden devlet personeli ve askeri personel, geçici işçiler, eğitim amaçlı öğrenci seyahatleri kapsam dışında tutulmaktadır.        |
| Yeni Zelenda Turizm Danışma Kurulu   | Kişinin sürekli yaşadığı bölge dışına geçici süreyle yapmış olduğu geceleme seyahatleridir.                                                                                                                                                                              |
| Türkiye İstatistik Kurumu            | İkamet edilen ülkeden başka bir ülkeye en az 24 saat(Türkiye) süreyle yapılan seyahatlerdir.                                                                                                                                                                             |
| Kültür ve Turizm Bakanlığı (Türkiye) | İkamet ettiği yerin dışındaki bir yere seyahati içeren faaliyetlerdir. Ülke içindeki seyahatleri altı ay, yurt dışına yönelik seyahatler ise 12 aydan fazla olmamalıdır.                                                                                                 |

Kaynak: Kozak vd., 2010: 4.

Tablo 1.1’de farkı ülkeler için kabul edilen turizm tanımları gösterilmiştir. Her ülke için ortak kanı seyahatlerin yaşanılan yer dışında bir yere yapılması ve geçici olmasıdır. Kişinin devamlı yaşadığı yere tekrar dönmesi gerekmektedir. Ama faaliyetlerin turizm olabilesi için yaşanılan bölgeden uzaklaşılması gereken mesafede farklılıklar mevcuttur.

Farklı turizm tanımlamaları yapıldıktan sonra genel olarak turizmin özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Turizm temelde bir seyahat olayı şeklinde olmaktadır. Bu seyahat olgusuyla da anlatılmak istenen turizm faaliyetine katılan kişilerin devamlı olarak yaşadıkları yer dışında yapılması anlamındadır. Aynı zamanda yapılan bu seyahatin gidilen yere sürekli yerleşim gibi bir amacı bulunmamaktadır (Akat, 1997: 4).
- Turizm faaliyetinde bulunmak kişilerin kendi iradelerinin ve isteklerinin sonucudur. Yani kişilerin turizm faaliyetine katılmalarında tamamıyla serbestlik hakimdir (Yılmaz, 2007: 3).
- Turizm faaliyetinde bulunan kişilerin ticari ya da siyasi bir amacı olmamaktadır. Gittikleri yerlerde para kazanma amacı gütmemektedirler. Dinlenme, eğlenme, eğitim, kültür, yaşanılan çevreden biraz dahi olsa uzaklaşma, sağlık, spor, dini yerlerin ziyareti gibi amaçlar güdülmektedir (Akat, 1997: 4).
- Turizm faaliyetine katılan kişilerin her türlü ihtiyaçları gittikleri yerlerdeki turizm işletmeleri tarafından karşılanmaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 16).
- Turizm faaliyeti sosyal bir olgu özelliği taşımaktadır. Farklı dine, dile, ırka, kültür ve yaşam tarzına, gelenek ve görenekler sahip kişilerin etkileşimini sağlamaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 31).
- Turizmin aynı zamanda ekonomik yönü de bulunmaktadır. Üretim ve tüketim şeklinde çift yönlü bir olaydır. Turizm faaliyetiyle bir ülkeye gelen kişilerin harcamaları ülkeye döviz girişi sağlamak ve ödemeler bilançosunda gelir kısmında yer almaktadır (Usta, 2009: 7).

## 1.2. TURİST KAVRAMI VE ÖZELLİKLERİ

Gittikçe artan turizm talebiyle birlikte bazı ülke ekonomileri için turizm, önemli gelir kaynağı konumunda bulunmaktadır. Kişilerin her yıl büyük oranda turizm talebinde bulunmaları da turist tanımının doğmasına sebep oluşturmaktadır (Toskay, 1983: 19).

Turistin tanımlanmasını ilk olarak yapanlardan birisi Ogilvy' dir. Ogilvy (1933)' e göre turist, *“sürekli oturduğu yerden en çok bir yıl süre ile ayrılan ve geçici olarak gittiği yerlerde buralarda kazanmadığı parayı harcayan kimse”* olarak tanımlanmaktadır.

Turist; turizm tanımına uygun şekilde seyahat eden, ziyaretçi olduğu yerde 24 saatten fazla bulunan veya bir konaklama yerinde en az bir gece kalan, maddi ve manevi gücü sınırlı olan ve boş zamanı olan insandır (Çakır, 1999: 13).

Turistlerin amaçları içinde, gittikleri yerlerde kendi yaşadıkları ortamdan farklı yerleri görmek istemeleri bulunmaktadır. Bu nedenle gittikleri yerlerde değişik uygarlıklar, farklı insanlar, farklı iklimler ve kültürler görmek istemektedirler (Ünal, 1993: 10).

OECD' ye göre turist olarak nitelendirilebilecek kişilerin özellikleri ise şöyledir:

- Ailesiyle veya kendi zevkine göre tatil amacıyla seyahate çıkanlar,
- Deniz gezisi adı altında (oroisera) seyahate çıkanlar,
- Bilimsel, politik, dinsel, sportif gibi aktivitelere katılmak ya da bu gibi nedenlerle toplantılarda bulunmak amacıyla seyahate çıkanlar,
- İş seyahati çerçevesinde seyahate çıkanlar şeklinde sayılabilir.

OECD' ye göre turist niteliğinde olmayan kişilerin özellikleri ise şöyledir:

- Bir ülkeye bir işte çalışma amacıyla gelenler,
- Bir ülkeye devamlı olarak oturmak, yerleşmek için gelenler,
- Oturduğu ülkeden başka bir ülkeye çalışma amacıyla gidenler,
- Okul ve benzeri kurumlara eğitim ve öğretim alma amacıyla gelenler,

- Transit yolculuklar (ülkeden 24 saatten fazla zamanda geçenler de dâhil olmakta) şeklinde sayılabilir (Bayer, 1992: 4).

Turist yerli ve yabancı turist olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır (Hazar, 2007:7);

- Yerli turist; kendi ülkesi sınırları içerisinde 24 saatten kısa, altı aydan uzun olmamak kaydıyla turizm faaliyetine katılan kişidir.
- Yabancı turist; yabancı ülkelerde 24 saatten kısa, altı aydan uzun olmamak kaydıyla turizm faaliyetine katılan kişidir.

Günübirlikçi (ekskürsionist) ise; turizm faaliyetiyle gittiği ülkede 24 saatten az kalan veya bir tesiste geceleme için kalmayan kişidir. Günübirlikçi ile turist arasındaki fark ise, bir günübirlikçinin gittiği ülkede geceleme yapmamakta olmasıdır. Bir ülkeye gelip ve aynı gün içinde ayrılmaktadırlar (Midleton, 1994: 4).

Bunların yanında bir de turist olmayan yabancılar bulunmaktadır. Bunlarda bir ülkeye çeşitli nedenlerle gelen, turist veya günübirlikçi olarak kabul edilmeyen ve turizm istatistikleri içinde de yer almayan kişilerdir. Bu turist ve günübirlikçi olmayanlara da, sınır işçileri, uluslararası göçmenler, transit yolcular, bir ülkede bulunan yabancı askeri personeller, konsolosluk temsilcileri ve yabancı diplomatlar örnek olarak verilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 42).

Turistin genel özellikleri ve beklentileri ise şöyle sıralanmaktadır (Olalı, 1963: 40);

- Turizm faaliyetine katılma amacı merak, eğlenme, dinlenme, din, eğitim, öğrenme, spor ve sağlık gibi nedenler olan kişilerdir.
- Macera aramadan önce zevk ve kültürel sebeplerle turizm talebinde bulunan kişilerdir.
- Çok kısa zamanda çok yer gezmek isteyen, zamanı değerli, tatmin düzeyi yüksek kişilerde modern turist kavramı içerisine girmektedir. Bu kişilerin aylarca sürececek bir seyahat zamanları yoktur.
- Modern turist kapsamı içerisine alınan kişilerin maddi imkânları da sınırlı olmaktadır. Çünkü turizm lüks tüketimden çıkarılarak, her gruptan insanın hizmetine sunulmaktadır. Ucuz ve gelişmiş ulaşım ile kişiler planlı ve tasarruflu seyahat imkânı elde etmektedir.

- Yine gelişen ulaşım ağı ile yaşlılar, kadınlar ve çocuklar turizm faaliyetine katılabilmektedir.
- Turizm faaliyetine katılan kişiler temiz ortam, gerekli bir konfor ve yenilik aramaktadır. Bu yüzden, turistik mal ve hizmetleri kişilerin gelenek ve göreneklerine çok ters olmayacak şekilde değişik dekorlar içerisinde sunmak gerekmektedir.

### 1.3. TURİZM SEKTÖRÜ VE ÖZELLİKLERİ

Turizm sektörü, seyahat eden kişilerin; seyahatleri, konaklamaları, yeme-içmeleri ve benzeri diğer ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretilen mal ve hizmetlerin üretim ve pazarlamasında yer alan, özel veya kamuya ait olan işletmelerin bütünüdür (Goeldner ve Ritchie, 2003: 5).

Olalı ve Timur (1988: 238)'a göre ise turizm sektörü *“ulusal ve uluslararası düzeyde turizm kavramı tanımındaki fonksiyonları; hizmet sektöründen geniş ölçüde, tarım ve sanayi sektöründen belli ölçüde yararlanarak yerine getiren girişimcilerin, serbest mallar da değerlendirilen bir turizm endüstrisi oluşturmak için genel ekonominin belli bir kesiminde ortaya çıkan yatırım, tedbir, planlama ve uygulama faaliyetlerinin bütünüdür.”*

Turizm sektörünün kesin olarak bir sektörün içerisine dâhil edilmesi pek mümkün değildir. Genel olarak hizmetler sektörünün içerisinde yer alsa dahi diğer sektörlerden de yaralanmaktadır. Diğer sektörlerden girdi almakta ve çıktı olarak ortaya koymaktadır (Ünlüöner vd., 2014: 33).

Turizm sektörünün belli başlı özellikleri de aşağıdaki gibi sıralanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 242-243);

- Turizm sektörü sektör sınıflandırmasında hizmetler sektörü arasında yer almakla birlikte, taşıdığı özellikler ile birlikte diğer sektörlerle de yakın ilişki içinde bulunmaktadır. Turistlere satılan birçok ürün ve hizmet, çok sayıda faaliyet dalı tarafından ortaya çıkarılmaktadır.

- Sektörü oluşturan hammadde ülkenin doğal, tarihi, folklorik ve kültürel değerleridir. Sektörü meydana getiren temel hammaddeler ülkenin kendisine ait kaynakları olduğu için dışa bağımlılık diğer sektörler göre azdır. Serbest malları da değerlendirebilme özelliği sayesinde bölgesel kaynaklarla da gelişme ortamı yaratmaktadır.
- Sektör büyük ölçüde insan gücüne dayanmakta ve otomasyon imkânı sınırlı kalmaktadır. Emek-yoğun üretim ile sektöre ait istihdam oranları yüksektir.
- Turizm sektörüne ait mal ve hizmetlerin üretildikleri anda tüketilmesi gerekmektedir. Stok oluşturma imkânı bulunmamaktadır.
- Turizm sektöründe üretilen mal ve hizmetlerin üretiminin ve tüketiminin aynı zamanda olması gerekmektedir. Üretilen hizmetlerin taşınma özelliği olmadığı için üretildiği yerde tüketilmesi gerekmektedir (Yılmaz, 2007: 10).
- Tüketicilerin satın almayı planladıkları mal ve hizmetleri daha önceden görme şansları olmadığı için oluşacak talep üzerinde bireylerin ya da yakınlarının daha önceki deneyim ve tavsiyeleri etkili olmaktadır (Yılmaz, 2007: 10).
- Turizm sektöründe talebin esnek olması büyük risk oluşturmaktadır. Ülkenin sosyo-ekonomik gelişme düzeyine, politik istikrarına, dünya ekonomik konjonktüründeki olumsuz durumlara duyarlı olması nedeniyle, ülkede meydana gelen yapısal ve konjonktürel bir bozulmadan anında etkilenmekte ve büyük riskler oluşturmaktadır.
- Turizm sektörü meydana getirdiği ekonomik verimliliğin yanında aynı zamanda sosyal verimlilik de yaratmaktadır.
- Turizm sektörü zorunlu mal ve hizmetler arasında yer almamaktadır. Zorunlu olmayan (lüks, boş zamanı değerlendirme, konfor...) tüketim malları arasında bulunmaktadır.
- Her geçen gün değişen istek ve arzular nedeniyle turizm sektörü her değişikliğe cevap verebilir, dinamik bir yapıda olmalıdır.

- Tüketiciler rasyonel olmayan davranışlar sergilemektedir. Bu davranışların da başlıca sebepleri; moda, sosyal yapı, snobizm, dünya görüşü, gelenek ve görenekler, psiko-sosyal etkenlerdir.
- Turizm sektörünün ülke ekonomisindeki etkinliği de oldukça yüksektir. Az bir ithalat ile kısa sürede döviz arzını etkilemesi, yüksek oranda istihdam ve katma değer yaratması, bölgelerarasında meydana gelen dengesizlikleri gidermesi ekonomi için önemini ortaya koymaktadır.
- Turizmin sektörler kesiti olması ve sınırlarının belli olamaması, birçok ülkede iyi tanımlanmış bir metodolojinin olmaması, turizm ile ilgili istatistiki verilerin yetersizliği ile sektörün ekonomi içerisindeki yerinin tam olarak ortaya koyulmasını güçleştirmektedir.

#### **1.4. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ**

İnsanların yer değiştirme faaliyeti çok eskiye dayanmaktadır. İlk çağlardan bugüne kadar devam etmektedir. İlk çağlarda insanların yer değiştirmelerinin nedeni ise daha çok gıda ihtiyaçlarını karşılamak istemeleridir (Eralp, 1983: 1). Bunun yanında insanların sağlık, kutsal yerlerin ziyaret etmek istemeleri, yöneticilerin, elçilerin, filozofların, mimarların, denizcilerin ve macera arayanların yer değiştirmeleri de bulunmaktadır (Öztaş, 2002: 1). Dünya'yı keşfetmek, gezmek ve görmek için yapılan bu seyahatler için kişiler önce kendi çevrelerini dolaşmışlar daha sonra gelişen teknoloji ile daha uzak yerlere doğru gitmişlerdir (Özgüç, 1998: 215).

Yazıyı, tekerliği, parayı ilk bulan ve ticari ilişkilerde parayı ilk kullanan Sümerler turizmin başlamasına neden olmuşlardır. Yani turizm olgusu MÖ 4000 yılına dayanmaktadır. Finikeliler de denizcilikte geliştiği için bir yerden bir yere giden ilk gezginler sayılmaktadır (Öğüt vd., 2003:15). Genellikle ticaret amaçlı seyahatler olmuştur. Aynı şekilde, Çin'de ve Hindistan'da da seyahatler ilk ticaret amacıyla olmuştur (Barutçugil, 1986: 11). Zamanla bu ticari seyahatlerin yanında kültür, sağlık, din gibi konularda da seyahatler yapılmaya başlamıştır. MÖ 3000 yılında Mısır, piramitler ve tapınakların etkisiyle yoğun ilgi görmüştür. Eski Yunan'da MÖ 700

yılında Olimpiyat oyunları sayesinde dünya turizm merkezlerinden birisi olmuştur (Eralp, 1983: 1).

Merak faktörünün etkisiyle oluşan turizm faaliyetinin gelişmesinde etkili bir konu da refah seviyesi olmaktadır. Bu nedenle ilk çağlarda en fazla seyahat eden Romalılar olmuştur. Bu dönemde en iyi refah seviyesine Romalılar sahip olmuşlardır. Romalılar daha çok merak ve sağlık gibi nedenlerle seyahat etmişlerdir. İmparatorluk olarak çok geniş sınırlara sahip olmaları ve geniş yol ağı ile seyahatleri çok kolaylaşmıştır (Öztaş, 2002: 2).

Orta çağda özellikle Avrupa’da sosyal, kültürel ve ekonomik hayat dini etkilerin altında bulunmaktaydı. Yapılan tüm seyahatler dini etkiler altında yapılmaktaydı. Kutsal yerlerin hac amacıyla ziyaret edilmesinde ve haclı seferlerinde din ön planda tutulmaktaydı (Öztaş, 2002: 2). Bu kutsal yerler içinde Kudüs, Mekke ve Medine en fazla ziyaretçi alan yerler olmuştur (Tunç ve Saç, 1998: 11).

Orta çağda turizm faaliyetleri açısından önemli olan kişilerden biri Marco Polo olmuştur. Yaptığı uzun seyahatler önem taşımaktadır (Olalı ve Timur, 1988: 51). Ticari ve askeri herhangi bir amacı olmadan sadece başka ülke ve insanlarını tanımak için 1254-1324 yılları arasında İtalya’nın Venedik şehrinde 4 yıl süren yolculuk sonucu Çin’ e ulaşmıştır. Çin’de 16 yıl yaşadktan sonra tekrar yolculuğa çıkıp 4 yıl sonra Venedik’e geri dönmüştür. Marco Polo bu nedenle dünya tarihinde ilk gezgin olarak kabul edilmektedir (Akat, 2000: 9). Marco Polo bu seyahat sonrası Çin’de gördüğü çeşitli araç ve gereci Avrupa’ ya taşımıştır. En önemlisi de Çin İmparatorluğunun özel matbaasında basılan “uçan para” denilen kâğıt paradır (Öztaş, 2002: 3).

Orta çağda önemli olan bir diğer gelişme ise kıtalararası ticarettir. İpek yolu üzerinde gerçekleştirilen bu ticaret ve sonucunda artan ilişkiler, Batı Avrupa’yı Ota-Doğu- İran üzerinden Hindistan’a ve Çin’e bağlamıştır. Ticaret ile başlayan ilişkiler ülkelerin birbirlerini sosyolojik yönden de etkilemelerini sağlamıştır (Usta, 2009: 32).

Rönesans dönemiyle birlikte, orta çağdan kalan tutucu, dinsel ve tek kişi hâkimiyeti gibi totaliter rejimler kırılmış yeniçağ başlamıştır. Bunların yerini ise Rönesans ile birlikte bilimde, sanatta, dinde ve yönetimde yeni arayışlar almıştır (Akat, 2000: 9).

Bu dönemde yeni burjuva ve zengin sınıfı, uzak ülkeleri gezmek ve tanımak istemişlerdir. Buharlı geminin ve lokomotifin keşfi ile ilerleyen dönemlerde otomobil endüstrisinin gelişmesi kitle turizmini ortaya çıkarmıştır. Turizmi en fazla etkileyen faktör ulaşım sanayisindeki gelişmeler olmuştur. Artan kitle turizmi sayesinde orta sınıf insanlar da turizm faaliyetine katılmaya başlamıştır (Usta, 2009: 33).

Avrupa’ da İngiliz soylularının çocuklarının iyi bir eğitim alabilmesi için 1700’lü yıllarda Grand Tour adı verilen seyahatler yapılmıştır. Genç soylular kültürel, tarihi ve bilimsel sebeplerle seyahat etmişlerdir (Kozak vd., 2010: 28).

Bir İngiliz olan Thomas Cook 1841 yılında bir turist kafilesini trenle Leter’ den Loughborough ’a götürmüştür. Böylece “organize tur” kavramı ilk kez ortaya çıkmıştır. Cook daha sonra ilk turizm işletmesini kurmuştur. Fransa, İsviçre, Hollanda, Avusturya ve Almanya’ ya şubelerini açmıştır. 1872 yılında da ilk kez bir dünya turu organize etmiştir (Öztaş, 2002: 4).

Amerika kıtasında 1848 yılında postacılık için “American Express Company” açılmıştır. Ama bu kitle turizmi için önemli bir gelişme sayılmıştır. Diğer önemli gelişme ise 1869 yılında ülke bir uçtan bir uca demiryolları ile bağlanmıştır. Bu da seyahatlerin ucuz ve güvenli olmasını sağlamış ve talebi arttırmıştır. 1876 yılında ise Belçika’da Wagon- Lits’ in firmasının açılması bu alandaki en önemli gelişme olmuştur (Barutçugil, 1986: 13).

1838 yılında ise New York’ tan İngiltere’ye 68 yolcu ile “Great Western” ilk düzenli gemi işletmeciliğini başlatmıştır. Bunun ardından ünlü “Cunard” gemicilik işletmesi dört yıl sonra kurulmuştur. Bu yıllardan itibaren gemi ile yapılan turistik seyahatlere ilgi artmış ve I.–II. Dünya Savaşları yıllarında olan duraksamalarla 1950’lere kadar devam etmiştir (Lundberg, 1980: 56-57).

Yakınçağda yaşam şartları eskiye göre iyileşmiş, nüfus artışı yaşanmış ve turizm faaliyetine katılma oranı da artmıştır. Aynı zamanda demokratikleşme hareketi ile kişiler seyahat özgürlüğü, yönetime katılma ve ücretli tatil hakkı kazanmışlar. Bunlar da turizmin gelişmesinde etkili olmuşlardır. Bunların yanında turizmi olumsuz etkileyen etmen ise dünyanın pek çok ülkesini etkileyen savaşlar olmuştur (Öztaş, 2002: 4).

Birinci Dünya Savaşı'nın ardından modern turizm başlamıştır. 1936 yılından ve İkinci Dünya Savaşı'nın ardından, otel, ulaşım, yol, eğlence ve spor merkezleri gibi büyük bir turizm endüstrisi ortaya çıkmıştır. Bu gelişme turizmin günümüzdeki haline gelmesinde etkili olmuştur (Yılmaz, 2007: 27).

İkinci Dünya Savaşı'na kadar turizm lüks bir tüketim olarak kabul ediliyordu. Savaş sonrası Avrupa' da gelişen sanayileşme ile turizme verilen önem artmıştır. Gelişen ulaşım ağı ile tur operatörleri ortaya çıkmış ve gruplar için “paket turlar” hazırlanmıştır. Kişiler tek olarak yapabilecekleri turizm faaliyetini grupla birlikte yapınca daha ucuza mal etmişler ve insanların turlara olan ilgisi giderek artmıştır (Barutçugil, 1986: 13-14).

Dünya turizminin tarihsel gelişimini maddeler halinde özetlenmek gerekirse aşağıdaki gibi sıralanabilir (Gartner, 1996: 36);

- Medeniyetler Dönemi MÖ 8000- İsa'nın Doğumu: ilk medeniyetlerin, etnik dinsel ve ulusal değerlerin ortaya çıkmasıdır.
- Ticaret Dönemi İsa'nın Doğumu MS 1700: Ortaya medeniyetlerin çıkmasıyla birlikte ticaret hayatı başlamıştır. Gelişen ticaret ile birlikte ticaret kolonileri kurulmuştur. Seyahatler yalnızca soylular ve din ve ticaret adamları tarafından yapılmıştır.
- Endüstri Teknoloji Dönemi 1700-1900: Endüstri Devrimi başlamış, feodal yapı çökmüş ve teknoloji ilerlemiştir. Grand Tour ile kitle turizminin başlaması sağlanmıştır.
- Turizmin Gelişme Dönemi 1910-1945: Birinci Dünya Savaşı ile gelen teknolojik ilerlemelerin ekonomik buhranın olduğu yıllara denk gelmesi sonucu iyi değerlendirilememiştir. Ayrıca ekonomik, politik, sosyal ve yasal güçlerin dengesi bozulmuştur.
- Kitle Turizmin Yoğun Yaşadığı Dönem 1946-1990: 1970 ve 1980'lerde turizm faaliyetlerine katılım artmıştır. Artan talep ile birlikte turizmde hizmet kalitesi ve alternatif turizm türleri üzerinde durulmuştur.
- Turizmin Olgunluk Dönemi 1990 ve sonrası: yeni bilim dalları oluşmuş ve teknolojiye köklü ilerlemeler olmuştur. Bunun bir sonucu olarak da kitle turizmi yoğun bir şekilde yaşanmaya başlamıştır.

## 1.5. TURİZMİN SINIFLANDIRILMASI

Bir ülkenin turizm çeşiti bakımından zengin olabilmesi için gerekli bazı etkenlerin bulunması gerekmektedir. Aynı zamanda turizmin gelişmesine ve çeşitlenmesine engel olabilecek bazı etkenlerin de ortadan kaldırılması gerekmektedir. Turizm türlerini etkileyen faktörlerde şöyle sıralanmaktadır (Karakaş ve Topdal, 2007: 48);

- Doğal, tarihsel ve kültürel varlıkların çeşitliliği,
- İklimsel ve coğrafi koşulların durumu,
- Mesleki ve sivil toplum kuruluşlarının çokluğu ve gelişmişlik dereceleri,
- Gelişmiş ve güçlü bir turizm endüstrisi,
- Her konuda gelişmiş ve güçlü yerel yönetimler,
- Turizm çeşitliliğini sağlama konusunda kararlı plan ve politikalara sahip kamu yönetimi,
- Güçlü ve planlı bir iç pazar,
- Özelleştirilmiş ve iyi detaylandırılmış bir tanıtım ve pazarlama şekilleri,
- Arz çeşitliliğini sağlama yolunda başarı gibi faktörlere göre turizm türleri çeşitlenmektedir.

Turizmin çeşitli ölçütlere göre sınıflandırılmasının mümkün olduğu görülmektedir. Bunlar da şöyle gruplandırılmaktadır;

### 1.5.1. Sayısal Açıdan Sınıflandırma

Turizm faaliyetine katılan kişi sayısına göre turizmde, insanların tek başlarına yalnız olarak turizme katılmalarıyla oluşan turizm faaliyetine “Bireysel (ferdi) Turizm”, bir takım ortak yönlelere sahip olanların oluşturduğu turizm faaliyetine “Grup Turizmi” ve birbirleriyle bir alakası bulunmayan büyük kişi gruplarının oluşturdukları turizm faaliyetine ise “Kitle Turizmi” denilmektedir (Işık, 2013: 22).

#### **1.5.1.1. Bireysel (Ferdî) Turizm**

Turizm faaliyetinin bireysel olarak gerçekleştirilmesi olayına denilmektedir. Bireysel turizm faaliyetinde bulunanlar incelendiği zaman daha çok toplumsal olarak üst gelir düzeyinde olanların katıldıkları görülmektedir (Öztaş, 2002: 32).

Bireysel turizme karşı talep artacak ve gelişme gösterecektir. Turizm faaliyetine katılan kişilerin daha çok konfor, ayrıcalık ve kültürel olarak gelişme arzusu bulunmaktadır. Bunun yanında iletişim ve ulaşım teknolojisinde değişimler ve gelişmeler yaşanmaktadır. Tüm bunlar bireysel turizmin de gelişmesini sağlamaktadır (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 30). Mesela, kışın bir okulda eğitim alan öğrencinin yaz tatilini yurt dışı ve yurt içinde tek başına seyahate çıkararak değerlendirmesi bireysel turizm kapsamında bulunmaktadır.

#### **1.5.1.2. Grup Turizmi**

Ortak paydada toplanan çeşitli kesimler turizm faaliyetinde birlikte yer almaktadır. Belirli grup, örgüt, dernek üyeleri ve benzerlerinin oluşturduğu konaklama ve seyahat faaliyetinin bütününe denilmektedir (Öztaş, 2002: 33). Turizm faaliyetinde bulunan grup 11 ile 16 kişi aralığında oluşturulmaktadır. Katılanların belli bir sayı ile sınırlı olması ve grupların bir devamlılığının olmaması gibi yönleri ile kitle turizminden ayrılmaktadır (Kozak vd., 2010: 12). Mesela, bir ticaret odasındaki kayıtlı üyelerin toplu halde gezi ya da iş gibi herhangi bir nedenle seyahat etmeleri grup turizmi içerisine girmektedir. Gidilen yerin yurt içi ya da yurt dışı olması fark etmemektedir.

Grup oluşturmanın ise en önemli nedeni ve güzel tarafı ulaştırma, konaklama, yeme ve içme hizmetlerinden indirimli şekilde yararlanmaktır (Ürger, 1992: 151).

### **1.5.1.3. Kitle Turizmi**

Ulaşım sektörünün gelişmesi ve hızlanması, konforun artması, teknolojinin gelişmesi, yıllık ücretli izin ve haftalık tatillerin olması ile turizm sadece yüksek gelire ve boş zamana sahip kişilerin yaptığı bir faaliyet türü olmaktan çıkmaktadır. Orta ve dar gelirli kişiler de turizm faaliyetine katılabilmekte ve turizm geniş bir sosyal tabakaya yayılmaktadır. Önceden organize edilmiş belli fiyattan her şey dâhil paketler şeklinde turizm organizatörü firmalar tarafından düzenlenen turizm türüne kitle turizmi denilmektedir (Dinçer, 1993: 12).

Turizm faaliyetinde bulunan belli bir grup seyahat işleminin çoğunluğunu, konaklama işleminin ise tamamını birlikte yerine getirmektedir. Burada amaçlanan şey ise kişilerin grup halinde bir şeyler yapması ve paylaşımın özendirilmesi şeklinde açıklanmaktadır (Barutçugil, 1986: 5).

Bir örnek ile açıklandığı zaman 20-25 adet kişinin toplu halde daha ucuza seyahatte bulunması kitle turizmi kapsamına girmektedir. Isparta'dan bir paket tur ile İstanbul'u gezip gelmemiz bize hem zamandan hem de maddi yönden büyük kolaylıklar sağlayacaktır.

### **1.5.2. Ulusal Coğrafi Sınırlara Göre Sınıflandırma**

Bu turizm faaliyetinde ölçüt olarak turistin ziyaret ettiği yer ele alınmaktadır. “İç Turizm ve “Dış Turizm” olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. “Ulusal Turizm” ve “Uluslararası Turizm” olarak da adlandırılmaktadır. Çünkü turistin hareket yönüne bakılırsa ulusal sınırlar içinde veya sınırlar dışında olduğu görülür (Kozak vd., 2010: 12).

#### **1.5.2.1. İç Turizm**

Bir ülke vatandaşlarının kendi ülkesinin sınırları içinde yapmış oldukları turizm faaliyeti iç turizm şeklinde adlandırılmaktadır (Usta, 2009: 14). Pasaport, vize, yabancı

dil ve döviz sorunu olmadan yapılan iç turizm ülkeye döviz girdisi sağlamamaktadır. Fakat ülke gelirinin, ek istihdam olanaklarının sağlanmasına ve bölgelerarası dengesizliklerin giderilmesine yardımcı olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 35).

Bir ülkedeki halk, kendi ülkesi içinde turist olarak yaptığı seyahatlerle ülkesinin potansiyelini öğrenmiş olmaktadır. Kişinin kendi ülkesinin doğal kültürel varlıkları hakkında bilgi sahibi olmasını sağlamaktadır. Kişilerin turizm bilincinin sağlanmasına ve artmasına yardımcı olmaktadır. Bu gibi nedenlerle iç turizmin desteklenmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir. Uzun yıllarca dış turizm desteklenmiş ve iç turizme verilmesi gereken önem göz ardı edilmiştir. Sadece yabancı turistler için olanakların iyileştirilmesi doğru bir yol değildir. Bunun yanında iç turizm için de olanaklar sağlanmalıdır. Her gelir düzeyinin turizm faaliyetine katılabilmesi için ürün farklılaştırması sağlanmalı ve halk iç turizme yönlendirilmelidir. Bu sayede yurt dışı turizm harcamaları azaltılabilmektedir. Ve ülke ekonomisine önemli katkılar sağlanabilmektedir (Tunç ve Saç, 1998: 45- 46).

Bir ülkenin yaşam seviyesi yükseldikçe, ulaştırma sektörü geliştikçe, konaklama işletmelerinin sayısı ve kalitesi arttıkça ve ülkenin genel eğitim-kültür seviyesi yükseldikçe kişilerin turizme karşı talepleri artmaktadır. Bu talep önce iç turizmde hareketlenmeler oluşturmakta daha sonra da dış turizme doğru bir canlanma yaşanmaktadır (Ürger, 1992: 126).

Örneğin, İstanbul’da yaşayan bir kişinin yazın Antalya’ ya gitmesi, kışın kayak yapmak için Bursa’ya gitmesi iç turizm içerisinde değerlendirilmektedir. Bu gibi ülke sınırları içerisinde yapılan faaliyetler çoğaltılabilmektedir.

#### **1.5.2.2. Dış Turizm**

Bir ülkeye başka ülkeden turist olarak gelen insanların ya da bir ülke vatandaşlarının başka ülkeye turist olarak gitmeleri ile orta çıkan seyahat faaliyetine dış turizm denilmektedir. Dış turizmi gerçekleştiren kişilere “yabancı turist” adı verilmektedir. Döviz, vize, pasaport gibi işlemler bulunmaktadır. En önemli yanı ülkeye döviz girdisi ya da döviz çıktısı sağlamasıdır (Kozak vd., 2010: 13).

Dış turizm ülkeye yabancı sermaye girişinin, ülkeler arasında döviz akışının, ulusal gelir artışının, ek istihdam olanaklarının, ek ihracatın sağlanmasında etkili bir kaynak olmaktadır. Bunun yanında, alt yapı projelerinin desteklenmesinde, mal ve hizmet üretiminin artmasında ve bölgesel kalkınmayı hızlandırması konusunda da net katkıları bulunmaktadır. Olumlu ekonomik etkilerden başka ayrıca farklı ülkelerden turizm amacıyla gelen farklı insanların kaynaşmasını sağlamaktadır. Yani buradan hareketle dış turizmin ekonomik gelişmeleri sağlamasının yanında önemli görevlerinden birisi de sosyo-kültürel gelişmeleri hızlandırmaktır (Tunç ve Saç, 1998: 45).

Mesela, Türkiye’de yaşayan bir kişinin yıllık iznini kullanmak için İtalya’ ya gitmesi dış turizm içerisine girmektedir. Tam tersi bir durumda da İtalya’da yaşayan bir kişinin tatil için Türkiye’ye gelmesi de dış turizm içerisinde bulunmaktadır.

Dış turizm, dış aktif turizm ve dış pasif turizm olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Dış pasif turizm, bir ülkedeki kişilerin turizm amacıyla başka ülkelere yaptıkları seyahatlerdir. Dış aktif turizm ise, bir ülkenin yabancı ülkelerdeki turistleri çekmesine denmektedir. Dış pasif turizm turist gönderen ülkeler açısından döviz kaybına neden olmaktadır. Dış aktif turizm, turist çeken ülkeler açısından döviz kazancı anlamına gelmektedir. Bu nedenle turizmden ekonomik olarak yararlanmak isteyen bir ülkenin pasif turizm giderlerinin aktif turizm gelirlerinden az olması gerekmektedir (Hazar, 2007: 50).

#### **1.5.2.2.1. Dış Aktif Turizm**

Ülke dışından gelen turistlerin ülke içinde yapmış oldukları turizm faaliyetlerine denilmektedir. Ülkeye döviz girdisi sağlandığı için önemlidir. Ödemeler bilançosuna pozitif bir katkısı olduğu için dış açıkların kapatılmasında da etkili bir yöntemdir (Çakır, 1999: 18).

Aktif dış turizm ile sağlanan döviz girdisini, turistlerin konaklama, ulaştırma, yeme-içme için yaptıkları ödemeler sağlamaktadır. Bunların yanında ayrıca, turistlere satılan tüketim malları, turistik yatırım yapmak isteyenlerin getirdiği yabancı sermaye, yabancılara kiralanan turistik tesislerin kiralari, dış ülkelerde yapılan turistik

yatırımların kârları, yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyon, turistlerin park, müze gibi yerlere yerlerin girişinde ödedikleri ücretler, turistlerin aldıkları el sanatlarına, hediyelik eşyalara ve eğlence yerlerine ödedikleri ücretler gibi döviz girdisini sağlayan kaynaklardan oluşmaktadır (Barutçugil, 1982: 16).

Örneğin, Rusya'dan yaz aylarında Türkiye'ye gelen kişilerin yapmış oldukları turizm faaliyetleri aktif dış turizm içerisinde bulunmaktadır. Türkiye'de aktif olarak bir döviz girişi sağlanmaktadır. Hem ekonomik yönden hem de sosyal yönden birçok katkıları olmaktadır.

#### **1.5.2.2.2. Dış Pasif Turizm**

Bir ülkedeki yerleşik halkın, yabancı bir ülkeye yaptıkları turizm faaliyetlerini ifade etmektedir. Bunun sonucunda ülke içinden döviz çıkışına neden olmaktadır. Buda ülkenin ödemeler dengesi üzerinde negatif bir sonuç doğurmasına neden olmaktadır (Boz, 2006: 11). Dış pasif turizm ekonomik olarak gider özelliği taşımaktadır. Diğer ifadeyle dış pasif turizm döviz talebi yaratmaktadır (Ürger, 1992: 127). Örneğin, Türkiye' deki bir kişinin Mısır piramitlerini görmek için Mısır' a gitmesi dış pasif turizm içerisinde bulunmaktadır. Türkiye' den Mısır' a bir döviz çıkışı yaşanmaktadır.

Ülke vatandaşının yabancı ülkede turizm faaliyetindeyken kaldığı konaklama tesisine ödemeleri, ulaştırma hizmetleri için yaptığı ödemeleri, yeme- içmeye yaptığı ödemeleri, turistik tüketim mallarının dışardan alınması ile yapılan ödemeler, yurt dışında turistik yatırım yapmak amacıyla çıkan sermaye, yabancı ülkelerde turizm faaliyetleri için kullanılacak tesislerin kira ödemeleri, yurt dışında gezilen park, müze gibi yerlere ödenen giriş ücretleri, yurt dışından gelişte alınan hatıra ve hediyelik eşyalar için ödenen ücretlerin hepsi döviz çıkışına neden olmaktadır (Barutçugil, 1982: 16).

#### **1.5.3. Yaşam Dönemine Göre Sınıflandırma**

Turizm faaliyetini gerçekleştiren tüketicilerin yaşları da turizmin sınıflandırılmasında bir ölçüt olarak değerlendirilmektedir. Tüketicilerin bulundukları

yaşlar seyahat türlerinin, nedenlerinin, sürelerinin ve konaklama tercihlerinin değişiklik göstermesinde etkili olmaktadır. Ailelerinden ayrı olarak seyahate çıkan gençler “Gençlik Turizmi”, ailesi ile birlikte seyahate çıkan, çalışan orta yaş grubu “Orta Yaş Turizmi” ve emekli olmuş, yaşlı olarak değerlendirilen kişiler “Üçüncü Yaş Turizmi” meydana getirmektedir (Bulgan, 2017: 19).

#### **1.5.3.1. Gençlik Turizmi**

Turizm faaliyetinde bulunan kişiler 15-24 yaş arası gençlerden oluşmakta ve ebeveynleri olmadan turizm aktivitelerini gerçekleştirmektedir (Boz, 2006: 9). Halen daha eğitim hayatı süren, yaş olarak 25 yaş altı gençlerden oluşan, aileleri ile birlikte yaşayan ve ekonomik olarak yine ailelerine bağlı olan gençlerin toplu olarak katıldıkları turistik faaliyetler bütününe denilmektedir (Ürger, 1992: 152).

Genellikle eğitim hayatı devam eden ve maddi imkânı yetersiz olan gençlerin kendileri için düzenlenen indirimli seyahatler bu kapsam içerisinde yer almaktadır. Gençlik kampları, izcilik ve spor faaliyetleri gençlere hem eğlenme hem değişik kültür ve yerleri tanımaları adına güzel fırsatlar sunmaktadır (Yılmaz, 2007: 14).

Günümüzde, Avrupa genç nüfusu seyahat alanında öncü ve seyahat pazarında en etkin kesimdir. Avrupa genç nüfusu bir yandan iç turizme bir yandan da dış turizme katılmaktadır. Gençlerin turizm faaliyeti içine katılma oranları diğer yaş gruplarından daha yüksektir (Kozak vd., 2010: 14).

Gençlik turizmi desteklenerek ortak barış ve mutluluğun sağlanabileceği düşünülmektedir. Gençlerin yaratıcılıkları, istekleri ve dinamik yapıları ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki ulusal sınırların, dil engellerinin ve diğer engellerin kaldırılması sağlanacaktır (Bayer, 1992: 176).

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği’nin yayınladığı “Gençlik Turizmi Raporu” na göre 2013 yılında Türkiye’ye 33,8 milyon yabancı ziyaretçi gelmiştir. Bu ziyaretçilerin içerisinde 8,5 milyon kişisi 7 ile 27 yaşları arasında olmuştur. Yurt içindeki yapılan seyahatlerin de %25’i gençler tarafından gerçekleştirilmiştir. Gençlik turizmi

kapsamında birçok alternatif bulunmaktadır. Mesela, yurt dışı yaz okulları ya da yaz kampları gençlik turizmi içerisinde yer almaktadır. Yurt dışı eğitim danışmanlığı firmaları tarafından gerçekleştirilmektedir. Bu danışmanlıkları için öncelikli hedefler yabancı dil öğrenimi, sanat ve spor eğitimi şeklinde ayrılmaktadır. Gençlik turizmi için en çok tercih edilen ülkeler içerisinde İngiltere, ABD, İsviçre, Malta ve Fransa bulunmaktadır (TÜRSAB, 2015: 1-5).

#### **1.5.3.2. Orta Yaş Turizmi (Üretken Yaşam Dönemi)**

Turizm faaliyetinde bulunan kişiler 25-60 yaş aralığında çalışma çağında bulunan kişilerden oluşmaktadır. Bu turizm faaliyeti içerisinde bulunan kişiler genel olarak bir aile içerisinde olduklarından yapılacak etkinliklerin zamanı ve yeri bakımından herkes için ortak uygun zaman seçilmektedir. Eş ve çocuklar için en rahat zaman, mekân ve seyahat şekli tercih edilmektedir. Genel olarak kendi araçları ile seyahat etmekte ve tatil süresini uzun tutmaktadırlar (Öztaş, 2002: 30-31). Örneğin, Ankara'da yaşayan bir ailenin, yaz tatillerinde, yıllık izinlerinde veya dini bayramlarda hep birlikte memlekete gitmesi orta yaş turizmi içerisinde değerlendirilmektedir. Aynı şekilde mesela Isparta Sokak Hayvanlarını Koruma Derneği üyelerinin Denizli iline yapmış oldukları seyahatte orta yaş turizmi kapsamına girmektedir.

#### **1.5.3.3. Üçüncü Yaş Turizmi**

60 ve üzeri yaştaki insanlardan oluşan turizm faaliyetlerine denilmektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerde yaşam koşullarının iyi olması nedeniyle insan ömrü uzamıştır ve yaşlı nüfusun toplam nüfus içindeki oranı artmıştır. Yeterli boş vakit ve maddi olanaklara sahip bu grup önemli bir turist potansiyeli sağlamaktadır. Bu yaş grubu daha çok yaştan getirdiği etkilerle kültürel ve dini amaçlı faaliyetlerde bulunmaktadır. Bunun yanında sağlık sorunları olanlar ise termal kaynaklara, ılıman iklim alanlarına ve doğal güzelliklerin bulunduğu yerlere yönelik bir turizm faaliyeti içerisinde bulunmaktadır. Türkiye ise bu turizm faaliyeti için ilk kez 1990 yılında uygulamalara başlamıştır (Kozak vd., 2010: 14-15).

Üçüncü yaş grubunda bulunan kişiler için tercih edecekleri işletmelerde uygun ulaşım şekillerinin, sosyal faaliyetlerin ve yeterli sağlık hizmetlerinin bulundurulması gerekmektedir (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 34). Üçüncü yaş grubunda bulunan kişiler yaş bakımından büyük kişiler oldukları için daha çok medikal ve dini turizm faaliyetleri tercih etmektedirler. Örneğin yaşlı bir çiftin hac vazifesi için Mekke-Medine' ye gitmesi üçüncü yaş turizmi içerisine girmektedir. Aynı zamanda kas, eklem ağrıları gibi sağlık şikâyetleri ile Afyon'da bulunan bir termal tesise gitmesi de bu turizm türü içerisinde bulunmaktadır.

#### **1.5.4. Mevsimsel Özelliklerine Göre Sınıflandırma**

Mevsimlere göre yapılan turizm faaliyetleri genellikle mevsimlerin özelliklerine ve kişilerin beklentilerine göre yapılmaktadır. “Yaz Turizmi”, “Kış Turizmi” ve “Sezon Dışı Turizm” şeklinde ayrılmaktadır (Ürger, 1992: 155).

##### **1.5.4.1. Yaz Turizmi**

Bazı turistik değerler, yaz mevsimine uygun olmakta ve turizm talebi de bu yönde yaz aylarında yoğunluk kazanmaktadır. Bir bölge ya da ülkedeki turistik ürünün pazarlanması yaz aylarında olmakta ve turistik seyahatler de yaz aylarında artmaktadır. Yaz aylarında artan bu yoğunlukta tüm turistik faaliyetlerin yaz aylarında yapılacağı anlamına gelmektedir (Ürger, 1992: 155).

Yaz turizmi, mevsimsel nitelik bakımından yaz aylarında gerçekleşen bir turizm faaliyeti şeklinde görülmektedir. Bu yaz turizminin başında deniz, kum, güneş üçlemesi gelmektedir. Deniz turizmi, özellikle dış turizm talebini çekmede birinci sırada yer almaktadır. Bunların yanı sıra kültürel etkinlikler, doğada gerçekleşen faaliyetler, doğa yürüyüşleri ve rafting gibi faaliyetlerde yapılmaktadır. Denizlerin kıyı kesiminde oluşan doğal güzelliklerde çekim unsuru oluşturmaktadır. Pek çok turizm faaliyeti ile birlikte sunulabiliyor olması ve turistlerin hem konaklama sürelerinin uzamasını hem de memnuniyet derecelerinin artmasını sağlamaktadır. Bunun yanında turistler konaklama

alanı seçerken sadece deniz kenarında bulunan işletmeleri değil iç bölgelerdeki işletmeleri de tercih etmektedir. Böylece yaz aylarında kıyı şeritte oluşan mevsimsel yoğunlaşma önlenmektedir (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 40-41).

Mesela, geniş ve güzel kumsalları ile ünlü olan Antalya, Alanya, Fethiye, Bodrum gibi tatil merkezlerine yaz aylarında turizm faaliyetleri için seyahat etmek yaz turizmi içerisinde değerlendirilmektedir.

#### **1.5.4.2. Kış Turizmi**

Turizm faaliyetinde kullanılacak turistik ürünlerin kış mevsiminde oluşması turizmin kış aylarında yapılacağı anlamına gelmektedir. Bu turizm türünün yapıldığı yerlerdeki otel, motel, kafeterya, lokanta gibi fiziksel yapılar da kış mevsimine uygun şekilde yapılmaktadır (Ürger, 1992: 155). Genel olarak kış aylarında dağlık bölgelerde ve karlı ortamlarda yapılan, kış sporlarının gerçekleştirildiği turizm faaliyetidir (Ülker, 1999: 12).

Atıl kapasitede kalmış alanların, turizm faaliyetleri için kullanılması bu alanların değerlendirilmesini sağlayacaktır. Böylece geri kalmış bir bölgenin hem ekonomik hem de sosyolojik olarak gelişmesine katkıda bulunulmuş olunacaktır. Yazın deniz, kum, güneş üçlemesiyle kıyı kesimlerde turizm faaliyetleri etkin iken, kışın ise iç kesimlerde kar, kış sayesinde etkin olacaktır (Albayrak, 2013: 198).

Giderek talebi artan kış turizminin gelecekte olacak bazı meteorolojik değişimlerden olumsuz etkilenmesi beklenmektedir. Küresel ısınma nedeniyle iklimlerde olan değişimler kış turizmini de olumsuz etkileyecektir (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 43).

Türkiye’de kış turizmi için çok uygun kayak merkezleri bulunmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nda kayıtlı kayak merkezi sayısı 28’ dir ve yapım aşamasındakiler de bitince 51 olacaktır. Uludağ, Pakandöken, Kartepe, Kartalkaya, Sarıkamış, Davraz gibi kayak merkezlerine kaynak için seyahat eden bir kişi kış turizmi içerisinde faaliyet göstermektedir. Dünya bazında ise Avusturya, İsveç ve Fransa gibi ülkeler kış

turizmde gelişme göstermiştir. Kayak merkezlerinin %36' lık gibi önemli bir kısmı Alpler' de bulunmaktadır. Aynı zamanda dünya kayakçılarının da %45' i Alper' de kaymaktadır (TÜRSAB, 2015: 1-2).

#### **1.5.4.3. Sezon Dışı Turizm**

Yaz turizmi ve kış turizmi faaliyetlerinin uygun aylarda yapılması ile turizm yoğunluğu sadece belli aylarda oluşacak ve bu aylar dışında turistik mal ve hizmet sunan tesisler boş kalacaktır. Turizmin depolama özelliği olmadığı için satılamayan her mal sektör için zarar anlamına gelmektedir. Bu kayıplara önlem amacıyla yaz ve kış ayları dışında da cazip turizm faaliyetleri yaratılarak, ek turizm talebini oluşturulmakta ve ortaya sezon dışı turizm çıkmaktadır (Ürger, 1992: 156). Turizm çeşitlendirmesi ile turizm faaliyeti ülkenin her bölgesine ve yılın 12 ayına dağılmaktadır. Yayla, dağ, termal, golf, yat, akarsu, doğa yürüyüşü, mağara, futbol turizmi gibi alternatif turizm türleri faaliyete geçirilmeye çalışılmaktadır. Faaliyete geçen bir sezon dışı turizm, işletmelerin doluluk oranının dengeli hale gelmesini, uçaklardaki yoğunluğun önlenmesini ve çeşitli yerlerdeki fazla yoğunluğun yol açtığı tahribatın önlenmesini sağlamaktadır (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 43).

Örneğin, yaz turizmi ile gelişen Fethiye'ye turizm faaliyeti olarak kışın gidilmesi ya da kış turizmi ile gelişen Erzurum Palandöken'e yazın gidilmesi sezon dışı turizm kapsamında bulunmaktadır.

#### **1.5.5. Yaşam Tarzlarına Göre Sınıflandırma**

Turizm faaliyetine katılmada etkili diğer faktörler ise kişilerin sahip oldukları ekonomik durum ve sosyal statülerdir. Kişilerin aldıkları eğitimler, sahip oldukları aile yapısı, yaş ve kültür düzeyi ile yaşam tarzları etkili olmaktadır. Turizm faaliyetine katılma ya da katılmama durumunu da kişilerin satın alma güçleri belirlemektedir (Ürger, 1993: 158; Bulgan, 2017: 22).

#### 1.5.5.1. Sosyal Turizm

Gelir seviyeleri ve satın alma gücü zayıf insanların turizm faaliyetlerinden faydalanabilmeleri için yapılan aktiviteler bütününe denilmektedir. Bu alanda yer alan toplumsal gruplara bakarsak; emekliler, işçiler, memurlar, gençler, çiftçiler, esnaf ve zanaatkarlar ve engelliler bulunmaktadır (Öztaş, 2002: 29).

Türkiye’de 1960 sonrasında ücretli yıllık izin hakkının verilmesi ile ortaya çıkmış bir turizm faaliyeti şeklinde bulunmaktadır (Akat, 1997: 25).

Dünya bazında ise sosyal turizmin önem kazanması 1936 yılında Uluslararası Çalışma Örgütü’nün ücretli izinleri yasallaştırmasına dayanmaktadır. Bu turizm türünün temel özellikleri ise düşük fiyatlar, kâr amacının olmaması ve toplu kitle halinde tüketim şeklinde gösterilmektedir. Sosyal turizmin amaçları ise aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir (Kozak vd., 2010: 16);

- İnsanların ve özellikle çalışma hayatında olanların düşüncelerinin genişletilmesi,
- Toplumsal eşitsizlik sorunun çözülmesi,
- Toplumsal kaynaşmanın sağlanması ve kıyas,
- Kişinin kendi ülke insanını ve diğer ulusların insanlarını tanıması ve onlarla kaynaşması, dostluk ilişkisinin kurulması,
- Barış halinde hep birlikte yaşanabileceği düşüncesinin verilmesi,
- Yaşlılar için monoton hayattan tekrar aktif bir hayat ortamına dönülmesinin sağlanması.

Sosyal turizmin uygulamaları bakımından mesela Belçika’da “Tatil Katılım Merkezi” yer almaktadır. Bu merkezde düşük gelirli kişilerin de turizm faaliyetlerine katılabilmeleri için seyahat fiyatlarının uygun konuma getirilmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla pek çok yer için öncelikli amacı “sosyal sorumluluğun teşvik edilmesi” olmaktadır. Bu sayede belli gruplar halinde daha ucuz şekilde herkes turizm faaliyetlerine katılabilmektedir (Ak vd., 2013: 53).

#### **1.5.5.2. Lüks Turizm**

Üst gelir grubunda olanlara yönelik bir turizm faaliyetidir. Ekonomik gücü yüksek kesimler tarafından yapılmaktadır. Bu nedenledir ki kişiler oldukça pahalı konaklama tesislerini seçmekte ve her türlü imkânları olan transatlantiklerde tüm yardımcıları ile birlikte bulunmaktadır (Öztaş, 2002: 29).

Lüks turizm daha çok bireysel olarak gerçekleşmektedir. Lüks turizm kapsamında turizm faaliyetinde bulunan kişiler her şeyiyle en iyi şekilde ağırlanmaktadır. Turizm işletmeleri, turistleri memnun edebilmek için teknolojik yenilikleri ve hizmet çeşitliliği sağlamaktadır (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 36-37). Bu tür turizm faaliyetinde bulunan gruplar en fazla “av”, “golf”, “krvaziye” ve “kumar” gibi turizm çeşitlerini tercih etmektedirler (Kozak vd., 2010: 17). Mesela, üst gelir grubundan bir kişinin kumar oynamak için Kıbrıs’ a gitmesi ya da golf oynamak için ABD’ ye gitmesi lüks turizm kapsamı içerisinde yer almaktadır.

#### **1.5.6. Konaklama Süresine Göre Sınıflandırma**

Turizm katılanların konaklama sürelerine göre sınıflandırıldığı zaman “Kısa Süreli Turizm” ve “Uzun Süreli Turizm” olarak ikiye ayrılmaktadır.

##### **1.5.6.1. Kısa Süreli Turizm**

Kısa süreli turizm faaliyeti olarak gününbirlik geziler, hafta sonu tatilleri, dini ve ulusal günlerde gerçekleştirilen seyahatler gösterilmektedir. Kanunlar tarafından kişilere verilen genel haklar içerisinde bulunmaktadır (Ürger, 1993: 156). Konaklama faaliyeti genellikle dört geceden az olmaktadır (Usta, 2009: 15).

Çalışma koşullarından ve yaşam şartlarından kaçmak isteyen kişiler süreleri kısa olduğu için genellikle çevredeki turistik yerleri tercih etmektedir. Bunun yanında dinlenmek içinde yakın çevredeki doğal güzelliği olan yerlere gitmektedir. Kısa süreli

turizm genel olarak iç turizm hareketlerine canlılık kazandırdığı için desteklenmektedir. Gelişen ulaşım ve teknoloji ile birlikte kişiler kısa süre dahi olsa uzak yerlere kolaylıkla gidebilmektedir. Bu da kısa süreli iç turizm faaliyetinden dış turizme doğru kaymaktadır (Ürger, 1993: 157).

Kısa bir örnek ile açıklanır ise Isparta’ da yaşayan bir öğrencinin hafta sonu tatili için Antalya’ya gitmesi kısa süreli bir turizm faaliyetidir. 2 günlük bir sürede hem dinlenecek hem eğlenecek hem de iç turizme katkı sağlayacaktır.

#### **1.5.6.2. Uzun Süreli Turizm**

Bir işte çalışan kişiler ücretli tatillerinde, öğrenciler karne tatillerinde ve üçüncü yaş olarak nitelendirilen kişiler kendileri için uygun olan zamanda turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Genellikle konaklama dört gecelemeden başlamakta ve dört haftaya kadar sürmektedir. Uzun süreli turizm faaliyetine kişiler hem bireysel olarak katılabilmekte hem de aileleri veya bir grupla birlikte katılabilmektedir (Ürger, 1993: 157).

Turizm gelirlerinin arttırılabilmesi için konaklama süresini arttırmak gerekmektedir (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 38). Uzun süreli turizm içerisinde, yayla, sağlık, spor, kültür, inanç, dinlenme ve seyahat acentaları tarafından düzenlenen geziler gibi turizm faaliyetleri bulunmaktadır (Bayer, 1992: 29).

Mesela, bir kişinin 3 aylık gibi bir süre için Mersin’den çıkıp Avustralya’ya eğlenmek ve dinlenmek için gitmesi uzun süreli turizm içerisine girmektedir.

### **1.6. ALTERNATİF (TAMAMLAYICI) TURİZM**

Çok eski zamanlara kadar dayanan turizm faaliyetinde zamanla değişimler yaşanmıştır. Turistlerin bazıları kıyı, deniz turizmine önem verirken bazıları dağcılık, tırmanma, kültürel ve tarihi alanlarını görmeye ya da sağlık ile ilgili turizm türlerine yönelmiştir (Aksu ve Kayabalı, 2006: 25). Buda kıyı turizminin yanında yeni olan diğer turizm türlerinin de turizm faaliyeti içerisinde olduğunun kabul edilmesini sağlamıştır.

Gelenekselleşen turizm anlayışının yanında turistik ürün çeşitlendirilmesine gidilmiş ve alternatif turizm ortaya çıkmıştır. Alternatif turizmde asıl olan amaçlar ise, bir yandan kişilerin farklılaşan turizm beklentilerine cevap verebilmek ve bir yandan da turizm bölgesindeki kaynakların en iyi şekilde kullanılmasını sağlayarak sosyal, kültürel ve ekonomik kazançlarını arttırmaktır (Albayrak, 2013: 32).

Alternatif turizm, klasik kitle turizminin ve şehir turizminin neden olduğu olumsuzlukları azaltmak ve ortadan kaldırmak için belirlenmiş ve bir araya getirilmiş turizm çeşitleridir (Erdoğan, 2003: 2-3). Diğer bir ifadeye göre alternatif turizm, doğal kaynakları koruyan ve alternatif turizm faaliyetlerinin bulunduğu bölge ya da ülkedeki halkın ekonomik yarar sağlamasına olanak veren bir turizm çeşitidir (Oral ve Başarır, 1995: 180).

Alternatif turizm genel bir ifade ile deniz, kum, güneş üçlemesinin olduğu kitle turizmine alternatif olan turizm faaliyetlerini ele almaktadır (Bulut, 2006: 13). Halen daha deniz, kum, güneş faktörü devam etse dahi; eğitim, eğlence, çevre faktörü gelişme göstermektedir (Küçükaslan, 2007: 79). İfade olarak kitle turizmi hard (sert) olarak belirtilirken, alternatif turizm soft (yumuşak) olarak belirtilmektedir. Kitle turizminin rakibi konumunda bulunmaktadır (Balcı vd., 2003).

Alternatif turizm çeşitleri ile ilgili iki temel yaklaşım bulunmaktadır. Bunlardan ilki, alternatif turizm diğer turizm faaliyetlerine bağlı ve tamamlayıcı bir konumda bulunmaktadır. İkincisi ise, alternatif turizm oluşum olarak geleneksel turizmden daha farklı özelliklere sahip daha özel bir turizm faaliyeti olarak bilinmektedir. Buradaki farklı özellikler, doğal çekicilikler ve turizm talebinin kendine özgü özellikleri şeklinde açıklanmaktadır (Çontu, 2006: 6).

Alternatif turizm kapsamında ele alınan turizm çeşitleri; kültür turizmi, kongre turizmi, sağlık turizmi, kırsal turizm, rekreasyonel turizm, spor turizmi, inanç turizmi, gastronomi turizmi, gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi olarak sınıflandırılmaktadır (Albayrak, 2013: 49).

Alternatif turizm Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından ise akarsu turizmi, av turizmi, dağcılık, golf turizmi, hava sporları turizmi, inanç turizmi, ipek yolu turizmi, kış sporları turizmi, kongre turizmi, kuş gözlemciliği turizmi, mağara turizmi, sağlık ve

termal turizm, su altı dalış turizmi, yat turizmi ve yayla turizmi olarak sınıflandırılmaktadır ([www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr](http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr), 27.01.2017).

### 1.6.1. Kültür Turizmi

Değişik kültürleri, kültürel değerleri ve tarihi anıt, savaş alanı, müze gibi kültür eserlerini görmek için yapılan turizm faaliyetlerine denmektedir (Usta, 2009: 12). Kişilerin kendi kültürlerinin eğlenceli yanlarını ve diğer toplumların kültürlerinin açık yanlarını görmeleri için katıldıkları turizm faaliyetidir (Özgüç, 1998: 86). Kişilerin turizm faaliyetine katılmasında merak, eğlenme, dinlenme, sağlık, spor gibi etkili faktörlerin yanında yeni bilgiler kazanma ve kişiliği zenginleştirme amaçları da bulunmaktadır (Olah ve Timur, 1988: 171).

Tanımlamalardan anlaşıldığı gibi kültür turizminin temelinde öğrenme faaliyeti yatmaktadır. Ana motivasyon, yeni şeyler öğrenmek ve yeni deneyimler kazanmaktır. Bu özellik diğer turizm türleri ile kültür turizmini birbirinden ayırmaktadır. Kişiler kendi kültürlerine bağlı kalmakta ve gittikleri yerin kültürünü de öğrenmektedir. Turizm faaliyetinde bulunan kişiler gittikleri yerlerde sadece geçmiş kültürleri değil halen daha yaşayan çağdaş kültür ve yaşam tarzını da öğrenmektedir (Sayılan, 2007: 46).

Dünya Turizm Örgütü'nce; eğitim, sanat, kültür, festival turları, abideler, sit alanları ve doğal güzelliklerin ziyareti ve hac gezileri gibi kültürel faaliyetler, kültür turizmi kapsamında bulunmaktadır (Dinçer ve Ertuğral, 2000: 70).

Türkiye geçmişten bugüne birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bu uygarlıklardan günümüze kadar sayısızca kültürel değerler kalmıştır. Hititler, Urartular, Galatlar, Likyalılar, İyonlular, Helenler, Romalılar, Selçuklular, Osmanlılar ve Türkiye Cumhuriyeti aynı topraklar üzerinde yaşamıştır ve hâlen daha yaşamaya devam etmektedir (Özdamar, 2011: 41). Akdeniz, Ege, Marmara, Doğu ve Güneydoğu Anadolu ve Karadeniz Bölgeleri ile geniş bir kültürel ve doğal güzelliklere sahiptir (Çakır, 1999: 34). Türkiye'nin dünya turizmi içerisindeki yeri için iyi bir tanıtıma ihtiyacı vardır. Türkiye'nin eski çağlardan beri pek çok medeniyete ev sahipliği yapmış

olması geniş kültürel değerlere sahip olmasını sağlamaktadır. Bu da diğer ülkelere göre bir avantaj konumundadır (Güven, 2006: 12).

2016 yılı itibariyle UNESCO Dünya Miras Listesi'nde kayıtlı olan dünya genelinde 1052 tane kültürel ve doğal varlık bulunmaktadır. Bunlardan 814 tanesi kültürel değer, 203 tanesi doğal, 35 tanesi de karma özelliklerde varlıklardır. Türkiye'de bulunan UNESCO Dünya Miras Listesi'ne kayıtlı varlık sayısı ise 16'dır ([www.kulturvarliklari.gov.tr](http://www.kulturvarliklari.gov.tr), 28.02.2017).

### 1.6.2. Kongre Turizmi

Kongre turizmi Özen (1986: 15)'e göre *“insanların ortak konular üzerine toplu olarak görüşmelerde bulunmak üzere oturdukları yerlerin dışına organize biçimde seyahat etmeleri, gereğinde geçici konaklamalar yapacak şekilde bir yerde toplanmaları, bu arada etrafı görmek, öğrenmek, dinlenmek, eğlenmek gibi eğilimlerini tatmin olayıdır.”*

Genellikle kongre turizmine yüksek gelir grubundan olan kişiler katılmaktadır. Bu nedenle kongrelere katılan kişiler gidilen turizm bölgelerine döviz bırakmaktadır ve bölgeye ekonomik olarak geniş katkılar sağlamaktadırlar (Dallı, 1974: 48).

Son yıllarda gelişme gösteren turizm faaliyetlerinden birisi kongre turizmidir. Kongre turizminin belli bir sezonu yoktur. Diğer turizm faaliyetlerine göre daha fazla harcama yapılmaktadır. Turizm sezonun bittiği zamanlarda da ek olarak ekonomiye katkı sağlamaktadır (Öztaş, 2002: 25).

Bir yerin kongre bölgesi olabilesi için birçok kritere sahip olması gerekmektedir. Şehirdeki konaklama işletmelerinin yeterli olması, fiyatlar genel seviyesinin makul düzeyde olması, ulaşım imkânlarının gelişmiş olması ve diğer yardımcı imkân ve alt yapının mevcut olması gerekmektedir. Bunun yanında güvenlik hizmetlerinin yeterli olması ve yöre halkının gelen turistlere karşı takındığı tavrın iyi olması gerekmektedir. Devletin de üzerine düşen görevler bulunmaktadır (Go ve Wei, 1997: 42-50). Birçok alt yapı yatırımlarını devlet hazırlamaktadır (Fainstein ve Stokes, 1998: 166).

Türkiye'yi, 2013 yılı verilerine göre kongre turizmi kapsamında 34,9 milyon kişiyi ziyaret etmiştir. Elde edilen gelir ise 32,3 milyar dolar civarında hesaplanmıştır. Kongre şehirleri arasında İstanbul başta olmak üzere, Antalya, Ankara, İzmir, Bursa, Kuşadası bulunmaktadır. Türkiye'de 2012 yılında 179 tane, 2013 yılında 196 tane kongre gerçekleştirilmiştir. Kongre, seminer ve fuarların toplam sayısı 2,4 milyon olurken, elde edilen gelirin 2,5 milyar doları aştığı görülmektedir. Dünya turizm gelirlerinin %30' u civarında bir oranını da kongre turizmi oluşturmaktadır. Toplamda 1 trilyon 75 milyon doları aşan turizm gelirlerinin 250 milyar doları kongre turizmi tarafından gerçekleştirilmektedir (TÜRSAB, 2013: 1-9-10).

### **1.6.3. Sağlık Turizmi**

İnsanların tedavi amacıyla katıldıkları bir turizm faaliyetidir. Kişiler, bozulan sağlıklarının tedavisinde yardımcı olması veya iyi durumda olan sağlıklarının, aynı şekilde devam etmesini sağlamak amacıyla bu turizme katılmaktadır (Albayrak, 2013: 105).

İnsanlar sağlıkları için kaplıcalara, ılıcalara ve içmelere gitmektedir. Ayrıca kür banyoları, çamur ve deniz banyoları ve iklim tedavilerinden yararlanmaktadır (Ürger, 1992: 115).

Doğal kaynakların sağlığın iyileştirilmesi yönünde değerlendirilmesi kıyı turizmine alternatif olmaktadır. Bunun yanında belli bir mevsime sığdırılan turizm olayının yılın geneline ve ülkenin bütün bölgelerine yayılmasını sağlamaktadır (Tutar, 1991: 222).

Sağlık turizminin; medikal turizm, termal turizm ve yaşlı ve engelli turizmi olarak üç çeşiti bulunmaktadır:

### **1.6.3.1. Medikal Turizm**

Yüksek tedavi ücretleri nedeniyle insanların kendi ülkelerinde tedavi olmayıp başka ülkelere seyahat etmelerine medikal turizm denmektedir. Nispeten daha ucuz ve genellikle de uzak ülkelere gitmektedirler. Gidilen ülkelerde maliyetler %50- %80' e kadar düşmektedir (İçöz, 2009: 2262). Genel ifadeyle medikal turizm, tedavi amacıyla yapılan seyahatlerdir. Kişilerin öncelikli amacı tedavi olmaktır. Bunun yanında gittikleri yerlerde turizm sektörü tarafından sağlanan konaklama, yeme-içme, ulaşım gibi hizmetlerden faydalanmaktadırlar (Tengilimoğlu, 2013: 58).

Türkiye, sağlık hizmetleri kapsamında Avrupa'da ön planda bulunmaktadır. Türkiye' de yapılan, açık kalp ameliyatları, organ nakli, eklem protezi ameliyatı, estetik ve plastik cerrahisi gibi sağlık faaliyetleri medikal turizm kapsamına girmektedir (Gülmez, 2012: 34).

### **1.6.3.2. Termal Turizm**

Termal turizm veya kaplıca turizmi; termomineral su banyosu, içme, inhalasyon, çamur banyosu gibi yöntemlerden ve iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi, diyet gibi destek tedavileri ile yapılan tedavi (kür) uygulamaları yanında termal suların eğlence ve dinlenme amacıyla kullanılmasından oluşmaktadır (yigm.kulturturizm.gov.tr, 2016). Bu tür uygulamaların yapıldığı yerlere de Termal Kür Merkezi ya da Kaplıca Tedavi Merkezi adı verilmektedir (Akat, 2000: 17). Termal turizm kendi içerisinde de üç türe ayrılmaktadır;

**Klimatizm:** Dağ ve deniz kenarlarının açık ve temiz atmosferinden şifa sağlama amacıyla yararlanılan turizm faaliyetidir. “Temiz hava tedavisi” olarak da adlandırılmaktadır (Yılmaz, 2007: 12).

**Termalizm:** Yerin derinliklerinden gelen mineral bakımından zengin sıcak su ve buhar, jeotermal enerji olarak kullanılmasının yanında birçok hastalığın da tedavi aşamasında yardımcı olmaktadır. Kaplıca, ılıca, içmeler gibi şifalı doğal kaynakların

kullanıma uygun olarak tedavi amacıyla kullanılması termalizm faaliyetidir (Öztaş, 2002: 24).

Üvalizm: Bazı yörelere has olan meyve ve sebzelerden yapılan kürlerin sağlık amacıyla kullanılması faaliyetidir (Ünlüöner vd., 2014: 21).

### **1.6.3.3. Yaşlı ve Engelli Turizmi**

Sağlık turizmi içerisinde yer alan diğer bir turizm türü de “geriatri turizmi” ya da “üçüncü yaş turizmi” olarak tabir edilen yaşlı turizmidir. Yaşlı insanların sağlıklarının idame ettirilmesi, var olan hastalıklarının tanısının konulması ve tedavi ettirilmesi gibi amaçlarla yapılan seyahatler yaşlı turizmini oluşturmaktadır (Bulu ve Eraslan, 2007: 174). Toplumda yaşlı nüfusun yanında, engelli ve özürlü nüfus da ciddi oranda bulunmaktadır. Onların da diğer insanlar gibi gezmeye, eğlenmeye, seyahat etmeye ve tedavi görmeye hakları bulunmaktadır (Bülbül, 2015: 39).

Türkiye son yıllarda sağlık turizmi bakımından gözde merkezler arasına girmektedir. Türkiye diğer ülkelere göre hem daha ucuz hem de daha kaliteli hizmet sunmaktadır. Bunların yanında gelen kişiler için geniş turizm potansiyeli ile gezme görme fırsatı sunmaktadır. 2013 verilerine göre sağlık turizmi nedeniyle Türkiye’ ye giriş yapan kişi sayısı 480 bin civarında olmuştur. Elde edilen gelir de 2,5 milyar dolar olarak belirlenmiştir. Sağlık bakanlığının 2017 hedefine göre 8 milyar dolar elde edilmek istenmektedir. Gelecek olan hasta sayısı ise 700 bin olarak hesaplanmaktadır. Yurt dışından sağlık turizmi kapsamında gelen kişilerin tercih ettikleri iller içerisinde 2012 yılı itibariyle Antalya’ya 87 bin 162 kişi gelmiştir. İstanbul’ a ise 68 bin 842 kişi gelmiştir. Bunları takiben İzmir, Muğla ve Aydın’ da sıralamada bulunmaktadır ([www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr), 21.02.2017).

Dünya sağlık turizminin gelişmesi için ülkelerdeki sağlık kuruluşlarının yeterlilik belgelerine sahip olmaları gerekmektedir. Bu anlamda Türkiye 44 tane JCI yeterlilik belgesine sahip hastanesi ile dünya sıralamasında ilk sıralarda bulunmaktadır. Sağlık turizmine katılan kişiler genel olarak Asya ülkelerini tercih etmektedirler. Asya ülkeleri medikal turizmde çok önemli bir bölge konumuna gelmiştir. OECD

verilerinden elde edilen sonuçlara göre, dünya genelinde medikal turizm turizme katılan kişi sayısının 50 milyon civarında olduğu düşünülmektedir. 2007 yılında Amerika’ da yaşatan 750 bin, 2010 yılında 6 milyon kişinin sağlık turizmi ile yurt dışına çıktığı görülmüştür. Bu rakamın 2017 yılında 10 milyon olacağı düşünülmektedir (BAKA, 2013: 11-17).

#### **1.6.4. Kırsal Turizm**

Kırsal turizm, kişilerin doğal ortamda güzel vakit geçirmek, bedenlen ve zihnen dinlenmek, farklı kültürlerle bir arada bulunmak için kırsal alanlara gidip, orada konaklamaları ve aynı zamanda o yöreye ait olan faaliyetlere katılmaları ya da onları izlemeleri ile oluşan turizm türüdür (Soykan, 2000: 21).

Yarcan (1998: 5)’a göre ise kırsal turizm, kişilerin daha çok çiftliklere ve doğal ortamlara yönelik olarak yaptıkları, çiftlik gezme, balık tutma, uzun yürüyüşlere katılma, ata binme vb. etkinliklere katılabildikleri turizm türüdür.

Bozulmamış bir doğada bulunmayı ve etkinliklere katılmayı isteyen turistler otantik atmosferdeki faaliyetleri tercih etmektedirler. Konaklama için köyde bulunan halkın yaşamını sürdürdüğü evler, burada mevcut olan pansiyonlar, kamp alanları veya kırsal tatil köyleri tercih edilmektedir. Kültürel geziler, doğa yürüyüşleri, yöreye ait el sanatları, hayvancılık ve tarımsal faaliyetler turistler tarafından ilgi görmektedir(Zeyrek, 2008: 457). Kırsal turizm, çiftlik turizmi, yayla turizmi ya da yeşil turizm gibi farklı isimlerde almaktadır. Eko turizm, doğa gezileri, alışveriş, kayak, macera, rafting, termal turizm, spor, sanat, avcılık ve balıkçılık ile ilgili turizm türleri de kırsal turizme dâhil edilebilmektedir (Albayrak, 2013:134).

Dünya genelinde özellikle Fransa, İtalya, Avustralya, Yeni Zelanda, İrlanda, İspanya, Finlandiya, Kıbrıs ve Malezya kırsal turizm alanında önemli konuma sahiptir. Buralarda mevcut olan kırsal bölgeler özellikle turistlerin faaliyetlerine göre düzenlenmektedir. Türkiye de ise özellikle büyük kentlerin çevrelerinde yoğunlaşmıştır. İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük kentlerin etrafında, Muğla, Antalya gibi turizm

bakımında gelişmiş illerin etrafında, Bafra, Safranbolu gibi tarihi zenginliğe sahip illerin etrafında yoğunlaşmıştır (Albayrak, 2013: 139-140).

#### **1.6.5. Rekreasyon Turizmi**

Rekreasyon turizmi, insanların yoğun çalışma yükü, hayat şekli, çevrenin kişiler üzerindeki olumsuz etkileri ile kişilerin bedenlen ve ruhen zarar gören sağıklarını tekrar elde etmeleri veya sağıklı hallerinin devamlılığını sağılayabilmek için yer değıştirmeleri faaliyetlerine dayanmaktadır (Toskay, 1989: 155-156). Bu durumda rekreasyon turizmi, çalışan kişilerin belli zamanlarda tatil amacıyla devamlı yaşadıkları yerlerden fiziksel ve ruhsal yorgunluğun giderilmesi için başka yerlere seyahat etmelerine denmektedir. Rekreasyon faaliyetinin değışik şekilleri bulunmaktadır. Deniz, göl veya ırmak kıyılarındaki değışik faaliyetlerin, başka yerlerde farklı sportif, dini, kültürel faaliyetlerinin hepsi dinlenmek için yapılmaktadır. Tüm bunlarla birlikte hem kısa süreli hafta sonu gezileri hem de uzun süreli tatiller dinlenme turizmi içerisinde yer almaktadır (Ürger, 1993: 111).

Kişiler şehrin gürültüsü, trafiğin yoğunluğu, çevre kirliliğı, yoğun çalışma koşulları nedeniyle bedensel, ruhsal ve zihinsel sağııkları için çiftliklere, yaylalara, doğıal güzelliklerin olduğı yerlere, sakin ve gürültüsüz ortamlara gitmektedir (Hazar, 2007: 51-52).

Dünyada rekreasyonel turizm Amerika, Avrupa, kuzey batı Avrupa gibi ülkelerde ilk sırada gelmektedir. Aynı zamanda pek çok ülkede de yapılmaktadır (Albayrak, 2013: 184).

#### **1.6.6. Spor Turizmi**

Spor turizmi, sporla ilgilenen kişilerin spor yapmak ya da sportif faaliyetleri izlemek için turizm olayına katılmalarından doğıan ilişkilerin tamamı şeklinde tanımlanmaktadır (Toskay, 1983: 157).

Spor turizminin genel turizmden ayrılan özelliği insanların turizme katılmalarındaki öncelikleri spor yapmak ya da yapılan sportif faaliyetleri izlemektir. Sportif faaliyetler için seyahat eden kişiler gittikleri yerlerde ki doğal ve kültürel turistik değerleri de tanımaktadır (Hazar, 2007: 80).

Güreş, atletizm, boks, futbol, basketbol, hentbol, golf, dağcılık, kayak, rafting gibi spor organizasyonları ve karşılaşmaları ulusal ölçütlerde yapıldığında iç turizm faaliyetleri gelişmektedir. Uluslararası boyutlarda yapıldığı zaman ise dış turizm faaliyetleri gelişmektedir. Özellikle kıtalararası ve bölgesel olarak dünya bazında yapılan spor düzenlemeleri, şampiyonalar, olimpiyatlar spor turizmini geliştirmektedir (Ürger, 1992: 109). Bu dış turizm ölçeğinde gelişme gösteren turizm faaliyetleri ile birlikte ülkeye önemli miktarda döviz girişi sağlanmaktadır (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 13).

Turizm sektörü içerisinde spor turizmi son yıllarda ön plana çıkmaktadır. 2015 yılında dünya genelinde spor turizminden 180 milyar dolar civarında bir gelir elde edilmiştir. Bunun yanında spor turizmi her yıl %14 oranında bir büyüme gerçekleştirmektedir. Bu oran bazı ülkelerde %25' e kadar çıkmaktadır. Türkiye' de ise 2014 yılının sonunda spor yapan yabancı turistlerin sayısı 550 bini aşmıştır. Bu turistler tarafından yapılan harcamalar ise 900 milyon doları bulmuştur. 2015 yılında ise daha iyi sonuçlar ortaya çıkmıştır. 2016 yılı için ise 400 milyon Euro gibi bir gelir öngörülmüştür ([indigodergisi.com](http://indigodergisi.com), 20.02.2017 ).

Türkiye' de toplam turizmin yüzde 1,5 gibi bir oranını spor turizmi oluşturmaktadır. Bunun içinde de en yüksek oran golf ve futbol faaliyetlerinden oluşmaktadır. Türkiye'de yaklaşık olarak 200 takım kamp yapmış, bıraktıkları gelir ise 100 milyon civarına ulaşmıştır ([www.haberler.com](http://www.haberler.com), 20.02.2017).

#### **1.6.7. Deniz Turizmi**

Deniz turizmi genel olarak denizde gerçekleşmekte, yat turizmi ve kruvaziyer turizm olarak iki türden oluşmaktadır. Aynı zamanda da kıyı turizminden ayrılmaktadır (Albayrak, 2013: 203).

Yat turizmi kısaca, kişilerin gezi, eğlence gibi nedenlerle ülkelerinden yatları ile gelmesi ya da geldikleri ülkelerde yat kiralamaları şeklinde gerçekleştirdikleri turizm faaliyetlerine denmektedir (Çağlayan, 1992: 256). Yat turizmine katılanlar genel olarak genç ve orta yaşta, gelir düzeyi ve eğitim düzeyi yüksek, öncesinde seyahat deneyimi olmuş, keşfetme arzusunda olan, denizi seven erkeklerdir (Albayrak, 2013: 205). Karayip Adaları, Florida, Akdeniz, Rhode Island, Saint Diego- San Fransisko, Pasifik Adaları, Puket Lagonları ve Tayland dünyanın en önemli yat merkezleri olarak kabul edilmektedir. Bu alanlar yatçılık için en uygun koşullara sahiptirler (Narin, 2000: 27-28).

Türkiye’ de yatçılığın başlangıcı küçük teknelerle yapılan günübirlik gezilerle veya kısa süreli yatılı gezilerle olmuştur. Son on yılda gelişerek kitle turizminin bir parçası haline gelmiştir. Gelişen yat turizmi genel turizm girdilerinin %20’ lik kısmını oluşturmaktadır. Antalya, Muğla (Fethiye, Marmaris, Bodrum) ve İzmir sahil şeridinde hızla gelişmektedir (Deniz Sektörü Raporu, 2015: 191- 193).

Ekonomik olanakları uygun olan kişilerin tüm imkânların bulunduğu gemilerle belli bir rotaya göre kıyı kıyı gezerek gerçekleştirmiş oldukları turizm faaliyeti “krvaziyer turizm” olarak adlandırılmaktadır. Türkiye krvaziyer turizm açısından kayda değer gelişmeler göstermektedir. Krvaziyer turizmin geliştiği en büyük beş ülke arasında yer almaktadır. İstanbul, Kuşadası, Çeşme ve Antalya krvaziyer gemilerin en çok tercih ettikleri yerler olarak görülmektedir (Albayrak, 2013: 209-213). Türkiye’nin aktif halde olan kruz limanları Yunan Adaları, İsrail, Mısır, Yunanistan, İtalya, Hırvatistan, İspanya, Malta, Kıbrıs, Ukrayna, Romanya, Bulgaristan gibi ülkelerle bağlantılı olarak çalışmaktadır (Kadioğlu, 2007: 77-78). Bu turizm çeşiti daha çok Avrupalı turistler tarafından tercih edilmektedir.

#### **1.6.8. Golf Turizmi**

Toplum içinde yüksek gelir düzeyine sahip orta ve ileri yaş grubu tarafından tercih edilmekte olan bir turizm faaliyetidir. Turizm çeşitlendirilmesinin sağlanması, istihdam artışları, yeşil alanların korunması ve gelir getirmesi gibi nedenlerle golf turizmine verilen önem yüksektir (Kozak vd., 2010: 24).

Batılı ülkeler tarafından daha çok tercih edilmekte fakat zamanla tüm dünyada yaygınlaşmaktadır. Golf oynamak ya da oynayanları seyretmek amacıyla kişilerin yer değiştirmesi olayından oluşmaktadır (Tunç ve Saç, 1998: 27).

Dünya genelinde 119 ülkede toplamda 32 bin civarında golf sahası bulunmaktadır. Bu saha alanlarının yüzdelik dağılımlarına bakıldığında ise, %60'ı Kuzey Amerika'da, %20'si Avrupa'da, %12'si ise Asya' da yer almaktadır. Çin' de şu anda 600'e yakın golf sahası bulunmaktadır. Bunun yanında golfe önem veren diğer bir ülkede Dubai'dir. Çok hızlı şekilde büyüyen golf turizminin getirmiş olduğu gelir de 100 milyar dolar civarında bulunmaktadır. Golf oynayan sayısı hızla artmaktadır ve bu da artarak giden gelir anlamına gelmektedir ([www.ttyd.org.tr](http://www.ttyd.org.tr), 20.02.2017).

Türkiye golf turizmi bakımından son yıllarda göze çarpan merkezler içerisine girmiştir. Türkiye'de ilk sırada Antalya bulunmaktadır. Antalya'nın 30 km doğusunda bulunan Belek beldesi ön plana çıkmaktadır. Belek' te 15 tane golf sahası bulunmakta ve yıllık 2 milyon sporcu tarafından ziyaret edilmektedir. Bunun ardından Muğla ve İstanbul illerinde de golf sahaları bulunmaktadır. Kültür ve Turizm bakanlığı tarafından Antalya, Aydın, Muğla, Mersin ve Nevşehir illerinde de golf sahalarının yapılması planlanmaktadır ([www.ktb yatirimisletmeler.gov.tr](http://www.ktb yatirimisletmeler.gov.tr) , 27.02.2017).

#### **1.6.9. İnanç Turizmi**

Dini olarak kutsal olan yerleri, din gereği önemli olan mabet gibi yapıları ziyaret etmek, dini toplantı ve gösterilerde yer almak ya da sadece izlemek amacıyla yapılan seyahat faaliyetlerinin oluşturduğu turizm şeklidir (Usta, 2009: 13).

Başka bir şekilde yapılan tanımlamaya göre, dinlerce kutsal sayılan yerlere belli zamanlarda kısa veya uzun yolculuklara gidilmesi ve burada dini bir takım gereksinimlerin ya da dinin zorunlu saydığı bir takım faaliyetlerin yerine getirilmesine inanç turizmi denilmektedir (Usta, 2005: 8).

İnanç turizmi bakımından dünyada en çok ziyaret edilen kutsal yerler içinde Japonya'daki Meji Shrine ve Sensoji Tapınağı ilk sırada bulunmaktadır. Yıllık 60 milyon civarında ziyaretçi almaktadır. Bunun ardından 21,9 milyon ziyaretçisi ile

Hindistan'daki Kashi Vishwanath Tapınağı ve 20 milyon ziyaretçi ile Meksika' da bulunan Our Lady of Guadalupe Bazilikası gelmektedir. Böyle devam eden listenin 20. sırasında yıllık 5 milyon ziyaretçisi ile İstanbul Sultanahmet Cami bulunmaktadır. Yine 29. sırada 3,2 milyon ziyaretçi ile Ayasofya bulunmaktadır (Göktaş, 2016: 23).

Birçok medeniyete ve dine yurt olmuş olan Anadolu inanç turizmi açısından çok önemli yerlere sahiptir. Antakya, Tarsus, İstanbul, Efes, Trabzon, Şanlıurfa ve Kapadokya Hristiyanlar için çok önemli inanç merkezleridir. Yahudiler ise Harran' a gelmektedirler. 2015 yılı verilerine göre Türkiye'ye inanç turizmi için gelen kişi sayısı 75 bini bulmuştur (Göktaş, 2016: 25).

Alternatif turizm, kitle turizmine göre daha çok ilgi çekmektedir. Alternatif turizm ile kitle turizmi arasındaki farklılıklar da Tablo 1.2'de verilmektedir.

**Tablo 1.2. Kitle Turizmi ve Alternatif Turizmin Çevre İle İlişkilerini Ortaya Koyan Özellikler**

| KİTLE TURİZMİ                                                                          | ALTERNATİF TURİZM                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Turistik bölgenin taşıma kapasitesini zorlayan çok fazla katılım                       | Turistik bölgenin taşıma kapasitesini zorlamayan sınırlı sayıda katılım |
| Mekân ve zamanda yoğunluk                                                              | Mekân ve zaman bakımından yayılma                                       |
| Hızlı bir şekilde ve denetimsiz gelişme                                                | Yavaş ve denetimli gelişme                                              |
| Büyük ölçekli, uluslararası standartlarda bir konaklama yapısı                         | Küçük ölçekli işletmeler                                                |
| Yerel mimariden ayrı, anonim bir turizm mimarisi                                       | Çevreye uyumlu, özgün turizm mimarisi                                   |
| Yerel halk ve turist arasında yakın ilişkilerin kurulamadığı, kapalı turistik bölgeler | Yerel halk ve turist arasında iletişimin sağlandığı bölgeler            |
| Çok uluslu tur operatörleri ile birliktelik                                            | Bağımsız, alanında uzman tur operatörleri                               |
| Yerel turistik ürünlerin özelliklerini yitirmesi ve standartlaşması                    | Geleneksel ve özgün değerlerin korunması                                |
| Ölçek ekonomilerine dayalı bir gelişme                                                 | Yerel ölçekte turizm planlaması                                         |
| Genel olarak kıyılara ve özgün doğa parçalarına yönelme                                | Turistik istihdam alanında yöre halkına öncelik                         |

Kaynak: Weaver ve Oppermann, 2000: 367.

Tabloda görüldüğü üzere, kitle turizmi ile alternatif turizm arasında birçok farklılık bulunmaktadır. Kitle turizmi plansız, kontrolsüz ve yoğun şekilde yapılmaktadır. Ölçek bakımından büyük oluşu ile çevre için de olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Tüm bu olumsuzlukları gidermek amacıyla alternatif turizm ortaya atılmış ve geliştirilmiştir. Planlı, küçük, çevreye özenli oluşu dikkat çekmektedir. Kitle turizmi sadece belli aylara yoğunlaşırken alternatif turizm ile turizm faaliyetleri tüm yıla yayılmaktadır. Bu da hem ülke için gelir hem de halk için ek istihdam sağlamaktadır. Her yönüyle alternatif turizm kitle turizmine göre daha çok tercih edilmekte ve ön plana çıkmaktadır.

## **1.7. İNSANLARI TURİZM FAALİYETİNE YÖNELTEN FAKTÖRLER**

Turizmin ilk yıllarından bugüne çeşitlendiği ve geliştiği görülmektedir. Bunda etkili olan pek çok faktör vardır. İnsanlar pek çok faktör dâhilinde seyahat olayı içerisinde yer almaktadır. Bunlar iç ve dış faktörler olarak gruplandırılmaktadır.

### **1.7.1. İç Faktörler**

İnsanları seyahat ve konaklamaya yönelten temel etmenler iç faktörleri oluşturmaktadır.

**İş, Kongre ve Toplantılar:** Dünya üzerinde her geçen gün artan ekonomik ilişkiler milyonlarca insanın iş için seyahate çıkmalarına neden olmaktadır. İş nedeniyle seyahat eden ve doğrudan kazanç sağlama amacı olmayan kişilerin, yaptıkları konaklama ve seyahatler turizmin iç faktörleri arasında bulunmaktadır. Kişiler meslek alanlarındaki yeni gelişmeleri öğrenmek, bir işi sonuca bağlamak veya bir ürün tanıtımı yapmak için katıldıkları seyahatler sonucu gittikleri ülke ya da bölgenin turizmine katkıda bulunmaktadır (Usta, 2009: 17). Örneğin, Türkiye’de yaşayan bir kişinin mesleği hakkındaki gelişmeleri takip etmek, bilmediklerini öğrenmek veya kendi işini tanıtmak için yurt dışına gitmesi bir turizm faaliyetini oluşturmaktadır. Sadece yurt dışı değil yurt içinde de işle ilgili yapılan seyahatler turizmi doğurmaktadır.

Kişiler kendi ülkelerinde ya da başka ülkelerde yapılan seminer, konferans, sempozyum, kongre gibi toplantılara da katılmaktadırlar (Hazar, 2007: 22). Düzenlenen bu tür uluslararası toplantılarda hem çalışmalar yapılmakta hem de gidilen ülke veya bölgenin turistik zenginlikleri gezilmektedir (Usta, 2009: 23). Uluslararası kongreler genel olarak Nisan, Mayıs, Haziran ve Eylül, Ekim, Kasım aylarında düzenlenmektedir. Yaz turizminin gelişmiş olduğu Türkiye gibi ülkeler için alternatif bir turizm faaliyeti olmaktadır (Tunç Hüssein ve Saç, 2008: 27). Mesela, Türkiye’de olacak olan bir uluslararası kongreye her yerden katılım olması önemli döviz girdisi sağlayacaktır. 2016 yılında Antalya’da yapılan G-20 zirvesi bu yönde önemli bir faaliyet olmuştur.

**Eğitim:** Eğitim insanların öğrenme isteğinin sonucunda oluşmaktadır. İnsanların öğrenme isteği turizme yönelmelerini sağlamaktadır. Mesela; Amerika, İngiltere, Fransa gibi ülkelerin tanınmış üniversiteleri öğrenci turistlerin ilgisini çekmektedir. Aynı zamanda yabancı dil öğrenmek isteyen kişilerde yurt dışındaki kurslara katılmaktadır (Hazar, 2007: 18).

**İnanç:** İnsanlar inandıkları dinin kutsal saydığı yerleri ziyaret etmekte ve buralarda dini görevlerini yerine getirmektedirler (Hazar ve Tuncer, 2003: 17). Örneğin; Müslümanlar için Mekke ve Medine, Hristiyanlar için Efes Meryem Ana Evi ve Roma Vatikan Sarayı dini açıdan kutsaldır. Her yıl milyonlarca kişi buralara giderek turizm açısından olumlu katkılarda bulunmaktadır (Usta, 2009: 18).

**Kültür:** Kültür, bir toplumun dil, din, ahlak, tarih, gelenek ve görenek, manevi değerler, sanat, yaşantı ve düşünce gibi değerlerinin toplamından oluşmaktadır. Kişilerin başka kültürleri tanımak, görmek ve öğrenmek istemeleri turizm faaliyetini sağlamaktadır (Usta, 2009: 20). Anadolu özellikle de İstanbul birçok uygarlığa ev sahipliği yapmıştır. Bunlara bakıldığında zaman, Roma, Bizans, Hitit, Selçuklu ve Osmanlı uygarlıkları gelip geçmiştir. Bu kadar çok uygarlığın yaşaması kültürel zenginliğin ne denli geniş olduğunu göstermektedir. Kişilerde ister yerli ister yabancı olsun bu kültürel ve tarihi değerleri görmek için seyahate çıkmaktadırlar. Mesela, Hindistan’a Taç Mahal’i görmek görmek için çıkılan bir seyahatte aynı konumda bulunmaktadır.

**Spor:** Sporun insan sağlığı için faydaları çok fazla olmaktadır. Bu yüzden turistik işletmeler; golf, tenis, yelken, yüzme gibi faaliyetlere yer vermektedirler (Usta, 2009:

21). İnsanlar hem sportif faaliyetleri yapmak hem de izlemek istemektedir. Turistlerin yaşlarına, alışkanlıklarına, hobi, gelir ve eğitim düzeylerine, cinsiyetlerine göre sportif faaliyet tercihleri değişiklik göstermektedir (Hazar, 2007: 20). Örneğin, kişilerin bir futbol maçı için Barselona'ya seyahat etmesi turizm faaliyetini oluşturmaktadır. Bir golf turnuvası için Antalya Belek' te toplanılması da aynı şekilde turizm faaliyetleri arasında yer almaktadır. Kişiler sportif faaliyetleri izlemek veya onlara katılmak için gelmekte ve ülke ekonomisinde katkıda bulunmaktadır.

**Taklit ve Gösteriş (Snobizm):** Kişiler turizm faaliyetine moda olduğu için, başkalarına gösteriş yapmak için, kendi kıskançlıklarını gidermek için katılmaktadırlar (Karakaş ve Topdal, 2007: 17). Örneğin, kişilerin bir filmin çekildiği veya bir ünlünün gittiği yeri görmek için yaptıkları seyahatler bu tür içerisinde bulunmaktadır (MEGEP, 2007: 10).

**Sağlık:** Kişileri turizme yönlendiren faktörlerden biriside sağlık sorunlarını giderme isteğidir. Romalılar zamanından beri turistik faaliyetlerin temelinde sağlık bulunmaktadır. Kaplıcalar, içmeler, şifalı sular, temiz hava, farklı kürler sağlık turizminde kullanılmaktadır. Modern ve gelişmiş hastanelerin, termal merkezlerin ve alanında uzman hekimlerin bulunduğu ülke ve şehirler sağlık turizmi alanında çok fazla ilgi görmektedir (Usta, 2009: 22). Mesela, Türkiye'de de Afyonkarahisar, Denizli gibi illere şifalı sulardan yararlanmak için gidilmektedir.

**Dost ve Akraba Ziyareti:** Kişiler, aile bireylerini, sevdiklerini, arkadaşlarını ziyaret etmek ve boş vakitlerini birlikte geçirmek için seyahat etmektedirler (Usta, 2009: 22). Örneğin, aileler genel olarak okulların tatil olduğu yaz aylarında, bayramlarda tatillerini memleketlerinde aile büyüklerinin yanında geçirerek değerlendirmektedir.

**Dinlenme, Eğlenme ve Merak:** Gezerek eğlenmek ve dinlenmek olayı çok eskilere dayanmaktadır. Bu gereksinim kişinin günlük hayatındaki tekdüzelikten, şehir hayatından ve yorgunluğundan ortaya çıkmaktadır. Kişinin çalışmak kadar eğlenmesi ve dinlenmesi de en önemli gereksinimleri arasında bulunmaktadır (Usta, 2009: 21). Kişiler yoğun şehir hayatı, yoğun trafik, ses ve gürültü kirliliği gibi insan sağlığını ve psikolojisini bozan ortamdan kısa süreliğine dahi çıkmak istemektedir. Sakin, temiz, güzel yerlere giderek bedenlen, zihnen ve psikolojik olarak dinlenmek ve neşeli, hoşça vakit geçirebilecekleri yerlere de giderek eğlenmek istemektedirler (Hazar, 2007: 23).

Turizm faaliyetine katılacak yerli ve yabancı kişiler bulundukları yerlerden ayrılarak farklı yerleri, kültürleri ve insanları görmek istemektedirler. Merak ettikleri doğal güzellikleri, tarihi eserleri görmek, fuar, festival, spor gibi aktiviteleri izlemek için turizm faaliyetine katılmaktadır (Karakaş ve Topdal, 2007: 17). Örneğin, Türkiye’de tatil için en çok tercih edilen yerler arasında İstanbul, Bodrum, Efes, Antalya, Nemrut gibi doğal güzellikleri ve tarihi önemi olan yerler bulunmaktadır. Eski insanların yaşadıkları yerler her zaman merak edilmektedir.

Yapılacak olan eğlenme ve dinlenme faaliyetinin ne olacağı yaşa, topluma, kültüre göre değişiklik ve çeşitlilik göstermektedir. Mesela; gençler genellikle sporu ve macerayı seçerken, yaşlılar sessizliği ve konforlu ortamları seçmektedir (Usta, 2009: 21).

**Kişisel Alışveriş:** İnsanlar sadece kazanç sağlama güdüsüyle hareket etmemektedir. Kendilerinin ya da yakın çevresindeki kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak ve alışveriş yapmak için de turizm faaliyetine katılmaktadır. Bu tür faaliyetlerin de turizm çerçevesi içinde sayılabilmesi için turizmin gereklerine sahip olması gerekmektedir (Hazar, 2007: 23). Örneğin, bir kişinin yeni sezon kreasyonlarını almak için Paris’e seyahat etmesi veya elektronik alışverişler için Silikon vadisine gitmesi turizm faaliyetleri içerisinde bulunduğu anlamına gelmektedir.

### 1.7.2. Dış Faktörler

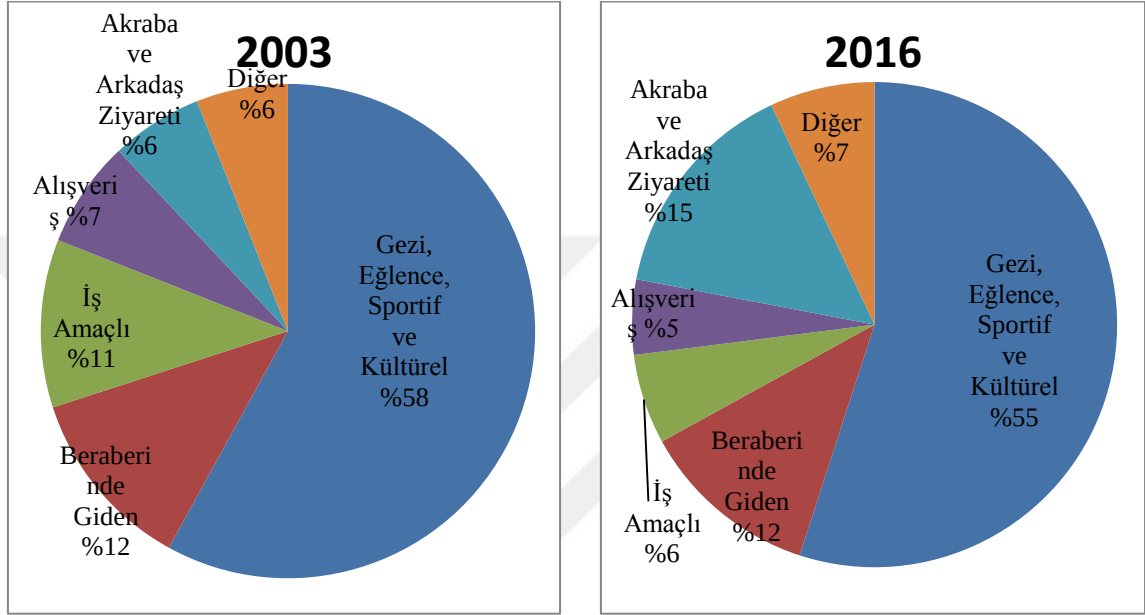
İnsanları turizme yönelten dış faktörler iki başlık altında toplanmaktadır.

**Pazarlama İletişimi:** Gelişmiş iletişim araçları sayesinde bir ülke kendi turistik güzelliklerini ve zenginliklerini dünyaya tanıtmaya olanağına sahip bulunmaktadır. Tanıtımlar, reklamlar, pazarlama ve halkla ilişkiler sayesinde turizm faaliyeti gelişmekte, kişilerin, ulusal ve uluslararası işletmelerin turizme katılma talebi her geçen yıl artmaktadır (Usta, 2009: 23). Türkiye’nin birçok ülkede turizm tanıtım büroları tarafından tanıtılması ile gelen turist sayısı artmaktadır.

**Yeni Turistik Bölgeler:** Her zaman aynı yere giden ve sıkılan kişiler yeni yerlerin açılmasıyla taleplerini bu yeni yerlere çevirmektedirler. Yeni çekici yerlerde kurulan

işletmelerin hizmete açılmasıyla turizm potansiyeli yön değiştirerek bu yerlere kaymaktadır. Yeni turistik işletmeler veya bölgeler açıldıkça turizmin boyutları genişlemektedir (Usta, 2009: 23). Örneğin, yeni açılmış bir tatil köyü farklı yerler görmek isteyen kişiler için birinci tercih olmaktadır.

**şekil 1.1. Türkiye'ye Geliş Amaçlarına Göre Yabancı Turist Oranları (2003, 2016)**



Kaynak: TÜİK ( [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr), 2017).

Grafik1.1 Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin 2003 ve 2016 yıllarına ait seyahat nedenleri verilmiştir. Buna göre 2003 yılında yabancı vatandaşların %58'i gezi, eğlence, sportif ve kültürel amaçlarla, %11'i iş amaçlı, %7'si alışveriş amacıyla ve %6'sı akraba ve arkadaş ziyareti için Türkiye'ye gelmişlerdir. 2016 yılında ise gezi ve eğlence amacıyla gelenlerin oranı %55, akraba ve arkadaş ziyareti amacıyla gelenlerin oranı %15, iş amacıyla gelenlerin oranı %6, alışveriş amacıyla gelenlerin oranı de %5 olmuştur. İncelenen yıllarda 2003'ten 2016 yılına gelindiğinde toplam turist sayısı içinde akraba ve arkadaş ziyareti amacıyla gelenlerin oranında artış olmuşken, diğer oranlarda genel olarak düşüş yaşanmıştır.

## **1.8. TURİZMİN GELİŞMESİNDE ETKİLİ OLAN FAKTÖRLER**

Turizmin tarihsel gelişimine bakıldığında zaman, turizm zaman içerisinde hem gelişmiş hem de çeşitlenmiştir. Turizmin günümüzdeki konumuna gelebilmesi için birçok faktör etkili olmuştur. Kişilerin ücretli tatil hakkına sahip olmaları, boş zamanlarının artması, teknolojiye olan gelişmeler, gelirlerinin artması, sosyal güvenliğin gelişmesi, ömrün uzaması, seyahat özgürlüğüne sahip olunması, turizm bilincinde ve eğitim seviyesinde artış olması, arışı kentleşmeden uzaklaşma isteği gibi sebeplerle turizm gelişmektedir.

### **1.8.1. Ücretli Tatil**

Turizm faaliyetinin gerçekleştirilebilmesi için kişilerin günlük ihtiyaçları için kullandıkları gelirin dışında ek harcanabilir gelire sahip olmaları gerekmektedir. Eğer kişinin zorunlu harcamaları için kullandığı ekonomik gelirinden artan bir miktar gelir yoksa turizm faaliyetlerinin karşılanabilmesi zorlaşacaktır. Bunun yanında ne kadar ek harcanabilir gelirin olsa da bunu harcayabilecek yani turizme katılabilecek zamanın yok ise yine turizm faaliyeti gerçekleştirilemeyebilir. Birçok ülkede ücretli tatil hakkı olup kişiler yılın on bir ayı çalışıp, kalan bir ayda tatile çıkmaktadırlar (Kozak vd., 2010: 32). Örneğin, devamlı bir çalışma hayatı içinde, belli bir gelir düzeyinde hayatını idame ettirmeye çalışan kişilerin turizm faaliyetinde bulunmaları bazen mümkün olmamaktadır. Kişiler iş yerlerinin onlara sundukları ücretli izinlerle birlikte turizm faaliyetlerine katılabilmektedirler.

### **1.8.2. Boş Zaman Artışı**

Boş zaman kişilerin günlük işlerinden ve çalışma zamanlarından geriye kalan artık zamana denmektedir. Bu zamanları ise izinler, mesai saati dışındaki saatler, ücretli tatiller, resmi tatiller, rapor alınan dönemler ve emeklilik sonrası yıllar oluşturmaktadır.

Çalışma saatlerinin daha iyi duruma getirilmesi ile boş zaman daha da artmıştır. Turizm de bu boş zamanın bir faaliyeti haline gelmiştir. Sahip olunan boş zaman kısa ya da uzun olsun, kişiler bu zamanı uygun faaliyetlerle en iyi şekilde değerlendirmek istemektedirler. Günübirlik geziler, hafta sonu gezileri gibi kısa dönemli olabileceği gibi yıllık izinlerle uzun süreli de olabilmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 7).

Gelir ve boş zamanı bağlantılı düşünürsek kişinin ne kadar ek geliri olsa dahi onu kullanıp tatil yapabileceği bir zamanı yok ise turizm faaliyetini gerçekleştiremeyecektir (Yılmaz, 2007: 31).

Örneğin, önceleri insanlar günde 12-14 saat çalışırken şimdilerde bu süre 8 saate kadar inmiştir. Azalan çalışma saatleri ve yıllık izinler kişilerin seyahate çıkmalarını kolaylaştırmış aynı zamanda turizmin gelişmesini sağlamıştır (Kozak vd., 2010: 32).

Bunların yanında dinsel ve ulusal bayramlardaki tatillerde kısa dahi olsa kişilerin günübirlik faaliyetlerde bulunmalarını sağlamaktadır (Göksan, 1978: 51).

### **1.8.3. Teknolojik İlerlemeler**

Ulaşım turizmin temel ayağını oluşturmaktadır. İlk önce buharlı tren ve gemilerle başlayan turizm faaliyeti şu anda gelişen teknoloji ile çok geniş sınırlara ulaşmaktadır. Hız, ucuzluk, güvenlik, rahatlık ve bir anda birçok kişinin taşınması da turizmde etkili olmuştur (Öztaş, 2002: 36).

Ulaşım teknolojisindeki gelişmelerin birkaç olumlu sonucuna bakarsak; hızlı ulaşım araçları sayesinde kısıtlı boş zamana sahip kişiler, daha uzak alanlara daha kısa zamanda ulaşarak zamandan tasarruf edeceklerdir. Diğer bir gelişme olarak ulaşım araçlarındaki maliyetlerin azalması bulunmaktadır. Satın alma gücü zayıf kişilerin ucuz seyahat koşullarından yararlanabilmeleri ile turizm faaliyetlerine katılma şansları artmaktadır (Yılmaz, 2007: 30).

Kişiler gelişen ve çeşitlenen iletişim araçları sayesinde de her yer hakkında kolayca bilgi sahibi olabilmekte ve bilmediği yerleri daha yakından tanıyabilmektedir.

Bunların en başında televizyon ve internetteki gelişmeler gösterilmektedir (Öztaş, 2002: 36).

Örneğin, kısa zamanı ve sınırlı bütçesi olan kişilerde çok rahat şekilde turizm faaliyetine katılabilmektedir. Ulaşım sektörü hem gelişmiş hem de ucuzlamıştır. Bir öğrenci 15 günlük ara tatilinde bile seyahate çıkabilmektedir. Seyahat etmek istediği yerler hakkındaki bilgilere evde internetten çok rahat ulaşabilmektedir. Zamandan ve maddi yönden sağlanan tasarruflar sayesinde hem turizm faaliyetine katılan kişi sayısı artmakta hem de seyahat süreleri uzamaktadır. Bu da bir turizm bölgesi ya da ülkesi için turizmin geliştirilmesine ve elde edilen gelirin arttırılmasına katkı sağlamaktadır.

#### **1.8.4. Gelir Artışı**

Turizm faaliyeti gelirle birebir ilişki içerisinde bulunmaktadır. Elde bir gelir olmadan turizm faaliyetinde bulunmak olanaksız görünmektedir. Kişilerin gelirinin artması da turizm faaliyetinin daha geniş bir halk kitlesine inmesini sağlamaktadır. Yani yapılan araştırmalara bakıldığı zaman turizm faaliyetine katılma ile gelir seviyesi arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır (Kozak vd., 2010: 34).

Sürekli ve düzenli artan harcanabilir gelir ile kişilerin satın alma gücünde artışlar yaşanmaktadır. Artan gelir demek kişilerin yaşam kalitelerinde yükseldiği anlamına gelmektedir. Böylece turistik faaliyetler için ayrılan pay düzenli şekilde artmaktadır (Usta, 2009: 25). Kişilerin geziye, seyahat etmeye, dinlenme ve eğlenmeye ayırdıkları harcamalar artarken bir yandan da ikinci bir ev alma, kayak yapma ve motor edinme, av partilerine katılma oranları da artmaktadır (Bayer, 1992: 210).

Örneğin, bir birey daha önce askeri ücrette çalışırken turizm faaliyetine katılması pek mümkün olmazken, maaşında olan belli bir artışla turizm faaliyetine katılabilecektir. Genel olarak turizm faaliyetine katılan ülke vatandaşlarının gelir düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

### **1.8.5. Sosyal Güvenliğin Gelişmesi**

Sosyal güvenlik, kişilerin karşılaşma ihtimali olduğu risklere karşı hazırlıklı olmalarını ve karşılaştıkları takdirde oluşacak risklerin etkisini en aza indirecek bir sistem şeklinde işlemektedir. Bunun yanında gelecek dönemlerde kişilerin gelirinde azalma ya da giderlerinde artma olması durumunda güvence de sağlamaktadır. Bu nedenle, hastalanma veya yaşlanma gibi nedenlerle çalışmaya ara verilmesi ya da çalışmanın bırakılması gibi durumlarda gelirden mahrum kalma riskinin azaltılması için bir sosyal güvenlik sistemi kurulmuştur (Altıntaş, 2015: 668). Kısacası kişilerin kendileri ve aileleri için yarınlarını güvence altına alma olayıdır. Gerek gelir gerek sağlık açısından sağlanan bu güvenceler sayesinde kişilerin ortalama yaşam süresi uzamakta ve “üçüncü yaş turizmi” diye tanımladığımız 60 yaş üstü insanların da turizm faaliyetine katılma isteği artmaktadır (Öztaş, 2002: 37). Bir kişi hem belli bir maddi durum hem de belli bir boş zamana sahip ise istediği şekilde turizm faaliyetine katılabilmektedir.

### **1.8.6. İnsan Ömrünün Uzaması**

Gelişen teknoloji, sağlık hizmetlerinin gelişmesi, sosyal güvenlik ağı gibi etkenlerle kişilerin sağlıkları güvence altına alınmaya çalışılmaktadır. Böylece insan ömrünün uzaması sağlanmaktadır. Uzayan ömür uzun bir emeklilik dönemi demektir. Bu da “üçüncü yaş turizmi” için gelişme anlamındadır. Belli geliri, boş zamanı ve ömrü olan kişi turizm faaliyeti için uygun kişi olmaktadır. Yani ömrün uzaması ile turizm faaliyetinde bulunma olayı arasında doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır (Kozak vd., 2010: 35). Mesela, önceden bir ülkenin insanların ortalama yaşam süresi 60’lı yaşlarda kalırken belli ilerlemeler ile bu ortalama 80’e çıktığı takdirde kişi uzayan ömrünü daha çok seyahat ederek geçirecektir.

### **1.8.7. Seyahat Özgürlüğü**

Turizm için en önemli etkenlerden birisini de seyahat özgürlüğü oluşturmaktadır. Seyahat özgürlüğü olmayan kişiler ve ülkeler turizm faaliyetine katılamamaktadır. Hemen her ülkenin anayasasında kişilere seyahat özgürlüğü veren maddeler bulunmaktadır. İnsan Hakları Evrensel Bildirisi'nin 13. Maddesinde de tüm insanların özgürce seyahat edebileceği yazmaktadır (Öztaş, 2002: 37). Örneğin, bir ülkedeki kişilerin seyahat etme veya yurt dışına çıkma gibi özgürlükleri olmadığı takdirde ülkenin turizmi gelişmeyecektir.

### **1.8.8. Turizm Bilinci ve Eğitim Seviyesi Artışı**

Kişiler yoğun yaşam ve çalışma koşulları altından uzaklaşmak, dinlenmek, eğlenmek gibi düşünceler sonucunda turizme yönelmektedir. Günümüzde önde gelen gelişmiş ülkelerdeki kişilerde turizm bilinci oturmuş, turizm onlar için belli bir gereksinim haline gelmiştir. Turizme katılan ya da katılmak isteyen kişilerin hem kamu sektörü hem de özel sektör açısından verimliliklerinin arttığı görülmüştür (Kozak vd., 2010: 36).

Kişilerin ve toplumun eğitim düzeyinin artması sonucu, bir yandan genel kültürleri artarken bir yandan da yaşadıkları dünyayı tanıma istekleri artmaktadır. Bu da turizmin gelişmesi için olumlu katkılar sağlamaktadır (Usta, 2009: 30).

Öte yandan başka ülkelerde daha iyi eğitim almak veya yabancı bir dil öğrenmek isteyenlerin yaptıkları seyahatler de turizmin gelişmesinde etkili olmaktadır (Öztaş, 2002: 37).

Örneğin, eğitim seviyesi yüksek konumlarda bulunan batı bölgelerimizdeki kişiler daha fazla seyahat ederken, eğitim seviyesi düşük olan doğu bölgelerimizdeki kişiler görece daha az seyahat etmektedir.

### **1.8.9. Nüfus Artışı ve Kentleşme**

Endüstrileşme ile birlikte artan fabrikalar, sanayi işletmeleri, çarpık kentleşme, yoğun trafik gibi nedenlerle şehirler yaşanmaz hale gelmektedir. Bunun yanında iş bulmak isteyenlerin köyden kente ya da kentten kente yaptıkları göç hareketleri de şehrin kaos ortamını arttırmaktadır. Bu yoğun nüfus ve koşuşturmacadan her fırsatta bir yolunu bulup kaçmak isteyen kişilerin sayısı sürekli artmaktadır. Yani turizm faaliyetleri ile kentleşmenin getirdiği olumsuzluklar arasında doğru bir orantı bulunmaktadır. Kişiler kısa bir süre dâhi olsa bu ortamdan uzaklaşmak istemektedir (Kozak vd., 2010: 34). Örneğin, hafta sonu tatili için bile bir yerlere seyahat etmektedirler.

Kişiler her şeyiyle bozulmuş, kirlenmiş, sıkıcı bir nitelik kazanmış şehirlerden ayrılarak mutlu bir yaşama, dinlenebileceği sağlıklı bir ortama geçmeye çalışmaktadır (Usta, 2009: 30).

### **1.8.10. Güvenlik Arayışı**

Bir kişinin turizm talebinde bulunacağı yerin güvenlik koşulları bakımından gelişmiş olması gerekmektedir. Turizm faaliyetine katılacak kişiler hem sağlıklı hem de güvenli olacakları yerleri tercih etmektedirler. Örneğin Orta Doğu'daki savaş ortamı turizmi hem bölgesel hem de küresel olarak olumsuz etkilemektedir. Sağlık ile ilgili olarak AIDS gibi hastalıklar kişilerin turizm tercihlerini etkilemektedir. Bu nedenle turizm potansiyelini arttırmak isteyen hükümetler kişilerin güvenli ve sağlıklı bir ortamda tatil yapmalarını sağlayacak önlemler almaktadır (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 12).

### **1.8.11. Hizmetten Deneyim Ekonomilerine Doğru Olan Değişim**

Turizm faaliyetine katılan kişi harcadığı para ve zaman karşılığında iyi bir hizmet görmek ve deneyim kazanmak istemektedir. Kişiler tatillerinden kaliteli bir

hizmet ve iyi bir deneyim sağlayarak ayrılmak istegindedir. Turizm sektorunde her mal ve hizmet farklı bir operatör tarafından yerine getirilmektedir. Bundan dolayı tam bir koordineli çalışma zor görölmektedir. Fakat kişilerin seyahatlerinden memnun kalabilmeleri için seyahatin her bir evresinin ilgili kuruluşlar tarafından dikkatli ve koordineli bir şekilde takip edilmesi gerekmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012: 12-13).

Örneğin, bir birey turizm faaliyetine katıldığı zaman ne kadar iyi hizmet görür ise o bölgeden ayrılırken o kadar mutlu ve memnun ayrılacaktır. Gelecek sefer tekrardan aynı turistik bölgeye gelmek isteyecektir. Hatta bu yeri başkalarına da tavsiye edecektir. Tam tersi memnun olmadan, iyi bir hizmet almadan ayrılan kişi gelecek sefere aynı yere gelmediği gibi başkalarını da etkileyecektir. Bu durum o turizm bölgesi için ekonomik olarak zarar görmesine neden olacaktır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### TURİZMİN EKONOMİYİ ETKİLEME KANALLARI VE TÜRKİYE’DE TURİZMİN GENEL DURUMU

Çalışmanın bu bölümünde ilk olarak turizm arzı ve turizm arzını etkileyen faktörler, turizm talebi ve turizm talebini etkileyen faktörler, turizmin ekonomiyle olan ilişkisi, ekonomiye olan olumlu ve olumsuz etkileri ve turizmin sosyal boyutu anlatılmıştır. Daha sonra Türkiye turizminin 2002-2016 yılları arasındaki durumu belirli makroekonomik verilerle incelenmiştir. Son olarak turizmin ekonomik etkilerini ölçen yöntemlere değinilmiştir. Bu şekilde turizm ve ekonomi arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır.

#### 2.1. TURİZM VE EKONOMİ İLİŞKİSİ

Turizm ekonomisi, turizm faaliyetinden ortaya çıkan ekonomik sonuçları, bu sonuçların boyutunu ve turizme olan etkilerini inceleyen ve ölçen bir bilim dalı şeklinde tanımlanmaktadır (İçöz ve Kozak, 1998: 1).

Turizm, boş zaman ve tasarrufun oluşturduğu sosyo-ekonomik bir bileşim konumunda bulunmaktadır. Bazı ülkelerin ekonomileri için önemli bir kalemdir. Özellikle ödemeler dengesi üzerinde ki etkisi fazladır. Turizm gelirleri dış finansman sağlamak isteyen gelişmekte olan ülkeler için önemlidir (Kozak vd., 2010: 7). Bunun yanında ekonomideki diğer sektörlerde de dolaylı veya doğrudan canlandırma, istihdam ve gelir etkisi oluşturmaktadır (Öztaş, 2002: 20).

Turizmin ekonomideki yeri ve önemi aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Barutçugil, 1986: 33);

- Gelişmekte olan ülkeler için turizmin en önemli tarafı kısa sürede olumlu ekonomik etkiler doğurmakta olmasıdır. Diğer endüstrilere göre hazırlık safhası

çok daha kısa sürmektedir. Başarılı bir tanıtımdan bir iki yıl sonra gerekli olan döviz geliri ve sonucunda istihdam sağlanabilmektedir.

- Turizm sektöründeki verimlilik daha yüksek konumda bulunmaktadır.
- Turizm endüstrisi geniş istihdam olanakları sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde işsizlik önemli bir sorun olduğu için, turizm ile gerekli istihdam sağlanmaktadır. Diğer sektörlerle göre istihdam için yapılan yatırım harcamaları daha düşük seviyelerde kalmaktadır.
- Turizm ile alt yapı gelişmeleri arasında birbirlerini destekleyen bir ilişki bulunmaktadır.
- Kalkınmak için önemli olan döviz girdisi buradan sağlanabilmektedir. Bir ülkede var olan ödemeler dengesi açıklarını kapatmada etkisi bulunmaktadır.
- Turizm ekonomide çarpan etkisi yaratmaktadır. Şöyle ki turizm için yapılan yatırımlar önce yatırım yapılan bölge halkının ekonomisine katkı sağlayacaktır. Daha sonra ise bu katkı ekonominin diğer kesimlerine yayılacak ve kişilerden, kurumlardan geçerek devletin gelirinde belli bir çarpan kadar artış sağlayacaktır.

Uluslararası turizm hareketleri gelir ve refahın yeniden dağılmasını sağlamaktadır. Gelişmiş ülkelere doğru bir gelir akışına neden olmaktadır.

### **2.1.1. Turizm Arzı**

Herhangi bir malın ya da hizmetin arzı, diğer bütün değişkenler sabitken, belli bir zamanda piyasadaki üreticilerin farklı fiyat düzeylerinde satmak istedikleri mal ve hizmetlerin miktarına denilmektedir (Alkin vd., 2008: 67).

Turizm arzı ise, belli bir piyasada turistik tüketicilere belirli bir fiyattan ya da bir bedel alınmadan sunulan mal ve hizmetlerin bütününe denmektedir (İçöz, 2007: 239). Başka bir tanımla turizm arzı, turistik tüketim için ve turizm talebini karşılamak için gerekli olan mal ve hizmetlerin üretimine dayalı işlemler bütünü şeklinde açıklanmaktadır (Sessa, 1983: 134). Usta (2009: 108)'ya göre turizm arzı ise, bir ülkede iç ve dış turizme sunulabilen maddi ve manevi varlıkların hepsidir. Dinçer (1993: 20-21)' e göre ise turistik zenginliklerin hepsi turizm arzını oluşturmaktadır.

Turizm arzı genel olarak iki şekilde ortaya çıkmaktadır. İlk olarak, bir ülke, bölge ya da yörenin sahip olduğu doğal, tarihi ve turistik tüm kaynaklarının oluşturduğu arzıdır. İkincisi ise, turistlerin tatil yapmalarına olanak sağlayan turistik hizmetlerin tümüdür. Turizm arzının üç temel özelliği bulunmaktadır. Bir yerin turistik bakımdan ilgi çekiyor ya da orda yaşanmış olaylar nedeniyle ilgi çekiyor olması, gidilen yerde konaklama, yeme-içme işletmeleri, eğlence işletmeleri gibi yararlı işletmelerin bulunması ve gidilen yerin zaman ve fiyat bakımından kolayca elde edilebilir olması gerekmektedir. Maddeler halinde toplarsak bir yerin çekicilik, yararlılık ve kolay elde edilebilirlik özelliklerine sahip olması gerekmektedir (Öztaş, 2002: 44).

#### **2.1.1.1. Turizm Arzının Özellikleri**

Turizm arzının özellikleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Olalı ve Timur, 1988: 179);

- Turizm arzının oluşturulabilmesi için büyük yatırımlar ve bir turizm işletmesinin faal konumda olması için de belli bir sürenin geçmesi gerekmektedir. Sabit üretim faktörleri de yüksek miktarda harcama gerektirmektedir.
- Turizm arzının pazarlanması ve sunulması her ülke insanının yapısına göre farklılık göstermektedir. Turizm arzı, tüketicilerin tercihleri ve istekleri, farklı yerlerdeki ürünlerin fiyatları, fiyat ve kalite farklılıkları gibi nedenlerle turizm ürünü açısından değişiklikler göstermektedir.
- Turizm arzını oluşturan mal veya hizmetlerin üretildikleri anda tüketilmeleri gerekmektedir. Yaşanan krizler, mevsimsel değişiklikler gibi çeşitli nedenlerden hızlı şekilde etkilenen turizm mal ve hizmetleri stok edilememektedir.
- Turizm arzı için ikame olanakları geniş ölçülerdedir. Bu da riskli bir durum oluşturmaktadır. Şöyle ki, turizm için ayrılan bir bütçe o anda lazım olan başka bir ihtiyaç için kullanılabilecektir. Dolayısıyla turizm sektörüne gidecek olan pay azalabilecektir.
- Turizm arzı, sektör olarak emek-yoğun bir üretim faaliyetidir. Otomasyon olanakları az bulunmaktadır. Geçmiş dönemlere göre teknoloji kullanımı gelişse

de faaliyetlerin çoğunluğu yine emek yoğun şekilde yapılmaktadır (Zengin, 2004: 62).

- Kısa dönemde inelastik özelliktedir. Şöyle ki, kısa dönemde turizm ürününe ek bir arzın meydana getirilmesi hızlı bir şekilde olmamaktadır. Talepteki değişimlerin girişimci tarafından kısa sürede arttırılması mümkün görülmemektedir.
- Turizm faaliyetinde bulunan kişinin, talebini gerçekleştirebilmesi için arzın olduğu yere gitmesi gerekmektedir. Diğer sektörlerde ise, tüketici gerekli ürünü aracı kurumlar sayesinde yaşadığı yerden temin edebilmektedir.
- Turizm sektöründe seyahat, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer aktiviteler birlikte turistik armoni kanunu gerçekleştirmelidir. Yani, diğer sektörlerdeki mal ve hizmetler tek başlarına tüketicileri memnun eder veya etmez iken turizm sektöründe bütün ihtiyaçların birlikte yeterli düzeyde karşılanması gerekmektedir (Akyüz, 2009: 102).

#### **2.1.1.2. Turizm Arzını Etkileyen Faktörler**

Kişilerin turizm faaliyetine katılmalarına neden olan çok sayıda ve çok çeşitli faktörler bulunmaktadır. Bunlardan iş, merak, din, kültür, eğitim, spor, eğlenme gibi faktörler içsel faktörleri oluşturmaktadır. Tanıtım, reklam, pazarlama gibi faktörler ise dışsal faktörleri oluşturmaktadır. Bunların yanında turist kabul eden ülke, bölge ya da yörenin doğal varlıklarının, kültürel, tarihsel değer ve motiflerinin, coğrafi özelliklerinin, ikliminin ve sosyo-kültürel varlıklarının çekiciliği turizm arzını etkileyen diğer faktörler arasında bulunmaktadır. Turizm arzını etkileyen faktörler hakkında çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Genel olarak toparlanır ise, doğal kaynaklar, alt yapı, üst yapı, ulaştırma durumu, sosyo-kültürel varlıklar ve konukseverlik turizmi etkileyen faktörler olarak gösterilmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 89-90).

#### **2.1.1.2.1. Doğal Kaynaklar**

Doğal kaynak doğada kendiliğinden oluşmuş bir insan ürünü olmayan ve meydana gelme sürecinde de herhangi bir insan etkisinin olmadığı varlıklar olarak tanımlanmaktadır (Çelikkıran, 2012: 15).

Doğal kaynakların dağılımı genel olarak homojen bir yapıda değildir. Dağılım yeryüzünde çok çeşitli şekillerde ortaya çıkmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 90). Her şehrin, her bölgenin kendine has iklimi, havası, coğrafi şekilleri, jeolojik yapısı ve güzellikleri bulunmaktadır (Akyüz, 2009: 104).

Turizm arzının esas ögesini doğal kaynaklar oluşturmaktadır. Doğal kaynaklar, turizm faaliyetinde bulunan kişilerin, kullanmasına ve eğlenmesine olanak sağlayan çekim unsurlarıdır. Bu kaynaklar içerisinde, hava ve iklim şartları, yer şekilleri, arazi yapısı, flora ve fauna, su kaynakları, doğal güzellikleri, farklı su kaynakları gibi öğeler bulunmaktadır (McIntosh ve Goeldner, 1986: 200).

Doğal zenginlikler, turizm faaliyetinde bulunan pek çok kişi için turizm tercih sebebi arasında bulunmaktadır. İklim şartlarına, bitki örtüsüne, gölüne, mağarasına kadar her unsur turizm sektöründe rekabet gücünü arttıran özellikler arasındadır (Aktaş, 2007: 100). Eğer doğal kaynaklar kullanım olarak yılın her mevsimine yayılır ise arzda da o kadar başarı sağlanacaktır (Erdoğan, 1996: 362).

#### **2.1.1.2.2. Alt Yapı**

Turizm arzına etkili bir diğer faktör de turistik bölgenin alt yapısının ne durumda olduğudur. Bu alt yapı faaliyetleri ile hem yöre halkının hem de turistik ziyaretçilerin ihtiyaçları karşılanmaktadır. İçme suyunun, kullanma suyunun, kanalizasyon ve atık, süzme, arıtma ve gaz dağıtım sistemlerinin, elektrik, haberleşme gibi alt yapı sistemlerinin düzenli kullanılabilir konumda olmaları gerekmektedir. Bunların yanında, otoyolların, karayollarının, hava limanlarının, marina ve rıhtımların, otobüs ve tren istasyonlarının, tali yolların, park alanlarının ve bunlara benzer her çeşit hizmetlerin de donanımlı olması gerekmektedir (Erdoğan, 1996: 362).

Sürekli gelişen turizm talebine karşılık olarak turizm arzı da geliştirilecek ve artan talep isteğine yanıt verilmeye çalışılacaktır. Turistik ülkenin veya ülkenin ileriye dönük yeterli plan ve projeler ile bugünkü talebe göre 15- 20 yıl sonrası için oluşacak talebi karşılayacak gerekli bir alt yapı programı hazırlaması ve uygulamaya sürmesi gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 91).

#### **2.1.1.2.3. Üst Yapı**

Turizm üst yapısı, alt yapısı ile bütünleşen tesislerden oluşmaktadır (McIntosh ve Goeldner, 1986: 200). Turizm sektöründe yeme-içmeye, eğlenceye hizmet eden tesisler birincil üst yapıyı oluşturmaktadır. Birincil üst yapının yanında, turistik bölgelere ulaşmayı sağlayan, yer değiştirmeyi kolaylaştıran yapısal ve kurumsal bir ikincil üst yapı da bulunmaktadır. Turistik gereksinimler karşılanmaktadır (İçöz, 2005: 205). Üst yapı açısından, turizm faaliyetinde bulunulacak ülke, bölge ya da yörede kişilerin konaklama faaliyetlerine uygun tesislerin olmaması turizm talebinin de azalmasına sebep olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 93).

#### **2.1.1.2.4. Sosyo-Kültürel Varlıklar**

Rızaoğlu (2003: 131) kültür kavramını *“bir toplum tarafından paylaşılan ve kuşaktan kuşağa aktarılan öğrenilmiş inançlar, değerler, tutumlar, alışkanlıklar, davranış biçimleri ve toplumun sahip olduğu maddi varlıklar toplamı”* şeklinde ifade etmektedir. Kültürel gelenek ve görenekler, sanat eserleri, folklorik eserler gibi maddi ve manevi değerler de turistik çekicilikler arasında bulunmaktadır (İçöz, 2005: 46).

Turizm faaliyetinde bulunan kişiler, farklı uygarlıkları, tarihi ve kültürel zenginlikleri görmek, bunlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olmak istemektedir. Kişilerin çeşitli zamanlara ait olan uygarlıklar arasında karşılaştırma yapma, hepsini araştırma gibi istekleri turizm hareketinin temel taşı oluşturmaktadır (Sezgin ve Acar, 1991: 27). Yapılan araştırmalardan, önemli turizm bölgelerinin ziyaret edilme nedenleri içinde tarihi çekiciliklerinin her zaman üst sıralarla olduğu görülmektedir (Aktaş, 2007: 101).

Bir yerde ya da bölgede eskiden yaşamış olan uygarlıkları anlatan, bir ulusun kültürel değerlerini, ekonomik- siyasi- politik yapısını gösteren ve hâlen daha yaşatan tarihi yapıların olması bölgeye turistik faaliyetlerde bulunmak için yeterli bir neden olarak görülmektedir. (Çoruh, 1969: 154). Bu nedenle müzelerin de, bir turizm bölgesinin kültürel ve ekonomik hayatında önemli yerleri bulunmaktadır (Erbay, 1997: 40).

#### **2.1.1.2.5. Konukseverlik**

Konukseverlik faktörünün arzı etkileyen diğer faktörlere göre farklılıkları bulunmaktadır. Diğer faktörlere göre maddi olmayan özelliği dolayısıyla kişilerin manevi değerlerine yöneliktir. Bir turistik ülke veya bölgede doğal ve fiziki faktörlerin durumu ne kadar iyi olsa da, sunulan hizmetin ve ülke insanının turiste yaklaşımı iyi olmaz ise misafir turistin turizm faaliyeti olumsuz sonuçlanacaktır. Böylece turistin o ülkeye veya bölgeye olumsuz düşünceleri oluşacaktır. Bu nedenle ülke veya bölge turizm potansiyeli açısından ne kadar iyi dahi olsa uluslararası turizm sektörü içerisinde istediği yerlerde olamayacaktır. Bunun sonucunda da turizm arz kaynakları etkin şekilde kullanılamayacaktır. Tüm bu nedenlerle konukseverlik faktörü diğer faktörlere göre arz konusunda daha farklı bir içeriğe sahip bulunmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 94). Turizm işletmelerinde çalışanların turistlere karşı davranışları, gidilen turistik ülke ya da bölge halkının arkadaş canlısı, nezaketli, saygılı, içten ve samimi davranışları turistlerin memnun kalma ve tatmin olma derecelerini yükseltecektir (Erdoğan, 1996: 362).

#### **2.1.1.2.6. Ulaştırma Durumu**

Son olarak turizm arzını etkileyen bir diğer faktörde ulaştırmanın nasıl olması gerektiğidir. Ulaşım, insanları, malları veya haberleri bir yerden alıp başka yere taşıma olaylarının tümü olarak adlandırılmaktadır (Öter, 2007: 53). Uzun zamanlardan beri, toplu taşıma ve ulaştırmada gelişmeler olmasaydı, bugünkü gibi bir turizm meydana gelmeyebilecekti (Evliyaoğlu, 1989: 55). İnsanların başka yerlere seyahat etme, gezme,

tanıma ve tekrar oturdukları yere dönme faaliyeti turizm açısından çok önemli olduğu için ulaştırma olmadan turizm faaliyeti olmayacaktır (Gürdal, 1987: 41).

Bir ülke veya bölge turistik zenginlik bakımından zengin dâhi olsa, ulaşım ve yol durumu iyi olmadığı takdirde turizm bakımından gelişemeyecektir. Ulaşım araçlarının hızlarının, konforlarının ve fiyatlarının da uluslararası standartlarda olması gerekmektedir. Ancak böylece turizm faaliyetleri ve elde edilecek gelir artış gösterecektir (Sezgin, 2001: 105). Kişiler gelişmiş ulaşım ağı sayesinde zamandan tasarruf edecekler böylece gezme ve konaklama sürelerini uzatacaklardır. Zamanı olan turist daha fazla harcama yapacak ve bu da turizm gelirlerinde artış sağlayacaktır (Hazar, 2010: 186).

### **2.1.2. Turizm Talebi**

Talep anlam olarak; istek, arzu anlamını taşımaktadır. Ancak her istek veya arzu ekonomik olarak talep anlamına gelmemektedir. Satın alma arzusunun talep kabul edilebilmesi için belli bir satın alma gücüyle desteklenmesi gerekmektedir (Bocutoğlu vd., 2000: 44). Buradan hareketle ekonomik birimlerin yani bireyler ya da grupların, satın alma güçleriyle destekledikleri çeşitli mal ve hizmetlere yönelttikleri satın alma isteklerine talep denmektedir (Berberoğlu, 1986: 18).

Turizm talebi için yapılmış birçok tanım bulunmaktadır. En basit ifadeyle, turist gönderen bir ülkeden, bölgeden turist kabul eden ülke veya bölgeye olan akım olarak tanımlanmaktadır (Yarcan, 1994: 29).

Başka bir tanımlamaya göre turizm talebi, gerekli gelir ve boş zamanı olan insanların, turistik mal ve hizmetlerden satın alma istekleri şeklinde ifade edilmektedir (Usta, 2001: 96).

Son olarak turizm talebi, Öztaş ve Karabulut (2006: 54)'a göre; “ *yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan bireylerin turistik mal ve hizmetlerden, belirli bir fiyata ya da hiçbir bedel olmaksızın rasyonel ve rasyonel olmayan nedenlerle belirli*

*bir zaman diliminde satın almaya ya da yararlanmaya karar verdikleri miktarlardır”* şeklinde tanımlanmaktadır.

Tanımlamalardan da anlaşılacağı gibi turizm talebi için bazı şartların bulunması gerekmektedir (Kozak vd., 2010: 63);

- Turizm faaliyetinde bulunulacak tüketim zamanı kesin bir zaman dilimidir.
- Turizm faaliyetinde tüketici olarak bulunacak kişiler yeterli gelire ve boş zamana sahiptir.
- Turistik mal ve hizmetler tüketici kitlesine belirli bir piyasada belirli fiyatlarla sunulmuştur.
- Turizm faaliyetinde bulunan tüketici grubunun belli bir isteğinin bulunması gerekmektedir.

Turizm talebi faaliyet olarak coğrafi açıdan incelendiğinde, ülke içi ve ülke dışı turizm olarak ikiye ayrılmaktadır. İç turizm talebi, ülke vatandaşlarının turizm ihtiyaçlarının kendi ülke sınırları içerisinde karşılamasıdır (Kozak vd., 2010: 65). Bu turizm talebinde kişiler kendi para birimlerini kullanmaktadır. Dil farklılığı, pasaport ve vize uygulaması gibi sınırlamalar ile de uğraşmamaktadırlar (Erdoğan, 1996: 326). Ülke vatandaşlarının, kendi ülkeleri dışındaki ülkelere yaptıkları turizm faaliyetlerine dış turizm talebi denmektedir (Ünlüönen vd., 2014: 46). Dış turizm olunca dil, pasaport, vize, uzaklık, farklı para birimi gibi sorunlar da ortaya çıkmaktadır.

Tüm bunlardan hareketle turizm talebi üç farklı şekilde olmaktadır (İçöz ve Kozak, 2002: 90) ;

- Efektif (Gerçek) Talep: Turizm faaliyetlerinin olduğu yere seyahat eden, turizm ürün ve hizmetlerinden doğrudan faydalanan kişilerin oluşturduğu taleptir.
- Potansiyel (Baskı Altındaki) Talep: Turizm faaliyetlerine katılmak isteyen; fakat yeterli gelire veya boş zamana sahip olmayan kişilerin oluşturduğu taleptir.
- Ertelenmiş (Çarpıtılmış) Talep: Turizm faaliyetinde bulunabilmek için gerekli şartlara sahip, istediğinde turizme katılabilecek durumda olan; ancak turizm olanakları ve faaliyetleri hakkında bilgisi olmadığı için turizm faaliyetine katılamayan kişilerin oluşturduğu taleptir.

### 2.1.2.1. Turizm Talebinin Özellikleri

Turizm talebinin özelliklerine bakıldığında aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

- Turizm talebi kişiden kişiye göre değişiklik göstermekte ve kişilerin turizm faaliyetinde bulunmalarını için farklı farklı nedenler bulunmaktadır. Yani turizm talebi bağımsız niteliktedir. Buna rağmen turizm faaliyeti içinde yer alan insanların ortak noktası yaşanılan yerden farklı yerlere gitme isteği ve turizm arzının çekiliğidir (Öztaş ve Karabulut, 2006: 47).
- Turizm talebi heteronomdur yani çok yönlü özelliktedir. İnsanları turizm faaliyetine yönelten çok sayıda motif bulunmaktadır. Kişilerin farklı türdeki turizm çeşitlerine katılımları da farklı şekillerde olmaktadır. Örneğin, bazı kişiler seyahate rahatlamak, dinlenmek gibi nedenler ile çıkarken, bazı kişiler ise ekonomik, ticari amaçlarla çıkmaktadır (Yağcı, 2003: 28).
- Turizm talebi coğrafi, ekonomik, sosyal gibi birçok sebepten ötürü mevsimlik bir niteliktedir. Turizm talebini yılın tamamına diğer mevsimlerine dağıtmak zor olmaktadır (Şahin,1990: 18-19).
- Turizm talebi için kişisel harcanabilir gelirden pay ayırmak gerekmektedir. Bu nedenle, lüks tüketim ve kültürel faaliyetlerle turizm talebi arasında bir rekabet olmaktadır (Ünlüönen vd., 2014: 47).
- Turizm talebinin ikamesi yüksek olduğundan dolayı turistik ürün talebinin fiyat esnekliği 1'den büyük olmaktadır (Yağcı, 2007: 28).
- Turistik tüketimde yapılacak tercihlerde sosyal, politik ve ekonomik nedenlerin etkileri fazla olduğu için talep aşırı esnektir. Turistik tüketimde talep edilecek mallar arasında da bir rekabet bulunmaktadır. Bu rekabet ortamı da kişisel tercihlere göre ortaya çıkmaktadır (İçöz, 2007: 247).
- Turizm talebi zamanla doğaya, uzak mesafelere yönelmektedir (Olalı, 1983: 126).

#### **2.1.2.2. Turizm Talebini Etkileyen Faktörler**

Seyahat etme isteği ve bu isteği karşılayacak kadar bir gelire sahip kişilerin talepleri turizm talebi olarak tanımlanmaktadır (Tunç ve Saç, 1998: 80). Turizm talebinde etkili olan ve bu talebe yön veren faktörler üzerinde yapılmış çok sayıda araştırma bulunmaktadır. Turizm talebinin belirleyicisi olan, insanların seyahate çıkma kararını vermeleri ve sonrasında turistik ürün alıp almama ya da ne tür turistik üründen ne miktarda satın almaları kararını vermelerini sağlayan pek çok faktör bulunmaktadır. Bunların başında sosyo-ekonomik değişkenler gelmektedir (Çuhadar, 2006: 47). Turizm talebini ekonomik, toplumsal, psikolojik, politik ve diğer başka faktörler değişik şekillerde etkilemektedir. Bu da turizm talebinde değişmelere neden olmaktadır (Kazdağlı, 1995: 1).

##### **2.1.2.2.1. Ekonomik Faktörler**

Turizm talebinde etkili olan ekonomik faktörler, turistik mal ve hizmetlerin fiyat düzeyi, turizm faaliyetine katılan kişilerin harcanabilir geliri ve gidilen yerin uzaklığı şeklinde sıralanmaktadır (Çak vd., 2007: 18).

###### **2.1.2.2.1.1. Fiyat Düzeyi**

Talep kanununun bir sonucu olarak, diğer koşullar sabitken fiyatların düşmesi turizme olan talebi arttırmakta ve fiyatların artması ise turizme olan talebi azaltmaktadır (Sezgin, 2001: 61; Albayrak, 2001: 200). Yani; turizm talebi, turizm ürünü fiyatına bağlı olarak değişiklikler göstermektedir (Usta, 2009: 95).

Diğer mal ve hizmetlerin fiyatları da turizm talebini etkilemektedir. Bu etki, gelir etkisi ve ikame etkisi şeklinde ikiye ayrılmaktadır (Ünlüönen vd., 2014: 56);

- Geliri sabit olan bir kişinin satın aldığı ürünlerin fiyatındaki artma veya azalmalar kişinin satın alma gücünü etkileyecektir. Eğer mal ve hizmet

fiyatlarında bir artış olur ise sabit gelirli tüketicinin satın alma gücünde bir azalma olacaktır. Böylece turizm talebi düşecektir. Tam tersi bir durum gerçekleşir ise, turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında düşmeler olursa reel geliri artan kişinin satın alma gücü de artacak ve turizm talebinde artış olacaktır. Bu oluşan etkiye de gelir etkisi denmektedir.

- İkame etkisi ise daha farklı şekilde olmaktadır. Turizm faaliyetinde bulunacak kişilerin, fiyatı yükselen turistik mal ve hizmetleri satın almak yerine aynı tatmin düzeyini sağlayabilecek olan daha ucuz turistik mal ve hizmetlere kayması durumuna denmektedir.

Bununla birlikte artan fiyat değişimleri bazı hallerde turizm talebine etki etmemektedir. Bu durum üç şekilde kendini göstermektedir. Bunlar ise (Olalı, 1986: 138-140);

- Veblen (gösteriş) etkisi: Bazı kişiler yüksek değerli turistik mal ve hizmetleri talep ederek hayatlarında itibar sahibi olduklarını göstermek isterler. Bu şekildeki düşünceye sahip kişiler için talep açısından fiyat pek önemli bir faktör konumunda değildir.
- Alışkanlıklar: Turizm faaliyetinde bulunacak kişiler genel olarak her yıl aynı yerleri ve işletmeleri tercih etmektedirler. Başka yerlere veya işletmelere gitmek istemezler. Böyle kişiler için tatil talebinin nedenlerinde fiyat öncelikli olmamaktadır.

Turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında aşırı yükselmeler olmadıkça kişiler genel olarak her dönem tatillerinde aynı yerde aynı şekilde geçirmek istemektedirler (Sezgin, 1995: 70).

- Bilgi yetersizliği: Turizm faaliyetinde bulunacak kişiler, turistik mal ve hizmet fiyatları hakkında yeterli araştırma yapmamaktadırlar. Turizm faaliyetlerini eş-dost tavsiyesine göre ya da moda ve reklamlardan gördüğü kadar bir tercihte bulunmaktadır. Böylece turizm talebi üzerinde fiyatların etkisi görülmemektedir.

#### **2.1.2.2.1.2. Gelir Düzeyi**

Kişilerin turizm talebinde bulunabilmeleri için, öncelikle beslenme, barınma ve giyim gibi temel yaşamsal ihtiyaçlarını karşılamaları gerekmektedir. Daha sonra yeterli bir gelir düzeyi ile seyahat, dinlenme ve eğlenme gibi zorunlu olamayan ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Turizm faaliyetinde bulunan kişiler için de para veya gelir düzeyi önemli bir konumda bulunmaktadır. Turizm mal ve hizmetlerine olan talep kişilerin harcanabilir gelirlerinde olan değişikliklerden etkilenmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 117). Talep yasasına göre; tüketicinin gelirinde olan değişimler, tüketime yönelik talepte değişiklikler meydana getirmektedir (Gürkan, 1997: 41).

Turizm faaliyeti ile gelir değişiklikleri arasında karşılıklı bir ilişki bulunmaktadır. Genel olarak turizm gelir esnekliğinin 1'den büyük olduğu varsayılmaktadır (Kozak vd., 2010: 69). Bunun yanında, gelişmiş ülkeler için bakıldığında ise esnekliğin 1' den küçük olduğu görülmektedir. Yani; tüketicilerin bir turistik üründen talep ettikleri miktarlardaki değişimler gelirdeki değişimlerden daha küçük oranlarda olmaktadır (Yıldırım, 2005: 61).

Bir ülkeye milli geliri açısından bakıldığında ise, milli geliri yüksek gelişmiş olan zengin ülkelerde turizm talebi yüksek seviyelerde, milli geliri düşük gelişmekte olan fakir ülkelerde ise turizm talebi düşük seviyelerde bulunmaktadır (Tunç ve Saç, 1998: 80).

#### **2.1.2.2.1.3. Ekonomik Uzaklık**

Ekonomik uzaklık denildiği zaman, iki farklı bölge arasındaki ulaştırma maliyetleri ve ulaştırma zamanı akla gelmektedir (Kozak vd., 2010: 70). İki ülke arasındaki ulaştırma olanakları ekonomik olarak turizm talebini etkilemektedir. Uzaklığın etkilerine bakıldığında zaman iki yönlü etkiden bahsedilmektedir. Birinci etki, seyahat edilen mesafe arttığı takdirde, yolda geçen süre için konaklama zamanından fedakârlık etmek gerekmektedir. Buda tatil süresinin azalması anlamına gelmektedir (İçöz, 2005: 136). İkinci etki ise, artan uzaklığın maliyetleri de arttırmasıdır. Gidilen yol

uzadıkça, fiziki mesafe arttıkça seyahatin maliyeti de artmaktadır. Bunun sonucunda turistik ürünün fiyatı daha da yükselmektedir. Uzaklık faktörü ile turizm talebi arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Çuhadar, 2006: 52).

Fiyatın yanı sıra, mesafe, ulaştırma araçlarının hızları, güvenlikleri, konforları, kapasitesi gibi birçok unsurda ulaştırma hizmetleri bakımından önem arz etmektedir. Turistik tüketim harcamaları için ayrılan pay ile ulaştırma için ayrılan pay arasında ters yönlü bir ilişki bulunmaktadır (Ünlüönen vd., 2014: 56).

Ulaştırma araçlarının fiyatları bakımından ve ulaşım yollarının durumu bakımından iyi konumda olan ülkelerin turizm talebi yüksek konumda olacaktır (Sezgin, 1995: 70).

#### **2.1.2.2.1.4. Reklam ve Tanıtım**

Turizm sektöründe yapılan tanıtımlar ile yurt içinde ve yurt dışındaki kişilerin ilgilerini turistik bir ülke veya bölgeye çekmek için bilgi vermek, beklenti oluşturmak, telkinde bulunmak gibi amaçlar hedeflenmektedir. Böylece turistik mal ve hizmetlerin satılması kolaylaşacaktır. Reklama bakıldığında ise, bir malın, hizmetin ya da bir fikrin kişisel olarak satışını sağlayan tanıtım olayı şeklinde açıklanmaktadır (Wright, 1982: 9).

Reklam ve tanıtım sayesinde, bir turizm ülkesinin veya bölgesinin ilginç, çekici tarafları diğer ülke insanlarına tanıtılmakta ve turizm sayesinde ekonomiye katkı sağlanmaktadır (Var et al., 1998: 196). Bunun için, çok iyi hazırlanmış bir broşür, radyoda ve TV’ de yapılan etkili reklamlar, yurt içi ve yurt dışında yapılan tanıtım konferansları, diziler ve filemler gibi araçlar kullanılarak bir turizm bölgesine olan talep arttırılmaktadır (TÜRSAB, 1997: 40).

Bunların yanında turistik tanıtım ve reklamların ülke bütçelerine de etkileri bulunmaktadır. Bir gelişmiş ülkenin geliştirmekte olan ülkelere göre reklam ve tanıtımlar için ayırdığı bütçeler daha yüksek boyutlara ulaşmaktadır. Yani; zengin gelişmiş bir ülke için reklam ve tanıtımın rekabet gücüne olan etkisi, geliştirmekte olan fakir bir ülkeye göre daha fazla olmaktadır. Böylece reklam ve tanıtım için bir turizm bölgesi ne

kadar çok harcama yaparsa, o kadar çok kişi turizm faaliyeti için o ülkeye gelecek ve ekonominin içindeki turizmin payı o kadar artacaktır (Yarcan, 1994).

#### **2.1.2.2.2. Toplumsal Faktörler**

Turizm talebine etki eden ekonomik faktörlerin yanında toplumsal içerikli faktörler de bulunmaktadır. Bunlar ise, nüfusun, ailenin yapısı, kişilerin eğitim düzeyleri, meslekleri, kentleşme düzeyleri, gidilen yerde karşılaşılan dil farklılıkları ve tabii ki boş zaman şeklinde ayrılmaktadır. Toplumsal faktörlerin bilinmesi, ekonomik faktörlerle birlikte ileriye dönük plan ve projelerin yapılması bakımından yardımcı olacaktır (Bahar ve Kozak, 2015: 122).

##### **2.1.2.2.2.1. Nüfus Yapısı**

Bir ülkenin nüfusunda meydana gelen artışlarla turizme olan talebi de artmaktadır. Nüfusta olan artışlar ile birlikte ülkedeki kişilerin yaşlarında olan değişimler ülkenin nüfus yapısını değiştirmekte ve yeni müşteri tipleri oluşmaktadır. Yapılan çalışmalar sonucunda, kişilerin yaşı ile turizme katılma oranı arasında bağlantı olduğu ortaya çıkmaktadır. Yapılan çalışmalar ile genç yaştaki kişilerin turizme katılma oranının çok yüksek olduğu, yaşı ilerleyen kişilerin ise turizme katılma oranının düştüğü görülmektedir (Doğan, 1988: 71). Turizm faaliyetlerinde en etkin kişilerin 25-60 yaş aralığında oldukları ortaya çıkmaktadır. Bu yaş aralığının yoğunlukta olduğu ülkelerde turizm mal ve hizmetlerine olan talep daha fazla olmaktadır. Bu yaş aralığında bulunan orta yaş grubunun ise iş, evlilik, çocuk gibi nedenlerle turizm için daha az para ve zaman harcadıkları da bir gerçektir. Genel uluslararası standartlar düşünüldüğü zaman ise hayatta çeşitli isteklerini yerine getirmiş, sosyal güvenliği olan, yeterli boş zaman ve gelire sahip kişilerin ise turizm faaliyetine katılma oranlarının daha yüksek olacağı da belirtilmektedir (Çak vd., 2007: 20).

#### **2.1.2.2.2.2. Aile Yapısı**

Aile, toplumu oluşturan en küçük yapı taşıdır olarak bilinmektedir.

Turizm talebini etkileyen diğer bir etken de kişilerin ailelerinin yapısı olmaktadır. Turizm talebinde bulunacak kişilerin evli ya da bekâr, az ya da çok çocuğa sahip olmaları turizm faaliyetlerinde etkili bir faktör olmaktadır. Buna göre, bekâr olanlar evlilere göre, az çocuk sahibi olanlar da çok çocuğu olanlara göre daha fazla turizm talebinde bulunmaktadır (Özgüç, 1998: 35). Çocuklu aileler çocukların eğitimleri gibi nedenlerden dolayı yılın belli bir döneminde sınırlı bir zamanda turizm faaliyetine katılmaktadır (Ünlüönen vd., 2014: 57).

Turizm faaliyeti için gidilen bölgelerde çocuklar için hazırlanmış aktiviteler bulunmuyorsa çocuklu aileler tarafından buralar tercih edilmeyecektir. Bunun yanında son zamanlarda ulaşım araçları, turlar veya turizm bölgeleri çocuk sahibi ailelerin de rahat bir tatil geçirebilmeleri için çalışmalar yapmaktadır. Çocuklar için daha ucuz veya tamamen ücretsiz turlar, ücretsiz bakıcılar veya eğlence merkezleri tahsis edilmektedir (Kozak vd., 2010: 72).

Ataerkil aile yapısı gereği olarak çocuk belli bir yaşa ve gelir seviyesine geldiğinde bakım gerektirdiği takdirde anne ve babasına bakmakla yükümlü bulunmaktadır. Bu da, kişilerin hem zaman hem de ekonomik olarak sınırlandırılmasını ve turizm faaliyetlerinden feragat etmesine neden olmaktadır (Çak vd., 2007: 21).

#### **2.1.2.2.2.3. Eğitim Düzeyi**

Eğitim, kişilerin öğrenme isteklerini karşılayabilmek için yapılan faaliyetler şeklinde açıklanmaktadır (Hazar, 2010: 20). Eğitim düzeyinde artış demek kültür düzeyinde de artışlar olduğu anlamına gelmektedir. Bu da, kişilerin turizme olan bakış açılarını değiştirmektedir. Böylece turizm faaliyeti kişiler tarafından vazgeçilmez bir ihtiyaç olarak algılanmaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 37). Almanya’da yapılan bir çalışmada ilköğrenim mezunu kişilerin %22’sinin, orta öğrenim mezunu kişilerin %52’sinin, yükseköğrenim mezunu kişilerin ise %62’sinin turizm faaliyetine katıldığı

ortaya çıkmıştır (Avderen, 2011: 24). İnsanların eğitim seviyesi ne kadar artarsa gelir durumu da o oranda artmaktadır (Ünlüönen vd., 2014: 58). Gelir artışı ile turizm faaliyetlerine katılma isteği arasında bir ilişki bulunmaktadır. Bunun sonucunda, kişiler daha aktif şekilde turizme katılmaktadır (Öztaş, 2002: 58).

Kişilerin eğitim durumları ile sadece turizm talebinde bulunup bulunmamaları değil, bunun yanında başka özellikler de etkilenmektedir. Mesela; kültürel bakımından gelişmiş kişiler kültür turizmine katılarak, tarihi yapıları, yerleri, sanat eserlerini görmeyi istemektedir. Bunun yanında, yabancı ülkelerde turizm faaliyetine katılanlar daha çok eğitim seviyesi yüksek kişilerden oluşmaktadır (Toskay, 1989: 136).

#### **2.1.2.2.2.4. Meslek**

Mesleğin hem gelir düzeyiyle hem de eğitim durumuyla arasında bir bağlantı bulunmaktadır. Belli meslekteki kişilerin yaşam tarzları turizm talebinden etkilenmektedir. Serbest meslekte çalışanlar, iş adamları, tüccarlar ve üst düzey kamu görevlileri ve özel sektör yöneticiliği yapanlar en fazla seyahat etmekte olan meslek grupları arasında bulunmaktadır. Emekli olanlar, memur olanlar, işçi olanlar, öğrenciler ve diğerleri ise başka bir grubun içerisinde bulunmaktadır. Fakat gelişmiş ülke dahi olsa bazı çalışanların harcama alışkanlıkları ve tüketim yapılarındaki farklılıklar nedeniyle seyahat etme eğilimi düşük olmaktadır (Usta, 2009: 97).

Aile reisinin mesleği, iş yoğunluğu ve turizme bakış açısı da turizm talebini etkilemektedir. Aile reisinin iş yoğunluğu fazla ve turizme bakış açısı olumsuz ise turizm talebi olumsuz etkilenecektir. Tam tersi bir durumda yani iş yoğunluğu az ve turizme bakış açısı da olumlu ise turizm talebi olumlu etkilenecektir. Bunların yanında yapılan işin bulunduğu sektör de turizm talebini etkilemektedir (Ünlüönen vd., 2014: 57).

Kişinin mesleği ve yaşadığı bölgeye birlikte bakıldığı zaman ise tarım kesiminde olan nüfus ile sanayi, ticaret ve eğitim kesiminde çalışan nüfusun turizm talebinde bulunmalarında farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıklarda da yaşanan bölge etkili olmaktadır. Sanayi, ticaret ve eğitim grubunda çalışan kişiler belli bir zamanda ve belli

bir ücret karşılığında çalışmakta ve yılın belli bir döneminde tatil olanağına sahip olmaktadır. Ancak, Akdeniz ülkeleri gibi sıcak iklime sahip turizm bölgelerinde tarım ve turizm aynı anda gerçekleşmektedir. Kişiler hem tarımda çalışıp hem de turizm faaliyetinde bulunamayacaktır (Kozak vd., 2010: 71).

#### **2.1.2.2.2.5. Dil Güçlükleri**

Bir ülkedeki kişilerin turizm için yeterli geliri ve boş zamanı olmasına rağmen, dil bakımından yetersiz olmaları turizm faaliyetinde bulunmalarına engel teşkil etmektedir. Bu nedenle kişiler dil bakımından birbirine benzer ülkeleri ve hatta kendi dillerini kullanan ülkeleri tercih etmektedirler (İçöz, 2005: 144).

Turizm faaliyeti ile gidilecek ülkenin dilinin bilinmemesi, turizm faaliyetinde bulunacak kişilerin yabancı dil bakımından eksik olması gibi nedenlerle kişiler daha çok ülke içi turizme yönelmektedir. Böyle bir durum daha çok az gelişmiş ülkelerde yaşanmaktadır (Kozak vd., 2010: 72).

#### **2.1.2.2.2.6. Kentleşme Düzeyi**

Ekonomik gelişmeler ve kalkınmalar ile kentler hızla gelişmektedir. Bu kentlerde yaşayan kişiler için yeni ihtiyaçlar ortaya çıkmaktadır (Bahar ve Kozak, 2005: 39). Şehrin olumsuz etkileri ile tatil, yer değiştirme ve dinlenme ihtiyacı, diğer ihtiyaçların önüne geçmektedir (Ünlüönen vd., 2014: 58).

Kentlerdeki kırsal alanların azlığı nedeniyle doğayla iç içe zaman geçirilecek ortamların olmaması kişilerin başka yerlere gitmelerine neden olmaktadır. Şehrin trafik sorunu, gürültüsü, hava kirliliği, kalabalıklığı gibi nedenlerle kişiler kısa süreli veya uzun süreli olarak başka yerlere gitmek ve dinlenmek istemektedir (Bayer, 1992: 120). Sanayi ve hizmet sektörü gibi çalışma alanlarının çok yoğun olduğu yerleşim alanlarında yaşayan kişiler, kırsal alanlarda yaşayan kişilere göre turizm faaliyetine daha çok katılmaktadır (Kozak vd., 2010: 72). Çünkü kişiler sosyal güvenlik sisteminden ve ücretli tatillerden yararlanmakta turizm talebinde bulunmaktadır.

Büyüyen ve gelişen kentler ile kitlesel eğitimlerin yanında kişiler arasında bilgi alışverişi de olmaktadır. Böylece, kişilerin seyahat istekleri artmaktadır. Şehirli nüfusun reklamlardan daha fazla etkilendiği ve gösteriş etkisi ile daha fazla harcama yaptıkları görülmektedir (Usta, 2009: 98).

#### **2.1.2.2.2.7. Boş Zaman**

Turizm faaliyet olarak aslında kişilerin boş zamanlarını değerlendirmek için yaptıkları etkinliklerden oluşmaktadır. Bu nedenle sekiz saat olan günlük çalışma saatleri, iki gün olan hafta sonu tatilleri, daha genç yaşta emeklilik fırsatı ve gelişen sağlık sektörü ile yaşam süresinin uzaması kişilerin boş zamanlarının artmasını sağlamaktadır (Çak vd., 2007: 22).

Turizm faaliyetinde bulunmak için yeterli geliri olan fakat zamanı olamayan kişiler turizm talebinde bulunamamaktadır. Turizm ister iç ister dış turizm olsun belli bir zamansal ve parasal maliyete neden olmaktadır. Son 25-30 yıl içerisinde gelişmiş ülkelerde, gelişen sanayi ile birlikte nüfus artışı, ekonomik kalkınma ve gelişme insanların refah seviyelerini yükseltmiştir (Özgüç, 1998: 33).

Gelişen teknoloji ile birlikte insanların yaptığı birçok işi makinalar yapmaya başlamıştır. Buda, kişilerin çalışma sürelerinin azaldığı anlamına gelmektedir. Böylece kişilerin serbest zamanları artmakta, bu serbest zaman da turizm faaliyeti için kullanılmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006: 5). Boş zamanın artması turizm talebi bakımından olumlu sonuçlar doğurmakta ve turizm talebini arttırmaktadır (Sarkın, 1997: 60).

#### **2.1.2.2.3. Psikolojik Faktörler**

Turizm talebinde etkili olan faktörler genel olarak ekonomik özellikler göstermektedir. Bunun yanında turizm faaliyetine katılanların kişiliklerine göre değişiklik gösteren psikolojik faktörler de talep üzerinde etkili olmaktadır. Rakamsal

olarak sayısal bir ifade ile gösterilememesi bu faktörlerin en belirgin özelliği durumundadır (Usta, 2009: 98).

Psikolojik faktörler kişilerin turizme olan taleplerinde itici ve teşvik edici şeklinde etkilerle kendisini göstermektedir. Bunun oluşmasında ise kişilerin tatmin düzeylerinin gittikçe artması en önemli etken olarak gösterilmektedir (Ürger, 1992: 85).

Turizm talebi üzerinde etkili olan çok sayıda psikolojik faktör bulunmaktadır. Bunlar arasında kişilik yapısı ve motivasyon, kültürel uzaklık, moda, zevk, alışkanlıklar ve politik faktörler bulunmaktadır.

#### **2.1.2.2.3.1. Kişilik Yapısı ve Motivasyon**

Kişilik yapısı ve bunun sonucu ortaya çıkan motivasyon düzeyi ve türleri turizm talebini etkilemektedir. Kişiler değişik motivasyonlar gereği olarak turizm faaliyetine katılmaktadır. Bu motivasyonlar arasında ise; dinlenme, kişinin fiziksel ve duygusal olarak kendini yenilemesi, yaşanılan çevreden biraz dahi olsa uzaklaşma, eğlenme, macera, spor, merak, tarihi ve kültürel değerleri ziyaret etme, yeni insanlarla tanışma gibi etkinlikler bulunmaktadır (Kozak vd., 2010: 73).

#### **2.1.2.2.3.2. Kültürel Uzaklık**

Turizm talebi açısından kültürel uzaklık, turistlerin yaşadığı ülke veya bölge ile turizm için geldiği ülke veya bölge arasındaki yaşam tarzı ve kültürel özelliklerinde olan farklılıklar anlamında kullanılmaktadır. Kişilerin daha çok uzak bölgeleri, kültürleri tercih ettikleri görülmektedir (Yıldırım, 2005: 61-62). Bunun yanında, kültürel uzaklığa dikkat etmeyen kişiler turizm faaliyetine kitle turizmi şeklinde dâhil olmaktadır (Kozak vd., 2010: 74).

#### **2.1.2.2.3.3. Moda, Zevk ve Alışkanlıklar**

İnsanların tüketiminde etkili olan moda, zevk ve alışkanlıklar turizm talebini etkilemektedir. Moda, alışkanlıklar ve zevkine tüketim, talebin üzerinde fiyatın oluşturduğu negatif etkileri kaldırmakta veya azaltmaktadır (İçöz, 2005: 149).

Yılın belli bir zamanında tatil yapmak, ünlüler tarafından tercih edilen yerlere gitmek, dünyaca tanınmış bölgeleri tercih etmek gibi durumlar da bu kapsam içerisinde bulunmaktadır. Kişilerin zevkine, imajına göre turizm talebi şekillenmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 122). Alışkanlıklar da kolay kolay değişmediği için, sürekli tercih edilen bir turizm bölgesinin fiyatında değişimler olsa dahi kişiler yine burayı tercih edeceklerdir. Yani; alışkanlık faktörü de turizm talebi üzerinde olumlu sonuçlar doğurmaktadır (Usta, 2009: 99).

#### **2.1.2.2.4. Politik Faktörler**

Turizm talebinde etkili olan diğer bir faktör de, turizm faaliyetinde bulunan kişinin gerek kendi ülkesinin gerek gittiği ülkenin veya bu iki ülkenin arasında bulunan siyasi yapının durumudur (Olalı ve Timur, 1988: 206). Turizm faaliyetinde bulunan kişi güvenli, huzurlu bir yerde eğlenmek ve dinlenmek isteyecektir. Güvenilir ve huzurlu olamayan bir bölgeye de turizm talebinde bulunulmayacaktır (Sarkım, 1997: 60).

Turizm faaliyetinde bulunacak kişinin yaşadığı ülkede uygulanan politik rejim, iç turizmi ve dış turizmi engelleyecek şekilde ise kişiler turizm faaliyetinde bulunamayacaktır. Turizmin gelişebilmesi için turizme engel olacak bürokratik, politik, askeri ve ticari engellerin kaldırılması gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 126).

Turizm faaliyeti için talepte bulunulacak ülkelerde de, turistler için uygulanan döviz kısıtlamaları, turistlerin kalış süresinde ve vizelerinde kısıtlamalar, yabancılara yönelik vergiler, sigorta sorunları gibi olumsuz tutumlar gereği olarak turizm talebi olumsuz bir şekilde etkilenmektedir (Öztaş, 2002: 58). Bunların yanında iç savaş, terör olayları, uluslararası gerginlikler, politik istikrarsızlıklar gibi olumsuz olaylarda turizm talebini olumsuz etkilemektedir (Lepp ve Gibson, 2003: 607).

### **2.1.3. Turizmin Ekonomiye Olumlu ve Olumsuz Etkileri**

Roma’ da 1963 yılında toplanan Birleşmiş Milletler Uluslararası Seyahat ve Turizm Konferansı’nda turizmin uluslararası ilişkilere olan etkisinin yanında ekonomiye olan önemli etkileri de araştırılmıştır. Turizmin ekonomiye olan etkisi sadece sektör içinde kalmamakta diğer sektörlerde de yatırım, istihdam ve gelir etkisi yaratmaktadır. Turizmin bu şekilde diğer sektörlerle olan doğrudan ilişkisi ile ortaya çıkacak olumlu ve olumsuz etkiler, kısa sürede diğer sektörleri etkileyecek ve oradan da ülke ekonomisine doğru yansımaları olacaktır (Kozak vd., 2010: 77-78).

#### **2.1.3.1. Turizmin Ekonomiye Olumlu Etkileri ve Etkileme Kanalları**

Gelişmişlik düzeyi fark etmeksizin turizm tüm ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağı olmaktadır. Ama özellikle gelişmekte olan ülkeler için lazım olan döviz kaynağının kolay bir şekilde elde edilmesi önemli bir olaydır. Yetersiz kaynak, tasarruf ve ihracat için bir kaynak konumunda bulunmaktadır. Böylece, ülkelerde olan ekonomik sorunların ortadan kaldırılmasında, dış açıkların kapatılmasında ve ekonomik tikanıklıkların giderilmesinde önemli bir politika aracı olarak kullanılmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 155).

Turizmin bir ülke ekonomisine olan olumlu etkileri iki kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar moneter (parasal) ve reel karakterli etkilerdir.

##### **2.1.3.1.1. Turizmin Moneter (Parasal) Karakterli Ekonomik Etkileri**

Turizm faaliyetleri sonucu elde edilen döviz girdileri ile ödemeler dengesindeki açıkların azaltılması ya da kapatılması, turizm gelirlerinin tekrar dağılımı ile ekonomik canlanmaların sağlanması, turizm sektörüne yapılan yatırımlar sonucu gelir elde edilmesi ve devletin vergi geliri sağlaması, turistik yatırımlar için harcamalar yapması belli başlı moneter karakterli etkiler olarak sayılabilir.

### 2.1.3.1.1.1.Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi

Dış ödemeler bilançosu, bir ülkede yerleşik konumda bulunan kişi, kurum ve ülke hükümetlerinin belirli dönemlerde dış âleme yaptığı ödemeler ile dış âleminden sağladığı gelirlerin kayıt altında toplandığı tabloya denmektedir.

Açık veren bir bilanço, ülke ekonomisindeki bozulmaları ortaya koymaktadır. Bu da ülke parasının yabancı para karşısında değer kaybı anlamına gelmektedir (Dinler, 2015: 589).

Ödemeler dengesinde, bir ülkenin dış ülkelerle bir yıl içerisinde yapmış olduğu mal, hizmet, transfer ve varlık işlemleri bulunmaktadır. Bir ülkede bulunan yerleşik konumdaki kişilerin dış ülkelere ödeme yapmasını gerektiren işlemler, ödemeler dengesinin negatif tarafına, dış ülkelerde yerleşik konumda bulunan kişilerin ülke yerleşiklerine yaptığı ödemeler ise ödemeler dengesinin pozitif tarafına yazılmaktadır. Ödemeler dengesi dört ana kalemden oluşmaktadır; cari işlemler hesabı, sermaye hesabı, resmi rezerv işlemleri hesabı ve net hata- noksan hesabıdır (Ünsal, 2010: 393).

Uluslararası turizm ile elde edilen döviz gelirleri, döviz arzı ve talebi üzerine etki etmektedir. Bu etki, turist alan ülkede döviz arzını, turist çıkan ülkede ise döviz talebini arttırmaktadır. Buradan da turizmin ödemeler dengesindeki etkisi açığa çıkacaktır (Şahin, 1990: 36). Ülkenin turizm için yaptığı harcamalar ile elinden çıkan döviz giderleri, turizm sayesinde kazandığı döviz gelirinden daha fazla ise, turizm ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz etkiler doğurmaktadır. Tam tersi durumda ise, ülkenin turizm için yaptığı harcamalar ile elinden çıkan döviz giderleri, turizm sayesinde kazandığı döviz gelirlerinden daha az ise, turizm ödemeler bilançosu üzerinde olumlu etkiler doğurmaktadır. Turizmin ödemeler dengesi için olumlu sonuçlar doğurabilmesi için turizmden elde edilen döviz gelirinin, döviz kaybından fazla olması gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 157). Ülkeye gelen turistler “ihracatlar” ya da “görünmeyen ihracatlar”, ülkeden turizm amacıyla çıkan kişiler “ithalatlar” ya da “görünmeyen ithalatlar” şeklinde adlandırılmaktadır. Görünmeyen ihracat “dış aktif turizm” ve görünmeyen ithalat da “dış pasif turizm” olarak isimlendirilmektedir (Çakır, 1999: 60).

Turizmin ödemeler dengesine olan etkileri dış turizm bilançosu ile açıklanabilmektedir. Dış turizm bilançosu, turizmden elde edilen gelirlerin gösterildiği aktif ile giderlerin gösterildiği pasif dış turizm kalemlerinden oluşmaktadır. Bu bilançoda olan herhangi bir fazlalık ödemeler dengesinde olumlu sonuçlar meydana getirmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 158).

**Tablo 2.1. Dış Turizm Bilançosu**

| <b>AKTİF</b>                                                                   | <b>PASİF</b>                                                                                |
|--------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. Turistik gelirler (Dış turistlerin harcamaları)                             | 1. Turistik giderler (vatandaşların dış ülkedeki turistik harcamaları)                      |
| 2. Turistik özel tüketim malları ihracı (içki-özel yiyecek)                    | 2. Turistik özel tüketim malları ithali (içki-özel yiyecek)                                 |
| 3. Dış turistlerin ülkeler arası ulaştırma teşebbüslerine ödedikleri ücret     | 3. Turist vatandaşların ülkeler arası ulaştırma teşebbüslerine ödedikleri ücret             |
| 4. Ülkede yapılan yabancı turistik yatırımların ithali                         | 4. Dış ülkelerde yapılan turistik yatırımların ihracı                                       |
| 5. Dış ülkelerdeki turistik yatırımların ülkeye transfer edilen yıllık kârları | 5. Ülkede yapılan yabancı turistik yatırımların dış ülkelere transfer edilen yıllık kârları |
| 6. Milli Turistik el emeği gelirlerden ülkeye vaki döviz transferleri          | 6. Yabancı turistik el emeğinin gelirlerinden yabancı ülkeler vaki transferler              |
| 7. Yabancılar kiralanan turistik tesisler için alınan kira bedelleri           | 7. Dış ülkelerde kiralanan turistik tesislere ödenen yıllık kira bedelleri                  |
| 8. Dış ülkelerin, ülkede yaptıkları turistik reklam ve tanıtma giderleri       | 8. Ülkerlerin dış ülkelere yaptığı turistik tanıtma ve reklam giderleri                     |
| 9. Dış ülkelerin ülkedeki seyahat büroları giderleri                           | 9. Ülkenin dış ülkelerdeki seyahat büroları giderleri                                       |
| 10. Dış ülkelerin milli seyahat acentalarına ödedikleri komisyon               | 10. Milli seyahat acentalarının dış ülkelerdeki seyahat acentalarına ödedikleri komisyon    |
| 11. Diğer turistik gelir transferleri                                          | 11. Diğer turistik gider transferleri                                                       |
| <b>TOPLAM</b>                                                                  | <b>TOPLAM</b>                                                                               |

Kaynak: Şahin, 1990: 40.

Turizmin ödemler dengesi üzerindeki açıkları kapatmadaki rolü incelenirken dikkat edilmesi gereken birkaç husus bulunmaktadır. Bunlar (Kozak vd., 2010: 80);

- Döviz gelirleri ile giderleri arasında olması gereken oran 1'in altında çıkmalıdır.
- Elde edilen bir birimlik dövizin ulusal para karşısındaki değeri 1'den büyük olmalıdır.
- Turizm sektöründen elde edilen döviz kazancı diğer sektörlerden elde edilecek kazançtan fazla olmalıdır. Yani; bir turistik ürünü direkt turistlere satarak elde edilen gelirin, bu ürünün dışsatımı yapılırken elde edilecek gelirinden daha fazla olmasıdır.
- Turizm yatırımları sırasında olabilecek sızıntılar göz önüne alınmalıdır. Turizmde ortaya çıkan döviz maliyetinin boyutları zaman içinde değişime uğramaktadır. Bu da ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir.
- Bir ülkenin döviz kazancında etkili olan diğer bir faktör de hükümetler olabilir. Yabancı sermayeye ülkede turizm faaliyetleri yapmak adına, ülkeyi cazip konuma getirmek için belli vergi ve gümrük kolaylıkları sağlanabilir. Bu gibi uygulamalar sonucu net döviz girişi azaldığı için turizmin olumlu ekonomik etkisi de azalabilmektedir.

#### **2.1.3.1.1.2. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi**

Bir ülkede gerçekleşen uluslararası turizme ve yerli turizme katılan kişilerin yaptıkları harcamalar ile artan turizm talebini karşılamak için yapılan yatırım harcamaları hem turizm sektörünün gelirini hem de diğer sektörlerin gelirini oluşturmaktadır. Ülkelerde belli dönemlerde elde edilen gelirlerin dağılımı iki türlü olmaktadır. Gelirin; kişiler, aileler ve tüketiciler arasında dağılımına kişisel dağılım ve üretim faktörleri arasında dağılımına fonksiyonel dağılım adı verilmektedir (Öztaş, 2002: 61-62).

Bir ülke ekonomisine turizm faaliyetleri sonucu giren gelir, ülke içerisinde elden ele dolaşarak diğer kesimlerinde gelirini oluşturmaktadır. Bunun sonucu olarak elde edilen toplam gelir başlangıçta ülke ekonomisine giren gelire oranlanmakta ve turizm çarpanı katsayısı elde edilmektedir (Bryden, 1983: 73). Bunun yanında, ithalat

harcamaları gibi nedenlerle gelirin bir kısmının ekonomiye katkıda bulunmaması (sızıntı) bu kısmın değerlendirme dışında tutulmasına neden olmaktadır (Pearce, 1992: 61). Özellikle gelişmekte olan ülke ekonomilerinin, çarpan mekanizmasından yararlanmak ve sürdürülebilir bir gelir sağlamak amacıyla turizm endüstrisinin yapısını koruması ve oluşan sızıntıları engellemesi gerekmektedir (Koç ve Eriş, 2008: 59).

#### **2.1.3.1.1.3. Turizm Yatırımlarının Gelir Etkisi**

Bir turizm ülkesinde ya da bölgesinde turizme olan talebin artmasıyla kamuda ya da özelde bulunan girişimciler yeni yatırımlarla bu taleplere karşılık vermek istemektedir. Turizm sektöründe genellikle kamu sektörü alt yapı, özel sektör ise üst yapı yatırımlarını yapmaktadırlar. Turizm talebinde olan bir artış, turizm sektöründe olan yatırım artışlarının yanında diğer sektörlerde de yatırımları arttırmaktadır (Ünlüönen vd., 2014: 159).

Yapılan yatırım harcamaları ekonomide sektör sektör dağılarak harcama ve gelir akımı oluşturmaktadır. İlk olarak yapılan yatırım kadar bir gelir artışı sağlamaktadır. Bu gelir artışından pay alanlar önce bir kısmını harcamakta kalan kısmını da tasarruf etmektedir. Böylece ortaya çıkan yeni gelirler, marjinal tüketim eğilimi oranı kadar sonraki dönemlerde diğer kişilere gelir olmaktadır. Bu olgu böyle devam etmekte ve dağılarak giden gelir katlanarak turistik yatırımlara harcanan miktarın çok üstüne çıkmaktadır. Bu etkiler gelirde, marjinal tasarruf ve marjinal tüketim eğilimleri sonucunda çarpan oranı kadar artış sağlamaktadır. Bu çarpan katsayısına da turistik yatırım çarpanı denmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 125).

#### **2.1.3.1.1.4. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi**

Turizm sektörü devlete ekonomik açıdan önemli bir gelir kaynağı iken devletin bazı kamu harcamalarını yapması da gerektirmektedir.

Turizm faaliyeti, turizmle gelişen bir ekonomi için önemli bir kaynaktır. Turizm talebinin arttığı dönemlerde etkili bir vergilendirme kamusal açıdan büyük bir kaynak

olmaktadır. Bu turizm faaliyetleri sonucu devletin sağladığı gelirlere bakıldığında (Olalı ve Timur, 1988: 140; Fletcher ve Snee, 1991: 215-216) ;

- Devletin, turizm sektöründe bulunan işletmelerden veya bu işletmelerin gelirlerinden gelir vergisi, KDV, ÖTV, kurumlar vergisi, emlak vergisi, çalışanlardan kesilen gelir ve sigorta kesintileri ve belediye resim ve harçları şeklinde aldığı dolaylı ve doğrudan vergiler,
- Devletin ülkeye gelen turistlerden aldığı vize ücretleri, harcamalarından aldığı vergiler, ayakbastı parası, harçlar, resimler gibi gelirler,
- İç turizm faaliyetine katılan vatandaşların yaptığı turistik harcamaları ve bunlardan alınan vergiler,
- Milli park, müze, piknik alanı gibi yerlere girerken alınan giriş ücretleri de devlete gelir getirmektedir.

Devlet turizm sektöründe yapılan harcamaları karşılamakla da sorumludur. Turizmden kazandığı vergi gelirlerini yine turizm sektörünün gelişmesi için kullanmaktadır. Bu da turizm sektörünün devlet harcamalarına olan etkisini göstermektedir. Bu durum başta harcama olarak görünse dahi ilerde ekonomiye katlı bir gelir olarak dönecektir (Erdoğan, 1996: 274).

Devletin turizmin gelişmesi için yaptığı temel harcamalara bakıldığında ise (Şahin, 1990: 51);

- Ülke kaynaklarını daha verimli ve etkin konuma getirmek için yapılan araştırma, reklam, tanıtım giderleri,
- Devlet işletmesi altında olan milli parklar, müzeler vb. yerler için yapılan harcamalar,
- Alt ve üst yapı için yapılan giderler,
- Turizm sektörünün geliştirilmesi için yapılan teşvik, muafiyet tedbirleri gibi uygulamalardan dolayı uğradığı kayıplar,
- Turizmdeki hizmet kapasitesinin daha kaliteli olması için devlet tarafından yapılan idari harcamalar bulunmaktadır.

#### **2.1.3.1.2. Turizmin Reel Karakterli Ekonomik Etkileri**

Turizmin moneter karakterli etkileri yanında reel karakterli etkileri de bulunmaktadır. Emek yoğun bir sektör olan turizm sayesinde istihdam sağlanmakta, turistik faaliyetlerin diğer sektörlerle iç içe bir yapıda olması ile diğer sektörler üzerinde olumlu etkiler meydana gelmekte, bölgelerarasında oluşabilecek ekonomik ve sosyolojik dengesizlikleri giderilmekte ve turistik bölgenin alt yapısına ve üst yapısına olumlu katkılarda bulunmaktadır. Tüm bunlar turizmin reel karakterli etkileri içerisinde yer almaktadır.

##### **2.1.3.1.2.1. Turizmin İstihdama Olan Etkisi**

Bir hizmet sektörü olan turizm emek-yoğun özelliktedir ve istihdamın önemli bir koşulunu oluşturmaktadır (Tunç ve Saç, 1998: 92).

Ekonomideki üretim faktörlerinin hepsinin (emek, toprak, sermaye ve girişimci) üretim faaliyetine katılmasına istihdam veya tam istihdam denmektedir. Burada bütün üretim faktörlerini söylese de daha çok iş gücünün üzerinde durulmaktadır (Kahraman vd., 2014: 21).

Buradan geniş anlamda tam istihdam, bir ekonomideki tüm üretim faktörlerinin üretime katılması anlamına gelmektedir. Dar anlamda tam istihdam denildiğinde ise, emek iş gücü faktörünün üretime katılması anlatılmaktadır. Ülkede çalışmak isteyen kişilerin yani potansiyel iş gücünün iş bulamamaları durumuna da eksik istihdam denmektedir (Dinler, 2015:498).

Turizm sayesinde ortaya çıkan istihdam türlerine bakıldığında üç şekilde ortaya çıkmaktadır;

- Doğrudan istihdam: turizm sektöründe, sektöre doğrudan hizmet veren ya da bunlara bağlı şekilde çalışan işletmelerdeki oluşan istihdamdır. Otel, pansiyon, restoran, ulaştırma gibi işletmelerdeki istihdamlar örnektir.

- Dolaylı istihdam: turizm sektöründeki işletmelere ihtiyaç duyduğu girdileri sağlayan ya da turizm sektöründeki işletmelerin yapmış oldukları harcamalarla gelir elde eden bazı sektörlerde oluşan istihdamdır. Bir otelin kapasitesini arttırmak istemesi ile bu inşaatta çalışan işçiler dolaylı istihdama örnektir.
- Uyarılmış istihdam: doğrudan ve dolaylı istihdam ile gelir elde edenlerin harcanmasıyla oluşan ilave istihdamdır. İkinci derece istihdam etkisi de denilmektedir.

Turizm sektörünün istihdam üzerine olan etkisi ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde işgücünün maliyeti yüksek olduğu için daha çok teknolojik araçlar kullanılırken, gelişmekte olan işgücü maliyetinin düşük olduğu ülkelerde ise teknolojik araç gereç yerine emek kullanılmaktadır. Bu gibi gelişmekte olan ve geri kalmış ülkelerde de turizm istihdam oranını arttırmaktadır. Turizm sektörü olarak sadece turistlerin gittiği turistik yerlerde değil turist gönderen ülkelerde de istihdam olanakları sağlamaktadır. Bunun yanında turizm, tarım sektöründe çalışan ve turizmle ilgili belli bir eğitimi olmayan kişiler için de iş olanakları sağlamaktadır (Kozak vd., 2010: 82-84).

Turizm sektöründe istihdamın başlıca özellikleri aşağıdaki gibi ifade edilmektedir (Olalı ve Timur, 1988: 147-148; İçöz, 2005: 278-283);

- Turizm sektörünün belli aylarda yoğunluk kazanması ile işletmelerin mevsimlik personel çalıştırmasına ve dalgalanmalara neden olmaktadır.
- Mevsimlik personel çalıştırılması, sektörde eksik istihdama neden olmaktadır.
- Turizm sezonunda kalifiye işgücüne olan talep artmaktadır.
- Diğer sektörlerle göre kadın çalışan daha fazla istihdam edilmektedir.
- Turizm sektörü diğer sektörlerden yüksek oranda işgücü transferi etmektedir. Bu da turistik işletmeler arasında iş gücünün dolaşımını arttırmaktadır.
- Turizm sektöründe, çalışma süresinin uzunluğu, tatil dönemlerinin yoğun çalışma koşulları, mevsimlik iş imkânı olumsuz çalışma şartları çalışanların bir aile oluşturmalarını zorlaştırmaktadır.
- Turizm sezonunda turizmde çalışacak işçi alınması ile ekonomi tam istihdama yaklaşılrken, turizm sezonu dışında işçi gereği olmadığı için eksik istihdam oluşmaktadır. Bu da toplumsal açıdan sosyal bir maliyettir.

İşsizliğe neden olan çok çeşitli faktörler vardır. Turizmin de ilgili olduğu işsizlik türleri bulunmaktadır. Bunlar (Dinçer, 1993: 78-80);

- Teknolojik işsizlik ve turizm, çok sayıda elemanın çalıştırılmasıyla yapılan işin, teknoloji sayesinde daha az kişiye yaptırılması sonucu oluşan işsizliktir.
- Mevsimlik işsizlik ve turizm, sektörlerin iş hacimlerinin miktarına göre mevsimsel dalgalanmalar göstermeleri ve iş gücü talebinin az olduğu dönemlerde oluşan işsizliktir. Turizm sektörü olarak mevsimsel işsizliğin en çok görüldüğü alanlar arasında bulunmaktadır.
- Konjonktürel işsizlik ve turizm, ekonomik daralmaların olduğu dönemlerde oluşan işsizliktir. Ekonomik daralmayla birlikte gelirinde azalma olan kişiler turizm faaliyetinde bulunamayacaktır. Turizme olan talebin azalmasıyla turizm sektöründe işsizlik ortaya çıkacaktır.
- Friksiyonel (arizi) işsizlik ve turizm, iş değiştirme amacıyla işinden ayrılan kişilerin yeni iş buluncaya kadar razı oldukları işsizliktir.
- Gizli işsizlik ve turizm, bir işi bulunmasına rağmen gerçekte üretime çok düşük katkısı olan kişilerin oluşturduğu işsizliktir. Daha çok aile işletmelerinde görülmektedir.

#### **2.1.3.1.2.2. Turizmin Diğer Ekonomik Sektörlere Etkisi**

Turizm sektörünün olduğu bir ülkede ya da bölgede turistik faaliyetlerin gerçekleşmesi sonucu diğer sektörler de doğrudan ya da dolaylı yoldan etki görmektedir. Bu etki olayı direk turizm sektörünün olduğu yer için önemli olduğu kadar ülke ekonomisi için de önem arz etmektedir. Başta tarım olmak üzere sanayi ve hizmetler sektörüne olan etkileri de bulunmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 168).

Turizmin tarım sektörüne olan etkisi: En önemli etkisi gelir ve istihdam üzerine olmaktadır. Gelir üzerine olan etkisi iki şekildedir. Turistik bölgelerde turizm talebinin artmasıyla, turizm faaliyetine katılan kişilerin yeme içme ihtiyacını karşılayacak tarım sektörünün üretimi artacak ve değerlendirilecektir. Aynı zamanda turistik bölgelerde ki arazi sahiplerinin arazileri de değerlendirilecektir. Arazilerini kiralarak ek gelir de elde

edebileceklerdir. İstihdam bakımından etkilerine bakılırsa; tarım kesiminde ortaya çıkan mevsimlik işsizlik turizm kesimine kaymaktadır. İş olmayan insanlar için de oluşan istihdam bölgede oluşacak göçleri engellemektedir. Turizmin ek gelirler, artan istihdam gibi olumlu sonuçların yanında tarım arazilerinin küçülmesi veya bölgede tarım sektöründen turizme geçen halkın yaşam biçiminde bir takım değişiklikler olması gibi olumsuz etkiler de bulunmaktadır (Ünlüöner vd., 2014: 171).

Turizmin sanayi sektörüne olan etkisi: Turizm sektöründe olan talep artışının sanayi sektörüne olan etkisi tüketim mallarına, ara mallarına ve yatırım mallarına yani imalat sanayi sektörünün alt dallarına farklı şekillerde olmaktadır. Turizmin, gıda, içki gibi tüketim malı üreten sanayiler ve deri, seramik gibi ara malı üreten sanayiler üzerinde yarattığı etki yüksek olmaktadır. Yatırım malı üreten sanayiler üzerine olan etkisi ise düşük olmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 169-170).

Bu etkiler ise şu şekildedir (İçöz, 2005: 300-301) ;

- Turistik amaçlı yapılan alt yapı yatırımları, modern araç ve gereçler tarafından yapıldığı zaman bu sanayi ürünlerinin talebi artmaktadır.
- Turizmde kullanılacak her türlü inşaat malzemesi gibi sermaye yatırım oranının yüksek olduğu sanayi ve iş kolları canlılık yaşayacaktır.
- Bilişim teknolojisinin turizm sektöründe artan talebi bilgisayar gibi teknolojik ürünleri üreten sektörlerin talebini ve gelirini arttıracaktır.
- Sanayi sektöründe artan iş sahası ve üretim artışı istihdam olanağı sağlamaktadır. Dahası kişilerin gelirinin artmasını ve turizm faaliyetinde bulunmalarını sağlayacaktır.
- Turizm sezonunda tarımsal talebin artmasını ve üretim artışını sağlamaktadır.
- Turistik yatırım harcamaları milli gelir düzeyinin artmasını da sağlamaktadır

Turizmin hizmet sektörüne olan etkisi: Turizm sektörü içerisinde bulunduğu hizmet sektörünü de etkilemektedir. Gelişmesini de sağlamaktadır. Buradan hareketle turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkileri aşağıdaki gibidir (Bahar ve Kozak, 2015: 170-171);

- Var olan tüketimle ilgili meyve-sebze, et, süt, ekmek gibi üçüncü üretim sektörünün gelişmesini sağlamaktadır.

- Donatım sanatları ile ilgili elektrikçi, boyacı, inşaat işçisi gibi üçüncü üretim sektörünün gelişmesini sağlamaktadır.
- Konforla ilgili moda evleri, spor malzemeleri, parfümeri gibi üçüncü üretim sektörünün gelişmesini sağlamaktadır.
- Yardım ve güvenlikle ilgili banka, polis, sigorta gibi üçüncü üretim sektörünün gelişmesini sağlamaktadır.
- Toplum tarafından lüks kabul edilen kuyumcu, antikacı, gece kulübü, sauna gibi üçüncü üretim sektörlerinin gelişmesini sağlamaktadır.
- Tatil ve turizme yönelik ulaşım, benzin istasyonları, eğlence yerleri gibi hizmet sektörlerinin yerine getirilmesini sağlamaktadır.
- Turizm gelişmesiyle birlikte turistik bölgedeki yol, su, elektrik, haberleşme gibi kamu hizmetlerinin gelişmesini de sağlamaktadır.

#### **2.1.3.1.2.3. Turizmin Bölgelerarası Gelişme Düzeyleri Üzerindeki Etkisi**

Ülkelerin ekonomilerinde çözmeleri gereken önemli problemler arasında bölgelerarasındaki ekonomik dengesizlikler de bulunmaktadır. Bölgelerarasındaki bu dengesizlikleri gidererek her bölgenin eşit refah düzeyine ulaşması gerekmektedir. Dengesizlikleri giderme yolunda hangi bölgede hangi sektörün desteklenmesi gerektiğinin belirlenmesi gerekmektedir (Ünlüöner vd., 2014: 176).

İç turizm, ülke içinde turizmden gelir edilmesini sağlamaktadır. Bölgelerin ekonomik bakımdan kalkınmasına ve gelişmesine katkısı bulunmaktadır. Bunun yanında ekonomisi diğer sektörlerle göre geri kalmış bir bölge, turizm sayesinde gelişebilmektedir. Çiftçilik ya da hayvancılık gibi meslekleri yapan kişiler turizm sektörüne kayarlarsa gelirlerini önemli ölçüde arttırabilirler. Turizmin yaygınlaşması ile bölgede el sanatları ve hediyelik eşya gibi yöresel şeylerin üretim ve satım alanı oluşacaktır. Buda bölge halkı için ekonomik bir gelişme anlamına gelmektedir. Konaklama için oteller, pansiyonlar açılacak bölge gelişecektir. Buradan hareketle turizm, ülkenin daha az gelişmiş bölgelerinde desteklenir ve yaygınlaştırılır ise bölge halkının ekonomik zenginliği artacaktır (Bahar ve Kozak, 2015: 166-167).

Bir bölgede turizm faaliyetlerinin gelişmesi sayesinde yeni iş alanlarının açılması ile nüfusun iş bulma gibi nedenlerle göç etmeleri sonlanacaktır. Bölgedeki işgücü sayesinde gelir artışları olacak, artan gelir iç ticarete olumlu bir etki yapacaktır. Ayrıca turizm sayesinde farklı din, dil ve kültürden gelen kişilerin aynı ortamda bulunmasıyla toplumda kültür alışverişi kolaylaşacaktır (Ünlüönen vd., 2014: 177).

Bir diğer etki de, ülkeye gelen turistler sayesinde ulaştırma, su, elektrik gibi alt yapı hizmetlerinden bölge halkı en iyi şekilde yararlanabilecektir. Kıt kaynaklara olan talep artışı sayesinde de fiyatları yükselecektir. Mesela, toprağa olan talep artarsa toprak fiyatları artacaktır (Bahar ve Kozak, 2015: 167-168).

Turizm faaliyeti gelişmiş ülkelerde ön plandadır. Gelişmekte olan ülkelerde turizm faaliyetleri için gerekli alt yapı olmadığından turizme verilmesi gereken önem verilememektedir. Azgelişmiş bir ülkede de turizme verilen önem ve değer ülkenin en gelişmiş bölgesinde verilmektedir. Buradan hareketle turizmin gelişmesiyle bölgelerarası dengesizliği gidermesi kısa ve orta dönemde sağlanamamaktadır (Ünlüönen, 1990: 130).

#### **2.1.3.1.2.4. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi**

Bir bölgede turizm talebine cevap verebilmek için alt yapının, ulaştırmanın ve çeşitli hizmetlerin yerine getirilmesi gerekmektedir. Turizmin gelişmesi ile alt yapı arasında doğru orantılı bir ilişki mevcuttur. Alt yapı yatırımları görünmez hizmetler olarak devletin toplumsal görevleri arasında bulunmaktadır. Bu hizmetler ile hem ekonominin gelişmesi hem de halkın bu hizmetlerden yararlanması sağlanmaktadır. Turizm sektöründe sağlanan gelişmelerin alt yapıyı geliştirdiği ve yönlendirdiği görülmektedir (Kozak vd., 2010: 85).

Alt yapı yatırımları fiziksel(geleneksel) ve kurumsal alt yapı olarak iki şekilde görülmektedir (Öztaş, 2002: 66-67).

Fiziksel (geleneksel) alt yapı, bir yerde devamlı oturan insanların su, haberleşme, enerji, ulaşım, kanalizasyon gibi alt yapı hizmetlerini ve turizm amacıyla

geçici olarak bir yerde konaklamayı sağlayan endüstrilerin kurulması ve alt yapı ihtiyaçlarının giderilmesi faaliyetini kapsamaktadır.

Kurumsal alt yapı ise, kamunun turizm olayı için yaptığı faaliyetleri, ürettiği mal ve hizmetleri ve üretim faaliyetinde kullandığı araç ve tesisleri oluşturmaktadır. Turizmle ilgili olan kurumların yaptığı faaliyetler, çevreyi korumak ve güzelleştirmek adına çalışan kuruluşların faaliyetleri, turizm danışma büroları, turizm için personel yetiştiren eğitim kurumlarının yaptığı hizmetler gibi çalışmaların hepsi kurumsal alt yapı içerisinde bulunmaktadır.

Üst yapı yatırımları da turizmin gelişmesi için alt yapı yatırımları kadar önem arz etmektedir. Üst yapının sektöre bağımlılığı daha fazla olmaktadır. Alt yapı yatırımları sadece turizm için değil kamu yararı için de yapılmaktadır. Ancak alt yapısı tamamlanmış olan bir bölgede turistlerin kaldığı sürenin uzaması veya ihtiyaçlarının karşılanması bakımından üst yapının tam olması gerekmektedir. Bu yüzden turistik üst yapı önemlidir. Turistlerin barınma, beslenme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan üst yapı farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Konaklama, eğlence, alışveriş tesisleri ve yiyecek-içecek işletmeleri turizmin birincil üst yapısını oluşturmaktadır. Bunun yanında direkt turizm hedefi olmamasına rağmen birincil üst yapının faaliyetlerini tamamlayan tamir, bakım, onarım, donatım ve ulaşım sistemi gibi faaliyetlerde ikincil üst yapıyı oluşturmaktadır (Ünlüöner vd., 2014: 174).

#### **2.1.3.2. Turizmin Ekonomiye Olumsuz Etkisi ve Etkileme Kanalları**

Turizmin etkilerinin her zaman olumlu olduğu söylenemez. Turizmin zamanla gösterdiği gelişim ve değişim turizmden sağlanan faydaların azalacağını ya da olumsuz gelişmeler ortaya çıkaracağını göstermektedir. Turizmin ekonomiye olan olumsuz etkileri enflasyona etkisi, ithalata etkisi, fırsat maliyetine etkisi, yabancı özel sermayeye etkisi, mevsimsellik etkisi ve aşırı bağımlılık şeklinde sınıflandırılmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 171; Davras, 2017: 87).

### 2.1.3.2.1. Turizmin Enflasyon Üzerine Etkisi

Enflasyon, fiyatlar genel düzeyinin sürekli ve hissedilir ölçülerde yükselmesi anlamına gelmektedir. Paranın değer kaybetmesi olarak da ifade edilebilmektedir. Enflasyonda yalnızca mutlak fiyatlarda yükselme olmaz, bunun yanında nispi fiyatlarda da değişme olmaktadır (Şahin, 2006: 337). Geçici fiyat yükselmeleri enflasyon anlamına gelmemektedir (Ceylan, 2012: 138). Bu fiyat yükselmelerinin ekonomideki birkaç malda değil tüm mallarda ya da en azından büyük çoğunluğunda olması gerekmektedir. Başka bir ifadeyle paranın satın alma gücünü kaybetmesi olarak da bilinmektedir (Dinler, 2015: 476).

Bir ekonomide ortaya çıkan enflasyonun çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenler incelendiğinde enflasyon talep ve maliyet enflasyonu şeklinde ikiye ayrılmaktadır.

- Talep enflasyonu: Ekonomi tam istihdam koşullarında veya ona yakın bir konumda iken, bütüncül talepte meydana gelen artışların bütüncül arzdan fazla olması durumuna denilmektedir. Ekonomi tekrar dengeye gelinceye kadar bu talep fazlası fiyatlar genel düzeyini yükseltmektedir (Şahin, 2006: 339).
- Maliyet (Arz) enflasyonu: Bir ekonomide kullanılan girdi fiyatlarındaki yükselmeler sonucu maliyetlerin de yükselmesi ve toplam arzın azalması anlamına gelmektedir. Bu şekilde, artan maliyetler fiyatlar genel düzeyinde artışlara neden olmaktadır (Dinler, 2015: 482).

Enflasyon nedeniyle bir ülkedeki kişi başına düşen gelir arasındaki dengesizlikler artmaktadır. Gelir dağılımında bozucu etkiler ortaya çıkarmaktadır. Bunun yanında üretim zamanla azalacak ve paranın dış değeri iç değerine göre hızla düşecektir. Bu da ihracatın artması ve ithalatın azalması anlamına gelmektedir. Artan ihracat ile ülkede kıt olan kaynaklar çok düşük fiyatlarla ülke dışına satılacaktır. Enflasyonla birlikte “paradan kaçış” olgusu nedeniyle kişiler ekonomik faaliyetlerden vazgeçip sabit sermaye yatırımlarına ağırlık vereceklerdir. En son olarak da devlete verilen güven sarsılacak ve yatırım yapan girişimciler yatırımlarından vazgeçeceklerdir. Tüm bunlar bir ekonomide enflasyon olgusunun yol açtığı olumsuz sonuçlar olarak özetlenmektedir. Enflasyonun neden önemli olduğunu göstermektedir (Bahar ve Kozak,

2015: 173). Enflasyonun sosyal sonuçları da bulunmaktadır. Enflasyon ortamında toplumun ahlaki değerleri çökmektedir. Zengin olanlar daha da zenginleşirken, fakir olanlar daha da fakirleşmektedir (Ünlüöner vd., 2014: 181).

Bir ekonomide turizmin neden olduğu enflasyonun etkisi değişik şekillerde ortaya çıkmaktadır. Az gelişmiş ülkelerde ve gelişmekte olan ülkelere yerli halkın satın alma gücü, yabancı turistlerinkine göre düşük konumda bulunmaktadır. Turistler bir malı alırken daha fazla fiyat ödemeye razı olmaktadır. Bu da bölgedeki satıcıların daha fazla kazanç elde etmek için fiyatları yükseltmelerine neden olmaktadır. Bu fiyat artışlarının da sonucunda maliyet artışları ortaya çıkacak ve bölgesel dahi olsa enflasyon oranı artacaktır. Turizm sezonunda artan bu fiyatlar ile özellikle arsa ve gayrimenkul fiyatları da yükselme gösterecektir. Bu durumda kişiler daha fazla kira ve vergi ödeyeceklerdir. Bu da var olan enflasyonun baskısını daha da arttıracaktır (Bahar ve Kozak, 2015: 173).

Enflasyonun turizm sektörü üzerindeki etkileri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Kozak vd., 2010: 88-89; Ünlüöner, 1990: 134);

- Turistik malların ve hizmetlerin üretiminde kullanılan enerji, hammadde, ücret gibi girdi fiyatları maliyet enflasyonu sonucu artmaktadır. Bu da maliyetlerin artmasına ve turizm sektörünün etkilenmesine neden olmaktadır.
- Sezon başında yüksek maliyetlerle konaklama işletmeleri kurulmaktadır. Fakat oluşan fiyat artışlarıyla birlikte turizm talebinin düşmesiyle yapılan yatırımın kâr olarak geri dönme süresi uzamakta ve kârlılık azalmaktadır.
- Oluşan fiyat istikrarsızlıkları nedeniyle çalışanların reel ücretleri azalmaktadır. Reel ücreti düşen çalışanın da iş verimliliği ve kalitesi düşmekte, bunun sonucunda da doğal olarak turistlerin memnuniyeti düşmektedir.
- Enflasyon ortamında yatırım yapacak girişimci yatırımlarını, sektördeki verimli yatırımlar yerine en kazançlı yatırım hangisi ise ona kaydırmaktadır. Bu da ekonomideki kaynak dağılımının bozulmasına neden olmaktadır.
- Enflasyon ortamında iç fiyatlar çok yüksek, döviz kurları ise sabit olmaktadır. Bu nedenle ithalatın daha ucuz olması ithalatı arttıracak ve ihracatı ise düşürecektir. Aynı nedenle “dış pasif turizm” de de artışlar yaşanacaktır.

- İç turizme bakılırsa artan fiyatlar ile reel gelirinde azalma olan ve tasarruf yapma olanağı olmayan kişiler turizm talebinde bulunamayacak ve iç turizm hareketleri düşecektir. Orta gelir grubu kişilerin turizm faaliyetlerinde bulunmaları zorlaşacaktır. Dış turizmi ise, enflasyonun fazla etkilediği söylenemez. Ama enflasyon oranı ülke parasının değer kaybından daha yüksek olursa dış turizm talebinde de bir gerileme görülecektir.
- Ülkeye gelen turistleri kandırmak gibi eğilimler baş göstermeye başlayacaktır.

#### 2.1.3.2.2. Turizmin İthalata Etkisi

Uluslararası turizm faaliyetiyle birlikte ülkelerin ekonomik yönden bağımsızlıklarını aldıkları düşünülmektedir. Gelişmiş ülkelere az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelere giden turistlerin bölge ekonomisinde ithalata neden oldukları görülmektedir. Tüketim amacıyla ya da turizmin toplum üzerinde bıraktığı etkilerle tüketim alışkanlıkları değişen halk için giyim, gıda, inşaat malzemeleri, mutfak malzemeleri gibi mallar ithal edilmektedir. Bu duruma daha çok gerekli sermayesi ve teknolojik gelişmesi bulunmayan, gelişmekte olan veya geri kalmış ülkelerin turizm faaliyetlerinde rastlanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 172).

Turizm sayesinde gelir olarak elde edilen döviz, turizmle ilgili bir mal ya da hizmeti karşılayabilmek için kullanılan döviz kaybı anlamına gelmektedir. Buradan hareketle pasif dış turizmine katılan ülke vatandaşının götürdüğü dövizler ödemeler bilançosunda negatif kısma yazılmaktadır. Ödemeler dengesinde olumsuz etkisi bulunmaktadır. “Görünmeyen ithalat (dışalım)” denilen bu etki, turizm faaliyetleri nedeniyle ödemeler dengesindeki döviz çıkışlarını ifade etmektedir. Nasıl ki, bir ülkeye dışarıdan gelen turistlerin bıraktığı dövizler görünmeyen ihracat ise, turist gönderen ülke içinde çıkan dövizler görünmeyen ithalat anlamına gelmektedir. Bunun yanında, turizm hizmetlerini yerine getirebilmek için yapılan ve ülkeden döviz çıkışına neden olan diğer dış alım da “ek ithalat” tır. Ek ithalat kapsamındaki hizmetler aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Kozak vd., 2010: 90);

- Turistik tesislerde kullanılmak için ithal edilen her türlü inşaat malzemeleri,
- Turistler için yurt dışından alınan her türlü mal ve hizmetler,

- Ülkede turizm için yabancı sermaye yardımıyla kurulmuş işletmelerin kâr transferleri,
- Turizm sektöründe eleman olan yabancı personelin ödemeleri,
- Reklam ve tanıtım için yurt dışında yapılan ödemeler,
- Turizmde eleman olacak personelin yurt dışı eğitim ödemeleri,
- Yurt dışında turizm için yapılan yatırımlar.

Ayrıca turistik tüketim için ithalatı yapılan her türlü gıdalara ödenen döviz ile turistlerin gelirken yanlarında getirdikleri her türlü gıda maddelerinin toplamdaki değeri ekonomide bir sızıntı olarak görülmektedir. Çünkü ülke ekonomisine bir katkıları bulunmamaktadır. İthalata olan artış ülke içindeki üretim faktörlerinin etkinliğinin azalmasına neden olmaktadır (Kozak vd., 2010: 90).

#### **2.1.3.2.3. Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi**

Ekonomide genel olarak sınırlı kaynaklar ile sınırsız istekleri karşılayabilmek için bazı isteklerden vazgeçilmesi veya isteklerin başka zamana ertelenmesi gerekmektedir. Böyle sınırlı kaynakların seçiminde alınan her karar da, başka bir seçimden vazgeçmeyi gerektirmektedir. Seçilen alternatif kararın maliyeti de seçiminden vazgeçilen alternatif seçenektir. Buna da kaçırılan fırsat anlamında fırsat maliyeti denmektedir (Dinler, 2015: 8).

Turizm sektörü açısından fırsat maliyetini düşünürsek, bir ülkenin turizm sektörüne yapacağı bir yatırım sonucu elde edeceği gelirin, bu yatırımın başka sektörlerle yapılmasıyla elde edilecek olan gelirle karşılaştırılması olayına turizmin fırsat maliyeti denmektedir. Buradan hareketle ekonomi içindeki kıt olan kaynakların sektör ve alt sektörler arasında en verimli şekilde dağıtılması gerekmektedir. Böylece ülke ekonomisi ve refahının artırılması, katlanılan fedakârlığın en az düzeye indirilebilmesi yolunda çok etkisi bulunmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 175). Özellikle gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkeler, ülkede kıt olan kaynakları daha iyi verim alabilecekleri alanlar varken, daha az verimli alanlara yönlendirirler ise bu kaynaklarını boşuna israf ettikleri anlamına gelmektedir (Kozak vd., 2010: 87).

#### 2.1.3.2.4. Turizmin Yabancı Özel Sermayeye Etkisi

Çeken (2003)' e göre, yabancı sermaye; bir ülkenin diğer ülkelerden karşılığını daha sonra istenilen şekilde ödemek üzere aldığı, ekonomiye kısa sürede ekleyebileceği kaynaklardan oluşmaktadır.

Gelişmekte olan ülke ekonomilerinin kalkınma sürecinde karşılaştıkları temel sorunları arasında yetersiz olan ulusal tasarruflar bulunmaktadır. Ulusal tasarrufların yetersiz olması finansman aracı olarak dış tasarrufları gerekli kılmaktadır. Bu yüzden gelişmekte olan ülke ekonomisi için yabancı özel sermaye gerekli bir finansman kaynağı konumunda bulunmaktadır (Kar ve Taban, 2014: 163). Bunların hepsi toplandığında az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler kendi ekonomilerinin yetersiz kaldığı yerlerde dış finansman kaynaklarından yararlanmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 177).

Yabancı özel sermayenin genel ekonomik yararları aşağıdaki gibi sıralanabilir (Bahar ve Kozak, 2015: 177);

- Sermaye birikimine katkısı bulunmaktadır.
- Teknolojik gelişmeye katkısı bulunmaktadır.
- Reel ücretlerin artmasında etkilidir.
- Dışsal ekonomilere neden olmaktadır.
- Devletin vergi gelirlerinde artış gerçekleşmektedir.
- İş yönetimi ve eleman kadrosunda gelişmeler gerçekleşmektedir.
- Uygulanan teknoloji sayesinde, üretim maliyetlerinde düşme, kalitede artış ve piyasada yeni mallar oluşmaktadır.
- Oluşan rekabet ortamı ile piyasa ekonomisi bilinci yaygınlaşmakta ve iç piyasada dinamiklik gerçekleşmektedir.

Yabancı sermayenin olumlu tarafları olduğu gibi olumsuz tarafları da bulunmaktadır. Bu olumsuz yanlar olumlu yanları etkilemektedir. Haliyle yabancı sermayede başka bir ülkeye giderken kazanç güdüsüyle gitmektedir. Bu nedenle, ülkede sermaye piyasası gelişmeli veya iyi işletilen bir ekonomik yapının olması gerekmektedir. Bu olmaz ise ülkeye gelen yabancı sermayenin gerekli organlar

tarafından denetim altına alınması gerekmektedir. Yabancı sermayenin her şeye rağmen ülke ekonomisine ve turizme katkısı bulunmaktadır. Sektörün gelişmesi, yeni tesislerin inşası, yeni pazarlamalar ve teknolojiler için gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 179).

#### **2.1.3.2.5. Turizmin Mevsimsellik Etkisi**

Turizm sektöründe meydana gelen mevsimsel talep dalgası en fazla konaklama sektörünü etkilemektedir. Birçok konaklama tesisinin yazın dolu, kışın boş olması yapılan yatırımların geri dönüşünü uzatarak yatırımcıların çekingenliğine neden olmaktadır. Bu nedenle konaklama işletmeleri mevsimlik kazançları ile yıllık giderlerini karşılamak zorunda kalmaktadır. Bu mevsimlik dalgalanma işgücünü de etkilemekte ve mevsimlik gizli bir işsizlik ortaya çıkmaktadır (Kozak vd., 2010: 89).

Mevsimsellikten kaynaklı bu durumları giderebilmek için yılın on iki ayı turizm faaliyetlerinin yapılabilmesi gerekmektedir. Bunun dışında kıyı turizmi dışında, diğer turizm çeşitlerinin de geliştirilmesi gerekmektedir. Böylece turizm bölgesinde kışın boş kalan kapasite ve kaynaklar değerlendirilecek ve turizm potansiyeline sahip ülkeler turizmden daha fazla gelir elde edeceklerdir (Bahar ve Kozak, 2015: 176).

#### **2.1.3.2.6. Turizme Aşırı Bağımlılık**

Gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkeler için turizm sektörü gelişmenin anahtarı sayılabilmektedir. Bu durumda turizm sektörü için gerekli olan kaynakların temini ithalat yoluyla yurt dışından sağlanacaktır. Dışarıdan alınan kaynaklar da doğal olarak ülkelerin dış ülkelere bağımlılığını arttıracaktır. İthalat sonucunda kullanılan mal ve hizmetlerin fiyatları da yükseleceği için bir yerden sonra enflasyonist baskılar da ortaya çıkacaktır. Aynı zamanda ithal edilen mal ve hizmetlere yapılan ödemeler, ülke içerisinde turizm sektörü sayesinde elde edilen gelirlerin sızıntı şeklinde yurt dışına kaymasına neden olacaktır (Davras, 2017: 87-88).

#### **2.1.4. Turizmin Sosyal Boyutu**

Turizmin ekonomik boyutu yanında bir de sosyal boyutu bulunmaktadır. Sosyal ve kültürel olgularla toplumların birbirlerini daha iyi anlamalarını sağlamaktadır. Bunun yanında turizmin arzını oluşturan doğanın, denizin, tarihi bölgelerin korunmasını amaçlamaktadır.

Her şeyde olduğu gibi turizmin sosyal boyutu her yönüyle incelendiğinde turizmin toplumlar ve kültürler üzerinde kaynaşma, şehirleşme, ekonomik kaynak sağlama, insan haklarının korunması; çevrenin, doğal ortamların korunması, tarihi değerlere önem gösterilmesi gibi olumlu etkileri bulunmaktadır. Tüm bunların yanında kişilerin hayatlarında değişikliklere neden olması, kişilerde rahatsızlık ve düşmanlık hissi yaratması, her şeyi ticarileştirme; çevre kirliliği, ses kirliliği, aşırı trafik ve betonlaşma gibi olumsuz etkiler de doğurmaktadır.

##### **2.1.4.1. Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri**

Sosyallik, sosyalleşme güdüsü insan doğasında bulunmaktadır. Başka insanlarla iletişim kurmak, birlikte bir şeyleri paylaşmak gibi temel ihtiyaçlar yanında bazı etkinliklerde bulunmak, saygınlık kazanmak gibi ihtiyaçlar da karşılanmaktadır (Karaküçük ve Gürbüz, 2007: 48).

Turizmin ekonomik bir özelliğinin olmasının yanında sosyal ve kültürel değerlerle toplumu birbirine bağlama, çevrenin değerini arttırma ve doğa dengesini koruma gibi özellikleri de bulunmaktadır. Sosyal etkiler, turizmin toplumun var olan sosyal değerlerine, kişisel davranışlarına, aile içi ilişkilerine, ahlaki değerlerine, geleneksel göstergelerine ve sosyal yapısına dolaylı ve dolaysız olarak yaptığı etkileri göstermektedir. Kişiler, turizm faaliyetleri sonucu gittikleri yerlerdeki insanlardan çeşitli şekillerde etkilenmekte ve yöre halkını da etkilemektedir. Turizm hem barış, dostluk ortamını sağlamakta hem de kişisel güveni ve kültürü geliştirmektedir (Öztaş, 2002: 38).

Turist ve yerli halkın ekonomik durum, eğitim düzeyi ve kültürel gelişmişlik düzeyi gibi olgular açısından benzer olmaları toplumda sosyolojik olarak etkilenmeleri azaltmaktadır. Fakat ülkelerin ekonomik durumlarında, kültürel gelişmelerinde büyük farklılıklar olduğu durumda ise sosyolojik etkilenmeler de çok yüksek boyutlarda olmaktadır (Korkmaz, 1996: 411).

Turizmin neden olduğu olumlu sosyo-kültürel etkiler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Gürbüz, 2002);

- Dünya'nın farklı yerlerinden ve kültürlerinden gelen kişilerin birbirleriyle iletişim ve etkileşim içinde olmaları ile oluşan arkadaşlık ve dostluk bağı sayesinde dünya barışının ve hoşgörünün sağlanmasına katkıda bulunmaktadır.
- Yerli halkın gelen turistlerle iletişim içinde bulunma isteği ile halkın okuma, araştırma, öğrenme faaliyetlerine girmesi ile eğitim ve kültür seviyeleri artmaktadır.
- Yerli halk tarihi ve kültürel değerleri hem korumak hem de gelir amaçlı kullanmak için sahip çıkmakta ve önem vermektedir.
- Kırsal bölgelerde yeni iş alanlarının açılması, çağdaş endüstrilerin kurulması ile kentleşme hızlanmaktadır (Kozak vd., 2010: 93).
- Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde kadın ve çocuk hakları konusunda ilerlemeler sağlanmaktadır. Kadınlar kısıtlı sosyal hayattan sonra daha özgür bir hayatı kazanmaktadır (Kozak vd., 2010: 93).
- Turizmin gelişmesiyle birlikte, insanların çevreye duyarlılığı ve temizlik şuuru gelişmektedir (Öztaş, 2002: 40).
- Yeni sivil toplum kurumlarının ortaya çıkmasını sağlayarak, demokratikleşmeyi sağlamaktadır (Öztaş, 2002: 40).
- Turizm hem yerli halkın hem de potansiyel turistlerin yabancı dil öğrenme isteklerini arttırmaktadır. Farklı bir dilin bilinmesi ile iletişim daha kolay sağlanmaktadır (Kozak vd., 2010: 94).
- Turizm sayesinde yeni meslekler ortaya çıkmakta ve istihdam olanakları genişlemektedir (Öztaş, 2002: 40).

Turizmin neden olduğu olumsuz sosyo-kültürel etkiler ise aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

- Yerli halkın yabancı düşmanlığı artabilmektedir. Bölge halkı gelişen turizm ile yaşam biçimlerine olan etkilerden rahatsızlık duyabilmekte ve sonucunda yeni yaşam şekline ve çevreye tepki gösterebilmektedir (Kozak vd., 2010: 959).
- Turizmin neden olduğu aşırı ticarileşme ile birlikte kültürel, doğal ve tarihi değerler ticarete konu olabilmektedir (Öztaş, 2002: 40).
- Turizm nedeniyle oluşan yoğunluk ve farklı toplumlardan gelen insan yoğunluğu suç oranlarının artmasına sebep olabilmektedir. Uyuşturucu kullanımı, aşırı içki tüketimi, fahişelik gibi olumsuz faktörler artmaktadır (Öztaş, 2002: 40).
- Turistlerin tatil psikolojisi ile gösterdikleri davranışlar yerli halk tarafından taklit edilmekte ve yerli halk turistler gibi davranmaktadır. Bu etkilenme daha çok gençler üzerinde olmaktadır. Gençler toplumun diğer kesimiyle kuşak ve kültür çatışması yaşamaktadır (Kozak vd., 2010: 96).
- Turizmin olduğu ülkelerde dile giren yabancı sözcükler dilde yabancılaşmaya neden olmaktadır (Kozak vd., 2010: 96).
- Nüfusun demografik yapısını etkilemekte, yeni iş türleri ortaya çıkmaktadır. Tarım ve hayvancılık gibi işlerini kaybedenler turizm bölgelerine iş bulabilmek için mesleki bir hareketlilik içerisine girmektedir. Bu da geniş ailelerin parçalanmasına ve aradaki bağların zayıflamasına neden olmaktadır (Özgüç, 1998: 191).

#### **2.1.4.2. Turizmin Çevresel Etkileri**

Bir yere yönelik olarak düşünülen turizm talebinde, kalış süresinin ve yer seçiminin belirlenmesinde fiziksel çevre önemli yer teşkil etmektedir. Turizm faaliyeti ile çevre birbirini doğrudan etkilemektedir (Kozak vd., 2010: 98).

Çevrenin zarar görmesi demek turizm sektörünün zarar görmesi anlamına gelmektedir (Hacıoğlu vd., 2009: 54). Bir turizm arzının varlığı, gelişimi çevrenin varlığına bağlı olmaktadır. Aynı zamanda bir yerde turizmin gelişme göstermesi,

çevrenin ve tarihi alanların korunmasını, iyileştirmesini sağlamaktadır (Avcıkurt, 2003: 33).

Turizm faaliyetlerinin, yapılan yatırımların çevreye olumlu ve olumsuz etkileri ortaya çıkmaktadır.

Turizmin çevre üzerindeki olumlu etkileri aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Öztaş, 2002: 42);

- Turizm sayesinde tarihi öneme sahip yerler korunmaktadır. Bu da, bir yerdeki tarihi anıt ve yapıların yenilenmesine ve iyileştirilmesine katkı sağlamaktadır.
- Turizmde en önemli arz potansiyeli çevrede olduğu için çevrenin korunması hız kazanmaktadır. Turizm için kullanılan; milli parklar, ulusal parklar, doğal ve tarihi alanlar belli politikalar ile korunmaktadır.
- Turizm sayesinde eski yerler restore edilerek tekrar kullanıma açılmaktadır. Kervansaraylar, hanlar, kışlalar, kaleler vb. yerler restore edilerek; restoran, otel gibi tesislere çevrilmektedir. Böylece hem bu binalar ayakta kalmakta hem de turistik amaçlı kullanılmaktadır.
- Turizm sayesinde çevre duyarlılığı bir toplumun tüm kesimine yayılmakta ve çevre korumasına yönelik önlemler ve planlar devlet gözetiminde yapılmaktadır.

Turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkileri de aşağıdaki gibi sıralanmaktadır;

- Turizm sektöründe olan gelişmeler çevre tahribatına ve betonlaşmaya neden olmaktadır. Kıyılarda, doğal alanlarında ve dağlarda birçok sorun ortaya çıkmaktadır (Özgüç, 1998: 195).
- Turizm nedeniyle kıyılarda yapılan konaklama tesisleri, yüzme havuzları, dağlarda yapılan teleferik, dağ yolları gibi yapılar gerek biyolojik türler için gerek doğal manzaralar için bir tehdit konumunda bulunmaktadır. Hem doğal görünümü hem de tarihi değerleri bayağılaştırmaktadır (Kozak vd., 2010: 100).
- Diğer bir olumsuz etki de gürültü kirliliğidir. İnip kalkan uçakların sesleri, taşıt araçlarının yoğunluğu, inşaat sesleri gibi faktörler ses kirliliğine neden olmaktadır (Öztaş, 2002: 42).

- Alt yapı yetersizliği olan plajlarda, tarihi alanlarda, piknik alanlarında oluşan çevresel çöp ve atıklar doğayı kirletmektedir. Plansız olarak yapılan turizm faaliyeti, artan yoğun nüfus çöplerin çoğalmasına, kanalizasyonların denizleri ve suları kirletmesine neden olmaktadır (Kozak vd., 2010: 100).
- Turizm nedeniyle hafta sonları ve yaz mevsimlerinde trafik baskısı artmaktadır. Yoğun trafik nedeniyle araçların egzozlarından çıkan duman hava kirliliğine neden olmaktadır (Özgüç, 1998: 195-197).

Uluslararası şartlara göre iyi korunmuş bir çevre en büyük turizm arzını oluşturmaktadır. Ancak bunun yapılmaması durumunda turistik bölgelerde çevre kirliliği ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, turizme açılması düşünülen bir yerin veya mevcuttaki bir turizm bölgesinin ilk şart olarak koruma ve kullanma dengesinin iyi planlanması gerekmektedir (Kozak vd., 2010: 101).

## **2.2. 2002-2016 YILLARI ARASI TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİ İÇİNDEKİ GENEL DURUMU**

Turizm sektörünün en önemli ve çarpıcı etkisi ekonomi üzerinde ortaya çıkmaktadır. Turizm sektörünün ekonomi içindeki etkilerinin tespit edilebilmesi için belirlenen yıllar içerisinde turizm sektöründen elde edilen gelir, bu gelirin gayri safi milli hâsıla, ithalat ve ihracat içindeki payı ve dış ticaret açıklarını kapatma payı, yatırımların durumu ve istihdam oranları incelenmiştir.

Turizm sektörünün talep esnekliği çok yüksektir. Diğer sektörlerle göre ekonomik krizler, politik sorunlar, doğal afetler gibi olaylardan en çok etkilenen sektörlerdendir. Bu olumsuz etkilenme turizmle doğrudan ya da dolaylı bir ilişki içinde olan tüm sektörleri de etkileyecektir. 2001 yılındaki ekonomik kriz, 2003 yılındaki Asya-pasifik ülkelerindeki SARS salgını ve Irak savaşı, 2006 yılındaki kuş gribi salgını, 2007-2009 döneminde tüm dünyada kendisini gösteren küresel ekonomik kriz, 2009 yılındaki domuz gribi, 2011 yılındaki Mısır olayları, 2013 yılındaki Gezi parkı olayları, 2013 ve 2014 yıllarında Türkiye-Suriye arasındaki gerilimin artması ve sonrasında başlayan terör saldırıları, 2015 yılındaki Suriye göçmen krizi, Rusya ile uçak düşürme

gerilimi Türk turizm sektörünü olumsuz etkileyen olaylar olarak karşımıza çıkmaktadır (Göçen vd., 2011: 503, [www.harmonigd.com.tr](http://www.harmonigd.com.tr) , [www.turizmuncel.com](http://www.turizmuncel.com), 2017).

**Tablo 2.2. Turizm Gelirleri, Turizm Giderleri, Ziyaretçi Sayısı ve Ziyaretçi Başına Ortalama Harcama Verilerinin Yıllar İçinde Gelişimi (2002-2016)**

| Yıllar | Turizm Geliri (000 \$) | Ziyaretçi Sayısı | Kişi Başına Ortalama Harcama(\$) | Turizm Gideri (000\$) | Çıkan Ziyaretçi Sayısı | Kişi Başına Ortalama Harcama (\$) |
|--------|------------------------|------------------|----------------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------------------|
| 2002   | 12 420 519             | 15 214 514       | 816                              | 1880,0                | 2686,1                 | 699,9                             |
| 2003   | 13 854 868             | 16 302 053       | 850                              | 2 424 827             | 3 414 844              | 710                               |
| 2004   | 17 076 609             | 20 262 640       | 843                              | 2 954 459             | 3 844 494              | 768                               |
| 2005   | 20 322 111             | 24 124 501       | 842                              | 3 394 602             | 4 124 829              | 823                               |
| 2006   | 18 593 950             | 23 148 669       | 803                              | 3 270 947             | 4 063 180              | 805                               |
| 2007   | 20 942 501             | 27 214 988       | 770                              | 4 043 283             | 4 956 069              | 816                               |
| 2008   | 25 415 067             | 30 979 979       | 820                              | 4 266 197             | 4 892 717              | 872                               |
| 2009   | 25 064 481             | 32 006 149       | 783                              | 5 090 440             | 5 561 355              | 915                               |
| 2010   | 24 930 996             | 33 027 943       | 755                              | 5 874 520             | 6 557 233              | 896                               |
| 2011   | 28 115 694             | 36 151 328       | 778                              | 5 531 486             | 6 281 972              | 881                               |
| 2012   | 29 007 003             | 36 463 921       | 795                              | 4 593 390             | 5 802 950              | 792                               |
| 2013   | 32 308 991             | 39 226 226       | 824                              | 5 253 565             | 7 525 869              | 698                               |
| 2014   | 34 305 904             | 41 415 070       | 828                              | 5 470 481             | 7 982 264              | 685                               |
| 2015   | 31 464 777             | 41 617 530       | 756                              | 5 698 423             | 8 750 851              | 651                               |
| 2016   | 22 107 440             | 31 365 330       | 705                              | 5 049 793             | 7 891 909              | 640                               |

Kaynak: TÜİK ,([www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr), 2017); TÜRSAB, ([www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr), 2017).

Tablo 2.2’de Türkiye’ye giriş yapan uluslararası turist sayıları ve turist başına ortalama harcamaların yıllar içindeki değişim rakamları verilmektedir. İncelenen dönem içerisinde ülkeye giriş yapan turist sayıları ilk yıllarda 15 milyon 214 bin 514 iken yıllar içinde yükselmiş ve 2015 yılında 2,7 katına ulaşarak 41 milyon 617 bin 530 olmuştur. Bu turistlerin yaptıkları harcamalardan elde edilen toplam gelir dönem başında 12 milyar dolar iken, en yüksek seviyeye 2014 yılında ulaşmış ve 34 milyar dolar olmuştur.

2015 yılında 2014 yılına göre %8.28 oranında azalarak 31 milyar dolar olmuştur. 2016 yılına gelindiğinde ise Rusya ile olan siyasi sorunlar, terör saldırılarıyla oluşan güvensizlik ortamı nedeniyle turizmden elde edilen gelir ve turizm faaliyetine katılan kişi sayısında ciddi azalmalar meydana gelmiştir. Turizm geliri 2015 yılına göre %30 azalarak 22 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Kişi başına yapılan ortalama harcamalar incelenen dönem başında 816 dolar iken, yıllar içinde en yüksek seviyeye 850 dolar ile 2003 yılında ulaşmıştır. 2004 yılından sonra da dalgalanmalara uğrayarak 2008 yılına kadar düşmüş ve bu yıl da kişi başına ortalama harcama 820 dolar olarak gerçekleşmiştir. 2009 yılında tekrar düşmeye başlamış 2013 ve 2014 yılında tekrar artış yakalamıştır. 2015 ve 2016 yıllarında da kişi başına ortalama harcamalar düşmüştür ve 2016 yılında 705 dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu dönemde turizm gelirleri 2008 krizi nedeniyle 2008, 2009 ve 2010 yıllarında yatay bir seyir izlemiştir. 2015 ve 2016 yıllarına gelindiğinde ise Türkiye' ye gelen turist sayısında ve turizm gelirinde ülke içi karışıklıklar, komşu ülkelerdeki savaşlar ve Rusya ile yaşanan siyasi krizler nedeniyle ciddi azalmalar yaşanmıştır.

İncelenen dönem içerisinde başka ülkelere turistik faaliyetler amacıyla giden vatandaş sayısında gelen turist sayısına göre daha düşük bir artış yaşanmıştır. 2002 yılında 2 milyon 868 bin kişi turizm faaliyetlerine katılmak için yurt dışına çıkarken, zamanla artan sayı 2015 yılına gelindiğinde 8 milyon 750 bin kişiye ulaşmıştır. Ama 2016 yılında tekrar bir düşüş yaşamıştır. Yurt dışına çıkan turistler 2002 yılında 1,8 milyar dolar turizm harcaması yaparken turist başına düşen harcama 699 dolar olmuştur. 2015 yılına gelindiğinde ise turizm gideri 5,6 milyar dolar, kişi başına düşen harcama ise 651 dolar olarak gerçekleşmiştir. Ülkede meydana gelen terör olayları ve Rusya ile yaşanan gerilimler nedeniyle 2016 yılında ise turizm gideri 5 milyar dolar ve kişi başına düşen harcama ise 640 dolar olmuştur.

**Tablo 2.3. Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hâsıla İçindeki Payının Yıllar İçindeki Gelişimi (2002-2016)**

| Yıllar | Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı |
|--------|----------------------------------------|
| 2002   | 5,4                                    |
| 2003   | 4,5                                    |
| 2004   | 4,4                                    |
| 2005   | 4,2                                    |
| 2006   | 3,5                                    |
| 2007   | 3,2                                    |
| 2008   | 3,4                                    |
| 2009   | 4,1                                    |
| 2010   | 3,4                                    |
| 2011   | 3,6                                    |
| 2012   | 3,7                                    |
| 2013   | 3,9                                    |
| 2014   | 4,3                                    |
| 2015   | 6,2                                    |
| 2016   | 2,6                                    |

Kaynak: TÜRSAB, ([www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr), 2017).

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı da turizm sektörünün ülke ekonomisi içindeki yerinin belirlenebilmesi için önemli olan diğer göstergelerdendir. Tablo 2.3 2002-2016 yılları arasında turizm sektörünün GSMH içindeki payını göstermektedir. Tablodaki sayılardan görülebileceği gibi turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı düşüktür. İncelenen dönem başında 2002 yılında 2001 krizinden fazla etkilenmeyen turizm sektörünün payı %5,4 iken 2007 yılında %3,2 seviyesine gelmiştir. 2008 yılında ise tekrar artmaya başlayarak, incelenen dönem içerisinde belli düşüşlerle 2015 yılında en yüksek seviyeye ulaşmış ve oran %6,2 olmuştur. Yine çevre ülkelerdeki savaş, ülkeler arası siyasi sorunlar nedeniyle oluşan güvensizlik ortamı 2016 yılına gelindiğinde oranı %2,6 seviyesine geriletmiştir.

Turizm gelirleri GSMH içindeki payının, %5 ve daha yüksek oranlarda olan ülke turizm ülkesi olarak değerlendirilmektedir (Akın vd., 2012: 73). Bu görüş doğrultusunda son yılda turizm gelirlinin GSMH içindeki değeri düşmüş olsa da,

Türkiye ekonomisinin turizm sektörüne kısmen bağlı olduğu söylenebilir. Bu nedenle, turizm sektörüne gerekli destek verilmeli ve mevcut potansiyel harekete geçirilmelidir.

**Tablo 2.4. Turizm Gelirlerinin İhracat ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Paylarının Yıllar İçindeki Gelişimi (2002-2016)**

| <b>Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı</b><br><b>(1000 000 \$)</b> |                |                         |                                                          |                |                         |                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-------------------------|----------------------------------------------------------|----------------|-------------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Yıllar</b>                                                                                                           | <b>İhracat</b> | <b>Turizm Gelirleri</b> | <b>Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)</b> | <b>İthalat</b> | <b>Turizm Giderleri</b> | <b>Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)</b> |
| <b>2002</b>                                                                                                             | 36 059,1       | 12 420,5                | 34,4                                                     | 51 553,8       | 1 880,0                 | 3,6                                                      |
| <b>2003</b>                                                                                                             | 47 252,8       | 13 854,9                | 29,3                                                     | 69 339,7       | 2 424,8                 | 3,5                                                      |
| <b>2004</b>                                                                                                             | 63 167,0       | 17 076,6                | 27,0                                                     | 97 539,8       | 2 954,5                 | 3,0                                                      |
| <b>2005</b>                                                                                                             | 73 476,4       | 20 322,1                | 27,7                                                     | 116 774,2      | 3 394,6                 | 2,9                                                      |
| <b>2006</b>                                                                                                             | 85 534,7       | 18 594,0                | 21,7                                                     | 139 576,2      | 3 270,9                 | 2,3                                                      |
| <b>2007</b>                                                                                                             | 107 271,8      | 20 942,5                | 19,5                                                     | 170 062,7      | 4 043,3                 | 2,4                                                      |
| <b>2008</b>                                                                                                             | 132 027,2      | 25 415,1                | 19,2                                                     | 201 963,6      | 4 266,2                 | 2,1                                                      |
| <b>2009</b>                                                                                                             | 102 142,6      | 25 064,5                | 24,5                                                     | 140 928,4      | 5 090,4                 | 3,6                                                      |
| <b>2010</b>                                                                                                             | 113 883,2      | 24 931,0                | 21,9                                                     | 185 544,3      | 5 874,5                 | 3,2                                                      |
| <b>2011</b>                                                                                                             | 134 906,9      | 28 115,7                | 20,8                                                     | 240 841,7      | 5 531,5                 | 2,3                                                      |
| <b>2012</b>                                                                                                             | 152 478,5      | 29 351,4                | 19,2                                                     | 236 545,1      | 4 593,4                 | 1,9                                                      |
| <b>2013</b>                                                                                                             | 157 610,2      | 34 305,9                | 21,3                                                     | 242 177,1      | 5 253,6                 | 2,1                                                      |
| <b>2014</b>                                                                                                             | 151 802,6      | 32 309,0                | 21,8                                                     | 251 661,3      | 5 470,4                 | 2,2                                                      |
| <b>2015</b>                                                                                                             | 143 934,9      | 31 464,8                | 21,9                                                     | 207 203,4      | 5 698,3                 | 2,8                                                      |
| <b>2016</b>                                                                                                             | 142 606,2      | 22 107,4                | 15,5                                                     | 198 601,9      | 5 049,8                 | 2,5                                                      |

Kaynak: TÜRSAB, ([www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr), 2017).

Tablo 2.4’de turizm gelirlerinin ihracat, turizm giderlerinin ise ithalat içerisindeki paylarının 2002 ile 2016 yılları içerisindeki değişimleri verilmektedir. Turizm gelirlerinin ihracat içerisindeki oranı en yüksek seviye ile 2002 yılında %34,4 olarak gerçekleşmiştir. Oranlar 2003-2015 yıllarında ortalama %22 civarında iken, 2016

yılına gelindiğinde %15,5 ile en düşük değeri almıştır. Yine aynı şekilde turizm giderlerinin ithalat içindeki payına bakıldığında ise oranlar 2002 yılında %3,6 iken 2016 yılında %2,5 olmuştur.

**Tablo 2.5. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı (2002-2016)**

| <b>Yıllar</b> | <b>Dış Ticaret Açığı<br/>(DTA) \$</b> | <b>Turizm Geliri<br/>(000 \$)</b> | <b>Turizm Gelirinin<br/>DTA Kapama<br/>payı (%)</b> |
|---------------|---------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------------------------------|
| <b>2002</b>   | 15.494.708                            | 15.214.514                        | 98,19                                               |
| <b>2003</b>   | 22.086.856                            | 16.302.053                        | 73,81                                               |
| <b>2004</b>   | 34.372.613                            | 20.262.640                        | 58,95                                               |
| <b>2005</b>   | 43.297.743                            | 24.124.501                        | 55,72                                               |
| <b>2006</b>   | 54.041.498                            | 23.148.669                        | 42,83                                               |
| <b>2007</b>   | 62.790.965                            | 27.214.988                        | 43,34                                               |
| <b>2008</b>   | 69.936.378                            | 30.979.979                        | 44,30                                               |
| <b>2009</b>   | 38.785.809                            | 32.006.149                        | 82,52                                               |
| <b>2010</b>   | 71.661.113                            | 33.027.943                        | 46,09                                               |
| <b>2011</b>   | 105.934.807                           | 36.151.328                        | 34,13                                               |
| <b>2012</b>   | 84.066.659                            | 36.776.645                        | 43,75                                               |
| <b>2013</b>   | 99.858.613                            | 32.308.991                        | 32,35                                               |
| <b>2014</b>   | 84.508.918                            | 34.305.903                        | 40,59                                               |
| <b>2015</b>   | 63.268.398                            | 31.464.777                        | 49,73                                               |
| <b>2016</b>   | 55.995.686                            | 22.107.440                        | 39,48                                               |

Kaynak: TÜRSAB, ([www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr), 2017).

Daha önceki konularda turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkileri anlatılmıştır. Dış ticaret açıklarını kapatmada turizm gelirlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Tablo 2.5’de de turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama paylarını göstermektedir. Turizm sektörü Türkiye dış ticaret açıklarının kapatılmasında da önemli bir yere sahiptir. Türkiye’nin dış ticaret açıkları her geçen yıl dalgalanmalara uğrayarak artmaya devam etmiştir. Turizm sektörünün dış ticaret açıklarını kapatma oranları da sürekli dalgalanmalara uğramıştır.

2002 yılında turizm sektörünün dış ticaret açıklarını kapama payı %98 iken bu pay zamanla düşmeye başlamıştır. 2008 yılına geldiğinde %44 olan pay 2009 yılında yaşanan krize rağmen %82'ye yükselmiştir. Krizin ardından düşmeye başlamış ve 2012 yılında yükselerek %43 olmuştur. 2015 yılına kadar yükselmeye devam eden pay son yıllarda yaşanan bir takım ekonomik ve siyasi sorunlar nedeniyle tekrardan 2016 yılında %39'a düşmüştür. 2002 yılından 2016 yılına gelindiğinde turizm sektörünün dış ticaret açıklarını kapama payının %60 azaldığı görülmektedir. Özellikle ülkenin dış ticaret açıklarının fazla olduğu yıllarda turizm sektörünün dış ticaret açıklarını kapama payı düşük olurken, ülkenin dış ticaret açıklarının az olduğu yıllarda turizm sektörünün dış ticaret açıklarını kapama payı yüksek olmuştur.

**Tablo 2.6. Turizm Belgeli Konaklama Tesislerine Ait Tesis, Oda ve Yatak Sayılarının Yıllar İçindeki Gelişimi (2002-2016)**

| Yıllar | Turizm İşletme Belgeli Tesisler |        |        | Turizm Yatırım Belgeli Tesisler |        |        |
|--------|---------------------------------|--------|--------|---------------------------------|--------|--------|
|        | Tesis                           | Oda    | Yatak  | Tesis                           | Oda    | Yatak  |
| 2002   | 2124                            | 190327 | 396148 | 1138                            | 102972 | 222876 |
| 2003   | 2240                            | 202339 | 420697 | 1130                            | 111894 | 242603 |
| 2004   | 2357                            | 217664 | 454290 | 1151                            | 118883 | 259424 |
| 2005   | 2412                            | 231123 | 483330 | 1039                            | 128005 | 278255 |
| 2006   | 2475                            | 241702 | 508632 | 869                             | 123326 | 274687 |
| 2007   | 2514                            | 251987 | 532262 | 776                             | 112541 | 254191 |
| 2008   | 2566                            | 268633 | 567470 | 772                             | 113487 | 258287 |
| 2009   | 2625                            | 289383 | 608765 | 754                             | 103119 | 231456 |
| 2010   | 2647                            | 299621 | 629465 | 877                             | 114771 | 252984 |
| 2011   | 2783                            | 319319 | 668829 | 922                             | 122364 | 267900 |
| 2012   | 2870                            | 336447 | 706019 | 960                             | 126592 | 273877 |
| 2013   | 2982                            | 357440 | 749299 | 1056                            | 139928 | 301862 |
| 2014   | 3131                            | 384454 | 807316 | 1117                            | 145648 | 309556 |
| 2015   | 3309                            | 404462 | 850089 | 1125                            | 146162 | 314194 |
| 2016   | 3641                            | 426981 | 899881 | 1135                            | 144162 | 312912 |

Kaynak: TÜRSAB, ([www.tursab.org.tr](http://www.tursab.org.tr), 2017).

Tablo 2.6’da 2002-2016 yılları arasında Türkiye’deki konaklama tesislerinin sayıları ve bunların oda ve yatak kapasitelerinin değişimleri gösterilmektedir. Turizm işletme belgeli tesis, oda ve yatak sayısı incelenen dönem içerisinde sürekli artmış ve yaklaşık 2 katına yükselmiştir. Turizm yatırım belgeli tesisler ise 2009 yılına kadar azalmış, 2010 yılından sonra tekrar artmaya başlayarak 2016 yılında 1135 sayısına gelmiştir. Oda ve yatak sayıları da incelenen dönem içerisinde dengesiz bir şekilde gelişme göstermiştir. İşletme belgeli tesislerle ilgili verilerde keskin bir azalma olmazken istikrarlı bir artış yaşanmıştır. Turizm yatırım belgeli tesislerin verilerinde ise bir takım azalmalar ve tekrar yükselmeler meydana gelmiştir. Toplam yatak sayısına bakıldığında, işletme belgeli ve yatırım belgeli tesislerin toplam yatak sayısı 2002 yılında 619 024 iken, 2016 yılında 1 212 793 olmuştur.

**Tablo 2.7. Turizm Sektörünün İstihdam Sayısı (2002-2016)**

| Yıllar | İstihdama Doğrudan Katkısı    |      | İstihdamın Toplam Katkısı     |      |
|--------|-------------------------------|------|-------------------------------|------|
|        | İstihdam Sayısı<br>(Bin Kişi) | Oran | İstihdam Sayısı<br>(Bin Kişi) | Oran |
| 2002   | 537.9                         | 2,6  | 1,887                         | 9,0  |
| 2003   | 562.6                         | 2,7  | 1,946                         | 9,4  |
| 2004   | 519.1                         | 2,4  | 1,958                         | 9,2  |
| 2005   | 496.1                         | 2,5  | 1,917                         | 9,8  |
| 2006   | 497.8                         | 2,5  | 1,891                         | 9,5  |
| 2007   | 441.2                         | 2,2  | 1,897                         | 9,4  |
| 2008   | 472.8                         | 2,3  | 1,984                         | 9,6  |
| 2009   | 462.2                         | 2,2  | 2,055                         | 10,0 |
| 2010   | 465.1                         | 2,1  | 1,900                         | 8,7  |
| 2011   | 508.9                         | 2,2  | 2,184                         | 9,4  |
| 2012   | 523.6                         | 2,2  | 2,122                         | 8,9  |
| 2013   | 547.7                         | 2,2  | 2,242                         | 9,1  |
| 2014   | 567.9                         | 2,2  | 2,381                         | 9,2  |
| 2015   | 572.9                         | 2,2  | 2,375                         | 8,9  |
| 2016   | 495.1                         | 1,8  | 2,198                         | 8,1  |

Kaynak: WTTC, ([www.wttc.org](http://www.wttc.org), 2017).

Tablo 2.7’de 2002-2016 yılları arasında turizm sektörünün istihdam rakamları verilmiştir. 2002 yılında direkt turizm sektöründe çalışanların toplam istihdam içindeki oranı %2,6 iken 2003 yılında %2,7’ ye yükselmiş daha sonra dalgalanmalar yaşayarak 2016 yılında %1,8 seviyesine gerilemiştir. 2011 yılından 2015 yılına kadar doğrudan turizm sektöründe çalışan sayısındaki artışa rağmen, oranlarda bir değişme yaşanmamıştır. Turizm sektöründe toplamda çalışan sayısının toplam istihdam içindeki oranı 2002 yılında %9 iken, 2009 yılında en yüksek oran olan %10’a ulaşmıştır. Tekrar dalgalanan oran 2016 yılına gelindiğinde %8,1 olarak gerçekleşmiştir.

### **2.3. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİNİ ÖLÇEN YÖNTEMLER**

Turizmin ülke ekonomisine olan etkileri daha önce açıklanmıştı. Turizm diğer sektörleri de doğrudan ya da dolaylı yoldan etkilemektedir. Turizmin ekonomik etkileri de iki kategori altında ölçülmektedir. Turizmin ortaya çıkardığı doğrudan etkilerinin seviyesini ölçmede kullanılan yöntemler ve ekonomide dolaylı, uyarılmış etkilerin seviyesinin ölçülmesi için kullanılan yöntemler bulunmaktadır (Unur, 2004: 115).

#### **2.3.1. Turizmin Birincil Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler**

Turizmin doğurduğu birincil etkileri ölçmede kullanılan 8 tane yöntem bulunmaktadır. Bunlar, turist harcamalarının gözlenmesi, alan araştırmaları, banka kayıtları, artık gelirler, mevsimsel fark, uydu hesaplama, harcama oranı ve maliyet faktör yöntemlerinden oluşmaktadır. Bu kadar çok yöntem olmasına rağmen herkes tarafından kabul gören en iyi olduğu söylenebilecek bir yöntem bulunmamaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 66).

##### **2.3.1.1. Turist Harcamalarının Gözlenmesi Yöntemi**

Turizmin birincil ekonomik etkilerini ölçen ilk yöntem turist harcamalarının gözlenmesidir. Bu yöntemde iki yol izlenmektedir. İlki turistlerin gittikleri yerlerde

yaptıkları harcamaların gözlenerek kayıt altına alınmasından oluşmaktadır. Diğer yol ise, turizm sektörü içerisinde bulunan tüm işletmelerin gerçekleştirdikleri satışların toplanmasıyla elde edilen toplam gelirin belirlenmesinden oluşmaktadır. Bu yöntem ile veri elde edilmesini hem zaman yönünden hem de maddi yönden zorlaştırmaktadır. Elde edilen verilerin de doğru ve kesin olacağı düşünülmemektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 66).

### **2.3.1.2. Alan Araştırmaları Yöntemi**

Turistler tarafından yapılan harcamaların hesaplanmasında en çok tercih edilen yöntem olarak bilinmektedir. Turizm faaliyetine katılan kişilere anketler yapılmaktadır. Anket yöntemi dış turizmden elde edilen gelirlerin hesaplanmasında etkili bir yol gibi gözükse de iç turizm faaliyetleri sonucu elde edilen gelir de söz konusu olduğunda eksik kalmaktadır (İçöz ve Kozak, 2002: 303). Yöntemde ilk olarak anketler sayesinde elde edilen verilerin ortalamaları alınmaktadır. Daha sonra alınan ortalama ana kütle ile çarpılmakta ve turistler tarafından yapılan harcamaların toplamına aynı zamanda harcamaların gittiği sektörler hesaplanmaktadır. Sonuçların güvenilirliği açısından seçilecek örneklem büyüklüğünün iyi belirlenmesi gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 66-67).

### **2.3.1.3. Banka Kayıtları Yöntemi**

Türkiye’de 1980’li yıllara kadar yabancı turistlerin bankalarda bozdurdukları dövizler hesaplanmaktaydı. Bankalar, döviz büroları gibi kurumlar bozdukları dövizleri kayıt altına almaktaydı. Merkez bankası da bu kayıtları toplayıp turistlerin gerçekleştirmiş oldukları harcamaları hesaplamaktaydı. Yöntemin sadece döviz bozduran kişilerle sınırlı kalması hesaplamaların eksik olmasına neden olmuştur (İçöz ve Kozak, 1998: 274). Bunun yanında turistlerin döviz bozdurmaması ya da döviz bozan kurumların kayıt tutmaması da yöntemin eksik yönleri oluşturmaktadır (Unur, 2004: 119-120).

#### **2.3.1.4. Artık Gelirler Yöntemi**

Bu yöntemde hesaplamalar bölgesel olarak yapılmaktadır. Bir bölgede ya da ilde yapılan her türlü harcamalardan bölgede yaşayan halkın yaptığı harcamalar çıkarılmaktadır. Böylece turistler tarafından yapılan harcamalar elde edilmektedir. Hesaplamaların doğru yapılabilmesi için kayıtların düzenli ve doğru bir şekilde tutulması gerekmektedir. Harcamaların belirlenebilmesi, yerli ya da turist ayrımının zor olması gibi nedenlerle yöntem sonucunda sağlıklı sonuçlar ortaya çıkmamaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 67).

#### **2.3.1.5. Mevsimsel Fark Yöntemi**

Mevsimsel fark yönteminde bir turizm bölgesindeki işletmelerin yıl içerisinde en az gelir elde ettikleri ay belirlenmekte ve bu gelir bölge halkından sağlanan gelir olarak kabul edilmektedir. Daha sonraki aylarda elde edilen toplam gelirlerden bu en az gelir çıkarılmakta ve turistler tarafından yapılan harcamalar ortaya çıkmaktadır. Mevsimsel fark yöntemi de kesin sonuçlar vermesi bakımından yetersiz kalmaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 68). En az gelir elde edilen ayda bile turistler tarafından harcama yapılmış olabilmekte ya da en çok gelir elde edilen aylarda yerli halkın harcamaları da artmış olabilmektedir (Unur, 2004: 121).

#### **2.3.1.6. Uydu Hesaplama Yöntemi**

Turizm uydu hesapları yöntemi, Dünya Turizm Örgütü, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi, Birleşmiş Milletler gibi kuruluşlar tarafından geliştirilmiş bir yöntemdir. Turizmin ekonomiye olan katkılarını belirleme yolunda turizmin ortaya çıkardığı etkileri hem arz hem de talep yönlü olarak incelemektedir (İçöz ve Unur, 2004: 305). Temeli bir ekonomideki mal ve hizmetlerin arz ve talep dengesine dayanmaktadır (Unur, 2002: 116).

Turizm uydu hesapları, turizmle ilgili tanımlamaları yapmakta ve elde edilen verileri tablolar halinde toplamaktadır. Bu amaçla 10 tablo hazırlanmaktadır. Burada yer alan 10 tablodan hangilerinin kullanılacağı araştırmanın ölçüm amacı ve ulusal ya da bölgesel olma durumlarına göre değişiklik göstermektedir (Selçuk ve Başar,2006: 62).

Jones ve Munday (2010:355) turizm uydu hesapları ile ilgili hazırladıkları makalelerinde turizm uydu hesaplamalarında kullanılan on tabloyu şöyle özetlemişlerdir;

**Tablo 2.8. Turizm Uydu Hesapları (TSA) Yapısı**

| <b>Turizm Uydu Hesapları Kurucu Tablolar</b> |                                             |                                                                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Tablo</b>                                 | <b>Kapsamları</b>                           | <b>Notlar</b>                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>1</b>                                     | Dış Aktif Turizm (Inbound) Harcamaları      | Toplam talebin bir parçasını oluşturmaktadır. Turizm türlerine, ürün sınıflanmasına ve kaynağına göre turizm tüketimini göstermektedir.                                                                                                        |
| <b>2</b>                                     | Yurt içi (Domestic) Harcamaları             | Yurt içi toplam tüketimin bir parçasını oluşturmaktadır. Turizm türlerine, ürün sınıflanmasına ve kaynağına göre turizm tüketimini göstermektedir.                                                                                             |
| <b>3</b>                                     | Dış Pasif Turizm (Outbound) Harcamaları     | Diğer TSA tablolarına bağlı olarak hesaplanmaktadır. Turizm türlerine, ürün sınıflanmasına ve kaynağına göre turizm tüketimini göstermektedir.                                                                                                 |
| <b>4</b>                                     | Yurt içi “Nihai Turizm Tüketimi”            | TSA 1 ve 2 tablolarına sentezli olarak oluşturulmaktadır. (Yerleşik işyerleri tarafından yapılan harcamalar, ziyaretçiler tarafından yapılan harcamalar, devlet ve hane halkı için hizmet eden kar amacı olmayan kuruluşların harcamaları vb.) |
| <b>5</b>                                     | Turizm Malları Üretimi                      | Turist ile bağlı olan ya da bağlı olmayan sektörlerin üretimleri vb.                                                                                                                                                                           |
| <b>6</b>                                     | Yurt içi Arz ve Ürününe Göre Tüketim        | TSA 4 ve 5 tablolarının mutabakatıdır. TSA’ nın kalbi konumundadır.                                                                                                                                                                            |
| <b>7</b>                                     | İstihdam ve İşgücü Kullanımı                | Genel yapısı 2008 yılında güncellenmiştir. Turizm sektörü içerisinde yer alan iş yeri sayısını ve istihdamı vermektedir.                                                                                                                       |
| <b>8</b>                                     | Turizmde Sabit Sermaye Oluşumu (Yatırımlar) | Kavramsal zorluklar nedeniyle hesaplaması zor olmaktadır.                                                                                                                                                                                      |
| <b>9</b>                                     | Turizmde Toplu Tüketim                      | Tahminlenmesi nadiren olan devletin turizm harcamalarından oluşmaktadır.                                                                                                                                                                       |
| <b>10</b>                                    | Parasal Olmayan Göstergeler                 | Örneğin, turizm hacimleri/geceleme, turist profili vb.                                                                                                                                                                                         |

Kaynak: Jones ve Munday, 2010:355.

Yukarıda adı geçen bu tabloların oluşturulması çok güçtür. Tabloları eksiksiz bir şekilde doldurabilmek için gerekli verileri toplamak hem zor hem de masraflı bir konudur. Gerek makro gerek bölgesel çalışmalar için veri elde edilmesinin güçlükleri çalışmalar için önemli sorunlar yaratmaktadır. Özellikle arz tablolarının oluşturulmasında yaşanan sorunlar TSA çalışmalarının sonuçlarının eksik çıkmasına neden olmaktadır (Selçuk ve Başar, 2006: 67-68).

#### **2.3.1.7. Harcama Oran Yöntemi**

Harcama oran yöntemi dört aşamadan oluşmaktadır. Burada birincil ve ikincil veriler kullanılmaktadır. İlk aşamada, konaklama işletmelerin turistlerden elde ettiği gelirler belirlenmektedir. İkinci aşamada, direk turistlere anket yapılmakta ve harcamaları belirlenmektedir. Üçüncü aşamada, konaklamadan elde edilen gelirler turistlerin yapmış oldukları harcamalara oranlanmaktadır. Son olarak da, elde edilen oran ile konaklamaya yapılan harcamalar çarpılmakta ve ortaya turistler tarafından yapılan toplam harcama çıkmaktadır. Yöntemin çok zaman alması, kapsamlı olması bilgilerin net bir şekilde toplanamaması gibi nedenlerle güvenilir bir sonuç ortaya çıkmamaktadır (Bahar ve Kozak, 2015: 68).

#### **2.3.1.8. Maliyet Faktör Yönetimi**

Maliyet faktör yönteminde hane halkına ve işletmelere anketler uygulanmaktadır. Turistin konakladığı gün sayısı, yaptığı harcamaları belirlenmekte ve her sektörde yaptığı harcamalarla kaldığı gün sayısına çarpılarak toplam harcamalar bulunmaktadır. Hane halkına ve işletmelere yapılan anketlerin güvenilirliğinin düşük olması bu yöntemi olumsuz etkilemektedir (Bahar ve Kozak, 2015: 69).

### 2.3.2. Turizmin İkincil Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler

Turizmin ekonomide dolaylı yoldan oluşan etkilerinin ölçülmesinde kullanılan iki yöntem bulunmaktadır. Bunlar çarpan yöntemi ve girdi- çıktı yöntemidir.

#### 2.3.2.1 Çarpan Yöntemi

Turizm sektörü içerisine giren bir birimlik gelirin ortaya çıkardığı etkinin başlangıçtaki miktara bölünmesiyle turizm çarpan katsayısı elde edilmektedir. Başlangıçtaki gelir sektörler içerisinde el değiştirerek ekonomide kendisinden büyük etkiler doğurmaktadır (İçöz ve Kozak, 2002: 262).

Çarpan yöntemi şöyle gösterilmektedir (Unur, 2002: 78);

$$Y = B + NB \quad (2.5)$$

Burada ise;

Y: Toplam gelir

B: Dışsıtım sektörlerinin oluşturduğu etkiler (Esas gelir)

NB: Yerel ekonomik faaliyetlerin oluşturduğu gelir (Yan gelir)

$$\text{Temel ekonomik çarpan} = \frac{\text{Toplam Gelir}}{\text{Esas Gelir}} \quad (2.6)$$

$$M = Y/B \text{ 'dir.} \quad (2.7)$$

Turistler tarafından gerçekleştirilen harcamaların ekonomiye yansıması üç şekilde olmaktadır;

- Doğrudan Gelir: Turistlere mal ve hizmet satan tüm işletmelerin gelirlerinin toplamından oluşmaktadır.
- Dolaylı Gelir: Sektörde elde edilen toplam gelirin bir kısmı ekonomide işçi ödemesi ya da mal – hizmet karşılığı olarak ödenirken, kalan kısmı tasarruf edilmektedir. Tasarrufa konu olmayan, harcanan kısma dolaylı gelir denilmektedir.

- Uyarılmış Gelir: Tasarruf kısmının dışında kalan dolaylı gelirin elde eden kişi ya da kurumlar tarafından harcanması ile ekonomiye yayılmasına denilmektedir.

Burada çarpan yöntemi iki şekilde görülmektedir.

$$\text{Çarpan} = \frac{\text{Doğrudan Gelir} + \text{Dolaylı Gelir}}{\text{Doğrudan Gelir}} \quad (2.8)$$

$$\text{Çarpan} = \frac{\text{Doğrudan Gelir} + \text{Dolaylı Gelir} + \text{Uyarılmış Gelir}}{\text{Doğrudan Gelir}} \quad (2.9)$$

Bu formülün uygulanmasında, turizme yapılan harcamaların ortaya çıkardığı doğrudan, dolaylı ve uyarılmış etkilerin hepsinin hesaplanabilmesi gerekmektedir (Unur, 2002: 87).

### 2.3.2.2. Girdi-Çıktı Yöntemi

Turizmin ikincil etkilerini ölçmede gösterilen bir diğer yöntem de girdi-çıktı analizidir. Girdi çıktı analizi, değişik sektörlerin arzları ve talepleri arasındaki ilişkiler sonucu ekonomiye olan etkilerini ölçmeye çalışan bir yöntemdir (Bahar ve Kozak, 2015: 75). Girdi çıktı modelleri ilk kez 1936 yılında Wassily Leontief tarafından ortaya çıkarılmıştır. Girdi çıktı modelleri ekonomideki üretim ve tüketime konu olan sektörler arasındaki karşılıklı ilişkileri ekonomi çerçevesinde, çok sektörlü ve sayısal olarak inceleyen genel denge modelleridir (Aydoğuş, 2010:3-4). Girdi çıktı modelinin en önemli özelliğini de sektörler arasındaki ilişkiler göz önüne sermesi ve bir sektörün diğer bir sektörlerden ne kadar girdi aldığını ya da diğer sektörler için ne kadar çıktı sağladığını göstermesidir (Bahar ve Kozak, 2015: 75).

Girdi – çıktı analizinden pek çok alanda yararlanılmakta ve önemli sonuçlar alınmaktadır. Ekonominin yapısal özelliklerinin yanında ekonomide yer alan sektörlerin aralarındaki ilişkileri de göstermektedir. Bu yararları sayesinde iktisadi planlamada sıkça kullanılmaktadır (Yılancı, 2008: 76).

Girdi – çıktı analizi çalışmada yöntem olarak seçilmiştir. Yöntem hakkında daha geniş bilgi üçüncü bölümde yöntem başlığı altında verilmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİK ETKİLERİNİN GİRDİ-ÇIKTI YÖNTEMİYLE ANALİZİ

Çalışmanın son bölümü olan üçüncü bölümde öncelikle konu ile ilgili daha önceden çalışılmış çalışmalara yer verilmiştir. Daha sonra yapılan araştırmanın genel bir tasarımı ve girdi-çıkıtı yöntemi anlatılıp 2002 ve 2012 yılı Girdi- Çıkıtı tabloları incelenerek turizm sektörünün ekonomi içindeki durumu ve sektörün genel yapısı analiz edilmiştir.

Girdi – çıkıtı analizi, gerek analiz tekniği gerekse hazırlanan tabloların günümüz ekonomik yapısını tam olarak yansıtamama riski gibi nedenlerle eleştirilse de; sektörler arasındaki bağımlılığı göstermesi açısından ekonomi ve sektörler genelinde vermiş olduğu tutarlı bilgiler ve ipuçları sayesinde önemli ve gerekli olduğu hâlen daha savunulmaktadır (Özdil ve Yılmaz, 2009: 100-101).

#### 3.1. LİTERATÜR TARAMASI

Girdi-çıkıtı analizi gerek tek bir sektörün analizine gerekse sektörler arası ilişkilerin gösterilmesine olanak sağlayan bir yöntem olması nedeniyle pek çok sektörel çalışmada kullanılmaktadır. Ormancılık, enerji, madencilik, elektrik-elektronik, imalat, bilgi ve iletişim teknolojileri, tarım, tekstil, inşaat ve turizm sektöründe girdi-çıkıtı analizine başvurulmuştur. Burada da çalışmanın ana konusu turizm sektörü olduğundan dolayı turizm sektörünü farklı yıllarda girdi-çıkıtı yöntemi ile analiz eden çalışmalar incelenmiştir.

Egeli (1997), “Türk Turizminin Dış Ticaret ve Sektörler Arası Bağlantıları Açısından Değerlendirilmesi” adlı çalışmada TÜİK tarafından yayınlanan 1990 yılı girdi-çıkıtı tablolarını kullanarak turizm sektörünü değerlendirmiştir. 1980-1995 yıllarında turizm gelirlerindeki yıllık ortalama artışın ihracat gelirlerindeki artıştan daha fazla olduğu sonucuna ulaşmıştır. Turizm sektörünün sektörel bağımlılık açısından

güçlü olduğu, özellikle geri bağlantı yönünden yüksek olması ile ekonomiyi etkileme gücü yüksek sektörler arasında gösterilmiştir.

Çakır ve Bostan (2000), “Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri ile Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi ile Değerlendirilmesi” adlı çalışmalarında turizm sektörünün hem tüm ekonomi için hem de diğer sektörler için önemini gösterebilmek adına 1985, 1990 ve 1995 yılları girdi-çıktı tablolarını analiz etmişlerdir. Turizm sektörünün doğrudan ve toplam ileri-geri bağlantı etkileri ile ulusal ekonomi üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Hesaplanan toplam geri ve ileri bağlantı katsayılarından geri bağlantılar daha kuvvetli bulunmuş, turizmin diğer sektörleri uyarma gücünün daha yüksek olduğunu gösterilmiştir.

Kweka et al., (2001), “Is Tourism a Key Sector in Tanzania?: Input-Output Analysis of Income, Output Employment and Tax Revenue” adlı çalışmalarında girdi-çıktı analizini kullanarak turizm sektörünün Tanzanya ekonomisi için kilit olup olmadığını incelemişlerdir. Turizm sektörünün geri bağlantı katsayısını 1,25 ve ileri bağlantı katsayısını 1,08 olarak bulmuşlardır. Turizm sektörünün Tanzanya ekonomisi için kilit olduğunu sonucuna varmışlardır.

Unur (2002), “Turizmin Ekonomik Etkilerini Ölçmede Kullanılan Yöntemler ve Türkiye’nin Akif Dış Turizm Gelirlerinin Ölçümü İçin Bir Model Önerisi” adlı doktora tez çalışmasında turizmin ekonomi üzerindeki etkisini ölçen yöntemleri anlatmıştır. Yöntemlerin avantajlarına ve dezavantajlarına değinmiş, girdi-çıktı yönteminin de diğer çarpan yöntemlerinden daha gerçekçi sonuçlar ortaya çıkardığını ve esnek yapısıyla daha üstün bir yöntem olduğunu belirtmiştir. DİE tarafından yayınlanan 1996 yılı girdi-çıktı tablolarına göre de turizm sektörünün etkilerini hesaplamıştır.

Yıldırım (2005), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri” adlı tez çalışmasında ilk olarak 1963-2004 yılları arasındaki dönemde turizmin durumu birtakım makroekonomik büyüklüklerle karşılaştırmıştır. DİE tarafından yayınlanan 1996 ve 1998 yılı girdi-çıktı tabloları kullanılarak sektörün durumu incelenmiştir. Hesaplamalar sonucu geri bağlantılar daha kararlı ve yüksek bulunmuştur. Daha sonra turizm sektörünün talebine yönelik olarak regresyon çalışması yapılmıştır.

Dilber (2007), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi” adlı çalışmasında turizm sektörünün ekonomideki yerinin ve sektörel bağımlılığının belirlenebilmesi için TÜİK tarafından yayınlanan 1998 yılı Girdi-Çıktı Tablolarını kullanmıştır. Dünya ve Türkiye turizminin durumuna değindikten sonra turizm sektörünün ileri ve geri bağlantı katsayılarını hesaplamıştır. Turizm sektörü alt sektörleri olarak, oteller, lokantalar, eğlence-dinlenme ve seyahat acenteleri dikkate alınmıştır. Doğrudan ve toplam geri bağlantı katsayılarını ileri bağlantı katsayılarına göre daha yüksek bulmuştur. Toplam geri bağlantı katsayısını 6,7292, toplam ileri bağlantı katsayısını ise 5,3701 olarak hesaplamıştır.

Dinçer vd., (2007), “The Sectoral Aspects of Turkish Economy in the Way Through EU Integration: An Input-Output Analysis” adlı çalışmalarında sektörel olarak Türk ekonomisinin geniş bir analizini yapmışlar ve AB ülkeleri ile karşılaştırmışlardır. DİE tarafından yayınlanan 1996 yılı girdi-çıkı tablolarını kullanarak turizm sektörünün geri ve ileri bağlantılarını hesaplamışlardır. Turizm sektörünün alt sektörleri olan oteller ve lokantalar sektörü için geri bağlantı katsayısını 1.86 olarak bulmuşlardır. AB-13 ülkeleri için ise 2000 yılı girdi-çıkı tabloları ile geri bağlantı katsayısını 2.04 olarak bulmuşlardır.

Surugiu et al., (2009), “Tourism and Its Impact Upon The Romanian Economy: An Input- Output Apparoch” adlı çalışmalarında girdi çıkı yöntemini kullanarak turizm sektörünün Romanya ekonomisine katkısını ölçmüşlerdir. 2005 yılı girdi çıkı tablosunda oteller, lokantalar ve seyahat acenteleri turizm alt sektörleri kullanarak ileri ve geri bağlantıları hesaplamışlar ve turizmin gelir, istihdam üzerindeki etkisini göstermişlerdir. Oteller, lokantalar ve seyahat acenteleri sektörlerinin geri bağlantı değeri 0,029 ve ileri bağlantı değeri 0,016 birim olarak hesaplanmıştır.

Canlı (2010), “Türk Turizm Sektörünün Ekonomik Etkilerinin Girdi-Çıktı Yaklaşımıyla Ölçülmesi” adındaki hazırlamış olduğu yüksek lisans tezinde turizm sektörünü girdi-çıkı modeli ile analiz etmiştir. TÜİK tarafından hazırlanan 2002 yılı girdi-çıkı tablosunu kullanmış ve turizm sektörünün bağlantı katsayılarını hesaplamıştır. Daha sonra 1990- 2007 yılları arasındaki verileri kullanarak, önceden belirlenmiş 22 tane OECD ülkesinin Türkiye’ye yönelik turizm talebini incelemiştir.

Mazumder et al., (2011), “Identifying Economically Potantial Inbound Markets for Malaysian Tourism Industry” adlı çalışmalarında dış turizmin Malezya ekonomisine olan etkilerini girdi-çıktı yöntemine göre analiz etmişlerdir. Turizm alt sektörleri için, konaklama, yiyecek- içecek, tur ve ulaşım, eğlence, alışveriş ve çeşitli sektörler dikkate alınmıştır. Sektörlerin çarpan etkileri hesaplanmış ve yüksek çarpan etkisine sahip turizm sektörlerinin yüksek toplam ekonomik etki ortaya çıkarmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu nedenle düşük çarpan etkisine sahip sektörlerinde dikkate alınması gerektiğini vurgulamışlardır.

Sarıışık vd., (2011), “Turizmin Türk Ekonomisine Etkilerinin Girdi-Çıktı Analizi İle Değerlendirilmesi” adlı çalışmalarında turizmin Türkiye ekonomisine olan etkisini girdi-çıktı analizi ile bulmayı amaçlamışlardır. TÜİK tarafından yayınlanan 2002 girdi-çıktı tablolarını kullanmışlardır. Turizm sektörü için seyahat, konaklama ve yeme-içmeyle ilgili sektörler baz alınarak bağlantı etkileri hesaplanmıştır. Turizm sektörü doğrudan geri bağlantı katsayısı 0,521 birim, doğrudan ileri bağlantı katsayısı ise 0,41 olarak hesaplanmıştır. Turizm sektörü yapısı gereği geri bağlantı kuvvetli bulunmuştur.

Koç (2015), “Türkiye Turizm Sektörünün İkincil Ekonomik Etkilerinin Çarpan ve Girdi- Çıktı Analizi Yöntemi İle İncelemesi” adlı yüksek lisans tez çalışmasında turizm sektörünün çarpan katsayıları ile ekonomik yönden değerini bulmayı ve ileri-geri bağlantılar ile kilit sektör olduğunu göstermeyi amaçlamıştır. Analizleri yaparken çarpan analizini ve girdi-çıktı analizini kullanmıştır. TÜİK tarafından yayınlanan 1998 ve 2002 girdi-çıktı tablolarından faydalanmıştır. Turizm sektörünün hem istihdama hem de diğer sektörler üzerinde olan etkilerinin büyük öneme sahip olduğunu bulmuştur. Diğer sektörlere girdi sunması ve diğer sektörlerden girdi talep etmesi turizm sektörünün ekonomiyi bir bütün olarak etkilediğini göstermiştir.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN TASARIMI VE YÖNTEM**

Bu bölümde öncelikle çalışmada izlenen yol ve yapılan uygulamalar ana hatlarıyla anlatılmış daha sonra ise analiz için kullanılan yöntem ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

### 3.2.1. Araştırmanın Tasarımı

Türkiye ekonomisi içinde önemli bir yeri olan turizm sektörünün durumunun analizi için TÜİK' ten temin edilen 2002 ve 2012 Girdi-Çıktı Tabloları kullanılmıştır. Girdi-çıktı tablolarından yurt içi tablolarının seçilmesinin amacı ise kilit sektör hesabında ithal girdiler hesaba katılmadan ekonomi içinde etkin olan sektörlerin daha iyi belirlenebilmesidir. Üzerinde çalışılan referans dönemi için eleştirisel olarak, ele alınan girdi-çıktı tablolarının 2002 ve 2012 yılına ait eski verilerin olduğu söylenebilir. Fakat TÜİK tarafından istatistiki olarak yayınlanan en güncel veriler 2008 yılında yayınlanan 2002 yılı girdi-çıktı tablolarına ve 2016 yılında yayınlanan 2012 yılı girdi-çıktı tablolarına aittir. Turizm sektörü için de 2012 yılı girdi-çıktı tabloları ile yapılmış hali hazırda güncel bir literatür çalışması bulunmamaktadır.

Çalışmada öncelikle TÜİK tarafından yayınlanan 2002 ve 2012 yılına ait girdi-çıktı tabloları NACE Rev. 1.1 ve NACE Rev. 2 ürün sınıflandırması dikkate alınarak turizm sektörünün de içinde bulunduğu 9 sektör halinde toplulaştırılmıştır. Daha sonra her iki yıl için de girdi ve çıktı katsayıları matrisleri elde edilmiştir. Bunun için öncelikle ara girdiler toplam üretim değerlerine oranlanmıştır. Talep yanlı girdi katsayıları matrisinin sütun toplamaları ile doğrudan geri bağlantılar, arz yanlı çıktı katsayıları matrisinin satır toplamaları ile doğrudan ileri bağlantılar hesaplanmıştır. Sektörler arasında daha iyi karşılaştırma yapabilmek için geri ve ileri bağlantıların belli bir baz değere göre endeksleri alınmıştır. Burada kabul edilen baz değer bağlantı katsayılarının toplamının ortalamasıdır.

Doğrudan bağlantı etkileri dolaylı etkileri göz ardı ettiği için dolaylı etkileri de içine alan toplam bağlantı katsayıları elde edilmiştir. Toplam bağlantı katsayılarının hesaplanabilmesi için girdi ve çıktı matrislerin tersinin alınması gerekmektedir. Toplam geri ve ileri bağlantı etkilerinin ölçümü için öncelikle girdi ve çıktı matrisleri birim matristen çıkarılmış ve tersi alınmıştır. Bu işlem Minitab17 paket programı kullanılarak yapılmıştır. Bu sayede talep yönlü Leontief ters matrisi ve arz yönlü Ghosh ters matrisi elde edilmiştir. Leontief ters matrisinin sütun toplamaları sayesinde toplam geri bağlantı katsayıları, Ghosh ters matrisinin satır toplamaları sayesinde de toplam ileri bağlantı katsayıları elde edilmiştir. Yine burada da toplam bağlantı etkileri için de endeks

değerleri hesaplanmıştır. Daha sonra sektörler arasında daha iyi karşılaştırma yapabilmek için toplam bağlantı etkilerinin dağılım ölçüleri hesaplanmıştır. Dağılım ölçüleri sayesinde bir sektörün ekonomi içerisindeki diğer sektörlerle yayılma derecesi görülmektedir.

Turizm sektörünün yarattığı katma değerın hesaplanabilmesi için girdi-çıkıtı tablolarında yer alan sektöre ait gayrisafı katma değer satırı, toplam üretim değerine oranlanmış ve yorumlanmıştır.

Bir birimlik nihai talep sonucu yapılacak üretim artışını gösteren üretim çarpanı katsayısı Leontief ters matrisinin sütun toplamaları sayesinde elde edilmiştir. Kısaca, toplam geri bağlantılar aynı zamanda üretim çarpanını vermektedir. İstihdam çarpanının hesaplanabilmesi için ise öncelikle köşegen elemanları işgücü gereksinim katsayılarından oluşan kare matrisi elde edilmiştir. İşgücü gereksinin katsayıları da girdi-çıkıtı tablolarında yer alan çalışanlara yapılan ödemeleri satırının toplam üretime oranlanması yoluyla bulunmuştur. Daha sonra elde edilen işgücü gereksinim katsayıları matrisi ile Leontief ters matrisi önden çarpılarak elde edilen yeni matrisin sütunları toplanmış ve istihdam çarpanları hesaplanmıştır.

Turizm sektörünün üretiminin ithalata bağımlılık durumunun analizi için ise ters ithalat matrisinin hesaplanması gerekmektedir. Öncelikle TÜİK tarafından yayınlanan 2002 ve 2012 yılı ithalat girdi-çıkıtı toplaları daha önce yapılan toplulaştırma gözetilerek toplulaştırılmıştır. Yapılan toplulaştırma üzerinden ithalat matrisi elde edilmiştir. Ters ithalat matrisi ise ithal girdi katsayıları matrisi ile aynı yıla ait yurt içi girdi katsayıları ters matrisinin çarpımı sonucu elde edilmiştir. Her bir sektöre ait ithalata bağımlılık durumu elde edilen ters ithalat matrisinin sütun toplamalarından ithalatta geriye bağ etkisi, satır toplamalarından ise ithalatta ileri bağ etkisi hesaplanmıştır.

Son olarak turizm sektörünün toplam üretimi içerisinde ihracatın payını hesaplayabilmek için ihracat değeri toplam üretim değerine oranlanmış ve yorumlanmıştır.

### 3.2.2. Girdi-Çıktı Yöntemi

Leontief kendi yöntemini şu şekilde açıklamaktadır: Girdi-çıktı tablosu bir ülke ekonomisinin belirli bir süre, örneğin bir yıl içindeki mal ve hizmet akışlarını göstermektedir. Girdi-çıktı analizi karşılıklı etkileşimin var olduğunu ve farklı ekonomik sektörlerin teslimat (çıktı) ve satın alımları ile (girdi) birbirlerine bağlı olduklarını söylemektedir. Leontief ayrıca belirli bir mal verimini (çıktı) sağlayabilmek için, hangi miktarda üretim faktörlerinin (girdi) kullanılması gerektiği sorusunun yanıtını bulmaya çalışmıştır (Leontief, 1966: 134).

Girdi-çıktı tabloları, ekonomide yer alan sektörlerin üretim için kullandıkları girdileri ve sonucunda ortaya çıkan çıktıları bir tablo halinde görmeyi sağlamaktadır. Tablolardaki bütün sektörler, üretimleri için kullanmış oldukları girdi kaynaklarını ve diğer sektörlerle girdi olan çıktıları göstermek için iki kez yazılmaktadır. Bu durumda herhangi bir sektörün satırında bulunan elemanlar, sektörün o dönem içerisinde yapmış olduğu üretiminin diğer sektörler tarafından kullanılan miktarını vermektedir. Sütunda bulunan elemanlar, sektörün o dönem içerisinde üretimini gerçekleştirebilmek için diğer sektörlerden talep ettiği girdinin miktarını vermektedir (Kotil, 2003: 62). Girdi çıktı tabloları ile sektörlerin hem üretim yapıları incelenmekte hem de dolayısıyla ekonominin üretim yapısı analiz edilebilmektedir (İlhan, 2008: 27).

Girdi çıktı analizi, Leontief tarafından geliştirilen girdi-çıktı akım tablosuna dayanmaktadır. Bu akım tablosu, bir ekonomik sektörün kararları ile diğer bütün sektörlerin kararlarının birbirlerine bağılıklarını göstermektedir (Köhler, 1986: 426).

Turizmin sektörünün ekonomik etkileri her dönem araştırmacılar için önemli bir konu olmuştur. Turizmin tek bir ürüne dayalı olmaması dolayısıyla ekonomik analizinde de bazı sorular ortaya çıkarmaktadır. Bu analizler içinde de girdi çıktı analizi önemli bir yere sahiptir. Girdi çıktı analizi genel denge gibi işlediği ve ekonominin genel görünümü hakkında bilgiler verdiği için diğer alternatif yöntemlere göre daha avantajlı bir yöntemdir (Fletcher, 1989: 515).

Tüm bu olumlu özelliklerin yanında girdi çıktı analizinin de dezavantajları mevcuttur. Bu analiz hem zamana ve finansa hem de insan gücüne gerek duyan bir

yöntemdir. Birçok durumda gerekli veriler elde edilemeyebilir. Bu da gerekli olan veriler için başka yöntemlere başvurulmasını gerektirir. Tüm bunların yanında girdi-çıkıtı analizi ile yapılan analizler uzun dönem hakkında yorum yapmaya müsait değildir. Hesaplamalar yalnızca belli bir döneme ait veri setleri ile yapıldığı için elde edilen sonuçlar da sadece o döneme yönelik olarak yorumlanacaktır (Kılıçlar, 2004: 22).

### **3.2.2.1. Girdi-Çıkıtı Modelinin Kullanım Alanları**

Girdi – çıkıtı analizi çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. Bu alanlar kısaca şöyle sıralanmaktadır (Karrarı, 2014: 40-41):

- Bir planlamacı girdi çıkıtı analizini, hedef projeksiyonu ve tahminleri tutarlı bir şekilde yapabilmek için kullanmaktadır.
- Bir konunun amaç ya da karar simülasyonunda kullanılabilir.
- Ekonomide ithalat yapılmasını ve nihai talepte olan bir değişikliğin ödemeler dengesi üzerine olan etkilerini tahmin edebilmek için kullanılabilir.
- Yapılacak olan bir istihdamı hedef büyüme oranına göre belirlemek için kullanılabilir.
- Bir sektörde, sektör-sermaye-çıkıtı oranları arasındaki nicel fark biliniyorsa, belirlenen büyüme oranına göre yapılacak yatırımlar tahmin edilebilir.
- Herhangi bir faaliyet çıktısına olan talepteki bir birimlik değişikliğin sistemde bulunan diğer faaliyetlerin çıktısına olan doğrudan ve dolaylı etkilerini gösteren matris çarpanını hesaplamak için kullanılır.
- Bir ekonomide mevcut olan faaliyetlerin arasında bulunan bağılılığın gücünü belirlemek için kullanılır.

Bunlara ek olarak;

- Tarım sektörünün alt dallarının ve tarım sektörünün ekonomik büyümeye katkısının belirlenebilmesinde kullanılabilir.
- Enerji kaynakları fiyatlarının sonucu ortaya çıkan etkilerin, enflasyon oranlarının ve hane halkının maliyetlerinin tahmin edilmesinde kullanılabilir.
- Çevrenin iktisadi faaliyetler üzerindeki etkilerinin tahmin edilmesinde kullanılabilir.

- Gelir dağılımındaki değişimlerinin etkilerinin tahmin edilmesinde kullanılabilir.
- Doğrudan yabancı yatırımların genel etkilerinin ve gelişmemiş ülkeler üzerine olan etkilerinin incelenmesinde kullanılabilir.
- Petrol fiyatlarında olan değişikliklerin etkisinin ve ülke ekonomisi üzerine olan etkilerinin incelenmesinde kullanılabilir.
- İstihdam yaratıcı olan farklı iktisadi alanların sınıflandırılmasında kullanılabilir.
- Turistik faaliyetlerin ekonomik etkilerinin incelenmesinde kullanılabilir.
- İhracat ve ithalat faaliyetlerinin makroekonomik değişkenlere olan etkilerinin incelenmesinde kullanılabilir.
- Ülkenin ekonomik yapısının tahmin edilmesinde kullanılabilir.

### 3.2.2.2. Girdi – Çıktı Akım Tablosu

Girdi-Çıktı modellerinin temelinde girdi-çıktı tablosu bulunmaktadır. Endüstrilerarası akım tablosu olarak da adlandırılmaktadır (Aydoğuş, 2010: 21). Girdi-Çıktı tablosu, bir ekonomide bulunan sektörlerin birer birim üretim yapmak için diğer endüstrilerden ne kadar girdi talep ettiğini ve aynı zamanda her bir sektörün çıktılarının hangi sektörlerde ne oranda girdi olarak kullanıldığının görülmesini sağlayan tablolardır (Leontief, 1949: 274).

Girdi-çıktı tablolarının içeriğini, farklı istatistiksel kaynaklarla toplanan sektörel üretim istatistikleri, sektörlerin katma değer istatistikleri, sektörlerin yurt içi gayri safi milli hasılası ve dış ticaret istatistikleri oluşturmaktadır. Bu tablolar sayesinde sektörlerin üretim planlaması, fiyat ve maliyet analizleri, yatırım ve verimlilik analizleri yapılmaktadır. Bunların yanında ekonominin yapısal analizi ve planlamaları ile farklı dönemleri arasında karşılaştırmalar da yapılabilmektedir (Altan ve Ediz, 2009: 81-82).

Girdi çıktı tablolarının genel görünümü aşağıda simgesel olarak gösterilmektedir. Tablo3.1' deki simgelerin anlamları şu şekildedir;

$Z_i$  = i malının toplam arzı

$X_i$  = i inci sektörün çıktı düzeyi

$M_i$  = i malı ithalatı

$X_{ij}$  = j endüstrisi tarafından kullanılan i malı

$Y_i$  = Toplam yurt içi nihai talep

$W_i$  = i malının endüstrilerce kullanılan kısmı, yani i malının toplam ara talebi

$U_j$  = j endüstrisinin diğer endüstrilerden satın aldığı toplam ara girdi miktarı

$V_j$  = j endüstrisinin temel girdilere yaptığı ödemeler (veya j sektörünün katma değeri)

I = Yatırım

C = Tüketim

G = Hükümet Harcamaları

E = İhracat

Y = Nihai Talep Toplamı

Bir girdi- çıktı tablosunun genel özelliklerine bakıldığında (Ersungur, 1996: 32);

“n” tane sektörün olduğu bir ekonomide her sektör tabloda hem çıktı üreten hem de girdi tüketen olarak iki kere yer almıştır.

Tabloda yer alan herhangi bir sektörün satırındaki elemanlar, sektörün belli bir dönem içerisinde yapmış olduğu üretiminin diğer sektörlerle dağılımını, sütunundaki elemanlar ise sektörün üretimini gerçekleştirebilmek için diğer sektörlerden talep ettiği girdi miktarlarını göstermektedir.

Tablodaki mallar, ara mallar ve nihai mallar şeklinde; girdiler de ara (üretilmiş) ve temel girdiler şeklinde ayrılmaktadır.

Tablo3.1’ de de görüldüğü üzere bir girdi-çıkıtı tablosu dört bölümden oluşmaktadır. Bunlar ise (Thirlwall,1990: 239);

1. Endüstrilerarası İlişkiler Kesimi
2. Nihai Talep Kesimi
3. Katma Değer Kesimi
4. Nihai Talebe Giden Katma Değer Kesimi’dir.

**Tablo 3.1. Girdi-Çıktı Akım Tablosu**

| Alan Endüstriler                 | Ara Talep<br>1 2 ... j ... n                        | Ara Talep<br>Toplamı<br>W | Nihai Talep<br>Tüketim Yatırım Stok Değişimi İhracat          | Nihai<br>Talep<br>Toplamı<br>Y | Toplam<br>Arz=<br>Toplam<br>Talep<br>Z | Arz<br>İthalat Üretim<br>M X |
|----------------------------------|-----------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------|------------------------------|
| Veren Endüstriler                |                                                     |                           |                                                               |                                |                                        |                              |
| Ara Girdiler                     |                                                     |                           |                                                               |                                |                                        |                              |
| 1                                | $X_{11} X_{12} \dots X_{1j} \dots X_{1n}$           | $W_1$                     | $C_1 \quad I_1 \quad \Delta S_1 \quad E_1$                    | $Y_1$                          | $Z_1$                                  | $M_1 \quad X_1$              |
| 2                                | $X_{21} X_{22} \dots X_{2j} \dots X_{2n}$           | $W_2$                     | $C_2 \quad I_2 \quad \Delta S_2 \quad E_2$                    | $Y_2$                          | $Z_2$                                  | $M_2 \quad X_2$              |
| ...                              | ... I. BÖLÜM ...                                    | ...                       | ... II. BÖLÜM ...                                             | ...                            | ...                                    | ...                          |
| i                                | $X_{i1} X_{i2} \dots X_{ij} \dots X_{in}$           | $W_i$                     | $C_i \quad I_i \quad \Delta S_i \quad E_i$                    | $Y_i$                          | $Z_i$                                  | $M_i \quad X_i$              |
| ...                              | ...                                                 | ...                       | ...                                                           | ...                            | ...                                    | ...                          |
| N                                | $X_{n1} X_{n2} \dots X_{nj} \dots X_{nn}$           | $W_n$                     | $C_n \quad I_n \quad \Delta S_n \quad E_n$                    | $Y_n$                          | $Z_n$                                  | $M_n \quad X_n$              |
| Ara Girdiler Toplamı             | $U_1 U_2 \dots U_j \dots U_n$                       | $U = W$                   |                                                               |                                |                                        |                              |
| Toplam Girdiler<br>(Katma Değer) | ... III. BÖLÜM ...<br>$V_1 V_2 \dots V_j \dots V_n$ | V                         | ... IV. BÖLÜM ...<br>$V_C \quad V_I \quad \Delta S \quad V_E$ |                                |                                        |                              |
| Toplam Üretim                    | $X_1 X_2 \dots X_j \dots X_n$                       | X                         | C I ΔS E                                                      | Y                              | Z                                      | M X                          |

Kaynak: THIRLWALL, 1990: 239.

### 3.2.2.2.1. Endüstrilerarası İlişkiler Kesimi

Girdi-çıktı tablosunun birinci bölümünü oluşturan endüstrilerarası ilişkiler kesimi girdi-çıktı akım tablosunun endojen yani sistem içi kesimini oluşturmaktadır. Burada endüstriler aralarında olan ara girdi alışverişleri gösterilmektedir (Bocutoğlu, 1990: 20).

Bu bölümde yer alan satırlar, endüstrilerin diğer endüstrilere verdikleri mal miktarını yani o endüstrilerin çıktılarının diğer endüstrilere giden kısmını göstermektedir. Sütunlar da, yer aldıkları endüstrilerin üretimini gerçekleştirmek için diğer endüstrilerden talep ettikleri ara girdileri göstermektedir. Şöyle anlatılacak olursa; satırlar “i” ile sütunlar “j” ile gösterildiği zaman birinci bölümde bulunan “ $X_{ij}$ ” terimi “j” endüstrisinin “i” malından talep ettiği girdi miktarı belirtmektedir. Birinci bölümdeki her hangi bir satırda yer alan değerlerin toplamı “i” endüstrisinin üretimi için diğer endüstrilerden aldığı ara mal talebini vermektedir (Thirlwall, 1990: 238; Ersungur, 1996: 33).

Birinci bölümdeki  $W_i$ , i endüstrisinin toplamda diğer endüstrilere verdiği ara girdiyi gösterdiğine göre;

$$W_i = \sum_{j=1}^n X_{ij} \quad (j = 1, 2, \dots, n) \quad (3.1)$$

şeklinde ifade edilmektedir.

Bir endüstrinin üretimi gerçekleştirebilmek için diğer endüstrilerden talep ettiği toplam girdileri ise;

$$U_j = \sum_{i=1}^n X_{ij} \quad (i = 1, 2, \dots, n) \quad (3.2)$$

şeklinde ifade edilmektedir.

Son olarak, ekonomideki endüstrilerin toplam ara mal taleplerinin toplamı, ara girdi alım toplamlarının toplamına eşittir. Ancak bu eşitlik endüstriyel bazda geçerli değildir (Bocutoğlu, 1990: 21-22).

Şu şekilde ifade edilebilir;

$$U_1 + U_2 + \dots + U_j + U_n = U \quad (3.3)$$

$$W_1 + W_2 + \dots + W_i + W_n = W \quad (3.4)$$

Buradan  $U = W$  olmaktadır.

#### **3.2.2.2.2. Nihai Talep Kesimi**

Girdi-çıktı tablolarının II. Bölümünü nihai talep kesimi oluşturmaktadır. Bu bölge eksojen yani sistem dışı otonom kesimini ifade etmektedir (Bocutoğlu, 1990: 22).

Nihai talep kesiminde, her bir sektörde yer alan çıktılarına yönelik nihai talebin bileşenleri bulunmaktadır (Aydoğuş, 2010: 25). Bu bölümdeki satır toplamaları, o endüstrinin çıktısına giden nihai talep miktarını; tüketim, yatırım, stok değişimleri ve ihracat kalemlerine göre ayrılmış bir şekilde vermektedir. Sütun toplamaları ise girdi-çıktı sisteminde fazla önemli değildir (Ersungur, 1996: 35).

#### **3.2.2.2.3. Katma Değer Kesimi**

Katma değer kesimi tablonun III. Bölümünü oluşturmaktadır. Bu bölümde endüstriler tarafından üretilmeyen temel çıktılar bulunmaktadır. Emek, toprak, sabit sermaye gibi girdiler için yapılan ödemeler bu bölümde yer almaktadır. Yapılmış olan bu ödemeler, üretim sonucunda meydana gelen, ücret ve maaşlar, faiz ödemeleri, kârlar, temettü, dolaylı vergiler ve amortisman kalemlerinden oluşan katma değere eşittir. Katma değer de, endüstrilerin gerçekleştirmiş oldukları toplam üretimden ara malları için yapılan ödemeler çıktıktan sonra kalan kısmı oluşturmaktadır (Öney, 1987: 102).

#### 3.2.2.2.4. Nihai Talebe Giden Katma Değer Kesimi

Girdi çıktı tablolarının dördüncü ve son bölümünü de nihai talebe giden katma değer kesimi oluşturmaktadır. Nihai talebe giden katma değer kesimi, nihai talep kesimi ve katma değer kesimi arasında bağlantı kurmaktadır. Nihai talebi oluşturan kalemler tarafından kullanılan temel girdi kaynaklarını göstermektedir. Örneğin, devlet tarafından ödenen memur maaşları gibi ödemeler bu kesimdedir. Satırlardaki değerler katma değer kesimiyle, sütunlardaki değerler nihai talep kesimiyle bağlantılıdır. Karmaşık yapısı nedeniyle özellikle gelişmekte olan ülkelerde ve Türkiye’de hazırlanan tablolarda yer almamaktadır (Bocutoğlu, 1990: 26-28).

Girdi çıktı tablolarının son iki sütununda yerli üretim ve ithalatın toplamından meydana gelen toplam arz yer almaktadır. Girdi- çıktı sisteminin formel yapısı ve genel denge denklemi şöyle gösterilmektedir (Ersungur, 1996: 38- 40).

$Z_i$ = i malı toplam arzı,

$M_i$ = i malı ithalatı,

$X_i$ = j endüstrisi toplam çıktısı (i malı yurt içi üretimi),

$X_j$ =j endüstrisinin satın aldığı ara ve temel girdiler toplamı,

$X_{ij}$  = j endüstrisi tarafından kullanılan i malı girdisi,

$Y_i$ = i endüstrisinin nihai talep toplamı,

$W_i$ = i endüstrisinin ara talep toplamı,

$U_j$ = j endüstrisinin ara girdi toplamı,

$V_j$  = j endüstrisinin temel girdiler toplamı (katma değeri) olarak ifade edilmekte ve ekonomide bir malın arz ve talebi dengede olduğunda, i malı için;

$$\text{Toplam arz} = X_i + M_i \quad (3.5)$$

$$\text{Toplam talep} = X_i = \sum_{j=1}^n x_{ij} + Y_i, \quad (i= 1,2,3,\dots,n) \quad (3.6)$$

$$X_i + M_i = \sum_{j=1}^n x_{ij} + Y_i \quad (3.7)$$

$$X_i = \sum_{j=1}^n x_{ij} + Y_i - M_i \quad (3.8)$$

eşitliği olacaktır.

Satırlarla ilgili olarak, i endüstrisi için toplam çıktı ( $X_i$ ), bu endüstriye giden ara ( $W_i$ ) ve nihai ( $Y_i$ ) talebin toplamına eşit çıkmaktadır. Sütunlar bakımından herhangi bir j endüstrisinin üretimi satın aldığı ara girdiler ile temel girdilere yaptığı ödemeler toplamından oluşmaktadır.

$$X_j = \sum_{i=1}^n x_{ij} + V_j \quad (i= 1,2,3,..,n) \quad (3.9)$$

eşitliği oluşacaktır.

(3.9) nolu denklem herhangi bir i endüstrisinin çıktı toplamını vermektedir. Bütün endüstrilerin çıktı toplamlarının hesaplanabilmesi için,

$$\sum_{i=1}^n X_i = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_{ij} + \sum_{i=1}^n Y_i \quad (3.10)$$

(3.10) nolu denklemde herhangi bir j endüstrisinin ara ve temel girdilerinin toplamını göstermektedir. Bütün endüstrilerin girdi toplamları ise,

$$\sum_{j=1}^n X_j = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n x_{ij} + \sum_{j=1}^n V_j \quad (3.11)$$

eşitliğinden meydana gelmektedir.

Buradan;

$$\sum_{i=1}^n X_i = \sum_{j=1}^n X_j \quad (3.12)$$

eşitliğinden,

$$\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n x_{ij} + \sum_{i=1}^n Y_i = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n x_{ij} + \sum_{j=1}^n V_j \quad (3.13)$$

denklemini yazılabilmektedir.

Oluşan denklemin sağ tarafı ekonomideki toplam üretimi vermektedir. Tüm endüstriler göz önüne alındığında ara mal talep toplamları ile ara girdi kullanımları eşit olduğundan;

$$W = U \text{ ya da } \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n X_{ij} = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n X_{ij} \quad (3.14)$$

eşitliği yazılabilmektedir.

$W = U$  olduğundan;

$$\sum_{i=1}^n Y_i = \sum_{j=1}^n V_j \quad (3.15)$$

Genel bir ifadeyle de;

$$Y = V$$

sonucuna ulaşılmaktadır.

$Y = V$  ifadesi  $V = Y$  şeklinde de yazılabilmektedir.

$$V = M + D + T + \ddot{U} \text{ ve } Y = C + I + \Delta S + E \quad (3.16)$$

olduğuna göre;

$$M + D + T + \ddot{U} = C + I + \Delta S + E \quad (3.17)$$

eşitliği yazılabilmektedir.

Eşitliğin her iki tarafından ithalat (M) çıkarılırsa;

$$M + D + T + \ddot{U} - M = C + I + \Delta S + E - M \quad (3.18)$$

Buradan da;

$$D + T + \ddot{U} = C + I + \Delta S + E - M \quad (3.19)$$

yazılabilmektedir.

(3.19) nolu eşitlik GSMH eşitliğini ifade etmektedir. Elde edilen eşitliğin sol tarafı gelir yönünden GSMH değerini, sağ tarafı da harcamalar yönünden GSMH değerini vermektedir. Gelir yönünden hesaplanmış olan GSMH; ( $\ddot{U}$ ) ücretleri, maaşları, kârı, (T) dolaylı vergileri ve (D) aşınma eskimeyi kapsamaktadır. Harcamalar yönünden elde edilmiş GSMH değeri ise; (C) toplam tüketim harcamalarından, (I) toplam yatırım harcamalarından, ( $\Delta S$ ) stok değişimlerinden ve (E-M) dış âlem gelirinden oluşmaktadır.

Buradan anlaşılabacağı üzere, girdi-çıkıtı akım tablosu, milli ekonomiyi oluşturan GSMH' yı belli ölçütlere ve belli usullere göre kayıt altına alan bir akım tablosudur.

### 3.2.2.3. Girdi Katsayıları, Girdi Katsayıları Matrisi ve Leontief Ters Matrisi

Girdi katsayıları, bir birim çıktı gerçekleştirmek isteyen, girdi-çıkıtı sistemi içerisinde yer alan herhangi bir endüstrinin kullandığı ara girdileri göstermektedir. Bu katsayılar, sektörlerin üretim fonksiyonlarını ilgilendirdikleri için girdi-çıkıtı tablolarında yer alan endüstrilerin sütunlarını ilgilendirmektedir. Buradan da, girdi katsayısı, söz konusu olan endüstrilerin aldığı girdinin miktarının, o endüstrinin toplam üretim miktarına oranlaması ile bulunmaktadır (Karrarı, 2014: 53).

Girdi katsayıları (Torre, 1993: 954; Ersungur, 1996: 43);

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_j} \quad (3.20)$$

eşitliğinden elde edilmektedir.

$a_{ij}$  = girdi katsayısını,

$x_{ij}$  = i sektörünün çıktısının j sektörü tarafından ara girdi olarak kullanılan kısmını,

$x_j$  = j endüstrisinin toplamdaki çıktısını ifade etmektedir.

Ekonomi içerisinde yer alan bütün endüstriler için girdi katsayıları belirlenir ve ortaya bu katsayılardan oluşan girdi katsayıları matrisi çıkartılır. Girdi katsayıları matrisi, nihai talep üzerinde oluşacak otonom bir talep artışı sonucu yönelmiş olduğu endüstride doğrudan etkiler meydana getirmektedir (Bocutoğlu, 1990: 81- 84). Girdi katsayıları matrisi şu şekilde gösterilmektedir (Şatıroğlu, 1983: 12);

$$A = [a_{11} \ a_{12} \ ... \ a_{1j} \ ... \ a_{1n}] \quad (3.21)$$

Ya da;

$X - AX = Y_0$ 'dır.

Girdi katsayıları matrisi (A), birim çıktının üretimi için gerekli olan minimum düzeyde ara girdinin miktarını gösteren doğrudan girdi katsayılarının miktarından oluşmaktadır. Denklemden sol tarafta yer alan ilk terim birim matris (I) ile çarpılıp X ortak parantezine alındığı zaman;

$$IX - AX = Y \text{ ya da } (I-A)X = Y \quad (3.22)$$

eşitliği elde edilmektedir.

Bu denklemin her iki tarafı da (I-A) matrisinin tersi  $(I - A)^{-1}$  ile çarpılırsa, bir matrisin kendisi ile tersi çarpıldığı zaman birim matris elde edildiği için ve birim matris ile bir vektör çarpıldığında da vektörün değeri değişmediğinden denge çözüm denklemi için;

$$X = (I - A)^{-1} Y \text{ ve } (I - A)^{-1} = L \quad (3.23)$$

eşitliği elde edilmektedir.

Burada  $(I - A)$  matrisi, “Leontief Matrisi” olarak adlandırılmaktadır. Leontief matrisi  $(I - A)$ , endüstrilerin bir birim üretim gerçekleştirebilmek için talep ettikleri girdi miktarını göstermektedir. Bu  $(I - A)$  matrisinin tersi olan  $(I - A)^{-1}$  matrisine de Leontief Ters Matrisi denilmektedir (İlhan, 2008: 37).

Girdi katsayıları matrisi, ekonomide bulunan sektörlerin üretim düzeyleri ile üretimi gerçekleştirmek için kullandıkları ara girdiler arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Leontief ters matrisi ise, sektörlerin nihai talepleri ile ara girdileri arasında bulunan ilişkileri ve sektörlerin nihai taleplerinde meydana gelen değişmelerin girdi kullanım düzeylerini nasıl etkilediğini göstermektedir. Anahtar (key matris) olarak adlandırılan Leontief ters matrisi, girdi-çıktı modelinin en önemli matrisidir. Leontief ters matrisini  $(I - A)^{-1}$  oluşturmak için köşegenleri “1” diğer rakamları “0” olan birim matristen (I) girdi katsayıları matrisi (A) çıkarılmış ve tersi alınmıştır (Aydoğan, 1999: 16).

$(I - A)^{-1}$  matrisinin tipik elemanı  $r_{ij}$ ’ dir.  $r_{ij}$  toplam ara girdi katsayıları olarak da adlandırılmaktadır. Aynı zamanda sektörel bağımlılık analizi açısından önemi büyüktür.  $r_{ij}$  doğrudan ve dolaylı girdi katsayılarını içermektedir (Han vd., 2011: 109).

Leontief ters matrisi, nihai talepte bir birimlik artış sağlayabilmek için gerekli olan girdi miktarının ne kadar olduğunu göstermektedir. Ters matrisin bu özelliği sayesinde de bir sektörün toplam ileri ve geri bağlantı etkileri bulunabilecektir. Toplam bağlantı etkileri, Leontief ters matrisinin satırındaki ve sütunundaki değerlerin toplamlarından elde edilmektedir (Aydın, 2012: 70).

#### 3.2.2.4. Çıktı Katsayıları, Çıktı Katsayıları Matrisi ve Ghosh Ters Matrisi

Girdi katsayılarına benzer şekilde, bir  $i$  sektörünün ara girdi olarak talep edilen çıktısının sektörün toplamdaki çıktısına oranı da çıktı katsayılarını vermektedir. Bu katsayılardan meydana gelen matrise de çıktı katsayıları matrisi denilmektedir.

Çıktı katsayıları,

$$b_{ij} = \frac{x_{ij}}{x_i} \quad (3.24)$$

eşitliğinden elde edilmektedir.

$x_{ij}$  =  $i$  sektörünün çıktısının  $j$  sektörü tarafından ara girdi olarak kullanılan kısmı,

$x_i$  =  $i$  sektörünün toplamdaki kullanımını ifade etmektedir.

Çıktı katsayıları matrisinden hareketle Ghosh ters matrisi elde edilmektedir. Ghosh ters matrisi, sektörlerin birincil girdi kullanımı olan katma değer bileşenlerinden oluşmaktadır. Bu modele göre, üretim miktarı fark etmeksizin, herhangi bir  $i$  sektörünün çıktısının diğer sektörlerle dağılması ile bu sektörün üretim düzeyi arasında bir ilişki bulunmaktadır. Çıktı katsayıları matrisi arz yanlı bir modeldir. (Han vd., 2011: 110). Çıktı katsayıları matrisi şu şekilde ifade edilirse;

$$X(I - B) = V \quad (3.25)$$

$$X = (I - B)^{-1} V \quad (3.26)$$

Burada  $(I - B)^{-1}$  ters matrisi Ghosh ters matrisi olarak ifade edilmektedir (Özdemir ve Mercan, 2012: 118).

### 3.2.2.5. Endüstriyel Bağınlaşma Yapısı

Ekonomideki hiçbir sektör üretim yaparken diğer sektörlerden bağımsız değildir. Çeşitli sektörler arasında mal ve hizmet alışverişinden kaynaklı olarak karşılıklı bağımlılıklar bulunmaktadır. Bu üretken sektörler arasındaki karşılıklı bağımlılık endüstriyel bağınlaşma olarak adlandırılmaktadır. Bağınlaşmanın iki önemli tarafı bulunmaktadır. Birincisi, üretim gerçekleştirmek isteyen her sektör kendisinden ve diğer sektörlerden ara girdi almak zorundadır; ikincisi ise, her sektörün üretim çıktısı diğer sektörlerin üretimine ara girdi olarak dâhil olmaktadır. Bağınlaşmanın bu önemli yönlerinden ilki, sektörlerin ekonomi üzerine olan geriye doğru bağlantı etkilerini gösterirken; ikincisi, ileriye doğru bağlantı etkilerini göstermektedir (Aydoğuş, 2010: 125).

Sektörler arasındaki bağımlılığın ölçülmesinde en çok kullanılan iki yöntem bulunmaktadır. Birincisi, sektörlerin birbirlerine sağladıkları doğrudan girdileri dikkate alan Chenery-Watanabe yöntemi, ikincisi sektörler arasında olan hem doğrudan hem de dolaylı ilişkileri dikkate alan Rasmussen yöntemidir. Chenery-Watanabe yöntemi sektörler arasındaki girdi katsayıları matrisi ile doğrudan bağlantı etkilerini hesaplamaktadır. Rasmussen yöntemi ise Leontief ters matrisi ile toplam bağlantı etkilerini hesaplamaktadır (Yay ve Keçeli, 2009: 305). Toplam ileri bağlantı etkilerinin hesabı için Leontief ters matrisi yerine, Ghosh ters matrisini öneren Genişletilmiş Rasmussen Yöntemi de kullanılmaktadır (Han vd., 2011: 106).

#### 3.2.2.5.1. Doğrudan İleri ve Geri Bağlantı Etkileri

Chenery ve Watanabe 1958 yılında yayınladıkları “International Comparisons of Structure of Productions” adındaki çalışmalarında ileri ve geri bağlantılarının ölçümü için yöntemler sunmuşlardır (Aydın, 2007).

Doğrudan ileri bağlantı etkisi, ekonomik yapı içerisinde bulunan bir sektörün çıktısının diğer sektörler açısından ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Bir sektörün çıktısından doğrudan ara mal olarak kullanılan kısım ile sektörün toplam

kullanım miktarı oranlandığı zaman sektörün doğrudan ileri bağlantı etkisi bulunmaktadır (Alp, 2016: 54).

$$LF_i = \frac{\sum_j^n X_{ij}}{X_i} \quad (3.27)$$

$X_{ij}$ : i sektörünün j sektörüne verdiği ara girdi miktarını,

$X_i$ : i sektörünün toplam kullanım miktarını göstermektedir.

Buradan, arz yanlı yaklaşıma göre i sektörünün doğrudan ileri bağlantı etkisi çıktı katsayıları matrisinin i. satırının toplamıdır.

Doğrudan ileri bağlantı etkisini gösteren  $LF_i$  katsayısının yüksek olduğu sektörler genellikle ekonomide ara malı üreten sektörler olarak nitelenmektedir. Ara malı üreten bu sektörler diğer sektörlerin üretimleri için girdi sağlamaktadır. Doğrudan ileri bağlantı katsayısı düşük olan sektörler ise, tüketim malı üreten sektörlerden oluşmaktadır. Sektörlerin düşük ileri bağlantı etkisine sahip olmalarının altında ise nihai mal üretmeleri yatmaktadır (Kazgan, 1983: 423).

Doğrudan geri bağlantı etkisi, ekonomik yapı içerisinde bulunan bir sektörün üretim gerçekleştirebilmek için diğer sektörlerin çıktılarına olan talebinin büyüklüğünü göstermektedir. Bir sektörün üretimi için hem kendisinden hem de diğer sektörlerden aldığı toplam ara girdiler, sektörün çıktısına oranlandığı zaman doğrudan geri bağlantı etkisi bulunmaktadır.

$$LB_j = \frac{\sum_i^n X_{ij}}{X_j} \quad (3.28)$$

$X_{ij}$ : j sektörünün i sektöründen kullandığı ara girdi miktarını,

$X_j$ : j sektörünün toplam üretim miktarını göstermektedir.

Burada ise, j sektörünün doğrudan geri bağlantı etkisi girdi katsayıları matrisinin j. sütunun toplamıdır (Aydoğuş, 2010: 127).

### 3.2.2.5.2. Toplam İleri ve Geri Bağlantı Etkileri

Doğrudan bağlantı etkileri, sektörler arasındaki doğrudan olan alışverişleri dikkate alırken dolaylı alışverişleri göstermemektedir. Toplam bağlantı etkileri ise sektörler arasında oluşan hem doğrudan hem de dolaylı girdi alışverişlerini dikkate almaktadır.

Toplam geri bağlantı etkisi, bir sektörün bir birimlik nihai talep artışının ekonomide neden olduğu toplam üretim artışını göstermektedir.

$$TLB_j = \sum_{i=1}^n r_{ij} \quad (3.29)$$

Burada,

$TLB_j$ : j. sektörün toplamdaki geri bağlantı etkisini,

$r_{ij}$ : Leontief ters matrisinin elemanlarını göstermektedir.

Buna göre ise, bir j matrisinin toplam geri bağlantı etkisini Leontief ters matrisinin j. sütun toplamı vermektedir. Leontief ters matrisindeki her bir sektöre ait sütun toplamı, o sektörün üretiminde kullanmak için diğer sektörlerden kullanması gereken toplam ara girdiyi ve bu sektörün tek başına ekonomiyi nasıl etkilediğini göstermektedir (Özışık, 2009: 59).

Tüm sektörlerde gerçekleşen birer birimlik nihai talep artışlarının belli bir sektörün üretimi üzerinde yol açtığı artış o sektörün toplam ileri bağlantı etkisini göstermektedir (Aydoğan, 2010: 127-128). Tipik bir i sektöründe Ghosh ters matrisinin i. satır toplamı, i sektörünün toplam ileri bağlantı etkisini vermektedir.

$$TLF_i = \sum_{j=1}^n g_{ij} \quad (3.30)$$

Burada,

$TLF_i$ : i. sektörün toplam ileri bağlantı etkisini,

$g_{ij}$ : Ghosh ters matrisinin elemanlarını göstermektedir (Uğurlu ve Tuncer, 2017: 139-140).

Toplam ileri-geri bağlantı etkisi ile doğrudan ileri-geri bağlantı etkisi arasındaki fark dolaylı ileri ve geri bağlantı katsayılarını vermektedir (Namlı, 2016: 37).

### 3.2.2.5.3. İleri ve Geri Bağlantı Endeksleri

Sektörler arasındaki etkileşimlerin karşılaştırmasında kolaylık sağlayabilmek amacıyla sektörel ileri ve geri bağlantı etkileri belli bir temel değere göre endekslenmektedir. Endekslenmede temel (baz) değer olarak, bağlantı etkilerinin sektörel ortalaması alınmaktadır. Endekslerin hesaplanması yolunda doğrudan, dolaylı ve toplam etkilerin hepsi için hesaplamalar yapılabilmekte olmasına rağmen sadece toplam etkilerin endekslerinin alınması da yeterlidir.

Tipik bir  $i$  sektörünün toplam ileri bağlantı etkisi endeksi ( $TFI_i$ ),

$$(TFI)_i = \frac{\sum_j r_{ij}}{(\frac{1}{N}) \sum_i \sum_j r_{ij}} \quad (3.31)$$

şeklinde bulunmaktadır.

Yine tipik bir  $j$  sektörünün toplam geri bağlantı etkisi endeksi ise ( $TBI_j$ ),

$$(TBI)_j = \frac{\sum_i r_{ij}}{(\frac{1}{N}) \sum_j \sum_i r_{ij}} \quad (3.32)$$

şeklinde bulunmaktadır.

Eşitliklerdeki,

$r_{ij}$ ; Leontief ters matrisi elemanını,

(N); ekonomideki sektör sayısını göstermektedir.

Denklemlerin paydasındaki terimler toplam etki endekslerinin baz değerini yani sektörel toplam etkilerinin ortalamalarını ifade etmektedir.

Endeks değerleri tüm sektörler için hesaplanır ise sektörlerin ileri ve geri bağlantı etkilerinin sıralaması kolayca yapılabilecektir. Toplam bağlantı etkileri ortalamadan büyük olan sektörlerin, toplam bağlantı endeks değerleri de 1'den büyük

bulunacaktır. Buradan endeks değerlerinde sıralama yapılırken endeks değerleri 1'den büyük olan sektörlerin bağlantı etkileri yüksek, endeks değerleri 1'den küçük olan sektörlerin bağlantı etkileri düşük olarak yorumlanacaktır (Aydoğan, 2010: 128-129).

Doğrudan ileri bağlantı ve toplam ileri bağlantı etkilerinin endeksleri aynı zamanda Ghosh yani çıktı katsayıları matrisi ve çıktı katsayıları ters matrisi yardımıyla da hesaplanabilmektedir. Bir  $i$  sektörünün toplam ileri bağlantı endeksi çıktı katsayıları matrisi yardımıyla şu şekilde hesaplanmaktadır;

$$(TFI_i^G) = \frac{\sum_j g_{ij}}{(\frac{1}{N}) \sum_i \sum_j g_{ij}} \quad (3.33)$$

Buradan;

$g_{ij}$ ; Ghosh ters matrisi elemanını,

(N); sektör sayısını göstermektedir.

Çıktı katsayıları ters matrisi üzerinden hesaplanan endeks değerlerinin 1'den büyük çıkması ilgili sektörlerin ileri bağlantılarının güçlü olduğu anlamına gelmektedir (Alp, 2016: 60-61).

Toplam bağlantı etkileri doğrudan alınabileceği gibi endekslenmesi yoluna da gidilmektedir. Buradaki amaç, ters matrisler yoluyla ileri ve geri bağlantıların duyarlılık ve kuvvet derecesini gösterilebilmesidir. İleri bağlantı etkisi endeksi, Sektörler arası dağılımın duyarlılığını, diğer sektörlerin  $i$  sektörü ile ilişkisini; geri bağlantı etkisi de bu ilişkinin dağılımının kuvvetini göstermektedir (Bocutoğlu, 1990: 144).

#### 3.2.2.5.4. Bağlantı Etkilerinin Dağılımı

Sektörlerin ekonomi içerisindeki yerinin belirlenebilmesi için sadece bağlantı etkilerine bakmak yeterli olmayabilir. Daha güvenilir sonuç alabilmek için sektörlerin dağılım ölçülerinin de hesaplanması gerekmektedir.

Sektörlerin ileri ve geri bağlantı etkilerinin ekonomi içerisine ne ölçüde yayıldığına görülebilmesi için dağılım ölçüsü katsayısı hesaplanmaktadır. Dağılım ölçüsü, hem doğrudan hem de toplam bağlantı etkileri için hesaplanabilirken, burada toplam bağlantı etkisi endeksleri ele alınmıştır.

Tipik bir i sektörünün toplam ileri dağılım ölçüsü,

$$DF_i = \frac{\{(\frac{1}{N-1})\sum_j (r_{ij} - (\frac{1}{N})\sum_j r_{ij})^2\}^{1/2}}{(\frac{1}{N})\sum_j r_{ij}} \quad (3.34)$$

Tipik bir j sektörünün toplam geri dağılım ölçüsü ise,

$$DB_j = \frac{\{(\frac{1}{N-1})\sum_i (r_{ij} - (\frac{1}{N})\sum_i r_{ij})^2\}^{1/2}}{(\frac{1}{N})\sum_i r_{ij}} \quad (3.35)$$

şeklinde hesaplanmaktadır.

Eşitliklerdeki;

$r_{ij}$ ; Leontief ters matrisini,

(N); sektör sayısını ifade etmektedir.

Toplam ileri ve geri bağlantı etkilerinin dağılım ölçülerinin alabileceği en küçük değer sıfır olmaktadır. Dağılım ölçüsüne göre, hesaplanan ölçünün aldığı değer arttıkça ilgili sektörün ekonomi içerisinde etkileşimde olduğu sektör sayısı azalmaktadır. Tam tersi bir durum da, yani dağılım ölçüsü azalarak sıfıra yaklaştığında ise sektörün ekonomi içerisinde etkileşimde olduğu sektör sayısı artmaktadır (Boucher, 1976: 315).

Çıktı katsayıları matrisi yoluyla da toplam ileri dağılım ölçüsü hesaplanabilmektedir. Toplam ileri bağlantı etkisinin ekonomi içindeki dağılımının derecesini gösteren dağılım ölçüsü şu şekilde ifade edilebilmektedir;

$$DF_i = \frac{\{(\frac{1}{N-1})\sum_j (g_{ij} - (\frac{1}{N})\sum_j g_{ij})^2\}^{1/2}}{(\frac{1}{N})\sum_j g_{ij}} \quad (3.36)$$

Buradan;

$g_{ij}$ ; Ghosh ters matrisi elemanını,

(N); sektör sayısını göstermektedir.

Elde edilen dağılım ölçüsünün sıfıra yakınlığı arttıkça sektörün ekonomi içerisindeki dağılımı da dengeli şekilde gerçekleşmektedir (Alp, 2016: 61).

### **3.2.2.5.5. Yatırım Öncelikleri ve Kilit Sektör**

Bir sektörün geri bağlantı katsayısı yüksek olduğu zaman, bu sektörde gerçekleşen bir birimlik üretim artışı aynı zamanda diğer sektörlerin üretimlerini de yükseltecektir. Aynı şekilde ileri bağlantı katsayısı yüksek olduğu zaman ise sektörel üretimdeki bir birimlik artış sonucu diğer sektörlerle olan ara girdi arzı artmakta ya da girdiler ucuzlamaktadır. Bu iki etkinin de yüksek olduğu sektörler “kilit sektörleri” oluşturmaktadır (Aydoğuş, 2010: 132-133).

Kilit sektör tanımlaması ilk kez dengesiz kalkınma modellerinin öncülerinden olan Hirschman tarafından yapılmıştır. Hirschman, ekonomik olarak gelişmenin ve yapısal olarak değişimler sağlanabilmesinin kaynağını bağlantı etkisi yüksek sektörlerle bağlamaktadır (San Cristobal ve Beizma, 2006: 2). Gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme amaçlarına ulaşabilmeleri için, yüksek bağlantı etkilerine sahip kilit sektörleri desteklemeleri gerekmektedir (Kweka et al., 2001: 8).

Bir ekonomideki mevcut sektörlerin ileri ve geri bağlantı etkilerinin yüksek ya da düşük olma durumuna yani sektörel yatırım önceliklerine göre dörtlü bir sınıflandırma yapılmıştır;

Hem ileri hem de geri bağlantı etkisi yüksek olan sektörler; bu kategori içerisinde yer alan sektörler ekonomi için kilit sektörlerdir. Her iki bağlantı katsayısı da ortalama değer üzerinde çıkmaktadır. Yatırım öncelikleri en yüksek olan sektörlerden oluşmaktadır. Önemli ölçüde ara malı üretmesi ve girdi alması ile hem mal alınan hem de mal satılan sektörlerini etkilemektedir. Ekonomi içerisinde lokomotif sektör olarak nitelendirilecek sektörlerden oluşmaktadır (İloğlu, 1993: 47).

Geri bağlantı etkisi yüksek, ileri bağlantı etkisi düşük olan sektörler; geri bağlantı katsayısı ortalamanın üzerinde olan ve ileri bağlantı katsayısı ortalamanın altında olan sektörlerden oluşmaktadır. Kilit sektöre yapılan yatırımlardan sonra hâlâ

kullanılabilecek durumda olan kaynaklar buraya aktarılmalıdır (Yılancı, 2008: 77). Buradaki sektörler ülkenin doğal kaynaklarını değerlendirmede etkili konumda bulunmaktadır (Aydoğuş, 1999: 100-101). Ekonomi içerisinde bulunan diğer sektörlerin üretim yapılarını uyarması bakımından önem arz etmektedir (İloğlu, 1993: 47).

İleri bağlantı etkisi yüksek geri bağlantı etkisi düşük olan sektörler; ileri bağlantı katsayısının ortalamanın üzerinde olan ve geri bağlantı katsayısı ortalamanın altında yer alan sektörlerden oluşmaktadır. Bu kategoride yer alan sektörlerin kilit sektör tarafından uyarılması gerekmektedir. Buradaki sektörler ara mal üretmekte ve bu malları talep eden sektörlerin üretimlerini arttırmaktadır (Yılancı, 2008: 78).

Her iki bağlantı etkisi düşük olan sektörler; bu kategori içerisinde yer alan sektörlerin hem ileri hem de geri bağlantı katsayıları düşüktür. İki bağlantı katsayısı da ortalama değerin altında çıkmaktadır. Buradaki sektörlerin de kilit sektörler tarafından uyarılması gerekmektedir. Diğer sektörlerde direk etkileri yoktur, fakat katma değer ile ülke gelirini arttırmaktadır (Yılancı, 2008: 78).

Yapılan sınıflandırmalar için her iki bağlantı etkisi de dikkate alınmaktadır. Ancak, geri bağlantı etkisi ileri bağlantı etkisinden daha önemli görülmektedir (Aydoğuş, 2010: 133). Geri bağlantı etkisinin yüksek olduğu sektörlerin ekonomiyi hareketlendirmesi daha kolay olacaktır. Çünkü geri bağlantı katsayısının yüksek olduğu sektörlerde nihai talep artışları ile oluşan üretim artışları daha yüksek olacaktır (Bayramoğlu ve Gündoğmuş, 2007: 114).

#### **3.2.2.6. Çarpan Analizleri**

Girdi-çıktı yöntemi ile çarpan analizleri de hesaplanabilmektedir. Girdi-çıktı yönteminde, endüstrilerarası sisteme dâhil olan nihai talep artışı yani otonom bir harcama ile bu harcama ile meydana gelen toplam etkiler arasındaki ilişki, bu otonom harcamanın yöneldiği endüstrinin çarpan etkisini göstermektedir. İlk otonom harcama sadece yöneldiği endüstride kalmaz ekonominin diğer endüstrileri üzerinde de yayılarak devam etmektedir. Girdi – çıktı literatüründe çarpan analizine “Etki Analizi” de denilmektedir (Bocutoğlu, 1990: 127).

Çarpan kavramının özünde, ulusal gelirde küçük bir payı dahi olsa yatırımlardaki değişimlerin, toplam istihdam ver gelir üzerinde kendisinden nispeten daha büyük değişimler yaratması bulunmaktadır (Keynes, 1936: 81).

### 3.2.2.6.1. Üretim Çarpanı Analizi

Üretim çarpanı, bir sektörün nihai talebinde meydana gelen bir birimlik artışın ekonomideki tüm sektörlerde meydana getirdiği toplam üretim artışını ifade etmektedir. Leontief ters matrisinde sektörün bulunduğu sütun toplamından oluşmaktadır. Üretim çarpanı kısaca toplam geri bağlantı etkisidir (İzmir Kalkınma Ajansı, 2012: 42).

$$MO_j = TLB_j = \sum_i r_{ij} \quad (j= 1,2,...,n) \quad (3.37)$$

Burada;

$MO_j$  = j. endüstrinin basit üretim çarpanı,

$$r_{ij} = (I - A)^{-1} \text{ dir.} \quad (3.38)$$

### 3.2.2.6.2. İstihdam Çarpanı Analizi

İstihdam çarpanı, nihai talepte meydana gelen bir birim artışın istihdam üzerinde doğurduğu etkileri göstermektedir. İşgücü ödemelerinin toplam üretim içerisindeki oranına bağlı olarak istihdam çarpan katsayısı hesaplanabilmektedir. Herhangi bir j endüstrisinin basit istihdam çarpanı şu şekilde gösterilmektedir (Korum, 1974: 255; Özyurt, 1982: 138; Taşcı, 2013: 6):

$$e_j = \sum_{i=1}^n A_{ij}(L_i/X_i) \quad (3.39)$$

$L_i$ : i endüstrisinin istihdam hacmi

$X_i$ : i endüstrisinin çıktı (üretim) miktarı,

$L_i/X_i$  : i endüstrisinin işgücü katsayısıdır.

İşgücü katsayısı  $Le_i = L_i/X_i$  olarak ifade edildiğine göre,  $L_e$  bir vektör olarak alındığında;

$$[e] = [L_e] \cdot [I - A]^{-1} \quad (3.40)$$

Denkleminde (e) vektörü elemanları istihdam çarpanlarını oluşturmaktadır.

### 3.2.2.7. İthalata Bağımlılık Analizi

Endüstrilerarası bağıllığın derecesi sektörlerin ithalata olan bağılıklarının derecesini de göstermektedir. Bir ülke ekonomisinin ithalata bağımlı olmasının nedeni, sektörler arasındaki bağınlaşma yapısının yani ileri ve geri bağlantı etkilerinin düşük olmasıdır (İlhan, 2008: 59). Girdi-çıktı analizi, herhangi bir sektörde meydana gelen bir birimlik nihai talep artışı sonucu ihtiyaç duyulan doğrudan ve dolaylı ithal girdi miktarlarının hesaplanmasını da sağlamaktadır (Yükseler ve Türkan, 2006: 31).

Ekonominin ithalata bağımlılığının ölçülmesinde ithal girdi çıktı tablolarından elde edilen ithalat ters matrisi kullanılmaktadır. İthalat ters matrisi ise, ithal girdi katsayıları matrisi ile yurt içi girdi katsayıları matrisinin tersinin çarpılması sonucu bulunmaktadır. Buna göre;

$$A_t = A_m + A_d \quad (3.41)$$

Burada;

$A_t$  : Toplam girdi katsayıları matrisini,

$A_m$  : İthal girdi katsayıları matrisini,

$A_d$  : Yurt içi girdi katsayıları matrisini ifade etmektedir.

Herhangi bir yıla ait ithalat ters matrisi ise;

$$R = A_m \cdot [I - A_d]^{-1} \quad (3.42)$$

şeklinde gösterilmektedir.

$R$ = İthalat ters matrisini,

$A_m$ : İthal girdi katsayıları matrisini,

$[I - A_d]^{-1}$ : Yurt içi girdi katsayıları ters matrisini

göstermektedir. İthalat ters matrisinde yer alan her bir  $r^*_{ij}$  elemanı, j sektörü çıktısına olan nihai talep bir birim arttığında, bu talep artışını karşılayabilmek için yapılacak üretim için toplamda ne kadar i malı ithal edileceğini göstermektedir (Bocutoğlu, 1990: 153).

İthalat ters matrisinin sütun toplamaları;

$$R_j = \sum_{i=1}^n r_{ij} \quad (j=1,2,\dots,n) \quad (3.43)$$

ithalatta geriye bağ katsayılarını vermektedir. İthalatın geriye bağ katsayıları; herhangi bir sektöre olan talep bir birim arttığında, ilgili sektör ve diğer sektörlerin yapacağı ithalatı göstermektedir. Belli bir zaman aralığında, herhangi bir sektöre yönelik sütun toplamı değerinin artması ilgili sektörün girdiler bakımından ithalata olan bağımlılığının arttığını, tersi durum ise ithalata olan bağımlılığın azaldığını göstermektedir (Kalkınma Bankası, 2013: 205).

İthalat ters matrisinin satır toplamaları ise;

$$R_i = \sum_{j=1}^n r_{ij} \quad (i=1,2,\dots,n) \quad (3.44)$$

ithalatta ileriye bağ katsayılarını vermektedir. İthalatın ileriye bağ katsayıları; tüm sektörlerde bulunan mallara yönelik nihai talep birer birim arttığında, bu talep artışını karşılayacak üretim için toplamda ne kadar i sektörü malından ithal edilmesi gerektiğini göstermektedir. Belli bir zaman aralığında, herhangi bir sektöre ait satır toplamalarının değerinin artması ithal edilecek malın arttığını yani ithalata olan bağımlılığın derecesinin arttığını, tam tersi durumda ise bağımlılığın azaldığını göstermektedir (Çivi ve Çakır, 2000: 2).

Herhangi bir yıla ait girdi-çıktı akım tablosu ve ithalat girdi-çıktı akım tabloları kullanılarak ithalatla ilgili incelemeler yapılabilir. İncelemeler sonucunda hangi

endüstrilerin ne derece ithalata bağımlı olduğu ölçülebilir. Endüstriler için tek yıl kullanılarak da üretim ve ithalat yapısı incelenebilir. Ama tek yıllla yapılan bir analiz bağımlılığın zaman içerisindeki değişimini gösteremez. O yüzden ekonomiye ait üretim ve ithalat yapısının belirli bir zaman dönemi için incelenmesi gerekmektedir. Kısaca, ithalata bağımlılık analizi en az iki farklı yıla ait girdi-çıktı akım tabloları üzerinden yapılmalıdır (Bocutoğlu, 1990: 154-155).

### **3.3. 2002 ve 2012 YILI GİRDİ-ÇIKTI TABLOLARI İTİBARIYLA TURİZM SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİ İÇİNDEKİ YERİNİN ANALİZİ**

Ekonomi içerisinde önemli bir yeri olan turizm sektörü, üretimini gerçekleştirirken diğer sektörlerden ara girdi talep etmekte ve diğer sektörlerin üretimleri için kendi çıktısını sunmaktadır. Ekonomide bulunan sektörler arasında meydana gelen girdi alışverişleri ve bunların sonucunda ortaya çıkan etkiler girdi-çıktı tabloları incelenerek analiz edilecektir.

#### **3.3.1. Türkiye Ekonomisi İçin Hazırlanan Girdi Çıktı Tabloları**

Türkiye’de şimdiye kadar TÜİK tarafından yayınlanmış 9 girdi çıktı tablosu mevcuttur. Bunlar 1968, 1973, 1979, 1985, 1990, 1996, 1998, 2002 ve 2012 yılı girdi-çıktı tablolarından oluşmaktadır. 1968 yılına ait tablo 50 sektör, 1973, 1979, 1985 ve 1990 yıllarına ait tablolar 64 sektör, 1996 ve 1998 yılları tabloları 97 sektör, 2002 yılı tablosu 59 sektör ve 2012 yılı tablosu 64 sektör içermektedir.

2002 yılına ait TÜİK tarafından 2008 yılında yayınlanan girdi-çıktı tabloları, 1995 Avrupa Hesaplar Sistemi’nde (EAS-95) bulunan tanım ve kavramlara göre ve Ekonomik Faaliyetlerin İstatistik Sınıflaması (NACE Revize1.1.)’na göre yapılmıştır. 2012 yılına ait ve 2016 yılında yayınlanan girdi-çıktı tablolarında ise sanayi grupları için Avrupa Topluluğu’nda Ekonomik Faaliyetlerin İstatistik Sınıflaması (NACE Revize2) ve ürün grupları içinse Avrupa Ekonomik Topluluğu’nda Faaliyete Göre Ürün Sınıflaması (CPA- 2008) kullanılmıştır (TÜİK, 2017).

Çalışmada, girdi- çıktı tablolarından faydalanarak turizm sektörünün ileri ve geri bağlantı katsayılarının, endüstrilerarası ekonomik etkilerinin ve dolayısıyla tüm ekonomi üzerinde meydana getirdiği çarpanların belirlenebilmesi ve ithalata bağımlılık durumunun incelenebilmesi amacıyla 2002 ve 2012 yılı girdi-çıkıtı tabloları kullanılmıştır. Çalışmada amaçlanan, turizm sektörünün ekonomi içerisindeki yerinin, öneminin ve diğer sektörlerle arasındaki üretim ilişkisinin değerlendirilmesidir. Yapılacak incelemeler için TÜİK' in girdi-çıkıtı tablosunda yapmış olduğu sektörel ayrımlardan yararlanılmıştır.

2002 yılı ve 2012 yılı Türkiye Girdi- Çıkıtı Tabloları aşağıda verilmiştir.

**Tablo 3.2. Türkiye 2002 Yılı Girdi-Çıkıtı Tablolarında Yer Alan Sektörler**

| Sektör No | NACE Kod | Sektör Adı                                                                                                 |
|-----------|----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01        | 01       | Tarım, avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri                                                               |
| 02        | 02       | Ormancılık, tomrukçuluk ve ilgili hizmet faaliyetleri                                                      |
| 03        | 05       | Balıkçılık, balık üretme ve yetiştirme çiftliklerinin işletilmesi ve balıkçılıkla ilgili hizmetler         |
| 04        | 10       | Maden kömürü, linyit ve turba çıkarımı                                                                     |
| 05        | 11       | Tetkik ve arama hariç, ham petrol ve doğalgaz çıkarımı ve bunlarla ilgili hizmet faaliyetleri              |
| 06        | 12       | Uranyum ve toryum cevheri madenciliği                                                                      |
| 07        | 13       | Metal cevheri madenciliği                                                                                  |
| 08        | 14       | Taş ocakçılığı ve diğer madencilik                                                                         |
| 09        | 15       | Gıda ürünleri ve içecek imalatı                                                                            |
| 10        | 16       | Tütün ürünleri imalatı                                                                                     |
| 11        | 17       | Tekstil ürünleri imalatı                                                                                   |
| 12        | 18       | Giyim eşyası imalatı; kürkün işlenmesi ve boyanması                                                        |
| 13        | 19       | Derinin tabaklanması, işlenmesi; bavul, el çantası, saraçlık, koşum takımı ve ayakkabı imalatı             |
| 14        | 20       | Ağaç ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); hasır ve buna benzer, örülerek yapılan maddelerin imalatı |
| 15        | 21       | Kâğıt ve kâğıt ürünleri imalatı                                                                            |
| 16        | 22       | Basım ve yayım; plak, kaset vb. kayıtlı medyanın çoğaltılması                                              |
| 17        | 23       | Kok kömürü, rafine edilmiş petrol ürünleri ve nükleer yakıt imalatı                                        |
| 18        | 24       | Kimyasal madde ve ürünlerin imalatı                                                                        |
| 19        | 25       | Plastik ve kauçuk ürünleri imalatı                                                                         |
| 20        | 26       | Metalik olmayan diğer mineral ürünlerin imalatı                                                            |
| 21        | 27       | Ana metal sanayii                                                                                          |
| 22        | 28       | Makine ve teçhizatı hariç; metal eşya sanayii                                                              |
| 23        | 29       | B.y.s. makine ve teçhizat imalatı                                                                          |
| 24        | 30       | Büro, muhasebe ve bilgi işlem makineleri imalatı                                                           |
| 25        | 31       | B.y.s. elektrikli makine ve cihazların imalatı                                                             |
| 26        | 32       | Radyo, televizyon, haberleşme teçhizatı ve cihazları imalatı                                               |
| 27        | 33       | Tıbbi aletler; hassas ve optik aletler ile saat imalatı                                                    |

|    |    |                                                                                                         |
|----|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 28 | 34 | Motorlu kara taşıtı, römork ve yarı-römork imalatı                                                      |
| 29 | 35 | Diğer ulaşım araçlarının imalatı                                                                        |
| 30 | 36 | Mobilya imalatı; b.y.s. diğer imalat                                                                    |
| 31 | 37 | Yeniden değerlendirme                                                                                   |
| 32 | 40 | Elektrik, gaz, buhar ve sıcak su üretimi ve dağıtımı                                                    |
| 33 | 41 | Suyun toplanması, arıtılması ve dağıtılması                                                             |
| 34 | 45 | İnşaat                                                                                                  |
| 35 | 50 | Motorlu taşıtlar ve motosikletlerin satışı, bakımı ve onarımı; motorlu taşıt yakıtının perakende satışı |
| 36 | 51 | Motorlu taşıtlar ve motosikletler dışında kalan toptan ticaret ve ticaret komisyonculuğu                |
| 37 | 52 | Motorlu taşıtlar ve motosikletler dışında kalan perakende ticaret, kişisel ve ev eşyalarının tamiri     |
| 38 | 55 | Oteller ve lokantalar                                                                                   |
| 39 | 60 | Kara taşımacılığı ve boru hattıyla taşımacılık                                                          |
| 40 | 61 | Suyolu taşımacılığı                                                                                     |
| 41 | 62 | Havayolu taşımacılığı                                                                                   |
| 42 | 63 | Destekleyici ve yardımcı ulaştırma faaliyetleri; seyahat acentelerinin faaliyetleri                     |
| 43 | 64 | Posta ve telekomünikasyon                                                                               |
| 44 | 65 | Sigorta ve emeklilik fonları hariç, mali aracı kuruluşların faaliyetleri                                |
| 45 | 66 | Zorunlu sosyal güvenlik hariç, sigorta ve emeklilik fonları ile ilgili faaliyetler                      |
| 46 | 67 | Mali aracı kuruluşlara yardımcı faaliyetler                                                             |
| 47 | 70 | Gayrimenkul faaliyetleri                                                                                |
| 48 | 71 | Operatörüz makine ve teçhizat ile kişisel ve ev eşyalarının kiralanması                                 |
| 49 | 72 | Bilgisayar ve ilgili faaliyetler                                                                        |
| 50 | 73 | Araştırma ve geliştirme hizmetleri                                                                      |
| 51 | 74 | Diğer iş faaliyetleri                                                                                   |
| 52 | 75 | Kamu yönetimi ve savunma, zorunlu sosyal güvenlik                                                       |
| 53 | 80 | Eğitim hizmetleri                                                                                       |
| 54 | 85 | Sağlık işleri ve sosyal hizmetler                                                                       |
| 55 | 90 | Kanalizasyon, çöp ve atıkların toplanması, hıfzıssıhha ve benzeri hizmetler                             |
| 56 | 91 | Başka yerde sınıflandırılmamış üye olunan kuruluşların faaliyetleri                                     |
| 57 | 92 | Eğlence, dinlenme, kültür ve sporla ilgili faaliyetler                                                  |
| 58 | 93 | Diğer hizmet faaliyetleri                                                                               |
| 59 | 95 | Evlerde yaptırılan hizmet işleri                                                                        |

Kaynak: TÜİK, Girdi – Çıktı Tabloları, 2017

**Tablo 3.3. Türkiye 2012 Yılı Girdi-Çıktı Tablolarında Yer Alan Sektörler**

| Sektör No | CPA Kod | Sektör Adı                                                                              |
|-----------|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| 01        | A01     | Tarım ve avcılık ürünleri ve ilgili hizmetler                                           |
| 02        | A02     | Orman ürünleri ve ilgili hizmetler                                                      |
| 03        | A03     | Balık ve diğer balıkçılık ürünleri; su ürünleri; balıkçılık için destekleyici hizmetler |
| 04        | B       | Madencilik ve Taş ocakçılığı                                                            |
| 05        | C10-C12 | Gıda, içecekler ve tütün ürünleri                                                       |

|    |         |                                                                                                                                                                             |
|----|---------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 06 | C13-C15 | Tekstil, giyim eşyası, deri ve ilgili ürünler                                                                                                                               |
| 07 | C16     | Kereste, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri (mobilya hariç); hasır ve örme malzemesinden (saz, saman vb.) ürünler                                                             |
| 08 | C17     | Kâğıt ve kâğıt ürünleri                                                                                                                                                     |
| 09 | C18     | Basım ve kayıt hizmetleri                                                                                                                                                   |
| 10 | C19     | Kok ve rafine petrol ürünleri                                                                                                                                               |
| 11 | C20     | Kimyasallar ve kimyasal ürünler                                                                                                                                             |
| 12 | C21     | Temel eczacılık ürünleri ve müstahzarları                                                                                                                                   |
| 13 | C22     | Kauçuk ve plastik ürünler                                                                                                                                                   |
| 14 | C23     | Diğer metalik olmayan mineral ürünleri                                                                                                                                      |
| 15 | C24     | Ana metaller                                                                                                                                                                |
| 16 | C25     | Fabrikasyon metal ürünler, makine ve ekipmanlar hariç                                                                                                                       |
| 17 | C26     | Bilgisayarlar ile elektronik ve optik ürünler                                                                                                                               |
| 18 | C27     | Elektrikli teçhizat                                                                                                                                                         |
| 19 | C28     | Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipmanlar                                                                                                                         |
| 20 | C29     | Motorlu kara taşıtları, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork)                                                                                                      |
| 21 | C30     | Diğer ulaşım araçları                                                                                                                                                       |
| 22 | C31_C32 | Mobilya ve diğer mamul eşyalar                                                                                                                                              |
| 23 | C33     | Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı                                                                                                                                  |
| 24 | D35     | Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme                                                                                                                                       |
| 25 | E36     | Doğal su; suyun arıtılması ve temini hizmetleri                                                                                                                             |
| 26 | E37-E39 | Kanalizasyon hizmetleri, kanalizasyon çamuru; atığın toplanması, işlenmesi ve bertarafı; maddelerin geri kazanımı; iyileştirme hizmetleri ve diğer atık yönetimi hizmetleri |
| 27 | F       | İnşaatlar ve inşaat işleri                                                                                                                                                  |
| 28 | G45     | Toptan ve perakende ticaret ile motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarım hizmetleri                                                                              |
| 29 | G46     | Toptan ticaret, motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç                                                                                                               |
| 30 | G47     | Perakende ticaret (motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)                                                                                                           |
| 31 | H49     | Kara taşımacılığı ve boru hattı taşımacılığı hizmetleri                                                                                                                     |
| 32 | H50     | Suyolu taşımacılığı hizmetleri                                                                                                                                              |
| 33 | H51     | Hava yolu taşımacılığı hizmetleri                                                                                                                                           |
| 34 | H52     | Depolama ve destek hizmetleri, taşımacılık için                                                                                                                             |
| 35 | H53     | Posta ve kurye hizmetleri                                                                                                                                                   |
| 36 | I       | Konaklama ve yiyecek hizmetleri                                                                                                                                             |
| 37 | J58     | Yayıncılık hizmetleri                                                                                                                                                       |
| 38 | J59_J60 | Sinema filmi, video ve televizyon programı yapımcılık hizmetleri, ses kaydı ve müzik yayımlama; programcılık ve yayıncılık hizmetleri                                       |
| 39 | J61     | Telekomünikasyon hizmetleri                                                                                                                                                 |
| 40 | J62_J63 | Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili hizmetler; bilgi hizmetleri                                                                                                   |
| 41 | K64     | Finansal hizmetler (sigorta ve bireysel emeklilik hariç)                                                                                                                    |
| 42 | K65     | Sigorta, reasürans ve emeklilik fonları hizmetleri, zorunlu sosyal güvenlik hariç                                                                                           |
| 43 | K66     | Finansal hizmetler ile sigorta hizmetlerine yardımcı hizmetler                                                                                                              |
| 44 | L68B    | Gayrimenkul hizmetleri                                                                                                                                                      |
| 45 | L68A    | Kendi konutunda ikamet edenler için izafi kira                                                                                                                              |
| 46 | M69_M70 | Hukuk ve muhasebe hizmetleri; idare merkezi hizmetleri; idari danışmanlık hizmetleri                                                                                        |
| 47 | M71     | Mimarlık ve mühendislik hizmetleri; teknik test ve analiz hizmetleri                                                                                                        |
| 48 | M72     | Bilimsel araştırma ve geliştirme hizmetleri                                                                                                                                 |

|    |         |                                                                                                                                                    |
|----|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 49 | M73     | Reklamcılık ve pazar araştırması hizmetleri                                                                                                        |
| 50 | M74_M75 | Diğer mesleki, bilimsel ve teknik hizmetler; veterinerlik hizmetleri                                                                               |
| 51 | N77     | Kiralama ve leasing hizmetleri                                                                                                                     |
| 52 | N78     | İstihdam hizmetleri                                                                                                                                |
| 53 | N79     | Seyahat acentesi, tur operatörü, diğer rezervasyon hizmetleri ve ilgili hizmetler                                                                  |
| 54 | N80-N82 | Güvenlik ve soruşturma hizmetleri; bina ve çevre düzenleme (peyzaj) hizmetleri; büro yönetimi, büro destek ve diğer iş destek hizmetleri           |
| 55 | O84     | Kamu yönetimi ve savunma hizmetleri; zorunlu sosyal güvenlik hizmetleri                                                                            |
| 56 | P85     | Eğitim hizmetleri                                                                                                                                  |
| 57 | Q86     | İnsan sağlığı hizmetleri                                                                                                                           |
| 58 | Q87_Q88 | Yatılı bakım hizmetleri; barınacak yer sağlanmaksızın verilen sosyal hizmetler                                                                     |
| 59 | R90-R92 | Yaratıcı sanatlar, gösteri sanatları ve eğlence hizmetleri; kütüphane, arşiv, müze ve diğer kültürel hizmetler; kumar ve müşterek bahis hizmetleri |
| 60 | R93     | Spor hizmetleri ile eğlence ve dinlence hizmetleri                                                                                                 |
| 61 | S94     | Üye olunan kuruluşlar tarafından verilen hizmetler                                                                                                 |
| 62 | S95     | Bilgisayarların, kişisel eşyaların ve ev eşyalarının onarımına ilişkin hizmetler                                                                   |
| 63 | S96     | Diğer kişisel hizmetler                                                                                                                            |
| 64 | T       | Ev içi çalışan personelin işverenleri olarak hane halklarının hizmetleri                                                                           |

Kaynak: TÜİK, Girdi- Çıktı Tabloları, 2017

Ekonomi içerisinde pek çok sektör yer almaktadır. Sektörler birleştirilerek sayısı azaltılmaya ve çözüm yolu kolaylaştırılmaya çalışılmaktadır. Girdi – çıktı tablolarındaki satır ve sütunlarda bize birleşik mal gruplarını göstermektedir. Sektörler arası bu birleşim olayına da “aggregasyon” adı verilmektedir. Birleşme işlemi için sektörlerin üretim fonksiyonlarına, malların benzerliklerine, tamamlayıcı ya da ikame olma durumlarına ve bir sektörün diğer sektör için tamamıyla girdi olma durumuna göre birleştirilmeler sağlanabilmektedir (Öney, 1987: 109).

2002 yılı Girdi- Çıktı tablosu 59 sektörden, 2012 yılı Girdi- Çıktı tablosu ise 64 sektörden oluşmaktadır. 2002 ve 2012 yılı Girdi- Çıktı tabloları NACE Rev. 1.1 ve NACE Rev. 2 sınıflandırılması esas alınarak 9 sektörde toplulaştırılmıştır.

**Tablo 3.4. NACE Rev. 1.1 ve NACE Rev. 2 Esas Alınarak Topplulaştırılmış 2002 ve 2012 Yılı Girdi-Çıktı Tablosu Sektörleri**

| Sıra No | Sektör Adı | Sektör No Yıllar    |                                |
|---------|------------|---------------------|--------------------------------|
|         |            | 2002                | 2012                           |
| 1       | Tarım      | 1-3                 | 1-3                            |
| 2       | Madencilik | 4-8                 | 4                              |
| 3       | Gıda       | 9-10                | 5                              |
| 4       | İmalat     | 11-30               | 6-23                           |
| 5       | İnşaat     | 34                  | 27                             |
| 6       | Ticaret    | 35-37               | 28-30                          |
| 7       | Ulaştırma  | 39-41               | 31-34                          |
| 8       | Turizm     | 38, 42, 57          | 36, 53, 59, 60                 |
| 9       | Hizmetler  | 31-33, 43-56, 58-59 | 24-26, 35, 37-52, 54-58, 61-64 |

Aralarında tire işareti bulunan sektör kodları ilgili sayılar arasında kalan sektör kodlarını kapsamaktadır. Örneğin: 1-3 Nolu ‘Tarım’ sektörü; 1 ‘Tarım, avcılık ve ilgili hizmet faaliyetleri’, 2 ‘Ormancılık, tomrukçuluk ve ilgili hizmet faaliyetleri’, 3 ‘Balıkçılık, balık üretme ve yetiştirme çiftliklerinin işletilmesi ve balıkçılıkla ilgili hizmetler’ sektörlerini kapsamaktadır.

Çalışmanın ana konusu olan turizm sektörünün alt sektörlerini 2002 yılı Girdi-Çıktı tablosunda ‘Oteller ve Lokantalar (38)’, ‘Destekleyici ve Yardımcı Ulaştırma Faaliyetleri; Seyahat Acentelerinin Faaliyetleri (42)’ ve Eğlence, Dinlence, Kültür ve Sporla İlgili Faaliyetler (57)’ sektörleri oluşturmaktadır (Sarışık vd., 2011: 211).

2012 yılı Girdi-Çıktı tablosuna bakıldığında ise, ‘Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri (36)’, ‘Seyahat Acentesi, Tur Operatörü, Diğer Rezervasyon Hizmetleri ve İlgili Hizmetler (53)’, ‘Yaratıcı Sanatlar, Gösteri Sanatları ve Eğlence Hizmetleri; Kütüphane, Arşiv, Müze ve Diğer Kültürel Hizmetler; Kumar ve Müşterek Bahis Hizmetleri (59)’ ve ‘Spor Hizmetleri ile Eğlence ve Dinlence Hizmetleri (60)’ turizm sektörünün alt sektörlerini oluşturmaktadır. 2002 yılın Girdi – Çıktı tablosunda turizm alt sektörü sayısı üç tane iken, 2012 yılı Girdi-Çıktı tablosunda bu sayı dört olmuştur.

**Tablo 3.5. 2002 ve 2012 Yılı Girdi-Çıktı Tabloları Turizm Alt Sektörleri**

| Turizm Sektörünün Alt Sektörleri |                                                                                     |           |                                                                                                                                                    |
|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sektör No                        | 2002                                                                                | Sektör No | 2012                                                                                                                                               |
| 38                               | Oteller ve Lokantalar                                                               | 36        | Konaklama ve Yiyecek Hizmetleri                                                                                                                    |
| 42                               | Destekleyici ve Yardımcı Ulaştırma Faaliyetleri; Seyahat Acentelerinin Faaliyetleri | 53        | Seyahat Acentesi, Tur Operatörü, Diğer Rezervasyon Hizmetleri ve İlgili Hizmetler                                                                  |
| 57                               | Eğlence, Dinlence, Kültür ve Sporla İlgili Faaliyetler                              | 60        | Yaratıcı Sanatlar, Gösteri Sanatları ve Eğlence Hizmetleri; Kütüphane, Arşiv, Müze ve Diğer Kültürel Hizmetler; Kumar ve Müşterek Bahis Hizmetleri |
|                                  |                                                                                     | 61        | Spor Hizmetleri ile Eğlence ve Dinlence Hizmetleri                                                                                                 |

Kaynak: TÜİK, Girdi- Çıktı Tabloları, 2017.

2002 yılı girdi- çıktı tablosunda tek sektörde toplanan eğlence, dinlence, kültür ve sporla ilgili faaliyetler sektörü, 2012 yılı girdi- çıktı tablolarında ayrılarak iki ayrı sektör olarak yer almıştır.

### 3.3.2. Endüstrilerarası Bağlantıların Hesaplanması

Bir ekonomideki endüstrilerin yeri ve önemi endüstrilerarasındaki bağlantı etkileri ile belirlenebilmektedir. Bir endüstrinin üretim yapabilmek için diğer sektörlerden girdi temin etmesi o endüstrinin geri bağlantısını göstermektedir. Diğer taraftan, bir endüstrinin çıktısını diğer endüstrilere girdi olarak vermesi o endüstrinin ileri bağlantısını göstermektedir.

Ekonomi içinde yatırım öncelikleri için hesaplanacak bağlantı etkileri için ithalat girdilerinin dâhil edilmediği yurt içi girdi-çıktı tabloları dikkate alınmıştır. Aksi durumda bağlantı etkileri yüksek ama aynı zamanda ithalata bağımlı olan sektörler de kilit sektör kategorisi içinde yer alacaktır. Bu durumdaki sektörlerin üretimlerinde meydana gelecek artışlar, ithalatı uyaracağı için ekonomik büyümeye katkısı olmayacaktır (Aydoğan, 2010: 134).

### 3.3.2.1. Endüstrilerarası Doğrudan İleri ve Geri Bağlantıların Hesaplanması

2002 ve 2012 yılı Yurtiçi Girdi-Çıktı tabloları kullanılarak toplulaştırılan 9 sektörün doğrudan geri ve ileri bağlantı etki katsayıları Tablo 3.6'da verilmektedir. Doğrudan geri bağlantıların hesaplamasında girdi katsayıları matrisi ve doğrudan ileri bağlantıların hesaplanmasında ise çıktı katsayıları matrisi kullanılmıştır. Doğrudan ileri bağlantı etkilerinin hesaplanabilmesi için Chenery-Watanabe yöntemi yani (3.27) nolu eşitlikten, doğrudan geri bağlantıların hesaplanabilmesi için ise (3.28) nolu eşitlikten yararlanılmıştır. Doğrudan geri ve ileri bağlantı etkileri sektörler arasında bulunan doğrudan etkileri göstermekte fakat dolaylı etkileri göstermemektedir. Dolaylı etkilerin de ölçülebilmesi için toplam bağlantı etkilerinin hesaplanması gerekmektedir.

**Tablo 3.6. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Doğrudan Geri ve İleri Bağlantı Etkileri**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                   |                         | 2012                   |                         |
|----|----------------------------|------------------------|-------------------------|------------------------|-------------------------|
|    |                            | Doğrudan Geri Bağlantı | Doğrudan İleri Bağlantı | Doğrudan Geri Bağlantı | Doğrudan İleri Bağlantı |
| 1  | Tarım                      | 0,3078                 | 0,5380                  | 0,2962                 | 0,4934                  |
| 2  | Madencilik                 | 0,3333                 | 0,9580                  | 0,3114                 | 0,7348                  |
| 3  | Gıda                       | 0,6920                 | 0,2356                  | 0,5953                 | 0,2655                  |
| 4  | İmalat                     | 0,5297                 | 0,5395                  | 0,4493                 | 0,4705                  |
| 5  | İnşaat                     | 0,4765                 | 0,0809                  | 0,5397                 | 0,2220                  |
| 6  | Ticaret                    | 0,3258                 | 0,4836                  | 0,3424                 | 0,3845                  |
| 7  | Ulaştırma                  | 0,3735                 | 0,3998                  | 0,3857                 | 0,4836                  |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>0,4817</b>          | <b>0,4149</b>           | <b>0,4382</b>          | <b>0,1409</b>           |
| 9  | Hizmetler                  | 0,3257                 | 0,3714                  | 0,3088                 | 0,4087                  |
|    | Ortalama                   | 0,4273                 | 0,4469                  | 0,4075                 | 0,4004                  |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi-Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Doğrudan geri bağlantı etkisi, sektörlerin diğer sektörlerle bağımlılığını göstermektedir. Turizm sektörünün 2002 ve 2012 yılları için doğrudan geri bağlantı katsayıları sırasıyla 0,4817 ve 0,4382 olarak hesaplanmıştır. Turizm sektörünün 2002

yılı girdi-çıkıtı tablolarına göre 1 birimlik bir üretim artışı sağlayabilmek için 0,48 birimlik bir girdiye ve 2012 yılı girdi çıkıtı tablolarına göre ise 1 birimlik üretim artışı sağlayabilmek için 0,43 birimlik bir girdiye ihtiyacı olduğunu göstermektedir. Sektörel sıralama yapıldığında ise turizm sektörü 2002 yılında üçüncü sırada yer alırken 2012 yılında dördüncü sıraya gerilemiştir. 2002 yılından 2012 yılına gelindiğinde 1 birimlik çıktının daha az girdiyle elde edildiği, sektörde verimliliğin artışı ve teknolojinin geliştiği de söylenebilir.

Doğrudan geri bağlantı, ekonomide oluşan katma değerin de görülmesini sağlamaktadır. Katma değer ile geri bağlantı arasında ters orantı bulunmaktadır. Bu durumda 2002 yılından 2012 yılına gelindiğinde doğrudan geri bağlantı azalırken turizm sektörü tarafından yaratılan katma değer artış göstermiştir.

Turizm sektörünün 2002 ve 2012 yılı girdi – çıkıtı tablolarına göre doğrudan ileri bağlantı katsayıları ise sırasıyla 0,4149 ve 0,1409 olarak hesaplanmıştır. 2002 yılı girdi çıkıtı tablolarına göre turizm sektöründeki bir birimlik bir üretim artışı diğer sektörlerde 0,41 birimlik bir üretim artışı sağlarken, 2012 yılı girdi çıkıtı tablolarına göre 0,14 birimlik bir artış meydana getirmektedir. Sektörler kendi içlerinde sıralandığı zaman 2002 yılında turizm sektörünün doğrudan ileri bağlantı katsayısı beşinci sırada yer alırken 2012 yılında dokuzuncu sıraya gerilemiştir. Bir sektörün üretiminin diğer sektörler tarafından ağırlıklı olarak girdi şeklinde kullanılması doğrudan ileri bağlantı katsayılarının yüksek olduğunu göstermekte iken, düşük ileri bağlantı katsayısı sektörünün ürünün daha çok nihai tüketiciler tarafından kullanıldığını göstermektedir. Bu durumda turizm sektörünün çıktıları daha çok nihai tüketim malı niteliği taşımaktadır.

Hesaplamalar sonucunda turizm sektörünün hem 2002 yılı hem de 2012 yılı doğrudan geri bağlantı etkileri doğrudan ileri bağlantı etkilerinden yüksek çıkmıştır. Turizm sektörünün diğer sektörlerden talep ettiği girdi miktarının, sektörün diğer sektörlerle sağladığı girdi miktarından fazla olduğu görülmektedir. Bu durum turizm sektörünün diğer sektörleri uyarma gücünün yüksek ama besleme gücünün düşük olduğu anlamına gelmektedir. Doğrudan geri bağlantı etkileri yüksek olan sektörler diğer sektörlerin üretimini canlandırma açısından önemli bir yere sahiptirler. Turizm sektörünün de doğrudan geri bağlantısının yüksek olması üretim için diğer sektörlerden

girdi talebinde bulunacağını ve ekonomiyi uyarıp canlandırmayı arttıracığını göstermektedir.

Chenery–Watanabe yöntemine göre hesaplanan doğrudan geri ve ileri bağlantı etkileri, sektörlerin birbiriyle kıyaslanabilmesi için belli bir baz değere göre endekslenmektedir. Doğrudan geri bağlantı etkilerinin endekslerini bulabilmek için kullanılan baz değer bu sektörlerin değerler toplamının ortalamasıdır. Aynı şekilde ileri bağlantı etkilerinin endeks değerlerinin hesabı içinde kullanılan baz değer de bu sektörlerin değerlerinin toplamının ortalamasıdır. 2002 ve 2012 yılları doğrudan ileri ve geri bağlantı etkileri için hesaplanan endeks değerleri Tablo 3.7’ de verilmektedir.

**Tablo 3.7. 2002 ve 2012 Yılı Toplaştırılmış Sektörlerin Doğrudan Geri ve İleri Bağlantı Etkilerinin Endeksleri**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                              |                                    | 2012                              |                                    |
|----|----------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
|    |                            | Doğrudan Geri Bağlantı Endeksleri | Doğrudan İleri Bağlantı Endeksleri | Doğrudan Geri Bağlantı Endeksleri | Doğrudan İleri Bağlantı Endeksleri |
| 1  | Tarım                      | 0,7203                            | 1,2040                             | 0,7269                            | 1,2322                             |
| 2  | Madencilik                 | 0,7800                            | 2,1439                             | 0,7644                            | 1,8349                             |
| 3  | Gıda                       | 1,6194                            | 0,5273                             | 1,4609                            | 0,6630                             |
| 4  | İmalat                     | 1,2394                            | 1,2074                             | 1,1027                            | 1,1750                             |
| 5  | İnşaat                     | 1,1150                            | 0,1810                             | 1,3247                            | 0,5432                             |
| 6  | Ticaret                    | 0,7623                            | 1,0823                             | 0,8404                            | 0,9601                             |
| 7  | Ulaştırma                  | 0,8741                            | 0,8947                             | 0,9465                            | 1,2076                             |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>1,1272</b>                     | <b>0,9284</b>                      | <b>1,0756</b>                     | <b>0,3518</b>                      |
| 9  | Hizmetler                  | 0,7622                            | 0,8311                             | 0,7580                            | 1,0208                             |

Kaynak: 2002- 2012 yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Hem doğrudan geri bağlantı etkileri endeks değerleri hem de ileri bağlantı etkileri endeks değerleri 1’den büyük olan sektörler Hirschman’ ın sınıflandırmasına göre kilit sektör olarak gösterilmektedir. Turizm sektörü geri bağlantısı güçlü, ileri bağlantısı zayıf olduğu için bu sınıflandırmada ikinci kategoride yer almaktadır. 2002 ve 2012 yılı girdi – çıktı tabloları doğrudan geri bağlantı endeks değerleri 1’in üzerinde

hesaplanırken, doğrudan ileri bağlantı etkisinin endeks değeri 1'in altında hesaplanmıştır. Geri bağlantı etkileri yüksek, ileri bağlantı etkileri düşük olan sektörler ülkenin doğal kaynaklarının değerlendirilmesinde etkili olan sektörlerdir.

Doğrudan geri ve ileri bağlantıların dolaylı etkileri göz ardı etmesi nedeniyle toplam geri ve ileri bağlantı etkilerinin hesaplanması gerekmektedir. Bu yüzden Rasmussen tarafından önerilen toplam geri ve toplam ileri bağlantı etkileri hesaplanarak dolaylı etkiler de değerlendirilecektir.

### **3.3.2.2. Endüstrilerarası Toplam İleri ve Geri Bağlantıların Hesaplanması**

Chenery-Watanabe yöntemi sadece doğrudan etkileri göze alıp dolaylı etkileri göz ardı ettiği için daha gerçekçi sonuçlar alabilmek amacıyla Rasmussen tarafından önerilen toplam bağlantı etkilerinin de hesaplanması gerekmektedir. Toplam geri bağlantı etkileri hesaplanırken (3.30) nolu eşitlik, toplam ileri bağlantı etkileri hesaplanırken (3.31) nolu eşitlik kullanılmıştır. Toplam geri bağlantı hesaplaması Leontief ters matrisi ve toplam ileri bağlantı hesaplaması ise Ghosh ters matrisi üzerinden yapılmıştır. 2002 ve 2012 yılı Girdi-Çıktı tabloları kullanılarak hesaplanan Türkiye ekonomisi toplam geri ve ileri bağlantı etki katsayıları Tablo 3.8' de gösterilmektedir.

**Tablo 3.8. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Toplam Geri ve İleri Bağlantı Etkileri**

| NO       | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                 |                       | 2012                 |                       |
|----------|----------------------------|----------------------|-----------------------|----------------------|-----------------------|
|          |                            | Toplam Geri Bağlantı | Toplam İleri Bağlantı | Toplam Geri Bağlantı | Toplam İleri Bağlantı |
| 1        | Tarım                      | 1,5138               | 1,8321                | 1,4663               | 1,7553                |
| 2        | Madencilik                 | 1,5689               | 2,7659                | 1,4950               | 2,2473                |
| 3        | Gıda                       | 2,1727               | 1,3614                | 1,9525               | 1,3731                |
| 4        | İmalat                     | 1,9518               | 1,9712                | 1,7400               | 1,7775                |
| 5        | İnşaat                     | 1,8651               | 1,1278                | 1,9422               | 1,3132                |
| 6        | Ticaret                    | 1,5405               | 1,5452                | 1,5386               | 1,6306                |
| 7        | Ulaştırma                  | 1,6473               | 1,6995                | 1,6236               | 1,8300                |
| <b>8</b> | <b>Turizm</b>              | <b>1,8523</b>        | <b>1,7147</b>         | <b>1,7406</b>        | <b>1,2067</b>         |
| 9        | Hizmetler                  | 1,5452               | 1,6452                | 1,4797               | 1,6758                |
|          | Ortalama                   | 1,7397               | 1,7403                | 1,6643               | 1,6455                |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Toplam geri bağlantı etkisi, herhangi bir sektöre yönelik bir birimlik talep artışı olduğu zaman bunu karşılamak için tüm sektörler tarafından toplamda ne kadar üretim yapılması gerektiğini gösterirken, toplam ileri bağlantı etkisi ise tüm sektörlerde meydana gelen birer birimlik nihai talep artışlarının belli bir sektörün üretiminde yol açtığı artışı göstermektedir. Toplam geri bağlantı etkisi katsayısının yüksek olması, sektörde gerçekleşen bir birimlik nihai talep artışı ile toplam üretimin de artacağını göstermektedir.

Tablo 3.8' e bakıldığında, 2002 yılında ve 2012 yılında turizm sektörünün nihai talebinde (o sektörün ürününü nihai mal olarak kullanan nihai tüketiciler tarafından yalnızca o sektör ürününe bir birimlik talep artışı) meydana gelen bir birimlik artış kendisi de dâhil olmak üzere ekonomideki bütün sektörlerde 1,8523 birim ve 1,7406 birimlik üretim artışı meydana getirmektedir. 2002 ve 2012 yılı turizm sektörü toplam geri bağlantı etkisi katsayıları sırasıyla 1,8523 ve 1,7406 olarak hesaplanmıştır. 2002 yılında turizm sektörü ekonomi içerisinde toplam geri bağlantısı en güçlü olan dördüncü

sektör olarak görülmektedir. 2012 yılına gelindiğinde toplam geri bağlantı katsayısında azalma olsa dahi geri bağlantı etkisi katsayıları sıralamasında üçüncü sırada yer almıştır. Geri bağlantıya bağlı olarak, turizm sektörünün çıktı kapasitesini genişletmesi ekonomide genişletici etki yaratacağını göstermektedir. Yine aynı yıllarda tüm sektörlerde meydana gelen birer birimlik talep artışı turizm sektöründe sırasıyla 1,7147 ve 1,2067 birimlik üretim artışı meydana getirmektedir. Kısaca, 2002 ve 2012 yılında turizm sektörünün toplam ileri bağlantı etkisi katsayıları sırasıyla 1,7147 ve 1,2067 olarak hesaplanmıştır. Turizm sektörünün 2002 yılı toplam ileri bağlantı katsayısı sektörel sıralamada dördüncü sırada yer alırken 2012 yılında sektörel sıralamadaki yeri gerilemiş ve son sırada yer almıştır. İncelenen yıllar için turizm sektörünün toplam geri bağlantısı yüksek, toplam ileri bağlantısı ise düşük çıkmıştır. Yüksek geri bağlantısı etkisi turizm sektörünün girdi açısından ekonomide bulunan diğer sektörlerle büyük ölçüde bağımlı olduğunu göstermektedir. Bu sektör ekonomide bulunan diğer sektörlerin üretim düzeylerinin uyarılmasını sağlamaktadır.

Genel olarak toplam geri ve ileri bağlantı etkilerinin incelenen dönemler içerisinde azalma eğilimi içinde olduğu görülmektedir. Bunun yanında toplam ileri bağlantı etkisi toplam geri bağlantı etkisinden daha düşüktür. Toplam geri bağlantılar güçlü, toplam ileri bağlantılar ise zayıf çıkmıştır. Bunun nedeni ise, turizm sektörünün yapısı gereği olarak önemli miktarda ara malı ve hizmet talep ettiği halde çoğunlukla nihai mal ve hizmet üretimi gerçekleştirmesidir. Turizm sektörü, nihai talep artışlarına bağlı olarak geriye doğru bağlantı etkileri oluşmaktadır. Bu durum turizm sektörünün çıktılarını genişletmesinin ekonomide genişletici etki yaratacağının göstergesi olacaktır.

Sektörlerin toplam geri ve ileri bağlantılarının daha iyi karşılaştırmasını yapabilmek için endeksleri alınmış ve değerleri Tablo3.9' da verilmiştir. Toplam geri bağlantı etkilerinin endeks değeri (3.32) nolu eşitlik ve toplam ileri bağlantı etkilerinin endeks değeri ise (3.33) nolu eşitlik yardımıyla hesaplanmıştır. Endeksleme işlemi, bağlantı etkilerinin sektörel ortalamalarına göre yapılmaktadır.

**Tablo 3.9. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Toplam Geri ve İleri Bağlantı Etkilerinin Endeksleri**

| NO       | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                         |                               | 2012                         |                               |
|----------|----------------------------|------------------------------|-------------------------------|------------------------------|-------------------------------|
|          |                            | Toplam Geri Bağlantı Endeksi | Toplam İleri Bağlantı Endeksi | Toplam Geri Bağlantı Endeksi | Toplam İleri Bağlantı Endeksi |
| 1        | Tarım                      | 0,8701                       | 1,0527                        | 0,8810                       | 1,0667                        |
| 2        | Madencilik                 | 0,9018                       | 1,5893                        | 0,8983                       | 1,3657                        |
| 3        | Gıda                       | 1,2489                       | 0,7823                        | 1,1732                       | 0,8345                        |
| 4        | İmalat                     | 1,1219                       | 1,1327                        | 1,0455                       | 1,0802                        |
| 5        | İnşaat                     | 1,0721                       | 0,6480                        | 1,1670                       | 0,7981                        |
| 6        | Ticaret                    | 0,8855                       | 0,8879                        | 0,9245                       | 0,9909                        |
| 7        | Ulaştırma                  | 0,9469                       | 0,9765                        | 0,9756                       | 1,1121                        |
| <b>8</b> | <b>Turizm</b>              | <b>1,0647</b>                | <b>0,9853</b>                 | <b>1,0459</b>                | <b>0,7333</b>                 |
| 9        | Hizmetler                  | 0,8882                       | 0,9453                        | 0,8891                       | 1,0184                        |

Kaynak: 2002- 2012 yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Tablo 3.9’ da turizm sektörünün tüm sektörlerin ortalamasına göre durumu gösterilmektedir. Hesaplanan yıllar itibariyle turizm sektörünün toplam geri bağlantı etkileri endeks değerleri 1’in üzerinde çıkmıştır. Bu değerler 2002 ve 2012 yılları için sırasıyla 1,0647 ve 1,0459 olarak hesaplanmıştır. Buradan turizm sektörüne yapılacak bir birimlik fazla talep, diğer sektörlerde daha fazla üretim artışı sağlayacaktır. Böylece, turizm sektörü oluşan fazla talebi karşılayabilmek için üretimini arttıracak, meydana gelen üretim artışı ile diğer sektörlerin girdilerinden daha fazla miktarda kullanacak ve bu sektörlerde üretim artışına neden olacaktır.

Toplam ileri bağlantı etkileri endeks değerleri de 1 yakın rakamlar almaktadır. 2002 ve 2012 yılı girdi- çıktı tablolarına göre turizm sektörünün toplam ileri bağlantı endeks değerleri sırasıyla 0,9853 ve 0,7333 olarak hesaplanmıştır.

2002 yılı girdi-çıkıtı tablolarına göre turizm sektörünün yapısal bağımlılığı düşüş yaşamıştır. Bununla birlikte; yapısal bağımlılığın düştüğü sektörlerde, bu sektörlerle yönelen nihai talep artışlarını karşılamak için daha az girdi kullanma gereği, teknolojik gelişme ve verimlilik artışı gibi olumlu sonuçlar da ortaya çıkabilmektedir.

Hirschman' ın sektörel sınıflandırmasına göre turizm sektörü ikinci kategoride yer almaktadır. Geri bağlantısı güçlü ileri bağlantısı zayıf olarak hesaplanmıştır. Turizm sektörü ülkenin tabii kaynaklarını kullanarak katma değerlerini yükseltebileceği, ekonomi için itici güç olarak görülmektedir.

### 3.3.2.3. Toplam İleri ve Geri Bağlantı Etkilerinin Dağılım Ölçülerinin Hesaplanması

Bağlantı etkilerinin büyüklüğünün yanında, sektörlerin ekonomi içinde etkileşimde olduğu sektör sayısının da fazla olması gerekmektedir. Bağlantı etkilerin kaç sektöre ne ölçü dâhilinde dağıldığının da gösterilmesi gerekmektedir. Toplam bağlantı etkilerinin ekonomi içerisinde dağılımının ölçüsünü hesaplayabilmek için dağılım ölçüleri hesaplanmıştır. Sektörlerin toplam geri bağlantı etkisinin dağılım ölçüsü hesaplanırken (3.34) nolu eşitlik ve toplam ileri bağlantısının dağılım ölçüsünü hesaplarken (3.35) nolu eşitlik kullanılmıştır.

**Tablo 3.10. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Toplam Geri ve İleri Bağlantı Etkilerinin Dağılım Ölçüleri**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                                      |                                            | 2012                                      |                                            |
|----|----------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|--------------------------------------------|
|    |                            | Toplam Geri Bağlantı Etkilerinin Dağılımı | Toplam İleri Bağlantı Etkilerinin Dağılımı | Toplam Geri Bağlantı Etkilerinin Dağılımı | Toplam İleri Bağlantı Etkilerinin Dağılımı |
| 1  | Tarım                      | 2,2598                                    | 2,0702                                     | 2,2259                                    | 2,0430                                     |
| 2  | Madencilik                 | 1,8872                                    | 1,3314                                     | 2,0288                                    | 1,4385                                     |
| 3  | Gıda                       | 1,5596                                    | 2,5263                                     | 1,6800                                    | 2,4417                                     |
| 4  | İmalat                     | 2,2369                                    | 2,2016                                     | 2,2555                                    | 2,2198                                     |
| 5  | İnşaat                     | 1,6295                                    | 2,6800                                     | 1,7961                                    | 2,6833                                     |
| 6  | Ticaret                    | 2,0234                                    | 2,0076                                     | 1,9684                                    | 1,8134                                     |
| 7  | Ulaştırma                  | 1,9123                                    | 1,8508                                     | 2,2755                                    | 1,9793                                     |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>1,7556</b>                             | <b>1,9328</b>                              | <b>1,7294</b>                             | <b>2,6182</b>                              |
| 9  | Hizmetler                  | 2,3428                                    | 2,1783                                     | 2,5718                                    | 2,6235                                     |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

2002 ve 2012 yılları turizm sektörünün toplam bağlantı etkilerinin dağılımı hesaplanmış ve değerler Tablo 3.10'da verilmiştir. Dağılım ölçülerinin aldığı sayısal değer sıfıra yaklaştıkça dağılımın tüm sektörlerle dengeli olduğu, sıfırdan uzaklaştıkça ise dağılımda dengesizlikler olduğu anlaşılmaktadır.

Turizm sektörünün toplam geri bağlantı etkisinin dağılımı 2012 yılında 2002 yılına göre daha dengeliyken, toplam ileri bağlantısının dağılımında dengesizlikler artmıştır. 2002 yılında toplam geri ve ileri bağlantı etkilerinin dağılımının aldığı değerler 1,7556 ve 1,9328 ve 2012 yılında toplam geri ve ileri bağlantı etkilerinin dağılımının aldığı değerler ise 1,7294 ve 2,6182 olarak hesaplanmıştır. 2002 yılında bağlantı etkilerinin dağılım ölçüleri katsayıları sıfıra yakınlıklarına göre sıralandığında turizm sektörü toplam geri bağlantı dağılım ölçüsü katsayısı üçüncü sırada yer alırken 2012 yılında toplam geri bağlantı dağılım ölçüsü katsayısı azalmış ve sıralamada ikinci sıraya yükselmiştir. En dengeli dağılım 1,72 ile 2012 yılı toplam geri bağlantı etkisi üzerinde gerçekleşmiştir. Toplam ileri bağlantı etkilerinin dağılım ölçülerine bakıldığında turizm sektörünün sektörel sıralamadaki yeri 2002 yılı için üçüncü sıra iken 2012 yılında artan dağılım ölçüsü katsayısı nedeniyle sıralamadaki yeri yedinci sıraya gerilemiştir. Dolayısıyla sıfırdan biraz daha uzaklaşan sektörün ileri bağlantı etkisi adına etkileşimde bulunduğu sektör sayısı azalış göstermiştir.

### **3.3.3. Turizm Sektörünün Oluşturduğu Katma Değerin Hesaplanması**

Girdi-çıktı tablolarında yer alan bir sektöre ait katma değer miktarının toplam üretim miktarına oranlanması ile sektörel katma değer oranları elde edilmektedir.

**Tablo 3.11. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Katma Değer Oranları**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ<br>SEKTÖRLER | 2002                 | 2012                 |
|----|-------------------------------|----------------------|----------------------|
|    |                               | KATMA DEĞER<br>ORANI | KATMA DEĞER<br>ORANI |
| 1  | Tarım                         | 0,6281               | 0,6404               |
| 2  | Madencilik                    | 0,5805               | 0,5772               |
| 3  | Gıda                          | 0,2509               | 0,2909               |
| 4  | İmalat                        | 0,2712               | 0,2780               |
| 5  | İnşaat                        | 0,4321               | 0,3736               |
| 6  | Ticaret                       | 0,6046               | 0,6022               |
| 7  | Ulaştırma                     | 0,5190               | 0,4728               |
| 8  | <b>Turizm</b>                 | <b>0,4696</b>        | <b>0,4910</b>        |
| 9  | Hizmetler                     | 0,6207               | 0,6092               |
|    | Toplam                        | 0,4697               | 0,4686               |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Turizm sektörü için 2002 yılında bir birimlik çıktı içinde yaklaşık olarak 0,47 birimlik katma değer bulunmaktayken, 2012 yılında ise bir birimlik çıktı içinde 0,49 birimlik katma değer bulunmaktadır. 2002 yılında sektörel yurt içi üretimi içinde katma değer payı % 47 seviyesinden 2012 yılında % 49 seviyesine yükselmiştir. Turizm sektörünün yarattığı katma değer diğer sektörlerle karşılaştırdığında 2002 yılında altıncı sırada yer alan sektör 2012 yılında daha fazla katma değer yaratarak sektörler arasındaki yerini beşinci sıraya yükseltmiştir. Aynı zamanda ekonomide bulunan tüm sektörler için bu oran 2002 – 2012 döneminde % 47 olarak bulunmuştur. Ekonomi genelinde katma değer katsayısında değişme olmazken, turizm sektörünün oluşturduğu katma değer artış gösterdiği görülmektedir. Turizm sektörünün sağladığı katma değer yüksek olması bu sektörün istihdam sağlama da ve gelir farklılıklarını azaltmada önemli bir araç olarak kullanılabileceğini göstermektedir.

### 3.3.4. Turizm Sektörü Çarpan Analizinin Hesaplanması

Bu bölümde toplulaştırılmış 2002 ve 2012 girdi-çıktı tabloları üzerinden üretim ve istihdam çarpanları hesaplanmıştır. Hesaplanan çarpanlar sayesinde ileriye yönelik olarak yapılacak kalkınma ve planlama çalışmaları yönlendirilebilecektir.

#### 3.3.4.1. Üretim Çarpanları

Üretim çarpanı, Leontief ters matrisinin sütun toplamlarından meydana gelmektedir. Doğrudan ve dolaylı etkilerin toplamı üretim çarpanını meydana getirmektedir. Kısaca, sektörlerin toplam geri bağlantı etkisi değerleri aynı zamanda üretim çarpanını vermektedir. Toplam geri bağlantı etkileri hesaplanırken (3.30) nolu eşitlik kullanılmıştır.

**Tablo 3.12. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin Üretim Çarpanı Katsayıları**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002           | 2012           |
|----|----------------------------|----------------|----------------|
|    |                            | ÜRETİM ÇARPANI | ÜRETİM ÇARPANI |
| 1  | Tarım                      | 1,5138         | 1,4663         |
| 2  | Madencilik                 | 1,5689         | 1,4950         |
| 3  | Gıda                       | 2,1727         | 1,9525         |
| 4  | İmalat                     | 1,9518         | 1,7400         |
| 5  | İnşaat                     | 1,8651         | 1,9422         |
| 6  | Ticaret                    | 1,5405         | 1,5386         |
| 7  | Ulaştırma                  | 1,6473         | 1,6236         |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>1,8523</b>  | <b>1,7406</b>  |
| 9  | Hizmetler                  | 1,5452         | 1,4797         |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Üretim çarpanı, endüstrilerarasındaki yapısal bağınlaşmaları göstermektedir. Üretim çarpanının sayısal değeri büyüdükçe ekonomideki bağınlaşmanın derecesi de artmaktadır. 2002 yılı girdi-çıkı tablosuna göre turizm sektörünün nihai talebinde meydana gelen 1 birimlik bir artış tüm sektörlerde 1,8523 birimlik artışa neden olurken, 2012 yılı girdi-çıkı tablosuna göre turizm sektöründe meydana gelen 1 birimlik bir artış tüm sektörlerde 1,7406 birimlik bir üretim artışına neden olmaktadır. 2002 yılında turizm sektörünün üretim çarpanı sektörel sıralamada dördüncü sırada yer alırken, 2012 yılında üçüncü sırada yer almaktadır. Her iki yılda da turizm sektörünün üretim çarpanı katsayıları 1'in üzerinde çıkmıştır. Bu da sektörlerde yaşanan bir talep artışının üretimin talep artışından daha fazla olacağını göstermektedir.

#### **3.3.4.2. İstihdam Çarpanları**

İstihdam çarpanının hesaplanabilmesi için öncelikle köşegenleri işgücü gereksinim katsayılarından meydana gelen bir işgücü katsayıları matrisi oluşturulmaktadır. İşgücü gereksinim katsayıları ise işgücü ödemelerinin toplam sektör girdisine oranlanması ile hesaplanmıştır. Hesaplanan işgücü katsayılar matrisinin Leontief ters matrisi ile önsel olarak çarpılması sonucu istihdam çarpanları hesaplanmaktadır. Bu işlemin denklemsel ifadesi (3.40) nolu eşitlikte verilmiştir.

**Tablo 3.13. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İstihdam Çarpanı Katsayıları**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                | 2012                |
|----|----------------------------|---------------------|---------------------|
|    |                            | İSTİHDAM ÇARPANLARI | İSTİHDAM ÇARPANLARI |
| 1  | Tarım                      | 0,1612              | 0,0654              |
| 2  | Madencilik                 | 0,3620              | 0,2223              |
| 3  | Gıda                       | 0,2087              | 0,1586              |
| 4  | İmalat                     | 0,2420              | 0,2100              |
| 5  | İnşaat                     | 0,2509              | 0,2265              |
| 6  | Ticaret                    | 0,2072              | 0,2857              |
| 7  | Ulaştırma                  | 0,1875              | 0,1602              |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>0,2648</b>       | <b>0,2811</b>       |
| 9  | Hizmetler                  | 0,3229              | 0,3402              |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Tablo 3.13’de 2002 ve 2012 yılı girdi-çıktı tabloları istihdam çarpanları gösterilmektedir. 2002 yılı girdi-çıktı tablolarına ve 2012 yılı girdi-çıktı tablolarına göre turizm sektörünün nihai talebinde meydana gelen 1 birimlik bir artış toplamda sırasıyla 0,2648 ve 0,2811 birimlik istihdam artışına neden olmaktadır. Sektörler arasında bir sıralama yapıldığında ise turizm sektörünün 2012 yılında istihdam çarpanı katsayısı artmasına rağmen sıralamadaki yeri her iki yıl içinde üçüncü sıra olarak görülmektedir. Yine de turizm sektörüne yapılacak yatırımlar hem turizm sektöründe hem de ekonominin genelinde istihdam artışının etkisiyle canlanma yaratacaktır.

### **3.3.5. Turizm Sektörünün Üretiminin İthalata Bağımlılığının Hesaplanması**

Herhangi bir sektörün nihai talebinde meydana gelen bir birimlik artış sonucunda tüm yurt dışı sektörlerinden alması gereken toplam dolaylı ve dolaysız ithal girdi miktarlarını ithalat geriye bağ etkisi göstermektedir. İthalat girdi katsayıları matrisi ile yurt içi girdi katsayıları matrisinin tersinin çarpılması sonucu elde edilen ithalat ters matrisinin sütun toplamaları ithalatta geriye bağ etkisini vermektedir. Bu işlemler için (3.42) ve (3.43) nolu eşitlikler kullanılmıştır.

**Tablo 3.14. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İthalat Geriye Bağ Katsayıları**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                           | 2012                           |
|----|----------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
|    |                            | İTHALAT GERİYE BAĞ KATSAYILARI | İTHALAT GERİYE BAĞ KATSAYILARI |
| 1  | Tarım                      | 0,0598                         | 0,0900                         |
| 2  | Madencilik                 | 0,1043                         | 0,1249                         |
| 3  | Gıda                       | 0,1181                         | 0,1834                         |
| 4  | İmalat                     | 0,3008                         | 0,3424                         |
| 5  | İnşaat                     | 0,1741                         | 0,1966                         |
| 6  | Ticaret                    | 0,1011                         | 0,0875                         |
| 7  | Ulaştırma                  | 0,0984                         | 0,1418                         |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>0,0849</b>                  | <b>0,1112</b>                  |
| 9  | Hizmetler                  | 0,0904                         | 0,1076                         |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Tablo 3.14 ekonomideki sektörlerin 2002 ve 2012 yılları ithalat ters matrisinin sütun toplamlarından elde edilen ithalat geriye bağ etkisini göstermektedir. Turizm sektörünün 2002 yılı ithalatta geriye bağ etkisi 0,0849 birim olarak hesaplanmıştır. 2012 yılı ithalat ters matrisinden hesaplanan ithalatta geriye bağ etkisi artış göstererek 0,1112 değerine ulaşmıştır. 2002 yılından 2012 yılına turizm sektöründe ithalata bağımlılık artış göstermektedir. 2002 yılında turizm sektörünün nihai talebi bir birim arttığında, tüm yurt dışı sektörlerinden alması gereken toplam ithal girdi miktarı 0,0849 iken 2012 yılında 0,1112 değerine ulaşmıştır. Bu durum yurt içi girdilerin kullanımının azaldığını göstermektedir. Turizm sektörü ile diğer sektörler arasında bir sıralama yapıldığında ise 2002 yılında üretim yapısının ithalata bağımlılığını gösteren ithalat geriye bağ katsayısı sekizinci sırada yer alırken 2012 yılında turizm sektörünün ithalat geriye bağ katsısının artması nedeniyle sıralamadaki yeri yükselmiş ve altıncı sırada yer almıştır.

Ekonomi içerisindeki tüm sektörlerin nihai taleplerinin birer birim artması halinde, herhangi bir yurt dışı sektöründen ithal edilmesi gereken mal miktarı ithalatta ileriye bağ etkisini göstermektedir. İthalat girdi katsayıları matrisi ile yurt içi girdi katsayıları matrisinin tersinin çarpılması sonucu elde edilen ithalat ters matrisinin satır

toplamları ise ithalatta ileriye bağ etkisini vermektedir. Yapılan bu işlemler (3.42) ve (3.44) nolu eşitlikler yardımıyla hesaplanmıştır.

**Tablo 3.15. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İthalat İleriye Bağ Katsayıları**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                            | 2012                            |
|----|----------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
|    |                            | İTHALAT İLERİYE BAĞ KATSAYILARI | İTHALAT İLERİYE BAĞ KATSAYILARI |
| 1  | Tarım                      | 0,0495                          | 0,0869                          |
| 2  | Madencilik                 | 0,1612                          | 0,2435                          |
| 3  | Gıda                       | 0,0303                          | 0,0613                          |
| 4  | İmalat                     | 0,7748                          | 0,8522                          |
| 5  | İnşaat                     | 0,0000                          | 0,0026                          |
| 6  | Ticaret                    | 0,0000                          | 0,0000                          |
| 7  | Ulaştırma                  | 0,0717                          | 0,0307                          |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>0,0100</b>                   | <b>0,0158</b>                   |
| 9  | Hizmetler                  | 0,0344                          | 0,0923                          |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Tablo 3.15’de ekonomideki sektörlerin 2002 ve 2012 yılları ithalat ters matrisinin satır toplamlarından elde edilen ithalatta ileriye bağ etkisini göstermektedir. Tüm sektörlerin nihai taleplerinde meydana gelen bir birimlik artış karşısında yurt dışı turizm sektöründen ithal edilmesi gereken girdi miktarı 2002 yılından 2012 yılına gelindiğinde artış göstermiştir. Turizm sektörünün 2002 yılı ithalatta ileriye bağ etkisi 0,0100 birim ve 2012 yılı ithalatta ileriye bağ etkisi 0,0158 birim olarak hesaplanmıştır. 2002 yılından 2012 yılına kadar turizm sektörünün ithalata bağımlılık durumu artış göstermiştir. Üretim yapısının ithalata bağımlılık durumunu gösteren ithalat ileri bağ katsayıları için sektörler arasında bir sıralama yapıldığında turizm sektörü 2002 yılında yedinci sırada yer alırken 2012 yılında artış gösteren ileriye bağ katsayısına rağmen yine yedinci sırada yer almıştır.

Endüstrilerin ithal ara girdi kullanma oranlarının yüksek olması, üretim artışlarının doğrudan ithalatı arttırdığı anlamına gelmektedir. Bu durum dış ticaret açığı

üzerinde olumsuz etkiler doğurmaktadır. Ancak, toplam üretim içerisinde bulunan ihracatın payına da bakılması gerekmektedir.

**Tablo 3.16. 2002 ve 2012 Yılı Toplulaştırılmış Sektörlerin İhracatlarının Toplam Üretimleri İçindeki Payı**

| NO | TOPLULAŞTIRILMIŞ SEKTÖRLER | 2002                  | 2012                  |
|----|----------------------------|-----------------------|-----------------------|
|    |                            | İHRACAT/TOPLAM ÜRETİM | İHRACAT/TOPLAM ÜRETİM |
| 1  | Tarım                      | 0,04467               | 0,0529                |
| 2  | Madencilik                 | 0,06923               | 0,1498                |
| 3  | Gıda                       | 0,05275               | 0,1031                |
| 4  | İmalat                     | 0,21485               | 0,2971                |
| 5  | İnşaat                     | 0,03880               | 0,0083                |
| 6  | Ticaret                    | 0,10494               | 0,0278                |
| 7  | Ulaştırma                  | 0,11155               | 0,1298                |
| 8  | <b>Turizm</b>              | <b>0,05064</b>        | <b>0,0241</b>         |
| 9  | Hizmetler                  | 0,01360               | 0,0059                |

Kaynak: 2002- 2012 Yılı TÜİK Girdi- Çıktı tablolarından yararlanarak hesaplanmıştır.

Tablo 3.16’da 2002 ve 2012 yıllarında turizm sektörünün ihracat/toplam üretim oranları görülmektedir. 2002 yılı ihracat/toplam üretim oranı 0,05 değerinde hesaplanmıştır. 2012 yılında ise bu oran düşerek 0,02 seviyesine gerilemiştir. Sektörler arasında toplam üretim içerisindeki ihracat paylarına göre sıralama yapıldığında 2002 yılında turizm sektörü altıncı sırada yer alırken 2012 yılında azalan katsayıya bağlı olarak sıralamadaki yeri de gerilemiş ve yedinci sırada yer almıştır. Turizm sektörünün ithalata bağımlılığı arttığı gibi toplam üretim içerisindeki ihracat düzeyinin de düştüğü görülmektedir.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizmin temeli İlkçağlara kadar dayanmaktadır. İnsanlar ilk başlarda temel beslenme ihtiyaçlarını karşılamak, daha verimli arazilere yerleşmek amacıyla seyahat etmişlerdir. Zamanla gelişen insan ilişkileri, değişen isteklerle ticaret, din, sağlık gibi nedenlerle de seyahat faaliyetleri içerisinde yer almışlardır. Bugünkü anlamıyla geniş kitlelere hitap etmesi 20. yüzyıldan sonrasına dayanmaktadır. Özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra ülkelerin ekonomik durumlarının gelişmesi ile kişi başına düşen gelir artmış, refah seviyesi yükselmiş, teknoloji gelişmiş, iletişim, ulaşım, tanıtım ve organizasyon faaliyetleri ile birlikte turizm yeni boyutlar kazanmıştır.

Turizmin döviz girdisi sağlaması ve istihdam oluşturmaları gibi olumlu katkılarından dolayı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler tarafından turizme verilen önem gün geçtikçe artmaktadır. Döviz arzını arttırarak ödemeler dengesindeki açıkların azaltılması, diğer sektörlerle olan girdi alışverişi ile diğer sektörleri canlandırması, emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle istihdamı, turistik talep artışına cevap verebilmek için yatırımları arttırması, milli gelir üzerinde katma değer oluşturmaları, devletin vergi gelirlerini arttırması gibi katkıları dolayısıyla gözler her zaman turizm sektörünün üzerinde olmuştur. Tüm bu katkılarından dolayı turizm sektörü “bacasız sanayi” olarak adlandırılmaktadır.

Bir turizm ülkesi olan Türkiye; bulunduğu konumu, tarihi ve doğal güzellikleri ile tüm dünyanın ilgisini çeken ülkelerden birisidir. Türkiye için turizm faaliyetlerinin ağırlığı 1980'li yıllardan sonra kendini göstermeye başlamıştır. Hem ekonomi politikalarının uygulanabilmesi hem de ülkenin dışarda tanıtılabilmesi için turizm sektörüne kalkınma planlarında özel önem gösterilmiştir. Böylece turizm sektörü en gözde alanlardan birisi olmaya başlamıştır.

İnsanların her geçen gün çok çeşitli nedenlerle turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Bunlar daha çok içsel sebeplerden oluşmaktadır. İnsanları turizm faaliyetine yönelten birinci neden ise dinlenme ihtiyacıdır. Hayatlarını idame ettirmeye çalışan insanlar biraz dahi olsun dinlenmek, eğlenmek, spor yapmak, kültürlerini attırmak, eğitim almak, dinin gerekli gördüğü ibadetlerini yerine getirmek, bozulan

sağlıklarını geri kazanmak gibi birçok nedenle seyahat etmektedirler. Tüm bunlarda turizm çeşitlerini oluşturmaktadır. Turizm her geçen gün çeşitlenmekte ve yeni turizm türleri ortaya çıkmaktadır.

Tüm bunların yanında turizm sektörünün gelişmesini sağlayan bir takım nedenler de bulunmaktadır. Turizm boş zaman ve tasarrufun ürünüdür. Kişilerin seyahat edebilecek kadar boş zamana ve harcayabilecekleri gelire sahip olmaları, gelişen teknoloji ile zamandan tasarruf etmeleri, ömürlerinin uzaması, turizm hakkında bilinçlenmeleri ve kentin yoğun hayatından uzaklaşma isteği turizmin her geçen gün gelişmesini sağlamaktadır.

Turizm sektörü, turizm malı üretenler ile turizm malını tüketenlerin bulunduğu bir sektördür. Bir ülkede bulunan tüm doğal kaynaklar, alt yapı, üst yapı, sosyo-kültürel varlıklar, ülkenin konukseverliği, ulaştırma sektörünün durumu turizm arzını etkileyen faktörlerdir. Kişilerin seyahat etme kararı vermeleri, turistik ürün alıp almama ya da ne tür turistik ürünü ne kadar alacaklarına karar vermesi birçok faktöre bağlıdır. Turizm talebini ekonomik, toplumsal, psikolojik ve politik birçok faktör etkilemektedir.

Turizm talebinin olmazsa olmazlarından birisi de güvenlidir. Gerek iç turizme katılan vatandaşlar gerekse yurt dışından gelen turistler güvenli bir ortamda turizm faaliyetlerini gerçekleştirmek isterler. Ancak son zamanlarda tüm dünya da ortaya çıkan sorun güvenlik ve terör olaylarıdır. Bu durum turistlerin seyahat etme kararlarını olumsuz etkilemektedir. Türkiye için de aynı sorun baş göstermiştir. Gerek ülke içindeki terör saldırıları gerekse Ortadoğu'da süren savaşlar Türkiye'nin prestijini düşürmektedir. Bir diğer önemli sorun ise yaşanan siyasi ve ekonomik krizlerdir. Rusya ile yaşanan ikili anlaşmazlıklar sonucu son iki yılda turizm adına önemli kayıplar yaşanmıştır. Hem turizm faaliyeti için Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısında hem de elde edilen turizm gelirlerinde önemli kayıplar olmuştur. Ekonomiyi düzeltmek, kalkınmayı hızlandırmak için turizm faaliyetlerinin artırılması gerekmektedir.

Girdi-çıkıtlı analizi ile turizm sektörünün Türk ekonomisi üzerindeki rolünün, diğer sektörlerle olan ilişkisinin ve üretimin ithalata bağımlılığının incelendiği çalışma dâhilinde, öncelikle Türk turizm sektörünün genel durumu incelenmiştir.

Türkiye'nin 2002–2016 yılları arasındaki turizminin genel durumu belirli makroekonomik göstergelerle incelendiğinde önemli düşüşlerin olduğu görülmektedir. İncelenen dönem içerisinde ilk yıllarda ülkeye giriş yapan ziyaretçi sayısı 15 milyon ve elde edilen gelir 12,5 milyar dolar civarındayken zaman içerisinde dalgalanmalar yaşayarak, 2015 yılında yaklaşık 42 milyon kişi ile zirveye ulaşmıştır. En fazla gelir ise 34 milyar dolar ile 2014 yılında elde edilmiştir. 2016 yılında ise Rusya ile yaşanan siyasi sorunlar, terör olayları ve Ortadoğu' da yaşanan yavaş nedeniyle hem ziyaretçi sayısı hem de elde edilen turizm gelirinde düşüş yaşanmıştır. Kişi başına ortalama harcama ise en fazla 2003 yılında olmuştur. Türkiye'nin gelen ziyaretçi sayısı ve elde ettiği turizm geliri bakımından dünya sıralamasındaki yerine bakıldığında 2014 yılındaki sıralamada en fazla ziyaretçi alan 6. ülke, en fazla turizm geliri elde eden 12. ülke iken 2016 yılı sıralamasında en fazla ziyaretçi alan 10. ülke ve en fazla turizm geliri elde eden 17.ülke olmuştur. Türkiye'nin dünya sıralamasındaki yeri hem elde edilen gelir hem de ziyaretçi sayısı bakımından gerilemiştir.

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı, 2002 yılında %5,4 iken daha sonra dalgalanarak 2012 yılında %3,4' e düşmüş ve 2015 yılında en yüksek seviye olan %6,2' ye ulaşmıştır. 2016 yılına gelindiğinde ise daha önce anlatılan nedenlerle GSMH içerisinde turizmin payı %2,6 olmuştur.

Turizm gelirlerinin ihracat içindeki oranlarına bakıldığında ise en yüksek oran 2002 yılında %34,4 iken 2012 yılında %19,2' ye düşmüştür. Daha sonra artmaya başlamış 2015 yılında %21,9 olan oran 2016 yılında %15,5'e düşmüştür. Turizm giderlerinin ihracat giderlerine oranına bakıldığında ise 2002 yılında %3,6 iken 2012 yılına gelindiğinde %1,9'a düşmüştür. Daha sonra artmaya başlayan oranlar 2016 yılında %2,5' e gerilemiştir.

Turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama payına bakıldığında, 2002 yılında %98,19 olan bu oran incelenen dönem içerisinde en yüksek oranı oluşturmaktadır. 2002 yılında sonra düşüşler yaşayan oran 2009 yılına gelindiğinde %82,5 olmuştur. Tekrardan düşüşe geçen pay dalgalanarak 2012 yılına gelindiğinde %43,75'e gerilemiştir. İlerleyen yıllarda da tekrar bir artış yaşasa da 2016 yılında %39,48 olarak gerçekleşmiştir. 2002 yılından 2016 yılına gelindiğinde turizm sektörünün dış ticaret açıklarını kapama payı %60 azalmıştır.

Yıllar itibariyle tesis, oda ve yatak sayılarına bakıldığında, turizm işletme belgeli tesislerde yatırımlar her yıl artarken, turizm yatırım belgeli tesislerin yatırımları dalgalanmalara uğramıştır. 2002 yılı itibariyle toplam yatak sayısı 619.024 iken 2016 yılı itibariyle 1.212.793 olmuştur.

İncelenen dönem içerisinde istihdam oranlarına bakıldığında 2002 yılında turizm sektöründe direkt istihdam edilen kişi sayısının toplam istihdam içindeki payı %2,6 iken 2016 yılında bu oran %1,8 olmuştur. Turizm sektörünün toplamdaki istihdam sayısının genel istihdama oranı ise 2002 yılında %9 iken, 2016 yılına gelindiğinde %8,1 olmuştur. Dönem içerisinde turizm sektöründe çalışan kişi sayısı da dalgalanmalar yaşamıştır.

Genel olarak tüm bu ekonomik etkilerin yanında turizm sektörü bağlantılı olduğu diğer sektörleri etkilemesi ve uyarması açısından önemli bir yere sahiptir. Ekonomik yapı içinde yer alan sektörler üretimlerini gerçekleştirirken hem kendi sektöründen hem de diğer sektörlerden girdi kullanmaktadır. Turizm sektöründe meydana gelen bir birimlik üretim artışı sonucunda diğer sektörlerin girdi-çıkıtı durumunun ekonomik olarak etkilendiği göz önünde bulundurulmalıdır. Bu ilişkileri gösteren girdi-çıkıtı tabloları kullanılmış ve turizm sektörünün endüstrilerarası bağlantı katsayıları hesaplanmıştır. 2002 ve 2012 yıllarına ait girdi-çıkıtı tabloları toplulaştırılarak dokuz sektörlü girdi-çıkıtı tabloları elde edilmiştir. Bu bağlamda 2002 yılı girdi-çıkıtı tablosunda turizm sektörü oteller ve lokantalar (38), destekleyici ve yardımcı ulaştırma faaliyetleri; seyahat acentelerinin faaliyetleri (42), eğlence, dinlenme, kültür ve sporla ilgili faaliyetler (57) altında toplanmıştır. 2012 yılı girdi-çıkıtı tablosunda turizm sektörü konaklama ve yiyecek hizmetleri (36), seyahat acentesi, tur operatörü, diğer rezervasyon hizmetleri ve ilgili hizmetler (53), yaratıcı sanatlar, gösteri sanatları ve eğlence hizmetleri; kütüphane, arşiv, müze ve diğer kültürel hizmetler; kumar ve müşterek bahis hizmetleri (59) ve spor hizmetleri ile eğlence ve dinlenme hizmetleri (60) başlıkları altında toplanmıştır.

2002 ve 2012 yılı girdi-çıkıtı tablolarından yararlanılarak girdi katsayıları ve çıkıtı katsayıları matrisleri ile Leontief ters matrisleri ve Ghosh ters matrisleri elde edilmiştir. Girdi ve çıkıtı katsayıları matrisleri yardımıyla doğrudan geri-ileri bağlantı katsayıları, ters matrisler yoluyla da toplam geri ve ileri bağlantı katsayıları elde edilmiştir.

Turizm sektörünün 2002 yılı yurtiçi girdi- çıktı tablosuna göre doğrudan geri bağlantı katsayısı 0,48 birim, 2012 yılı yurtiçi girdi- çıktı tablosuna göre doğrudan geri bağlantı katsayısı 0,43 birim olarak hesaplanmıştır. Turizm sektöründe 2002 yılında 1 birimlik üretim sağlayabilmek için diğer sektörlerden 0,48 birim girdiye ihtiyaç duyulurken, 2012 yılında 1 birimlik üretim artışı için diğer sektörlerden 0,43 birimlik girdiye ihtiyaç duyulmuştur. Doğrudan ileri bağlantılara bakıldığında ise 2002 yılında turizm sektörünün doğrudan ileri bağlantı katsayısı 0,42 birim, 2012 yılında doğrudan ileri bağlantı katsayısı ise 0,14 birim olarak hesaplanmıştır. 2002 yılında turizm sektöründe bir birimlik üretim artışı diğer sektörlerde 0,41 birimlik üretim artışı sağlarken, 2012 yılında 0,14 birimlik bir üretim artışı meydana getirmiştir.

Ters matrisler yoluyla elde edilen toplam bağlantı etkilerine de bakıldığında, 2002 yılı turizm sektörünün toplam geri bağlantı katsayısı 1,85 birim, toplam ileri bağlantı katsayısı ise 1,71 birim olarak; 2012 yılı turizm sektörünün toplam geri bağlantı katsayısı 1,74 birim, toplam ileri bağlantı katsayısı ise 1,21 olarak hesaplanmıştır. Toplam bağlantı katsayıları doğrudan bağlantı katsayılarının aksine dolaylı bağlantı katsayılarını da kapsamaktadır.

2002 ve 2012 yılı turizm sektörü için hesaplanan toplam ileri ve geri bağlantı etkilerinin endeksleri alındığı zaman ise 2002 yılı toplam geri bağlantı endeksi 1,0647 birim ve toplam ileri bağlantı endeksi 0,9853 birim olarak bulunmuştur. Turizm sektörünün 2012 yılı toplam geri bağlantı etkileri endeksi 1,0459 birim ve toplam ileri bağlantı endeksi 0,7333 birim olarak hesaplanmıştır.

Her iki yıl içinde geri bağlantılar ileri bağlantılardan kuvvetli çıkmıştır. Dengesiz kalkınma modellerinin öncülerinden olan Hirschman' ın sektör kategorisine göre turizm sektörü ikinci kategoride yer almaktadır. Turizm sektörünün geri bağlantısının kuvvetli olması diğer sektörlerden yüksek miktarda girdi talep ettiği anlamına gelmektedir. Bir başka deyişle, turizm sektörü uyarma gücü kuvvetli, besleme gücü ise zayıf olan bir sektördür. Turizm sektörünün geri bağlantısının düşük olması yarattığı katma değer yüksek olduğunu göstermektedir. 2002 yılı girdi-çıkı tablosunda yaratılan katma değer 0,47 birimken, 2012 yılında yaratılan katma değer 0,49 birime yükselmiştir. İleri bağlantı katsayısının düşüklüğü ise üretilen mal ve hizmetlerin daha çok nihai tüketim malı olduğunu göstermektedir. Uyarma ve uyarılma

olarak açıklanan bu iki etki değerlendirildiğinde, daha çok hizmet üreticisi ve nihai kullanıcı olan turizm sektörünün mal alımları açısından bir uyarma özelliği bulunmaktadır. Turizm sektörü ekonomiyi ağırlıklı olarak girdi alma yönünden etkilemekte ve ekonomiyi uyaran stratejik sektörler arasında yer almaktadır.

2002 girdi-çıktı tablolarını kullanarak turizm sektörünün bağlantı etkilerini hesaplayan Sarıışık vd., (2011) sadece genel girdi-çıktı tablolar üzerinden turizm sektörü için doğrudan geri ve ileri bağlantı etkilerini incelerken Canlı (2010) ve Koç (2015) aynı zamanda toplam bağlantı etkilerini de ele almıştır. Çalışmalar yapılan hesaplamalar doğrultusunda doğrudan geri bağlantı etkisini 0,52 birim olarak hesaplamışlardır. Doğrudan ileri bağlantı etkisi ise Sarıışık vd., (2011) tarafından 0,41 birim olarak hesaplanırken Canlı (2010) ve Koç (2015) tarafından 0,53 birim olarak hesaplanmıştır. Toplam bağlantı etkilerini de hesaplayan çalışmalar; toplam geri bağlantı katsayılarını 2,38 birim olarak hesaplarken, toplam ileri bağlantı katsayılarını 3 birim olarak hesaplamışlardır. Bu çalışmada ise turizm sektörünün ekonomi için kilit sektör olma durumu analiz edilmek istenmiş ve daha sağlıklı analiz için ithal girdilerin dâhil edilmediği yurtiçi girdi-çıktı tablolar üzerinden doğrudan bağlantılar ve toplam bağlantılar ele alınmıştır. O yüzden bulunan katsayılar literatürdeki çalışmalardan biraz daha küçük çıkmaktadır. Turizm sektörü adına 2012 yılı girdi-çıktı tabloları kullanılarak kilit sektör olma durumu ve üretim yapısının ithalata bağımlılığını üzerine yapılmış çalışmalar bulunmamaktadır.

Girdi-çıktı tabloları yardımıyla hesaplanan üretim çarpanı da, her bir sektör ile diğer sektörler arasındaki yapısal bağımlaşmayı göstermekte ve nihai talepte meydana gelen bir birimlik artış karşısında üretimin ne kadar artacağını göstermektedir. Leontief ters matrisin sütun toplamlarından meydana gelen üretim çarpanı 2002 yılında turizm sektörü için 1,85 birim olarak hesaplanırken, 2012 yılı için 1,74 birim olarak hesaplanmıştır. Turizm sektörü ile diğer sektörler arasındaki bağımlaşmanın derecesi azalmıştır.

İstihdam çarpanına bakıldığında, istihdam çarpanı yüksek olan sektörler nihai talepte meydana gelecek değişmelere daha duyarlı olduğu için nihai talepteki artışlar bu sektörün istihdamını arttırmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda 2002 ve 2012 yılı girdi-çıktı tabloları ile hesaplanan turizm sektörü istihdam çarpanı artış göstermiştir.

2002 yılında turizm sektörünün nihai talebinde meydana gelen bir birimlik artış toplamda 0,26 birimlik istihdam sağlarken, 2012 yılında bu katsayı 0,28 birim olmuştur. Turizm sektörü ilave istihdam olanağı sağlayarak reel birim istihdam başına sektörlerin ücretlerinde iyileştirmeler sağlamaktadır.

Turizm sektörüne karşı olan talep artışı, yurt içindeki girdilerin talebi karşılayamaması durumunda ithal girdi kullanımının artmasına neden olmaktadır. Girdi-çıkıtı tablolarından elde edilen bilgilerle oluşturulan ters ithalat matrisleri ekonominin ithalata bağımlılığının ölçülmesinde kullanılmaktadır. Ters ithalat matrisi ise analiz edilen yılın ithal girdi katsayıları matrisi ile aynı yıla ait yurt içi girdi katsayıları matrisinin tersinin çarpılması sonucu elde edilmektedir. İthalatın geriye ve ileriye bağ katsayılarına göre turizm sektörünün ithalata bağımlılığı 2012 yılında artış göstermiştir. Bu durumda turizm sektörüne yapılacak yatırım artışları sonucu, hem söz konusu sektörün hem de ilgili diğer sektörlerin üretimlerinde artışlar meydana gelmekte ve bunun yanında ithalatın da artmasına neden olmaktadır.

Sektörün ithal ara girdi kullanımları ile ihracat potansiyelinin bir arada değerlendirilmesi de yatırım kararı vermede ayrıca önemli bir konudur. İthal ara girdi kullanımı düşürülmeye çalışılırken ihracatın da arttırılması ayrıca önem arz etmektedir. Turizm sektörünün toplam üretimi içerisindeki ihracatın payına bakıldığında, 2002 yılında 0,05 olan oran 2012 yılında 0,02 olmuştur.

Genel anlamda turizm sektörü ülke kalkınmasında tek başına yeterli bir sektör olmasa dahi, diğer sektörleri etkilemesi ve uyarması bakımından ekonomi içerisinde önemli bir konuma sahiptir. Turizm sektörü hem diğer sektörlerden girdi talep ederek hem de diğer sektörlerle çıktı arz ederek ekonomiyi bir bütün olarak etkilemektedir. Bundan dolayı turizm sektörüne yönelecek yatırım ve teşviklerin daha kapsamlı bir şekilde hazırlanması ve uygulanması gerekmektedir.

Türkiye'nin turizm sektöründen sağladığı katkıların devamı ve daha fazlası için doğal, tarihi ve kültürel güzelliklerini koruyarak, bu imkânları parasal yararlar dönüştürmede piyasanın ve pazarın bir bütün olarak yürütülmesi gerekmektedir. Türkiye'nin bir turizm destinasyonu haline gelebilmesi için turizm faaliyetlerinin tüm ülkeye ve mevsimlere yayılması, bu doğrultuda alt yapının sağlanması ve mevcut olan

tesislerin modernizasyonunun en iyi şekilde yapılması gerekmektedir. Turizm faaliyetleri yılın 12 ayına yayılmalı, çeşitlendirilmeli ve farklı turizm türleri desteklenmelidir. Ülke tanıtımının gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde güçlendirilmesi turizm sektörünün ekonomi içindeki payını daha da önemli hale getirecektir. Toplumun da turizm konusunda bilinçlendirilmesi ve turizme olan devlet desteğinin artırılması gerekmektedir.



## KAYNAKÇA

- Ak, D., Bıçkıcı, D., Özgökçeler, S., (2013), “Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm”, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, s.49-73.
- Akat, Ö., (1997), “Turizm İşletmeciliği”, Bursa: Ekin Kitapevi.
- Akat, Ö., (2000), “Pazarlama Ağırlıklı Turizm İşletmeciliği”, Bursa: Ekin Kitabevi.
- Akın, A., Şimşek, M.Y., Akın, A., (2012), “Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi”, Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi, Yıl 4, Sayı 7, s. 63-81.
- Aksu, M., Kayabalı, C., (2006), “Alternatif Bir Turizm Kültür Turizmi”, Standart Ekonomik ve Teknik Dergi, Yıl: 45, Sayı: 533, s. 24-28.
- Aktaş, G., (2007), “Turistik Çekicilikler”, Genel Turizm, Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler, İçinde İçöz, O.,(Editör) , Ankara: Turhan Kitabevi.
- Akyüz, M., (2009), “2023 Türkiye Turizm Sektörü Işığında Turizm Politikaları”, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Albayrak, M., (2001), “Dış Aktif Turizm Talebinin Türkiye Ekonomisine Etkisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Edirne.
- Albayrak, A., (2013), “Alternatif Turizm”, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alkin, E., Özer, M., Yıldırım, K., (2008), “İktisada Giriş”, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Alp, E., (2016), “Türkiye İmalat Sanayinin Üretim Yapısının Girdi-Çıktı Analizi Yardımıyla İncelenmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Bursa.
- Altan, Ş., Ediz, A., (2009), “Girdi Katsayılarının Güncellenmesi İçin RAS ve Hedef Programlama Modellerinin Kullanımı”. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(3), s.79 – 92.
- Altıntaş, A., (2015), “Risk Yönetimi ve Sigortacılık”, Genişletilmiş 2.Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Avcıkurt, C., (2003), “Turizm Sosyolojisi”, Balıkesir: Detay Yayıncılık.
- Avderen, S., (2011). “İç Anadolu Bölgesindeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Türk Sağlık Turizmi İçindeki Yeri”, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde.

- Aydın, L., (2012), “Girdi – Çıktı Fiyat Modeli İle Artan Enerji Fiyatlarının Türkiye Ekonomisinin Endüstriyel Üretim Maliyetleri Üzerine Etkilerinin Analizi”, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2 (1), s.65 – 86.
- Aydoğuş, O., (1999), “Girdi-Çıktı Modellerine Giriş; Teori ve Uygulama”, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Aydoğuş, O., (2010), “Girdi- Çıktı Modellerine Giriş”, Ankara: Efil Yayınevi.
- Bahar, O., Kozak, M., (2005), “Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik”, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O., Kozak, M., (2015), “Turizm Ekonomisi”, 7.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- BAKA, (2013), “Sağlık Turizmi Sektör Raporu”.
- Balcı, S., Dağlar H., Kara M., Avcı, Ö., (2003), “Çankırı’nın Alternatif Turizm Potansiyeli”, Türkiye’nin Alternatif Turizm Potansiyeli ve Güncel Sorunları Konferansı, Ankara Üniversitesi Çankırı Meslek Yüksek Okulu, 3-4 Mayıs, Çankırı.
- Barutçugil, İ. S., (1982), “Turizm İşletmeciliği”, (3 Nolu Yayın), Uludağ Üniversitesi Yayınları.
- Barutçugil, İ. S., (1986), “Turizm Ekonomisi ve Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri”, İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- Bayer, M. Z., (1992), “Turizme Giriş” , İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını No: 253.
- Bayramoğlu, Z., Gündoğmuş, E., (2007), “Konya İli Tarıma Dayalı Sanayi İşletmelerinde Tamamlayıcı İthalatın Etkisi”, Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi, 21(42), s.110-119.
- Berberoğlu, C. N., (1986), “Mikro Ekonomik Analiz”, Eskişehir: Bizim Büro Basımevi.
- Bocutoğlu, E., (1990), “Endüstrilerarası İktisat, Teori ve Türkiye Uygulamaları”, Trabzon: Karadeniz Teknik Üniversitesi Basımevi.
- Bocutoğlu, E., Berber, M., Çelik, K., (2000), “İktisada Giriş”, Trabzon: Akademi Yayınevi.
- Boucher, M., (1976), “Some Further Results on the Linkage Hypothesis”, The Quarterly Journal of Economics, Oxford University Press, Vol. 90, No. 2, p. 313-318.
- Boz, C., (2006), “Dünya’da Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Çalışma Şartları” , Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Bryden, J. M., (1983), “Tourism and Development”, Cambridge University Press, Cambridge.
- Bulgan, G., (2017), “Genel Turizm: Kavramlar ve Farklı Boyutlarıyla Değerlendirme”, İçinde Demir, M., (Editör), 1.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bulu, M., Eraslan, İ. H., (2007), “Sağlık Turizmi: Sürdürülebilir Rekabet Avantajı Elde Etmede Turizm Sektörü: Sektörel Stratejiler ve Uygulamalar”, Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu, İstanbul: URAK Yayınları.
- Bulut, Z., (2006), “Kemaliye (Erzincan) İlçesi ve Yakın Çevresinin Alternatif Turizm Kapsamında Rekreatif Turizm Potansiyelinin Belirlenmesi”, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Bülbül, F., (2015), “Sağlık Turizminin Türkiye’deki Gelişimi”, Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, İstanbul.
- Canlı, B., (2010), “Türk Turizm Sektörünün Girdi-Çıktı Modeli İle Analizi”, Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, İzmir.
- Ceylan, M., (2012), “Ekonomi: Mikro- Makro”, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çağlayan, A., (1992), “Deniz Turizmi”, 3. İzmir İktisat Kongresi: 21. Yüzyıla Doğru Türkiye, Marina Yatırım İşletmecileri Derneği Çalışması Grupları Bildirileri.
- İstanbul ve Marmara, Ege, Akdeniz, Karadeniz Bölgeleri Deniz Ticaret Odası (2015), “2014 Deniz Sektörü Raporu”, İstanbul.
- Çak, M., Oktayer, N., Susam, N., (2007), “Türkiye’de Turizm Ekonomisi”, Sayı:69, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Çakır, M., (1999), “Türkiye’de İmalat Sanayiinin Sektörel Bazda İncelenmesi”, Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Çakır, M., Bostan, A., (2000), “Turizm Sektörünün Ekonominin Diğer Sektörleri ile Bağlantılarının Girdi-Çıktı Analizi ile Değerlendirilmesi” Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Yıl:11, Eylül- Aralık, s.35-44.
- Çakır, N. (1999), “Eski Kentsel Yerleşim Birimlerimizin Kültür Turizmimizdeki Yeri ve Önemi Safranbolu Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Çakır, P., (1999), “Türkiye’nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi”, (2 Nolu Yayın), T.C. Anadolu Üniversitesi: Turizm ve Otel İşletmeciliği Yayınları, Eskişehir.

- Çeken, H., (2003), “Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi”, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Çelikkıran, S., (2012), “Turizm ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Niğde.
- Çivi, H., Çakır, M., (2000) “Türkiye’de İmalat Sanayinin Dışa Bağımlılığı”, Atatürk Üniversitesi İİ BF Dergisi, 14(1), s.1-9.
- Çontu, M., (2006), “Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kızılcahamam Termal Turizmi Örneği”, Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Bolu.
- Çoruh, S., (1969), “Genel Turizm Bilgisi”, Ankara.
- Çuhadar, M., (2006), “Turizm Sektöründe Talep Tahmini İçin Yapay Sinir Ağları Kullanımı ve Diğer Yöntemlerle Karşılaştırmalı Analiz (Antalya İlinin Dış Turizm Talebinde Uygulama)”, Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Isparta.
- Dallı, Ö., (1974), “Turizm Talebi ve Gelirleri”, Ankara: Ajans- Türk Matbaacılık.
- Davras, G., M., (2017), “Genel Turizm: Kavramlar ve Farklı Boyutlarıyla Değerlendirme”, İçinde Demir, M., (Editör), 1.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demir, C., Çevirgen, A., (2006), “Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Çevre Yönetimi”, 1. Basım, Ankara: Nobel Yayınları.
- Dilber, İ., (2007), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi” Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 14(2): 205–220.
- Diler, İ., (2004), “ Tekstil Sanayinin Endüstrilerarası Bağlılık ve Ekonomik Etkilerinin Girdi- Çıktı Analizi Yardımıyla Değerlendirilmesi (1980 Sonrası)”, Doktora Tezi, Celal Bayar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Manisa.
- Dinçer, M. Z., (1993), “Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm”, İstanbul: Filiz Kitabevi.
- Dinçer, N., Bakdur, M.E., Vardal, M., (2007), “The Sectoral Aspects of Turkish Economy in the Way Through EU Integration: An Input-Output Analysis”, The State Planning Organisation, July, Ankara.
- Dinçer, İ. F., Ertuğral, S., (2000), “Kültürel Mirasın Korunması ve İstanbul İlindeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme” Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, 11.

- Dinler, Z., (2015), “İktisada Giriş”, Gözden Geçirilmiş 21.Basım, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Doğan, H. Z., (1988), “Gençlik ve Turizm”, Turizm Yıllığı 1986, T.C. Turizm Bankası, Ankara.
- Egeli, H. A., (1997), “Türk Turizminin Dış Ticaret ve Sektörlerarası Bağlantılar Açısından Değerlendirilmesi”, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 52(1), s.235-246.
- Eralp, Z., (1983), “Genel Turizm”, Ankara: Ankara Üniversitesi Yayınlar.
- Erbay, E., Anatolia, F., (1997) “Turizm Araştırmaları Dergisi”, Yıl; 8, Sayı:1-2, Eskişehir.
- Erdoğan, H., (1996), “Ekonomik, Sosyal, Kültürel, Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm”, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Erdoğan, N., (2003), “Çevre ve (Eko)turizm” Ankara: Erk Yayınları.
- Ersungur, Ş. M., (1996), “Erzurum Alt Bölgesi Girdi – Çıktı Analizi”, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Erzurum.
- Evliyaoğlu, S., (1989), “Genel Turizm Bilgileri”, Ankara.
- Fainstein, S. S., Stokes, R.J., (1998), “Spaces For Play: The Impacts of Entertainment Development on New York City”, Economic Development Quarterly, 12(2).
- Fletcher, J. E., (1989), “Input-Output Analysis and Tourism Impact Studies”, Annals Of Tourism Research, 16(4), p.514-529.
- Fletcher, J. E., Snee, H., (1991), Impact of Tourism, “Tourism Marketing and Management Handbook”, Stephen F. WITT ve Luiz MOUTINHO (Ed.) New York, Prentice Hall.
- Frechtling, D. C., Horvath, E., (1999), “Estimating the Multiplier Effects of Tourism Expenditures on Local Economy Through a Regional Input-Output Model”, Journal of Travel Research, 37(4), 324-332.
- Gartner, W., (1996), “Tourism Development”, New York, John Wiley and Sons Inc.
- Go, F., Wei, Z., (1997), “Applying Importance-Performance Analysis to Beijing As An International Meeting Destination”, Journal of Travel Research, 35(4), p.42-49.
- Goeldner, C., R., Ritchie, J.,B., (2003), “Tourism: Principles, Practices, Philosophies”, 9.Baskı, United States of America : John Wiley and Sons Inc..

- Göçen, S., Yirik, Ş., Yılmaz, Y., (2011), “Türkiye’de Krizler ve Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri”, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.16, Sayı:2, s.493-509.
- Göksan, E., (1978), “Turizmoloji”, İzmir: Uğur Ofset.
- Göktaş, L., S., (2016), “Şanlıurfa ve Konya İllerinin İnanç Turizmi Potansiyelleri ve Halkın İnanç Turizmine Bakışı Açısından İki İlin Karşılaştırılması”, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Konya.
- Gülmez, Z., (2012), “Türkiye’ de ve Dünya’ da Sağlık Turizmi ve Çeşitleri: Sağlık Turizminin Ülkemizdeki Mevcut Durumu ve Bazı Ülkelerle Kıyaslanması”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hastane ve Sağlık Kuruluşları Yönetim Bilim Dalı, İstanbul.
- Gürbüz, A., (2002), “Turizmin Sosyal Çevreye Etkisi Üzerine Bir Araştırma”, Teknoloji Dergisi, (1-2), s.49-59.
- Gürdal, M., (1987), “Ulaştırma Ekonomisi Turizm Ulaştırmasına Genel Yaklaşım”, Aydın: Coşkun Matbaası.
- Gürkan, Ö., (1997), “İktisada Giriş”, Ankara: Atilla Kitabevi.
- Güven, V. N., (2006), “Uygulamalı Halkbilimi Açısından Antalya ve Çevresi Kültür Turizmi ve Kültür Animasyonları”, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halk Bilimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Hacıoğlu, N., Gökdeniz, A., Dinç, Y., (2009), “Boş Zaman ve Rekreasyon Yönetimi”, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Han, E., Tosunoğlu, T., Özsoy, C., (2011), “Türk İmalat Sanayiinde Geri ve İleri Bağlantılar: Girdi – Çıktı Tablosuna Dayalı Yapısal Bir Çözümleme”, TİSK Akademi Dergisi, 6 (11), s.104 – 129.
- Hazar, A., Tuncer, A., (2003), “Seçmeli Turizm 1”, Ankara: Tubitak Yayınları.
- Hazar, A., (2007), “Spor ve Turizm” Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, A., (2010), “Genel Turizm”, 1. Basım, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Hüseyin, A. T., Saç, F., (2008), “ Genel Turizm: Gelişimi- Geleceği”, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Işık, B., (2013), “Geçiş Ekonomilerinde Turizm Sektörünün Ekonomiye Etkileri: Seçilmiş Ülke Uygulaması” Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kütahya.

- İlhan, B., (2008), “Türk İnşaat Sektörünün Girdi- Çıktı Analizi ve İthalata Bağımlılığı”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- İloğlu, H., (1993), “Kilit Sektörlerin Belirlenmesi ve Türkiye Ekonomisine Uygulanması - Girdi-Çıktı Analizi Çözümlemesiyle-”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- İçöz, O., Kozak, M., (1998), “Turizm Ekonomisi”, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O., (2001), “Turizm İşletmelerinde Pazarlama – İlkeler ve Uygulamalar”, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O., Kozak, M., (2002), “Turizm Ekonomisi”, 5.Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O., (2005), “Turizm Ekonomisi”, Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O., (2007), “Genel Turizm, Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler”, İçinde İçöz, O., (Editör), Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O., (2009), “Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye’nin Olanakları”, İzmir: Yaşar Üniversitesi Yayınları, C:IV, No:14, s.2257-2279.
- İzmir Kalkınma Ajansı, (2012), “İzmir Bölgesi Girdi-Çıktı Analizi”.
- Jones, C., Munday, M., (2010), “Tourism Satellite Accounts for Regions? A Review of Development Issues and an Alternative”, Economic Systems Research, 22(4), p.341-358.
- Kadioğlu, M., (2007), “The Projects of Turkey In the 2023 For Cruise Tourism”, Journal of Maritime Research, 4(1), p.77-88.
- Kahraman, D., Taşdemir, M., Yıldırım, K., (2014), “ Makroekonemi”, 12.Baskı, Ankara: Sözkese Matbaacılık, Seçkin.
- Kalkınma Bankası, “Ankara Dış Ticaret Analizi”, 2013.
- Kar, M., Taban, S., (2014), “Kalkınma Ekonomisi”, Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Karakaş, A., Topdal, Y., (2007), “Turizm 1 Ders Notları”, M.E. B Eğitim Teknolojileri Genel Müdürlüğü Yayınları Açık Öğretim Okulları Ders Kitapları Dizisi, Ankara.
- Karaküçük, S., Gürbüz, B., (2007), “Rekreasyon ve Kent(li)leşme”, Ankara: Gazi Kitabevi.

- Karrarı, S., (2014), “İran Ekonomisinin Yapısal Analizi: Girdi – Çıktı Yöntemiyle Bir Uygulama”, Doktora Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Kazdağlı, H., (1995), “Türkiye’de Turizm Talebi ve Talebi Etkileyen Faktörlerin Analizi”, Ankara: Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Kazgan, G., (1983), “Tarım ve Gelişme”, 3.Baskı, İstanbul: Der Yayınları.
- Keynes, J. M., (1936), “The General Theory”, London, New York.
- Kılıçlar, A., (2004), “Türkiye’nin Turizm Gelirlerindeki Sızıntılar ve Bu Sızıntıların Hesaplanmasına Yönelik Bir Yaklaşım”, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Koç, İ. Ö., Eriş, M. H., (2008), “Turizm Kobilerinin Kaynak Seçenekleri ve Turizm Ekonomisinin Genel Dinamikleri”, 1. Basım, İstanbul: Derin Yayınları.
- Koç, E., (2015), “Türkiye Turizm Sektörünün İkincil Ekonomik Etkilerinin Çarpan ve Girdi- Çıktı Analizi Yöntemi İle İncelemesi”, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Yönetimi Bilim Dalı, İstanbul.
- Kotil, E., (2003), “Ulaştırma Sektörünün Sektörlerarası İlişkideki Yeri,” Ulaştırma Politikaları Kongresi, Ankara.
- Korkmaz, S., (1996), “Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri”, İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, Cilt.46, İstanbul.
- Korum, U., (1974), “Türkiye’de Endüstrilerarası Yapının Gelir ve İstihdam Etkileri”, Cumhuriyetin 50. Yılında Türkiye’de Sanayileşme ve Sorunları Semineri, Ankara.
- Akoğlan Kozak, M., Bahçe, S., (2012), “Özel İlgi Turizmi”, Gözden Geçirilmiş 12.Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2010), “Genel Turizm: İlkeler- Kavramlar”, Gözden Geçirilmiş 9. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köhler, H., (1986), “Intermediate Microeconomics: Theory and Applications”, Foresman and Company, New York.
- Küçükaslan, N., (2007), “Özel İlgi Turizmi”, Bursa: Ekin Yayınevi.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44423/dunya-miras-listesi.html>, (Erişim: 28.02.2017).

- Kweka, J. P., Morrissey, O., Blake, A. T. (2001), "Is Tourism a Key Sector in Tanzania?: Input-Output Analysis of Income, Output Employment and Tax Revenue", Christel De Haan Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham.
- Leontief, W., W., (1949), "Structural Matrices of National Economics, *Econometrica*", 17. Supplement Report of The Washington Meeting, p.273-282.
- Leontief, W., W., (1966), "The Structure of American Economy 1919-1939: An Empirical Application of Equilibrium Analysis", No. 330.973 L4.
- Lepp, A., Gibson, H., (2003), "Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism", *Annals of Tourism Research*, 30 (3), p.606-624.
- Lundberg, D.E., (1980), "The Tourist Business", (4th Ed.), CBI Publishing Inc..
- Mazumder, M.N.H., Murad, M.W., Al-Amin, A.Q. (2011), "Identifying Economically Potential Inbound Markets for Malaysian Tourism Industry", *Journal of Vacation Marketing*, 17(1): 31-50.
- McIntosh, R.W., Goeldner, C. R., (1986), "Tourism Principles, Practices, Philosophies" New York, John Wiley and Sons, Inc.
- MEGEP (Mesleki Eğitim ve Öğretim Sisteminin Güçlendirilmesi Projesi), (2007), "Konaklama ve Seyahat Hizmetleri Turizm Hareketleri", T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, Ankara.
- Midleton, V. T. C., (1994), "The Tourism Product", In *Tourism Marketing and Management Handbook* (S.F. Witt and L. Mountinho Eds) 2nd edn. Prentice-Hall.
- Namlı, M., (2016), "Elazığ Organize Sanayi Bölgesi Sektörler Arası Girdi-Çıktı Analizi", Yüksek Lisans Tezi, Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, Sivas.
- Narin, M., (2000), "Türk Turizmi Açısından Yat Limanlarının Yeri ve Önemi Burhaniye/İskele Yat Limanı Örnek Çalışması", Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Nursapayeva, S., (2014), "Kazakistan'da Havayolu Ulaşımı ve Turizm", Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ogilvy, F. W., (1933), "The Tourist Movement, An Economic Study", London: PS King and Son, Ltd..

- Olalı, H., (1963), “Türkiye’nin Ekonomik Gelişmesinde Turizmin Rolü”, İstanbul: Endüstri Matbaacılık ve Ticaret.
- Olalı, H., (1983), “Turizmin Sağladığı Dışsal Ekonomiler (Turizmin Sosyal Maliyeti ve Yararları)”, Dokuz Eylül Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, III, Kasım 5-18, İzmir.
- Olalı, H., (1986), “Turizm”, İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Olalı, H., Timur, A., (1988), “Turizm Ekonomisi”, İzmir: Ofis Ticaret Matbaacılık Şti.
- Onur İ., (2009), “Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye’nin Olanakları”, İzmir: Yaşar Üniversitesi Yayınları, C:4, No:14, s.2257-2279.
- Oral, S., Başarır A., (1995), “Alternatif Turizmin Önemi, Türkiye’de Alternatif Turizm Çeşitleri ve Kapadokya’da Uygulanabilirliği”, Hafta Sonu Semineri II: Kapadokya’nın Turistik, Kültürel Potansiyeli ve Pazarlama Sorunlarında sunulmuştur, Nevşehir.
- Öğüt, A., Güleş, H. K., Çetinkaya, A. Ş., (2003), “Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim-Enformatik Bir Bakış”, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Öney, E., (1998), “İktisadi Planlama”, 5. Baskı, Ankara: Savaş Yayınları.
- Öter, Z., (2007), “Turizmde Ulaştırma”, Genel Turizm, Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler, İçinde İçöz, O., (Editör), Ankara: Turhan Kitabevi.
- Özen, Y., (1986), “Kongre Turizmi ve Kongre Organizasyon Tekniği”, Ankara: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği Yayını.
- Özdamar, M. (2011), “Şanlıurfa’da Kültür Turizmi: Şanlıurfa’ya Kültür Turizmi Kapsamında Seyahat Acentaları ile Gelen Yerli Turistlerin Profilini ve Anlık Satın Alma Davranışlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Mersin.
- Özdemir A., Mercan M. (2012), “Türkiye’de Enerji Sektöründe Yapısal Bağınlaşma: Girdi-Çıktı Analizi”, Business and Economics Research Journal, 3(2), p.111-133.
- Özdil T., Yılmaz, C., (2009), “Elektrik Elektronik Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Öneminin Girdi Çıktı Analiziyle İncelenmesi” Kırgızistan Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 21 s. 95-105.
- Özgüç, N., (1998), “Turizm Coğrafyası: Özellikler- Bölgeler”, İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özışık, İ., (2009), “Hizmetler Sektöründe Çarpan Katsayılarının Girdi- Çıktı Analiz Yöntemiyle İncelenmesi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama”, Yüksek Lisans Tezi,

Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Ana Bilim Dalı, Zonguldak.

Öztaş, K., (2002), “Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri”, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Öztaş, K., Karabulut, T., (2006), “Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri”, 2. Basım, Ankara: Nobel Yayıncılık.

Özyurt, H., (1982), “Trabzon Alt Bölgesi Girdi – Çıktı Modeli ve Alt Bölge Planlamasında Kullanılması”, Yayınlanmamış Doçentlik Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Temel Bilim Fakültesi, Trabzon.

Pearce, D., G.,(1992), “Alternative Tourism: Concepts,Classifications and Questions”, London.

Rızaoğlu, B., (2003), “Turizm Davranışı”, 2.Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.

Sarıışık, M., Akova, O., Türkay, O., Sarı, D., (2011), “Turizmin Türk Ekonomisine Etkilerinin Girdi- Çıktı Analizi İle Değerlendirilmesi” Avrupa Ekonomileri Uluslararası Konferansı 2011, Bölüm 3B: Turizm ve Mikroekonomi, Kırgızistan.

Sarkım, M., (1997), “Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Türkiye’ye Olan Turizm Talebinin Tahmini”, Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

Sayılan, H., (2007), “Muş İlinde Kültür Turizmi Potansiyelinin Coğrafi Yönden Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Selçuk N, G., Başar, Ş. (2006), “Turizm Uydu Hesapları”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7 (2), s. 53-70.

Sessa, A., (1983), “Elements Of Tourism Economics”, Elements of Tourism Economics, Catal, Roma.

Sezgin, O. M., Acar, Y., (1991), “Turizm Tanıtım-Pazarlama-Ekonomi”, Ankara: Baştem Yayınları.

Sezgin, O. M., (2001), “Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı” 2. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.

Sezgin, O. M., (1995), “Genel Turizm”, Ankara: Tubitay Yayınları.

Soyak, A., (2005), “Türkiye’ ye Yönelik Yabancı Turizmin İktisadi Etkileri”, 1. Basım, İstanbul: Derin Yayınları.

- Soyak, A., (2009), “Türkiye’ye Yönelik Yabancı Turizmin İktisadi Etkileri”, 2.Basım, İstanbul: Derin Yayınları.
- Soykan, F., (2000), “Kırsal Turizm ve Avrupa’da Kazanılan Deneyim”, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt: 11, s.21-33.
- Surugiu, C., Frent, C., Surugiu, M., (2009), “Tourism and Its Impact Upon The Romanian Economy: An Input-Output Approach”. Analele Stiintifice Ale Universitatii, “Alexandru Loan Cuza”din Iasi-Stiinte Economice, (56), p.355-376.
- San Cristobal, J. R., Biezma, M. V. (2006). “The Mining Industry In The European Union: Analysis of Inter-Industry Linkages Using Input–Output Analysis”, Resources Policy, 31(1), 1-6.
- Şahin, A., (1990), “ İktisadi Kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye’de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi”, Ankara: TOBB Yayını.
- Şahin, H., (2006), “Makro İktisat”, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Şatıroğlu, K. D., (1983), “Planlama ve Programlama Teknikleri”, Ankara: Ü.S.B.F. Yayınları No:529.
- T.C. Sağlık Bakanlığı, Geriatri ve Engelli Turizmi, <http://saglikturizmi.gov.tr/tr/saglik-turizmi/geriatri-ve-engelli-turizmi/geriatri-ve-engelli-turizmi>, (Erişim: 21.02.2017).
- Taşcı, K., (2013), “Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörünün Girdi- Çıktı Analizi Yöntemiyle Türkiye Ekonomisi Açısından Önemi”, Akademik Bakış Dergisi, Sayı: 34, s: 1-20, Kırğızistan.
- Tengilimoğlu, D., (Ed.), (2013), “Sağlık Turizmi”, Siyasal Kitabevi.
- Thirlwall, A. P., (1990), “Growth and Development”, London: McMillan Education Ltd.
- Toprak, L., (2008), “Bölgeler Arası Kalkınma Farklılıklarını Gidermede Turizmin Rolü: Güneydoğu Anadolu Bölgesi Örneği”, Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Malatya.
- Torre, A., (1993), “Sur La Signification Theorique Du Modele D’offre Multisectoriel”, Revue Econom., 44(5), p.951-970.
- Toskay, T., (1983), “Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım”, İstanbul: Der Yayınları.
- Toskay, T. (1989), “Turizm Olayına Genel Yaklaşım”, 3.Basım, İstanbul: Der Yayınları.

- Tunç, A., Saç, F., (1998), “Genel Turizm: Gelişimi ve Geleceği”, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tutar, E., (1991), “Afyonkarahisar’da Termal Turizm Potansiyeli”, Ankara: Türkiye Kalkınma Bankası Turizm Yıllığı, s.222-234.
- Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü, (2008), “Türkiye’de İnşaat Sektörü Üzerine Bir Değerlendirme”, Ankara.
- TÜRSAB, (1997), “TV Dizileri ve Filmleri Tanıtımın Hizmetinde”, Sayı:157, s.38-43.
- Uğurlu, A. A., Tuncer, İ., (2017), “Türkiye’de Sanayi ve Hizmet Sektörlerinin Büyüme ve İstihdama Katkıları: Girdi- Çıktı Analizi” , Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 32, Sayı:1, s. 131-165, İzmir.
- Unur, K., (2002), “Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesinde Kullanılan Yöntemler ve Türkiye’nin Aktif Dış Turizm Gelirlerinin Ölçülmesi İçin Bir Model Önerisi”, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir.
- Unur, K., (2004), “Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 4, s. 114-142, İzmir.
- Unur, K., İçöz, O., (2004), “Turizm Uydu Hesapları”, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 1, s. 304-327, İzmir.
- Usta, Ö., (2001) “ Genel Turizm”, İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Usta, K. M., (2005), “İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik’in Değerlendirilmesi”, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.
- Usta, Ö., (2009), “Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım”, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ülker, İ., (1999), “ Dağ Turizmi Planlama Yöntemleri: Yüksek Dağlarımız, Kayak Merkezlerimiz”, Ankara: T.C. Turizm Bakanlığı Yayınları.
- Ünal, T., (1993): “Yumuşak Turizm” Bir ülkenin Yerleşme Politikaları ve Altyapısı ile Doğru Orantılıdır”, 2000 Yılına Doğru Turizm Mimarlığı Paneli, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Matbaası.
- Ünlüöner, K., (1990), “Turizmin İktisadi Kalkınmaya Etkileri ve Türkiye’nin Cumhuriyet Dönemi Turizm Politikaları”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, İstanbul.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A., Kılıçlar, A., (2014), “Turizm Ekonomisi”, 4. Baskı, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

- Ünsal, E., (2010), “İktisada Giriş”, Gözden Geçirilmiş 2.Baskı, Ankara: İmaj Yayıncılık.
- Ürger, S., (1992), “Genel Turizm Bilgisi”, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Ürger, S., (1993), “Genel Turizm Bilgisi”, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Var, T., Toh, R., Khan, H., (1998), “Research Notes and Reports”, Annals of Tourism Research , 25(4).
- Weaver, D., Oppermann, M., (2000), “Tourism Management”, First Published, John Wiley & Sons Australia, Ltd.
- Wright, J. S. (1982), “Advertising 5”, New Delhi, Tata Mc Graw Hill Publishing Co Ltd.
- Yağcı, Ö., (2003), “Turizm Ekonomisi” , Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yağcı, Ö., (2007), “Turizm Ekonomisi”, 2.Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yarcan, Ş., (1994), “Turizm Endüstrisinin Yapısı”, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayını.
- Yarcan, Ş., (1998), “Türkiye’de Turizm ve Uluslararasılaşma”, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Yay, G. G., Keçeli, S., (2009), “The Intersectoral Linkage Effects in Turkish Economy: An Application of Static Leontief Model”, Panoeconomicus, Vol.56, No.3, p. 301- 326.
- Yılancı, V., (2008), “Türkiye Ekonomisi İçin Kilit Sektörün Belirlenmesi - Girdi Çıktı Analizi Yaklaşımı” İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası, 58(2), s.75- 86.
- Yıldırım, C., (2005), “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri” Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Bolu.
- Yılmaz, D., Ö., (2007), “Genel Turizm Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler” İçinde İçöz, O.(Editör), Ankara: Turfan Kitabevi.
- Yükseler, Z., Türkan, E., (2006), “Türkiye’nin Üretim ve Dış Ticaret Yapısında Dönüşüm: Küresel Yönelimler Ve Yansımalar”, TÜSİAD-Koç Üniversitesi Ekonomik Araştırma Forumu Çalışma Raporları Serisi.
- Zengin, B., (2004), “Turizm İşletmeleri” , İstanbul: Değişim Yayınları.

Zeyrek, A., N., (2008), “Besni’de Alternatif Turizm Potansiyeli”, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi: Gaziantep Üniversitesi, Cilt:7, Sayı:2, ss.451-466.

### **İnternet Kaynakları :**

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11475/genel-tanimlar.html>, (Erişim: 15.12.2016).

[www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr](http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr), (Erişim: 27.01.2017).

<http://www.ttyd.org.tr/sayfa/Sektorel-TYD-Raporlari-16/28>, (Erişim: 20.02.2017).

<https://indigodergisi.com/2016/03/turkiye-spor-turizmi-ve-urun-yelpazesi/>, (Erişim: 20.02.2017).

<http://www.haberler.com/tursab-spor-turizmi-raporu-6920758-haberi/>, (Erişim: 20.02.2017).

[https://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-genclik-turizmi-2015-raporu\\_11776.html](https://www.tursab.org.tr/tr/tursabdan-haberler/genel-duyurular/tursab-genclik-turizmi-2015-raporu_11776.html), (Erişim: 21.02.2017)

[http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu\\_12186\\_5485299.pdf](http://www.tursab.org.tr/dosya/12186/saglikturizmiraporu_12186_5485299.pdf), (Erişim: 21.02.2017).

<http://www.ktbyatirimisletmeler.gov.tr/TR,10161/golf-turizmi.html>, (Erişim: 27.02.2017).

<http://www.kulturvarliklari.gov.tr/TR,44423/dunya-miras-listesi.html>, (Erişim: 28.02.2017).

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24922>, (Erişim: 10.11.2017)

[www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr), (Erişim: 16.11.2017).

[https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/gsmh-icindeki-payi-1963-\\_79.html](https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/gsmh-icindeki-payi-1963-_79.html), (Erişim: 16.11.2017).

<https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler>, (Erişim: 16.11.2017).

[https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi\\_916.html](https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html), (Erişim: 17.11.2017).

[https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler/turkiyenin-yatak-kapasitesi-1966-\\_77.html](https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler/turkiyenin-yatak-kapasitesi-1966-_77.html), (Erişim: 17.11.2017).

<https://www.wttc.org/datagateway/>, (Erişim: 18.11.2017).

<http://www.turizmguncel.com/makale/sosyo-ekonomik-krizler-olaylar-ve-turizm-endustrisi-ii-m1495.html>, (Erişim: 28.12.2017).

<http://www.harmonigd.com.tr/tr/haber/yasanan-son-politik-krizlerin-sultanahmet-bolgesi-turizmi-uzerindeki-etkisi/>, (Erişim: 28.12.2017).



## EKLER

**Ek 1: 2002 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Milyar TL)**

|    | Ürünler                                                 | Tarım    | Maden   | Gıda     |
|----|---------------------------------------------------------|----------|---------|----------|
|    |                                                         | 01       | 02      | 03       |
| 01 | Tarım                                                   | 7122604  | 18803   | 16826029 |
| 02 | Maden                                                   | 33536    | 140166  | 73728    |
| 03 | Gıda                                                    | 1437574  | 5792    | 6426463  |
| 04 | İmalat                                                  | 2934030  | 588357  | 3253211  |
| 05 | İnşaat                                                  | 135680   | 12540   | 15837    |
| 06 | Ticaret                                                 | 1911144  | 307514  | 3666974  |
| 07 | Ulaştırma                                               | 776315   | 138197  | 2119733  |
| 08 | Turizm                                                  | 23164    | 82902   | 114728   |
| 09 | Hizmetler                                               | 1615877  | 486424  | 1346042  |
| 60 | Toplam                                                  | 15989921 | 1780694 | 33842745 |
| 61 | İthalat ürün kullanımı, cif                             | 1184569  | 265753  | 2310910  |
| 62 | Ürün üzerindeki vergi eksi sübvansiyonlar               | 2145817  | 194443  | 482287   |
| 63 | Toplam ara tüketim / nihai tüketim (alıcı fiyatlarıyla) | 19320308 | 2240890 | 36635942 |
| 64 | Çalışanlara yapılan ödemeler                            | 5103158  | 1464876 | 3712392  |
| 65 | Üretim üzerindeki diğer net vergiler                    | -153935  | 2188    | -94961   |
| 66 | Üretim üzerindeki diğer vergiler                        | 136606   | 2188    | 16285    |
| 67 | Üretim üzerindeki diğer sübvansiyonlar                  | -290541  | 0       | -111246  |
| 68 | Sabit sermaye tüketimi                                  | 2235647  | 396387  | 1150401  |
| 69 | İşletme artığı, net                                     | 25441735 | 1237816 | 7501296  |
| 70 | İşletme artığı, gayrisafi                               | 27677383 | 1634204 | 8651697  |
| 71 | Gayrisafi katma değer (temel fiyatlarla)                | 32626605 | 3101268 | 12269128 |
| 72 | Toplam üretim (temel fiyatlarla)                        | 51946913 | 5342158 | 48905070 |

**Ek 1: 2002 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Milyar TL) (Devam)**

|           | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmetler</b> |
|-----------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|------------------|
|           | <b>04</b>     | <b>05</b>     | <b>06</b>      | <b>07</b>        | <b>08</b>     | <b>09</b>        |
| <b>01</b> | 1537737       | 8425          | 339453         | 21505            | 1429491       | 644313           |
| <b>02</b> | 3335381       | 583316        | 395846         | 1715             | 26652         | 527603           |
| <b>03</b> | 191162        | 10366         | 196503         | 63030            | 2520171       | 672135           |
| <b>04</b> | 54637203      | 9492115       | 4656566        | 4949125          | 1712899       | 12274657         |
| <b>05</b> | 41456         | 541800        | 228133         | 37375            | 45279         | 1565236          |
| <b>06</b> | 14129130      | 2012507       | 3492157        | 3470606          | 1335411       | 4226164          |
| <b>07</b> | 7229323       | 1065431       | 2503845        | 4325675          | 1834894       | 2916709          |
| <b>08</b> | 972624        | 105282        | 1033926        | 4920289          | 4376070       | 2901099          |
| <b>09</b> | 10692579      | 1638408       | 10426513       | 3613601          | 3589574       | 29073711         |
| <b>60</b> | 92766594      | 15457650      | 23272943       | 21402921         | 16870440      | 54801626         |
| <b>61</b> | 32589747      | 2170970       | 4067112        | 2612292          | 1052813       | 7478816          |
| <b>62</b> | 2299302       | 792714        | 906538         | 3545208          | 651941        | 1528419          |
| <b>63</b> | 127655643     | 18421334      | 28246593       | 27560421         | 18575195      | 63808861         |
| <b>64</b> | 19669783      | 4317832       | 8545565        | 5520266          | 5141804       | 38955418         |
| <b>65</b> | 49979         | 11658         | -308035        | -64412           | 12909         | 263227           |
| <b>66</b> | 55068         | 11989         | 117263         | 29439            | 18530         | 329169           |
| <b>67</b> | -5089         | -330          | -425298        | -93851           | -5621         | -65943           |
| <b>68</b> | 6724092       | 616481        | 2529331        | 3477021          | 1375853       | 6722398          |
| <b>69</b> | 21047167      | 9072598       | 32425863       | 20807168         | 9916343       | 58493128         |
| <b>70</b> | 27771259      | 9689078       | 34955194       | 24284188         | 11292196      | 65215526         |
| <b>71</b> | 47491021      | 14018569      | 43192724       | 29740042         | 16446908      | 104434171        |
| <b>72</b> | 175146664     | 32439902      | 71439317       | 57300463         | 35022103      | 168243031        |

**Ek 1: 2002 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Milyar TL) (Devam)**

|    | <b>Toplam</b> | <b>Hanehalkı<br/>nın Nihai<br/>Tüketim<br/>Harcaması</b> | <b>Hanehalkı<br/>na Hizmet<br/>Eden Kar<br/>Amacı<br/>Olmayan<br/>Kuruluşla<br/>rın Nihai<br/>Tüketim<br/>Harcaması<br/>(HHKOK)</b> | <b>Devletin<br/>Nihai<br/>Tüketim<br/>Harcaması</b> | <b>Nihai<br/>Tüketim<br/>Harcaması</b> | <b>Gayrisafi<br/>Sabit<br/>Sermaye<br/>Oluşumu</b> |
|----|---------------|----------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------------------------------------|----------------------------------------------------|
| 01 | 27948362      | 20306961                                                 | 0                                                                                                                                   | 90415                                               | 20397376                               | 13632                                              |
| 02 | 5117941       | 970732                                                   | 0                                                                                                                                   | 67924                                               | 1038655                                | 0                                                  |
| 03 | 11523196      | 31228004                                                 | 0                                                                                                                                   | 580055                                              | 31808059                               | 0                                                  |
| 04 | 94498163      | 34528979                                                 | 0                                                                                                                                   | 830316                                              | 35359295                               | 11080751                                           |
| 05 | 2623337       | 55054                                                    | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 55054                                  | 28502702                                           |
| 06 | 34551606      | 23708591                                                 | 0                                                                                                                                   | 344688                                              | 24053279                               | 3844403                                            |
| 07 | 22910121      | 25528534                                                 | 0                                                                                                                                   | 171619                                              | 25700153                               | 1656919                                            |
| 08 | 14530080      | 17664649                                                 | 0                                                                                                                                   | 1053867                                             | 18718516                               | 0                                                  |
| 09 | 62482729      | 58701425                                                 | 4072217                                                                                                                             | 39780851                                            | 102554492                              | 922198                                             |
| 60 | 276185534     | 212692929                                                | 4072217                                                                                                                             | 42919735                                            | 259684881                              | 46020604                                           |
| 61 | 53732983      | 13546299                                                 | 0                                                                                                                                   | 1452608                                             | 14998907                               | 11988870                                           |
| 62 | 12546668      | 29148143                                                 | 0                                                                                                                                   | 242965                                              | 29391108                               | 596528                                             |
| 63 | 342465185     | 255387371                                                | 4072217                                                                                                                             | 44615308                                            | 304074896                              | 58606003                                           |
| 64 | 92431093      | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 65 | - 281382      | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 66 | 716537        | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 67 | - 997919      | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 68 | 25227609      | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 69 | 185943114     | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 70 | 211170724     | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 71 | 303320435     | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |
| 72 | 645785621     | 0                                                        | 0                                                                                                                                   | 0                                                   | 0                                      | 0                                                  |

**Ek 1: 2002 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Milyar TL) (Devam)**

|    | Değerli<br>-lerdeki<br>Değişim | Stoklard<br>aki<br>Değişim | Değerli<br>ve<br>Stoklard<br>aki<br>Değişim | Gayrisafi<br>Sermaye<br>Oluşumu | İhracat,<br>fob | Nihai<br>Kullanımlar<br>(Temel<br>Fiyatlar) | Temel<br>Kullanım<br>(Temel<br>Fiyatlar) |
|----|--------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------|-----------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| 01 | 0                              | 1267028                    | 1267028                                     | 1280659                         | 2320516         | 23998551                                    | 51946913                                 |
| 02 | 0                              | -1184254                   | -1184254                                    | -1184254                        | 369815          | 224217                                      | 5342158                                  |
| 03 | 0                              | 2994248                    | 2994248                                     | 2994248                         | 2579566         | 37381873                                    | 48905070                                 |
| 04 | 0                              | -3421035                   | -3421035                                    | 7659715                         | 37629491        | 80648501                                    | 17514666<br>4                            |
| 05 | 0                              | 0                          | 0                                           | 28502702                        | 1258809         | 29816565                                    | 32439902                                 |
| 06 | 0                              | 1493177                    | 1493177                                     | 5337579                         | 7496854         | 36887711                                    | 71439317                                 |
| 07 | 0                              | 641197                     | 641197                                      | 2298116                         | 6392073         | 34390342                                    | 57300463                                 |
| 08 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 1773506         | 20492023                                    | 35022103                                 |
| 09 | 0                              | -5263                      | -5263                                       | 916935                          | 2288874         | 105760303                                   | 16824303<br>1                            |
| 60 | 0                              | 1785098                    | 1785098                                     | 47805702                        | 62109504        | 369600087                                   | 64578562<br>1                            |
| 61 | 0                              | 1340254                    | 1340254                                     | 13329124                        | 2428864         | 30756895                                    | 84489878                                 |
| 62 | 0                              | 0                          | 0                                           | 596528                          | -44235          | 29943401                                    | 42490069                                 |
| 63 | 0                              | 3125352                    | 3125352                                     | 61731354                        | 64494133        | 430300383                                   | 77276556<br>8                            |
| 64 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 65 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 66 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 67 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 68 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 69 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 70 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 71 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 72 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |

**Ek 2: 2002 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(Milyar TL)**

|    | Ürünler   | Tarım    | Maden   | Gıda     |
|----|-----------|----------|---------|----------|
|    |           | 01       | 02      | 03       |
| 01 | Tarım     | 207743   | 5677    | 796606   |
| 02 | Maden     | 755      | 22920   | 88607    |
| 03 | Gıda      | 81323    | 22      | 509837   |
| 04 | İmalat    | 802439   | 214297  | 860224   |
| 05 | İnşaat    | 0        | 0       | 0        |
| 06 | Ticaret   | 0        | 0       | 0        |
| 07 | Ulaştırma | 9050     | 7590    | 15652    |
| 08 | Turizm    | 547      | 1927    | 2047     |
| 09 | Hizmetler | 82712    | 13322   | 37937    |
| 60 | Toplam    | 51946913 | 5342158 | 48905070 |

**Ek 2: 2002 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(Milyar TL) (Devam)**

|    | İmalat    | İnşaat   | Ticaret  | Ulaştırma | Turizm   | Hizmetler |
|----|-----------|----------|----------|-----------|----------|-----------|
|    | 04        | 05       | 06       | 07        | 08       | 09        |
| 01 | 899178    | 763      | 48826    | 21        | 33003    | 34288     |
| 02 | 4898743   | 6565     | 906175   | 590       | 30609    | 3030256   |
| 03 | 621727    | 359      | 30504    | 466       | 29671    | 29532     |
| 04 | 25607844  | 2111358  | 1629317  | 1547808   | 518915   | 3662313   |
| 05 | 0         | 0        | 0        | 0         | 0        | 0         |
| 06 | 0         | 0        | 0        | 0         | 0        | 0         |
| 07 | 126298    | 10350    | 1227424  | 909784    | 202991   | 129104    |
| 08 | 18312     | 755      | 26523    | 47521     | 139692   | 103647    |
| 09 | 417644    | 40820    | 198344   | 106102    | 97931    | 489676    |
| 60 | 175146664 | 32439902 | 71439317 | 57300463  | 35022103 | 168243031 |

**Ek 2: 2002 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(Milyar TL) (Devam)**

|    | Toplam   | Hanehalkı<br>nın Nihai<br>Tüketim<br>Harcaması | Hanehalkı<br>na Hizmet<br>Eden Kar<br>Amacı<br>Olmayan<br>Kuruluşla<br>rın Nihai<br>Tüketim<br>Harcaması<br>(HHKOK) | Devletin<br>Nihai<br>Tüketim<br>Harcaması | Nihai<br>Tüketim<br>Harcaması | Gayrisafi<br>Sabit<br>Sermaye<br>Oluşumu |
|----|----------|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------------------|
| 01 | 2026106  | 391694                                         | 0                                                                                                                   | 3201                                      | 394895                        | 9347                                     |
| 02 | 8985220  | 300482                                         | 0                                                                                                                   | 46                                        | 300528                        | 0                                        |
| 03 | 1303443  | 784034                                         | 0                                                                                                                   | 9766                                      | 793800                        | 0                                        |
| 04 | 36954516 | 10977303                                       | 0                                                                                                                   | 496148                                    | 11473451                      | 11958931                                 |
| 05 | 0        | 0                                              | 0                                                                                                                   | 0                                         | 0                             | 0                                        |
| 06 | 0        | 0                                              | 0                                                                                                                   | 0                                         | 0                             | 0                                        |
| 07 | 2638244  | 148688                                         | 0                                                                                                                   | 5880                                      | 154568                        | 0                                        |
| 08 | 340970   | 77724                                          | 0                                                                                                                   | 0                                         | 77724                         | 0                                        |
| 09 | 1484485  | 866375                                         | 0                                                                                                                   | 937567                                    | 1803941                       | 20592                                    |
| 60 | 53732983 | 13546299                                       | 0                                                                                                                   | 1452608                                   | 14998907                      | 11988870                                 |

**Ek 2: 2002 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(Milyar TL) (Devam)**

|    | Değerli-<br>lerdeki<br>Değişim | Stoklard<br>aki<br>Değişim | Değerli<br>ve<br>Stoklard<br>aki<br>Değişim | Gayrisafi<br>Sermaye<br>Oluşumu | İhracat,<br>fob | Nihai<br>Kullanımlar<br>(Temel<br>Fiyatlar) | Temel<br>Kullanım<br>(Temel<br>Fiyatlar) |
|----|--------------------------------|----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------|-----------------|---------------------------------------------|------------------------------------------|
| 01 | 0                              | 24193                      | 24193                                       | 33540                           | 16270           | 444705                                      | 2470811                                  |
| 02 | 0                              | 1602302                    | 1602302                                     | 1602302                         | 12954           | 1915784                                     | 10901003                                 |
| 03 | 0                              | 109066                     | 109066                                      | 109066                          | 26675           | 929541                                      | 2232984                                  |
| 04 | 0                              | -395308                    | -395308                                     | 11563624                        | 2139915         | 25176990                                    | 62131506                                 |
| 05 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 06 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 0                                           | 0                                        |
| 07 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 0               | 154568                                      | 2792812                                  |
| 08 | 0                              | 0                          | 0                                           | 0                               | 153394          | 231119                                      | 572088                                   |
| 09 | 0                              | 0                          | 0                                           | 20592                           | 79655           | 1904188                                     | 3388675                                  |
| 60 | 0                              | 1340254                    | 1340254                                     | 13329124                        | 2428864         | 30756895                                    | 84489878                                 |

**Ek 3: 2002 Yılı Yurtiçi Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen Yurtiçi Girdi Katsayıları Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,1371       | 0,0035       | 0,3441      | 0,0088        | 0,0003        | 0,0048         | 0,0004           | 0,0408        | 0,0038        |
| <b>Maden</b>     | 0,0006       | 0,0262       | 0,0015      | 0,0190        | 0,0180        | 0,0055         | 0,0000           | 0,0008        | 0,0031        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0277       | 0,0011       | 0,1314      | 0,0011        | 0,0003        | 0,0028         | 0,0011           | 0,0720        | 0,0040        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0565       | 0,1101       | 0,0665      | 0,3120        | 0,2926        | 0,0652         | 0,0864           | 0,0489        | 0,0730        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0026       | 0,0023       | 0,0003      | 0,0002        | 0,0167        | 0,0032         | 0,0007           | 0,0013        | 0,0093        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0368       | 0,0576       | 0,0750      | 0,0807        | 0,0620        | 0,0489         | 0,0606           | 0,0381        | 0,0251        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0149       | 0,0259       | 0,0433      | 0,0413        | 0,0328        | 0,0350         | 0,0755           | 0,0524        | 0,0173        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0004       | 0,0155       | 0,0023      | 0,0056        | 0,0032        | 0,0145         | 0,0859           | 0,1250        | 0,0172        |
| <b>Hizmet</b>    | 0,0311       | 0,0911       | 0,0275      | 0,0610        | 0,0505        | 0,1459         | 0,0631           | 0,1025        | 0,1728        |

**Ek 4: 2002 Yılı Yurtiçi Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen Yurtiçi Çıktı Katsayıları Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,1371       | 0,0004       | 0,3239      | 0,0296        | 0,0002        | 0,0065         | 0,0004           | 0,0275        | 0,0124        |
| <b>Maden</b>     | 0,0063       | 0,0262       | 0,0138      | 0,6244        | 0,1092        | 0,0741         | 0,0003           | 0,0050        | 0,0988        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0294       | 0,0001       | 0,1314      | 0,0039        | 0,0002        | 0,0040         | 0,0013           | 0,0515        | 0,0137        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0168       | 0,0034       | 0,0186      | 0,3120        | 0,0542        | 0,0266         | 0,0283           | 0,0098        | 0,0701        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0042       | 0,0004       | 0,0005      | 0,0013        | 0,0167        | 0,0070         | 0,0012           | 0,0014        | 0,0483        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0268       | 0,0043       | 0,0513      | 0,1978        | 0,0282        | 0,0489         | 0,0486           | 0,0187        | 0,0592        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0135       | 0,0024       | 0,0370      | 0,1262        | 0,0186        | 0,0437         | 0,0755           | 0,0320        | 0,0509        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0007       | 0,0024       | 0,0033      | 0,0278        | 0,0030        | 0,0295         | 0,1405           | 0,1250        | 0,0828        |
| <b>Hizmet</b>    | 0,0096       | 0,0029       | 0,0080      | 0,0636        | 0,0097        | 0,0620         | 0,0215           | 0,0213        | 0,1728        |

**Ek 5: 2002 Yılı Yurtiçi Girdi Katsayıları Ters Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 1,1766       | 0,0109       | 0,4701      | 0,0203        | 0,0090        | 0,0127         | 0,0137           | 0,0975        | 0,0123        |
| <b>Maden</b>     | 0,0038       | 1,0319       | 0,0069      | 0,0307        | 0,0292        | 0,0096         | 0,0045           | 0,0050        | 0,0074        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0388       | 0,0053       | 1,1689      | 0,0057        | 0,0038        | 0,0074         | 0,0124           | 0,1004        | 0,0090        |
| <b>İmalat</b>    | 0,1204       | 0,2008       | 0,1890      | 1,5022        | 0,4735        | 0,1386         | 0,1734           | 0,1401        | 0,1509        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0041       | 0,0043       | 0,0032      | 0,0024        | 1,0188        | 0,0056         | 0,0026           | 0,0039        | 0,0120        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0634       | 0,0888       | 0,1355      | 0,1405        | 0,1174        | 1,0753         | 0,0949           | 0,0807        | 0,0513        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0305       | 0,0463       | 0,0791      | 0,0781        | 0,0663        | 0,0534         | 1,1029           | 0,0849        | 0,0348        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0069       | 0,0286       | 0,0167      | 0,0231        | 0,0183        | 0,0283         | 0,1136           | 1,1574        | 0,0298        |
| <b>Hizmetler</b> | 0,0694       | 0,1520       | 0,1034      | 0,1489        | 0,1288        | 0,2096         | 0,1293           | 0,1823        | 1,2377        |

**Ek 6: 2002 Yılı Yurtiçi Çıktı Katsayıları Ters Matrisi**

|                       | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştır<br/>ma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|-----------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|-----------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>          | 1,1766       | 0,0012       | 0,4425      | 0,0683        | 0,0056        | 0,0173         | 0,0151                | 0,0657        | 0,0400        |
| <b>Maden</b>          | 0,0376       | 1,0320       | 0,0641      | 1,0081        | 0,1773        | 0,1291         | 0,0488                | 0,0327        | 0,2362        |
| <b>Gıda</b>           | 0,0412       | 0,0006       | 1,1689      | 0,0204        | 0,0025        | 0,0107         | 0,0145                | 0,0718        | 0,0308        |
| <b>İmalat</b>         | 0,0358       | 0,0062       | 0,0529      | 1,5023        | 0,0877        | 0,0565         | 0,0568                | 0,0281        | 0,1449        |
| <b>İnşaat</b>         | 0,0065       | 0,0007       | 0,0048      | 0,0132        | 1,0189        | 0,0124         | 0,0045                | 0,0042        | 0,0625        |
| <b>Ticaret</b>        | 0,0461       | 0,0067       | 0,0927      | 0,0345        | 0,0534        | 1,0753         | 0,0761                | 0,0396        | 0,1209        |
| <b>Ulaştır<br/>ma</b> | 0,0277       | 0,0043       | 0,0676      | 0,2386        | 0,0376        | 0,0667         | 1,1029                | 0,0519        | 0,1023        |
| <b>Turizm</b>         | 0,0104       | 0,0044       | 0,0235      | 0,1153        | 0,0170        | 0,0576         | 0,1859                | 1,1574        | 0,1433        |
| <b>Hizmetl<br/>er</b> | 0,0215       | 0,0049       | 0,0301      | 0,1552        | 0,0248        | 0,0891         | 0,0441                | 0,0379        | 1,2378        |

**Ek 7: 2002 Yılı İthalat Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen İthal Girdi Katsayıları Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,0040       | 0,0011       | 0,0163      | 0,0051        | 0,0000        | 0,0007         | 0,0000           | 0,0009        | 0,0002        |
| <b>Maden</b>     | 0,0000       | 0,0043       | 0,0018      | 0,0280        | 0,0002        | 0,0127         | 0,0000           | 0,0009        | 0,0180        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0016       | 0,0000       | 0,0104      | 0,0035        | 0,0000        | 0,0004         | 0,0000           | 0,0008        | 0,0002        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0154       | 0,0401       | 0,0176      | 0,1462        | 0,0651        | 0,0228         | 0,0270           | 0,0148        | 0,0218        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0000       | 0,0000       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000         | 0,0000           | 0,0000        | 0,0000        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0000       | 0,0000       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000         | 0,0000           | 0,0000        | 0,0000        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0002       | 0,0014       | 0,0003      | 0,0007        | 0,0003        | 0,0172         | 0,0159           | 0,0058        | 0,0008        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0000       | 0,0004       | 0,0000      | 0,0001        | 0,0000        | 0,0004         | 0,0008           | 0,0040        | 0,0006        |
| <b>Hizmetler</b> | 0,0016       | 0,0025       | 0,0008      | 0,0024        | 0,0013        | 0,0028         | 0,0019           | 0,0028        | 0,0029        |

**Ek 8: 2002 Yılı İthalat Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen İthalat Ters Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,0060       | 0,0024       | 0,0220      | 0,0081        | 0,0027        | 0,0017         | 0,0014           | 0,0039        | 0,0013        |
| <b>Maden</b>     | 0,0055       | 0,0139       | 0,0110      | 0,0466        | 0,0174        | 0,0214         | 0,0085           | 0,0094        | 0,0272        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0027       | 0,0009       | 0,0137      | 0,0055        | 0,0018        | 0,0011         | 0,0009           | 0,0027        | 0,0009        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0408       | 0,0783       | 0,0637      | 0,2303        | 0,1445        | 0,0523         | 0,0626           | 0,0495        | 0,0530        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0000       | 0,0000       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000         | 0,0000           | 0,0000        | 0,0000        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0000       | 0,0000       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000         | 0,0000           | 0,0000        | 0,0000        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0020       | 0,0042       | 0,0044      | 0,0050        | 0,0040        | 0,0198         | 0,0200           | 0,0097        | 0,0027        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0001       | 0,0007       | 0,0003      | 0,0005        | 0,0003        | 0,0007         | 0,0015           | 0,0049        | 0,0009        |
| <b>Hizmetler</b> | 0,0027       | 0,0039       | 0,0030      | 0,0047        | 0,0034        | 0,0042         | 0,0035           | 0,0047        | 0,0043        |

**Ek 9: 2012 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Bin TL)**

|    | Ürünler                                                 | Tarım     | Maden    | Gıda      |
|----|---------------------------------------------------------|-----------|----------|-----------|
|    |                                                         | 01        | 02       | 03        |
| 01 | Tarım                                                   | 29202392  | 116910   | 47743467  |
| 02 | Maden                                                   | 446412    | 1530418  | 280071    |
| 03 | Gıda                                                    | 6229231   | 32561    | 19063894  |
| 04 | İmalat                                                  | 6163234   | 2582739  | 7850246   |
| 05 | İnşaat                                                  | 358617    | 92428    | 350197    |
| 06 | Ticaret                                                 | 5064029   | 1181494  | 12378844  |
| 07 | Ulaştırma                                               | 2637404   | 1920870  | 7563204   |
| 08 | Turizm                                                  | 20287     | 70863    | 247728    |
| 09 | Hizmetler                                               | 2817615   | 2667919  | 7668543   |
| 77 | Toplam                                                  | 52939219  | 10196203 | 103146195 |
| 78 | İthalat ürün kullanımı, cif                             | 8961170   | 2307122  | 18183598  |
| 79 | Ürün üzerindeki vergi eksi sübvansiyonlar               | 2383189   | 1338302  | 1541553   |
| 80 | Toplam ara tüketim / nihai tüketim (alıcı fiyatlarıyla) | 64283578  | 13841627 | 122871346 |
| 81 | Çalışanlara yapılan ödemeler                            | 3194349   | 5281814  | 13409074  |
| 82 | Üretim üzerindeki diğer net vergiler                    | -2792991  | 38343    | -77028    |
| 83 | Üretim üzerindeki diğer vergiler                        | 4791      | 68722    | 203078    |
| 84 | Üretim üzerindeki diğer sübvansiyonlar                  | -2797782  | -30380   | -280106   |
| 85 | Sabit sermaye tüketimi                                  | 0         | 1473     | 338       |
| 86 | İşletme artığı, net/Karma gelir                         | 114059735 | 13575354 | 37076068  |
| 87 | İşletme artığı, gayrisafi/Karma gelir gayrisafi         | 114059735 | 13576827 | 37076406  |
| 88 | Gayrisafi katma değer (temel fiyatlarla)                | 114461092 | 18896983 | 50408452  |
| 89 | Toplam üretim (temel fiyatlarla)                        | 178744670 | 32738610 | 173279798 |

**Ek 9: 2012 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Bin TL) (Devam)**

|           | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmetler</b> |
|-----------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|------------------|
|           | <b>04</b>     | <b>05</b>     | <b>06</b>      | <b>07</b>        | <b>08</b>     | <b>09</b>        |
| <b>01</b> | 6541234       | 104611        | 162059         | 12109            | 2953719       | 1356721          |
| <b>02</b> | 13908913      | 4583655       | 756912         | 252061           | 117489        | 2179230          |
| <b>03</b> | 909529        | 94056         | 1515016        | 167597           | 15295722      | 2698167          |
| <b>04</b> | 181389933     | 73702839      | 14961528       | 19727251         | 3585062       | 33817938         |
| <b>05</b> | 1501077       | 46729625      | 2849970        | 415484           | 1344838       | 12492912         |
| <b>06</b> | 39503760      | 13906932      | 7271082        | 13840648         | 4528684       | 13299239         |
| <b>07</b> | 25120757      | 5954907       | 15638650       | 53533520         | 3596708       | 12415430         |
| <b>08</b> | 1455511       | 347253        | 2356688        | 694031           | 7876570       | 4602864          |
| <b>09</b> | 57941292      | 15331424      | 53324039       | 13746100         | 15673677      | 183955604        |
| <b>77</b> | 328272007     | 160755302     | 98835944       | 102388801        | 54972471      | 266818103        |
| <b>78</b> | 171874788     | 19783779      | 10330363       | 20390355         | 5905148       | 54787485         |
| <b>79</b> | 27422297      | 6028481       | 5656661        | 17182604         | 2968590       | 15979594         |
| <b>80</b> | 527569093     | 186567563     | 114822968      | 139961760        | 63846209      | 337585183        |
| <b>81</b> | 74283269      | 28437936      | 55062371       | 21294925         | 22467467      | 215146565        |
| <b>82</b> | 989627        | 1198992       | 1093841        | 108476           | 294050        | 4033348          |
| <b>83</b> | 1015796       | 1199979       | 1094913        | 892310           | 294396        | 5791137          |
| <b>84</b> | -26169        | -987          | -1071          | -783834          | -344          | -1757789         |
| <b>85</b> | 21982         | 356           | 10105          | 1767             | 594654        | 28558593         |
| <b>86</b> | 127798073     | 81634414      | 117655144      | 104118069        | 38237613      | 278604603        |
| <b>87</b> | 127820055     | 81634770      | 117665249      | 104119836        | 38832267      | 307163195        |
| <b>88</b> | 203092952     | 111271698     | 173821461      | 125523236        | 61593784      | 526343108        |
| <b>89</b> | 730662044     | 297839261     | 288644429      | 265484996        | 125439994     | 863928291        |

**Ek 9: 2012 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Bin TL) (Devam)**

|           | <b>Toplam</b> | <b>Hanehalkına Hizmet Eden Kar Amacı Olmayan Kuruluşların Nihai Tüketim Harcaması (HHKOK)</b> | <b>Devletin Nihai Tüketim Harcaması</b> | <b>Nihai Tüketim Harcaması</b> | <b>Gayrisafi Sabit Sermaye Oluşumu</b> |
|-----------|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------------|
| <b>01</b> | 88193223      | 66528522                                                                                      | 0                                       | 66528522                       | 10043890                               |
| <b>02</b> | 24055160      | 2292572                                                                                       | 0                                       | 2292572                        | 493117                                 |
| <b>03</b> | 46005774      | 108786917                                                                                     | 0                                       | 108786917                      | 0                                      |
| <b>04</b> | 343780770     | 99001088                                                                                      | 4635154                                 | 103636242                      | 70408786                               |
| <b>05</b> | 66135148      | 1973241                                                                                       | 5382                                    | 1978623                        | 219078907                              |
| <b>06</b> | 110974714     | 135374208                                                                                     | 4723833                                 | 140098041                      | 26643094                               |
| <b>07</b> | 128381450     | 95753294                                                                                      | 567328                                  | 96320621                       | 6315987                                |
| <b>08</b> | 17671795      | 99941568                                                                                      | 4546510                                 | 104488078                      | 260435                                 |
| <b>09</b> | 353126213     | 281335005                                                                                     | 203890250                               | 485225255                      | 21405873                               |
| <b>77</b> | 1178324246    | 890986416                                                                                     | 218368456                               | 1109354872                     | 354650089                              |
| <b>78</b> | 312523810     | 52133422                                                                                      | 4570737                                 | 56704160                       | 57529319                               |
| <b>79</b> | 80501271      | 81978908                                                                                      | 462509                                  | 82441417                       | 16652380                               |
| <b>80</b> | 1571349327    | 1025098746                                                                                    | 223401702                               | 1248500448                     | 428831788                              |
| <b>81</b> | 438577769     | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>82</b> | 4886659       | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>83</b> | 10565122      | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>84</b> | -5678463      | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>85</b> | 29189268      | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>86</b> | 912759072     | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>87</b> | 941948341     | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>88</b> | 1385412768    | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |
| <b>89</b> | 2956762095    | 0                                                                                             | 0                                       | 0                              | 0                                      |

**Ek 9: 2012 Yılı Topplulaştırılmış Yurtiçi Üretim Girdi – Çıktı Tablosu (Temel Fiyatlarla ) (Bin TL) (Devam)**

|           | <b>Stoklarda Değişim</b> | <b>Toplam Gayrisafi Sabit Sermaye Oluşumu</b> | <b>İhracat (fob)</b> | <b>Toplam Kullanım (Temel Fiyatlarla)</b> |
|-----------|--------------------------|-----------------------------------------------|----------------------|-------------------------------------------|
| <b>01</b> | 4518831                  | 14562721                                      | 9460204              | 178744670                                 |
| <b>02</b> | 994521                   | 1487638                                       | 4903240              | 32738610                                  |
| <b>03</b> | 629902                   | 629902                                        | 17857205             | 173279798                                 |
| <b>04</b> | -4256721                 | 66152065                                      | 217092967            | 730662044                                 |
| <b>05</b> | 8177418                  | 227256325                                     | 2469165              | 297839261                                 |
| <b>06</b> | 2905163                  | 29548257                                      | 8023417              | 288644429                                 |
| <b>07</b> | 0                        | 6315987                                       | 34466938             | 265484996                                 |
| <b>08</b> | -1396                    | 259039                                        | 3021081              | 125439994                                 |
| <b>09</b> | -894721                  | 20511152                                      | 5065671              | 863928291                                 |
| <b>77</b> | 12072998                 | 366723087                                     | 302359890            | 2956762095                                |
| <b>78</b> | 1293070                  | 58822388                                      | 20274606             | 448324963                                 |
| <b>79</b> | 2084488                  | 18736869                                      | 2579790              | 184259347                                 |
| <b>80</b> | 15450556                 | 444282344                                     | 325214286            | 3589346405                                |
| <b>81</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>82</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>83</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>84</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>85</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>86</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>87</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>88</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |
| <b>89</b> | 0                        | 0                                             | 0                    | 0                                         |

**Ek 10: 2012 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(BinTL)**

|    | Ürünler   | Tarım   | Maden   | Gıda     |
|----|-----------|---------|---------|----------|
|    |           | 01      | 02      | 03       |
| 01 | Tarım     | 235690  | 16381   | 8930481  |
| 02 | Maden     | 5652    | 415904  | 559391   |
| 03 | Gıda      | 138327  | 4615    | 4773280  |
| 04 | İmalat    | 8521633 | 1770864 | 3577615  |
| 05 | İnşaat    | 5448    | 813     | 189      |
| 06 | Ticaret   | 0       | 0       | 0        |
| 07 | Ulaştırma | 16420   | 39127   | 120638   |
| 08 | Turizm    | 3364    | 10740   | 47310    |
| 09 | Hizmetler | 34636   | 48677   | 174695   |
| 60 | Toplam    | 8961170 | 2307122 | 18183598 |

**Ek 10: 2012 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(Bin TL) (Devam)**

|    | İmalat    | İnşaat   | Ticaret  | Ulaştırma | Turizm  | Hizmetler |
|----|-----------|----------|----------|-----------|---------|-----------|
|    | 04        | 05       | 06       | 07        | 08      | 09        |
| 01 | 1901026   | 9534     | 32277    | 3562      | 669704  | 332387    |
| 02 | 40510920  | 318788   | 226264   | 167076    | 29987   | 28446327  |
| 03 | 186688    | 18508    | 168520   | 15412     | 2209776 | 286027    |
| 04 | 112838507 | 18350890 | 7951397  | 16655364  | 1543993 | 16534789  |
| 05 | 5851      | 512721   | 1692     | 799       | 2630    | 78226     |
| 06 | 0         | 0        | 0        | 0         | 0       | 0         |
| 07 | 420510    | 63776    | 620922   | 2960450   | 238525  | 404832    |
| 08 | 192895    | 52712    | 431703   | 218788    | 964028  | 619046    |
| 09 | 15818391  | 456850   | 897587   | 368905    | 246504  | 8085850   |
| 60 | 171874788 | 19783779 | 10330363 | 20390356  | 5905148 | 54787485  |

**Ek 10: 2012 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(Bin TL) (Devam)**

|           | <b>Toplam</b> | <b>Hanehalkına<br/>Hizmet Eden<br/>Kar Amacı<br/>Olmayan<br/>Kuruluşların<br/>Nihai Tüketim<br/>Harcaması<br/>(HHKOK)</b> | <b>Devletin Nihai<br/>Tüketim<br/>Harcaması</b> | <b>Nihai Tüketim<br/>Harcaması</b> | <b>Gayrisafi Sabit<br/>Sermaye<br/>Oluşumu</b> |
|-----------|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------------------|
| <b>01</b> | 12131040      | 1458777                                                                                                                   | 0                                               | 1458777                            | 307034                                         |
| <b>02</b> | 70680309      | 3614343                                                                                                                   | 0                                               | 3614343                            | 0                                              |
| <b>03</b> | 7801154       | 3192910                                                                                                                   | 0                                               | 3192910                            | 0                                              |
| <b>04</b> | 187745053     | 43497360                                                                                                                  | 4537825                                         | 48035185                           | 56984896                                       |
| <b>05</b> | 608369        | 0                                                                                                                         | 0                                               | 0                                  | 0                                              |
| <b>06</b> | 0             | 0                                                                                                                         | 0                                               | 0                                  | 0                                              |
| <b>07</b> | 4885201       | 0                                                                                                                         | 0                                               | 0                                  | 0                                              |
| <b>08</b> | 2540588       | 53466                                                                                                                     | 19800                                           | 73265                              | 0                                              |
| <b>09</b> | 26132095      | 316567                                                                                                                    | 13112                                           | 329680                             | 237389                                         |
| <b>77</b> | 312523810     | 52133422                                                                                                                  | 4570737                                         | 56704160                           | 57529319                                       |

**Ek 10: 2012 Yılı Topplulaştırılmış İthalat Girdi- Çıktı tablosu (Temel Fiyatlarla)  
(Bin TL) (Devam)**

|           | <b>Stoklarda Değişim</b> | <b>Toplam Gayrisafi<br/>Sabit Sermaye<br/>Oluşumu</b> | <b>İhracat (fob)</b> | <b>Toplam Kullanım<br/>(Temel Fiyatlarla)</b> |
|-----------|--------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------|-----------------------------------------------|
| <b>01</b> | 109826                   | 416860                                                | 26930                | 14033607                                      |
| <b>02</b> | 1470785                  | 1470785                                               | 362022               | 76127459                                      |
| <b>03</b> | 14862                    | 14862                                                 | 30660                | 11039586                                      |
| <b>04</b> | -167506                  | 56817390                                              | 19835021             | 312432649                                     |
| <b>05</b> | 8728                     | 8728                                                  | 0                    | 617097                                        |
| <b>06</b> | 0                        | 0                                                     | 0                    | 0                                             |
| <b>07</b> | 0                        | 0                                                     | 0                    | 4885201                                       |
| <b>08</b> | 0                        | 0                                                     | 362                  | 2614215                                       |
| <b>09</b> | -143625                  | 93764                                                 | 19611                | 26575150                                      |
| <b>77</b> | 1293070                  | 58822388                                              | 20274606             | 448324963                                     |

**Ek 11: 2012 Yılı Yurtiçi Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen Yurtiçi Girdi Katsayıları Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,1634       | 0,0036       | 0,2755      | 0,0090        | 0,0004        | 0,0006         | 0,0000           | 0,0235        | 0,0016        |
| <b>Maden</b>     | 0,0025       | 0,0467       | 0,0016      | 0,0190        | 0,0154        | 0,0026         | 0,0009           | 0,0009        | 0,0025        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0348       | 0,0010       | 0,1100      | 0,0012        | 0,0003        | 0,0052         | 0,0006           | 0,1219        | 0,0031        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0345       | 0,0789       | 0,0453      | 0,2483        | 0,2475        | 0,0518         | 0,0743           | 0,0286        | 0,0391        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0020       | 0,0028       | 0,0020      | 0,0021        | 0,1569        | 0,0099         | 0,0016           | 0,0107        | 0,0145        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0283       | 0,0361       | 0,0714      | 0,0541        | 0,0467        | 0,0252         | 0,0521           | 0,0361        | 0,0154        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0148       | 0,0587       | 0,0436      | 0,0344        | 0,0200        | 0,0542         | 0,2016           | 0,0287        | 0,0144        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0001       | 0,0022       | 0,0014      | 0,0020        | 0,0012        | 0,0082         | 0,0026           | 0,0628        | 0,0053        |
| <b>Hizmet</b>    | 0,0158       | 0,0815       | 0,0443      | 0,0793        | 0,0515        | 0,1847         | 0,0518           | 0,1249        | 0,2129        |

**Ek 12: 2012 Yılı Yurtiçi Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen Yurtiçi Çıktı Katsayıları Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,1634       | 0,0007       | 0,2671      | 0,0366        | 0,0006        | 0,0009         | 0,0001           | 0,0165        | 0,0076        |
| <b>Maden</b>     | 0,0136       | 0,0467       | 0,0086      | 0,4248        | 0,1400        | 0,0231         | 0,0077           | 0,0036        | 0,0666        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0359       | 0,0002       | 0,1100      | 0,0052        | 0,0005        | 0,0087         | 0,0010           | 0,0883        | 0,0156        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0084       | 0,0035       | 0,0107      | 0,2483        | 0,1009        | 0,0205         | 0,0270           | 0,0049        | 0,0463        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0012       | 0,0003       | 0,0012      | 0,0050        | 0,1569        | 0,0096         | 0,0014           | 0,0045        | 0,0419        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0175       | 0,0041       | 0,0429      | 0,1369        | 0,0482        | 0,0252         | 0,0480           | 0,0157        | 0,0461        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0099       | 0,0072       | 0,0285      | 0,0946        | 0,0224        | 0,0589         | 0,2016           | 0,0135        | 0,0468        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0002       | 0,0006       | 0,0020      | 0,0116        | 0,0028        | 0,0188         | 0,0055           | 0,0628        | 0,0367        |
| <b>Hizmet</b>    | 0,0033       | 0,0031       | 0,0089      | 0,0671        | 0,0177        | 0,0617         | 0,0159           | 0,0181        | 0,2129        |

**Ek 13: 2012 Yılı Yurtiçi Girdi Katsayıları Ters Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 1,2121       | 0,0074       | 0,3771      | 0,0167        | 0,0066        | 0,0056         | 0,0029           | 0,0811        | 0,0056        |
| <b>Maden</b>     | 0,0050       | 1,0524       | 0,0059      | 0,0280        | 0,0282        | 0,0060         | 0,0046           | 0,0042        | 0,0055        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0481       | 0,0031       | 1,1401      | 0,0043        | 0,0029        | 0,0090         | 0,0027           | 0,1509        | 0,0061        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0695       | 0,1336       | 0,1109      | 1,3583        | 0,4153        | 0,1012         | 0,1396           | 0,0815        | 0,0812        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0046       | 0,0072       | 0,0074      | 0,0076        | 1,1910        | 0,0174         | 0,0058           | 0,0188        | 0,0230        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0455       | 0,0544       | 0,1077      | 0,0841        | 0,0872        | 1,0423         | 0,0782           | 0,0651        | 0,0287        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0326       | 0,0900       | 0,0842      | 0,0702        | 0,0588        | 0,0818         | 1,2668           | 0,0607        | 0,0304        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0011       | 0,0043       | 0,0038      | 0,0049        | 0,0043        | 0,0111         | 0,0052           | 1,0694        | 0,0079        |
| <b>Hizmetler</b> | 0,0479       | 0,1426       | 0,1154      | 0,1660        | 0,1480        | 0,2643         | 0,1177           | 0,2090        | 1,2912        |

**Ek 14: 2012 Yılı Yurtiçi Çıktı Katsayıları Ters Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 1,2121       | 0,0014       | 0,3656      | 0,0679        | 0,0108        | 0,0090         | 0,0044           | 0,0569        | 0,0271        |
| <b>Maden</b>     | 0,0273       | 1,0524       | 0,0315      | 0,6257        | 0,2568        | 0,0528         | 0,0380           | 0,0163        | 0,1465        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0496       | 0,0006       | 1,1401      | 0,0184        | 0,0050        | 0,0150         | 0,0043           | 0,1093        | 0,0307        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0169       | 0,0059       | 0,0262      | 1,3583        | 0,1693        | 0,0400         | 0,0507           | 0,0140        | 0,0961        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0028       | 0,0008       | 0,0043      | 0,0183        | 1,1909        | 0,0168         | 0,0051           | 0,0079        | 0,0663        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0281       | 0,0062       | 0,0647      | 0,2129        | 0,0900        | 1,0423         | 0,0721           | 0,0283        | 0,0860        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0218       | 0,0111       | 0,0550      | 0,1930        | 0,0659        | 0,0888         | 1,2668           | 0,0286        | 0,0990        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0017       | 0,0012       | 0,0054      | 0,0282        | 0,0100        | 0,0255         | 0,0110           | 1,0694        | 0,0544        |
| <b>Hizmetler</b> | 0,0099       | 0,0054       | 0,0232      | 0,1404        | 0,0509        | 0,0883         | 0,0362           | 0,0303        | 1,2912        |

**Ek 15: 2012 Yılı İthalat Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen İthal Girdi Katsayıları Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,0013       | 0,0005       | 0,0515      | 0,0026        | 0,0000        | 0,0001         | 0,0000           | 0,0053        | 0,0004        |
| <b>Maden</b>     | 0,0000       | 0,0127       | 0,0032      | 0,0554        | 0,0011        | 0,0008         | 0,0006           | 0,0002        | 0,0329        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0008       | 0,0001       | 0,0275      | 0,0003        | 0,0001        | 0,0006         | 0,0001           | 0,0176        | 0,0003        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0477       | 0,0541       | 0,0206      | 0,1544        | 0,0616        | 0,0275         | 0,0627           | 0,0123        | 0,0191        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0000       | 0,0000       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0017        | 0,0000         | 0,0000           | 0,0000        | 0,0001        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0000       | 0,0000       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000         | 0,0000           | 0,0000        | 0,0000        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0001       | 0,0012       | 0,0007      | 0,0006        | 0,0002        | 0,0022         | 0,0112           | 0,0019        | 0,0005        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0000       | 0,0003       | 0,0003      | 0,0003        | 0,0002        | 0,0015         | 0,0008           | 0,0077        | 0,0007        |
| <b>Hizmetler</b> | 0,0002       | 0,0015       | 0,0010      | 0,0216        | 0,0015        | 0,0031         | 0,0014           | 0,0020        | 0,0094        |

**Ek 16: 2012 Yılı İthalat Girdi-Çıktı Tablosundan Elde Edilen İthalat Ters Matrisi**

|                  | <b>Tarım</b> | <b>Maden</b> | <b>Gıda</b> | <b>İmalat</b> | <b>İnşaat</b> | <b>Ticaret</b> | <b>Ulaştırma</b> | <b>Turizm</b> | <b>Hizmet</b> |
|------------------|--------------|--------------|-------------|---------------|---------------|----------------|------------------|---------------|---------------|
| <b>Tarım</b>     | 0,0043       | 0,0011       | 0,0596      | 0,0039        | 0,0014        | 0,0010         | 0,0006           | 0,0139        | 0,0011        |
| <b>Maden</b>     | 0,0057       | 0,0256       | 0,0139      | 0,0813        | 0,0296        | 0,0153         | 0,0125           | 0,0123        | 0,0472        |
| <b>Gıda</b>      | 0,0023       | 0,0004       | 0,0319      | 0,0007        | 0,0004        | 0,0012         | 0,0004           | 0,0232        | 0,0008        |
| <b>İmalat</b>    | 0,0743       | 0,0883       | 0,0699      | 0,2226        | 0,1484        | 0,0565         | 0,1063           | 0,0437        | 0,0422        |
| <b>İnşaat</b>    | 0,0001       | 0,0001       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0021        | 0,0001         | 0,0000           | 0,0001        | 0,0002        |
| <b>Ticaret</b>   | 0,0000       | 0,0000       | 0,0000      | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000         | 0,0000           | 0,0000        | 0,0000        |
| <b>Ulaştırma</b> | 0,0007       | 0,0025       | 0,0021      | 0,0019        | 0,0015        | 0,0034         | 0,0144           | 0,0031        | 0,0011        |
| <b>Turizm</b>    | 0,0002       | 0,0007       | 0,0007      | 0,0007        | 0,0006        | 0,0019         | 0,0013           | 0,0086        | 0,0011        |
| <b>Hizmetler</b> | 0,0024       | 0,0061       | 0,0052      | 0,0314        | 0,0126        | 0,0081         | 0,0062           | 0,0063        | 0,0140        |

## ÖZ GEÇMİŞ

### **Kişisel Bilgiler** :

Adı Soyadı : Merve ERTÜRK

Doğum Yeri ve Tarihi : Fethiye - 1991

Medeni Hali : Bekâr

### **Eğitim Durumu** :

Lisans Öğrenimi : Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisat Bölümü

### **Yabancı Dil ve Düzeyi** :

1. İngilizce : Orta Seviye