

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI**

DOKTORA TEZİ

**ARZ-TALEP ANALİZİ AÇISINDAN
İSTANBUL'DAKİ DÖRT VE BEŞ YILDIZLI
OTELLERİN YATIRIM KARARLARINI
ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ**

EBRU ULUCAN

2502160362

TEZ DANIŞMANI

PROF. DR. İSMAİL KIZILIRMAK

İSTANBUL – 2020

ÖZ

ARZ-TALEP ANALİZİ AÇISINDAN İSTANBUL'DAKİ DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTELLERİN YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİ

EBRU ULUCAN

Bu tez çalışması; otel işletmelerinin yatırım kararları alınırken ne kadar rasyonel davranıldığını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. İstanbul'a yönelik turizm talebini tahminlemek, yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin neler olduğunu ve bu doğrultuda en çok tercih edilen yatırım bölgesinin neresi olduğunu belirlemek de çalışmanın alt amaçlarındandır. Bu amaçlara ulaşabilmek için; keşifsel modelle tasarlanan bu çalışmada, hem nicel hem de nitel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Örneklemi İstanbul olarak ele alınan araştırmaya konu olacak ikincil veriler, turizm istatistiklerinden, birincil veriler ise Kasım 2019-Mayıs 2020 tarihleri arasında 22 otel yatırımcısı ile yüz yüze görüşülerek toplanmıştır. Görüşmeler esnasında yatırımcılara ilk önce dört soru sorulmuş, daha sonra anket uygulaması yapılmıştır. Anketlerden elde edilen veriler; yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen yatırım bölgesinin belirlenmesi için, görüşmelerden elde edilen bilgiler ise; ortaya çıkan tahminleme ve anket analiz sonuçlarını desteklemek için kullanılmıştır. İstanbul'a yönelik tahminler ise; "Eğri Uydurma" yöntemi ile yapılmıştır.

Yapılan araştırmanın sonucunda; yatırımcıların, yatırım kararı alırken en çok yatırımın geri dönüş süresi ve pazarın ihtiyaçları faktörlerini dikkate aldıkları ortaya çıkmıştır. Öte yandan; kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörler içinde de sırasıyla; hukuki faktörler, aglomerasyon koşulları ve ekonomik faktörlerin olduğu görülmüştür. Yatırım bölgelerinin tercih sıralaması sonucunda ise; yatırımcıların en çok Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesine yatırım yapmayı tercih ettikleri ortaya çıkmıştır. Daha sonra tüm bu sonuçlar, değerlendirilmiş ve hem akademiye hem de sektöre yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Aglomerasyon, Eğri Uydurma, Fuzzy TOPSIS, İstanbul, Kuruluş Yeri, Otel Yatırımları.

ABSTRACT

INVESTIGATION OF THE FACTORS AFFECTING THE INVESTMENT DECISIONS OF THE FOUR AND FIVE STAR HOTELS IN ISTANBUL IN TERMS OF SUPPLY-DEMAND ANALYSIS

EBRU ULUCAN

This thesis study was carried out to reveal how rational the investors are during their investment decisions. The sub-objectives of the study are to estimate the tourism demand for Istanbul, to determine which factors affect investment decisions and where the most preferred location site for hotel investments. In order to achieve these goals; the study is designed with the exploratory model, and both quantitative and qualitative research methods were used. In the study, of which the sample is Istanbul, the secondary data was collected from tourism statistics, and the primary data was collected by face-to-face interviews with 22 hotel investors between November 2019 and May 2020. During the interviews, firstly the investors were asked four questions, and then a questionnaire was applied. Data obtained from surveys were used to determine the most preferred investment region by investors, the information obtained from the interviews were used to support the results of demand forecast and survey analysis. And for the demand forecast, Curve Fitting Method has been used.

As a result of the research; it has been revealed that investors take into consideration the factors of the return time of the investment and the needs of the market mostly, when making an investment decision. On the other hand; legal factors, agglomeration conditions and economic factors were determined as the most important factors for hotel location site selection. As a result of the order of preferences of the investment regions; it was revealed that investors mostly prefer to invest in Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli region. Then all these results were compared and evaluated, and suggestions for both academic researches and the industry were developed.

Key Words: Agglomeration, Curve Fitting, Fuzzy TOPSIS, Hotel Investments, Istanbul, Location Site.

ÖNSÖZ

Bu tez çalışması, büyük bir turist akışına sahip olan ve yeni yapılan çalışmalar sayesinde turist potansiyeli her geçen gün artan İstanbul'un mevcut arz-talep ve otel yatırımları açısından genel durumunu analiz etmek amacıyla yapılmıştır. Yapılan analizlerin sonucunda; İstanbul'un her daim ihtiyaç duyduğu otel yatırımlarına yönelik karar alınırken fizibilite analizlerinden yeterince faydalanılamadığı ve rasyonel davranılmadığı kanısına varılmıştır. Buradan hareketle; İstanbul'un yatırım potansiyelinin nasıl değerlendirilebileceğine yönelik çıkarım ve önerilerde bulunulmuştur. Bu açıdan; bu çalışmanın ilerki dönemlerde turizm endüstrisine giriş yapacak yatırımcılara ve akademik araştırmacılara faydalı olacağı düşünülmektedir.

Tez konumun belirlenmesinden tamamlanmasına kadar geçen sürede bilgi, fikir ve tecrübelerini benimle paylaşan başta tez danışmanım Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK hocam olmak üzere; tez izleme jürimde bulunan ve tüm doktora sürecinde her sorunumla bir anne edasıyla ilgilenen anabilim dalı başkanımız Prof. Dr. Füsun İstanbullu DİNÇER'e ve Prof. Dr. Nazmi KOZAK'a teşekkürü bir borç bilirim.

Doktora eğitimimin en başından son güne kadar, eğitime sorunsuz bir şekilde devam edebilmem için her türlü kolaylığı sağlayan ve bilgisiyle her daim yanımda olan çalıştığım kurumun bölüm başkanı Prof. Dr. Nüzhet KAHRAMAN hocama ve tüm kurum hocalarıma çok şey borçluyum. Öte yandan; tüm bu süreçte; bir başka annem olan ve beni her daim destekleyen Gülsen KAHRAMAN hocama da teşekkürü bir borç bilirim.

Tezimin hazırlanması sürecinde; mesleki bilgilerini benimle paylaşan, turizm sektörüne ilk adım attığım neredeyse gençlik yıllarımdan beri beni tanıyan, her sorumda yanımda olan ve benim için bir genel müdürden ziyade her zaman bir abi olan Sn. Özkan ALKAN başta olmak üzere; Sn. Tavit KÖLETAVİTOĞLU'na, Turizm Yatırımcıları Derneğine ve Dedeman Turizm Yatırımları A.Ş. İş Geliştirme Direktörlüğüne de ayrıca teşekkür ederim. Onların destek ve yönlendirmeleri olmasaydı, bu çalışma ortaya çıkmazdı.

Zorlu geçen doktora sürecinde motivasyonel desteklerini her zaman hissettiğim arkadaşlarım; B310 kızlarına, Fantastik Dörtlü'müze ve özellikle Sercio'muz Sercan Yılmaz'a, canım öğrencilerime de en içten teğekkrlerimi sunmalıyım.

Her ne kadar en sona bırakmığ olsam da her zaman bağımın tacı olan ailem... Analizlerimde yardımlarını esirgemeyen kardeğim Eren ile güzel eği Jale ULUCAN'a ve hayatımda tanıdığım en güçlü ve en gerçek kahramanlar olan anneme ve babama en derin teğekkrlerimle. Sizler sayesinde buradayım.

İstanbul, 2020

Ebru ULUCAN

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ.....	iii
TABLolar LİSTESİ.....	vii
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMDE YATIRIM KARARLARI

1.1. Yatırım ve Turizm Yatırımı Kavramları	20
1.2. Turizm Yatırım Projelerinin Geliştirilmesi.....	24
1.2.1. Proje Fikrinin Doğuşu	26
1.2.2. Ön Araştırma	26
1.2.3. Fizibilite Çalışmaları	27
1.2.4. Genel Değerlendirme ve Yatırım Kararının Alınması	27
1.2.5. Kesin Projenin Gerçekleştirilmesi.....	28
1.2.6. Projenin Uygulamaya Sokulması	29
1.2.7. Deneme Üretimi ve İşletmeye Geçiş.....	29
1.3. Turizm Yatırım Kararlarını Etkileyen Faktörler	30
1.4. Turizm Yatırımlarında Fizibilite Analizi	35
1.4.1. Ekonomik İnceleme.....	36
1.4.2. Teknik İnceleme	38
1.4.3. Mali İnceleme.....	40
1.4.4. Hukukî İnceleme	43
1.5. Turizm Yatırımlarında Kuruluş Yeri	43
1.5.1. Kuruluş Yeri Seçimi.....	44
1.5.2. Kuruluş Yeri Seçimini Etkileyen Faktörler	46
1.5.6. Kuruluş Yeri Seçiminde Kullanılan Sayısal Yöntemler.....	53

İKİNCİ BÖLÜM

İSTANBUL’UN ARZ, TALEP VE TURİZM YATIRIMLARI AÇISINDAN SEKTÖREL DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

2.1. İstanbul'un Turizm Arz Yapısı ve Kaynakları.....	67
2.1.1. Doğal Kaynaklar	68
2.1.2. Tarihi ve Kültürel Kaynaklar	68
2.1.3. Eğlence ve Rekreasyon Kaynakları.....	69
2.1.4. Altyapı ve Üstyapı Olanakları.....	70
2.1.5. Turizm Arzının Kapasite Açısından Değerlendirilmesi	71
2.2. İstanbul'un Turizm Talebi Açısından Durumu	78
2.3. İstanbul'un Turizm Yatırımları Açısından Durumu	90

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARZ-TALEP ANALİZİ AÇISINDAN İSTANBUL'DAKİ DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTELLERİN YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Yapısı	97
3.1.1. Araştırmanın Modeli	97
3.1.2. Araştırma Problemi	98
3.1.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi	99
3.1.4. Araştırmanın Varsayımları	99
3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	99
3.2. Araştırmanın Metodolojisi	100
3.2.1. Evren ve Örneklem.....	100
3.2.2. Veri Toplama Teknikleri.....	101
3.2.3. Veri Analiz Teknikleri	102
3.3. Araştırma Bulguları	119
3.3.1. Tahminlemeye Yönelik Bulgular	119
3.3.2. Yatırım Bölgesi Seçimine Yönelik Bulgular.....	133
3.3.3. Yüz yüze Görüşme Bulguları	143
SONUÇ.....	154
KAYNAKÇA	173
EKLER.....	194
ÖZGEÇMİŞ.....	198

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: 2019 İtibariyle Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı	72
Tablo 2: İstanbul'daki Konaklama Tesislerinin Toplanma (Yatırım) Bölgelerine Göre Toplamı (2019 İtibariyle)	74
Tablo 3: Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Belediye İşletme Belgeli Tesislerin Türlerine Göre Dağılımı (2019).....	75
Tablo 4: 2000-2019 Arasında İstanbul'daki Bakanlık İşletme Belgeli Konaklama Kapasitesi	76
Tablo 5: 2018 Yıl Sonu İtibariyle İstanbul'daki Yiyecek-İçecek Tesislerinin Dağılımı	77
Tablo 6: 2018 Yılsonu İtibariyle İstanbul'daki Seyahat Acentalarının Sayısı.....	78
Tablo 7: 1996-2019 Yılları Arasında İstanbul'a Gelen Turistlerin Toplanma (Yatırım) Bölgelerine Göre Dağılımı.....	80
Tablo 8: 2001-2019 Yılları Arasında İstanbul'a Gelen Turistlerin Tesis Türlerine Göre Konaklama Dağılımları.....	81
Tablo 9: İstanbul'a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları.....	83
Tablo 9: İstanbul'a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları (devam)	84
Tablo 9: İstanbul'a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları (devam)	85
Tablo 9: İstanbul'a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları (devam)	86
Tablo 10: 2003-2019 Yılları Arasında Türkiye'ye Geliş Amacına Göre Turistler	88
Tablo 11: İstanbul'daki Yatırım Belgeli Otellerin Yıllara Göre Dağılımı.....	92
Tablo 12: İstanbul'daki Yatırım Belgeli Tesislerin Türlerine ve Yıllara Göre Dağılımı.....	93
Tablo 13: İstanbul'da Son İki Yıldır Devam Eden Yatırımların Listesi	94
Tablo 14: Karar Kriterlerinin Dilsel Değişkenleri İçin Önem Ağırlıkları.....	112
Tablo 15: Alternatif Kriterleri İçin Kullanılan Dilsel Değişkenler	112
Tablo 16: 1996-2019 Yılları Arasında Tarihi Yarımada'ya Gelen Turist Sayısı	120
Tablo 17: Tarihi Yarımada Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiliği Değerleri	121
Tablo 18: Tarihi Yarımada Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonskiyonunun Katsayıları.....	122
Tablo 19: 1996-2019 Yılları Arasında Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesine Gelen Turist Sayısı	123

Tablo 20: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiği Değerleri	123
Tablo 21: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları	124
Tablo 22: 1996-2019 Yılları Arasında Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesine Gelen Turist Sayısı	125
Tablo 23: Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiği Değerleri	126
Tablo 24: Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları	126
Tablo 25: 1996-2019 Yılları Arasında Havalimanı Bölgesine Gelen Turist Sayısı.....	127
Tablo 26: Havalimanı Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiği Değerleri	128
Tablo 27: Havalimanı Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları	129
Tablo 28: 1996-2019 Yılları Arasında Anadolu Yakasına Gelen Turist Sayısı.....	130
Tablo 29: Anadolu Yakası İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiği Değerleri.....	130
Tablo 30: Anadolu Yakası İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları	131
Tablo 31: 2020-23 Yılları Arasındaki Tahminlenen Turist Verileri	132
Tablo 32: Karar Kriterlerinin Karar Vericiler Tarafından Değerlendirilmesi.....	134
Tablo 33: Alternatiflerin Karar Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi	135
Tablo 34: Karar Kriterlerinin Önem Ağırlıklarının Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü.....	137
Tablo 35: Alternatiflerin Kriterlere Göre Değerlendirilmesinin Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü	138
Tablo 35: Alternatiflerin Kriterlere Göre Değerlendirilmesinin Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü (Devam).....	139
Tablo 36: Fuzzy Karar Matrisi.....	140
Tablo 37: Normalize Edilmiş Fuzzy Karar Matrisi.....	140
Tablo 38: Karar Kriterlerinin Önem Ağırlıkları.....	141
Tablo 39: Ağırlıklı Normalize Edilmiş Fuzzy Karar Matrisi.....	141
Tablo 40: Fuzzy Pozitif İdeal Çözüm Kümesi.....	141
Tablo 41: Fuzzy Negatif İdeal Çözüm Kümesi.....	141
Tablo 42: Fuzzy (+) / (-) İstenen Çözüme Uzaklıklar.....	142

Tablo 43: Yakınlık Katsayıları ve Sıralamalar.....	142
Tablo 44: Görüşmeye Katılanlara Ait Demografik Bulgular.....	145
Tablo 45: Yatırım Kararlarına İlişkin Bulgular	146
Tablo 46: Fizibilite Analizlerinin Rasyonelliğine İlişkin Bulgular.....	147
Tablo 47: Kuruluş Yeri Seçiminde Dikkate Alınan Faktörlere Ait Bulgular.....	150
Tablo 48: İdeal Kuruluş Yerine İlişkin Bulgular	152



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Üçgen Fuzzy Sayısı (Chen, 2000).....	111
Şekil 2: Tarihi Yarımada Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği	121
Şekil 3: 2020-2023 Yılları Arasında Tarihi Yarımada Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri.....	122
Şekil 4: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği	123
Şekil 5: 2020-2023 Yılları Arasında Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri.....	124
Şekil 6: Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği.....	125
Şekil 7: 2020-2023 Yılları Arasında Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri.....	127
Şekil 8: Havalimanı Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği	128
Şekil 9: 2020-2023 Yılları Arasında Havalimanı Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri	129
Şekil 10: Anadolu Yakasına Gelen Turist Verilerinin Grafiği	130
Şekil 11: 2020-2023 Yılları Arasında Anadolu Yakasına Gelecek Turist Sayısı Tahminleri	131
Şekil 12: Hiyerarşik Yapı Ağacı.....	136

KISALTMALAR LİSTESİ

AA	: Otomobil Birliği
AAA	: Amerikan Otomobil Birliği
AHP	: Analitik Hiyerarşi Prosesi
ANP	: Analitik Ağ Prosesi
BD	: Bugünkü Değer
COPRAS	: Karmaşık Oransal Değerlendirme
ÇKKV	: Çok Kriterli Karar Verme
GÖS	: Geri Ödeme Süresi
HTIC	: Otel ve Seyahat Endeksi Sınıflandırma Sistemi
ICVB	: İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu
İSTKA	: İstanbul Kalkınma Ajansı
KGK	: Kamu Gözetimi Kurumu
KTB	: Kültür ve Turizm Bakanlığı
MOORA	: Oransal Analiz Aracılığı ile Çok Amaçlı Optimizasyon
NBD	: Net Bugünkü Değer
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İş birliği Örgütü
TDK	: Türk Dil Kurumu
TOPSIS	: İdeal Çözüm Kümesine Benzerliğe Göre Tercih Sıralaması Tekniği
TTYD	: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
TUGEV	: Turizmi Geliştirme Vakfı
TUROB	: Türkiye Otelciler Birliği
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

UNESCO : Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü

UNWTO : Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü

VIKOR : Kriter Ağırlıkları Yardımıyla Tercih Sıralaması



GİRİŞ

Günlük yaşamı devam ettirmek için geçici süreyle de olsa bir yerden bir yere hareket etme yani seyahat kavramı, insanlık tarihi kadar eskidir. Öyle ki; ilk çağlardan beri toplumlar bir bölgedeki kaynakları tüketip, yeni besin ve tüketim kaynakları bulmak için başka bölgelere göç etmiştir (Mısırlı, 2002). Zaman içerisinde olimpiyat oyunlarına katılma, Mısır'daki piramitleri ziyaret etme, ticari faaliyetleri gerçekleştirme şeklinde değişen amaçlarla, seyahat olgusu farklı anlamlar da kazanmış ve kapsamı genişlemiştir (Demir, 2014). İlerleyen dönemlerde gelişen teknoloji ve refah seviyesinin artmasıyla bireylerin seyahat amaçları daha özele doğru değişmiş, bireyler artık sadece eğlenmek ve kendilerini yenilemek için de seyahatlere çıkar olmuşlardır. Böylece; bir kez daha kapsamı genişleyen seyahat kavramını kendi içerisinde ayrıştırma ihtiyacı doğmuş ve eğlence, dinlenme gibi amaçlarla yapılan seyahatler için kullanılagelen turizm kavramı ortaya çıkmıştır (Goeldner ve Ritchie, 2012; Kozak vd. 2012).

Dilimize İngilizce “tourism” kelimesinden geçen turizm kelimesinin kökeni; geri dönme eğilimdeki ayrılış anlamına gelen eski Anglo Sakson dönemi İngilizcesinde yer alan “torn”, Yunanlıların kullandığı “tornus” ve Romalıların kullandığı “tornare” kelimelerine dayanmaktadır (Demir, 2010). 18. yüzyılın ortalarına gelindiğinde İngiliz aristokratları eğitim, araştırma ve kültürel keşif gibi amaçlarla gerçekleştirilen seyahatleri ifade etmek için “turn” kelimesini kullanmaya başlamışlardır. Büyük Tur'dan (The Grand Tour) sonra ise turn kelimesi yerini Fransa'nın da etkisiyle “tour” kelimesine bırakmıştır. Aynı yıllarda burjuvazinin de etkisiyle kelimeye Latince -iste ve Yunanca -isme son takıları da eklenerek; ‘bir yerden bir yere gitme eylemi’ için “tourism”, o eylemi gerçekleştiren kişiler için ise “tourist” kelimeleri kullanılmaya başlanmıştır (Mısırlı, 2002; Goeldner ve Ritchie, 2012; Kozak vd., 2012; Tellioglu ve Tekin, 2016).

Turizm kavramının kapsamını oluşturabilmek amacıyla birçok farklı çalışma ve tanımlama yapılmıştır. Bu tanımlardan bazıları turizmin ekonomik, bazıları da sosyo-psikolojik yönlerine vurgu yapmışlardır (Kozak vd., 2012). Turizmle ilgili bilinen ilk tanım, 1905 yılında Guyer-Fueler'in ortaya koyduğu tanımdır. Buna 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 toplumların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren ‘modern’ çağa özgü bir olay” olarak tanımlanmaktadır (Tellioğlu ve Tekin, 2016:490).

Turizmi sadece ekonomik açıdan inceleyen tanımlara bakıldığında ise Hermann von Schullar’ın 1910 yılında ve Picard’ın yaptıkları tanımlar öne çıkmakta, turizmi; başka bir destinasyondan gelen yabancıların geçici süreli kalışları sonucu ortaya çıkan ve döviz akışı ile turist harcamalarının ekonomik katkılarını inceleyen olaylar bütünü olarak açıklamaktadır. Meyer ise turizmin psikolojik boyutuna vurgu yaparak turizmi; bireylerde farklı seviyelerde bulunan kaçma ve uzaklaşma güdülerinden hareketlenen psikolojik kaynaklı yer değiştirme hareketlerinin bütünü olarak tanımlamıştır (Kozak vd., 2012).

İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra ise; seyahat ve turizm faaliyetlerindeki gelişmeler, turizmin daha kapsamlı çalışılmasını gerektirmiş ve küresel bir fenomen haline gelen turizm, sadece ekonomik boyutu ile değil, bünyesinde bulundurduğu konaklama, sürekli kalışa dönüşmeme ve gelir kazanma amacı taşımama gibi unsurlarıyla da değerlendirilmeye başlanmıştır (Tosun vd., 2003; Theobald, 2004; Goeldner ve Ritchie, 2012). Bu bağlamda kapsamı daha genişleyen turizm kavramına yönelik ilk bilimsel tanım, Hunziker ve Krapf tarafından “sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşıda bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre kalışlarından doğan ilişkilerin tümü” olarak tanımlanmıştır (Kozak vd., 2012:3). Mathieson ve Wall’a göre ise turizm; bireylerin sürekli yaşadıkları ve çalıştıkları yerler dışındaki destinasyonlara yaptıkları geçici hareketleri, buralardaki kalışları boyunca gerçekleştirdikleri aktiviteler ve ihtiyaçlarını karşılamak için oluşturulmuş tesislerden oluşmaktadır (Theobald, 2004). Son olarak Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)’nın yapmış olduğu tanıma göre ise turizm; bireylerin, iş, gezme-eğlenme ve benzeri amaçlarla, olağan çevreleri dışındaki yerlere en az yirmi dört saat en fazla bir yıl konaklama suretiyle gerçekleştirdikleri ve buralardaki işletmelerin ürün ve

hizmetlerinden faydalanmalarından ortaya çıkan olaylar ve ilişkiler bütünü olarak ifade edilmektedir (Soyak, 2016).

Yapılan bütün tanımlar göz önüne alındığında; turizm faaliyetlerinin odak noktasında seyahat olgusunun yer aldığı görülmektedir. Ancak burada dikkat edilmesi gereken nokta; tanımların da vurguladığı gibi, amacı ne olursa olsun bir turizm faaliyeti içerisinde seyahatin yanı sıra gelir kazandırmayacak faaliyetlerin de yer almasıdır. Dolayısıyla; her turizm faaliyeti seyahat olarak kabul edilse bile her seyahat bir turizm faaliyeti olarak kabul edilmemektedir.

Tellioğlu ve Tekin'e göre (2016) de bir seyahatin turizm kapsamında değerlendirilebilmesi için gerekli olan bazı koşullar vardır:

- Seyahatin sürekli yaşanılan, çalışılan ve olağan ihtiyaçların giderildiği bölgeler dışına yapılması,
- Geçici süreli de olsa bir konaklama içermesi,
- Konaklama esnasında turizm işletmelerinin üretmiş oldukları ürün ve hizmetlerden faydalanılması,
- Tüm konaklama boyunca gelir kazandırıcı faaliyetlerde bulunulmaması gerekmektedir.

Bu koşullar dikkate alındığında; kongre-konferans-toplantılara katılma amacıyla yapılan seyahatler, sağlık amacıyla yapılan seyahatler, kültürel geziler ve sahil kesimlerine yapılan seyahatler turizm faaliyeti olarak değerlendirilmektedir. Öte yandan; öğrencilerin şehir dışında eğitim amacıyla konaklamaları, çalışma amacıyla bir bölgeye yerleşmeler, günlük ihtiyaçları karşılamak için yapılan aktiviteler turizm faaliyetleri kapsamında değerlendirilmemektedir (Kozak vd., 2012).

Bireylerin seyahatleri süresince konaklama, yeme-içme gibi temel ihtiyaçları, bu ihtiyaçları giderebilecek tesislerin varlığını gerektirmektedir. Bu gereksinimden dolayı ortaya çıkan işletmeler ise, faaliyette oldukları ülkelere sunmuş oldukları ekonomik katkılar sebebiyle de, turizm bünyesinde faaliyet göstererek turizmin bir endüstri olarak ele alınmasına önayak olmuştur (Soyak, 2016). Bu bakış açısıyla birlikte turizm endüstrisi; *“ulusal ve uluslararası turizmin gerektirdiği fonksiyonları yerine getirmek üzere kurulan ve geniş ölçüde hizmet sektöründen, belli ölçülerde*

tarım ve sanayi sektörlerinden yararlanan işletmelerin yatırım, üretim ve uygulama faaliyetlerinin tümü” olarak tanımlanmaktadır (Selek, 2009:66). Bu açıdan değerlendirildiğinde turizm endüstrisinin; tamamı ya da büyük bir kısmı turistler tarafından tüketilen mal ve hizmetler ile bunların üretimini gerçekleştirebilecek her türlü ticari ve sınai faaliyetleri kapsadığını söylemek mümkündür (Çeken, 2016).

Turizm endüstrisi, bünyesinde birden çok faaliyeti bulundurması sebebiyle, büyüklü küçüklü iş kollarından oluşan birçok alt sektörle yakından iş birliği içerisinde olup, ekonomik kazanç anlamında hem bu alt sektörleri desteklemektedir, hem de kendisi bu sektörlerden beslenmektedir. Turizmin iş birliği içerisinde olduğu alt sektörler ise; konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri, seyahat ve ulaştırma işletmeleri, hediyelik eşya üretimi ve satış mağazaları, eğlence işletmeleri ve turizmle ilgili diğer hizmet veren kurumlar olarak sıralanmaktadır (Selek, 2009).

Temelinde turist gönderen bölge, ulaştırma olanakları ve turist kabul eden bölge yer alan bir sistem olarak kabul edilen turizm endüstrisinin çok sektörlü oluşu, turizmin özellikleriyle de birleşerek, karmaşık bir yapı oluşturmaktadır. Bu karmaşık yapı da turizmi diğer endüstrilerden ayırmaktadır. Turizmi diğer sektörlerden ayıran özellikler ise şu şekilde özetlenmektedir (Selek, 2009; Goeldner ve Ritchie, 2012; Kozak vd., 2012):

- Potansiyel talebi karşılayabilecek arzın yaratılması, yüksek yatırım gerektirmektedir.
- Yılda 365 gün, günde 24 saat olacak şekilde bütünleşik faaliyet hâkimdir.
- Ağırlıklı olarak hizmet üretilip sunulur.
- Üretim ve sunum için ihtiyaç duyulan temel hammaddelerin büyük çoğunluğu, doğal kaynaklardan sağlanmaktadır.
- Turizm ürünlerinin soyut yapısı nedeniyle, stoklama mümkün olmamakta; bu durum da mal ve hizmetlerin eş zamanlı üretilip tüketilmesini gerektirmektedir.

- Sektöre yönelik potansiyel talep; siyasi, ekonomik, doğal ve/veya sosyal birçok faktörden kolayca etkilenebilmektedir. Bu durum da gelir kazanımı açısından risk unsuru oluşturmaktadır.

- Turizm ürünlerinin üretimi çoğunlukla insan gücüne dayandığından emek yoğunudur.

- Ülkelerin iç ve dış ödemeler dengesine yaptığı katkılardan dolayı yerinde ihracat olarak da adlandırılır.

Ülkesel kalkınmanın ve ülke halkının refah seviyelerinin artmasında giderek artan bir önemi olan turizm sektörü, son 50 yılda gerek küresel çapta gerekse Türkiye çapında hızla gelişmektedir. Hızla artan küreselleşmenin de etkisiyle, teknolojiyle beraber uluslararası turizm hareketliliğinde yaşanan gelişmeler son zamanlarda ülkelerin iç turizm hareketliliğini de artırmış ve bu da turizm sektöründe yoğun bir rekabete yol açmıştır (Selek, 2009; Soyak, 2016).

Turizm endüstrisinin geçmişten günümüze nasıl geliştiği ise dünya çapında ve Türkiye çapında olmak üzere iki ayrı şekilde ele alınmaktadır. Bünyesindeki diğer sektörlerle birlikte, dünya çapında yaklaşık 7 trilyon dolarlık bir ekonomik büyüklüğe ve küresel ekonominin de yaklaşık %10'una sahip olan turizmin başlangıcı tarih öncesi çağlara kadar uzanmaktadır (Yıldız, 2011; Soyak, 2016). Sümerliler tarafından ilk yazının, paranın ve tekerleğin bulunmasıyla başlatılan turizm hareketleri, Finikelilerin ticaret ağlarını kurmalarıyla, Mısır'daki piramitlerin gezilmesiyle ve Yunan olimpiyat oyunlarına katılımcı ve izleyici ilgisinin artmasıyla daha da gelişmiştir. Milattan sonraki dönemlerde Müslümanlık ve Hristiyanlığın da yayılmasıyla dini amaçla yapılan seyahatler artmış ve turizme dini seyahat boyutunu da eklemiştir (Barutçugil, 1989; Yıldız, 2011; Goledner ve Ritchie, 2012).

Millattan önceki dönemlerde daha çok ticaret, din ve spor oyunlarına katılma amacıyla gerçekleştirilen turizm hareketlerinin asıl gelişimi, milattan sonraki dönemlerde hızlanmıştır. Özellikle coğrafi keşiflerin ve Sanayi Devrimi'nin etkisiyle turizm farklı bir boyut kazanarak eğlence ve dinlenme amacıyla da gerçekleştirilir hale gelmiştir (Mısırlı, 2002; Hong Kong Education Bureau, 2009; Goeldner ve Ritchie, 2012; Hong Kong Education Bureau, 2013; Demir, 2014; Mengü, 2018).

Türkiye’de ise turizmin gelişimine bakıldığında; dünyadaki gelişmelerle aynı doğrultuda ilerlediği görülmektedir. Özellikle İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra, turizmin önemi daha da artarak, turizm endüstrisinin geliştirilmesine yönelik çalışmalar da hızlandırılmıştır (Yıldız, 2011; Kozak vd., 2012). Bu çalışmalar, Cumhuriyet öncesi ve Cumhuriyet sonrası olmak üzere iki dönemde incelenmektedir (Selek 2009; Gülbahar, 2009; Yıldız, 2011; Kozak vd., 2012; Kuşluvan, 2016).

Verimli toprakları, iklim yapısı ve coğrafi özellikleriyle dikkat çeken Türkiye, özellikle Anadolu toprakları, ilk çağlardan beri, Hititler, Frigler ve Lidyalılar gibi birçok uygarlığın ilgisini çekmiş ve sayısız göç almıştır. Bu dönemlerde ticaret, sağlık, din, spor ve gösteri etkinliklerine katılım gibi amaçlarla gerçekleşen hareketlilikler Anadolu topraklarında turizmi ilk başlatan etkinlikler olmuştur. Bu bağlamda; özellikle 13. yüzyılda Selçuklular tarafından ticaret yolları üzerinde kurulan han ve kervansaraylar turizmi geliştirmekle kalmamış, konaklama işletmeciliğinin de öncüsü olmuştur (Eralp, 1983; Dinçer ve İstanbullu Dinçer, 1989; Gülbahar, 2009; Kuşluvan, 2016). Daha sonra Osmanlı İmparatorluğu döneminde ise, ulaşım ve altyapı sistemlerinin geliştirilmesiyle han ve kervansaraylar da geliştirilerek sayıları artırılmış, böylece turizm ve seyahat faaliyetleri de geliştirilmiştir (Kuşluvan, 2016).

Cumhuriyet’in ilanı ile yeni bir yapılanma içerisine giren Türkiye’de turizm hareketleri; yeni kurulan bir devlet olarak yaşanan ekonomik, sosyal ve siyasal problemler, İkinci Dünya Savaşı ve dünyadaki siyasal istikrarsızlık gibi nedenlerle yavaşlamış, bu dönemde daha çok kurumsal yapılaşmalar ağırlık kazanmıştır (Kozak vd., 2012; Kuşluvan, 2016). İlerleyen dönemlerde, özellikle planlı kalkınma dönemine geçildiği 1960’lı yıllarda, ekonomik önemi iyice anlaşılan turizm hareketleri oldukça gelişmiş, 1980’li yıllardan itibaren de büyük bir ivme kazanmıştır. Bu dönemde özellikle kalkınma planları ile turizm yatırımlarına yön verilmeye başlanmış ve turizmle ilgili altyapının oluşturulabilmesi için yatırımlar teşvik edilmiştir. (Eralp, 1983; Dinçer ve İstanbullu Dinçer, 1989; Selek, 2009; Gülbahar, 2009; Yılmaz, 2011; Kozak vd., 2012; Kuşluvan, 2016).

Yukarıda belirtilen gelişmeler ışığında, turizm yatırımları ve faaliyetleri hızla artmış ve turizm endüstrisi; 1994, 2000 ve 2001 yıllarında yaşanan ekonomik krizlere

rağmen; gerek küresel gerekse ülkesel anlamda ekonomik getiri sağlayan önemli sektörlerden biri haline gelmiştir. Gelişen küreselleşme, tanıtım-pazarlama faaliyetlerinin gücü ve Avrupa Birliği ile olan ilişkiler sonucunda yabancı yatırımların da ilgisini çeken turizm endüstrisi, ülkelerin ekonomik büyümelerini de sağlayan bir rol oynamaktadır. Turizmin ekonomik kalkınmayı destekleyici rolünün anlaşılmasıyla birlikte; gelişen teknoloji, değişen tüketici beklenti ve talepleri de turizm sektörünün büyümesine ve bünyesindeki işletmelerin farklılaşmasına yol açmıştır.

Bir seyahat faaliyetinde en çok duyulan ihtiyaçlardan biri konaklama olduğu için; konaklama sektörü turizm endüstrisinin temelini oluşturan bir alt bileşen olarak kabul edilmektedir. Öyle ki; turizm gelirlerinin yaklaşık %70'i konaklama sektöründen elde edilmektedir (Demirtaş, 2010). Öte yandan; istihdama verdiği destek, ulusal ve uluslararası ekonomiye katkı, döviz girdisi gibi katkıları nedeniyle diğer işletmeleri de destekleyen bir sektör olmasından dolayı da turizm endüstrisinde önemli olarak kabul edilmektedir (Kozak vd., 2012). 1980'li yıllardan başlayarak gelişen yatırımların da etkisiyle, toplam yatırım değeri 70 milyar doları geçen ve hızlı bir ivme yakalayan konaklama sektörü, 600 bini aşan istihdam ve 11 milyar doların da üstündeki gelir hacmiyle turizm endüstrisi içindeki yerini sağlamlaştırmıştır (Akıncı, 2016).

Turizm endüstrisi içerisinde bu derece önem taşıyan konaklama sektörü; bireylerin kendi evleri dışında; farklı amaçlarla yaptıkları seyahatlerde öncelikli olarak geçici konaklama, sonrasında da yeme-içme, eğlenme gibi ihtiyaçların karşılanması için, hammadde veya yarı mamul maddelerden faydalanarak mal ve hizmet üreten işletmelerden ve bu işletmelerin faaliyetlerinden oluşan bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993; Demirtaş, 2010; Akıncı, 2016). Bireylerin maddi ihtiyaçları kadar manevi ihtiyaçlarının da karşılanmasını sağlayan bu faaliyetler, yoğunlukla konaklama sektörünün ve turizm ürünü bileşenlerinin temel taşı olan konaklama işletmelerinde sağlanmaktadır.

Konaklama işletmeleri ile ilgili farklı kaynaklarda birçok benzer tanıma rastlamak mümkündür. Örneğin Olalı ve Korzay'a göre (1993) konaklama işletmeleri; bireylerin sürekli yaşadıkları yer dışına yaptıkları seyahatlerde öncelikle geçici

konaklama ihtiyaçlarını, daha sonra da yeme-içme, eğlenme, dinlenme gibi ihtiyaçlarını karşılayabilmeleri için mal ve hizmet üreten işletmeler olarak tanımlanmaktadır.

Akıncı (2016) ise konaklama işletmelerini; “emek yoğun mal ve hizmet üretimi yapan, değişik bileşenlerle turistlerin geçici konaklama, yeme-içme, kısmen eğlence ve diğer bazı sosyal ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için çok çeşitli üretilen mal ve hizmeti satan, üretim ve satışı aynı çatı altında eşzamanlı yapan ve satış noktasında müşteriyle yüz yüze yakın temas içerisinde olan işletmeler” olarak açıklamaktadır. Bir başka tanımlamaya göre de; “birinci derecedeki turizm işletmeleri arasında yer alan, turistik mal ve hizmetlerin üretimini sağlayan, varlıkları turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve şekillenen işletmeler” olarak ifade edilmektedir (Usta, 2009:42 akt. zdemir Güzel ve Gedik, 2015:60).

Yapılan tanımlar dikkate alındığında; konaklama işletmelerinin ana faaliyetlerinin turistlerin geçici olarak konaklamalarını sağlamak olduğunu söylemek mümkündür. Turizm endüstrisinin doğası gereği; konaklama işletmeleri diğer işletme türlerinden daha farklı özellikler taşımaktadır. Konaklama işletmelerini diğer işletmelerden ayıran; türü, büyüklüğü ne olursa olsun tüm konaklama işletmelerinin ortak özellikleri aşağıdaki şekilde özetlenmektedir (Olalı ve Korzay, 1993; zdemir Güzel ve Gedik, 2015; Akıncı, 2016).

- Konaklama işletmeleri kuruluşundan faaliyetine kadar büyük sermaye gerektirirler.
- Binalarının makine ve teçhizat donanımı ile genel mefruşatı da konaklama ürünü içerisine dahil edilir ve işletmelerinde faaliyet süreçlerinde önemli bir yer tutar.
- Bünyesinde birden fazla faaliyet alanı bulundurdukları için geniş istihdam olanağı sağlarlar.
- Emek yoğun işletmeler olup, 7/24 hizmet sunarlar.
- Müşteri memnuniyeti önemli ölçüde personel kalitesine bağlı olup, kalifiye personellere ihtiyaç duyarlar.

- Dinamik bir yapıya sahip olup, konaklama işletmelerine olan talep kolay tahmin edilemez.

- Personeller arasında daha hassas ve kaliteli koordinasyon gerektirir.

- Konaklama işletmelerinde doluluk oranları arttıkça maliyet giderlerinde tasarruf yapma imkânı doğar.

Bireylerin farklı sebeplerle sürekli seyahat ediyor olması, farklı bölgelerde birçok tesisin açılmasına sebep olmaktadır. Bu sayede turizm endüstrisi için bu derece önem taşıyan konaklama işletmelerinin sayısı her geçen gün artmaktadır. Ancak; zaman zaman bu gelişimi yavaşlatan birtakım faktörler de ortaya çıkmaktadır. Bu faktörler şu şekilde özetlenebilir (Kozak vd., 2012):

- Turizmin mevsimsellik özelliği, talepteki değişkenlik, yetersiz pazarlama çalışmaları, rakip işletmelerin artması gibi sebeplerden dolayı konaklama işletmelerinin kapasitelerinden tam olarak yararlanılamamaktadır.

- Yatırımın geri dönüş riskleri ve kârlılığın düşük olmasından dolayı yatırım yapma isteğinin azalmasına yol açmaktadır.

- Müşteri istek ve ihtiyaçlarının sürekli değişmesi ve rakiplerin giderek artmasıyla işletmelerin sürekli olarak kendilerini yenileme gerekliliği yatırımcıları geri çekmektedir.

- Sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel bulmadaki güçlükler yatırım isteğini azaltmakta ve hizmet kalitesinin düşmesine yol açmaktadır.

- Özellikle dost ve akraba ziyaretine gelen turistlerin, tatillerini akrabalarıyla onların evinde geçirmek istemeleri ve günübirlik ev kiralama imkanlarının haksız rekabet ortaya çıkarması da müşteri doluluğu anlamında konaklama işletmelerini zorlamaktadır.

Konaklama sektörünü etkileyebilecek tüm bu olumsuz faktörlere rağmen; seyahat olgusu devam etmekte, bireylerin seyahat amaçları, sıklıkları, şekilleri, gelir seviyeleri sürekli değişmekte ve yapılan tanıtım çalışmaları turizm bölgelerini sürekli ön plana çıkarmaktadır. Bu unsurlar da farklı turizm şekilleriyle birlikte farklı turizm ve konaklama işletmelerinin ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Turistlerin değişen seyahat amaçları sonucunda ortaya çıkan konaklama ihtiyaçları için farklı türlerde konaklama işletmesi açılmıştır. Konaklama işletmelerinin genel sınıflandırması konusunda farklı gruplandırmalar olsa da (Akıncı, 2016); en temel sınıflandırma Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik tarafından yapılmıştır. Buna göre konaklama işletmeleri; Asli ve Tamamlayıcı Konaklama İşletmeleri olarak iki ana gruba ayrılmaktadır. Aslı konaklama işletmeleri; ana faaliyet amacı bireylerin konaklama ihtiyaçlarını gidermek olan tesisler olup, Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik kapsamında “oteller, moteller, tatil köyleri, pansiyonlar, kampingler, apart oteller ve hosteller” olmak üzere yedi başlıkta sınıflandırılmaktadırlar. Tamamlayıcı konaklama işletmeleri ise; yönetmelikte konaklama işletmelerinin dışında sınıflandırılan, turizm sektörüne sundukları ek hizmetlerle beraber konaklama hizmeti de sunabilen işletmeler olarak tanımlanmakta ve yönetmelik kapsamında; “butik oteller, özel tesisler, çiftlik ve köy evleri, yayla evleri, dağ evleri, golf tesisleri, termal tesisler, turizm kentleri, turizm kompleksleri, tatil merkezleri, zincir tesisler, personel eğitim tesisleri ve tatil siteleri-villaları” olmak üzere 13 ayrı başlıkta sınıflandırılmaktadırlar (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005).

Konaklama sektörünün ve konaklama işletmelerinin temel taşını oluşturan otel işletmeleri, gerek büyüklük gerekse sayıca çoğunluk bakımından, konaklama sektörüne en çok geliri sağlayan işletmeler olarak kabul edilmektedir. Yine aynı şekilde; sektörel rekabetin en yoğun biçimde yaşandığı otel işletmeleri, ülkelere ve bölgelere göre farklı özellikler de gösterebilmektedirler (Demirtaş, 2010).

Otel işletmelerine yönelik tanımlar özünde aynı olsa da, literatürde farklı tanımlamalar yapıldığı da görülmektedir. Otel işletmeleri, yönetmelikte yer alan tanıımı dışında, Uluslararası Turizm Akademisi tarafından; “*yolcuların seyahatleri boyunca belli bir ücret karşılığında konaklayabildikleri ve devamlı olarak beslenme ihtiyaçlarını karşılayabildikleri işletmeler*” olarak tanımlanmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993:22). Otel işletmelerine yönelik yapılan diğer tanımlardan bazıları ise şunlardır:

• Birinci derecede turizm işletmeleri arasında ilk sırada olan, turistik mal ve hizmetleri üretilip sunan, turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve çeşitlenen işletmelerdir (Demirtaş, 2010:13).

• Bireylerin sürekli ikamet ettikleri yerler dışına farklı sebeplerle yaptıkları seyahatlerde ortaya çıkabilecek konaklama, yeme-içme, eğlenme ve diğer bazı sosyal ihtiyaçları karşılamak için kurulmuş olan ticarî işletmelerdir (Akıncı, 2016:81).

• Seyahat edenlerin başta konaklama olmak üzere; yeme-içme, eğlenme gibi ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yapılandırılmış, personeli, mimarisi ve müşterileriyle olan ilişkileri belli kural ve standartlara dayandırılmış olan işletmelerdir (Kozak vd., 2012).

• Geçici süreliğine yer değiştirme faaliyeti sırasında konaklama ve kısmen yeme-içme amacıyla belli standartlarda düzenlenmiş tesislerdir (Barutçugil, 1989).

Yapılan tüm tanımlar dikkate alındığında; otel işletmelerinin sahip olması gereken birtakım unsurlar olduğu görülmektedir. Bu unsurları şu şekilde sıralamak mümkündür (Akıncı, 2016):

• Otel işletmeleri, turistlerin öncelikli olarak konaklama ihtiyacını karşılamalıdır.

• Konaklama ihtiyacının yanı sıra, başta yeme-içme olmak üzere diğer fiziksel ve sosyal ihtiyaçlarını da karşılayabilmelidir.

• Otel işletmeleri, turistlerin her türlü ihtiyacını karşılayacak uygunlukta mimarî yapıya, teknik donanım ve fizikî koşullara sahip olmalıdır.

• Ticarî kuruluş olma özelliklerinden dolayı, sundukları mal ve hizmetlerin karşılığında belirli bir ücret alınmalıdır.

• Otel işletmeleri, mal ve hizmet üretilip sunarken, kanun ve yönetmeliklerle belirlenmiş mevzuat ve standartlara uymalıdır.

Tüm bu ortak unsurlardan da hareketle, 1952 yılında Uluslararası Otel Sahipleri Birliği, hangi ülkede olursa olsun, bir işletmenin “Otel” olarak kabul

edilebilmesi için birtakım kuralları taşımasına karar vermiştir. Bu kurallara göre oteller (Olalı ve Korzay, 1993; Kozak vd., 2012; Akıncı, 2016);

- Yönetiminin yanı sıra, bina donanımıyla da müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak nitelikte olmalıdırlar.

- Sadece konaklama değil, yeme-içme ihtiyacını da karşılayabilmelidirler.

- Müşterileriyle kısa süreli anlaşmalar kapsamında hareket etmelidirler.

- Otelcilik standartlarına uyumlu olmalıdırlar.

- Misafir odalarında, sağlık koşullarına uygun olarak dizayn edilmiş, banyo ve tuvalet bulundurulmalıdırlar.

- Yeterli sayıda ve kalifiye teknik personel ve hizmet personeli bulundurulmalıdırlar.

Bu kurallar, bir işletmenin otel olarak kabul edilebilmesi için uymaları gereken asgari koşulları oluşturmakla beraber; gelişen günümüz koşullarında karşılaşılan sektörel büyüme ve rekabetle başa çıkabilmek ve misafir memnuniyetini sağlayabilmek için otel işletmeleri çok daha fazla özellik taşımaktadır. Otel işletmelerinin faaliyetlerini de etkileyen ve onları diğer endüstriyel işletmelerden ayıran özellikleri ise şu şekilde sıralanabilir (Olalı ve Korzay, 1993; Demirtaş, 2010; Akıncı, 2016):

- Otel işletmelerinde sunulan mal ve hizmetler stoklanamadığından, otel işletmeleri zamana karşı duyarlıdır. Dolayısıyla o gün için satılamayan her ürün işletme için zarar demektir.

- Otel işletmelerinde her ne kadar teknolojiden yararlanılsa da mal ve hizmetlerin üretilip sunulmasında çoğunlukla insan faktöründen yararlanılır. Bu yüzden, otel işletmeleri emek yoğun işletmelerdir.

- Otel işletmeleri, değişen teknolojik koşullara, rekabete ve müşteri taleplerine cevap verebilmek için sürekli kendilerini yenilemeye ihtiyaç duyar, bu sebeple dinamik bir yapıya sahiplerdir.

- Otel işletmeleri, haftanın yedi günü ve günün 24 saati sürekli olarak hizmet sunarlar.

- Otel işletmelerinde departmanlar ve personel arasında güçlü bir iş birliği ve yardımlaşma gerekmektedir.

- Otel işletmelerinde sermaye ve ana giderlerin büyük çoğunluğunu sabit varlıklar (%85-90) oluşturur.

- Otel işletmelerinde sunulan ürünler soyuttur, stoklanamaz ve talep önceden kesin bir şekilde belirlenemez. Bu nedenle, otel işletmelerinde satış riski faktörü oldukça yüksektir.

Gerek küresel rekabetin gerekse turizm endüstrisindeki gelişmelerin de etkisiyle beraber değişen müşteri talep ve ihtiyaçları, farklı otel türlerinin de ortaya çıkmasına yol açmıştır. Açılan bu otel işletmeleri, farklı kategorilere göre farklı isimlerle sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırma yapılırken hemen her ülke, kendi kriterlerini ve sektör dinamiklerini dikkate almaktadırlar.

Otelleri, önceden belirlenmiş benzer özellik gösteren kriterlere göre gruplandırmak olarak tanımlanan sınıflandırma çalışmaları; otelleri isimlendirmek dışında işletmelere birçok fayda sunmaktadır. Bu faydaları şu şekilde sıralamak mümkündür (UNWTO, 2015):

- Otelde ilk kez konaklayacak olan misafirlerin, nasıl bir hizmet bekleyecekleri konusunda fikir vererek, endişelerini azaltmaya yardımcı olur.

- Tur operatörü veya perakendeci acenta gibi aracı kurum ve kuruluşlara tur satışlarında, katalog oluşturmalarında, senelik sözleşme görüşmelerinde genel bir çerçeve sunar.

- Misafir beklenti ve tatmini arasındaki boşluğu en aza indirmeyi sağlayan, uygun içerikli geribildirimler sayesinde, online seyahat platformları için referans noktası oluşturur.

- Sınıflandırma derecelerinin tutundurma çalışmalarında kullanılmasıyla etkili bir satış aracı işlevi görür.

- Büyük çoğunluğunu mikro işletmelerin oluşturduğu konaklama sektörünün ve otelcilik mesleğinin daha tutarlı bir şekilde değerlendirilebilmesi için kapsamlı bir çerçeve oluşturur.

Otel işletmeleri için bir çeşit kimlik anlamına da gelen sınıflandırma çalışmaları, ilk olarak Avrupa'daki Otomobil ve Bisiklet Kulüpleri tarafından gerçekleştirilmiştir (Walker, 2001). İngiltere'deki Otomobil Birliği (*Automobile Association-AA*) ve Amerikan şubesi olan Amerikan Otomobil Birliği (*American Automobile Association-AAA*) başta olmak üzere, II. Dünya Savaşı sonrasında ülkelerdeki Ulusal Turizm Büroları da, bir çeşit otel üyelik ve sınıflandırma sistemi kurmuşlardır. 1970'li yıllarda sadece beş Avrupa ülkesinin üye olduğu bu sınıflandırma sistemine, 1980'li yıllarda 22 Avrupa ülkesi ve dünya çapında 60'tan fazla ülke üye olmuş ve sınıflandırma kriterlerini kullanmaya başlamışlardır (Goeldner ve Ritchie, 2012).

Sınıflandırma için kullanılan kriterler konusunda kesin bir fikir birliği olmamakla birlikte, her ülke kendi kriterlerini kendi dinamiklerine göre belirlemektedir. Yine de; birçok ülke tarafından ortak olarak kullanılan kriterler şu şekilde sıralanabilir; yemek hizmetlerindeki kalite, eğlence imkanları, manzara, oda çeşitliliği ve özellikleri, spa ve fitness imkanları, lokasyon" (meetings-conventions.com, 2019). Dünya çapında oluşturulan sınıflandırma sistemlerinden en yaygın olanları; *Otel ve Seyahat Endeksi Sınıflandırma Sistemi (Hotel and Travel Index Classification System-HTIC)*, *İngiliz AA Derecelendirme Sistemi (British AA Rating System)* ve *Amerikan AAA Derecelendirme Sistemi (American AAA Rating System)*'dir (Walker, 2001; Maduro, 2017; meetings-conventions.com, 2019; theaaa.com, 2019; aaa.com, 2019).

Türkiye'de ise; konaklama işletmeleri yönetmelik kapsamında iki grupta incelenirken, otel işletmeleri kendi aralarında farklı kriterlere göre farklı isimlerle sınıflandırılmaktadırlar. Otel işletmelerinin sınıflandırılmasında İngiltere sistemi temel alınmak üzere; lokasyon, konaklama amacı, pansiyon türü, hukuki statü, mülkiyet, faaliyet süresi, büyüklük ve fiyat düzeyi gibi kriterler kullanılmaktadır. (Barutçugil, 1989; Olalı ve Korzay, 1993; Demirtaş, 2010; Kozak vd., 2012; Akıncı, 2016).

Günümüzde tür ve sayı bakımından büyük bir çeşitlilik gösteren otel işletmelerinin gelişimi, oldukça eskiye dayanmaktadır. Beslenme ve barınma amacıyla

yapılan ilk seyahatlerden günümüze gelene kadar otel işletmeleri birçok farklı isim ve türle insanlığın karşısına çıkmıştır.

Temel ihtiyaçların karşılanmasından, ticaret, din, spor, merak, gezme-görme, eğlenme gibi ihtiyaçların karşılanmasına kadar birçok amaca ulaşmak için seyahat eden bireyler; bu seyahatleri esnasında dinlenebilmek için konaklamaya ihtiyaç duymaya başlamışlardır. Böylece konaklama ve otel işletmelerinin ilk örnekleri olan hanlar ortaya çıkmıştır (Walker, 2001; Goeldner ve Ritchie, 2012). Sahiplerinin de kendi aileleriyle birlikte oturduğu bu hanlar, zaman içerisinde farklı isimler de alarak konseptleri değişmiş ve ticaret, seyahat ve sanayi devriminin de etkisiyle günümüz otelciliği haline gelmiştir (Akıncı, 2016). Gelişen küreselleşme ile birlikte de otel işletmeciliği önemli gelişmeler göstererek şimdiki halini almıştır. Otel işletmelerinin tarihsel süreç içerisindeki gelişimini Dünya’da ve Türkiye’de olmak üzere iki ayrı şekilde ele almak gerekmektedir.

Sümerlerin yazı ve tekerleği bulması sonucu, ilk seyahatlerin M.Ö. 4000’li yıllara denk geldiği bilinmekle birlikte, insanların seyahat alanları genişledikçe konaklama ihtiyaçları da giderek artmış ve bu ihtiyacı karşılamak amacıyla ilk hanlar ortaya çıkmıştır (Olalı ve Korzay, 1993). Tarihte ilk hanın ne zaman açıldığı bilinmemekle birlikte, Antik Yunan’da yolculara yatak ve yiyecek sağlayan evlerin olduğu bilinmektedir. Bu yapılar, Antik Roma uygarlığında ise; “hospitia” ve “stabula” olarak adlandırılmaktadırlar. M.Ö. 200-M.S. 500 yılları arasında denk gelen Eski Roma döneminde ise günümüz otellerinin ilk öncülerinden kabul edilen “Posting House”lar kullanılmaya başlanmıştır (Goeldner ve Ritchie, 2012; Akıncı, 2016).

Orta çağ dönemine gelindiğinde; özellikle İngiltere’de seyahatlerin artmasıyla, Avrupa hancılığından farklı bir hancılık anlayışı gelişmiştir. Bu dönemde hanların üzerinde dinin bir kontrolü olduğu bilinmektedir. Öyle ki, seyyahları misafir etmenin bir Hristiyanlık görevi olduğuna dair metinler hazırlanmış ve manastırlarla kiliseler han görevini üstlenmişlerdir (Kozak vd., 2012). 1282 yılına kadar devam eden bu uygulama, Avrupa’nın ileri gelenlerinin hancılık işinin artık bir ticaret haline getirilmesine yönelik aldıkları bir kararla tamamen değişmiştir. Hanlara lisans dağıtılarak şarap satışına da başlanmıştır (Akıncı, 2016).

1700'lü yılların sonuna kadar devam eden bu gelişmeler, otel işletmeciliğinin başlangıcı olarak kabul edilmiştir. Özellikle 1750-1790 yıllarında yaşanan Sanayi Devrimi neticesinde ticaretle birlikte hancılık da gelişmiş ve Avrupa'da ilk kez "Otel" terimi kullanılmıştır. 1760 yılında açılan Anne's Hotel ve The Grand Hotel isimli oteller ilk özel otel işletmesi olarak kabul edilmektedirler. 1788 yılında Nontes'te inşa edilen 60 yataklı Hotel de Henry IV ise zamanının en yüksek maliyetle inşa edilen Avrupa'nın en iyi oteli olmuştur (Walker, 2001; Goeldner ve Ritchie, 2012; Kozak vd. 2012).

Amerika'da ise; ilk hanlar, 16. ve 18. yüzyıllar arasında İngiltere'dekilere benzer şekilde inşa edilmiş olsalar da, karayolların üzerinde değil de daha çok liman şehirlerinde kurulmuşlardır (Akıncı, 2016). Amerika'da açılan ilk otel, 1794 yılında New York'ta 73 oda ve "City Hotel" ismiyle inşa edilen ancak hanların kapasite olarak büyütülmesinden ibaret olan bir binadır. Öte yandan; gerçek anlamda günümüz otelciliğinin başlangıcı olarak, 1829 yılında Boston'da açılan "Tremont House" oteli kabul edilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993; Kozak vd., 2012). Sanayi Devrimi'nden sonra trenlerin, buharlı gemilerin, otomobillerin ve nihayetinde uçakların ulaşımında kullanılmaya başlanmasıyla birlikte modern otelcilik de ilerleme göstermiş ve farklı yerlerde farklı türlerde oteller açılmaya başlanmıştır (Demirtaş, 2010; Akıncı, 2016). Öyle ki; 1900-1960 yılları arasında otelcilik sektöründe farklı ihtiyaçları karşılamak üzere dört farklı otel türü ortaya çıkmıştır (Demirtaş, 2010:5):

- Ticari veya Geçici Oteller: Seyyar satıcıların ve orta sınıf turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan otellerdir.

- İkametgâh Otelleri: Uzun süre konaklama yapacak kişilere ve özellikle kendilerine ait bir evde kalmak istemeyen yaşlılara hizmet vermek için kurulan otellerdir.

- Lüks Oteller: Birçok insanın bütçesini aşan fiyatlarla, otel hizmetleri arasında mutfak ve en gelişmiş konfor imkanlarını sunan ve zengin kesime hitap eden otellerdir.

- Tatil Otelleri: Orta sınıfın bütçesine uygun fiyatlarla, konfor, yemek ve eğlence sunan işletmelerdir.

Yine aynı yıllarda otelcilik sektörünün yanı sıra müşterilere sunulan hizmetlerde de gelişmeler olmuş; modern ticari otelciliğinin öncüsü olarak kabul edilen Elsworth M. Statler, birden fazla yerde otel açarak “otel zinciri” kavramının da öncüsü olmuştur. 1908 yılında, Buffalo’da en yenilikçi otel olarak açılan Buffalo Statler otelini daha sonraları birçok farklı zincir otel izlemiştir (Akıncı, 2016).

Türkiye’de otel işletmeciliğinin tarihi de han ve kervansaraylara dayanmakta olup, askeri amaçla kurulan “Ribat”lar, hancılığın ilk örnekleri olarak kabul edilmektedirler. 7. yüzyılda yapılan ilk ribatlar, 11. yüzyılda askeri özelliğini yitirerek yolculara hizmet veren kervansaraylara dönüştürülmüştür. (Kozak vd., 2012).

Seyahat edenlerin konaklama ihtiyacını gidermek amacıyla inşa edilen ilk kervansaray örnekleri Anadolu Selçuklu İmparatorluğu’nda görülmekte olup bilinen en eski kervansaray örneği ise; 1019-1020 yıllarında Gazneli Mahmut tarafından yaptırılan Ribat-ı Mahi’dir. Bu kervansaraylar Batı’daki hanlarla aynı amaçlarla kurulmuş olsalar da aralarında işletme açısından birtakım farklar da bulunmaktaydı (Demirtaş, 2010:6; Akıncı, 2016):

- Kervansaraylar vakıflar tarafından işletilen hayır kuruluşları olup, hanlar özel teşebbüslere ait ticari kuruluşlardır.
- Kervansaraylarda yatak odaları kapalı değildir ve mahremiyet yoktur. Oysa hanlarda aileler için özel odalar bulunmaktadır.
- Kervansaraylar yerleşim birimlerinin dışına kurulurken, hanlar yerleşim merkezlerinde kurulmaktadırlar.

Kervansarayların yapımına Osmanlı Devleti döneminde de devam edilmiş, yol kenarına kurulanlarla beraber şehir içinde de inşaatlar yapılmıştır. 18. yüzyıla gelindiğinde, kervansarayların yapımı azalarak özellikle 19. yüzyılda Tanzimat’tan sonra gelir sağlama amacıyla da şehir hanlarının yapımına başlanmıştır (Olalı ve Korzay, 1993).

Türkiye’de modern anlamda ilk otel, 1892 yılında İstanbul Tepebaşı’nda Wagon-Lits firması tarafından açılan Pera Palas Oteli olmuştur. Cumhuriyetin ilanıyla birlikte Vakıflar Genel Müdürlüğü kurularak, memleket ihtiyaçlarına hizmet verecek

yeni yapılarla birlikte turizmin gelişmesine de katkıda bulunmuş ve 1931 yılında yine İstanbul'da Park Otel açılmıştır. (Kozak vd., 2012). Vakıflar Genel Müdürlüğü; yeni ve modern büyük otellerin yapımını gerçekleştirirken, diğer taraftan da eski han ve kervansarayları yenileyerek otel işletmesi olarak hizmet verebilmeleri için turizm endüstrisine katmıştır. Bununla beraber; özellikle 1950'li yıllarda ve 1963 yılından itibaren Beş Yıllık Kalkınma Planlarının uygulanmaya başlanmasıyla otel endüstrisi gelişmiş ve yabancı sermaye de ülkemizde yatırımlarına başlamıştır (İstanbullu Dinçer ve Dinçer, 1989; Demirtaş, 2010; Akıncı, 2016).

1951 yılında Emekli Sandığı ile Hilton oteller zinciri arasında otel yapımı anlaşması imzalanarak, 1955 yılında Hilton oteli açılmış ve modern Türk turizminin başlamasında öncü olmuştur. Daha sonra, 1956 yılında açılan Divan Oteli tamamı yerli sermaye ile açılan ilk otel unvanını almış ve 1957 yılında İzmir'de açılan Kilim Oteli'yle birlikte, turistlerin her türlü ihtiyacını karşılayan çalışmalarda bulunmuşlardır. 1966 yılında; ilk yerli zincir olan Dedeman Otellerinin ilk şubesi Ankara'da açılmış, Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün kurmuş olduğu Taksim Otelcilik A.Ş. ise Taksim'de 24 kat ve 459 odalı bir otel inşa ederek işletmesini Sheraton firmasına vermiştir (Olalı ve Korzay, 1993; Demirtaş, 2010; Kozak vd., 2012).

2000'li yıllara gelindiğinde 700 binleri aşan yatak kapasitesiyle, Türkiye'de turizmin lokomotifi olan otelcilik sektöründe, zincir ve grup işletmelerinin geliştirilmesi, yeni konseptlerin de ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yapılan yeni yatırımlarda ürün çeşitliliğine gidilerek termal turizm, kış turizmi, butik işletmeler gibi esas ürünlerin yanı sıra; sadece özel müşterilere, ailelere ve yetişkinlere hitap eden özellikli yatırımlar da dikkat çekmektedir (Akıncı, 2016).

Bir işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli olan geliri sağlamak, pazarı ve turizm ürününü çeşitlendirerek global geliri artırmak ve yatırılan sermayeyi geri kazanmak amacıyla yapılan turizm yatırımları; alt yapı yatırımları, üst yapı yatırımları ve diğer hizmet tesisi yatırımları olarak üç grupta toplanmaktadır (Kahraman, 2010):

- Alt yapı yatırımları; yol, liman, köprü gibi altyapı tesisleri ile su, elektrik, kanalizasyon gibi temel hizmetleri içeren yatırımlardır.

- Üst yapı yatırımları; turistlerin geçici olarak konaklama ve geceleme ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik otel, motel, pansiyon gibi yataklı tesislere yapılan yatırımlardır ve turizm yatırımlarının en önemli kısmını oluşturmaktadırlar.

- Diğer hizmet tesisi yatırımları ise; altyapı ve konaklama dışında kalan ve turistlerin yeme-içme, eğlenme, spor yapma gibi ihtiyaçlarını karşılayacak tesisler için yapılan yatırımlardır.

Geri dönüşüm süresinin uzun yıllar alması, her türlü ekonomik, politik, siyasi ve toplumsal olaylardan çabuk etkilenmesi ve emek yoğun bir yapıya sahip olması gibi nedenlerden dolayı; turizm yatırımları, girişimciler açısından fazla cazip olmayan riskli yatırımlar olarak kabul edilmektedirler. Bu yüzden her ülkede turizm yatırımlarının uluslararası yükümlülöklere aykırı olmayacak şekilde teşvik edilmesi ile ilgili politikaların uygulanması zorunlu hale gelmektedir (Bahar, 2007; Kozak vd., 2012).

Turizm yatırımları ile ilgili teşvik ve planlama politikaları geliştirilirken dikkat edilmesi gereken noktalardan biri de yatırım kararlarını etkileyen faktörlerdir. Bölgeye olan potansiyel ve gerçekleşen talep, bölgenin kaynakları, ulaşılabilirlik gibi faktörler ve fizibilite çalışmaları, bir bölgeye turizm yatırımının yapılıp yapılamayacağı konusunda karar almada etkili rol oynamaktadır.

Bu çalışmada, İstanbul'un mevcut turizm arz kapasitesinin ve devam eden yatırımların mevcut turizm talebini ne ölçüde karşıladığı ve yeni yatırımlara duyulan ihtiyacı ortaya çıkaran faktörler incelenmiştir. Bu kapsamda hazırlanan çalışma, üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; turizm yatırımı kavramı, yatırım projesi geliştirme süreci, yatırım kararlarını etkileye faktörler ve kuruluş yeri konusu açıklanmakta, ikinci bölümde; İstanbul'un genel turizm arz-talep ve turizm yatırımlarına ilişkin durumuna yer verilmektedir. Üçüncü bölümde ise; araştırmanın modeli, yöntemi, evren ve örneklem bilgileri, veri toplama teknikleri, veri analizi yöntemleri ve bulgular açıklanmakta olup; son bölümde de elde edilen bulgulara yönelik geliştirilen sonuçlar ve yorumlar yer almaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZMDE YATIRIM KARARLARI

Hangi sektörde olursa olsun, bir işletmenin kuruluşundan faaliyetine kadar geçen süreç içerisinde alınması gereken en önemli kararlardan biri de yatırım kararlarıdır. Bütün yatırımcılar, kaynaklarını doğru değerlendirerek kısa zamanda kâra geçmek amacını taşıdığından; kendileri için en verimli yatırımlara yönelmek istemektedirler. Bu amaca ulaşma yolunda doğru kararları verebilmeleri için ise; yatırım kavramını iyi anlamaları gerekmektedir.

1.1. Yatırım ve Turizm Yatırımı Kavramları

Özünde gelecekteki tüketimler için bugünkü tüketimden vazgeçme olan yatırım kavramı, en genel haliyle; “gelecekte sağlanabilecek bir dizi faydanın beklentisi ile sahip olunan kaynakların bugünkü kullanımından vazgeçilerek belirli alanlara aktarılması” olarak tanımlanmaktadır (Gedik vd., 2005; Şenel, 2007). Bu noktada tüketimden ayrılan yatırım kavramının tüketimden farkı; kullanılan kaynak ya da varlıkların kullanım sonunda tükenmemesi, kalıcı hale gelerek süreklilik arz etmesidir (Öztürk, 2010). Halk arasında eldeki sermayenin bir işte kullanılması olarak bilinen yatırım kavramı, farklı disiplinlerde farklı şekillerde de açıklanmaktadır (Gedik vd., 2005; Şenel, 2007; Tiainen, 2013). Örneğin; işletme alanında “işletme faaliyetlerinin yürütülmesi için zorunlu olan arazi, bina, araç gereçler ve donanım gibi sürekli kullanım elemanlarının tedariki için yapılan harcamalar” olarak tanımlanırken (Usta, 2014:29); ekonomi alanında mikro ve makro olmak üzere iki boyutta değerlendirilmektedir.

Mikroekonomik açıdan yatırım; “işletmenin amacına ulaşması için gerekli faaliyetleri sürdürebilmek, belli bir süre boyunca işletmenin varlığını ve rekabet gücünü korumak amacıyla sahip olduğu varlıkların sürekliliğinin sağlanması için yapılan fon kullanımı” olarak tanımlanmaktadır. Makroekonomik açıdan ise; “belli bir dönem için bir ülkede üretilen ve ithal edilen malların tüketilmeme ve ihraç edilmeme

suretiyle gelecek dönemin üretim faaliyetlerine aktarılan kısmı” olarak ifade edilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993; Gümüşkaynak, 2004; Şenel, 2007; Usta, 2014).

Yapılan tanımlardan hareketle; yatırımların; a) brüt veya net olarak, b) sabit sermaye ve stok yönünden, c) bağımsız ve uyarılmış olarak ve d) reel ve mali yatırımlar olarak dört farklı şekilde uygulandığını söylemek mümkün olmaktadır (Şenel, 2007:5-6). Öte yandan; bir işletmenin var olabilmesi için gerekli olan arazi, bina, makine ve teçhizatlar, her türlü donanım gibi unsurlar ve bunların sağlanması için yapılan her türlü harcama ile stoklar da, yatırım kapsamında değerlendirilmektedir (Usta, 2014).

Yatırımlar genel olarak; üretim kapasitesini artırabilmek için gerekli olan tesis ve donanımı sağlamak, ürün veya hizmetlerin tüketicilere daha etkin bir şekilde ulaşmasını sağlayacak dağıtım kanallarını genişletmek gibi amaçlarla yapılmaktadır. Bununla birlikte; genel üretkenliği artırarak çalışanların koşullarını ve morallerini yükseltmek, çevre kirliliğini önleyerek çalışanların ve halkın sağlığını korumak gibi amaçları da içeren yatırımların temelinde, pazar ve rekabet şartlarına uyum sağlayarak işletmenin sektör içindeki yerini sağlamlaştırmak yer almaktadır (Gümüşkaynak, 2004). Bu doğrultuda yatırımları, üç ayrı şekilde sınıflandırmak da mümkündür (Kahraman, 2010):

- Ekonomik Yatırımlar: Belli bir süre içerisinde, ekonomik yapı içerisinde yer alan inşaat, teçhizat ve mefruşat, hammadde, yarı mamul ve stoklar gibi üretim araçlarına yapılan eklemeler ve bu eklemeleri yapabilmek için gerekli olan harcamalardır.

- Tüketici Yatırımları: Bireylerin günlük yaşamlarında, tasarruf ettikleri parayı belli bir süre fayda sağlayabilmek için bir amaca bağlamak suretiyle, satın aldıkları tüketim mallarıdır.

- Finansal Yatırımlar: Hisse senedi, tahvil, bono, yatırım fonu vb. finansal varlıklara ve menkul değerlere yönelik yapılan yatırımlardır.

Turizm sektörü de sahip olduğu döviz girdisi sağlama, çarpan etkisi oluşturma, doğrudan ve dolaylı istihdamı artırma gibi ekonomik etkilerinden dolayı; gelişmiş ülkeler kadar gelişmekte olan ülkeler tarafından da önem verilen bir sektördür. Bu

öneminden dolayı ülkeler; turizm sektörünü geliştirici gerek yerel gerekse yabancı sermaye yatırımlarına ağırlık vermektedirler.

Turizm sektöründe yapılan bu yatırımlar; ekonomik yatırımlardan kabul edilmekte ve arazi, bina, makine-teçhizat unsurlarından oluşan sabit sermaye yatırımlarına odaklanmaktadır (Kahraman, 2010). Bu açıdan düşünüldüğünde, turizm yatırımı kavramını yine mikro ve makroekonomik açıdan tanımlamak mümkündür. Mikroekonomik açıdan turizm yatırımı; belli bir dönem içinde otel işletmelerinin amaçlarına uygun faaliyetlerin gerçekleştirilmesi, geliştirilmesi ve rekabet gücünün sağlanabilmesi için kullanılabilecek mallara ve varlıklara yapılan ekler olarak tanımlanmaktadır. Makroekonomik açıdan ise; belli bir dönemde otelcilik sektöründeki reel sermaye hacmine ve stoklara yapılan ilaveler olarak ifade edilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993).

Bir başka tanıma göre turizm yatırımı; “bir turizm işletmesinin amacı olan faaliyetlerin tatmin edici koşullar içinde yapılabilmesi, geliştirilmesi, rekabet gücünün sağlanabilmesi için bir yıldan daha uzun sürede kullanılabilecek sermayenin sağlanması ve gerekli döner sermaye varlıklarının satın alınması” olarak tanımlanmaktadır (Kuru ve Özen, 1998; Şenel, 2007). Dolayısıyla turizm yatırımları; yerli ve yabancı ziyaretçilerin her türlü konaklama, yeme-içme, eğlenme ve dinlenme faaliyetleri gerçekleştirebilecekleri işletme ve işletme içi her türlü makine ve donanımı kapsamaktadır (Kahraman, 2010). Yapılan tanımlardan hareketle, aşağıdaki işlemlerin hepsi turizm yatırımı olarak kabul edilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993:94):

- Konaklama işletmelerinin binası ve personel yatakhaneleri,
- İşletme kapasitesini artırmak için yapılan harcamalar,
- İşletme binasının satın alınması,
- Hizmet kalitesinin artırılması ve değiştirilmesi için yapılan harcamalar,
- Maliyetleri ve satış/ödeme risklerini azaltmak için yapılan harcamalar,
- Eskiyen işletmelerin, teçhizat ve donanım yenilenmesi için yapılan harcamalar,
- Sektörel ve mesleki donanım için yapılan harcamalar,
- Büyük onarım ve renovasyonlar,

- Talebi artırmak için yapılan pazarlama harcamaları.

İşletmelerin faaliyetlerini sürdürebilmek için gerekli geliri elde etmek, pazarı ve turizm ürününü çeşitlendirerek küresel geliri artırmak ve yatırılan yatırım tutarını geri kazanmak amaçlarıyla (Kahraman, 2010) yapılan turizm yatırımları, üç ana grupta incelenmektedir (Barutçugil, 1989; Selek, 2009):

- Alt Yapı Yatırımları: Genellikle merkezi veya bölgesel kamu kuruluşları tarafından gerçekleştirilen her türlü yol, liman, köprü, havaalanı gibi altyapı tesisleri ile su, elektrik, kanalizasyon ve telekomünikasyon gibi temel hizmetlere yönelik çalışmaları kapsamaktadır. Bu çalışmalar, her ne kadar direkt olarak turizm sektörüne yönelik olmasa da, bir bölgede turizm faaliyetlerinin sürdürülebilmesi için gerekli olan çalışmalardır.

- Üst Yapı Yatırımları: Konaklama tesisi yatırımları olarak da ifade edilmektedir. Turistlerin geçici olarak konaklama ve geceleme ihtiyaçlarını karşılamak için yapılan otel, motel, pansiyon, kamping, tatil köyü vb. işletme yatırımlarıdır. Turizm yatırımlarının en önemli kısmını oluşturmaktadırlar.

- Destek Yatırımlar: Altyapı ve konaklama dışında kalan ve turistlerin yeme-içme, eğlenme, spor gibi ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan restoran, kafe, çay bahçesi, yüzme havuzu, spor tesisi, plaj, eğlence merkezleri gibi diğer hizmet tesislerine yönelik yatırımlardır. Bu tesisler konaklama işletmelerinin de bünyesinde bulunabileceği gibi, bağımsız işletmeler olarak da kurulabilirler.

Turizm sektöründe yapılan yatırımlarda, türü ne olursa olsun; kullanımların farklılaştırılması veya değişiklikler yapılması pek mümkün olmamaktadır. Bu nedenle yatırımların iyi değerlendirilmesi ve sonrasında hangi tür yatırımın ne amaçla yapılacağına karar verilmesi gerekmektedir. Turizm sektöründe yapılan yatırımlar, diğer sektörlerde de olduğu gibi, yenileme amacıyla, genişleme amacıyla ve stratejik amaçlarla gerçekleştirilmektedir (Kutukız, 2009; Öztürk, 2010).

Turizm yatırımlarının; hangi amaçla yapılırsa yapılsın; yatırım ve işletme aşamalarında birtakım ekonomik sonuçları da bulunmaktadır. Yatırım aşamasındaki sonuçların başında; yatırım yapıldığı bölgede arazi fiyatlarının giderek yükselmesi, ana yatırım tesisiyle birlikte yan hizmet tesislerinin de kurulması ve bu sayede altyapı

hizmetleriyle kamu gelirlerinin artması gibi sonuçlar gelmektedir. İşletme aşamasındaki sonuçların arasında ise; ülkeye olan döviz girdisinin ve gayri safi millî hasılanın artması, talebin artmasıyla yeni iş olanaklarının ortaya çıkması ve ekonomik canlanması vb. sonuçlar bulunmaktadır (Barutçugil, 1989; Olalı ve Korzay, 1983).

Turizm endüstrisinde geri dönüşüm süresinin uzun yıllar alması, her türlü ekonomik, politik, siyasi ve toplumsal olaylardan çabuk etkilenmesi ve emek yoğun bir yapıya sahip olması gibi nedenlerden dolayı; turizm yatırımları, girişimciler açısından fazla cazip olmayan riskli yatırımlar olarak kabul edilmektedirler. Bu yüzden; birçok önemli ekonomik katkısı olan turizm yatırımlarının, her ülkede, uluslararası yükümlülüklerle aykırı olmayacak şekilde teşvik edilmesi ile ilgili politikaların ve doğru yatırım projelerinin uygulanması zorunlu hale gelmektedir (Bahar, 2007; Kozak vd., 2012).

1.2. Turizm Yatırım Projelerinin Geliştirilmesi

Proje en genel haliyle; bir amacı gerçekleştirmek veya bir sorunu çözmek için organize edilmiş sistematik çabalar olarak tanımlanırken, daha geniş bir ifadeyle; belli bir konu ya da sorun hakkında detaylıca düşünülerek sorunun çözülmesini sağlayacak tüm ayrıntıların belirlenmesi, uygulanacak yöntemlerin seçilip gerçekleştirilmesi işlemi olarak açıklanmaktadır (Gedik vd., 2005; Şenel, 2007).

Yatırım projesi ise; bireylerin ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli olan tesislerin kurulması amacıyla, sahip olunan kaynakların sistematik ve stratejik bir şekilde harcanması olarak tanımlanmaktadır (Gümüşkaynak, 2004). Bu tanımdan hareketle; turizmde yatırım projesini; “mevcut ve potansiyel turizm talebini karşılamak için, yatırımcı ve toplumun yararına, ekonomik ilkelere uygun olarak hazırlanan turizmle ilgili mal ve hizmet üreten çalışmalar” olarak ifade etmek mümkün olmaktadır (Şenel, 2007). Bu nedenle; turizm yatırımları, diğer sektörlerden farklı olarak, “sabit sermaye yoğunluğu, emek yoğunluğu, sabit giderlerin çokluğu ve alt yapı – tesis ilişkisi” gibi özellikler taşımaktadırlar (Kahraman, 2010).

Yatırım projeleri, genel itibariyle, gelecekte daha çok kaynak elde edebilmek için mevcut kaynakların bugünden bağlanmasını gerektirmektedir. Bu nedenle de

birtakım özelliklere sahiptir. Bu özelliklerin başında; projelerin hazırlanması, analiz edilmesi ve uygulanması için uzun süreye ihtiyaç duyması gelmektedir. Öte yandan; karmaşık bir yapıya sahip olması dolayısıyla ekonomik, siyasal ve teknolojik birçok dışsal faktörden de etkilenmektedir (Gümüşkaynak, 2004; Öztürk; 2010).

Birçok yatırım girişiminde olduğu gibi; turizm yatırımlarında da girişim kararı alma süreci hemen gerçekleşmemektedir. Yatırım kararının alınıp, projenin gerçekleştirilmesi bir dizi aşamayı içeren bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. Yerli ve yabancı literatür kapsamında yapılan çalışmalarda proje hazırlama süreci farklı şekillerde ele alınmaktadır.

Sykianakis ve Bellas (2005)'a göre; yatırım projesi geliştirme süreci, a) Tanıma, b) Teşhis, c) Araştırma, d) Geliştirme ve Dizayn ve e) Anlaşma aşamalarından oluşmaktadır. Drury'e göre (2012); yatırım projesi geliştirirken iki temel aşama dikkate alınmaktadır. Bunlardan ilki; karar verme ve planlama, diğeri ise; kontrol aşamalarıdır. Alt aşamalarına inildiğinde ise; yatırım projeleri geliştirme sürecini toplamda altı aşamalı bir süreç olarak ifade etmektedir. “Amaçların belirlenmesi, alternatif eylemlerin araştırılması, uygun eylemlerin seçilmesi, kararların uygulanması, gerçekleşen ve tahminlenen sonuçların karşılaştırılması ve plandaki farklılıkların cevap verilmesi” olarak sıraladığı aşamaların ilk dördü karar verme ve planlama; diğeri ikisi de kontrol aşamasına dâhil edilmektedir (Drury, 2012).

Niskanen ve Niskanen ise; 2007 yılında yaptıkları bir çalışmada bu süreci; “tanıma aşaması, ön araştırma, geri bildirim, en uygun projenin seçimi, finansman, projenin uygulanması ve kontrol” şeklinde gruplandırmışlardır (Tiainen, 2013). Gedik ve diğerlerinin (2005) çalışmasında ise bu aşamalar; “proje fikrinin ortaya çıkışı, ön araştırma, fizibilite çalışması, statik ve dinamik yöntemler aracılığı ile projenin değerlendirilmesi, kesin projenin belirlenmesi, projenin uygulanması, deneme üretimi ve işletmeye geçiş” olarak sınıflandırılmaktadır.

Yapılan literatür taraması sonucunda; yatırım projelerinin hazırlanma sürecine yönelik aşamalar yedi başlıkta toplanarak aşağıdaki şekilde özetlenmiştir.

1.2.1. Proje Fikrinin Doğuşu

Yatırım sürecinin ilk aşaması, proje fikrinin ilk ortaya çıktığı andır. Yatırımcılar, normal faaliyetlerini sürdürürken, üretilecek ürün ya da hizmet alternatiflerinin ve rakiplerinin çok sayıda olması ya da hiç olmaması gibi birtakım problem ve/veya fırsatlarla karşılaşmaktadırlar (Gümüşkaynak, 2004). Yaşadıkları problemleri bertaraf etmek ve karşılaştıkları fırsatları değerlendirmek için ise; yeni projelere yönelmek istemektedirler (Rutherford ve O’Fallon, 2007; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015). Ancak; tüm üretim alanı alternatiflerinin her birine yönelik ekonomik, teknik, mali ve hukuki değerlendirme yapmak zor ve uzun zaman gerektirdiğinden, yatırımcılar öncelikli olarak daha avantajlı yatırımlara yönelmek istemektedirler (Gümüşkaynak, 2004).

Proje fikrinin ortaya çıkmasında bireylerin yetenekleri, bilgi ve becerileri, eğitim seviyeleri, maddî olanaklar gibi faktörler etkili olmaktadır (Gedik vd., 2005; Öztürk, 2010). Bu faktörlerin etkisiyle birlikte işletmenin ve/ya yatırımcıların amaç ve faaliyet politikaları da dikkate alınarak proje fikirleri ortaya çıkmaktadır (Gümüşkaynak, 2004). İşletmenin amaçları ve politikaları ise; tüketicilerin ihtiyaçlarına, piyasadaki ürün veya hizmet boşluklarına, pazarın yapısına vb. hususlara göre değişmektedir. Bu nedenle; proje fikirleri oluşturulurken bu hususları da dikkate alacak çalışmalar yapılmaktadır. Bu doğrultuda; demografik verilerin, ekonomik verilerin, toplumsal yapıdaki değişikliklerin incelenmesi ve sektörel analizler ilk fikirlerin ortaya konmasında önem taşımaktadır (Gümüşkaynak, 2004; Gedik vd. 2005; Kutukız, 2009).

1.2.2. Ön Araştırma

Ön araştırma aşaması; proje fikrinin ortaya çıkması ile asıl değerlendirme işlemleri olan fizibilite çalışmaları arasında bir geçiş aşaması olarak kabul edilmektedir (Gedik vd., 2005; Öztürk, 2010). Bu aşamada; yatırımcılar, karşılarına gelen fırsatı rasyonel bir şekilde değerlendirebilmek için, bir ön araştırma yaparak, söz konusu fırsatın işletmenin mali yapısına veya güncel iş piyasası koşullarına uygun olup olmadığını incelerler. Böylece; gerçekleştirecekleri fizibilite çalışmaları için bir ön

hazırlık da yapmış olurlar (Rutherford ve O’Fallon, 2007; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015).

Ön araştırma aşamasında; yatırımcılar, piyasa ve işletme kapasitesine, talep potansiyeline, satış ve pazarlama olanaklarına, bölgenin potansiyeline, olası iş gücüne, olası yatırım ve üretim maliyetlerine yönelik birçok konuda araştırma yapmaktadırlar. Bu araştırmalar aynı zamanda fizibilite etüdü çalışmaları için de bir ön hazırlığı niteliği taşımaktadır (Gedik vd., 2005; Öztürk, 2010). Bu süreçte yapılan işlemler; söz konusu yatırımın gerçekten gerekli olup olmadığı ve gerekliyse ne tarz bir işletme yapısının kurulması gerektiği gibi konularda yardımcı olmaktadır. Ön araştırma sonucunda elde edilen sonuçlar olumlu çıkarsa, ana fizibilite çalışmalarına geçilir (Gümüşkaynak, 2004).

1.2.3. Fizibilite Çalışmaları

Yatırım projesinin temel araştırma aşamasını oluşturmaktadır. Bu süreçte; yatırımın büyüklüğü, kullanılacak teknolojinin seviyesi, yatırım için ayrılması gereken sermayenin miktarı, işletmenin olası ömrü, yatırımdan elde edilecek olası gelir, ürün veya hizmetlerin satış fiyatları, karşılaşılabilecek olası riskler ve söz konusu yatırımın millî ekonomiye katkısı gibi konular belirlenmektedir (Gümüşkaya, 2010).

Fizibilite çalışmaları; yatırımcının ne tür bir işletme kuracağına, neyi ne kadar üreteceğine, üretilen malı veya hizmeti kime ya da nereye satacağına, yatırım tutarının ne olması gerektiğine, yatırımın ne kadar kazandıracağına yönelik raporun hazırlandığı aşama olarak da kabul edilmektedir. Yapılan araştırma ve analizler sonucunda projenin yapılabilir olup olmadığına karar verilmektedir (Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015).

1.2.4. Genel Değerlendirme ve Yatırım Kararının Alınması

Bu aşama; bir projenin uygulanabilir olup olmadığına, eksikliklerin ve zayıflıkların belirlenmesine, ekonomik ve teknolojik ömrü içerisinde yatırım ne ölçüde geri ödeneceğine ve kârlılık derecesinin belirlenmesine yönelik değerlendirmeleri kapsamaktadır (Gümüşkaya, 2004). Bu açıdan; yapılan proje fikrinin kabul edilmesi ya da reddedilmesine odaklanmaktadır.

Proje değerlendirilmesi sürecinde yapılacak çalışmalar; projenin yapılacağı sektörün özelliklerine göre değişmekle birlikte, değerlendirme esnasında statik ve dinamik birtakım yöntemlerden de yararlanılmaktadır. Statik yöntemler; tek dönemli ve paranın zaman değerini dikkate almayan yöntemler olup, yatırım kârlılığı yöntemi, geri ödeme süresi yöntemi, verim oranı, ortalama kârlılık oranı gibi yöntemlerden oluşmaktadır. Dinamik yöntemler ise; çok dönemli ve paranın zaman değerini dikkate alan yöntemler olup, net bugünkü değer, iç verim oranı, kârlılık endeksi, maliyet-fayda oranı hesaplamalarına dayanmaktadır (Gümüşkaya, 2004; Gedik vd., 2005; Kutukız, 2009; Öztürk, 2010).

Projelerin değerlendirilmesi, fizibilite raporunda elde edilen sonuçlara dayanmaktadır. Fizibilite raporu sonucunda, yapılan çalışmaların olumlu şekilde gelişeceğine yönelik veriler elde edilmişse yatırım kararı alınır (Gümüşkaynak, 2004; Kahraman, 2010).

Yatırım projelerinin değerlendirilmesi, her zaman sadece yatırımcılar tarafından gerçekleştirilmeyebilir. Bunun yerine, dış kaynaklardan da destek alınabileceği gibi farklı çevrelerle ortak olarak da çalışılabilir. Örneğin; projelerin teşvik alıp alamayacağı devlet tarafından, projenin kârlılığı ve geri dönüşü finansal destek sağlayıcıları tarafından ve projenin bölgeye sağlayacağı ekonomik ve sosyo-kültürel katkı ise yerel yönetimler tarafından ortaklaşa değerlendirilebilmektedir (Gümüşkaya, 2004).

1.2.5. Kesin Projenin Gerçekleştirilmesi

Yatırım projesinin gerçekleştirilmesine karar verildikten sonra, projenin kesinleştirilmesi aşamasına geçilir (Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015). Bu süreçte; yatırımcı hakkında bilgiler, işletmenin hukukî ve mülkî yapısı, işletme şekli yani yatırımın temel kimliği belirlenir (Rutherford ve O'Fallon, 2007). Ayrıca; inşa edilecek bina veya binaların ayrıntılı teknik altyapısı, işletmeye alınacak makine ve teçhizatın kapasiteleri, nitelikleri ve maliyetleri ortaya konarak yatırım kararı bir kesin bir proje haline getirilir (Gümüşkaynak, 2004; Gedik vd., 2005; Kahraman, 2010).

1.2.6. Projenin Uygulamaya Sokulması

Bu aşama, projenin fiziksel olarak inşasının başladığı aşamadır. Arsanın satın alınması, lisans ve patent sözleşmeleri, inşaat ve montaj çalışmaları, işgücü temini, altyapı çalışmalarının tamamlanması, finansal destek başvuruları ve temini, hammadde tedariki ve tedarik kanallarının oluşturulması gibi yapısal konular gerçekleştirilmektedir. Öte yandan; inşaat bittikten sonraki dekorasyon işlemleri, makine ve teçhizatların tamamlanması, peyzaj çalışmaları, çalışanların eğitilmesi ve yönetim anlaşmaları gibi konularla ilgili faaliyetler de bu süreçte tamamlanmaktadır (Gümüşkaynak, 2004; Gedik vd., 2005; Rutherford ve O’Fallon, 2007; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015).

1.2.7. Deneme Üretimi ve İşletmeye Geçiş

Yatırım planları, ne kadar ayrıntılı olsa ve inşaat süreci ne kadar hızlı ve sorunsuz geçse de işletme hemen faaliyete geçirilmez. Öncelikle üretilen ürün ya da hizmetin işletme standartlarına, tüketici beklentilerine ve piyasa koşullarına cevap verip veremeyeceği, eğer yeni bir ürünse de tüketiciler tarafından kabul görüp görmeyeceğine bakılır. Bunu anlayabilmenin yolu da deneme üretimi yapmaktır. Yapılan deneme üretiminin sonucunda, ürün ya da hizmetlerin beklenen performansı gösterip göstermediği izlenir (Gümüşkaynak, 2004; Gedik vd., 2005; Rutherford ve O’Fallon, 2007).

Deneme amacıyla piyasaya sürülen ürün ve hizmetler, beklenen performansı gösterdiği takdirde işletme artık resmî olarak faaliyete geçirilir. Bu safhada artık yatırım işletmeye açılmış ve ilk başta planlanan mal veya hizmet üretimini gerçekleştirmeye başlamış olur (Kahraman, 2010; Erkan d., 2015).

Sabit yatırımlar arasında yer alan turizm yatırımları, turistlerin ihtiyaçlarını giderebilecek tüm özelliklere sahip olacak şekilde tasarlanmalıdır. Bunu gerçekleştirebilmek için de turizm yatırım projelerinin oluşturulmasında çevresel faktörlerle beraber, ulusal ve uluslararası standartlara uyacak şekilde davranılmalıdır. Yine aynı şekilde; yapılacak yatırımlardan maksimum verimliliği alabilmek için ise, değişen talep koşullarına uyum sağlayacak türlerde projeler ve yatırım politikaları oluşturulmalıdır (Dinç, 2017).

1.3. Turizm Yatırım Kararlarını Etkileyen Faktörler

Turizm yatırımları ile ilgili teşvik ve planlama politikaları geliştirilirken dikkat edilmesi gereken noktalardan biri de; yatırım kararlarını etkileyen faktörlerdir. Çünkü her yatırımcı; faaliyete başlayabilmek, varlıklarını devam ettirebilmek ve rekabet gücünü koruyabilmek amacıyla hareket eder. Bu nedenle de; sermayelerini ve kıt kaynaklarını kendileri için en verimli şekilde değerlendirecekleri kararları vermek isterler.

Bir şirketin performansını artırmak ve işletmeye olumlu getiriler sağlamak amacıyla ve genellikle maliyet odaklı (Rahmani, 2017) yapılan yatırımlarda karar verme; çeşitli analizleri ve bilgi toplama işlemlerini kapsayan bir süreç halinde yapılmaktadır (Tiainen, 2013). Yatırım kararı sürecinde ilk olarak; yatırımcılar yatırımların vadesine karar vermektedirler. Söz konusu bu kararlar, uzun ya da kısa vadede kendini göstermektedir (Akıncı, 2016). Bunları kısaca incelediğimizde;

- Uzun vadeli yatırım kararları: İşletmenin bina, makine, araç-gereç gibi uzun vadeli büyük sermaye yatırımları (duran varlıklar); işletmenin başarısında rol oynamaktadır. Ancak; yatırım geri dönüşlerinin uzun olması sebebiyle, bu yatırımlardan elde edilecek faydalar da uzun vadeli olmaktadır. Bu nedenle; uzun vadeli yatırım kararları, karardan vazgeçilmesinin de doğurabileceği zararlar düşünülerek, titiz bir şekilde gerçekleştirilen analizler ve detaylı araştırmalar dikkate alınarak verilmelidir.

- Kısa vadeli yatırım kararları: Bir işletmenin rutin faaliyetlerini sürdürebilmeleri için gerekli olan menkul değerler, nakit akışı, alacaklar, stoklar vb. unsurlar kısa süreli varlık yatırım (dönen varlık) olarak kabul edilmektedir. Kısa vadeli yatırımlar, birbirini izleyen uygulamalarla, işletmenin nakdî dönüşümünü (faaliyet döngüsünü) gerçekleştirmesini sağlaması açısından önem taşımaktadır.

İster uzun ister kısa vadeli olsun; her yatırım kararı bir risk taşımaktadır. Bu sebeple; yatırım kararları alınırken, söz konusu riskler de hesaplanarak, işletmeye en yüksek getiriyi sağlayacak alternatifin seçilmesi gerekmektedir. Bunu yaparken de özellikle uzun vadeli yatırımlarda, getiri oranının yüksek ancak geri dönüş oranının da bir o kadar uzun olabileceği unutulmamalıdır.

Yatırım kararı aşamasında; yatırımcıların dikkate aldıkları bir diğer nokta da, yatırımların finansal açıdan değerlendirilmesidir. Finans açısından yatırımlar; “kârlılık, geri ödeme süresi, net bugünkü değer ve iç kârlılık yöntemleri” olmak üzere dört farklı şekilde hesaplanarak değerlendirilmektedirler (Kahraman, 2010; Dwyer vd., 2010; Usta, 2014). Bu yöntemlerden kârlılık ve geri ödeme süresi yöntemleri; projelerin yaşam sürelerini dikkate almamakla birlikte, yıllık tahmini verilerini kullanmaktadır. Net bugünkü değer ve iç kârlılık yöntemleri ise; projenin tüm yaşam süresini, geleceğe yönelik nakit akım tahminlerini ve zaman faktörünü kullanmaktadır. Bu nedenle; ilk iki yöntem statik olarak, son iki yöntem ise dinamik olarak ifade edilmektedir (Usta, 2014). Statik ve dinamik yöntemler aracılığıyla yapılan hesaplamalar sonucunda karar verilirken aşağıda belirtilen noktalar da göz önünde bulundurulmalıdır (Dwyer vd., 2010; Tiainen, 2013; Usta, 2014).

- Kârlılık yönteminde; eğer birden fazla alternatif proje arasından bir seçim yapılması gerekiyorsa, diğer faktörler aynı olmak suretiyle, en yüksek kârlılığı gösteren proje tercih edilmektedir. Eğer tek bir projenin yapılıp yapılamayacağına yönelik bir karar almak isteniyorsa; kârlılığın piyasadaki faiz oranlarından yüksek olup olmadığına bakılmaktadır (Usta, 2014).

Basit kârlılık oranı olarak da bilinen yöntemde; yatırımcının yatırım kârlılığını ya da öz sermaye kârlılığını mı görmek istediğine göre iki farklı şekilde hesaplama yapılmaktadır. Kârlılık oranının doğru hesaplanabilmesi için; projenin öngörülen işletme ömrü içinde en yüksek değere ulaştığı faydalı ömrün doğru bir şekilde hesaplanması önem taşımaktadır (Gedik vd., 2005; Usta, 2014).

Kârlılık oranı hesaplanırken;

$$R = \frac{F}{I} \text{ ve } Re = \frac{F}{Q}$$

formülleri kullanılmaktadır. Formüllerde geçen R; yatırıma dayalı kârlılık oranını, Re; öz sermayeye dayalı kârlılık oranını, F; net kârı, I; yatırım tutarını ve Q; öz sermaye tutarını ifade etmektedir (Gedik vd., 2005; Usta, 2014).

- Geri ödeme süresi yöntemi; bir proje için harcanan yatırım miktarının ne kadar sürede geri alınacağını gösteren bir yöntemdir (Gedik vd., 2005). Yöntemin değerlendirilmesinde; birden fazla alternatif arasından seçim yapılacaksa, diğerleri içinde en kısa geri ödeme süresine sahip olan proje seçilmektedir. Tek bir proje

üzerinden değerlendirme yapılacaksa da, yatırımcı tarafından alt sınır olarak belirlenen sürenin altında kalıyorsa proje kabul edilmektedir (Kahraman, 2010; Usta, 2014).

Yatırım projesinden elde edilecek kârın her yıl aynı olacağını varsayarak yapılan hesaplamada, geri ödeme süresi,

$$GÖS = \frac{\text{Yatırım Tutarı}}{\text{Yıllık Kâr} + \text{Yıllık Amortisman Payı}}$$

formülü kullanılarak bulunmaktadır (Gedik vd, 2005). Projeden elde edilecek kâr, yıllık bazda değişkenlik gösterirse de; kâr miktarları ilk yıldan itibaren proje maliyetine eşit olana kadar toplanarak hesaplamaya dahil edilmektedir (Usta, 2014).

• Net bugünkü değer yöntemi, zaman içinde elde edilen nakit girişlerinin ve çıkışlarının önceden belirlenen bir iskonto oranı ile bugüne indirgenmesine dayanan bir yöntemdir (Kutukız, 2009). Bir başka deyişle; bir yatırımın nakit akımlarının önceden belirlenen iskonto oranları üzerinden bugüne indirgenmiş değerleri toplamı ile yapılan harcamaların yani nakit çıkışlarının aynı iskonto oranı üzerinden hesaplanan bugünkü değerleri toplamı arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Gedik vd., 2005). Daha kısa haliyle ise; bir yatırımın bugünkü değeri ile yatırım tutarı arasındaki fark olarak açıklanmaktadır. Tanımlarda belirtilen iskonto oranı; yatırımın belli bir dönem sonunda elde edeceği faiz oranını ifade etmektedir (Brealey vd., 2001).

Net bugünkü değer;

$$NBD = \sum_{t=0}^n \frac{B_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=0}^n \frac{C_t}{(1+r)^t}$$

formülü ile hesaplanmaktadır. Formülde yer alan B_t ; t yılındaki nakit girişini, C_t ; t yılındaki nakit çıkışını, n; yatırımın faaliyet yılını, r ise; iskonto oranını ifade etmektedir (Gedik vd., 2005). Bir başka şekilde;

$$NBD = BD - \text{Yatırım Tutarı}$$

formülü ile hesaplanmakta, bugünkü değer ise;

$$BD = \frac{\text{t dönem sonra gelecekteki değer}}{(1 + r)^t}$$

formülü ile bulunmaktadır. Burada yine r; iskonto oranını belirtmektedir (Brealey vd., 2001).

Bir projeden elde edilecek gelecek değerinin projenin bugünkü değerine olan net katkısını ifade eden bu yöntemde; tek proje değerlendirilecekse $NBD > 0$ çıktığı takdirde, birden fazla alternatif arasından seçim yapılacaksa NBD'si yüksek

olan proje seçilmektedir. Ancak değerlendirme yaparken iskonto oranı yükseldikçe yatırıma olan net katkının düşeceği de unutulmamalıdır (Brealey vd., 2001; Gedik vd., 2005; Kutukız, 2009).

Bu yöntem; yatırım projelerinin gerçek kârlılığını göstermemekle birlikte; önceden belirlenen iskonto oranlarının işletmenin ekonomik ömrü süresince sabit kaldığını varsaymaktadır. Öte yandan; karar aşamasında, daha önce kararlaştırılan kârlılık oranının üzerinde kalan projeleri değerlendirmeye almaktadır. Bu varsayımından dolayı gerçekçi olarak kabul edilmese de; değişen oranlardan dolayı her yıl tekrar tekrar işlem yapmanın zor olması sebebiyle, yatırımcılar tarafından tercih edilmektedir (Kahraman, 2010; Usta; 2014).

• İç kârlılık yönteminde ise; net bugünkü değerin sıfıra eşit olduğu varsayılmaktadır. Projenin net bugünkü değerini başlangıç yatırıma eşitleyen iskonto oranı olarak tanımlanan iç kârlılık oranı; bir projeye ayrılan sermayenin, projenin yaşam süresi boyunca hangi oranda taksitlerle ödeneceğini ifade etmektedir (Usta, 2014).

İç kârlılık hesaplanırken;

$$\sum_{t=0}^n \frac{Bt}{(1+r)^t} \text{ ve } \sum_{t=0}^n \frac{Ct}{(1+r)^t}$$

eşitliklerinde net bugünkü değeri sıfırlayacak “r” değeri yani iskonto oranı bulunmaya çalışılır. Bunun için de öncelikle; rasgele bir iskonto oranı ele alınarak işlem yapılır. Bulunan oran pozitifse “r” değeri artırılarak; sonuç negatifse r değeri azaltılarak denemeye devam edilir. NBD=0 çıkıncaya kadar işlem tekrarlanır (Gedik vd., 2005). Bu yöntemde yatırım kararları; projelerin iç kârlılık oranlarının, sermayenin geri ödeme oranı olarak belirlenen sınır oranlarla karşılaştırılmasından sonra alınmaktadır. Bu karşılaştırmaya göre, iç kârlılık oranı;

$$I_r = i_1 + \frac{PV(i_2 - i_1)}{PV + NV}$$

formülü ile hesaplanmaktadır. Formülde yer alan I_r ; projenin iç kârlılığını, i_1 ; net bugünkü değeri halen pozitif ancak sıfıra çok yakın bir değer yapan en düşük iskonto oranını, i_2 ; net bugünkü değeri negatif ancak sıfıra çok yakın bir değer yapan en yüksek iskonto oranını, PV; düşük iskonto oranı üzerinden net bugünkü değerin en son pozitif değerini ve NV ise; yüksek iskonto oranı üzerinden net bugünkü değerin ilk

negatif değerinin mutlak değerini ifade etmektedir. Buna göre; sınır olarak belirlenen i karlılık oranının üzerinde kalan proje veya projeler yatırım için seçilebilmektedir (Brealey vd., 2001; Kahraman, 2010; Usta, 2014).

Yukarıda belirtilen çalışmalar; bir yatırımın karar sürecini finansal açıdan desteklemekte ancak karar almada tek başına yeterli olmamaktadır. Bu süreçte; yapılan çalışmaların yanı sıra, çeşitli faktörleri de dikkate almak gerekmektedir. Bu faktörler şu şekilde özetlenmektedir:

- Turizm İşletmelerinin ve Endüstrisinin zelliklerinden Kaynaklanan Faktörler: Turizm endüstrisi yatırımcıları; yatırım kararlarını almadan önce sektörün ve bu sektörde faaliyet gösteren işletmelerin genel özelliklerini bilmek durumundadırlar. Ancak bu sayede, gerek yatırım gerek faaliyet süresince, risklere karşı hazırlıklı olabilir ve sektörün getirdiği hızlı kazanç karşısında cazibeye kapılmadan mantıklı kararlar alabilirler. Söz konusu özelliklere bağlı faktörler, şu şekilde sıralanmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993):

1. Turizm sektöründe sabit faaliyetlere göre maliyetlerin sürekli bir yükseliş göstererek kârlılığı düşürmesi,
2. Turizm sektöründe talebin aşırı esnek olmasına karşın arzın inelastik bir yapıya sahip olması,
3. Turizm işletmelerinde risklerin coğrafık, teknik ve finansal planlar üzerinde dağıtılmasının her zaman kolay olmaması,
4. Turizm işletmelerine yönelik finansal mevzuatın karmaşık yapısı ve işletme büyüklüklerinden doğan vergi, sigorta, bina, arazi vb. kalemlerin maliyetlerinin yüksek olması,
5. Turizm sektöründeki rekabeti ve sektörün kârlılığını korumak için asıl mesleği otelcilik olmayan bireylerin aile işletmesi adı altında küçük işletmelerin açılmasına veya engellenmesine yönelik spekülatif faaliyetlerin varlığı.

- Kuruluş Yerinin zelliğinden Kaynaklanan Faktörler: Turizm işletmeleri; bireylere şehir merkezinden uzak olmayan ancak dinlenip rahatlamalarını da sağlayacak bir ortam sunmak durumunda olduklarından; yatırım aşamasında kuruluş yerinin seçimi büyük bir önem taşımaktadır. Özellikle; turizm işletmelerinin rekreasyon ve eğlence alanlarına yakın olması, geniş bir manzaraya hâkim olması

gerekliliği, aşırı rüzgâr alan açıklıklardan kaçınma durumu gibi unsurlar arazi maliyetlerini yükseltmektedir. Bu noktada yatırımcılar, yüksek gayrimenkul maliyetlerini de göz önüne almak durumundadırlar (Olalı ve Korzay, 1993, Akıncı, 2016).

• İnşaat Özelliklerinden Kaynaklanan Faktörler: Turizm işletmeleri; sabit değer maliyetlerinin çok fazla olduğu yüksek sermaye yatırımlarını gerektirmektedir. Arsa maliyeti dışında, inşaat ve donanım için de gerekli olan sermaye tutarı; turizm işletmesinin yapısına, büyüklüğüne ve konuma göre değişkenlik göstermektedir. Bu nedenle turizm yatırımcıları; yatırım kararı alırken ihtiyaç duyacakları sermaye tutarını, kuracakları işletmenin türünü, büyüklüğünü, oda sayısını vb. unsurları göz önünde bulundurarak belirlemelidirler (Olalı ve Korzay, 1993; Akıncı, 2016).

Yatırım kararlarını oluştururken, bütün bu finansal analizlerin yanı sıra; rakiplerin durumunu gözlemleyebilmek için sektörel analizler, risk analizleri, yatırım yapılacak destinasyonun çekiciliği gibi unsurlar da dikkate alınmaktadır (Tiainen, 2013). Bir bölgeye olan potansiyel ve gerçekleşen talep, bölgenin kaynakları, ulaşılabilirlik gibi faktörler ve fizibilite çalışmaları, bir bölgeye turizm yatırımının yapılıp yapılamayacağı konusunda karar almada etkili rol oynamaktadır.

1.4. Turizm Yatırımlarında Fizibilite Analizi

Fizibilite (yapılabilirlik); bir ekonomik faaliyetin gerçekleştirilmesi için gerekli olan mal veya hizmet üretim tesisine ayrılacak olan kaynaklarla, bu tesisin işletme aşamasında yaratacağı kaynakların karşılaştırılması sonucunda varılan bir yargı olarak tanımlanmaktadır (Şenel, 2007; Kahraman, 2010). Bir başka ifade ile; bir yatırım ile ilgili birçok farklı çalışmanın yapıldığı, yatırımın yapılabilirliğinin ölçülerek ilgili kişilere sunulduğu bir analiz raporu olarak da tanımlanmaktadır (Erkan vd., 2015).

Fizibilite incelemeleri; bir taraftan yatırıma karar veren ve kıt kaynaklarını en etkin biçimde kullanmak isteyen girişimci açısından; diğerk taraftan da yatırımı ulusal açıdan değerlendirerek onaylayacak kamu kuruluşları ve finansmanına katkıda bulunacak kredi kuruluşları açısından büyük önem taşımaktadır (Olalı ve Korzay, 1993; Ertuğral, 1997).

Fizibilite çalışmaları, genellikle iki aşamalı bir analizi gerektirmektedir. İlk aşamada; bir yatırım projesinin işletme ve ulusal ekonomi açısından neden olacağı giderlere, kayıplara ve sağlayacağı yararlar ile ilişkin bilgiler toplanırken, ikinci aşamada derlenen bilgiler belirli ölçütler kullanılarak değerlendirilmektedir. Bu değerlendirme sonuçlarına göre ise; söz konusu yatırım projesinin, ekonomik ve çevresel koşulları altında gerçekleştirilmesinin mümkün olup olmadığına karar verilmektedir (Uğurlu, 2016). Yapılabilirlik incelemeleri; yatırımın gerçek başarısını, kârlılığını, çekiciliğini veya gerekliliğini ortaya çıkarmak amacıyla girilen bir dizi ayrıntılı araştırmayı gerektirmekte ve ekonomik, teknik, malî ve hukukî konular olmak üzere dört grupta toplanmaktadır (Barutçugil, 1989; Çonkar, 1992; Olalı ve Korzay, 1993; Kahraman, 1995; Rutherford ve O’Fallon, 2007; Şenel, 2007; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015; Uğurlu, 2016).

1.4.1. Ekonomik İnceleme

Ekonomik incelemeler; öncelikli olarak, gerçekleştirilecek yatırımların, sektörel ve ulusal anlamda hangi açıkları kapattığını ve hem yöresel hem de ulusal ekonomiye olası katkılarını içeren, temel yatırım gerekçelerinin belirlenmesi ile başlamaktadır. Öte yandan, ekonomik incelemeler; yapılacak yatırım ile üretilecek mal veya hizmetin arz ve talep durumunu, fiyatını, satış ve rekabet olanaklarını, beklenen kârlılığını, ulusal ekonomiye sağlayacağı yararları ve benzeri konuları içermektedir (Barutçugil, 1989; Çonkar, 1992; Şenel, 2007).

Ekonomik incelemelerin sonuçları olumlu ise, fizibilite çalışmalarına devam edilir ancak; sonuçlar olumsuz çıkarsa diğer aşamalara geçmeye gerek yoktur (Şenel, 2007; Öztürk, 2010). Ekonomik incelemeler kapsamında yapılan çalışma ve analizler şu şekilde özetlenmektedir (Rutherford ve O’Fallon, 2007; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015; Uğurlu, 2016):

1.4.1.1. Arz ve Talep İncelemesi

Yatırım yapılacak bölgenin genel arz ve talep yapısına yönelik yapılan bir incelemedir. Bölgenin yatırım potansiyeli ve rakiplerin durumu bir piyasa araştırması aracılığı ile analiz edilir (Öztürk, 2010). Yatırıma değecek, ürün ve/ya hizmetlerin

üretimi ve satışı için yeterli kârlılığı sağlayacak bir pazarın bulunup bulunmadığını ortaya koymayı amaçlayan bu inceleme başlıca şu konuları kapsamaktadır (Gedik vd., 2005; Öztürk, 2010; Uğurlu, 2016):

- Bölgenin ve tesisin konum yerinin iç ve dış turizm pazarlarında tanınma durumu,
- Çevredeki benzer hizmetleri sunan tesislerin arz kapasiteleri ve nitelikleri,
- Proje veya inşa halinde bulunan yeni yatırımlar,
- Tesisin sunacağı hizmetin son beş yıl içinde o ülke veya bölgede gösterdiği gelişme ve gelecek beş yıl için beklenen gelişmenin yönü ve hızı,
- Fiili ve potansiyel olarak talep durumu, gelecek beş yıl için talep tahmini ve talebin bileşimi.

1.4.1.2. Fiyatlar İncelemesi

Bu inceleme, satış fiyatı ve girdi fiyatları ile ilgili olmak üzere iki yönlü yapılmaktadır. Bunlardan birincisinde; turizm pazarının özellikleri ve arz-talep farklılıklarının oluşturacağı olumlu ve olumsuz etkiler dikkate alınarak, temel ürün ve yan ürünler için satış fiyatlarının oluşumu ayrıntılı olarak incelenmektedir (Kahraman, 2010). Kurulacak tesisin arz edeceği hizmetlerin; bölgede, ülkede veya dünyada geçerli olan satış fiyatları, bu fiyatların son beş yıl içinde göstermiş olduğu gelişmeler araştırılarak ve gelecek beş yıl boyunca göstereceği gelişmeler tahmin edilerek bir tablo halinde gösterilmektedir (Erkan vd., 2015).

İncelemenin ikinci yönünde ise; yatırım aşamasındaki ve işletme aşamasındaki girdi fiyatları dikkate alınmaktadır. Yapı, tesisat ve donatım malzemelerinin fiyatları, bunların yatırım dönemi içinde gösterebileceği gelişmeler ve işletme aşamasında hizmet arzının gerektireceği girdilerin fiyatları, bunların geçmiş ve gelecek beş yıllık dönemler içindeki hareketleri ayrıntılı bir biçimde araştırılmaktadır (Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015).

1.4.1.3. Yatırım Maliyetleri İncelemesi

Teknik inceleme sonucunda, belirlenen yatırım girdileri miktarları ve fiyatlar incelemesi sonucunda elde edilen girdi fiyatları kullanılarak yatırım maliyetleri hesaplanmaktadır. Girdilerin sağlanabilme olanakları, geçmiş yıllardaki yurt içi ve yurt dışı maliyetleri, yatırım süresince ortaya çıkabilecek fiyat artışları bu incelemenin kapsamına alınmalıdır (Şenel, 2007; Erkan vd., 2015).

1.4.1.4. Satış ve Rekabet İncelemesi

Turizm tesisinin satışlarının hangi düzeylerde gerçekleşeceğinin normal koşullarda ay ve yıllara göre nasıl dağılacığının araştırılması gerekir. Pazarın yapısı ve rakiplerin durumu dikkate alınarak, kalite, üretim maliyetleri, fiyat politikası ve beklenen kâr marjı dikkate alınarak tesislerin gerçek satış ve rekabet olanakları ortaya konulmalıdır (Rutherford ve O'Fallon, 2007; Uğurlu, 2016).

1.4.1.5. Ekonomik Kârlılık İncelemesi

Turizm yatırımlarında özellikle devletin özendirici olanaklarından ve finansal desteğinden yararlanmak amacıyla, tesisin ulusal ekonomi açısından beklenen yararlarının ve kârlılığının ilgili kamu kurumlarına ve finansman kuruluşlarına açıklanması gerekmektedir (Kahraman, 2010).

Projenin istihdama etkisi, yatırım ve işletme aşamalarında kullanılan girdilerin alternatif alanlardaki marjinal verimlilikleri, tesisin döviz etkisi ve vergi geliri kaynağı oluşturması gibi yönleri dikkate alınarak ulusal ekonomiye gerçek katkısı hesaplanır (Erkan vd., 2015). Bu inceleme; özellikle ticari karlılığı düşük fakat ekonomik kârlılığı yüksek projelerde devlet destek ve katkısının sağlanması açısından önem taşımaktadır (Kahraman, 2010).

1.4.2. Teknik İnceleme

Teknik incelemeler; kurulacak işletmenin teknik özelliklerinin belirlenmesi ve yatırım projesinin mühendislik yönünün incelenmesi olarak ifade edilebilir (Erkan vd., 2015). Bu incelemenin temel amacı; projenin genel teknolojik yapılabilirliğini ortaya koymaktır. Ayrıca; projenin gerçekleştirilebilmesi için farklı teknolojik alternatifler de

söz konusuysa içlerinden en avantajlı olanın seçilmesi de amaçlanmaktadır (Gedik vd., 2005).

Turizm yatırımlarında teknik yönden yapılabilirlik incelemeleri; kuruluş yerinin seçimi, işletme büyüklüğünün belirlenmesi, kurulacak tesisin ve kullanılacak teçhizat ve donanımın teknik incelemesi, işletme içi yerleşme düzeninin kurulması ve üretim maliyetlerinin hesaplanması gibi konuları kapsamaktadır (Rutherford ve O'Fallon, 2007; Şenel, 2007; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015; Uğurlu, 2016). Teknik incelemeler kapsamında yapılan çalışma ve analizler şu şekilde özetlenmektedir:

1.4.2.1. Kuruluş Yeri Seçimi

Bir projenin yapılabilirliği, kuruluş yeri ile doğrudan ilgilidir. Çünkü farklı kuruluş yerlerinde çeşitli giderlerin varlığı, miktarı, maliyeti ve kalitesi farklıdır. Bir turizm tesisinin kuruluş yerinin ve konumunun belirlenmesinde; turistik çekicilik durumu, altyapı ve ulaşım olanakları, girdilerin sağlanabilme kolaylığı, bölgenin turizm açısından taşıdığı önem ve öncelik gibi faktörler dikkate alınmaktadır (Ertuğral, 1998; Kahraman, 2010).

1.4.2.2. İşletme Büyüklüğü ve Kapasite Kullanımı

Arz talep incelemelerinin sonuçlarına dayalı olarak tesisin konaklama, yeme-içme, eğlence ve alışveriş gibi çeşitli hizmet birimlerinin büyüklüklerinin belirlenmesini ve bu arz kapasitelerinin gelecek beş yıl için ve aylar itibarıyla kullanım oranlarının tahmini çalışmalarını içermektedir (Uğurlu, 2016).

1.4.2.3. Teknik Sorunların İncelenmesi

Projenin teknik anlamda çıkabilecek sorunlarının araştırılmasına yönelik bir incelemedir. Mimari proje ve mühendislik hesaplarının yapılması; maketlerin hazırlanması; ısıtma, aydınlatma, işletme içi taşıma ve havalandırma sistem ve donanımlarının seçimi; tesisin tüm donatımı için malzemelerin türlerinin ve miktarlarının belirlenmesi; mutfak teçhizatının cins ve niteliklerinin saptanması; güvenlik, temizlik ve bakım-onarım sistemlerinin tasarlanması ve tüm bunların

yaklaşık olarak maliyetlerinin tahmin edilmesi gibi çalışmaları kapsamaktadır (Gedik vd., 2005; Öztürk, 2010).

1.4.2.4. İşletme İçi Yerleştirme

Tesisin hizmet üretiminde ve satışında en üst düzeyde etkinliği sağlaması amacıyla farklı hizmet birimlerinin uygun bir şekilde yerleştirilmesi ve düzenlenmesi gerekir (Mucuk, 1996; Gedik vd., 2005). İşletmenin kurulacağı alanın genişliği ve arazi yapısı dikkate alınarak otel, lokanta, gazino, kafeterya, yüzme havuzu, spor alanları, otopark ve bahçe gibi birimlerin alan içinde nasıl dağıtılacağı ve bu birimlerin iç yerleşim düzenlerinin nasıl gerçekleştirileceği tasarlanır. Bu tasarımda, tüketicinin tatmini ve hizmetin etkinliği ön planda tutulur (Erkan vd., 2015).

1.4.2.5. Tesis Dönemi Uygulama Planı

Gerekli yatırım fonlarının, girdilerin ve iş görenlerin sağlanması durumunda ülke koşulları ve geçmiş deneyimler dikkate alınarak, projenin normal olarak hangi sürede tamamlanıp işletmeye açılabileceği gerekçeleriyle açıklanmalıdır. Bu konuda özet bir faaliyet planı, GANTT veya PERT diyagramları ile hazırlanmalı ve her alt faaliyetin sırası ile süresi açıklığa kavuşturulmalıdır (Barutçugil, 1989; Kahraman, 2010).

1.4.3. Mali İnceleme

Projelerde mali inceleme; yatırımcıların mali durumlarını, projenin ihtiyaç duyabileceği finansal kaynak miktarını, yatırımcıların bu ihtiyacı karşılama potansiyelini belirlemek için yapılan çalışmalardır (Çonkar, 1992). İhtiyaç duyulan finansal kaynakların nereden ve nasıl sağlanacağı da yine mali incelemeler sonucunda ortaya konmaktadır (Gedik vd., 2005).

Mali incelemeler; toplam yatırım tutarının hesaplanması, yatırımın harcama ve finansman planlarının hazırlanması, tahmini gelir ve gider tablolarının düzenlenmesi, mali kârlılığın bulunması ve kâra geçiş analizi konularını kapsamaktadır (Barutçugil, 1989; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015; Uğurlu, 2016). Mali incelemeler kapsamında yapılan çalışma ve analizler şu şekilde özetlenmektedir:

1.4.3.1. Yatırım Tutarı ve Yıllara Dağılımı

Toplam yatırım tutarını oluşturan harcama kalemleri, yani projenin başlangıcından işletmeye açılmasına kadar yapılan tüm kuruluş giderleri, gerekli arsa, sabit tesisler ve işletme sermayesi ile ilgili yatırım harcamaları değerlendirme yılı sabit fiyatlarıyla iç para, dış para ve toplam olarak düzenlenen bir tabloda özetlenir. Yatırımın yıllara göre dağılımı da ayrıntılı olarak düzenlenecek eklerde belirtilir. Yatırımın faydalı ömrü ve son değerleri de burada dikkate alınır (Gedik vd., 2005; Kahraman, 2010).

1.4.3.2. Yatırım Harcamaları ve Finansman Planları

Yatırımın uygulama planına dayanılarak harcamaların yıllara dağılımını gösteren bir yatırım harcamaları tablosu ile harcamaların yıllara göre hangi kaynaklardan karşılanacağını gösteren bir finansman kaynakları tablosunun hazırlanması gerekir (Rushmore, 2002; De Franco ve Lattin, 2007).

Toplam finansman gereksinimi; toplam yatırım tutarına beklenen fiyat artışlarının getireceği farkın ve dış kaynaklar için ödenecek faizlerin eklenmesi yoluyla hesaplanabilir. Yatırım harcamalarının yıllara dağılımı ise; uygulama planına, finansman koşullarına, fiyat artışlarının eğilimine ve kredi kullanımının yıllara dağılımına uygun olarak belirlenmelidir. Yıllara göre iç, dış ve toplam finansman gereksinimi ve finansman kaynaklarının kullanımı ayrı ayrı ve toplam olarak tek bir tablo üzerinde karşılaştırılmalı bir biçimde özetlenmelidir (Rushmore, 2002; Kahraman, 2010).

1.4.3.3. Tahmini Gelir ve Gider Tablosu

Projenin faydalı ömrü süresince öngörülen doluluk oranları ve fiyat incelemeleri sonuçları dikkate alınarak, her faaliyet dönemi için toplam işletme gelirleri çeşitli hizmet birimlerine göre ayrı ayrı sınıflandırılarak tahmin edilir. Yine aynı süre için öngörülen doluluk oranına göre teknik incelemelerle hesaplanan üretim maliyetine vergiler, satış giderleri, genel ve idari giderler ile finansman giderleri eklenerek toplam işletme giderleri hesaplanır. Bu veriler yardımıyla da projenin işletme dönemi giderleri ve tahmini gelirleri ayrı ayrı tablolar üzerinde düzenlenir (Rushmore, 2002).

1.4.3.4. Mali ve Ekonomik Analizler

Bu analiz ile bir taraftan projenin borçlarını ödeyebilme gücü ve mali karlılığı ölçülürken diğer taraftan da buna bağlı olarak kara geçiş analizleri yapılarak projenin ulaşması gereken en düşük kapasite kullanım oranı ve uygulaması gereken en düşük birim satış fiyatı belirlenir. Mali analizlerde üç temel ölçüm gerçekleştirilmektedir (Kahraman, 2010):

1.4.3.4.1. Projenin Borç Ödeme Gücünün Ölçülmesi

Bu amaçla öncelikle bir fon akım tablosu düzenlenir. Burada yalnızca işletmenin sağlayabileceği kullanılabilir kârlar, amortismanlar, tükenme ve itfa payları fon kaynağı olarak kabul edilir (KGK, 2018; Kuran, 2019). Fon kullanımları olarak da yalnızca uzun vadeli borçların anapara taksit ödemeleri düşünülür. Buna göre düzenlenen fon akım tablosundan yararlanılarak projenin borçlarını karşılama gücü hesaplanır (Brealey vd., 2001; Kahraman, 2010).

1.4.3.4.2. Mali Kârlılığın İncelenmesi

Yatırım projesinin yol açacağı harcamalar, bu harcamaların zaman içinde dağılımı, projenin gelirleri ve gelirlerle giderlerin zaman içindeki dengesi ortaya konulduktan sonra söz konusu projenin mali kârlılığının hesaplanması “iç verim oranı” veya “net bugünkü değer” yöntemleriyle yapılabilir (Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015).

İç verim oranı yöntemi uygulandığında; projenin gerektirdiği yatırım harcamaları toplamını, projenin ekonomik ömrü içinde sağlayacağı nakit akımlarının toplamının iskonto edilmiş değerine eşit kılan oran hesaplanır. Bu oran turizm endüstrisi için normal kabul edilen düzeyde bir kârlılık oranına eşit veya daha yüksek ise projenin kârlı olduğu söylenebilir (Kahraman, 2010).

Net bugünkü değer yöntemiyle mali kârlılığın hesaplanmasında ise; farklı yıllara yayılan nakit akımları ve yatırım harcamaları önceden belirlenmiş bir faiz haddi ile bugünkü değere indirgenir. Nakit akımlarının iskonto edilmiş değerleri toplamı, yatırım harcamalarının iskonto edilmiş değerleri toplamından büyük ise proje kârlı bir yatırım olarak kabul edilir (Brealey vd., 2001; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015).

1.4.3.4.3. Başı Başı Analizleri

Yapılabilirlik incelemelerinde başa baş analizleri yapılarak başa baş satış fiyatının ve başa baş kapasite kullanım oranının hesaplanması gerekmektedir. Başa baş satış fiyatı; projenin indirgenmiş değerlerle ve sabit fiyatlarla, cari piyasa faiz haddi düzeyinde bir mali iç kârlılığa sahip olması için uygulanması gereken birim satış fiyatı olarak tanımlanmaktadır. Başa baş kapasite kullanım oranı ise; projenin indirgenmiş değerlerle ve sabit fiyatlarla cari piyasa faiz haddi düzeyinde bir mali iç kârlılığa sahip olabilmesi için gereken doluluk oranı olarak ifade edilmektedir (Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015).

1.4.4. Hukukî İnceleme

Hukuksal incelemeler; projeye söz konusu işletmenin temel hukukî yapısına ve yasal olarak atılmasının gereken adımların belirlenmesine odaklanan incelemeler olarak kabul edilmektedir (Uğurlu, 2016). Bu doğrultuda; yatırımcıların gerçek ya da tüzel kişi olup olmayacağı, faaliyette bulunacakları ülkenin mevzuatı, inşaat ve bina kat izinleri, borçlanma ve geri ödeme olanakları araştırılmaktadır (Gedik vd., 2005; Uğurlu, 2016).

Turizm yatırımları ile ilgili yapılan fizibilite çalışmaları; yatırımların gerçekleştirilip gerçekleştirilemeyeceği konusunda son kararın alınmasında önemli rol oynamaktadır. Öyle ki; ekonomik incelemeler sonucunda potansiyel pazar payı ve tahmini gelir-gider ile ilgili bilgilere, teknik incelemeler sonucunda söz konusu yatırım ile ilgili proje esaslarına ve mali incelemeler sonucunda ise yatırımın geri dönüşünün ve kâr-zarar oranının ne olacağına dair bilgilere ulaşılabilmektedir. Bu sayede yatırım kararları daha analitik ve doğru bir şekilde alınabilmektedir (Erkan vd., 2015).

1.5. Turizm Yatırımlarında Kuruluş Yeri

Yatırım projelerinin fizibilite çalışmaları arasında yer alan kuruluş yeri, en basit tanımıyla; bir işletmenin faaliyetlerini sürdürdüğü coğrafi yer olarak tanımlanmaktadır (Tırmıkçıoğlu Çınar, 2010). Bir başka ifadeyle; bir işletmenin temel

görevlerini yerine getireceği ve ekonomik amaçlarını gerçekleştirebileceği en uygun yer olarak tanımlanmaktadır (Olalı ve Korzay, 1993). Daha geniş kapsamda ise; bir işletmenin yaşamını sürdürebilmesi için zorunlu olan, faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için gerekli olan tüm özelliklere sahip, en düşük maliyete karşın en yüksek kârı getirebilecek en uygun yer olarak ifade edilmektedir (Akıncı, 2016).

Turizm işletmeleri açısından ise kuruluş yeri; işletmelerin konaklama, yeme-içme ve eğlenme gibi temel hizmetleri gerçekleştirebilecekleri ve buna bağlı amaçlara ulaşabilecekleri en uygun yer olarak tanımlanmaktadır (Ertuğral, 1998). Yine aynı şekilde, turizm işletmeleri açısından kuruluş yeri; işletmelerinin çekiciliklerini ve buna bağlı olarak kârlılığını da etkileyen temel faktörlerden biridir (Şenel, 2007).

İlk olarak Alman teorisyen J. H. Von Thünen tarafından ortaya konan kuruluş yeri teorisi ve bu konu ile ilgili araştırmalar; Almanların yaptıkları çalışmalardan sonra İngilizler ve Amerikalılar tarafından geliştirilmiştir (Ertuğral, 1995). Önceleri genel ekonomi ve ekonomik coğrafya alanlarında yapılan çalışmalar, son 80 yıldan beri işletme ekonomisi alanında da yapılmaya başlanmıştır. Özellikle işletme alanında; yeni kuruluşların açılması, mevcut işletmelerin yerlerinin değiştirilmesi, işletmeler arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi gibi konulara odaklanarak, kuruluş yerlerinin saptanmasında kişisel fikirlerin, tesadüfi ve siyasi faktörlerin etkinliği ortadan kaldırması açısından literatüre oldukça fayda sağlamıştır (Olalı ve Korzay, 1993; Akıncı, 2016).

Tanımlarda sıkça geçen en uygun yer kavramı; bir işletmenin kurulmasından sonra kendisine en yüksek kârı sağlayan, diğer bir deyişle hizmet veya ürün başına düşen maliyet giderlerini en düşük düzeye indiren mahal olarak kabul edilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993; Kahraman, 2010). Bu nedenle; kuruluş yerinin doğru bir şekilde belirlenmesi, diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de oldukça önemli bir konudur.

1.5.1. Kuruluş Yeri Seçimi

Yatırım kararı alındıktan sonra; bir işletme için dikkat edilmesi gereken bir başka önemli unsur, kuruluş yerinin seçilmesidir. Kuruluş yeri seçimi; en basit haliyle,

bir işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi ve amaçlarına ulaşabilmesi için gerekli olan tüm koşulların sağlandığı en uygun yerin belirlenmesi olarak tanımlanmaktadır.

Turizm yatırımları açısından düşünüldüğünde ise kuruluş yeri seçimi; turizm ürünlerinin istenen kalitede üretilmesi için en düşük maliyetle en yüksek kâr potansiyelini sağlayan destinasyonun seçilmesi olarak tanımlanmaktadır (Erkan vd., 2015). Bu açıdan değerlendirildiğinde; kuruluş yeri, işletmelere yatırım aşamasındayken düşük maliyet, faaliyet aşamasındayken ise kârlılık sağlayan bir bölge olarak kabul edilmektedir (Tırmıkçıoğlu Çınar, 2010; Akgöz, 2018).

Yapılan yatırımların kârlılığı ve etkinliği kuruluş yerinin doğru seçilmesine bağlıdır. Özellikle maliyetlerin yüksek oluşu açısından, kuruluş yeri seçimi titizlikle yapılmalıdır (Ertuğral, 1998). Turizm yatırımlarında kuruluş yeri seçimi, üç aşamada ele alınmaktadır. Birinci aşamada; ürün ve hizmetlerin özelliklerine uygun olacak şekilde bir ülkenin içinde yer alan belli bir bölge seçilmekte, ikinci aşamada; seçilen bölgenin içinde kalan belli bir yer saptanmaktadır. Son aşamada ise; belirlenen yerdeki bir arsa üzerinde ürün veya hizmete uygun niteliklerdeki işletme kurulmakta, işletme için gerekli olan tüm üretim faktörleri sağlanmakta ve işletmenin donanımı gerçekleştirilmektedir (Ertuğral, 1998; Akıncı vd., 2016). Bölge seçimi yapıldıktan sonra ise kuruluş yeri seçimi süreci şu şekilde ilerlemektedir (Ertuğral, 1995):

- Kuruluş yerinin seçiminde etkili olabilecek faktörler belirlenmelidir.
- Söz konusu bu faktörlerin sayısal ve karşılaştırmalı değerleri hesaplanmalıdır.
- Faktör değerlendirme yöntemiyle bölge içerisindeki alternatif yerler, verimlilik açısından sıralanmalıdır.
- Alternatif kuruluş yerleri, çeşitli sayısal karar verme yöntemleri kullanılarak yeniden değerlendirilmeli ve toplam maliyetleri en aza düşüren yer kuruluş yeri olarak belirlenmelidir.

•Ancak, kuruluş yeri ile ilgili nihai karar, işletme yöneticileri ve yatırımcıları tarafından verilmelidir.

Bir işletmenin kuruluş yeri; uygulanacak satış fiyatlarını, mal ve hizmetlerin tedarik sürecini, o bölgedeki doğal kaynakların kullanımını da direkt olarak etkilemektedir (Özel, 2012). Bu nedenle, tüm sektörlerde olduğu gibi; turizm sektörü açısından da kuruluş yeri seçimi, uzun süreli dikkate alınması gereken stratejik bir konudur (Akgöz, 2018). Çünkü kuruluş yeri; sadece ilk kuruluş aşamasında değil, işletmelerin büyüme evrelerinde de önem taşımaktadır. Hele ki turizm gibi üretimle tüketimin aynı anda gerçekleştiği hizmet sektörlerinde; kuruluş yeri işletmelerin talebini belirleyen etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle; pazarın yapısı, istek ve ihtiyaçları, beğenileri gibi unsurlara uygun bir kuruluş yeri seçimi yapılmasına özen gösterilmelidir (Kozak, 2010). İşletmenin hitap edeceği müşteri kitlesi, onların ilgi ve beğenileri değiştikçe, seçilen kuruluş yeri de cazibesini yitirebilir. Diğer taraftan; seçilen bir kuruluş yeri; kullanım kapasitesini aşarak bir süre sonra çevredeki kaynakların tüketilmesine ve böylece kuruluş yerinin çekiciliğinin olumsuz anlamda etkilenmesine sebep olabilir. Bu durumda; işletmelerin kuruluş yerlerini değiştirmeleri çok da mümkün olmayacaktır (Eleren, 2007; Özel, 2012).

Yanlış seçilmiş bir kuruluş yeri; işletmenin nakli gibi konuları da beraberinde getirerek kaynakların israf edilmesine ve doğal çevre unsurlarının tahrip edilmesine neden olacaktır. Bu durum da; işletmelerin hammadde, pazarlama, ulaşım, telekomünikasyon ve altyapı maliyetlerini yükselterek kârlılıklarının düşmesine yol açacaktır (Ertuğral, 1998; Eleren, 2007; Özel, 2012). Bu nedenle; kuruluş yeri seçimi çeşitli ekonomik, teknik ve bölgesel faktörlerle birlikte işletmenin türü ve kullanım amaçları da dikkate alınarak belirlenmelidir (Akgöz, 2018).

1.5.2. Kuruluş Yeri Seçimini Etkileyen Faktörler

İşletmelerin kuruluş yerlerinin seçiminde birçok unsur etkili olmaktadır. Kuruluş yeri faktörleri olarak adlandırılan bu unsurlar; bir işletmenin bir yerde kurulması durumunda, işletmenin maliyetini, satış gelirlerini ve sermaye yapısını etkileyen özelliklerdir (Ertuğral, 1998; Akgöz, 2018). Bir işletmenin yatırım

amaçlarından biri de maliyetlerini düşürmek olduğundan; bu faktörlerin detaylıca incelenmesi ve göz önünde bulundurulması büyük önem taşımaktadır.

Kuruluş yeri faktörleri ile ilgili yerli ve yabancı literatür incelendiğinde; faktörlerin birçok farklı şekilde sınıflandırıldığı görülmektedir. Örneğin, Bull (1994), bir otelin kuruluş yeri seçiminde dikkate alınacak faktörleri; ulaşım kolaylığı, fiziksel alan özellikleri ve işletme çevresinin karakteristik özellikleri olarak üç başlık altında toplamıştır. Yang ve Lee'ye göre bu faktörler; "rakiplerin fiyatları, pazara yakınlık, ulaşılabilirlik, ihtiyaç duyulan işgücü" olarak sıralanmaktadır (Akgöz, 2018). Chan ve Wong'a (2006) göre ise; "yerel ekonomik yapı, bölgesel düzenlemeler, binaların yükseklik izinleri, ulaşım ve park olanakları, yerel yönetim kuruluşlarının varlığı, bölgenin coğrafi koşulları ve bölgenin büyüklüğü" şeklinde belirlenmiştir.

Chan ve diğerleri, 2007 yılında yaptıkları bir çalışmada, kuruluş yerini etkileyen faktörleri; arazi yapısının karakteristiği ve yaşam kalitesi olarak belirlerken; Yang ve diğerleri ise (2012); "yıldız derecelendirmesi, açılıştan sonraki faaliyet yılı, hizmet çeşitliliği, mülkiyet durumu, aglomerasyon (toplanma) etkisi, altyapı olanakları, ulaşım kolaylığı, metroya yakınlık ve turizm tesislerine ulaşılabilirlik" olarak belirlemişlerdir. Song ve Ko da 2017 yılında yaptıkları bir çalışmada; çekim alanlarına yakınlık, ulaşım ve iş merkezlerine yakınlık, aglomerasyon koşulları ve bölgedeki potansiyel pazar payı unsurlarının kuruluş yeri seçiminde belirleyici faktör olduklarını ortaya koymuşlardır.

Kuruluş yeri ile ilgili yerli literatür incelendiğinde, erişilebilen ilk gruplandırma, Barutçugil'in 1989 yılında yaptığı sınıflandırma olmuştur. Ona göre; bir işletmenin kuruluş yeri seçimine,

- Turistik çekicilik durumu,
- Altyapı ve ulaşım kaynakları,
- Üretim girdilerinin sağlanabilme kolaylığı ve
- Kuruluş yerinin turizm açısından taşıdığı önem gibi faktörler etki etmektedir (Barutçugil, 1989:72).

Özel (2012), kuruluş yeri faktörlerini; ulaşım olanakları, bölgenin ekonomik altyapısı, girdilerin sağlanabilme kolaylığı, doğal çekicilik faktörleri, sosyal faktörler, hukuki faktörler, iş gücü faktörü, politik faktörler, psikolojik faktörler, aglomerasyon (toplanma) alanları ve tesisin yıldız sayısı olarak sıralamıştır. Ermağan ve diğerlerine göre ise (2017) bu faktörler; hammadde, coğrafi konum, pazara yakınlık, tedarik, işgücü, ulaşım, altyapı ve enerji kaynakları olarak ifade edilmektedir.

Turizm sektörü de ekonomik, hukuki, sosyal, siyasi ve kültürel değişkenlerden hızlı bir şekilde etkilenmektedir. Bu nedenle; önceki çalışmalarda da belirtilen faktörleri, ortak paydada toplayarak şu şekilde sıralamak mümkündür (Olalı ve Korzay, 1993; Ertuğral 1998; Tırmıkçıoğlu Çınar, 2010; Kahraman, 2010; Akıncı, 2016):

1.5.2.1. Doğal Faktörler

Dinamik bir yapıya sahip olan turizm işletmelerinin talep yaratmada kullanabilecekleri en temel faktörlerden biri, işletmenin bulunduğu bölgenin doğal kaynakları ve çekicilik unsurlarıdır. Bir kuruluş yerinin sahip olduğu doğal güzellikler ve karakteristik özellikler talep üzerinde çekicilik oluşturarak, potansiyel turistin bölgeye akmasını sağlayacaktır (Olalı ve Korzay, 1993). Ancak burada dikkate alınması gereken nokta; söz konusu doğal kaynakların potansiyel talebi karşılayabilecek nitelikte olmasıdır. Bir bölgenin kaynakları, turist kapasitesine yetmeyecek şekildeyse, taşıma kapasitesinin aşılması durumunda sürdürülebilirlik anlamında da sıkıntılar yaşanacaktır. Yine aynı şekilde; kar yağışının az olduğu bölgelerde kış turizmi odaklı işletmeler açmak da ihtiyaçların karşılanmasında yetersiz kalacak ve işletme faaliyetlerinin olumsuz etkilenmesine neden olacaktır (Ertuğral, 1998; Erkan vd., 2015; Akıncı, 2016).

Bir turizm işletmesi için kuruluş yeri seçimine etki edebilecek doğal faktörler şu şekilde sıralanmaktadır: *İklim koşulları, su temini, plajlar, kaplıca ve ılıcaların varlığı, koruluk-ormanlık alanlar, doğal turistik yerler, arkeolojik unsurlar, yer şekilleri, doğal afet bölgesi olma durumu, arazi yapısı ve yüksekliği, rüzgâr durumu vb.*

1.5.2.2. Ekonomik ve Sosyal Faktörler

Bir bölgenin ekonomik yapısı, bölgenin kârlılığı açısından oldukça önem taşıyan bir durumdur. Otel işletmelerinin gerek yatırım gerekse faaliyet sürecinde en öncelikli amaçlarından biri de yatırım tutarlarını kısa sürede geri kazanmak olduğundan; ekonomik faktörler kuruluş yeri seçiminde dikkate alınmaktadır (Kahraman, 2010). Çünkü; bir bölgedeki ekonomik kalkınmışlık düzeyinin yüksekliği, o bölgenin kârlılığını artıracak ve bölgeyi yatırım açısından avantajlı hale getirecektir (Ertuğral, 1998).

Ekonomik faktörlerin kuruluş yeri seçimine etkisi; yerli ve yabancı literatürde de araştırılmış; Chu, Tzeng ve diğerleri, Eddie ve diğerleri gibi araştırmacıların farklı yıllarda yaptıkları çalışmalarda, yatırım maliyetleri, ekonomik faktörler, ekonomik rekabet gücü gibi unsurlar temel kuruluş yeri belirleyicisi olarak ortaya konmuştur (Akgöz, 2018). Kuruluş yeri seçimine etki eden ekonomik faktörler şu şekilde özetlenmektedir: *Ulaştırma ve iletişim olanakları, ulaşılabilirlik, müşteri ve tedarik merkezine uzaklık, arazi ve inşaat giderleri, personel tedariki ve ücretlendirme, bölgesel finans politikaları, bölgesel rantabilite.*

Sosyo-kültürel yapı da bir bölgenin çekiciliğini artıran temel unsurlardandır. Söz konusu bölgedeki sosyo-kültürel imkânlar, bölgeye gelen turistlerin seyahat tatmin düzeylerini de direkt olarak etkilemekte ve bölgedeki yerel halkın da sosyalleşmesi için bir fırsat yaratmaktadır (Erkan vd., 2015; Akıncı, 2016). Bir bölgenin sosyal faktörleri şu şekilde sıralanmaktadır: *Alışveriş olanakları, sanatsal etkinlik mekânlarının varlığı, fuar ve sergi imkânları, açık ve kapalı spor alanları, eğlence ve yeme-içme mekânları, turizm ve dinlenme bölgeleri, vb.*

1.5.2.3. Hukuki Faktörler

Hangi sektör olursa olsun bir bölgede yatırım yaparken, bölgenin yasal mevzuatı da dikkate alınmalıdır. Bölgenin imar durumu, devlet koruma alanı ya da milli park olup olmadığı ve irtifa hakkı gibi konular özellikle yatırım aşamasında oldukça önem taşımaktadır. Yine aynı şekilde; bölgedeki yatırım teşviki ve kredi imkânları da kuruluş yeri seçimi ve yatırım kararında etkin rol oynamaktadır. Son

olarak; bir bölge kuruluş yeri olarak seçilirken, bölgenin Kültür ve Turizm Bakanlığı yatırım politikalarında belirlenen hususlara uygun olup olmadığı da ayrıca incelenmelidir (Kahraman, 2010; Akıncı, 2016).

1.5.2.4. Psikolojik Faktörler

Özellikle yoğun insan akışının gerçekleştiği turizm gibi hizmet sektörlerinde; bir bölgede yatırım yaparken yani bir bölgeyi turizm destinasyonu haline getirirken dikkat edilmesi gereken bir başka önemli unsur da, bölge halkının psikolojik yapısıdır (Tırmıkçıoğlu Çınar, 2010). Kuruluş yeri olarak seçilecek bölgede yaşayan yerel halkın, turizmin gelişmesine yönelik algı ve tutumları, bir turizm işletmesinin faaliyetlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Eğer ki bir bölgede turizm faaliyetlerinin varlığı; bölge halkının yaşam düzenlerini ve kültürel geleneklerini olumsuz etkileyecekse halk, bu oluşuma karşı gelecek ve turizm faaliyetlerini durdurmaya çalışacaktır. Yine aynı şekilde bölgeye olan yoğun turist akışı, bölgenin doğal kaynaklarının da hızla tüketilmesine yol açarak yerel halkın kendilerine bile yetemeyecekleri algısını oluşturacaktır (Ertuğral, 1998; Çelik, 2016; Demircan, 2016).

Bir bölgeye özellikle yabancı kültürlerden gelen turist akışının olumlu algılanması ise; bölge halkının da o kültürlerden esinlenerek kendilerini geliştirmelerine imkân sağlayacaktır. Bölgede oluşacak istihdam sayesinde de ekonomik anlamda güçlenecek olan halk, bu etkiler sayesinde turizme karşı olumlu tavırlar sergileyebilecektir. Dolayısıyla, bir bölge kuruluş yeri olarak seçilmeden önce; bölge halkının tavır ve tutumları ile turizme karşı olan ilgisi iyi analiz edilmelidir (Çelik, 2016).

1.5.2.5. Aglomerasyon (Toplanma) Koşulları

Turizm yatırımlarında kuruluş yeri seçiminde dikkate alınması gereken faktörlerden biri de; yukarıda bahsedilen faktörlerin verimliliğinin oluşturduğu aglomerasyon (toplanma) koşullarıdır. Aglomerasyon; bir bölgede etkili olan faktörlerin o bölgeye birçok işletmeyi çekmesi olarak tanımlanmaktadır (Ertuğral ve Yakar, 1997). Bir başka deyişle; aynı koşullara ve özelliklere bağlı birçok işletmenin bir araya gelmesi durumu olup, kümelenme veya toplanma alanı olarak da adlandırılmaktadır. Aglomerasyon; kuruluş yeri seçiminde dikkate alınan doğal,

ekonomik, hukuki, psikolojik ve sosyo-kültürel faktörlerin bir bölgede yarattığı olumlu sonuçların diğer işletmeler tarafından fark edilerek, işletmelerin o bölgede yoğunlaşması olarak da ifade edilebilir (Yang vd., 2014). Örneğin Taksim'deki Talimhane bölgesi, birden fazla otelin bir araya gelerek oluşturduğu bir aglomerasyon alanıdır.

Bir bölgenin talep yoğunluğu, kârlılığı ve arz ihtiyacı gibi konular, o bölgede aglomerasyon oluşturup oluşturumamayı etkilemekte ve kuruluş yeri seçiminde etkili olmaktadır (Ertuğral, 1998). Aglomerasyon koşulları; otellerin verimliliğine ve çevreye sağladığı olumlu ekonomik ve sosyo-kültürel faydalar sebebiyle, turizm sektöründe de yatırımcılar tarafından önemsenmektedir. Bu faydaları Canina ve diğerleri (2005), üretim ve talep yönlü faydalar olarak iki grupta toplamaktadır. Aglomerasyon, üretim açısından; küme içerisinde yer alan bireysel otellere, tedarik kanalları ve özel hizmetlere daha hızlı ve kolay ulaşma imkânı sağlarken; talep açısından ise; tüketicilerin araştırma maliyetlerini en aza indirmektedir (Canina vd., 2005). Yine aynı şekilde; aglomerasyon etkisi sayesinde, bölgede istihdam olanakları artacak, sosyo-kültürel çevre gelişecek, teknolojik ve altyapı çalışmaları güçlenecek ve tekelliliğin getirmiş olduğu baskıcı fiyatlandırma kırılarak adil rekabet de sağlanabilecektir (Ertuğral ve Yakar, 1997).

Bir bölgede, turizm yatırımları anlamında, aglomerasyon alanı oluştururken; aglomerasyonun faydaları kadar zararları olabileceği de unutulmamalıdır. Özellikle aglomerasyonun olumlu etkileri nedeniyle gerçekleştirilen aşırı turizm yatırımı neticesinde, bölgenin taşıma kapasitesini aşmasına sebep olarak, bölgedeki ekolojik ve sosyo-kültürel dengenin bozulmasına yol açmakla birlikte çevresel zararlara yol açacaktır (Ertuğral ve Yakar, 1997; Ertuğral, 1998). Bu nedenle; kuruluş yeri olarak düşünülen bölgede var olan aglomerasyon imkânları ve bölgenin büyüme potansiyeli özellikle analiz edilmelidir.

Kuruluş yeri seçiminde aglomerasyon koşullarının etkisini ölçen çalışmalara bakıldığında ise; Ertuğral ve Yakar'ın 1997 yılında ve yine Ertuğral'ın 1998 yılında yaptığı çalışmalar öne çıkmaktadır. Her iki çalışmada da; otel işletmelerinin özellikle turistik çekicilik özelliklerine sahip bölgelerde yoğunlaştığı ve aglomerasyon bölgelerinin birçok faktörü kapsamasından dolayı otel yatırımcıları tarafından tercih

edildiği anlaşılmıştır. Song ve Ko (2017), Seul’de yaptıkları bir çalışmada; talep fonksiyonunu kullanarak geliştirdikleri iki matematiksel modelin analizi sonucunda, talep ve aglomerasyon etkisinin eşzamanlı olarak işlediğini ortaya koymuşlardır. Araştırmaya göre; talep, öncelikli olarak manzara, ulaşım, iş merkezlerine yakınlık ve bölgedeki aglomerasyon koşullarından etkilenmektedir. Yang ve diğerleri (2012) ise; özellikle yüksek standartlı otellerin kuruluş yeri seçerken aglomerasyon koşullarını çok fazla dikkate almadıklarını, ancak; ulaşılabilirlik söz konusu olduğunda özellikle metroya yakın olan bölgelerin oteller tarafından yoğunlaşma alanı olarak tercih edildiklerini vurgulamışlardır. Yapılan çalışmalardan da görüleceği üzere; bir bölgedeki toplanma koşulları, ekonomik, sosyo-kültürel, hukuki ve psikolojik faktörlerin hemen hepsini bünyesinde barındırdığından kuruluş yeri seçimindeki önemi daha da anlaşılmaktadır.

Yukarıda belirtilen faktörler dışında; otel işletmelerinin türlerine göre de kuruluş yeri seçiminde dikkat edilmesi gereken birtakım noktalar vardır. Bu hususlar; işletmenin türünün gerektirdiği karakteristik özelliklerden kaynaklanmakta olup şu şekilde özetlenmektedir:

- Şehir Otellerinin Kuruluş Yeri Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar: Şehir otelleri, şehrin olabildiğince sessiz bir bölgesine kurulmalı ama bununla birlikte şehir merkezinden uzak olmamalıdır. Eğer ki arazi kira bedeli veya uygun arsa olmaması gibi durumlar söz konusu olursa; şehir merkezinden uzakta, ancak şehir merkezine hızlı ulaşım bağlantılarına yakın yerler de kuruluş yeri olarak seçilebilir (Olalı ve Korzay, 1993; Akıncı, 2016).

- Resort Otellerinin Kuruluş Yeri Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar: Resort oteller, daha çok yaz tatillerini geçirmek, dinlenmek ve aile ya da arkadaşlarla eğlenmek amacıyla konaklama yapılan kıyı şeridi otelleri olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle; resort oteller kurulurken, şehir otellerinden daha geniş bir arazi tercih edilmelidir. Arazi içinde bina yerleşkesi dışında geniş bir dinlenme, eğlenme ve spor yapma alanları da bulunmalıdır. Yüksek katlı binalar yerine daha alçak ve dağınık konaklama birimleri tercih edilmelidir (Olalı ve Korzay, 1993).

•Dağ Otellerinin Kuruluş Yeri Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar: Dağ otelleri, genellikle dağcılık ve kışın da kayak turizminin gerçekleştirilmesi için dağlık bölgelere kurulduklarından; daha katı kurallara uymak zorundadırlar. Kuruluş yeri seçiminde mutlaka mühendis ve uzman doktorlardan da tavsiye alınarak, en uygun yamaca tesisler kurulmalıdır. Rüzgârdan az etkilenen ve yeterince güneş alan yerler, toprak yapısı iyi incelenerek afet bölgesinden uzak yerler tercih edilmelidir (Olalı ve Korzay, 1993).

•Termal Otellerin Kuruluş Yeri Seçiminde Dikkat Edilmesi Gereken Unsurlar: Termal tesisler, içeriği bakımından tıbbi amaçlı kullanımlara yönelik olduklarından; kuruluş yeri seçiminde özellikle tıbbi faydaları kanıtlanmış şifalı su kaynaklarının yakınları dikkate alınmalıdır. Rutubetli, ters rüzgâr esintilerinin olduğu ve güneş görmeyen yerlerden uzak bölgeler kuruluş yeri olarak seçilmelidir (Akıncı, 2016). Bütün bu faktörler, bir işletmeyi olumlu ve olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Bu yüzden; kuruluş yeri seçilirken mümkün olduğu kadar çok sayıda olumlu faktörün toplandığı yerler tercih edilmektedir.

Maliyet giderlerinin yüksek olacağı kuruluş yerleri ise; ulusal çıkarların zorladığı durumlarda, kamu yönetimi kuruluşlarının yatırımcılara birtakım kolaylıklar sağladığı durumlarda veya turizmle ilgili altyapı yatırımlarının yapılacağına dair tam bir garanti olması gibi koşullar altında tercih edilmektedir (Olalı ve Korzay, 1993). Bu sebeple; kuruluş yeri tercih edilmeden önce yatırım ve fizibilite analizleri ve değişik kuruluş yerleri ile ilgili maliyet hesaplamaları yapılmaktadır (Kahraman, 2010; Akıncı, 2010).

1.5.6. Kuruluş Yeri Seçiminde Kullanılan Sayısal Yöntemler

Kuruluş yerinin seçiminin temelinde karar verme vardır. Karar; kelime anlamıyla; “bir iş veya sorun hakkında düşünülerek verilen kesin yargı”, karar vermek ise; “bir sorunu karara bağlamak, kararlaştırmak” olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2019). Günlük yaşam içerisindeki hemen her konu hakkında alınan kararlar, yaşam koşullarının belirlenmesinde de etkili olup; bu etki ömür boyunca kendini gösterebilmektedir.

En az iki alternatifin varlığı durumunda ortaya çıkan karar verme sürecinde; dikkate alınması gereken alternatifler ve değerlendirmeler, bir eylemler dizisinden oluşmaktadır. Bu eylemler dizisine göre; karar verme sürecinde aşağıdaki unsurlar yer almaktadır (Turan, 2013:4 akt. Akgöz, 2018:580).

- Karar Verici: Mevcut alternatifler içerisinde seçim yapacak olan kişi ya da kişilerdir.
- Amaç: Karar verici/lerin faaliyetleri sonucundan ulaşılmak istenen çözümdür.
- Karar Kriteri: Karar verici/lerin alternatif seçiminde kullandıkları değerler sistemidir.
- Seçenekler: Karar verici/lerin seçim yapacağı alternatifler olup, kontrol edilebilir değişkenlerdir.
- Olaylar: Kontrol edilemeyen değişkenler olup, karar verici/lerin seçimlerinde etkili olan çevresel şartlardır.
- Sonuç: Her bir alternatif ve olaydan ortaya çıkan değer ve kararı ifade eder.

Günlük hayatın her noktasında görülen karar verme, iş hayatı kapsamında değerlendirildiğinde çok daha fazla önem taşımaktadır. Özellikle; yeni alternatiflerin giderek arttığı küresel rekabet ortamında, karar verme olgusu çok daha stratejik bir rol üstlenmektedir. Daha önceleri yöneticilerin kişisel ve mesleki tecrübelerine, sezgilerine ve sınırlı bilgilerine dayalı olarak gerçekleştirilen karar verme; zaman içinde rekabetin gelişmesiyle, tecrübe ve sezginin yanı sıra, teknolojik, siyasi ve ekonomik gelişmelere, maliyetlere ve potansiyel fırsatlara dayanarak gerçekleştirilmeye başlanmıştır (Akgöz, 2018). Bu doğrultuda; işletmelerin kuruluş yeri seçimleri de yatırım analizi içerisinde yer alan piyasa araştırması, gelir-gider tahminleri ve olası kâr tahminlerinden destek alarak bir takım matematiksel yöntemler kullanılarak yapılar hale gelmiştir (Olalı ve Korzay, 1993; Kahraman, 2010; Akıncı, 2016). Kuruluş yeri seçiminde kullanılan basit toplama yöntemleri, dört grupta toplanmakta olup detaylı bilgileri aşağıda yer almaktadır.

1.5.6.1. Faktör Puanlama Yöntemi

Kuruluş yeri seçimine etki eden faktörlerin, üretilecek ürün ya da hizmetin birim maliyetine olan payları hesaplanır. Daha sonra bu faktörlerin pay toplamaları alınarak en düşük maliyet payı hesaplanır. En düşük maliyet payına sahip olan alternatif kuruluş yeri olarak seçilir (Akıncı, 2016).

1.5.6.2. Ağırlıklı Faktör Puanlama Yöntemi

Kuruluş yeri seçimine etki eden faktörlerin karar vericiler tarafından görece ağırlıklandırılması temeline dayanmaktadır. Öncelikle; değerlendirme faktörlerine önem derecelerine göre bir puan verilerek, alternatiflerin her biri, değerlendirme faktörlerini ne kadar karşıladığına göre puanlanır. Daha sonra alternatiflerin aldıkları puanlar faktör ağırlıkları ile çarpılarak ağırlıklı puanlar hesaplanır. Tüm alternatiflerin her bir faktör için almış oldukları ağırlıklı faktör puanları alt alta toplanarak genel sonuçlar hesaplanır. En yüksek faktör ağırlık toplamına sahip alternatif, kuruluş yeri olarak seçilir (Olalı ve Korzay, 1993).

1.5.6.3. Birim Maliyetler Yöntemi

Her bir kuruluş yeri alternatifinin, söz konusu ürün ya da hizmet üretimi için ortaya çıkarabileceği birim maliyetleri hesaplanır. Bütün bu maliyetler, alt alta toplanarak her alternatif için genel maliyet toplamına ulaşılır. En düşük maliyet toplamını veren alternatif, kuruluş yeri olarak seçilir (Olalı ve Korzay, 1993; Akıncı, 2016).

1.5.6.4. Karşılaştırmalı Basit Kârlılık Yöntemi

Kuruluş yeri alternatiflerinin ne kadar kâr getireceğine yönelik tahminlere dayalı bir yöntemdir. Kuruluş yeri alternatiflerine ilişkin toplam satış gelirleri, üretim maliyetleri ve yatırım maliyetleri hesaplanır. Daha sonra yıllık satış geliri tahmininden toplam maliyetler çıkartılarak yıllık kâr hesaplanır. Yıllık kârın sabit yatırım harcamasına bölünmesiyle de alternatiflerin kârlılık oranları bulunur. En yüksek kârlılık oranına sahip olan alternatif, kuruluş yeri olarak seçilir (Kahraman, 2010).

Tüm bu yöntemler günümüzde halen kullanılmakla birlikte; tek başına yeterli olmamaktadır. Çünkü; birçok değerlendirme kriterine sahip olan kuruluş yeri seçiminin karar verme süreci, karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu süreçte; karar vericiler, en uygun kuruluş yerini seçerken, birçok farklı kriterle kendilerince bir önem yüklemekte ve alternatifleri bu öneme göre öznel yargıları doğrultusunda değerlendirmektedirler. İşte bu öznel yargıların daha sistematik bir temele dayandırılması için matematiksel, sezgisel ve finansal yöntemlerle birlikte çok kriterli karar verme yöntemleri de kullanılmaktadır (Eleren, 2006; Ustasüleyman ve Perçin, 2007; Ömürbek vd., 20013).

Çeşitli alternatifler arasından önceden belirlenmiş kriterlere göre uzlaşık çözüm kümesinin belirlenmesi olarak tanımlanan Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV); günlük hayatta aynı değerle ifade edilemeyen ve birbirleriyle çelişen kriterlerin ortaya koyduğu problemlerin çözümünde uzlaştırmacı bir yol olarak kullanılmaktadır (Ar vd., 2014). Bir başka ifadeyle; karar vericilerin sayılabilir ya da sayılamaz seçenekten oluşan bir değerlendirme kümesi içinde en az iki kriter kullanarak yaptıkları bir seçim süreci olarak açıklanmaktadır (Alp ve Gündoğdu, 2012).

Birbirinden bağımsız çok sayıda faktörün etkisini dikkate alarak karar vericilere en uygun kararın alınmasında yardımcı olan (Ömürbek vd., 2013) ÇKKV yöntemleri; “Tutarlılık Amaçlı, Optimizasyon Amaçlı, Veri İndirgeme Amaçlı, Sınıflama Amaçlı ve Diğer Yöntemler” olmak üzere beş ana başlıkta sınıflandırılmaktadır (Alp ve Gündoğdu, 2012). Ancak; kuruluş yeri seçimi, alternatifler arasında en iyisinin seçilmesine dayandığından, yani bir sıralamaya yönelik yapıldığından, hiyerarşiyi dikkate alan yöntemler daha çok kullanılmaktadır. Söz konusu hiyerarşik ÇKKV yöntemleri aşağıdaki şekilde özetlenmektedir.

1.5.6.5. Analitik Hiyerarşi Süreci (Analytic Hierarchy Process–AHP)

Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP); karmaşık ve yeterince yapılandırılmamış bir durumun bileşenlerini ve değişkenlerini hiyerarşik bir yapı ile ifadelendirme, her bir alternatifin göreceli önem düzeylerine ilişkin kişisel yargılara sayısal değerler atama ve elde edilen yargıların sonucuna göre değişkenlerin öncelik seviyelerini ortaya

koyarak sıralama yapma yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Alp ve Gündoğdu, 2012). Bir başka ifadeyle; çoklu kriterlerin ve ağırlıklarının belirlenmesinde, hiyerarşik bir düzen kurarak ikili karşılaştırma mantığına dayanan yapısal bir karar verme tekniğidir (Eleren, 2006; Ömürbek vd., 2013). 1977 yılında Thomas H. Saaty tarafından geliştirilmiş olup (Eleren, 2006), alternatiflerin değerlendirilmesinde, nitel ve nicel faktörleri birleştirerek öznel değerlendirme kriterlerini dikkate alabilmesinden dolayı karar vericiler tarafından çokça tercih edilmektedir (Ömürbek vd., 2013).

AHP’de söz konusu problem, bileşenlerine ayrılarak hiyerarşik bir biçimde yapılandırılmakta, bu yapının en üstünde probleme yönelik bir amaç bulunmaktadır. Daha sonra sırasıyla değerlendirme kriterleri ve değerlendirilecek alternatifler belirlenerek yapı tamamlanır. Sonrasında bu kriter ve alternatiflerin ikili karşılaştırmalarıyla amaca ne kadar katkı sağladıkları belirlenerek, kurulan algoritma çerçevesinde yapılan işlemler sonucunda elde edilen puanlar sıralanır ve en iyi alternatif seçilir (Eleren, 2006; Ömürbek vd., 2013).

Karar verme sürecinde çok sık kullanılan yöntemlerden biri olmasına rağmen; AHP yönteminin eleştirilen yönleri de bulunmaktadır. Şöyle ki; AHP yöntemiyle gerçekleştirilen bir karar verme işleminde, değerlendirilen alternatiflerin arasına daha kötü bir alternatif eklenmesi halinde sıralamanın değişme ihtimali bulunmaktadır. Bu durum da AHP ile karar verme işlemlerinin her zaman aynı sonuçları vermeyeceği riskini ortaya koymaktadır (Alp ve Gündoğdu, 2012). Bu nedenle; karar vericilerin öznel algılarına dayalı yargılarını temel alan AHP’nin daha doğru sonuçlar verebilmesi için; bulanık üçgensel sayılar ya da dilsel değişkenler kullanılan Fuzzy (Bulanık) AHP yöntemi geliştirilmiştir (Özdağoğlu, 2008).

Bulanık mantık, ilk olarak Lotfi A. Zadeh tarafından geliştirilmiş olup, bulanık küme mantığına dayanmaktadır. Buna göre; elemanların herhangi bir kümeye aitlik derecesi “üyelik değeri” ile tanımlanmaktadır ve 0 ile 1 arasında değişmektedir. Burada 0 değeri kümeye ait olmamayı, 1 ise tam olarak ait olmayı ifade etmektedir (Özdağoğlu, 2008; Alp ve Gündoğdu, 2012). Bulanık küme mantığında, kümeye aitlik dereceleri; üçgen, yamuk, Gauss eğrisi gibi standart fonksiyonlarla oluşturulmakla beraber literatürde en fazla üçgensel bulanık kümeler kullanılmaktadır. Üçgensel sayı

kümelerini oluşturmaktaki amaç; karar verilecek kritere yönelik öznel ve sözel yargıları sayısal bir temele dayandırmak ve problemin çözümünü daha doğru bir hale getirmektir (Başlıgil, 2005).

Nicel ya da eksik bilgilerin eksikliğini gidermek için kullanılan bulanık ÇKKV yöntemlerinde (Ar vd., 2014) olduğu gibi; Bulanık (Fuzzy) AHP yönteminde de; karar vericilerin öznel yargıları Chang tarafından geliştirilen üçgensel bulanık sayı karşılıkları ile ifadelendirilmekte ve belli bir algoritma dâhilinde işleme tabi tutulmaktadır. Karar vermeye yönelik kriter ve alternatiflerin kullanıldığı karar matrisi üzerinde yapılan işlemler neticesinde elde edilen öncelik değerleri sıralanarak, en yüksek öncelik değerine sahip olan alternatif kuruluş yeri olarak seçilmektedir (Alp ve Gündoğdu, 2012; Ar vd., 2014).

1.5.6.6. Analitik Ağ Süreci (Analytic Network Process–ANP)

Analitik Ağ Süreci (ANP); karar verme sürecinde yer alan kriterler ve bu kriterlere ait alt kriterler arasından tüm bağımlılık ve geri besleme ilişkilerini sistematik bir şekilde ortaya koymayı sağlayan bir ÇKKV yöntemi olarak tanımlanmaktadır (Dikmen vd., 2005). AHP’den farklı olarak; değerlendirme kriterleri ve bu kriterlerin oluşturduğu kümeler arasındaki etkileşimleri dikkate almaktadır. Bu yönüyle AHP’den daha üstün bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Bu etkileşimler; iki boyut olarak ele alınmaktadır. Eğer aynı küme içerisinde yer alan kriterler arasında bir etkileşim varsa grup içi etkileşimin; farklı kümeler arasında bir etkileşim varsa gruplar arası etkileşimin varlığından söz edilir (Ustasüleyman ve Perçin, 2007).

Kümeler arası etkileşimlerin belirlenmesinden sonra; AHP’nin karşılaştırma ölçeği kullanılarak ikili karşılaştırmalar yapılmakta, daha sonra alternatiflerin karşılaştırma kriterleri üzerindeki önem dereceleri dikkate alınmaktadır. Her kuruluş yeri alternatifinin kendi performans değeri hesaplandıktan sonra ağırlık indeksleri de hesaplanarak bir sıralama yapılır. En yüksek ağırlık indeks değerine sahip olan alternatif, kuruluş yeri olarak seçilir (Demirtaş ve Üstün, 2004; Dikmen vd., 2005; Ustasüleyman ve Perçin, 2007).

ANP ile ilgili literatürde çok az çalışma bulunmaktadır. Bununla beraber, ulaşılabilen çalışmalar da tedarikçi seçimi, pazar ve depo seçimi gibi konulara odaklanmaktadır (Demirtaş ve Üstün, 2004; Dikmen vd., 2005; Köse vd., 2005).

1.5.6.7. VIKOR (Vise Kriterijumska Optimizacija I Kompromisno Resenje) Yöntemi

Uzlaşık koşullar altında, AHP veya diğer karar verme yöntemleriyle elde edilen kriter ağırlıklarını kullanarak alternatiflerin en iyi sıralamasını veren bir yöntemdir (Aktepe ve Ersöz, 2014). İlk kez Opricovic ve Tzeng (2004) tarafından geliştirilen ve her bir alternatif değerinin kullanıldığı yöntem; karar vericilere ideal çözümü sağlamaktadır.

Yöntemde her bir alternatif, her bir kritere göre değerlendirilmekte ve ideal alternatife yakınlık değerleri hesaplanarak uygun sıralama elde edilmektedir. VIKOR yöntemi uygulanarak yapılan çalışmalar; toplu taşıma problemleri, grup karar analizleri, turizm stratejilerinin belirlenmesi, yazılım projelerinin değerlendirilmesi, hizmet kalitesi geliştirme çalışmaları, risk değerlendirme uygulamaları konularına sıkça odaklanmaktadır (Aktepe ve Ersöz, 2014; Ar vd., 2014).

Klasik ÇKKV yöntemlerinde kriter ağırlıklarının kesin olarak bilindiği varsayılrsa da; bireysel kararlar öznel ve muğlak olduğu için kesin sayısal değerlerle ifade edilmeleri zor olmaktadır. Bu nedenle geliştirilen bulanık mantık uygulamaları sayesinde; kesin olmayan veya belirsiz bilgiler dilsel değişkenlerle karar çözümüne dâhil edilmektedir.

Bulanık VIKOR yöntemi de diğer bulanık ÇKKV yöntemleri gibi; değerlendirme kriterleri ağırlıklarının bulanık AHP yaklaşımıyla belirlenip alternatiflerin VIKOR yöntemi ile sıralanmasına dayalı bir yöntemdir. Bu yöntemde; dilsel değerlendirmeler dikkate alınarak, kriterlerin ikili karşılaştırmalar yoluyla değerlendirilmesinde ve ağırlıklarının hesaplanmasında en iyi ve uzlaştırıcı çözümü bulacak sistematik süreçler sunulmaktadır (Ar vd.,2014).

1.5.6.8. MOORA (Multi Objective Optimization by Ratio Analysis) Yöntemi

MOORA yöntemi ilk olarak, Brauers ve Zavadskas tarafından 2006 yılında geliştirilmiştir. Çok amaçlı optimizasyon yöntemi olan MOORA; daha çok karar verme problemlerine destek olmak amacıyla farklı uygulamalar geliştirmek için kullanılmaktadır (Aktepe ve Ersöz, 2014).

MOORA yönteminin temelinde; karar vermeye yönelik amaçlar ve alternatiflerin bu amaçlara yönelik performans değerlerinin karşılaştırılması bulunmaktadır. Maksimizasyon ya da minimizasyon yönlü karar verme amaçlarının performans değerleri arasındaki farkın normalleştirilmesi sonucunda alternatifler sıralanmaktadır. En büyük normalleştirilmiş değere sahip olan alternatif, kuruluş yeri olarak seçilir (Özbek ve Erol, 2016; Akgöz, 2018).

Normalleştirilmiş performans değeri hesabını temel alan MOORA yöntemi, bu temel hesaplamaların üzerine farklı algoritmaların eklenmesiyle, birbirini tamamlayacak şekilde farklı türlerde geliştirilmiştir. Bu türler; MOORA–Oran Yöntemi, MOORA–Referans Noktası Yöntemi, MOORA–Önem Katsayısı Yöntemi, MOORA–Tam Çarpım Yöntemi ve MULTIMOORA Yöntemi şeklinde sıralanmaktadır (Özbek ve Erol, 2016).

MOORA yöntemiyle yapılan çalışmalar sınırlı sayıda olup; özelleştirme ve öğütme işlemlerinde parametre optimizasyonu, çok kriterli değerlendirme, bölgesel gelişim değerlendirmesi, personel seçimi ve malzeme seçimi gibi konularda kullanılmıştır. Bunların dışında daha çok, AHP ve VIKOR yöntemleriyle birlikte kullanılmaktadır (Aktepe ve Ersöz, 2014).

1.5.6.9. COPRAS (Complex Proportional Assessment) Yöntemi

1996 yılında Zavadskas ve Kaklauskas tarafından geliştirilen Karmaşık Oransal Değerlendirme (COPRAS) yöntemi; nicel ve nitel kriterleri birlikte değerlendirme olanağı sunan bir yöntemdir. Değerlendirme kriterlerinin maksimizasyon ve minimizasyon yönlü oluşlarını dikkate alarak seçeneklerin sıralanması ve değerlendirilmesine yönelik olan yöntem, diğer ÇKKV yöntemlerinden

daha kolay bir kullanıma sahiptir (Özbek ve Erol, 2016; Sarıçalı ve Kundakçı, 2016). COPRAS'ı diğer yöntemlerden ayıran en önemli özellik; alternatifleri birbirleriyle karşılaştırarak diğerlerinden ne kadar iyi ya da kötü olduğunu yüzdelik olarak ortaya koymasındır (Özbek ve Erol, 2016).

COPRAS yöntemi, karşılıklı çelişen kriterlerin mevcudiyeti altında mevcut seçeneklerin önemine ve kullanım derecesine doğrudan ve orantılı bağımlılıklar olduğunu varsayar. Her bir seçenekle ilgili performansı, farklı değerlendirme kriterlerine ve karşılık gelen kriter ağırlıklarına göre değerlendirir. Değerlendirme kriterleri ve alternatiflerin belirlendiği karar matrislerinin karşılaştırılarak, her bir kriterin ve alternatif göreceli öneminin ve fayda derecelerinin hesaplanmasını temel alan yöntemde; fayda derecesi en yüksek olan alternatif en iyi seçenek olarak kabul edilmektedir (Bausys vd., 2015). Karşılaştırma değerlerinin belirlenmesinde özellikle AHP yöntemiyle birlikte kullanılan COPRAS yöntemi; bina yaşam döngülerinin değerlendirilmesi, konut bakım çalışmaları, ticaret ve eğlence merkezlerinin inşaat müteahhitlerinin seçimi, yol tasarım alternatiflerinin değerlendirilmesi ve sürdürülebilir şehir yoğunluğunun ölçülmesi gibi konularda sıkça uygulanmaktadır (Sarıçalı ve Kundakçı, 2016).

1.5.6.10. TOPSIS (Technique for Order Preference by Similarity to Ideal Solution) Yöntemi

İlk kez 1981 yılında Hwang ve Yoon tarafından geliştirilmiş olan yöntem; ideal çözüm kümesine olan uzaklık katsayılarını kullanarak tercih sıralaması yapmaktadır. TOPSIS yönteminde; ideal çözüm için gerekli olan yakınlık bulunurken, hem pozitif hem de negatif ideal çözüme olan uzaklıklar birlikte değerlendirilmekte ve yapılacak tercih sıralaması bu uzaklıkların karşılaştırılması sonucu elde edilmektedir (Eleren, 2007). Bu açıdan değerlendirildiğinde; yöntemin en önemli özelliğinin, pozitif ideal çözüme en yakın ve negatif ideal çözüme en uzak olan en uygun çözümün belirlenmesi olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Çözüm kümeleri arasındaki mesafelerin iki yönlü olmaları sayesinde; sadece maksimize edilecek durumlar değil, aynı zamanda minimize edilecek durumlar da göz önünde bulundurularak seçim yapılmaktadır (Tırmıkçıoğlu Çınar, 2010). Ancak; insan düşünce, yargı ve tercihleri genel olarak

belirsizlik içerdüğinden, bu yöntem birçok açıdan yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle TOPSIS yöntemi de AHP ve VIKOR yöntemleri gibi bulanık verilerin kullanılabilceğı şekilde geliştirilmiştir.

Fuzzy (Bulanık) TOPSIS yöntemi; belli bir kriter ya da kriterlere göre belirsizlik altında alternatifleri değerlendirip sıralanmasına ve en doğru seçimin yapılmasına yardımcı olan bir yöntemdir (Tırmıkçioğlu Çınar, 2010). TOPSIS yönteminde bulanık sayıların kullanılmasına yönelik ilk çalışmalar, 1989 yılında Negi tarafından yazılan bir doktora tezinde ortaya konmuş ancak son halini 1992 yılında Chen ve Hwang tarafından yazılan bir kitapla almıştır (Eleren, 2007; Tırmıkçioğlu Çınar, 2010). Chen'in önerdiği Fuzzy TOPSIS yöntemine göre; kriter ağırlıklarının belirlenmesi ve alternatiflerin değerlendirilmesi, üçgensel bulanık sayılarla ifade edilen dilsel değişkenlerle yapılmaktadır. Daha sonra bu üçgensel sayılar hesaplanarak tercihler sıralanmaktadır (Chen, 2000).

Kuruluş yeri seçimine yönelik yapılan çalışmalar incelendiğinde; yerli ve yabancı literatürde birçok farklı yöntem bulunduğı göze çarpmaktadır. Özellikle matematiksel ve çok kriterli karar vermeye dayalı yöntemlerin kullanıldığı çalışmaların sayısı, her geçen gün artmaktadır. Örneğin AHP yöntemi; dericilik sektöründeki bir firma için (Eleren, 2006) ve tekstil sektöründe üretim gösterecek bir firma için (Alp ve Gündoğdu, 2012) kuruluş yerlerinin seçilmesinde, Isparta ilinde hayvancılık yapılabilecek alanların belirlenmesinde (Ömürbek vd., 2013), hastane, itfaiye istasyonları ve lokanta gibi işletmelerin kuruluş yerlerinin belirlenmesinde kullanılmıştır. Kuruluş yeri seçiminde ANP yönteminin kullanılmasına yönelik ilk çalışma ise, Ustasüleyman ve Perçin tarafından 2007 yılında gerçekleştirilmiştir. VIKOR yönteminin kullanıldığı kuruluş yeri çalışmalarında, ev aletleri firmasının tesis yeri seçiminde AHP yöntemiyle beraber uygulandığı görülmektedir. Depo yeri kuruluş yeri seçimine yönelik bir başka çalışmada ise; Özbek ve Erol (2016) COPRAS ve MOORA yöntemlerini ayrı ayrı kullanarak bir karşılaştırma yapmış ve her iki yöntemin de aynı sonuçları verdiğini ortaya koymuşlardır.

Bulanık mantık temel alınarak uygulanan ÇKKV yöntemlerine bakıldığında, en çok kullanılan yöntemlerden birinin Fuzzy AHP ve Fuzzy TOPSIS olduğu

görülmektedir. Fuzzy TOPSIS ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; havacılık sektöründe servis kalitesinin değerlendirilmesi, tedarikçi seçimi, en uygun üçüncü parti lojistik servis sağlayıcılarının belirlenmesi, otellerin servis kalitelerinin karşılaştırılması ve sanal mağazaların internet sitelerinin değerlendirilmesi gibi konulara odaklanıldığı görülmektedir (Tırmıkçıoğlu Çınar, 2010). Birçok karar verme probleminde kullanılan yöntemin kuruluş yeri seçimi problemlerinde ise; ilk olarak 2002 yılında Chu Ta-Chung tarafından uygulandığı bilinmektedir (Eleren, 2007). Öte yandan; tekstil, nakliye ve bankacılık sektörlerinde yapılan çalışmalarda, Fuzzy (bulanık) AHP ve Fuzzy TOPSIS yöntemlerinin karşılaştırmalı olarak kullanıldığı da görülmektedir (Ertuğrul ve Karakaşoğlu, 2007; Öztürk vd., 2009).

Tırmıkçıoğlu Çınar'ın 2010 yılında yapmış olduğu bir başka çalışma da bankacılık sektörü üzerine olup; Güneydoğu Anadolu bölgesindeki beş il üzerinde Fuzzy TOPSIS yöntemini kullanarak en uygun destinasyon belirlenmeye çalışılmıştır. Ev aletleri imalatçısı bir firmanın tesis yeri seçiminde, gıda sektöründe bir firma için ve havalimanı kuruluş yeri seçimlerinde ise; diğer yöntemlerden farklı olarak; Bulanık VIKOR yöntemlerine başvurulmuştur (Ar vd., 2014).

Turizm sektöründe kuruluş yeri seçimine yönelik çalışmalar incelendiğinde de, diğer sektörlerde olduğu gibi, birçok yöntem kullanıldığı gözlenmektedir. Özellikle Ertuğral (1998) ile Gray ve Liguori'nin (2003) çalışmalarında da vurgulandığı üzere; turizm işletmelerinin yer seçimi sürecinde coğrafi konum başta olmak üzere birçok faktör etkili olmaktadır. Bu nedenle; son zamanlarda yapılan çalışmalarda ÇKKV yöntemleri sıkça kullanılır hale gelmiştir. Örneğin; Chu, 2002 yılında yaptığı bir çalışmada; işletmelerin kuruluş yeri seçimlerinde, Fuzzy TOPSIS yöntemi ile grup kararlarının nasıl alınabileceğini ortaya koyan öneriler geliştirmiştir. Yine aynı şekilde; Chou ve diğerleri de, 2008 yılında yaptıkları bir araştırmada, belirledikleri 21 değerlendirme kriteri aracılığıyla Tayvan'daki uluslararası turist destinasyonları üzerinde bulanık çok kriterli karar verme yöntemlerini kullanarak en iyi destinasyonu belirlemeye çalışmışlardır. Yang ve diğerleri (2012); otel işletmelerinde kuruluş yeri seçimi araştırmalarına farklı bir açıdan yaklaşarak, altı farklı model geliştirerek hangi faktörlerin yer seçiminde etkili olduğunu belirlemeye çalışmış ve kuruluş yeri seçimi

için Coğrafi Bilgi Sistemlerinin de ne kadar kullanışlı bir yöntem olduğuna dikkat çekmeye çalışmışlardır.

Akgöz (2018); Kırgızistan'da yapmış olduğu çalışmada çoklu karar verme yöntemlerinden biri olan MULTIMOORA yöntemini kullanarak, Kırgızistan'da turizmin geliştirilebileceği en uygun destinasyonları sıralamıştır. Sarıçalı ve Kundakçı da (2016) bir çalışmalarında, AHP ve COPRAS yöntemlerini kullanarak tatil planı yapan bireyler için en uygun otel alternatifini belirlemeye çalışmışlardır.

Turizm sektörüne yönelik bulanık mantık çalışmalarında ise; Fuzzy TOPSIS yönteminin sıkça kullanıldığı, bununla birlikte farklı yöntemlerin uygulandığı da görülmektedir. Kurtulay ve Kızılırmak, 2017 yılında yaptıkları bir çalışmada, online rezervasyon sitelerinin tercih sıralamasını bu yöntemle araştırmışlardır. Ulucan ve diğerleri (2018), sağlık turizminde en çok tercih edilen destinasyonu, Ermağan ve diğerleri de (2017); kuruluş yerini etkileyen faktörleri dikkate alarak üç alternatif arasından otel açılışı için en uygun destinasyonu belirlemişlerdir. Ar ve diğerleri (2014) ise; otel işletmesi kuruluş yeri seçiminde Fuzzy AHP ve VIKOR yöntemlerini bir arada kullanarak, literatürdeki açığı kapatmaya çalışmışlardır.

İKİNCİ BÖLÜM

İSTANBUL’UN ARZ, TALEP VE TURİZM YATIRIMLARI AÇISINDAN SEKTÖREL DURUMUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bireyleri turizm faaliyetlerine yönelten etmenler, talep yönlü ve arz yönlü olarak ifade edilmektedir (Kahraman, 2014). Talep yönlü faktörler; daha çok bireylerin kişisel istek ve ihtiyaçlarına göre şekillenirken, arz yönlü faktörler ise; bireylerde bu istekleri ortaya çıkartan doğal ve yapay çekicilik unsurlarından oluşmaktadır. Bütün bu faktörler ise, bir araya geldiklerinde turizm ürünlerini ve turizm endüstrisini meydana getirmektedir.

Turizm endüstrisi içerisinde talep ve arz kaynakları kadar turizm bölgeleri de büyük önem taşımaktadır. Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan doğal ve yapay unsurları bünyesinde bulunduran yer olarak tanımlanan destinasyon; turizm ürününü oluşturan temel bileşenlerden de biridir. Öyle ki; bireylerin tatil yapma, dinlenme ve eğlenmeye yönelik seyahat ihtiyaçlarını giderebilmeleri için; bu ihtiyaçlara yönelik tesis ve çekim unsurları kadar bu unsurların yer aldığı turizm bölgelerinin de varlığı gerekmektedir. Sonuçta; gidecek hiçbir yeri olmayan bireylerin tatil ihtiyaçları gerçek bir talebe dönüşmeyerek âtıl kalacaktır. İşte bu sebeple; şehirler, bölgeler ve hatta ülkeler hem ulusal hem de uluslararası ziyaretçiler için birer çekim unsuru olarak kabul edilmekte ve sahip oldukları doğal çekiciliklerini alt yapı ve üst yapı çalışmalarıyla zenginleştirerek turizme yönelik talep oluşturmak için kullanılmaktadırlar. Turizmin ülke ekonomisine sağladığı önemli katkılar ve giderek artan rekabetin bir sonucu olarak, ülkeler bölgesel turizm ofisleri aracılığı ile turistleri kendilerine çekebilecek yeni yatırımları teşvik etmek için çabalamaktadırlar.

Bir bölgede ilk kez yapılan turizm yatırımları, o bölgeyi bir turizm destinasyonu haline getirebildiği gibi; turizm destinasyonu olarak kabul edilmiş bir bölge de aglomerasyon koşullarının etkisi ve turizm kârlılığının görülmesiyle yeni yatırımlar için kuruluş yeri olarak seçilebilir. Bir bölgenin destinasyon olarak kabul edilmesi için gerekli olan doğal çekicilikler, altyapı ve ulaşım olanakları, turizm

tesisleri ve sosyo-kültürel etkinlikler aynı zamanda kuruluş yeri seçimini de etkileyen faktörler arasında yer almaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde; kuruluş yeri ve turizm destinasyonları arasında yakın bir ilişki olduğunu söylemek çok da yanlış olmayacaktır.

Turizm endüstrisi içerisinde büyük payı olan konaklama sektörü de turizm destinasyonlarının varlığı için olmazsa olmaz koşullardan biridir. Öyle ki; turizm faaliyetleri için uygun nitelikteki konaklama tesislerinin eksikliği, bölgenin diğer çekicilik özelliklerini geri plana atarak, turizm bölgesi olarak gelişmesini engelleyebilmektedir. Bu nedenle; turizm destinasyonları, bölgesel çekicilik unsuru olan kültürel kaynaklar, eğlence merkezleri ve alışveriş merkezlerine olduğu kadar doğru yerlere konumlandırılmış konaklama işletmelerinin gelişimi için de çalışmaktadırlar. İşletmeler için doğru yere konumlandırma konusunda da kuruluş yeri seçimi devreye girmekte ve hem turizm bölgesi geliştirme unsuru olarak hem de gelişmiş bir turizm bölgesini daha da cazip hale getirecek bir araç olarak kullanılmaktadır.

İstanbul da sahip olduğu doğal, kültürel ve sosyal turistik çekicilik özellikleri açısından çok sayıda yerli ve yabancı turisti çeken önemli turizm destinasyonlarından biridir. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü 2018 Turizm Genel Değerlendirme Raporuna göre; 2018 yıl sonu itibariyle, ülkemize toplam %21,5'lik bir artışla yerli ve yabancı toplam 46,1 milyon ziyaretçi gelmiştir. Bu ziyaretçilerin yaklaşık %28'i (13.433.101) ise İstanbul'a gelmiştir. Talep çeken bir şehir olması sayesinde, İstanbul, yerli ve yabancı birçok yatırımcının da turizm sektöründe yer almasını sağlamaktadır. Öyle ki; genel yatırımlar içerisinde 2005 yılında %0,4 olan turizm yatırımlarının payı, 2015 yılında %8,2'ye, 2018 itibariyle ise %9,2'ye çıkmıştır. İstanbul'un turizm potansiyelini ortaya koyan bu verilerden hareketle hazırlanan bu çalışmada; İstanbul'un sektörel durumu; mevcut ve potansiyel talep, arz ve yatırım yönleriyle ayrı ayrı ele alınmaktadır.

2.1. İstanbul'un Turizm Arz Yapısı ve Kaynakları

Arz kavramı; ekonomi alanında, belli bir piyasada belli bir fiyattan satılan mal miktarı olarak tanımlanmaktadır. Bir başka deyişle; belirli bir zamanda ve fiyatta tüketicilere satılmak üzere belirli miktarlarda piyasaya sunulan ürünler olarak ifade edilmektedir (Dinç, 2017). Turizm arzı ise; turizm ürünlerinin bir araya getirilerek turistlere sunulması olarak tanımlanmakla beraber; bu tanımla turizm potansiyeli kavramı ile karıştırılmaktadır.

Turizm potansiyeli; bir bölgenin sahip olduğu bütün turistik kaynakları ifade etmektedir. Oysa turizm arzı; bir destinasyonun sahip olduğu turizm potansiyelinin belli bir zamanda ve fiyatta tüketicilere satılan bölümü olarak açıklanabilir (Çeken, 2016). Bu açıdan değerlendirildiğinde turizm arzı; “bir ülkede, bölgede veya şehirde seyahat edenlerin ihtiyaçlarını gidermek için sahip olunan tüm varlık, değer ve olanaklar ile belli bir sürede yapılan seyahat ve konaklamaya dayalı satışa hazır ürün ve hizmetlerin toplamı” olarak tanımlanmaktadır (Olalı ve Timur, 1988:171).

Bir bölgenin sahip olduğu kaynakların turistlerin kullanımına sunulan kısmı olarak da özetlenebilen turizm arzı; gerek turizm ürünlerinin gerekse turizm endüstrisinin kendine özgü özelliklerini taşımaktadır. Büyük sermaye gerektirmesi, satın alınmayan ürün ve hizmetlerin oluşturduğu maliyet, sektörel ikame olanaklarının fazlalığı, kısa dönemde inelastik oluşu ve çoğunlukla kapasite kullanımıyla değerlendiriliyor olması bu özelliklerin başında gelmektedir (Olalı ve Timur, 1988; Kahraman, 2010; Çeken, 2016). Ülkesel ve bölgesel karakteristiğe sahip olan turizm arzını oluşturan unsurlar ise Olalı ve Timur'a (1988) göre; “doğal unsurlar, sosyal unsurlar, psikolojik unsurlar, turizm sektörünün altyapısı” olarak sınıflandırılmaktadır. McIntosh ve Goledner (1990) ise bu unsurları; “doğal kaynaklar, altyapı imkânları, ulaştırma kaynakları, turizm tesisleri ve misafirperverlik” olarak sıralamaktadır.

İstanbul da turistik bir destinasyon olarak, sahip olduğu kaynaklar açısından oldukça zengin ve talebi karşılayabilecek nitelikte turizm arzına sahip şehirlerden biridir. İstanbul'un turizm arzı açısından genel yapısına bakıldığında; hem kalitatif

hem de kantitatif açıdan değerlendirme yapmak daha doğru olacaktır. Söz konusu bu kaynaklar şu şekilde özetlenebilir:

2.1.1. Doğal Kaynaklar

Doğal kaynaklar; bir bölgenin coğrafi özelliklerine bağlı olarak; iklim koşullarına ve doğal çevresel güzelliklerine göre ortaya çıkan kaynaklardır. Genel olarak; bölgenin *iklimi, rüzgâr ve hava akımları, yağış miktarları, deniz-göl ve akarsu kaynakları, kumsal ve plajları, ormanları, parkları, doğal manzaraları vb.* unsurlarını kapsamaktadır (Kozak vd., 2012; Kahraman, 2014).

Dört mevsimin de iklimsel özelliklerinin yaşanabildiği İstanbul'un doğal çekiciliklerinin başında; İstanbul Boğazı, Adalar, Haliç, Atatürk ve Belgrad Ormanları, Atatürk Arboretumu, hayvanat bahçeleri ve tabiat parkları, Şile-Ağva ve Garipçe gibi kasabaları, Çamlıca ve Pierre Loti gibi tepeleri, Kilyos-Florya-Menekşe gibi plajları gelmektedir. İklimi ve doğal çevresel özellikleri dikkate alındığında, İstanbul'un yıl boyunca turist çekebilme potansiyeline sahip olduğunu söylemek mümkündür.

2.1.2. Tarihi ve Kültürel Kaynaklar

Sosyal faktörler kapsamında değerlendirilen tarihi ve kültürel kaynaklar bir bölgenin ulusal ve küresel anlamda rekabet edebilirliğini etkileyen en önemli unsurlardandır. Bir bölgenin tarihi dokusu, arkeolojik değerleri ve kültür yapısı özellikle yeni yerler görmek, farklı kültürleri tanımak isteyen turistler açısından çekim unsuru olarak kabul edilmektedir (Kahraman, 2014).

İstanbul da M.Ö. 7. yüzyıla uzanan geçmişi ve birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması sebebiyle; oldukça zengin bir mimari dokuya ve tarihsel kültüre sahiptir. Tarihi yarımada üzerinde yer alan Ayasofya, Sultanahmet ve Süleymaniye Camileri başta olmak üzere, Topkapı ve Beylerbeyi sarayları, Aya İrini kilisesi, Saint Antoine kilisesi, Topkapı surları, sinagogları, patrikhaneleri, camileri ve müzeleriyle önemli bir kültür mirasına sahiptir. Bu kültür mirası arasında yer alan Hipodrom, Topkapı Sarayı, Yıldız Sarayı, Ayasofya, Aya İrini, Küçük Ayasofya Camii,

Süleymaniye Camii ve çevresi, Bozdoğan Kemerleri, Topkapı Surları, Haliç ve Zeyrek Camii 1985 yılında UNESCO tarafından Dünya Miras Listesine dâhil edilmiştir (OECD, 2008:151).

İstanbul'un sosyo-kültürel kaynakları yukarıda belirtilenle sınırlı değildir. Aynı zamanda; yine tarihi yarımada bulunan Yerebatan Sarnıcı, Roma – Bizans ve Osmanlı medeniyetlerinin mimari örnekleriyle de bir kültür mozaği oluşturmaktadır. Arkeoloji Müzesi, Türk-İslam Eserleri Müzesi, Kariye Müzesi başta olmak üzere, Türkiye'de yer alan 391 müzenin 96'sı yine İstanbul'da bulunmaktadır.

2010 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Kültür Başkenti olarak seçilen İstanbul'da sanatsal ve kültürel etkinlikler için yapılmış birçok sergi ve fuar alanı, kongre ve toplantı merkezleri de bulunmaktadır. Bu merkezler, yerli halkın da sosyalleşmesine imkân sağlamakla birlikte, sanat etkinliklerine katılımlarını artırarak yaşam tarzlarında da olumlu etkilere sahiptir.

2.1.3. Eğlence ve Rekreasyon Kaynakları

İnsanların gelir ve refah seviyelerindeki artış, boş zaman kavramına olan bakış açısının da gelişmesine yol açmış; insanlar işten arta kalan zamanlarında dinlenebilmek ve eğlenebilmek amacıyla, kendi kişisel gelişimlerine de katkıda bulunacak faaliyetlerin de arayışına girmişlerdir. Bu değişimle birlikte; rekreasyonel eğlence kaynakları da turistik çekicilik unsuru olarak şehir yönetimlerinin dikkatini çekmeye başlamış ve bu bağlamda birçok işletme açılmaya başlamıştır.

İstanbul da sahip olduğu alışveriş, eğlence, spor ve rekreasyon merkezleri sayesinde haftanın yedi günü, günün 24 saati yaşayan canlı bir şehir haline gelerek hem yerli hem de yabancı turistin ilgisini her geçen gün daha çok çekmektedir. İlk alışveriş merkezi olarak kabul edilebilecek Kapalıçarşı başta olmak üzere, Avrupa ve Anadolu yakalarında açık – kapalı birçok alışveriş merkezi, yerli ve yabancı ziyaretçiye alışveriş imkânının yanı sıra yeme-içme ve eğlence imkânları da sunmaktadır.

İstanbul Akvaryum, Dolphinarium, Vialand Eğlence Parkı, Miniaturk Türkiye Parkı, Snowpark, Buz pisti gibi merkezleri ile ziyaretçilerin aile ve arkadaşlarıyla eğlenebilmelerini sağlayan İstanbul'da hemen her ülkeye ait mutfakların ürünleri sunan yeme-içme işletmelerinin de sayısı oldukça fazladır. Öte yandan şehirde; İstiklal Caddesi, Ortaköy ve Nişantaşı başta olmak üzere, birçok gece mekânı da mevcuttur. Açık-kapalı birçok spor dalının gerçekleştirilebildiği spor merkezleri ile de ilgi çeken kent, 2020 UEFA Süper Kupa ve 2020 UEFA Şampiyonlar Ligi final maçlarına da ev sahipliği yaparak sporun başkenti olma özelliğine de kavuşmuştur.

2.1.4. Altyapı ve Üstyapı Olanakları

Altyapı denilince akla; bir bölgenin elektrik, kanalizasyon, ulaşım, telekomünikasyon, su, otopark, havaalanı, liman, demiryolu gibi sistemleri gelmektedir. Bu sistemler tek başına birer turizm çekicilik unsuru olmamakla birlikte, herhangi birindeki bir eksiklik turizm talebinin düşmesine ve turizm faaliyetlerinin etkinliğini kaybetmesine yol açacaktır.

İstanbul'un altyapı kaynaklarına bakıldığında; büyük sıkıntılar göze çarpmamaktadır. Her ne kadar kalabalık bir kent olması, şehir içi ulaşımlarda trafik sıkışıklığına yol açsa da şehir içerisinde ulaşım özellikle son zamanlarda gelişen raylı sistemlerle çok daha hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Öte yandan; şehre ulaşım hava, demir ve deniz yolu aracılığı ile de rahatça sağlanmaktadır.

İstanbul'a su dağıtımı konusunda hizmet veren dokuz adet barajla birlikte, iki büyük göl de su kaynakları açısından şehre destek olmaktadır. Kanalizasyon ağlarının büyük bir kısmının ıslah edildiği şehirde, mevcut olan derelerin bazıları da yine kanalizasyon tahliyesinde kullanılmaktadır. Telekomünikasyon açısından da geniş bir haberleşme ağına sahip olan İstanbul'un hemen her yerinde fiber hızda internet ve kablosuz ağ bağlantıları ile çevrimiçi haberleşme mümkün olmaktadır.

Üstyapı kaynakları denildiğinde ise; turizmin geliştirilebilmesi için gerekli olan hizmet tesisi yatırımları ifade edilmektedir. Bireysel olarak kurulup işletilen yiyecek-içecek işletmelerinin yanı sıra, bar-gece kulübü şeklinde eğlence mekânlarının da yoğun olduğu İstanbul'da, TUROB 2016 Otel & Kapasite Raporuna

göre; Avrupa ve Anadolu yakasında yıllık 28,3 milyon kişiyi ağırlayabilecek otel kapasitesi bulunmaktadır.

2.1.5. Turizm Arzının Kapasite Açısından Değerlendirilmesi

İstanbul'un turizm arzı sayısal olarak değerlendirildiğinde; turizm tesislerinin oda, yatak ve kişi kapasiteleri dikkate alınmakta; kapasite istatistiklerine bakıldığında ise dikkat çekici rakamlar göze çarpmaktadır. 2018 TÜİK verilerine göre yaklaşık 15,1 milyonluk (İstanbul Valiliği, 2019) nüfusa sahip olan İstanbul, OECD'nin 2008 yılında hazırladığı Bölgesel Değerlendirme Raporuna göre OECD Metropolitan Bölgesi içerisinde sekizinci sırada yer almakta ve gerekli kriterleri karşıladığından dolayı Mega Kent olarak sınıflandırılmaktadır (İSTKA, 2019).

Nüfusun bu kadar kalabalık olması, her biri potansiyel turist sayılan yerel halkın tüketimi için kullanılacak konaklama, yeme-içme, eğlence ve rekreasyon tesislerinin de yapılmasını beraberinde getirmiştir. Gerek bu işletmelerin sayısının artması, gerekse mega kent olma özelliğini kullanarak yapılan tanıtım çalışmaları İstanbul'un zamanla tüm dünyada turist çeken bir kent olmasına yol açmıştır. Bunun bir sonucu olarak da yerli ve yabancı birçok yatırımcı, potansiyel ve mevcut yerli ve yabancı ziyaretçiler için seyahatleri süresince ihtiyaç duyabilecekleri birçok yatırım girişiminde bulunmuş, özellikle konaklama işletmelerinin sayısı ve kapasitesi hızla artış göstermiştir. Söz konusu konaklama işletmelerinin ilçelere göre dağılımı; Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan rapora göre; Tablo 1'de gösterildiği gibidir.

Tablo 1: 2019 Sonu İtibariyle Konaklama Tesislerinin İlçelere Göre Dağılımı

İlçe Adı	5*	4*	3*	2*	1*	Apart Otel & Pansiyon	Butik	Özel Belgeli	Motel & Hostel	Kamping	Günübirlik Tesis	Toplam
Adalar						1		3				4
Ataşehir	4	2	1									7
Avcılar	1		2									3
Bağcılar	4	2	1									7
Bahçelievler	4	3							1			8
Bakırköy	7	3	3	3	1		1	3		1		22
Başakşehir			1									1
Bayrampaşa	3	3	1									7
Beşiktaş	13	3	1			3	1	7				28
Beykoz	1	1			1			3				6
Beylikdüzü		1				1						2
Beyoğlu	10	31	16	6	1		4	40				108
Büyükdere	3	2		2				1			1	9
Esenler	1	1										2
Esenyurt	2	2	2									6
Eyüp	1		1					3				5
Fatih	8	46	51	25	5	2	6	56				199
Gaziosmanpaşa												0
Güngören	2	1										3
Kadıköy	6	3	7			1		1				18
Kâğıthane	1		3									4
Kartal			2	1	1							4
Küçükçekmece	3	3	2									8
Maltepe	2											2
Pendik	4	4	1					2				11
Sarıyer			3	1				4				8
Silivri	1	1	4					2				8
Sultanbeyli												0
Şile			2				1	1				4
Şişli	16	9	17	2			5	11				60
Tuzla	1		2			1						4
Ümraniye	1	3	2									6
Üsküdar		3	2	1			1	3				10
Zeytinburnu	1	1	2									4
Genel Toplam	100	128	129	41	9	9	19	140	1	1	1	578

Kaynak: Bakanlık Belgeli Turizm Tesisleri İstatistikleri, 2019, KTB

Tablo 1 incelendiğinde; konaklama tesislerinin en çok Beyoğlu (108) ve Fatih (199) toplandığı görülmektedir. 5 yıldızlı oteller Beşiktaş, Beyoğlu ve Şişli ilçelerinde yoğunlaşırken; 4 ve 3 yıldızlı oteller ise Fatih’te bulunmaktadır. En fazla Butik Otel de yine Fatih bölgesinde yer almakta olup, Özel Belgeli Tesisler ise Beyoğlu ve Fatih bölgelerindedir. Öte yandan; İstanbul’da Bakanlık onaylı tek kamping alanı Bakırköy’de, günübirlik tesis ise Büyükçekmece’de bulunmaktadır.

Tablo 1 dikkate alındığında; otellerin bulunduğu ilçeler, otellerin toplanma yoğunlukları da göz önüne alınarak gruplandırılmış ve İstanbul, beş farklı toplanma alanına (yatırım bölgesine) ayrılmıştır. Bu bölgeler ise; *Tarihi yarımada*, *Beyoğlu – Beşiktaş – Şişli*, *Sarıyer-Maslak-Levent*, *Atatürk Havalimanı bölgesi (Basın Ekspres ve Avcılar dâhil)* ve *Anadolu yakası* olarak belirlenmiştir. Buna göre; toplanma alanları şu ilçeleri kapsamaktadır:

- Tarihi Yarımada (Eminönü-Beyazıt-Sulahmet-Topkapı-Kazlıçeşme ve Samatya bölgeleri dâhil)
- Beyoğlu – Beşiktaş - Şişli
- Sarıyer – Maslak - Levent (Kâğıthane dâhil)
- Atatürk Havalimanı Bölgesi (Arnavutköy, Avcılar, Bağcılar, Bakırköy, Bahçelievler, Bayrampaşa, Başakşehir, Beylikdüzü, Büyükçekmece, Çatalca, Esenler, Esenyurt, Gaziosmanpaşa, Güngören, Küçükçekmece, Silivri, Zeytinburnu)
- Anadolu Yakası (Adalar, Ataşehir, Beykoz, Kadıköy, Kartal, Maltepe, Pendik, Şile, Tuzla, Ümraniye, Zeytinburnu)

Yapılan bu gruplandırmaya göre İstanbul’daki Bakanlık belgeli konaklama tesislerinin toplam sayıları ise; Tablo 2’de gösterildiği gibidir. Tabloya göre; konaklama tesisleri en çok Tarihî Yarımada ve Beyoğlu-Şişli bölgelerinde toplanmaktadır. Üçüncü sırada ise; Havalimanı Bölgesinde bir kümelenme olduğu görülmektedir.

Tablo 2: İstanbul'daki Konaklama Tesislerinin Toplanma (Yatırım) Bölgelere Göre Toplamı

Toplanma (Yatırım) Bölgeleri	5*	4*	3*	2*	1*	Apart Otel & Pansiyon	Butik	Özel Belgeli	Motel & Hostel	Toplam
1. Bölge: Tarihî Yarımada	9	46	52	25	5	2	6	59	0	204
2. Bölge: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli	39	43	34	8	1	3	10	58	0	196
3. Bölge: Sarıyer-Maslak-Levent	1	0	6	1	0	0	0	4	0	12
4. Bölge: Atatürk Havalimanı Bölgesi	32	23	18	5	1	1	1	6	1	88
5. Bölge: Anadolu Yakası	19	16	19	2	2	3	2	13	0	76
Genel Toplam	100	128	129	41	9	9	19	140	1	576

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Bakanlık ve Belediye belgeli tesisler bazında dikkate alındığında; 2015 yılsonu itibariyle toplam 148.972 aktif yatak kapasitesine sahip olan İstanbul'un 2019 yılsonu itibariyle geldiği durum, biraz daha dikkat çekmektedir. 2019 Yılsonu itibariyle Bakanlık ve Belediye belgeli tesislerin dağılımı Tablo 3'te gösterildiği gibidir.

Tablo 3: Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Belediye İşletme Belgeli Tesislerin Türlere Göre Dağılımları (2019)

Tesis Türü	Bakanlık Belgeli			Tesis Türü	Belediye Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı		Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
5* Otel	108	27.368	55.270	Otel	797	27.619	52.147
4* Otel	136	15.825	31.584	Motel	24	348	692
3* Otel	130	7.534	14.829	Pansiyon	264	3.973	7.976
2* Otel	44	1.496	2.932	Tatil Köyü	4	592	1.240
1* Otel	9	255	476	Kamping	3	143	221
Termal Otel	1	80	160	Kamu Misafirhane	5	146	344
Pansiyon	10	134	270				
Kamping	1	116	350				
Apart Otel	5	374	1.156				
Özel Tesis	133	5.249	10.437				
Müstakil Apart Otel	2	197	688				
Turizm Kompleksi	1	840	1.764				
Butik Otel	22	961	1.928				
B Tipi Tatil Sitesi	1	25	112				
Hostel	1	123	166				
Genel Toplam	604	60.568	122.122	Genel Toplam	1.097	32.821	62.620

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri, 2019.

İstanbul'daki turizm tesislerinin yıllara göre değişen toplam sayısı ise Tablo 4'te gösterildiği gibidir. Tabloda görüldüğü üzere; 2000 yılında 242 olan Bakanlık belgeli turizm tesislerinin sayısı 2019 sonu itibariyle 604'e çıkmıştır. Öte yandan Belediye belgeli konaklama tesislerinin sayısı da 2019 yılsonu itibariyle 1097 olarak kaydedilmiştir.

Tablo 4: 2000-2019 Arasında İstanbul'daki Bakanlık İşletme Belgeli Konaklama Kapasitesi

Yıllar	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2000	242	20.928	42.655
2001	265	23.277	48.265
2002	280	23.318	48.309
2003	292	24.813	50.699
2004	315	26.303	53.940
2005	323	26.166	53.074
2006	338	27.002	54.994
2007	353	28.219	57.123
2008	363	29.984	60.926
2009	374	30.262	61.239
2010	372	31.017	62.841
2011	386	32.874	66.551
2012	402	34.644	70.246
2013	432	39.617	80.313
2014	472	45.498	92.160
2015	543	52.876	106.034
2016	531	51.483	103.835
2017	556	55.072	110.929
2018	576	57.562	116.077
2019	604	60.568	122.122

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistikleri (2019).

İlgili mahalli idareler tarafından verilen Belediye Belgeli konaklama tesislerinin sayısına bakıldığında ise; 2000’li yılların başında 638 olan tesis sayısının 2019 yılı itibariyle 1097’ye, oda kapasitesinin 18.190’dan 32.821’e ve yatak kapasitesinin ise; 35.831’den 62.620’ye çıktığı görülmektedir. Bu durumda İstanbul’un hem Belediye hem de Bakanlık belgeli toplam arz kapasitesini, 2019

yılsonu itibariyle; 1701 tesis, 93.389 oda ve 184.742 yatak olarak ifade etmek mümkün olacaktır. Bakanlık belgeli tesislerin yıllar içindeki dağılımında öne çıkan bir diğer detay ise; sadece 2009’dan 2010’a geçerken bir düşüş görülse de, turizm sektöründeki krize rağmen, sürekli artan bir ivmeye sahip olmasıdır. Bu durum sadece işletme belgeli tesislerde değil, yatırım belgeli tesislerde de karşımıza çıkmakta olup, ilgili bölümde ayrıca açıklanacaktır.

İstanbul’un konaklama dışındaki turistik arz kapasitesi yiyecek-içecek işletmeleri ve seyahat acentalarından oluşmaktadır. İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü’nün 2018 yılsonu raporuna göre; İstanbul’daki Bakanlık İşletme Belgeli Yiyecek-İçecek ve Eğlence Tesislerinin dağılımı Tablo 5’te gösterildiği gibidir.

Tablo 5: 2018 Yıl Sonu İtibariyle İstanbul'daki Yiyecek-İçecek Tesislerinin Dağılımı

Yeri	Avrupa	Anadolu	Toplam Kapasite	Avrupa	Anadolu	Toplam Kapasite
Türü	Sayı Bakımından			Kapasite Bakımından		
Özel Tesis	148	30	178	22.456	6.406	28.862
Lüks Lokanta	1	-	1	600	-	600
1.Sınıf Lokanta	109	55	164	27.398	15.011	42.409
2.Sınıf Lokanta	34	14	48	5.208	2.110	7.318
Kafeterya	5	1	6	640	175	815
Müstakil Eğlence Yerleri	6	1	6	1.650	50	1.700
Bar	2	2	4	210	90	300
Günübirlik Tesisler	10	5	15	3.095	965	4.060
Yat Limanları	2	-	2	-	-	0
Yüzer Tesisler	30	12	42	11.531	4.057	15.588
Günübirlik Gezi Tekneleri	52	34	86	6.437	7.802	14.239
Ticari Yatlar	111	58	169	705	428	1133
Toplam	510	212	722	79.930	37.094	117.024

Kaynak: İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018 İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu.

Tablo 5’te belirtilenler dışında; İstanbul’da toplam 1 adet golf merkezi, 3 adet kongre ve sergi merkezi, 2 adet temalı park ve 2 adet de akvaryum turistik arz unsuru olarak hizmet vermektedir. Yine aynı rapora göre; İstanbul’da yer alan seyahat acentalarının sayısı ise gruplarına göre Tablo 6’da gösterildiği gibi olup; raporda belirtildiği üzere; İstanbul’da yer alan seyahat acentalarının sayısı Türkiye’deki toplam seyahat acentalarının yaklaşık %35’ini oluşturmaktadır.

Tablo 6: 2018 Yılı sonu itibarıyla İstanbul’daki Seyahat Acentalarının Sayısı

	A Grubu	B Grubu	C Grubu	Toplam
İstanbul	3461	30	37	3528

Kaynak: İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018 İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu.

2.2. İstanbul’un Turizm Talebi Açısından Durumu

En basit haliyle, satın alma isteği olarak tanımlanan talep; turizm sektörü söz konusu olduğunda daha çok alıcıların satın alma gücüne bağlı bir unsur olarak göze çarpmaktadır. Öyle ki; Goeldner ve Ritchie (2012), turizm talebini; bireylerin seyahat eğilimleri ile yaşadıkları yer ve seyahat destinasyonu arasındaki bağlantı fonksiyonu olarak tanımlamaktadır. Olalı ve Timur (1988) ise; “*yeterli satın alma gücüne ve boş zamana sahip bireylerin, sürekli konakladıkları yerler dışında yaptıkları seyahatler ve geçici konaklamaları ile ilgili ürünleri, belli bir fiyattan ve rasyonel ya da irrasyonel amaçlarla satın almaya ve yararlanmaya karar vermeleri*” olarak tanımlamaktadır (Çeken, 2016: 65).

Turizm sektöründe talep; “gerçek talep, potansiyel talep ve ertelenmiş talep” olarak üç şekilde karşımıza çıkmakta olup satın alma niyeti, zaman ve satın alma gücü unsurlarından oluşmaktadır. Bu unsurların herhangi birinin eksik olması halinde turizm talebinin varlığından söz edilememektedir (Kozak vd., 2012). Diğer sektörlerden farklı olarak, turizm endüstrisinde talep bağımsız bir özellik göstermektedir. Turizm faaliyetlerine katılan her birey, kendi içsel motivasyonları doğrultusunda hareket etmekte ve bu da turizm talebinde öngörülemez bir çeşitlilik yaratmaktadır. Öte yandan; talebin birçok faktörden etkilenen değişken yapısı da kontrol edilmesini güçleştirmektedir. Bu nedenle turizm talebi, üzerinde

dikkatli analizlerin yapılması ve hassas bir şekilde ele alınması gereken bir konu olmaktadır (Kozak vd., 2012; Çeken, 2016).

Ekonomik, sosyal, psikolojik ve hukuki faktörlerden önemli ölçüde etkilenen turizm talebi; söz konusu bu faktörlerdeki en küçük bir değişiklikte bile hızlı bir şekilde etkilenebilmektedir. Bununla birlikte, turizm talebini oluşturan turistlerin satın alma kararlarında turistik mal ve hizmetlerin fiyatları, destinasyonların altyapı ve ulaşım olanakları, destinasyonlardaki turistik arz olanakları ve kapasitesi de önemli rol oynamaktadır (Kozak, 2010). Özellikle İstanbul gibi büyük şehirlerde talebi oluşturan turistler, tek bir destinasyona yönelmekle kalmayıp, o ana destinasyon içerisindeki turizm bölgelerine de karar verirken özellikle fiyat ve tesis alternatifi unsurlarını dikkate almaktadırlar (Dinç, 2017). Bu noktada da turizm bölgelerinde toplanma koşullarının etkisi tekrar ön plana çıkmaktadır.

Sahip olduğu tarihî ve doğal çekicilik unsurları, konaklama tesisleri, yiyecek-içecek ve eğlence işletmeleri, rekreasyon alanları gibi turistik arz unsurları sayesinde İstanbul, dünyanın hemen her yerinden farklı profillerde ve farklı amaçlarla seyahat eden birçok turisti çeken bir şehirdir. Öyle ki; Mastercard tarafından, dünyada en çok seyahat edilen 162 şehrin ziyaretçi ve harcama eğilimlerinin incelendiği “Dünya ve Avrupa Hedef Şehirler” Listesi’nde de hemen her yıl yer almaktadır. 2018 yılında düzenlenen “Hedef Şehirler Raporuna” göre; gelen turist sayısı kapsamında Avrupa’da üçüncü sırada yer alırken, dünya sıralamasında dokuzuncu sıraya yükselmiştir. Öte yandan; 2017 yılsonu itibariyle hem Bakanlık hem Belediye belgeli tesislere gelen turist sayısı olarak da 2016 yılsonunda yapılan öngörülerini de aşarak 10,7 milyon ziyaretçi ağırlamıştır (Mastercard, 2018). 2019 yılsonu itibariyle ise bu sayı 14.143.640 kişiye ulaşmıştır. Gelen turistlerin yaklaşık 10,3 milyonu Turizm Bakanlığı belgeli tesislerde konaklama gerçekleştirmiştir. Gelen turistlerin; yıllar itibariyle, toplanma bölgelerine göre dağılımı ise Tablo 7’de gösterildiği gibidir.

Tablo 7: 1996-2019 Yılları Arasında İstanbul'a Gelen Turistlerin Toplanma (Yatırım) Bölgelerine Göre Dağılımı

Yıllar / Yatırım Bölgeleri	1. Bölge: Tarihî Yarımada	2. Bölge: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli	3. Bölge: Sarıyer-Maslak-Levent	4. Bölge: Atatürk Havalimanı Bölgesi	5. Bölge: Anadolu Yakası	Toplam
1996	1.176.532	1.262.952	43.951	303.732	107.702	2.894.869
1997	1.563.735	1.496.670	56.644	569.948	200.428	3.887.425
1998	1.200.193	1.343.423	56.700	492.897	140.729	3.233.942
1999	815.288	1.096.243	59.339	411.922	117.303	2.500.095
2000	1.141.453	1.266.181	65.877	436.999	141.234	3.051.744
2001	1.170.123	1.215.232	54.856	416.104	125.477	2.981.792
2002	1.180.354	1.291.947	37.850	445.453	152.022	3.107.626
2003	1.189.811	1.229.957	51.745	404.040	131.291	3.006.844
2004	1.344.883	1.484.349	22.510	628.172	190.975	3.670.889
2005	1.587.867	2.098.742	21.049	757.987	273.238	4.738.883
2006	1.598.505	1.853.816	55.127	768.842	256.632	4.532.922
2007	1.745.279	2.083.049	56.204	657.862	277.679	4.820.073
2008	1.670.231	1.824.759	50.030	586.869	278.089	4.409.978
2009	1.573.760	1.773.560	20.880	594.505	293.607	4.256.312
2010	1.886.251	1.922.719	22.515	520.716	289.008	4.641.209
2011	2.107.231	2.031.082	24.075	970.714	455.443	5.588.545
2012	2.130.045	2.228.600	67.328	1.183.233	548.372	6.157.578
2013	2.095.566	2.174.552	60.448	1.317.085	667.318	6.314.969
2014	1.917.260	2.479.565	89.971	1.720.059	841.867	7.048.722
2015	1.946.975	2.975.338	85.365	1.716.304	1.245.389	7.969.371
2016	1.460.798	2.844.774	61.215	1.662.179	986.433	7.015.399
2017	1.913.695	2.686.864	98.135	1.967.048	1.158.183	7.823.925
2018	2.114.879	3.155.112	90.855	2.413.106	1.239.492	9.013.444
2019	2.354.110	3.675.887	187.407	2.685.451	1.394.315	10.297.170

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 7'ye göre; İstanbul'a gelen turistlerin en çok 1. Bölge olan Tarihî Yarımada bölgesi ile 2. Bölge olan Beyoğlu - Beşiktaş - Şişli bölgesinde konaklama yaptıkları görülmektedir. Daha sonrasında ise en çok 4. Bölge olan Atatürk Havalimanı bölgesini tercih etmiş oldukları anlaşılmaktadır. İstanbul'a gelen turistlerin konaklama tesisi türlerine göre dağılımları ise; Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8: 2001-2019 Yılları Arasında İstanbul'a Gelen Turistlerin Tesis Türlerine Göre Konaklama Dağılımları

YILLAR	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
TESİS CİNS VE SINIFI	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ	KONK. KİŞİ
OTEL																			
5 YILDIZ	926.180	971.645	917.196	1.072.313	1.554.152	1.367.591	1.591.303	1.358.894	1.309.573	1.562.711	1.933.033	2.148.994	2.421.711	2.898.471	3.753.546	3.356.193	3.695.166	4.247.073	4.928.666
4 YILDIZ	668.255	773.120	850.950	1.071.503	1.357.613	1.401.216	1.402.186	1.371.304	1.359.088	1.404.567	1.670.910	1.741.439	1.752.259	1.813.828	1.861.398	1.716.709	2.111.785	2.437.958	2.749.326
3 YILDIZ	663.005	721.118	622.764	702.421	939.578	819.874	1.009.511	934.373	853.099	872.214	902.119	1.092.365	1.019.311	1.067.946	1.003.829	853.347	898.402	1.051.789	1.127.484
2 YILDIZ	412.119	398.296	389.803	423.860	503.927	559.675	502.970	410.309	355.066	304.262	319.767	321.087	252.905	289.546	338.857	249.001	201.870	220.826	243.070
1 YILDIZ	55.048	93.439	122.156	156.425	136.279	110.570	63.762	53.483	73.692	58.729	98.633	89.865	89.231	96.727	76.341	64.281	32.988	36.187	39.521
YÜZER	56.823	17.758	16.405	8.332	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOPLAM	2.781.430	2.975.376	2.919.274	3.434.854	4.491.549	4.258.926	4.569.732	4.128.363	3.950.518	4.202.483	4.924.462	5.393.750	5.535.417	6.166.518	7.033.971	6.239.531	6.940.211	7.993.833	9.088.067
MOTEL	818	917	764	1.077	1.189	4.366	2.989	2.834	4.657	117	240	4.933	6.942	4.284	2.670	0	0	0	0
PANSİYON	35.114	2.593	2.288	2.553	2.836	2.428	4.674	3.656	320	80	1.648	3.149	3.280	4.544	5.831	2.925	1.781	5.111	12.057
TATİL KÖYÜ	32.326	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ÖBERJ	2.081	808	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
KAMPİNG	3.625	2.201	4.249	0	0	0	0	0	14.792	2.041	26.017	30.580	19.230	17.542	27.079	11.243	0	0	0
GOLF TESİSİ	18.701	65.106	15.942	145.172	97.699	88.538	3.533	2.833	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
HOSTEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6.276	6.470	11.271	11.330	11.163	69.496	9.103	11.895
TURİZM KOMPLEKSİ	35.162	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.530	87.048	115.786	109.230	145.487	161.637	215.627
ÖZEL TESİS	71.893	58.508	62.347	97.420	139.152	178.077	228.274	257.889	258.716	409.431	482.729	554.035	604.100	628.543	630.902	522.757	596.150	692.193	749.197
BUTİK OTEL	0	0	0	0	0	0	0	11.987	21.112	18.866	79.603	80.783	104.255	118.720	118.296	100.112	119.851	133.889	174.473
APART OTEL	642	2.117	1.980	977	6.458	1.127	3.004	2.416	1.896	7.241	5.883	5.437	8.190	10.252	12.987	11.761	13.949	17.678	45.854
TERMAL OTEL	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3.488	0	0	0	0	0	0	0
B TİPİ TATİL SİTESİ	0	0	0	0	0	0	0	0	4.301	950	67.963	75.147	23.555	0	10.519	6.677	0	0	0
GENEL TOPLAM	2.981.792	3.107.626	3.006.844	3.682.053	4.738.883	4.533.462	4.820.073	4.409.978	4.256.312	4.641.209	5.588.545	6.157.578	6.314.969	7.048.722	7.969.371	7.015.399	7.823.925	9.013.444	10.297.170

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerine göre yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 8'e göre; İstanbul'a gelen turistlerin konaklama tesisi türleri arasında en çok otel işletmelerini, oteller içinden de en çok 4 ve 5 yıldızlı otelleri tercih ettikleri görülmektedir. Diğer konaklama tesisleri açısından bakıldığında ise; en çok konaklamanın özel tesislerde gerçekleştiği anlaşılmaktadır.

İstanbul'a gelen turistlerin milliyetlerine göre dağılımları incelendiğinde; ulaşılabilen en verimli istatistiklerin son on yıllık veriler olduğu görülmüştür. 2000-2006 yılları arasındaki verilerin yer aldıkları tablolar hemen her bir kıtadan temel ülkeler alınıp geri kalanlarının genel bir toplam üzerinden verildiği görülürken, 2007-2009 yılları arasındaki veriler istatistik kurumu sistem güncelleme ve değişiklik periyoduna denk geldiğinden oluşturulamadığı bilgisine ulaşılmıştır. Bu nedenle; çalışmanın etkinliği açısından tüm ülkelerin açık istatistiklerinin yer aldığı 2010-2019 yılları arasındaki milliyet dağılımları dikkate alınmıştır. Buna göre; İstanbul'a gelen turistlerin milliyet dağılımları Tablo 9'da gösterildiği gibidir.

Tablo 9: İstanbul’a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları

Milliyetler / Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Toplam
Afganistan	7.634	10.694	25.144	15.128	17.381	27.001	42.958	38.487	45.958	49.000	279.385
Almanya	892.968	986.099	1.071.427	1.179.397	1.205.976	1.298.235	1.006.495	986.560	1.071.634	1.111.561	10.810.352
Amerika Birleşik Devletleri	361.008	444.894	485.086	503.019	533.442	562.377	319.273	270.887	370.112	459.909	4.310.007
Amerika Minor Adaları	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	2
Andorra	413	285	286	342	310	264	106	137	284	475	2.902
Angola	322	694	790	1.362	2.467	1.942	1.361	1.962	3.252	5.087	19.239
Anguilla	0	2	34	55	97	67	33	10	0	0	298
Antartika	0	4	1	3	7	6	2	0	0	0	23
Antigua ve Barbuda	26	16	15	16	41	27	156	389	457	601	1.744
Arjantin	14.900	17.594	19.928	34.464	37.011	72.663	57.894	44.303	67.406	70.497	436.660
Arnavutluk	26.692	20.782	20.973	27.593	36.168	35.351	34.566	38.870	45.581	55.372	341.948
Aruba	0	0	0	3	1	2	0	0	0	0	6
Asensyon	0	0	0	3	0	1	0	2	0	0	6
Avustralya	82.853	95.160	106.402	121.170	128.179	143.547	58.450	53.495	69.457	86.101	944.814
Avusturya	115.557	134.748	146.676	162.874	167.036	174.239	136.773	138.493	154.037	210.733	1.541.166
Azerbaycan	138.600	154.179	200.067	228.630	240.433	229.375	188.199	216.162	249.063	244.201	2.088.909
Bahama	58	77	65	139	220	173	73	54	90	114	1.063
Bahreyn	6.740	8.865	12.765	15.627	23.840	31.661	40.700	58.533	62.858	57.845	319.434
Bangladeş	1.894	4.426	6.154	9.583	12.361	11.628	8.518	10.772	16.823	18.654	100.813
Barbados	88	85	99	78	94	117	72	74	61	83	851
Belçika	105.392	111.170	119.835	131.463	140.990	141.573	119.052	122.193	130.545	139.614	1.261.827
Belize	50	46	44	76	85	167	187	219	237	257	1.368
Benin	131	261	295	516	666	776	741	831	961	1.278	6.456
Bermuda	0	1	0	15	2	0	0	0	0	0	18
Beyaz Rusya	23.179	23.153	26.291	30.941	30.493	27.671	25.204	29.155	34.274	35.319	285.680
Bhutan	26	38	36	28	26	51	46	33	20	67	371
Birleşik Arap Emirlikleri	28.522	34.796	47.101	52.612	52.812	50.158	37.361	45.371	35.448	38.930	423.111
Birleşmiş Milletler Örgütü	1.976	2.342	2.385	2.437	2.676	4.455	4.250	4.287	5.465	9.331	39.604
Birlik	0	0	0	1	5	2	0	0	0	55	63
Bolivia	561	672	847	763	1.044	1.198	944	1.120	1.537	2.153	10.839
Bosna Hersek	20.576	21.059	24.380	33.807	39.545	37.454	30.179	37.371	48.556	54.370	347.297
Botswana	61	58	177	148	157	170	133	160	243	377	1.684
Brezilya	49.492	63.319	70.468	86.744	73.024	66.250	32.765	43.104	67.938	86.652	639.756
Brunei	301	266	533	612	848	884	594	514	617	1.014	6.183
Bulgaristan	49.831	59.680	64.870	71.071	75.951	80.002	73.785	74.945	85.988	111.152	747.275
Burkina Faso	402	489	606	1.538	2.098	2.343	1.652	1.987	2.276	2.384	15.775
Burma	4	1	3	4	1	2	3	4	0	0	22
Burundi	81	107	166	236	255	242	270	248	353	371	2.329
Cook Adaları	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	5
Cape Verde	34	32	59	56	104	96	61	55	83	114	694
Cebeli Tarık	1	0	2	11	53	17	0	0	0	0	84

Tablo 9: İstanbul'a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları (devam)

Milliyetler / Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Toplam
Cezayir	63.847	80.239	100.307	114.013	155.238	166.823	171.504	205.915	274.828	275.404	1.608.118
Christmas Adaları	0	0	0	1	7	1	0	0	0	0	9
Cibuti	100	180	274	638	916	1.126	1.399	1.577	2.555	4.553	13.318
Cote D'Ivoire	867	1.193	1.775	2.294	2.684	2.719	2.683	2.778	3.491	4.406	24.890
Çad	98	146	146	399	954	899	963	1.045	1.123	1.458	7.231
Çek Cumhuriyeti	25.403	29.853	32.292	33.055	36.961	41.087	27.976	26.181	32.288	35.337	320.433
Çin	71.291	89.754	105.340	129.067	182.996	283.897	154.999	221.870	351.808	378.172	1.969.194
Danimarka	53.547	63.352	81.273	91.823	101.440	105.190	79.261	82.650	90.131	105.445	854.112
Doğu Timor	3	9	8	0	32	9	28	16	13	21	139
Dominika	245	236	110	168	226	342	640	1.838	3.140	4.184	11.129
Dominik Cumhuriyeti	1.339	2.546	1.541	1.345	1.204	1.785	1.174	1.180	1.687	2.905	16.706
Ekvador	1.921	2.560	2.841	3.123	3.679	5.091	3.377	4.726	7.535	8.151	43.004
Ekvator Ginesi	8	52	41	56	71	93	131	78	163	205	898
El Salvador	334	443	459	510	538	616	475	510	852	1.178	5.915
Endonezya	21.085	31.707	45.605	47.493	50.200	45.303	40.633	77.908	109.405	106.825	576.164
Eritre	535	347	497	524	1.187	1.524	1.403	2.952	6.426	9.824	25.219
Ermenistan	17.453	17.191	15.459	14.537	16.036	15.391	15.338	16.959	15.530	16.067	159.961
Estonya	5.209	5.013	6.102	9.207	10.869	16.454	13.549	13.186	14.317	15.379	109.285
Etiyopya	1.331	1.792	2.670	3.266	4.234	4.830	5.130	5.794	8.228	10.693	47.968
Falkland Adaları	0	0	0	4	0	0	0	7	0	0	11
Faroe Adaları	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	3
Fas	51.473	60.391	70.453	75.303	81.827	100.769	79.755	104.511	163.846	215.864	1.004.192
Fiji	25	26	123	66	93	94	72	60	108	88	755
Fildişi Sahili	6	3	1	8	93	110	58	26	0	0	305
Filipinler	20.227	21.528	26.290	28.064	33.694	40.367	32.483	35.567	45.566	59.527	343.313
Filistin	3.732	4.401	5.362	6.679	9.757	13.368	15.455	25.349	46.542	59.133	189.778
Finlandiya	38.501	36.905	42.765	48.418	45.680	47.892	31.722	28.538	32.786	28.778	381.985
Fransa	342.298	399.620	436.686	478.258	494.315	464.262	362.947	370.517	448.872	508.669	4.306.444
Gabon	144	169	418	1.881	1.633	2.163	1.558	1.557	2.215	2.816	14.554
Gambiya	169	313	359	492	551	510	670	750	1.108	2.274	7.196
Gana	667	1.700	3.472	5.083	3.925	3.581	3.213	4.231	5.492	5.848	37.212
Gilbert Adaları	1	1	3	1	0	1	0	0	0	0	7
Gine	678	611	573	628	676	782	1.002	1.256	1.401	1.887	9.494
Gine-Bissau	65	111	132	158	152	160	154	212	174	221	1.539
Greenland	1	2	3	7	5	1	0	1	0	0	20
Grenada	28	36	47	34	52	78	92	263	464	579	1.673
Guadalupe	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Guam	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Guatemala	601	791	793	1.670	1.145	1.291	813	893	1.554	2.421	11.972
Guyana	22	31	80	35	38	40	26	48	29	49	398
Güney Afrika	20.815	25.665	31.799	37.806	34.332	38.841	24.907	30.367	44.714	53.827	343.073
Güney Kore	101.334	129.222	140.519	166.363	225.593	202.425	97.411	109.113	144.218	193.205	1.509.403
Güney Sudan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	347	347
Gürcistan	33.585	45.760	46.258	60.582	70.928	65.338	57.665	64.454	61.286	60.067	565.923
Haiti	135	182	174	162	188	281	212	212	396	607	2.549
Haymatlos*	11.980	15.603	20.482	22.201	30.875	39.659	28.611	40.536	56.308	69.323	335.578
Heard ve McDonald Adaları	0	0	0	1	2	4	2	11	0	0	20
Hırvatistan	18.622	21.558	27.806	29.157	25.922	24.288	13.757	15.758	28.694	34.254	239.816
Hindistan	55.768	59.584	74.526	80.119	102.372	112.842	64.543	71.821	122.114	183.501	927.190
Hollanda	209.198	233.066	260.284	284.748	298.959	302.283	260.931	253.805	276.300	294.451	2.674.025
Hollanda Antilleri	13	6	12	5	7	0	1	0	0	0	44
Honduras	387	508	500	684	854	689	498	606	919	1.030	6.675
Hong Kong	4.615	7.919	10.047	9.904	16.285	15.787	5.161	6.522	18.240	28.960	123.440
Irak	94.082	154.728	212.924	241.262	354.063	492.318	280.092	517.653	609.589	677.144	3.633.855
İngiltere	359.634	391.845	441.870	456.172	497.561	527.334	371.526	380.943	455.608	489.796	4.372.289
İran	272.927	361.558	395.122	386.339	590.920	755.707	648.176	900.810	934.860	923.138	6.169.557
İrlanda	25.777	24.053	25.939	32.397	37.275	37.673	25.991	25.030	32.675	34.720	301.530
İspanya	200.678	198.150	194.668	201.065	235.834	187.842	83.152	89.051	150.017	157.128	1.697.585
İsrail	46.652	43.748	50.705	76.298	86.917	104.646	107.358	151.212	221.186	307.727	1.196.449
İsviçre	89.602	112.616	148.326	165.539	182.002	184.025	129.632	150.204	171.600	170.553	1.504.099
İsviçre	101.092	121.817	143.631	158.296	159.066	156.793	105.503	106.759	123.671	135.443	1.312.071
İtalya	403.579	407.183	428.927	437.552	466.030	351.338	168.083	163.034	224.151	284.419	3.334.296
İzlanda	1.494	1.560	1.539	16.766	1.780	1.884	1.246	1.321	1.146	1.232	29.968
Jamaika	189	255	375	415	446	567	430	418	634	808	4.537
Japonya	175.412	166.181	184.161	154.723	153.084	90.081	38.307	42.406	72.399	91.317	1.168.071
Kamboçya	83	104	123	111	154	166	161	160	297	417	1.776
Kamerun	1.161	1.384	2.206	5.539	5.289	5.963	5.352	5.701	7.796	8.331	48.722
Kanada	80.208	100.858	106.063	110.264	122.958	124.063	72.047	67.715	89.498	110.581	984.255
Kanton ve Edenbury Adaları	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Karadağ	4.033	6.217	8.191	14.820	12.235	11.774	9.576	10.714	12.513	13.359	103.432

*Haymatlos: Vatansız, herhangi bir vatanla bağı olmayan anlamına gelmektedir (TDK,2019).

Tablo 9: İstanbul'a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları (devam)

Milliyetler / Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Toplam
Katar	5.350	6.963	12.923	17.743	28.499	33.971	31.007	47.642	88.791	97.730	370.619
Kayman Adaları	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3
Kazakistan	92.015	116.642	144.213	152.379	159.936	142.792	105.559	150.457	166.762	200.031	1.430.786
Kenya	4.095	4.235	5.189	5.860	6.537	7.074	5.547	4.767	6.849	7.367	57.520
Kıbrıs Rum Kesimi	8.122	8.426	7.326	7.324	7.586	7.335	5.450	5.188	5.775	7.413	69.945
Kırgızistan	28.923	32.897	34.264	56.667	72.828	80.254	82.559	94.140	96.821	100.774	680.127
Kiribati	4	10	5	22	12	5	11	3	5	13	90
KKTC	91.617	101.198	102.348	101.267	108.216	110.041	95.829	101.203	112.409	119.147	1.043.275
Kolombiya	4.516	5.750	8.723	15.873	18.445	20.319	15.102	24.479	46.812	59.473	219.492
Komor	433	922	767	966	1.185	1.182	966	1.102	1.186	1.657	10.366
Kongo	2.235	3.795	2.199	746	585	760	665	646	814	985	13.430
Kongo Demokratik Cumhuriyeti	0	0	1.220	4.699	5.901	5.832	5.087	6.027	7.423	10.121	46.310
Kosova	18.741	24.765	33.571	40.559	45.925	46.092	47.702	54.421	67.493	70.700	499.969
Kosta Rika	870	1.295	1.545	1.649	1.895	2.663	1.469	1.617	3.386	7.635	24.024
Kuveyt	24.447	39.526	64.301	85.445	129.932	163.620	170.839	241.930	280.916	337.679	1.538.635
Kuzey Kore	111	36	95	32	35	52	16	11	9	20	417
Kuzey Marian Adaları	0	0	0	0	0	3	5	3	0	0	11
Küba	471	517	557	823	979	1.056	1.080	1.931	2.071	2.546	12.031
Laos Demokratik Cumhuriyeti	19	86	66	55	79	83	40	28	47	79	582
Letonya	11.527	11.594	13.969	17.521	16.961	18.153	12.776	13.759	15.700	17.070	149.030
Lesoto	20	99	35	45	52	72	63	50	110	127	673
Liberya	79	129	145	429	490	433	218	188	202	179	2.492
Libya	56.843	50.888	210.628	261.476	265.115	230.123	70.666	98.497	186.542	254.467	1.685.245
Liechtenstein	460	625	737	896	798	893	591	715	792	1.101	7.608
Litvanya	9.955	10.882	12.303	15.322	17.868	23.579	19.815	20.777	27.239	28.590	186.330
Lübnan	69.585	96.570	107.053	105.342	119.817	133.185	134.167	165.800	236.892	255.763	1.424.174
Lüksemburg	2.339	2.690	2.651	4.498	4.838	3.846	1.899	1.838	2.400	3.231	30.230
Macao	82	160	138	168	566	628	129	181	621	1.194	3.867
Macaristan	24.046	29.242	26.304	33.487	50.313	50.947	26.957	26.901	37.968	33.003	339.168
Madagaskar	0	0	4	198	9	1	2	0	0	0	214
Makedonya	13.864	14.437	19.108	23.052	26.462	27.264	23.026	24.673	28.979	29.270	230.135
Malagazi C.	95	204	129	234	197	294	312	325	344	328	2.462
Malavi	272	195	286	266	205	387	202	260	212	275	2.560
Maldiv Adaları	116	117	193	388	511	582	383	707	898	1.115	5.010
Malezya	29.263	31.940	37.192	51.670	66.395	66.216	46.233	56.542	82.325	92.372	560.148
Mali	551	820	844	1.407	1.423	2.030	2.127	2.243	2.851	3.315	17.611
Malta	2.220	2.619	3.332	4.223	5.752	6.452	4.263	4.271	6.373	8.214	47.719
Mauritius	725	835	890	1.215	1.362	1.478	1.339	2.577	4.987	4.618	20.026
Marshall Adaları	0	4	1	5	4	2	11	1	1	0	29
Meksika	12.937	16.588	19.003	21.748	28.765	31.853	12.402	15.345	29.217	50.667	238.525
Mısır	57.584	74.361	106.642	102.483	104.287	94.483	92.048	97.265	137.959	163.358	1.030.470
Mikronesia	1	1	1	3	5	1	11	4	0	1	28
Moğolistan	4.240	4.854	7.682	9.741	10.096	10.470	10.353	12.356	14.756	15.400	99.948
Moldova Cumhuriyeti	39.544	40.605	43.660	45.591	43.082	41.396	37.360	38.681	40.105	36.880	406.904
Monaco	161	175	183	173	175	151	66	62	103	184	1.433
Montserrat	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Moritanya	564	741	1.233	1.456	1.646	1.610	1.727	1.787	2.618	3.316	16.698
Mozambik	148	272	370	472	497	632	581	449	673	798	4.892
Myanmar	235	236	358	483	470	597	369	347	722	785	4.602
Namıbya	84	133	152	178	194	294	246	212	0	361	1.854
Nauru	0	0	4	5	5	1	10	0	0	2	27
Nepal	477	692	857	854	1.423	3.318	3.187	5.588	7.370	8.877	32.643
Nijer	139	296	459	1.323	1.306	1.248	1.350	1.368	1.526	2.102	11.117
Nijerya	8.472	13.731	19.113	21.878	27.076	26.618	24.502	24.723	27.568	37.915	231.596
Nikaragua	123	180	318	268	575	406	302	326	429	537	3.464
Niune	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Norfolk Adaları	0	0	0	0	0	3	0	1	0	0	4
Norveç	37.773	41.625	51.089	55.315	56.275	59.920	35.984	48.869	56.537	46.769	490.156
Orta Afrika Cumhuriyeti	58	131	132	166	156	129	170	151	213	189	1.495
Özbekistan	58.600	74.463	95.262	116.892	127.536	127.023	124.040	177.604	226.169	230.731	1.358.320
Pakistan	19.838	22.928	25.509	32.022	45.803	56.169	47.995	72.664	107.649	121.878	552.455
Palau	2	3	6	10	3	2	9	3	23	0	61
Panama	374	715	772	975	1.256	1.365	1.125	1.903	3.640	3.918	16.043
Papua Yeni Gine	33	20	28	40	123	49	20	18	20	20	371
Paraguay	314	417	554	730	632	994	755	562	905	1.121	6.984
Peru	1.197	1.593	1.918	2.947	4.162	5.650	3.546	4.245	7.463	7.175	39.896
Polonya	39.724	43.737	48.035	52.872	57.175	54.912	37.307	36.912	47.590	60.898	479.162
Portekiz	25.035	26.412	30.346	30.944	37.490	39.188	19.510	19.216	30.126	39.529	297.796
Porto Rico	19	0	0	6	6	3	1	1	0	0	36

Tablo 9: İstanbul'a Gelen Turistlerin Milliyetlerine Göre Dağılımları (devam)

Milliyetler / Yıllar	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Toplam
Reunion	0	0	0	2	5	3	1	0	0	0	11
Romanya	53.307	67.151	91.221	100.420	110.623	110.293	83.928	91.830	127.219	139.228	975.220
Rusya	407.431	489.766	537.784	573.528	589.950	489.014	297.723	494.084	618.511	721.719	5.219.510
Rwanda	59	179	353	468	564	593	573	619	633	775	4.816
Samoa	4	21	5	5	8	11	16	7	5	5	87
San Marino	189	237	188	838	209	190	133	80	128	152	2.344
Sao Tome ve Principe	11	16	27	16	20	34	23	33	8	12	200
Senegal	4.640	5.447	5.506	4.705	4.959	5.324	5.593	6.038	7.314	7.781	57.307
Seychelles	36	48	87	109	159	168	122	198	368	466	1.761
Srbistan	20.092	26.782	33.463	44.898	51.550	47.397	34.804	40.576	49.542	54.343	403.447
Sierra Leone	304	190	239	229	268	314	319	365	490	597	3.315
Singapur	17.120	19.034	20.381	19.401	25.314	22.227	12.484	14.932	24.934	33.166	208.993
Slovakya	9.125	11.754	14.936	15.312	19.670	20.641	13.944	14.930	18.445	18.728	157.485
Slovenya	14.137	13.226	16.435	18.109	20.758	21.381	12.219	17.348	25.186	28.619	187.418
Solomon Adaları	7	21	5	5	6	6	15	3	5	3	76
Somali	765	1.266	2.290	3.162	3.629	4.332	3.333	4.893	10.786	19.373	53.829
Somaliland	0	0	0	0	0	0	0	0	0	81	81
Sri Lanka	1.082	1.304	1.438	2.150	2.577	2.979	1.999	2.493	3.495	4.997	24.514
St. Helena	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
St. Kits ve Nevis	41	84	212	439	618	1.216	1.805	2.294	3.092	3.704	13.505
St. Lucia	20	33	60	59	95	107	28	28	98	150	678
St. Pierre ve Miquelon	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
St. Vincent ve The Grenadines	26	34	38	46	48	52	29	16	26	33	348
Sudan	6.133	7.130	7.907	9.071	10.270	10.868	10.071	11.556	15.014	17.300	105.320
Surinam	36	50	62	95	160	136	94	93	174		900
Suriye	48.457	47.314	66.669	172.449	228.379	343.840	92.995	99.958	137.408	181.721	1.419.190
Suudi Arabistan	63.518	109.131	168.714	223.150	322.508	412.251	476.561	557.834	628.577	444.891	3.407.135
Svalbard ve Jan Mayen Adaları	0	0	0	1	0	1	1	3	0	0	6
Swaziland	31	39	66	98	79	231	82	114	92	129	961
Şili	5.075	7.214	7.999	9.059	12.417	18.035	7.054	7.422	12.937	15.696	102.908
Tacikistan	15.975	15.207	20.792	24.657	31.280	28.839	23.162	27.401	36.972	42.561	266.846
Tanzanya	1.715	2.135	2.399	3.400	3.324	3.219	2.241	2.440	3.072	3.497	27.442
Tayland	7.861	9.057	10.456	18.412	23.541	19.173	10.122	26.794	46.001	56.731	228.148
Tayvan	16.190	17.325	19.089	28.334	35.610	37.144	44.301	59.295	95.253	104.375	456.916
Togo	110	226	282	487	382	402	354	450	934	812	4.439
Tokelau	7	5	0	2	1	0	0	1	0	0	16
Tonga	12	6	12	10	20	16	17	5	0	5	103
Trinidad ve Tobago	403	529	658	536	671	698	437	338	466	595	5.331
Tunus	50.254	56.692	83.264	89.315	98.227	99.109	96.818	107.776	136.984	167.077	985.516
Turks ve Caicos Adaları	0	0	0	12	11	0	3	8	0	0	34
Tuvalu	0	15	4	14	22	18	57	88	140	283	641
Türkmenistan	112.411	133.299	131.247	144.065	174.233	162.569	155.449	217.504	238.154	279.431	1.748.362
Uganda	694	1.398	1.849	2.858	2.730	2.820	2.967	3.176	3.482	5.525	27.499
Ukrayna	136.502	155.619	199.245	246.950	257.560	270.428	289.092	304.275	323.454	331.776	2.514.901
Umman	4.563	5.639	7.541	8.795	13.822	17.742	13.139	23.525	49.909	73.909	218.584
Uruguay	2.202	2.258	2.623	3.788	4.383	5.183	2.130	2.160	3.885	6.034	34.646
Ürdün	56.001	64.314	75.231	79.721	105.841	116.681	139.979	189.633	281.927	325.511	1.434.839
Vanuatu	3	11	4	37	8	7	21	31	38	70	230
Vatikan	8	10	21	22	29	15	37	15	25	26	208
Venezuela	3.882	5.173	5.838	6.670	5.141	4.746	3.802	6.148	8.233	19.027	68.660
Vietnam	1.572	2.587	1.789	2.673	3.600	3.827	2.148	3.640	8.095	10.415	40.346
Virgin Adaları	1	0	2	2	3	0	1	0	0	0	9
Wake Adası	0	0	0	6	19	13	8	5	0	0	51
Wallis ve Futuna Adaları	0	0	0	1	3	1	0	3	0	0	8
Yemen	5.548	7.521	11.417	14.851	25.407	23.354	23.861	27.388	37.407	39.373	216.127
Yeni Kaledonya	0	0	0	0	5	1	1	0	0	0	7
Yeni Zelanda	15.046	16.346	17.764	17.058	20.677	24.307	9.335	8.126	11.812	15.072	155.543
Yugoslavya	4.159	1.719	316	29	56	2.767	36	48	0	0	9.130
Yunanistan	95.360	106.007	108.315	109.120	130.972	123.946	83.108	75.602	87.785	88.559	1.008.774
Zaire	7	7	32	0	0	0	0	0	0	0	46
Zambiya	235	309	440	578	666	772	586	713	845	1.323	6.467
Zimbabve	215	280	428	882	1.018	1.421	1.561	1.627	2.100	2.243	11.775
BİLİNMEYEN	26	13	8	3	0	3	2	1	135	34	225
TARAFSIZ BÖLGE	0	0	0	3	2	0	1	0	0	0	6

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı İstatistiklerinden yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 9'daki veriler incelendiğinde, İstanbul'a son on yıldır en çok turist gönderen ülkelerin en başında Almanya'nın geldiği görülmektedir. İkinci sırada ise 2013 yılsonuna kadar Rusya gelirken, 2014 yılından itibaren İran en çok turist gönderen ikinci ülke haline gelmiştir. Bununla birlikte son on yılda, İstanbul'a turist gönderen ilk 15 ülke arasında Almanya, Rusya, İtalya, Amerika Birleşik Devletleri, Fransa, İran ve Hollanda her yıl yer almaktadır. Tablonun geneline bakılacak olduğunda ise; son 10 yıldır İstanbul'a en çok turist gönderen ülkelerin en başında 3.972.038 kişi ile Avrupa Birliği ülkelerinin, ikinci sırada ise yaklaşık 2.500.000 kişi ile Ortadoğu ülkelerinin geldiğini de söylemek mümkün olmaktadır.

İstanbul'a gelen turist talebi genel olarak değerlendirildiğinde; yıllar içerisinde değişken bir eğilim sergilediği görülmektedir. Özellikle 2015-2016 yıllarında yaşanan uluslararası siyasi sorunlar ve terör saldırıları gibi durumlar, İstanbul'a gelen turistlerin genel toplamını etkilemese de milliyet dağılımları açısından neredeyse genel turist konjonktürünü değiştirmesi nedeniyle oldukça önem taşımaktadır. Bu süreçte; özellikle Rusya ile yaşanan uçak krizi ve beraberinde gelen sorunlar, Rusya'dan gelen misafirlerin neredeyse yarı yarıya düşmesine sebep olmuş; Rusya başta olmak üzere, birçok Avrupa Birliği ülkesinden ve Amerika Birleşik Devletleri'nden çok ciddi turist kayıpları yaşanmıştır. Avrupa ve ABD pazarının kaybıyla ortaya çıkan turist boşluğu, Ortadoğu bölgesinden ve Afrika ülkelerinden gelen turistlerle dolmuş, İstanbul'un genel turist profili değişen bir yapı sergilemiştir.

Gelen turistlerin profili konaklama amacına göre incelendiğinde ise; en büyük payın gezi, eğlence ve kültürel faaliyetler amacına ait olduğu görülmektedir. Konu ile ilgili olarak yapılan araştırmada, turistlerin geliş amacına göre dağılımlarının sadece Türkiye geneline göre hazırlanmış olduğu görülmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu raporlarından elde edilen veriye göre 2003-2019 yılları arasında Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçları ve yüzdelik dağılımları Tablo 10'da gösterildiği gibidir.

Tablo 10: 2003-2019 Yılları Arasında Türkiye'ye Geliş Amacına Göre Turistler

Yıllar / Geliş Amacı	Toplam Gelen Sayısı	Gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler	Akraba ve arkadaş ziyareti	Eğitim, staj (1 yıldan az)	Sağlık ve tıbbi nedenler (1 yıldan az)	Dini/hac	Alışveriş	Transit	İş amaçlı (konferans, toplantı, görev vb.)	Diğer	Berberinde giden
2003	16.302.048	51,81%	12,89%	0,48%	0,86%	0,40%	6,12%	1,51%	9,84%	3,09%	13,00%
2004	20.262.645	49,73%	12,19%	0,71%	0,85%	0,32%	5,28%	0,83%	9,52%	3,43%	17,14%
2005	24.124.504	49,84%	13,60%	0,41%	0,91%	0,47%	4,61%	1,68%	8,58%	3,14%	16,76%
2006	23.148.670	44,62%	16,57%	0,46%	0,84%	0,54%	5,04%	1,39%	10,64%	4,15%	15,75%
2007	27.214.986	47,78%	15,87%	0,55%	0,73%	0,53%	4,14%	0,14%	8,63%	4,77%	16,86%
2008	30.979.974	48,52%	15,70%	0,51%	0,73%	0,32%	3,47%	0,75%	7,64%	3,87%	18,49%
2009	31.972.377	51,32%	16,83%	0,68%	0,63%	0,40%	3,68%	1,99%	4,93%	3,40%	16,14%
2010	33.027.941	52,83%	15,73%	0,54%	0,49%	0,35%	3,22%	2,33%	5,22%	3,42%	15,87%
2011	36.151.327	51,46%	16,76%	0,67%	0,52%	0,30%	3,05%	2,20%	5,90%	3,23%	15,92%
2012	36.463.921	55,76%	14,91%	0,61%	0,59%	0,18%	2,41%	0,11%	5,92%	2,62%	16,89%
2013	39.226.226	55,27%	14,68%	0,49%	0,68%	0,15%	2,43%	0,09%	5,95%	2,94%	17,32%
2014	41.415.070	57,72%	14,44%	0,43%	1,00%	0,20%	2,56%	0,09%	5,59%	2,56%	15,41%
2015	41.617.530	58,19%	15,39%	0,35%	0,87%	0,18%	2,76%	0,10%	5,32%	2,98%	13,87%
2016	31.365.330	48,74%	22,42%	0,32%	1,20%	0,15%	3,95%	0,09%	5,77%	3,93%	13,43%
2017	38.620.346	50,21%	21,85%	0,27%	1,12%	0,07%	3,90%	0,05%	4,61%	3,46%	14,46%
2018	45.628.673	55,57%	17,64%	0,25%	1,21%	0,06%	3,14%	0,12%	4,17%	2,67%	15,16%
2019	51.860.042	57,78%	16,80%	0,26%	1,28%	0,16%	3,15%	0,18%	3,57%	2,07%	14,75%

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu, Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketi.

Tablo 10 incelendiğinde; Türkiye'ye geliş amaçları arasında birinci sırada yer alan gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetlere katılım amacının akraba ve arkadaş ziyaretleri ile iş amaçlı seyahatler tarafından takip edildiği görülmektedir. Bunun dışında, özellikle son beş yılda, sağlık amacıyla yapılan seyahatlerde de bir artış gerçekleştiği göze çarpmaktadır. Her ne kadar TÜİK sistemi üzerinde İstanbul odaklı bir veri tabanına erişmek mümkün olmasa da; literatürde yer alan ve İstanbul Kültür ve Turizm Müdürlüğü tarafından yapılan çalışmalar da dikkate alındığında İstanbul'a gelen turistlerin geliş amaçları hakkında bilgi sahibi olmak mümkündür.

Gülbahar tarafından 2009 yılında yapılan bir çalışmaya göre; ülkemizi genel olarak deniz turizmi, golf turizmi ve yat turizmi amacıyla ziyaret eden İngilizler, %15 oranında ve kültür turizmi amacıyla İstanbul'u tercih etmektedirler. Hollandalılar da aynı şekilde, deniz turizmi başta olmak üzere İstanbul'a kültür turizmi için gelirken; İran başta olmak üzere Arap ülkelerinden gelen turistler ise, inanç ve alışveriş turizmi amacıyla İstanbul'a ve ülkemize gelmektedirler. Fransa, Ukrayna, Belçika ve Japonya'dan gelen turistler ise daha çok kültür turizmi, şehir turizmi, deniz turizmi ve kırsal turizm amaçlarıyla İstanbul'u tercih etmektedirler. İtalya ve İspanya'dan da deniz turizmi dışında kültür amacıyla gelen turistler de İstanbul başta olmak üzere özellikle Ege bölgesini de yoğun olarak ziyaret etmektedirler (Gülbahar, 2009). Aynı şekilde; Bilgiçli ve Çolaksel'in (2019) yapmış oldukları bir başka çalışmada da,

İstanbul'a gelen Orta Doğulu turistlerin geliş amaçlarının din, kültürel ve tarihi değerler ile alışveriş ve moda olarak sıralandığı görülmektedir.

İstanbul Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün 2016 yılında yaptıkları İstanbul Turizmi Turist Profili ve Davranışları Araştırmasında ise, 1067 turist üzerinde bir çalışma yapılmıştır. Buna göre; İstanbul'a gelen turistlerin %65,8'inin eğlence ve tatil amacıyla seyahat ettikleri, %13,6'sının ise kongre, toplantı ve iş amacıyla seyahat ettikleri görülmektedir. Turistlerin %10,4'ü arkadaş ve akraba ziyaretleri, %3,7'si alışveriş, %2,1'i sağlık, %1,7'si eğitim ve %2,8'i ise diğer amaçlarla İstanbul'a gelmektedir. Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV), İstanbul Kongre ve Ziyaretçi Bürosu (ICVB) ve Fatih Belediyesi tarafından 5096 yabancı ziyaretçi üzerinden gerçekleştirilen bir başka çalışmada ise; İstanbul'a gelen turistlerin yaklaşık %60'ının kültürel ve tarihi değerleri görmek için şehre geldikleri belirtilmektedir. Bu turistlerin ise yaklaşık %54'ü tarihi yarımada başta olmak üzere en çok Sultanahmet Camii ve %46'lık bir oranla da Ayasofya'yı ziyaret etmek amacıyla İstanbul'a geldikleri vurgulanmaktadır (Kılıçlı, 2019).

Ülkemize ve İstanbul'a gelen turistlerin genel turizm harcamalarına bakıldığında ise; turizmden elde edilen gelirin yaklaşık %73'ünün kişisel harcamalardan elde edildiği görülmektedir. Kişisel harcamalar arasında ise; turistler en çok yeme-içme ve konaklamaya para harcamaktadırlar. Bu harcamaları ise, ulaşırma ve alışveriş harcamaları takip etmektedir (TÜİK, 2019). “Hedef Şehirler Endeksi Raporuna” göre; 2017 yılsonu itibariyle İstanbul'da yapılan toplam turizm harcamaları 6,75 milyar dolara çıkmakta ama yine de Dünya sıralaması göz önüne alındığında günlük 108 dolar ile ilk yirmi şehir arasında en az harcama yapılan şehirlerden biri olduğu da vurgulanmaktadır (Mastercard, 2018). TUGEV, ICVB ve Fatih Belediyesi'nin araştırmasına göre ise; İstanbul'a gelen ziyaretçilerin toplam konaklama süreleri boyunca ortalama 540 dolar harcama yaptıkları, yaklaşık %74'ünün ise 465 dolar ve daha altında harcama yaptıkları belirtilmektedir (Kılıçlı, 2019).

2.3. İstanbul'un Turizm Yatırımları Açısından Durumu

Bir bölgenin turistik arzı ve talebi arasında karşılıklı bir ilişki söz konusu olup, bu ilişki aynı zamanda turistik yatırımları da büyük ölçüde etkilemektedir. Klasik iktisat anlayışı dönemlerinde Jean Baptist Say tarafından ortaya konan “*her arz kendi talebini yaratır*” söylemi gibi, turizm arzı ile talebi arasında da benzer bir durum söz konusudur. Öyle ki; bir destinasyonun sahip olduğu doğal çekicilikler, tarihi ve kültürel unsurlar kadar bir bölgedeki altyapı imkânları, turizm işletmelerinin kapasiteleri ve hizmet kaliteleri de o bölgeye turist gelmesini sağlamaktadır. Bununla beraber söz konusu bölgeye gelen turist sayısının artması, bölgenin arz kaynakları açısından gelişmesine aracı olmaktadır. Bu durum da; turizme yönelik yatırımların artırılması konusunu gündeme getirmektedir.

Bir destinasyonda gerçekleştirilen yatırımlar, her zaman yeni tesis yatırımı şeklinde olmayabilmektedir. Özellikle ekonomi ve küreselleşmenin de artmasıyla gittikçe gelişen sektörel rekabet çerçevesinde, teknoloji ve turistlerin beğenileri de giderek değişip gelişmektedir. Turizm işletmeleri de müşteri kaybetmemek için bu değişime ayak uyduracak şekilde kendilerini yenilemektedirler. Bu noktada da, renovasyon yatırımları söz konusu olmaktadır. Tüm bu yeni tesis ve renovasyon yatırımları, destinasyonların markalaşma sürecinde imaj geliştirme açısından da önemli rol oynamakta ve her geçen yıl artan yatak kapasitesi sayesinde sürdürülebilir destinasyon kalkınmasına ve rekabet gücüne de katkı sağlamaktadır.

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de gerek kamu gerekse özel sektör tarafından gerçekleştirilen turizm yatırımlarının payı giderek artmaktadır. Öyle ki; kamu sektörü tarafından gerçekleştirilen yatırımların payı 2015 yılı itibarıyla %0,8 ve özel sektör tarafından gerçekleştirilen yatırımların payı ise %8,2 oranında gerçekleşmiştir (Dinç, 2017). Yerli ve yabancı yatırımlar, ülke bazında bu oranla da sınırlı kalmamış, uluslararası danışmanlık firması olan EY (Ernst&Young Global Limited) firmasının 2018 yılında hazırlamış olduğu “Turizm Sektörü Değerlendirme Raporuna” göre; konaklama, ulaşım, yiyecek-içecek ve eğlence tesislerine yönelik toplam yatırımların oranının 2018 yılsonu itibarıyla %9,2 seviyesine çıktığı ortaya konmuştur.

TÜROB tarafından yayınlanan “2018 Yatırım Teşvik Raporu’nda” da Türkiye’de 2018 Aralık ayında yeni yatırım için 14 otele, renovasyon yatırımı için de 8 otele yatırım teşvik belgesi verildiği vurgulanmaktadır. 2018 yılsonu itibariyle bakıldığında ise; ülke genelinde toplam 270 yeni yatırım belgesi verildiği ve bu yatırım belgelerinin 167 tanesi komple yeni yatırımlar için hazırlandığı görülmektedir. Yaklaşık 5,019 milyon TL’yi bulan söz konusu bu yatırımlarla, aynı zamanda, ülke genelinde 11.177 kişilik de yeni istihdam yaratılmıştır (TUROB, 2019; TTYD, 2019a).

İstanbul da sahip olduğu doğal ve tarihi çekicilikler, altyapı imkânları, turizm işletmeleri sayesinde büyük sayıda turistin yöneldiği şehirlerden biridir. Özellikle son yıllarda iş ve kongre amaçlı turizm faaliyetlerinin de giderek artmasıyla, bu alanlarda da önemli bir potansiyele sahip olan İstanbul’da konaklama ihtiyacı da giderek artmaktadır. Bu konaklama ihtiyacını ve şehre yönelik turist potansiyelini gören yatırımcılar da farklı sektörlerde çalışsalar dahi turizm sektörüne yönelik yatırımlarını artırmaktadır. Sayısı her geçen yıl artan İstanbul’a yönelik yapılan turizm yatırımlarının yıllara göre dağılımı Tablo 11’de görüldüğü gibidir.

Tablo 11: İstanbul'daki Yatırım Belgeli Otellerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
2000	82	10.602	25.319
2001	76	10.422	24.307
2002	78	11.230	26.086
2003	84	12.309	28.488
2004	83	11.986	27.802
2005	71	10.665	22.644
2006	69	10.852	23.154
2007	66	10.162	21.942
2008	79	11.711	24.987
2009	85	14.454	30.915
2010	103	16.192	34.787
2011	106	16.821	35.748
2012	130	19.915	41.754
2013	167	24.232	50.230
2014	186	22.197	45.857
2015	207	22.223	45.740
2016	200	21.832	45.399
2017	180	17.404	36.497
2018	171	14.365	30.251
2019	108	10.472	21.056

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Konaklama Tesisi İstatistikleri

Tablo 11'e göre; İstanbul'daki otel yatırımlarında bazı yıllarda düşüş varmış gibi görünse de genel olarak artan bir yatırım hızı olduğu söylenebilir. Bununla beraber; bu yatırımlar sadece komple yeni yatırımları kapsamıyor olup, hali hazırda önceki yıllardan devam eden yatırımları da kapsamaktadır. Söz konusu yatırımların yıllar itibariyle konaklama tesisi türlerine göre dağılımları ise; Tablo 12'de gösterildiği gibidir.

Tablo 12: İstanbul'daki Yatırım Belgeli Tesislerin Türlerine ve Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar / Tesis Türleri	5 Yıldızlı Otel	4 Yıldızlı Otel	3 Yıldızlı Otel	2 Yıldızlı Otel	1 Yıldızlı Otel	Oteller Toplam	Motel	Pansiyon	Turizm Kompleksi	Özel Tesis	Butik Otel	Apart Otel	Termal Otel	GENEL TOPLAM
2004	T	18	16	15	13	4	66	1		3	13			83
	O	5.349	2.755	1.187	494	64	9.849	36		1.760	341			11.986
	Y	11.789	5.573	2.513	974	134	20.983	72		5.990	757			27.802
2005	T	21	14	15	7	2	59	1		2	9			71
	O	5.540	2.085	1.173	192	34	9.024	36		1.266	339			10.665
	Y	12.052	4.255	2.479	386	72	19.244	72		2.550	778			22.644
2006	T	19	14	17	5		55	1		2	9	2		69
	O	5.158	2.492	1.404	132		9.186	36		1.266	326	38		10.852
	Y	11.385	5.035	2.992	272		19.684	72		2.550	764	84		23.154
2007	T	21	17	13	4		55			1	4	4	2	66
	O	5.393	2.540	1.102	104		9.139			489	245	129	160	10.162
	Y	11.829	5.088	2.390	208		19.515			1.000	508	289	630	21.942
2008	T	23	28	13	2		66		1	1	5	3	3	79
	O	5.417	3.964	1.209	46		10.636		5	489	265	102	214	11.711
	Y	11.844	7.934	2.530	92		22.400		10	1.000	570	225	782	24.987
2009	T	34	29	9	1	1	74		2	1	2	4	2	85
	O	8.391	4.009	1.053	55	23	13.531		10	489	53	167	204	14.454
	Y	18.368	7.966	2.176	110	48	28.668		20	1.000	136	337	752	30.913
2010	T	37	30	13	2	1	83		1	2	5	8	4	103
	O	9.157	3.742	1.358	97	16	14.370		5	885	130	227	575	16.192
	Y	19.722	7.479	2.796	180	32	30.209		10	1.876	320	457	1.915	34.787
2011	T	38	23	15	3	1	80		2	2	6	12	4	106
	O	9.799	3.203	1.499	220	16	14.737		10	885	182	432	575	16.821
	Y	21.010	6.420	2.927	333	32	30.722		20	1.876	406	809	1.915	35.748
2012	T	44	32	28	2	2	108			2	7	12	1	130
	O	10.962	4.409	2.129	97	26	17.623			1.236	250	461	345	19.915
	Y	23.227	8.984	4.234	180	52	36.677			2.640	542	837	1.058	41.754
2013	T	51	59	32	1	3	146			1	9	10	1	167
	O	12.818	7.685	2.223	11	36	22.773			396	361	357	345	24.232
	Y	27.245	15.234	4.339	22	62	46.902			876	738	656	1.058	50.230
2014	T	42	59	49	6	1	157				13	16		186
	O	10.808	7.236	2.959	107	10	21.120				502	575		22.197
	Y	23.143	14.483	5.835	213	10	43.684				1.017	1.156		45.857
2015	T	39	62	61	5	2	169				16	21	1	207
	O	9.522	7.301	3.785	110	52	20.770				646	727		22.223
	Y	20.231	14.761	7.535	210	104	42.841				1.275	1.464	160	45.740
2016	T	42	58	53	7	5	165				14	20	1	200
	O	10.425	7.337	2.639	137	87	20.625				478	649		21.832
	Y	22.428	14.864	5.217	264	204	42.977				962	1.300	160	45.399
2017	T	34	48	40	15	14	151				12	17		180
	O	8.580	5.717	1.601	313	166	16.377				445	582		17.404
	Y	18.672	11.616	3.173	626	358	34.445				880	1.172		36.497
2018	T	28	44	36	15	23	146				12	13		171
	O	6.632	4.849	1.438	331	265	13.515				378	472		14.365
	Y	14.673	9.820	2.817	653	573	28.536				761	954		30.251
2019	T	22	27	27	4	6	86				12	10		108
	O	5.368	2.849	1.217	100	69	9.603				478	391		10.472
	Y	10.970	5.609	2.354	195	155	19.283				980	793		21.056

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı Konaklama Tesisleri İstatistikleri

*T: Tesis, O: Oda ve Y: Yatak sayılarını ifade etmektedir.

Tablo 12'ye göre; İstanbul'da konaklama tesisi yatırımlarının en çok otellere yönelik yapıldığı görülmektedir. Oteller arasında da en çok 5 ve 4 yıldızlı otellerin tercih edildiği, bazı yıllarda ise 3 yıldızlı otellerde de yüksek sayıda yatırım yapıldığı görülmektedir.

İstanbul'a yönelik komple yeni yatırımlar incelendiğinde ise; TUROB'un 2018 *Yatırım Teşvik Raporunda* ve T.C. Sanayi ve Kalkınma Bakanlığı tarafından hazırlanan *2018 Komple Yeni Yatırım Teşviklerinin Turistik Merkezlerle Göre Dağılımı* tablolarında, İstanbul'a 2018 yılsonu itibariyle, yaklaşık 615 milyar TL'yi bulan 22

adet yeni yatırım belgesi verildiği ve bu yatırımlarla yine yaklaşık 1.198 kişilik bir istihdam hedeflendiği görülmektedir (TTYD, 2019a). 2019 yılının komple yeni yatırımları incelendiğinde; Resmî Gazetede yayımlanan tebliğ uyarınca İstanbul'a 2019 yılının ilk üç ayında altı yatırım belgesi verildiği anlaşılmaktadır. Yine Resmî Gazetede yayınlanan tebliğe göre; Nisan ayında İstanbul'da 2 işletme daha belge alarak yatırımlarına başlamışlardır (Turizm Güncel, 2019a; Turizm Güncel, 2019b; TTYD, 2019b). Şubat 2020 tarihinde yayınlanan tebliğe göre; 2019 yılsonu itibariyle toplam 25 yeni yatırım belgesinden 2 tanesi İstanbul'a verilmiştir (Turizm Günlüğü, 2019). Buna göre; 2019 yılında yatırımı başlayıp hâlen devam eden işletmelerin bilgileri Tablo 13'teki gibi derlenmiştir.

Tablo 13: İstanbul'da Son İki Yıldır Devam Eden Yatırımların Listesi

Yatırımcı	Tesis Türü	Yatak Kapasitesi	Yatırım Tutarı (TL)
Gülay Sevigen	4 Yıldızlı Otel	156	18.332.000
M. A. Derya İnş. Turizm	3 Yıldızlı Otel	80	4.591.000
Berit Otel İşletmeleri	4 Yıldızlı Otel	430	46.213.000
Lagos Yapı İnşaat	Özel Tesis	92	7.083.000
Erboy Turistik Tesisleri	3 Yıldızlı Otel	165	9.600.000
Özkök Şişli Proje İnş.	4 Yıldızlı Otel	240	29.712.000
Dos Otelcilik Turizm	4 Yıldızlı Otel	98	20.000.000
Mehmet Emin Bakan	5 Yıldızlı Otel	253	25.959.652
Aster Otelcilik	4 Yıldızlı Otel	156	25.660.000

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

İstanbul'un mevcut arz kapasitesi ve talep karşılaştırıldığında, mevcut yatak kapasitesinin mevcut turisti fazlasıyla karşıladığı görülmektedir. Öyle ki; Kültür ve Turizm Bakanlığının 2019 yılsonu istatistiklerine göre, İstanbul'un 184.742 yatak kapasitesi ile toplamda 10.297.170 turist ağırladığı buna karşın toplam doluluğun %62,29'da kaldığı belirtilmektedir. Buna rağmen; İstanbul'a 2019 yılı itibariyle oteller başta olmak üzere konaklama tesislerine yaklaşık 21 bin yataklık yeni yatırım yapıldığı da gözlemlenmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde; İstanbul'da otel yatırımlarının talebin üzerinde gerçekleşmesinin özellikle konaklama sektöründe kapasite artışına yol açtığını ve birçok konaklama işletmesinin tam kapasite ile çalışmadığını söylemek mümkün olacaktır. Bu durum da mevcut tesislerin talep pazarından yeterince pay alamamasına yol açmaktadır. Öyle ki; TÜROB tarafından

2017 yılında hazırlanan Yatırım Teşvik Raporu'nda da 2016 yılı itibariyle dahi gerçekleşen otel yatırımlarının mevcut pazardaki tesislerin âtıl kalarak boş yatak sayısının giderek arttığı, bu durumun da otellere yaklaşık 3 milyar dolarlık bir yıllık mali kayıp yarattığı vurgulanmaktadır.

İstanbul'un mevcut arz-talep karşılaştırması yeni yatırımları gerektirmiyormuş gibi gösterse de; İstanbul'a yönelik talep her geçen yıl artmaktadır. Bu artış seyri, gerek yatırımcılar gerekse şehir yönetimleri tarafından İstanbul'a yönelik yeni turizm hedeflerinin belirlenmesine önayak olmuştur. Öyle ki; Turizm Yatırımcıları Derneği'nin Cumhurbaşkanlığı Yatırım Ofisi desteği ile düzenlediği Tourism Investments Forum 2020 isimli yatırımcılar forumunda; turizm sektörü için Türkiye'nin taşıyıcı sektörü olduğu vurgusu yapılarak 2023 Turizm hedeflerinin güncellendiği belirtilmiştir. Daha önce 50 milyon turist ve 50 milyar dolar turizm geliri hedeflerinin On Birinci Kalkınma Planında 75 milyon turist ve 65 milyar dolar turizm geliri olarak değiştirildiğinin vurgulandığı forumda; 2033 yılı itibariyle ise turizm gelir beklentisinin 100 milyar dolar olarak hedeflendiği de açıklanmıştır (Türkiye Turizm, 2020). Bununla birlikte turizm sektörünün yeni hedefleri arasında; İstanbul'a yönelik yatırımı devam eden tesisler dışında diğer turizm tesislerine olan yatırımların da geliştirileceğinin üzerinde durulmaktadır. Buna göre; özellikle gelecek üç yıl içerisinde Sabiha Gökçen Havaalanının yeni pistinin, Galataport'un ve Yenikapı Kruvaziyer Limanının tam kapasiteyle faaliyete girmesi de yeni dönem hedefleri olarak belirtilmektedir. Yine aynı şekilde yeni İstanbul Havalimanı'nın da tam kapasiteyle açılıp tüm uluslararası uçuşlarda bir geçiş noktası rolü oynaması da İstanbul'a ilişkin potansiyel talebi artırmayı hedeflemektedir (Kılıçlı, 2019).

Yukarıda belirtilen hedeflerin gerçekleşmesi durumunda; şehre yönelik konaklama işletmeleri başta olmak üzere her türlü turizm yatırımı gereklilik arz edecektir. Özellikle yeni yapılan İstanbul Havalimanı ve çevresinin önemli bir aglomerasyon alanı olma potansiyeli de göz önünde bulundurularak yatırımların bu bölgelere yönelmesi faydalı olacaktır. Ancak; bu yatırımlar yapılırken unutulmaması gereken belli noktalar da bulunmaktadır. Öncelikle yatırımların turizmde kontrolsüz

büyümeye yol açmayacak şekilde planlanması ve TUROB'un konaklama raporunda da vurgulandığı üzere;

- Teşvik sistemi en başından revize edilerek İstanbul'a ilçe bazlı teşvik sistemi getirilmesi,
- Yatırım izleme kurulu oluşturularak arz-talep dengesine uygun olarak yatırımların takibinin sağlanması,
- Sadece 4 ve 5 yıldızlı otellere yönelmek yerine nitelikli 2 ve 3 yıldızlı otellere yönelik yatırımların da desteklenmesi gerektiği ve son olarak
- Turizm yatırımlarının sadece konaklama sektörüne odaklanmak yerine kültür ve eğlence başta olmak üzere diğer turizm tesislerine de yönelik yapılması önemli olacaktır (TUROB, 2016).

Tüm bu durum analizinden hareketle hazırlanan bu çalışma, İstanbul'daki otel yatırımı kararlarının hangi faktörlere yönelik alındığını araştırmaya odaklanmıştır. Bu sayede otel yatırımlarının ne kadar rasyonel ve dengeli yapıldığı tespit edilmeye çalışılmıştır. Bunu gerçekleştirebilmek için ise; mevcut literatür de taranarak önceki çalışmalardan destek alınmıştır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ARZ-TALEP ANALİZİ AÇISINDAN İSTANBUL'DAKİ DÖRT VE BEŞ YILDIZLI OTELLERİN YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR UYGULAMA

Bu bölümde; araştırma metodolojisi tüm detaylarıyla açıklanmış, kullanılan veri analiz yöntemleri tüm aşamalarıyla anlatılmış ve veri analiz bulgularına yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Yapısı

Bu bölümde araştırmanın modeli, yöntemi, evren ve örnekleme, veri toplama ve analiz teknikleri açıklanmıştır.

3.1.1. Araştırmanın Modeli

Araştırma, hem keşfedici hem de ilişkisel model ile tasarlanmıştır. Araştırmada öncelikli olarak İstanbul'un mevcut arz ve talep yapısı ile mevcut yatırımlarının sayısı ve dağılımları ortaya konulmuş, yapılan görüşmelerle de yatırımcıların yatırım kararlarını etkileyen faktörler belirlenmiştir. Araştırmanın keşfedici yanını ortaya koyan bu analizden sonra, yapılan görüşmelerde elde edilen verilerle arz-talep dengesi arasında bir ilişki kurularak İstanbul'un konaklama tesisi anlamında yeni yatırımlara ihtiyaç duyup duymadığı, ihtiyaç duyması halinde bu yatırımların inşaat bölgelerinin doğru seçilip seçilmediğine yönelik çıkarımlarda bulunulmuştur. Araştırma kurgulanırken İstanbul'daki otel yatırımları aşağıdaki boyutlarla ele alınmıştır:

- Faaliyetteki otel yatırımlarının yatak kapasitesi ve doluluk oranları,
- İnşaatı devam eden yatırımların yatak kapasitesi ve olası doluluk tahminleri,
- Proje aşamasındaki yatırımların yatak kapasitesi.

Söz konusu yatırımlar aglomerasyon koşulları dikkate alınarak oluşturulan kümelenme bölgeleri kapsamında incelenmiş olup; İstanbul'daki otellerin dağılımları göz önüne alındığında, kümelenme alanları aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır.

- Tarihi Yarımada
- Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli
- Sarıyer-Maslak-Levent
- Atatürk Havalimanı bölgesi (Basın Ekspres ve Avcılar dâhil)
- Anadolu yakası

3.1.2. Araştırma Problemi

Ülke ekonomisine sağladığı katkı açısından önemli bir sektör olan turizm, yerli ve yabancı birçok yatırımcının ilgisini çekmektedir. Öyle ki; son yıllarda yapılan yatırımların fazlalığı da bu ilgiyi kanıtlar niteliktedir. Ancak; İstanbul'daki otellere bakacak olursak büyük çoğunluğunun %100 dolu olmadığını, mevcut yatak kapasitesinin mevcut talebi paylaştığını görmekteyiz. Buna rağmen yatırımların özellikle mevcut toplanma alanlarında halen devam ediyor olması ve yeni yatırım bölgesi potansiyellerinin henüz yeteri kadar ilgi görmüyor olması yatırım kararlarının nasıl alındığına yönelik bir araştırma yapılmasını gerektirmiştir. Yine aynı şekilde; bölgelerde yapılan otel yatırımlarının çoğunlukla dört ve beş yıldızlı otel şeklinde yoğunlaşması da yatırım kararlarının etkili pazar analizi yapılmadan gerçekleştirildiği fikrini akıllara getirmektedir.

Bu araştırmanın farkındalığını oluşturan İstanbul'un mevcut arz kapasitesi mevcut talebi zaten karşılayabiliyorken yatırımların neden halen mevcut bölgelere yoğunlaşmaya devam ediyor oluşu konusu, bugüne kadar çok az ele alınmıştır. Yapılan çalışmalar, daha çok; turizm politikalarını etkileyen faktörler, turizmin ekonomik etkileri, turizmde iç turizm hareketleri, turizm sektörünün yapısal analizi ve turizmdeki talep modelleri gibi konulara odaklanmıştır. Ancak, turizmin arz-talep yapısı doğrultusunda yatırımların rasyonelliği konusunda yapılan çalışmaların yetersiz kaldığı görülmektedir.

3.1.3. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın öncelikli amacı; İstanbul'da konaklama işletmeleri için alınan yatırım kararlarının ne kadar rasyonel şekilde alındığını ortaya koymaktır. Bu amacı gerçekleştirebilmek için belirlenen alt amaçlar ise;

- İstanbul'un mevcut arz ve talep yapısını karşılaştırmalı olarak analiz etmek,
- İstanbul'da yapımı devam eden yatırımların dağılımını çıkartarak mevcut talebi karşılama durumunu belirlemek,
- İstanbul'un gelecek dönemdeki talebini ve hangi bölgelerde yoğunlaşacağını belirlemek,
- Yapılan görüşmeler sonucunda İstanbul'a yeni yapılacak olan yatırımlar için en çok tercih edilen kuruluş yerini belirleyerek talebin yoğunlaştığı bölge ile uyumlu olup olmadığını karşılaştırmaktır.

Bu sayede; yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin daha rasyonel bir şekilde değerlendirilmesine yönelik öneri ve stratejiler geliştirilmesine katkıda bulunulacaktır. Bu açıdan değerlendirildiğinde; çalışmanın, literatürdeki eksikliğe de katkıda bulunacağı öngörülmektedir.

3.1.4. Araştırmanın Varsayımları

Araştırma kapsamında;

- Yapılacak görüşmelerde, katılımcıların sorulara nesnel, dürüstçe ve konuyla ilgili gerçek görüşlerini yansıtacak şekilde cevap verdikleri varsayılmıştır.
- Görüşme için hazırlanan soruların konu dışına çıkmayacak ve tüm katılımcılar tarafından anlaşılabilir şekilde hazırlandığı varsayılmıştır.
- Katılımcılardan elde edilen verilerin, geçerli ve güvenilir olmalarının sağlandığı varsayılmıştır.

3.1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın temel sınırlılıkları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

- Araştırma sadece İstanbul ili ile sınırlıdır.
- Araştırma sadece İstanbul iline yapılan turizm yatırımlarını kapsamakta olup, diğer illerdeki yatırımlarla ilgili elde edilen veriler kapsam dışı bırakılmıştır.
- Araştırmada İstanbul'daki tüm yatırımcılara ulaşmak güç olacağından, kartopu örnekleme yoluyla veriler toplanmıştır.
- Araştırmada evren ve örneklemin sayıca fazlalığı nedeniyle, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve TÜİK gibi kurumlardan elde edilecek ikincil verilerin dışında, ihtiyaç duyulacak birincil veriler görüşme tekniği ile toplanmıştır.
- Araştırmanın Mart-Haziran 2020 tarihlerine denk gelen son döneminde, tüm dünyayı kapsayan Covid19-yeni tip Corona Virüsü pandemisi ve bu süreçte içinde bulunduğumuz sosyal izolasyon ve sokağa çıkma yasakları araştırmanın en önemli sınırlılıklarından birini oluşturmaktadır. Zira bu döneme denk gelen veri toplama işlemleri, planlandığı gibi yatırımcılarla fiilen yüz yüze görüşülerek değil; internet uygulamaları tarafından sağlanan online toplantılar ve online anket/soru formları aracılığı ile toplanmıştır.

3.2. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırma, nitel ve nicel araştırma desenlerinin birlikte kullanıldığı şekilde tasarlanmıştır. Literatür taraması sürecinde ulusal ve uluslararası süreli yayınlardan, bilimsel kitaplardan, ulusal ve uluslararası kongrelerde sunulan bildirilerden yararlanılarak kavramsal çerçeve çizilmiştir. Daha sonra araştırma kapsamında ihtiyaç duyulan veriler, toplanarak ilgili yöntemlerle analiz edilmiştir.

3.2.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye oluştururken; ana kütle İstanbul'da yapılan turizm yatırımlarından oluşmaktadır. Örneklem ise; İstanbul'da sayıca fazla oldukları için dört ve beş yıldızlı oteller olarak ele alınmıştır. Ancak İstanbul'daki bütün turizm yatırımcılarına ulaşmak da güç olacağından; Turizm Yatırımcıları Derneği ile iletişime geçilerek, onların da yönlendirmeleri doğrultusunda, kartopu örnekleme yöntemiyle toplam 22 adet turizm yatırımcısına ulaşılmıştır.

İstanbul'un uygulama alanı olarak seçilmesinin nedenleri arasında, İstanbul'un binlerce yıllık tarihinde birçok medeniyeti barındırmış olması, iki kıtayı birleştiren tek şehir olması, kültürel çekiciliklerinin fazla olması, taşıdığı sosyo-kültürel değerlerle önemli bir turizm destinasyonu olması ve yeni havalimanının tüm dünyayı birbirine bağlayan bir transfer havalimanı olması sayılabilir. Bir diğer neden ise; mevcut durumunun yanı sıra, geleceğe yönelik turizm geliştirme hedefleri sayesinde, arz ve talep açısından yüksek bir potansiyele sahip olmasıdır. Yine aynı şekilde, Turizm Yatırımcıları Derneği, Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği gibi turizm kurum ve kuruluşlarının da merkezlerinin İstanbul'da yer alıyor olmasıdır. Diğer taraftan; tüm Türkiye'deki yatırım ve yatırımcılara ulaşmak da güç olacağından, çalışma tek bir il ile sınırlandırılmıştır.

3.2.2. Veri Toplama Teknikleri

Araştırma kapsamında ihtiyaç duyulan veriler, ikincil ve birincil veri olarak karşımıza çıkmaktadır. Öncelikle İstanbul'un mevcut arz-talep ve mevcut yatırımlarını yapısını ortaya koymak adına kamu kurum ve kuruluşlarının istatistiklerinden faydalanılarak ikincil veriler toplanmıştır. İkincil veriler, ileriye yönelik turizm talebinin tahminlenmesinde kullanılmış olup, bu sayede turizm talebinin en çok tercih ettikleri yatırım bölgesinin belirlenmesi sağlanmıştır.

Birincil veriler ise; Ocak-Mayıs 2020 döneminde; yarı yapılandırılmış soru formu ve anket aracılığı ile yüz yüze görüşme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Anket verileri; yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen yatırım bölgesinin belirlenmesi için, görüşme verileri ise; ortaya çıkan tahminleme ve anket analiz sonuçlarını desteklemek için kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış soru formu kullanılmak istenmesinin nedenleri; değişken koşullara kolay uyum sağlayabilme, soru sayısı ve sırasını görüşmenin gidişatına göre değiştirilebilme imkânı vermesidir. Bu sayede, görüşmeler gerekli görüldüğü takdirde derinleştirilebilmekte ve araştırmacının ilk başta aklına gelmeyen konular da incelenebilmektedir (Kozak, 2015).

3.2.3. Veri Analiz Teknikleri

Tez çalışmasının nicel yanını ortaya koyan araştırmalar esnasında; 1996-2019 yılları arasındaki turizm istatistiklerinden oluşan ikincil veriler ve yapılan görüşmeler sırasında uygulanan anket sonucunda birincil veriler elde edilmiştir. İkincil veriler; İstanbul'un yatırım bölgelerine yönelik turist sayısı tahminlenmesinde kullanılmıştır. Bu sayede; İstanbul'a gelen turistlerin, önümüzdeki dört yıl içinde, en çok hangi bölgede yoğunlaşacakları öngörülme çalışılmıştır.

Görüşme sırasında uygulanan anketlerden elde edilen birincil veriler ise; yatırımcıların en çok tercih ettikleri yatırım bölgesini belirlemek için kullanılmıştır. Bu bağlamda; çalışma kapsamında kullanılan analiz teknikleri aşağıdaki şekilde açıklanmıştır.

Tez çalışmasının nitel yanını ortaya koyan yüz yüze görüşmeler kapsamında; yarı yapılandırılmış soru formları ile elde edilen birincil veriler ise, yapılan tahminleme ve yatırım bölgesi yer seçimi sonuçlarının desteklenmesi amacıyla kullanılmıştır. Elde edilen cevaplar, içerik analizine tabi tutulmuş ve yorumlanarak açıklanmıştır. Daha sonra da tahminleme ve tercih sıralaması analizleriyle birlikte kullanılarak sonuç ve öneriler geliştirilmiştir.

3.2.3.1. Tahminlemelerde Zaman Serileri ve Eğri Uydurma

Tahminleme; yani öngörü; eldeki verileri kullanarak gelecekte oluşabilecek olayları ya da koşulları tahmin etmek olarak tanımlanmakta olup karar verme sürecinin önemli aşamalarından biridir (Emeç, 2015). Diğer birçok sektörde olduğu gibi, turizm sektöründe de tahminleme; gerek yatırım kararlarının alınmasında, gerek sektörel kalkınma planlarının oluşturulmasında ve stratejilerin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır (Önder ve Hasgöl Kuvat, 2009). Ancak turizmde talebin iç ve dış birçok faktörden hızlıca etkilenmesi, turizm ürünlerinin stoklanamama özelliği gibi nedenler; turizme yönelik talep tahminlerinin önemini daha da artırmakta ve bir o kadar da zorlaştırmaktadır. Bu nedenle turizme yönelik talep tahminlemelerde bilimsel temele dayanan matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin uygulanması çok daha gerçekçi sonuçların alınabilmesini kolaylaştırmaktadır (Çuhadar vd., 2009).

Turizm sektörüne ilişkin veriler; ekonometri, sismoloji, meteoroloji, istatistik ve jeofizik gibi alanlarda da sıkça kullanılan zaman serilerine dayanmaktadır. Zaman serisi en basit haliyle; belli bir zaman sıralaması içerisinde endekslenmiş veri noktalarının oluşturduğu seri olarak tanımlanmakta ve t toplam veri sayısını (örneklem büyüklüğünü) ifade etmek üzere;

$$Z_t, t = 1, 2, \dots, T$$

şeklinde gösterilmektedir (Emeç, 2015).

Zaman serisi analizleri ise; zaman serisi verilerini, eldeki veriye ilişkin anlamlı istatistikler ve verinin diğer karakteristik özelliklerini ortaya çıkarmak amacıyla yapılan analiz yöntemleri olarak tanımlanmaktadır (Woodward vd., 2017). Sürekli ve kesikli olmak üzere iki farklı şekilde düzenlenebilen zaman serileri; trend, mevsimsel dalgalanma, konjonktür ve düzensiz rasgele hareketler olmak üzere dört temel bileşenden oluşmaktadır.

Trend; bir değişkenin uzun dönemde göstermiş olduğu artış ya da azalış olarak tanımlanmakta olup doğrusal ve doğrusal olmayan trend olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Doğrusal trend, sabit bir artış ya da azalışı ifade ederken, doğrusal olmayan trend, genel bir artış ya da azalış eğilimi içerisindeki dalgalanmaları ifade etmektedir. Mevsimsel dalgalanmalar; bir yıl içinde tamamlanan ve veri setindeki yıllık bazda tekrarlanan değişimlerin mevsimsel seyrini belirtmektedir. Konjonktür; seri içindeki dalgalanmaların bir yıl ve daha uzun bir dönemi kapsamaması durumunu ifade ederken; düzensiz rasgele hareketler ise, zaman serisi içindeki düzensiz ve diğer bileşenlerden bağımsız olarak meydana gelen değişimler olarak tanımlanmaktadır (Köksal, 2003; Bozkurt, 2007; Kara, 2009; Emeç, 2015).

Bütün bu bileşenleri temeline alarak zamansal verileri bir çizgi grafiği ile değerlendiren zaman serisi analiz yöntemlerinin sınıflandırılmasına yönelik farklı bakış açıları bulunmaktadır. Örneğin; Shumway'e göre (1988); zaman serisi analiz yöntemleri frekans alanlı analizler ve zaman alanlı analizler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Ona göre;

- Frekans alanlı analizler; spektral analiz ve dalgacık analizini,

- Zaman alanlı analizler ise otokorelasyon ve çapraz korelasyon analizini içermektedir.

Yine aynı şekilde; Bloomfield (2000) da zaman serisi analiz tekniklerini;

- Seri bağımlılığını incelemek için otokorelasyon analizi,
- Mevsimselliğe bağlı olmayan döngüsel davranışları araştırmak için spektral analiz ve
- Trend, mevsimsellik, yavaş ve hızlı değişim ve döngüsel düzensizliği temsil eden bileşenleri ayırtmak için zaman serilerinin ayrışması olarak üç grupta açıklanmaktadır.

Zaman serisi analiz teknikleri, parametrik ve parametrik olmayan yöntemlerle de açıklanmaktadır. Parametrik yaklaşımlar, temeldeki durağan stokastik sürecin az sayıda parametre kullanılarak (örneğin, otoregresif veya hareketli bir ortalama model kullanarak) tanımlanabilen belirli bir yapıya sahip olduğunu varsaymaktadır. Bu yaklaşımlarda temel amaç; stokastik süreci tanımlayan modelin parametrelerini tahmin etmektir. Parametrik olmayan yaklaşımlar ise; sürecin belirli bir yapıya sahip olduğunu varsaymaksızın sürecin kovaryansını veya tayfını (spektrumunu) açıkça tahmin etmek için kullanılmaktadır (Güneş, 2010). Ancak verilerin eksik olduğu ya da aşırı sapma gösterdiği, eldeki veri setinin kısıtlı bir örneklem büyüklüğüne sahip olduğu, veriler arasında nedenin anlaşılamadığı ya da açıklanamadığı ani değişikliklerin yer aldığı durumlarda; veriler, karmaşık ve çözülmesi zor problemler yaratarak tahminlemelerin sonuçlarını tutarsız ya da hatalı hale getirebilmektedir. Böyle bir durumda; zaman serilerine ilişkin tahminlemeler; çok daha analitik ve sezgisel algoritmalara dayanan modellemeler kullanılarak yapılmaktadır.

Yukarıda sözü edilen modellerden biri de; otokovaryansları temel alan doğrusal stokastik modeller ve döngüsellik ya da dönemselliğe odaklı spektral modeller dışında kalan; serbest model olarak da bilinen “Eğri Uydurma (curve fitting) Yöntemidir” (Kunst, 2009). En basit haliyle, iki veri arasındaki ilişkinin matematiksel denklemler aracılığı ile açıklanması (Kalathilparmbil ve Şahin, 2019) olarak tanımlanan eğri uydurma yöntemi; bir veri setinin önceden hesaplanan bir fonksiyona

yakınlaştırılması veya uydurulması işlemidir (Karadede, 2014). İstanbul'un turizm talebine yönelik verilerin düzensiz bir trende sahip olması ve veriler arasında açıklanamayan ciddi artış ve azalışlar olmasından dolayı; bu çalışmada, tahminlemeler eğri uydurma (curve fitting) yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

İlk kez 19. yüzyılın başlarında Adrian Marie Legendre ve Carl Friedrich Gauss tarafından ortaya konan (Audi, 1996) eğri uydurma; bir başka ifadeyle; birtakım sınırlılıklara maruz kalmış bir veri noktası setine en iyi uyacak matematiksel fonksiyonun veya eğrinin oluşturulması süreci şeklinde tanımlanmaktadır (Silver, 2012). Bu sınırlılıklar; veri seti içinde yer alan; verinin genel standardını bozan, gerçek dışı, anlamlandırılmayan ve trendi bozan değişiklikler olup gürültü olarak tanımlanmakta ve tahminlemeye yönelik regresyon analizlerinde hataya yol açmaktadır (Zhu ve Wu, 2004). Eğri uydurma yöntemi de; veri setlerindeki bu hataları olabildiğince azaltarak en uyumlu fonksiyonun seçilmesini ve tutarlı tahminler yapılmasını amaçlamaktadır (Karadede, 2014).

Eğri uydurma çözümlemelerinde kullanılan modellemeler; yumuşatma (smoothing), ekstrapolasyon (extrapolation), interpolasyon (interpolation) ve regresyon (regression) çözümlemeleri olmak üzere dört başlıkta incelenmektedir. Yumuşatma; istenen veriye tam uyumu gösterecek pürüzsüz bir fonksiyon oluşturma süreci olarak açıklanırken, ekstrapolasyon ise; orijinal gözlem aralığının ötesinde, bir değişkenin değerini başka bir değişkenle olan ilişkisine dayanarak tahmin etme sürecini ifade etmektedir (Guest, 2012).

İnterpolasyon (satırlar arasında okuma), bilinen veri noktalarının arasında kalan bilinmeyen verilerin tahmin edilmesi ve mevcut bilgilerden eksik bilgiler hakkında sonuçlar çıkarılmasıdır. İnterpolasyon, eksik verileri çevreleyen verilerin mevcut olduğu ve veri eğiliminin, mevsimsellik ve uzun vadeli döngülerin bilindiği durumlarda kullanışlı olarak kabul edilmektedir (Lepot vd., 2017).

Regresyon çözümlemesi ise; veriler arasında belirgin bir hata varsa; hata oranı büyük verilerin, her bir veri noktasından geçmediği durumlarda yani veri setine tam olarak uyan fonksiyon eğrilerinin bulunamadığı durumlarda kullanılan bir yöntemdir. Regresyon analizinde; bu hatalar giderilerek veri tablosuna en çok uyum gösteren eğri

belirlenir ve tahminleme yapabilmek için kullanılır (Yakut, 2016). Regresyon yönteminde iki ya da daha fazla değişken arasındaki ilişkiyi açıklamak ve/veya veriler arasındaki hataları ortadan kaldırabilmek için matematiksel modeller kurulmakta ve bu modellere regresyon modelleri denmektedir (Alma ve Vupa, 2008). Söz konusu bu regresyon modelleri; doğru uydurma, polinom uydurma ve üstel fonksiyonlara eğri uydurma olarak sıralanmaktadır. Genel bir düzeni olsa da düz bir doğruyla gösterilmesi mümkün olmayan veriler için, polinom eğrileri uydurma yöntemi daha çok kullanılmaktadır (Yakut, 2016).

Polinom regresyonu olarak da adlandırılan bu yöntem; bağımsız değişken x ile bağımlı değişken y arasındaki ilişkinin, x cinsinden bir n 'ci derece polinom olarak modellendiği bir regresyon analizi şeklindedir (Chang vd., 2010). Parça-bazlı polinom (piecewise polynom) olarak da bilinen bu yöntemin temel fikri; tüm X -değerleri aralığı boyunca tanımlanan tekli f fonksiyonunu, her biri farklı bir alt aralıkta tanımlanan ve birleşimi X aralığı olan birkaç düşük dereceli polinom ile değiştirmektir (Denison vd., 1998).

Polinom regresyonu, x değeri ile $E(y | x)$ olarak belirtilen y 'nin karşılık gelen koşullu ortalaması arasındaki doğrusal olmayan bir ilişkiye uymaktadır. Ancak; her ne kadar polinom regresyonu verilere doğrusal olmayan bir modelle uysa da; istatistiksel bir tahmin problemi olarak doğrusal kabul edilmektedir. Yani; regresyon fonksiyonu, $E(y | x)$ olarak gösterilen verilerde tahmin edilen bilinmeyen parametreler bazında lineerdir. Bu nedenle polinom regresyonu, çoklu doğrusal regresyonun özel bir durumu olarak kabul edilmektedir (Chang vd., 2010).

İlk olarak 1815 yılında Joseph Diez Gergonne tarafından bir deney tasarımıyla kullanılan (Chang vd., 2010) polinomiyal regresyonun temel amacı; bağımlı bir y değişkeninin beklenen değerini, bağımsız bir değişkenin (veya bağımsız değişkenlerin vektörünün) x değeri açısından modellemektir (Alma ve Vupa, 2008).

Veri setindeki eleman sayısının bir eksiği ($n-1$) kadar kurulabilen polinom regresyonlarının denklemleri aşağıdaki şekilde belirlenmektedir:

- Birinci dereceden denklemi;

$y = ax + b$ fonksiyonunda a eğimine sahip bir çizgidir. Bu çizgi iki noktayı birbirine bağlamaktadır; bu nedenle birinci derece polinom denklemi farklı x koordinatlarına sahip herhangi iki noktaya tam olarak oturmaktadır (Denison vd., 1998).

- Denklemin sırası ikinci derece polinoma yükseltilirse;

$y = ax^2 + bx + c$ fonksiyonu elde edilir. Bu fonksiyon, üç noktalı basit bir eğriye tam olarak uymaktadır.

- Denklemin sırası üçüncü dereceden bir polinoma yükseltilirse;

$y = ax^3 + bx^2 + cx + d$ fonksiyonu elde edilir. Bu fonksiyon, dört noktalı bir eğriye tam olarak uymaktadır. Daha farklı bir deyişle; dört kısıtlamaya tam olarak uyum göstermektedir (Chang vd., 2010).

Kısıtlama; fonksiyonların derecelerini ifade etmekle birlikte; her kısıtlama bir noktayı, açıyı veya eğriliği (bir salınım çemberinin yarıçapının karşılığı) de ifade edebilmektedir. Açı ve eğrilik kısıtlamaları, çoğunlukla bir eğrinin uçlarına eklenir ve bu gibi durumlarda *uç koşulları* olarak adlandırılır. Tek uçta bulunan polinom eğrileri arasında düzgün bir geçiş sağlamak için, özdeş uç koşulları da analizlerde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu bağlamda; birinci derece polinom denklemi aynı zamanda tek bir nokta ve açı için tam bir uyum gösterebilirken, üçüncü derece polinom denklemi de iki nokta, bir açı kısıtlaması ve bir eğrilik kısıtlaması için tam bir uyum gösterebilir. Bunun yanı sıra; daha yüksek mertebeden polinom denklemleri için başka birçok kısıtlama kombinasyonu da mümkün olmaktadır (Smith, 1918; Denison vd., 1998; Chang vd., 2010). Öyle ki; eğer uydurulan eğri modellerinde, n polinom derecesi olmak üzere, $n + 1$ 'den fazla kısıtlama varsa, polinom eğrisi yine de bu kısıtlamalardan geçebilmektedir. Tüm kısıtlamalara tam olarak uyulması kesin değildir, ancak; örneğin, üç eş doğrusal noktaya tam olarak uyan birinci derece polinom durumunda söz konusu uyumun sağlanması mümkün olabilmektedir. Bununla birlikte, genel olarak, her bir yaklaşımı ve bu yaklaşımlardaki sapmaları değerlendirmek için birtakım yöntemlere ihtiyaç duyulmaktadır. En küçük kareler yöntemi bu sapmaları karşılaştırmanın bir yolu olup (Ahn, 2008; Chang vd., 2010), tek bir çözüm kümesi

sunması ve sistematik bir uygulama olması gibi özelliklerinden dolayı literatürde en çok kullanılan kontrol yöntemlerinden biridir (Kalathilparmbil ve Şahin, 2019).

En küçük kareler yöntemi; veri setinin düzgün bir dağılım göstermediği durumlarda, verilerin genel yapısının dışına çıkan gözlemleri yani aykırı değerleri belirleyerek sıfırlayabilmek için kullanılan ve hata kareler toplamını en küçük hale getirmeyi amaçlayan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Alma ve Vupa, 2008; Yükselen, 2011; Karadede, 2014). Bu sayede; gözlemlenen veri setine daha uyumlu bir polinom çizilerek daha tutarlı tahminlemeler yapılması sağlanmaktadır.

En küçük kareler yönteminin temelinde; veri setindeki toplam sapmaların yani hata terimlerinin karelerinin toplamını minimize edecek değerlerin bulunması yatmaktadır (Alma ve Vupa; 2008). Bunun için de; $y = \sum_{j=0}^n a_j x^j = a_0 + a_1 x + a_2 x^2 + a_3 x^3 + \dots + a_n x^n$ şeklinde tanımlanan bir yaklaşım polinomunda, bu polinom oluşturulması için gerekli olan tüm a_j ($j=0,1,2,\dots,n$) katsayılarının, yani bilinmeyen $n+1$ tane parametrenin, hesaplanması gerekmektedir. Bu polinom fonksiyonuna göre; $y = \text{gerçek değer}$ ve $\sum_{j=0}^n a_j x_n^j = \text{yaklaşık değer}$ olmak üzere; polinomun;

$$\text{Hata terimi:} \quad \varepsilon_k = y_k - \sum_{j=0}^n a_j x_k^j$$

$$\text{Hata terimlerinin kareleri:} \quad \varepsilon_k^2 = [y_k - \sum_{j=0}^n a_j x_k^j]^2$$

$$\text{Hata karelerinin toplamı ise: } S = \sum_{k=1}^N \varepsilon_k^2 = \sum_{k=1}^N [y_k - \sum_{j=0}^n a_j x_k^j]^2$$

şeklinde ifade edilmektedir. Bu durumda; hata kareleri toplamının en küçük değerini belirlemek için ise; S toplamının a_j ($j=0,1,2,\dots,n$) katsayılarına göre türevlerinin sıfır (0) olması gerekmektedir. Bu hesaplama ise;

$$\frac{\partial S}{\partial a} = \sum_{k=1}^N 2 [y_k - \sum_{j=0}^n a_j x_k^j]^2 \cdot [-x_k^i] = 0; \quad i = 0, 1, 2, \dots, n$$

eşitliği ile sağlanmaktadır. Bu sayede elde edilen $n+1$ tane denklem, eşzamanlı şekilde çözümlenerek a_j katsayıları elde edilebilmektedir. Böylece; yukarıda belirtilen denklem sistemi yeniden düzenlenerek;

$$\sum_{j=0}^n (\sum_{k=1}^N a_j x_k^j x_k^i) = \sum_{k=1}^N x_k^i y_k; \quad i = 0, 1, 2, \dots, n$$

eşitliği veya;

$$\begin{bmatrix} N & \sum_{k=1}^N x_k^1 & \sum_{k=1}^N x_k^2 & \sum_{k=1}^N x_k^3 & \cdots & \sum_{k=1}^N x_k^n \\ \sum_{k=1}^N x_k^1 & \sum_{k=1}^N x_k^2 & \sum_{k=1}^N x_k^3 & \sum_{k=1}^N x_k^4 & \cdots & \sum_{k=1}^N x_k^{n+1} \\ \sum_{k=1}^N x_k^2 & \sum_{k=1}^N x_k^3 & \sum_{k=1}^N x_k^4 & \sum_{k=1}^N x_k^5 & \cdots & \sum_{k=1}^N x_k^{n+2} \\ \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots & \cdots \\ \sum_{k=1}^N x_k^n & \sum_{k=1}^N x_k^{n+1} & \sum_{k=1}^N x_k^{n+2} & \sum_{k=1}^N x_k^{n+3} & \cdots & \sum_{k=1}^N x_k^{n+n} \end{bmatrix} \cdot \begin{Bmatrix} a_0 \\ a_1 \\ a_2 \\ \cdots \\ a_n \end{Bmatrix} = \begin{Bmatrix} \sum_{k=1}^N y_k \\ \sum_{k=1}^N x_k y_k \\ \sum_{k=1}^N x_k^2 y_k \\ \cdots \\ \sum_{k=1}^N x_k^n y_k \end{Bmatrix}$$

matrisi ile gösterilmektedir. Bunun dışında; uydurulan eğrinin gerçek eğriyi ne ölçüde temsil ettiğini belirtmek için de regresyon belirtme katsayısı (R^2) ayrıca hesaplanmaktadır (Ahn, 2008; Alma ve Vupa, 2008; Yükselen, 2011:23-24; Karadede, 2014; Kalathilparmbil ve Şahin, 2019).

Eğri uydurma yönteminde polinom derecesi ne kadar yükseltirirse, seçilen fonksiyon da orijinal veri setine o kadar yaklaşmakta ve en iyi uyumu göstermektedir. Ancak burada unutulmaması gereken konu; bu uyumun her zaman en doğru seçenek olmayabileceğidir. Aşırı uyum (*overfitting*) olarak ifadelendirilen bu durum; verinin herhangi bir ögesine aşırı ilgi gösterilmesine yol açarak sezgisel trendler ve düzenlemelerin gözden kaçırılmasına neden olmaktadır. Öte yandan; en iyi uyumu göstermeyen yani düşük dereceleri eğrilerin kullanılması da, *underfitting* olarak adlandırılan eksik uyum durumunu ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle; farklı dereceleri ile söz konusu polinom eğrileri tek tek kontrol edilerek olabilecek en uyumlu eğri seçilmeli ve tahminlemeler ona göre yapılmalıdır (Audi, 1996).

Görüşmelerde, yapılan anketlerden elde edilmiş olan birincil veriler ise; çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Fuzzy TOPSIS yöntemiyle analiz edilmiş ve yatırımcıların en çok tercih ettikleri kuruluş yeri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu sonucu desteklemek için de; katılımcıların sorulara verdikleri cevaplar ve yaptıkları açıklamalar betimsel içerik analizi aracılığı ile genel olarak yorumlanmıştır.

3.2.3.2. Fuzzy TOPSIS

Araştırmanın ikinci bölümünde de kısaca değinildiği üzere; bireylerin, günlük hayatta karşılaştıkları birçok kavram ve olaya yönelik güzel-çirkin, uzak-yakın gibi ifadeleri öznel nitelik taşımaktadırlar (Göksu ve Güngör, 2008). Öyle ki, bir bireyin *sıcak* olarak ifade ettiği bir yemek bir başkasına için *soğuk* gelebilmektedir, yine aynı

şekilde birisi için *güzel* olan bir şarkı başkasına *çirkin* gelebilmektedir (Kurtulay ve Kızıllırmak, 2017). Bu tür öznel değerlendirmeler, evet-hayır gibi ikili cevapların bulunduğu klasik mantık yaklaşımından farklı olarak, beraberinde kesin ayrımların yapılamadığı ve iki ayrı uç arasında yer alan birden fazla seçeneğin olduğu bulanık bir ortam yaratmaktadır. Bu ortam ise; Lotfi A. Zadeh'in, ilk kez 1965 yılında, literatüre dâhil etmiş olduğu bulanık (fuzzy) sayı kümeleri ile ifade edilmektedir (Zadeh, 1968).

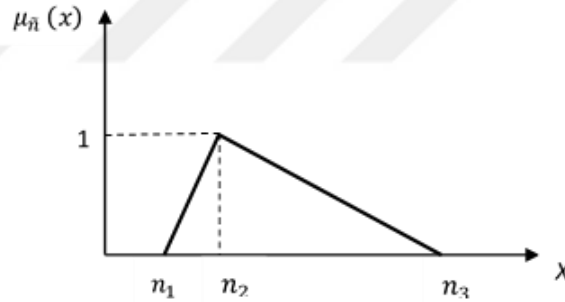
Herhangi bir konuyla ilgili, çoğu zaman farklı alternatifler arasından bir seçim yapmak zorunda kalan bireylerin, her zaman evet-hayır gibi kesin yanıt veremedikleri kararsızlık durumlarında, ortaya çıkan bulanık ortamları çözmek ve karar vermeyi kolaylaştırmak için Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) yöntemleri kullanılmaktadır. Bu yöntemlerden biri de, Hwang ve Yoon tarafından 1981 yılında ortaya konduktan sonra, Negi'nin 1989 yılında yazdığı doktora tezi ile Chen ve Hwang'ın 1992 yılında yazdıkları kitap sayesinde yaygınlaşan; az sayıda karar vericinin çok kriterli alternatiflere yönelik karar vermeleri gereken durumlarda kullanılan Fuzzy TOPSIS (Technique for Order Preference Similarity to Ideal Solution) yöntemidir (Chen, 2000).

Özünde tercih sıralaması yapılacak alternatiflerin, bu alternatifleri değerlendirirken dikkate alınacak karar kriterlerinin ve değerlendirmeyi yapacak karar vericilerin bulunduğu Fuzzy TOPSIS yönteminde; karar vericilere karar kriterlerinin ve sıralanacak alternatiflerin sunulması gerekmektedir. Bu süreçte; karar vericiler, kendilerine sunulan karar kriterlerinin öznel yargıları kullanarak önem derecesini belirlemekte, sonrasında ise verilen alternatifleri belirlenen karar kriterlerini ne ölçüde karşıladığına göre sıralamaktadırlar (Ecer, 2006). Yöntemin uygulanma süreci karar vericilerin, bulanık ortamı oluşturan öznel yargıları *çok başarılı, oldukça iyi, çok kötü* gibi dilsel değişkenleri kullanarak nicel olarak ifade etmeleriyle başlamaktadır. Daha sonra yapılan değerlendirmeler üçgen veya yamuk bulanık sayılara dönüştürülerek sayısal olarak ifade edilmektedir (Chen vd., 2006). Yöntemin çözüm aşamasında ise; bu sayısallaştırılmış dilsel değişkenlerin 0 ile 1 arasında yer alan yakınlık katsayısıyla beraber, hem pozitif hem de negatif ideal çözüm uzaklık kümeleri bulunarak, bu uzaklıkların karşılaştırılması sonucunda alternatiflerin tercih sıralaması oluşturulmaktadır (Dündar vd., 2007).

Farklı nitel ve nicel kriterleri birlikte değerlendirme imkânı sunan bu yöntemin eksiklikleri, yapılan farklı araştırmalar sonucunda Chen'in 2000 yılında yazmış olduğu makale ile giderilmiştir. Chen, diğer araştırmacılardan farklı olarak derecelendirme aşamasında kullanılan sayı değerlerinin 0-1 arasındaki sıralamasını $v_j^* = (1,1,1)$ ve $v_j^- = (0,0,0)$ olarak kabul etmekte ve işlem kolaylığı açısından en çok tercih edilen sayı modelinin üçgen sayılar olduğunu vurgulamaktadır (Eleren, 2007).

Chen'e göre; bir üçgen fuzzy sayı " $\tilde{n}$ " (n_1, n_2, n_3) şeklinde olup $\mu_{\tilde{n}}(x)$ üyelik fonksiyonu (1) numaralı formüldeki gibi ifade edilerek Şekil 1'deki gibi gösterilir (Chen, 2000:3):

$$\mu_{\tilde{n}}(x) = \begin{cases} 0, & x < n_1 \\ \frac{x-n_1}{n_2-n_1}, & n_1 \leq x \leq n_2 \\ \frac{n_3-x}{n_3-n_2}, & n_2 \leq x \leq n_3 \\ 0, & x > n_3 \end{cases} \quad \text{ve} \quad (1)$$



Şekil 1: Üçgen Fuzzy Sayısı (Chen, 2000).

$\tilde{m} = (m_1, m_2, m_3)$ ve $\tilde{n} = (n_1, n_2, n_3)$ olarak tanımlanan iki üçgen fuzzy sayısının arasındaki uzaklık, *Vertex Metodu* olarak bilinen (2) numaralı formül ile hesaplanmaktadır (Chen, 2000:3):

$$d(\tilde{m}, \tilde{n}) = \sqrt{\frac{1}{3}[(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2]} \quad (2)$$

Vertex formül uygulaması dâhil, yöntemin matematiksel uygulama algoritması ise; kullanılan dilsel değişkenlerin sayısal karşılıklarının belirlenmesiyle başlamaktadır. Fuzzy TOPSIS analizlerinde kullanılan kriterlerin önem ağırlıkları ve niteliksel özellik gösteren kriterlerin değerleri, dilsel değişken olarak kabul edilmekte

ve bu değişkenler özel sayısal karşılıklar olarak pozitif üçgen sayılar şeklinde ifade edilmektedir (Chen, 2000).

Tablo 14: Karar Kriterlerinin Dilsel Değişkenleri İçin Önem Ağırlıkları

ÇY	Çok Yüksek	0.9	1.0	1.0
Y	Yüksek	0.7	0.9	1.0
OY	Orta Yüksek	0.5	0.7	0.9
O	Orta	0.3	0.5	0.7
OD	Orta Düşük	0.1	0.3	0.5
D	Düşük	0	0.1	0.3
ÇD	Çok Düşük	0	0	0.1

Kaynak: Chen, 2000:5.

Tablo 14'te analizlerde kullanılacak karar kriterlerinin, yani alternatiflerin değerlendirme kriterlerinin, dilsel değişkenlerinin sayısal karşılıkları görülmektedir. Tablo 15'te ise; sıralama yapılacak alternatiflerin değerlendirme değişkenlerinin sayısal karşılıkları görülmektedir. Buna göre; her iki değişken grubu, her bir üçlü sayı tek bir veri şeklinde ele alınarak analiz hesaplarına dâhil edilmektedir.

Tablo 15: Alternatif Kriterleri İçin Kullanılan Dilsel Değişkenler

Çİ	Çok İyi	9	10	10
İ	İyi	7	9	10
Bİ	Biraz İyi	5	7	9
E	Epeyce	3	5	7
OK	Orta Kötü	1	3	5
K	Kötü	0	1	3
ÇK	Çok Kötü	0	0	1

Kaynak: Chen, 2000:5.

Değerlendirmeye katılan K sayıdaki karar verici, içerisinde K'ncı karar vericinin önem ağırlığı $\tilde{w}_j^K$ olarak ifade edilmekte ve (3) numaralı formülle gösterilmektedir. Karar vericilerin kriter önem dereceleri ise $\tilde{x}_{ij}^K$ şeklinde ifade edilerek (4) numaralı formül ile hesaplanmaktadır:

$$\tilde{w}_j = \frac{1}{K} [\tilde{w}_j^1 (+) \tilde{w}_j^2 (+) \dots \dots \dots (+) \tilde{w}_j^K] \quad (3)$$

$$\tilde{x}_{ij} = \frac{1}{K} [\tilde{x}_{ij}^1 (+) \tilde{x}_{ij}^2 (+) \dots \dots \dots (+) \tilde{x}_{ij}^K] \quad (4)$$

Söz konusu ağırlıklar hesaplandıktan sonra ise analizde kullanılacak n sayıda kriterli ve m sayıda seçenekli fuzzy karar matrisi;

$$\tilde{D} = \begin{matrix} & \begin{matrix} C_1 & C_2 & \dots & C_n \end{matrix} \\ \begin{matrix} A_1 \\ A_2 \\ \vdots \\ A_m \end{matrix} & \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \dots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix} \end{matrix}, \quad \tilde{W} = [w_1, w_2, w_3 \dots w_n] \text{ olarak}$$

gösterilmektedir.

Burada $\tilde{D}$ fuzzy karar matrisini, $\tilde{x}_{ij}$ ($\forall i,j$) ve $\tilde{w}_j$ ($j = 1,2,3, \dots n$) dilsel değişkenleri, $\tilde{W}$ ise Fuzzy TOPSIS ağırlıklar matrisini ifade etmektedir. Verilen bu dilsel değişkenler, $\tilde{x}_{ij} = (a_{ij}, b_{ij}, c_{ij})$ ve $\tilde{w}_j = (w_{j1}, w_{j2}, w_{j3})$ olarak üçgen fuzzy sayılara dönüştürülebilmektedir.

Üçgensel fuzzy sayıları, $[0,1]$ arasında bir değer alabilmesi için, normalleştirilmektedir. X'in en az bir elemanı için 1 tam üyelik değerini alan ve normal küme olarak ifade edilen $\tilde{A}$ fuzzy kümesinin normalize edilmiş karar matrisi, R ile gösterilmekte ve

$$R = [r_{ij}]_{m \times n} \text{ şeklinde ifade edilmektedir.} \quad (5)$$

Normalize edilmiş karar matrisinin fayda kriteri kümesi ise B ile ifade edilerek, (6) numaralı formülde görüldüğü şekilde hesaplanmaktadır.

$$r_{ij} = \left(\frac{a_{ij}}{c_j^*}, \frac{b_{ij}}{c_j^*}, \frac{c_{ij}}{c_j^*} \right), \quad j \in B; \quad (6)$$

$$c_j^* = \max_i c_{ij}, \quad j \in B$$

Karar matrisi oluşturulduktan sonra, birbirinden farklı olan karar kriterlerinin önem ağırlıklarının da dikkate alındığı ağırlıklı normalize edilmiş fuzzy karar matrisi oluşturulmakta ve

$$V = [v_{ij}]_{m \times n} \quad i=1, 2, \dots m; j=1, 2, \dots n \text{ şeklinde ifade edilmektedir.} \quad (7)$$

Yukarıdaki ifadede yar alan v_{ij} ise;

$$v_{ij} = r_{ij} \cdot w_j \text{ formülü kullanılarak hesaplanmaktadır.} \quad (8)$$

Ağırlıklı normalize edilmiş fuzzy karar matrisinde yer alan her v_{ij} değeri, normalize edilmiş pozitif üçgen fuzzy sayılarını ifade etmekte ve $[0,1]$ arasında yer almaktadır. Normalize edilmiş bu değerler için fuzzy pozitif ideal çözüm kümesi $A^* = (v_1^* v_2^* v_3^* \dots v_n^*)$ şeklinde ve fuzzy negatif ideal çözüm kümesi $A^- = (v_1^- v_2^- v_3^- \dots v_n^-)$ şeklinde tanımlanmaktadır.

$v_j^*(1,1,1)$; $v_j^-(0,0,0)$ olarak kabul edildiği her bir alternatifin A^* ve A^- 'e olan uzaklıkları ise;

$$d_i^* \sum_{j=1}^n d(v_{ij}, v_j^*) \quad , \quad i = 1, 2, \dots m \quad (9)$$

$$d_i^- \sum_{j=1}^n d(v_{ij}, v_j^-) \quad , \quad i = 1, 2, \dots m \quad (10)$$

formülleri ile hesaplanmaktadır.

Algoritmanın son ayağında, analize dâhil edilmiş olan alternatiflerin bir tercih sırasına konulabilmesi için yakınlık katsayısı hesaplanmalıdır.

$$CC_i = \frac{d_i^-}{d_i^* + d_i^-} \quad (11)$$

formülü ile hesaplanan yakınlık katsayısının 1'e yakın olması beklenmektedir. Bu sayede, söz konusu alternatifin tercih edilme olasılığının daha yüksek olduğu söylenebilir.

Yukarıda algoritması detaylı bir şekilde açıklanan Fuzzy TOPSIS Yönteminin analiz sürecini şu şekilde özetlemek mümkündür (Chen, 2000:6):

1.Aşama: Karar vericilerin bir araya gelerek değerlendirme kriterlerini belirlemesi,

2.Aşama: Karar vericilerin, karar kriterlerini ve alternatifleri dilsel değişkenler kullanarak değerlendirmesi,

3.Aşama: Değerlendirme sonucunda dilsel değişkenlerin, üçgen fuzzy sayılarına çevrilmesi ve karar kriterlerinin önem ağırlıkları ile alternatiflerin kriter değerlerinin hesaplanması,

4.Aşama: Fuzzy karar matrisi ile fuzzy ağırlıklar matrisinin oluşturulması,

5.Aşama: Fuzzy karar matrisinin normalize edilmesi,

6.Aşama: Ağırlıklı fuzzy karar matrisinin oluşturulması,

7.Aşama: Fuzzy pozitif ideal çözüm ve fuzzy negatif ideal çözüm kümelerinin hesaplanması,

8.Aşama: Her alternatifin fuzzy pozitif ve negatif ideal çözüme olan uzaklığının hesaplanması,

9.Aşama: Her alternatifin yakınlık katsayılarının hesaplanmasıyla alternatiflerin sıralanması.

Fuzzy TOPSIS yönteminin kullanılabilmesi için gerekli olan verilerin toplandığı anket uygulamasıyla birlikte, yatırımcıların yatırım kararlarına yönelik genel fikirlerini öğrenmek amacıyla yüz yüze görüşme yöntemi gerçekleştirilmiştir. Görüşme yönteminden elde edilen verilerin analizi ise; içerik analizi aracılığıyla yapılmıştır.

3.3.2.3. Yüz Yüze Görüşme (Mülakat) ve İçerik Analizi

Yapılan araştırmalarda; keşfedilmek, tanımlanmak ya da neden-sonuç ilişkisi yorumlanmak istenen problemler her zaman sayısal yöntemlerle açıklanamayabilmektedir. Aksine; sorunların tanımlanmasında; duygu, düşünce, tepki ya da davranışların rakamlar veya semboller aracılığı ile sayısal hale getirilmesi güç olmaktadır (Erdoğan, 2012). İşte böyle durumlarda; yapılan çalışmalarda daha çok nitel araştırmalar kullanılmaktadır.

En genel haliyle; farklı bilgi parçacıklarından yola çıkarak bütünün oluşturulmasında gerekli olan birincil ya da ikincil verilerin toplanmasına aracılık eden yöntemler (Kozak, 2015) olarak tanımlanan nitel araştırmalar hakkında ortak görüş birliğine varılmış tek bir tanım bulunmamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bununla birlikte; nitel araştırmaları; sosyal olay ve/veya olguları içinde yer aldıkları ortamlarda doğal şekilleriyle gözlemlene, yine olay ve olgular hakkında görüşme yapmak ya da belgeleri değerlendirmek yoluyla bilgi edinme ve bu bilgileri analiz ederek birtakım sonuçlara ulaşma amacıyla yapılan çalışmalar şeklinde açıklamak mümkündür (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016).

Olay ve olguları; bireylerin bakış açısı, gözü ve duyusu ile görmeye imkân sağlayan nitel araştırmalar, bu sayede araştırılan problem ile ilgili kuramlar geliştirilmesine de yardımcı olmaktadır (İslamoğlu ve Alınacak, 2016: 217). Yorumlayıcı ve eleştirel yaklaşımları kapsayan çok zengin bir içeriğe sahip olan nitel araştırmalar için; veri toplama çok farklı yöntemlerle gerçekleştirilmektedir. Bu yöntemler; farklı yazarlarca farklı biçimlerde sınıflandırılmıştır. Yapılan sınıflandırmalar içerisinde öncelikli olarak; görüşme, gözlem, katılımcı gözlem, arşiv-doküman tarama, örnek olay incelemesi, odak grup, senaryo analizi gibi yöntemler gelmektedir (Erdoğan, 2012; Kozak, 2015; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Literatürde gerçekleştirilen çalışmalarda en çok karşılaşılan veri toplama yöntemi ise, Yüz Yüze Görüşme (Mülakat) Yöntemidir.

Yüz yüze görüşme; katılımcılara bir dizi açık uçlu sorunun sorularak belirli bir konu hakkındaki düşünce ya da gözlemlerine yönelik bilgilerin toplanması olarak tanımlanmaktadır. Görüşme akışı karşılıklı soru-yanıt şeklinde olup, görüşme metinleri yazılı ya da sözel ortamda kayıt altına alınmaktadır (Kozak, 2015). Bu açıdan değerlendirildiğinde yüz yüze anket yöntemi aracılığıyla bilgi toplamaya benziyor gibi görünse de; uygulama açısından oldukça farklıdır. Görüşme yönteminde, ankete göre, görüşmecinin rolü çok daha anlamlı ve belirgindir (İslamoğlu ve Alınacak, 2016). Araştırmacının özellikle bu yöntemin teknik inceliklerini bilmesi gerekmektedir. Diğer tüm veri toplama yöntemlerinde uyulması gereken kuralların yanı sıra; araştırmacının soruları sorarken katılımcıları pozitif ya da negatif şekilde yönlendirecek vurgulamalardan, ilave yorumlamalardan, karmaşık soru kalıplarından uzak durulması gerekmektedir (Saldamlı, 2013; Kozak, 2015). Öte yandan; araştırmacı görüşme boyunca gözlem yapmaya dikkat etmelidir. Çünkü; görüşme yapılan katılımcıların tutumları, davranışları, jest ve mimikleri açıklamak istenilmeyen bilgi olup olmadığı konusunda ipucu verir. Böyle bir durumla karşılaşılması halinde; bu gözlem yeteneği sayesinde; araştırmacı, soru sorma tekniğini değiştirerek yeni ürettiği sorularla örtülmek istenen bilgiye de ulaşma fırsatını yakalamaktadır (İslamoğlu ve Alınacak, 2016).

Yüz yüze görüşmeler, üç farklı şekilde oluşturulan soru formları aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. *Yapılandırılmış soru formlarında*; katılımcılara sabit ve kapalı

uçlu sorular sorulmaktadır. Araştırma soruları önceden katı bir şekilde belirlenerek belli bir çerçeve çizilir ve bu çerçevenin dışına çıkılmasına izin verilmez. *Yapılandırılmamış mülakat sorularında* ise; açık uçlu olarak da nitelenen ve deneğin anlamlandırılmasına izin veren sorular kullanılmaktadır. Soru sayısı, içeriği ve sırası sabit olmayıp, ortama, kişiye ya da zamana göre değişiklik yapılabilmektedir. *Yarı yapılandırılmış soru formu*; yapılandırılmamış soru formunun bir başka şeklidir. Bu soru formu düzeninde; belli bir soru kalıbı olmakla birlikte katılımcıların cevabına göre farklı sorular da sorulmaktadır. Yarı yapılandırılmış ya da yapılandırılmamış soru formlarının diğerlerine göre avantajlı olduğu nokta; araştırma sorularının görüşme esnasında çeşitlenerek, daha önce araştırmacının aklına gelmemiş noktaları hatırlatma imkânı yaratmasıdır (Erdoğan, 2012; Saldamlı, 2013; Kozak, 2015).

Nitel araştırmalarda elde edilen verilerin analizinde önemli olan konu, verilerin ve kuramsal bilginin karşılıklı etkileşimi olduğu için her ikisinin de bu süreçte rol sahibi olmasıdır. Şöyle ki; kuramsal bilgiye dayandırılmadan verilerin sınıflandırılması mümkün olmayacağı gibi, verilere de sadece kuramsal bilgi gözüyle bakılması, verinin önemini ortadan kaldırmaktadır. Diğer bir deyişle, araştırmacı kuramsal bilgi ışığında görmek istediğini görmekten uzak durarak verilerin de kendi içinde konuşmasına izin verebilir (Kozak, 2015). Bununla birlikte; gerçeklerin bireylere ve içinde bulunan ortama göre sürekli bir değişme içinde olduğunu ve araştırmanın benzer gruplarda tekrarlanmasının aynı sonuçlara ulaşmayı mümkün kılmayabileceğini en baştan kabul etmek de veri analizinde dikkate alınan temel ilkelerden biridir. Çünkü insanın özü gereği davranışları da durağan değildir ve sürekli değişen karmaşık bir özelliği bulunmaktadır. Bu nedenle; kullanılan yöntem ne olursa olsun sosyal olaylarla ilgili bir araştırmanın aynen tekrarı mümkün olmamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bu noktalar dikkate alındığında; nitel çalışmalarda güvenilirlik ve geçerliliğin nicel araştırmalardan farklı şekilde gerçekleştirildiğini vurgulamak yerinde olacaktır.

Nitel araştırmalarda güvenilirlik ve geçerlilik kavramları yerine inanılrlık, sonuçların doğruluğu ve araştırmacının yetkinliği gibi kavramlar ön plana çıkmaktadır. Nitel araştırmaların güvenilirliğini sağlanmasındaki temel ölçütler arasında; araştırmanın kiminle, kaç kişi ile, kaç soru ile ne zaman ve nerede

gerçekleştirildiği gelmektedir (Whittemore vd., 2001; Erdoğan, 2012; Kozak, 2015). Ayrıca; elde edilen bilginin güvenilirliğini sağlamadaki bir başka nokta da; araştırmacının bizzat kendisinin veri toplama aşamasına dâhil olması ve notlarını kendisinin tutmasıdır (Kozak, 2015).

Doğru bilgiye ulaşma konusunda gereken önlemlerin alınması (yani “geçerlilik”) ve araştırma süreci ile verilerin açık ve ayrıntılı bir biçimde, yani bir başka araştırmacının değerlendirmesine olanak verecek biçimde tanımlanması (yani “güvenilirlik”), nitel araştırmacının karşılaşması gereken önemli beklentilerdir. Geçerliliğin, güvenilirliği önemli ölçüde güvence altına aldığı düşünüldüğünde; geçerliliğe verilen önem, aynı zamanda güvenilirliği sağlamaya yönelik alınmış bir önlem olarak algılanmalıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2016:285). Bu nedenle; nitel araştırmalarda güvenilirliği artırabilmek adına üye kontrol yöntemi uygulanmaktadır. Bu yöntem sayesinde, çalışmayı yapan kişi tarafından bütün bilgiler kayıt altına alınmakta ve yazılı hale getirildikten sonra görüşmenin yapıldığı kişiler tarafından okunarak doğruluğu onaylanmaktadır (Erdoğan, 2012).

Güvenilirliğin ölçülmesinden sonra; nitel araştırmalarda elde edilen veriler içerik analizi, gömülü teori, söylem analizi, fenomenoloji ve göstergebilim gibi yöntemlerle analiz edilmektedir. Yüz yüze görüşme ile elde edilen verilerin ise, en çok içerik analiz yöntemleri ile analiz edildiği görülmektedir.

İçerik Analizi; yazılı metinlerin, görsellerin ya da söylemlerin içeriğine bakarak en çok ya da en az hangi kavramlara, olaylara ve düşüncelere vurgu yapıldığının belirlenmesi ve bir sonuca varılması olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 2015). İçerik analizinde temel amaç; toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2016:242). Bu amaca ulaşmak için de içerik analizinin odağında; birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve kodlamalar çerçevesinde bir araya getirerek bunları okuyucunun anlayabileceği bir biçimde düzenleyip yorumlamak yer almaktadır (Kıncal, 2015:191). Kavramların düzenlenebilmesi için ise; belli paket programlardan da yardım alarak, elde edilen bilgilerde yer alan betimlemeler tekrarlanma sıklıklarına göre kodlanarak, olay ya da

davranışlar ile ilgili vurgu yoğunluğu belirlenmekte ve yorumlamalar buna göre yapılmaktadır (Kozak; 2015).

İçerik analizinde görüşme, gözlem veya dokümanlar yoluyla elde edilen nitel araştırma verileri, dört aşamada analiz edilmektedir. İlk önce veriler kodlanmakta, daha sonra verilerin gruplandırılacağı ana temalar belirlenmekte, belirlenen bu kodlar ve temalar düzenlenmekte, son aşamada da bu kodlara göre bulgular tanımlanıp yorumlanarak araştırma raporu yazılmaktadır (Kıncal, 2015:192).

Araştırmanın sonuç bölümünde ise; her iki veri analizinde ortaya çıkan bulgular birbiriyle karşılaştırılarak ilişkisel bir bakış açısıyla değerlendirilmiştir. Böylece arz-talep dengesinin yatırım kararlarını ne ölçüde etkilediğine ilişkin sonuç ve öneriler geliştirilebilmiştir. Ayrıca; yatırımcıların yatırım kararlarını alırken fizibilite çalışması kapsamına giren faktörleri ne ölçüde dikkate aldıklarına yönelik de sonuçlar çıkartılmış, İstanbul'un talebin yoğunlaştığı yerler ile yatırım için seçilen kuruluş yerinin ne kadar örtüştüğü değerlendirilmiş ve İstanbul'un 4 ve 5 yıldızlı otel yatırımlarına gerçekten ihtiyaç duyup duymadığına yönelik yorumlama yapılmıştır.

3.3. Araştırma Bulguları

Bu bölümde; araştırmanın kapsamı doğrultusunda yapılan turizm talebi tahminlemesine ve yatırım bölgesi seçimine yönelik nicel ile yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik nitel analizlerin bulgularına yer verilmiştir. Bunlar; tahminlemeye yönelik, yatırım bölgesi tercihinine yönelik ve yüz yüze görüşmeye yönelik bulgular olup aşağıdaki şekilde özetlenmiştir.

3.3.1. Tahminlemeye Yönelik Bulgular

Turizm talebine ilişkin verilerin dalgalı bir düzende seyretmesi ve hem iç hem de dış öngörülemeyen ve kontrol edilemeyen birçok faktörden etkileniyor olması nedeniyle; sistematik bir tahmin oluşturulamamıştır. Bu nedenle veriler; eğri uydurma yöntemi aracılığıyla matematiksel bir polinom fonksiyonuna dönüştürülerek test edilmiş ve en uygun polinom derecesine sahip fonksiyon kullanılarak önümüzdeki dört yıla ilişkin (2020-21-22-23) her bir yatırım bölgesi için ayrı ayrı tahminlemeler ve İstanbul geneline ait toplam bir tahminleme yapılmıştır.

MATLAB R2018a paket programı aracılığı ile yapılan uygulama esnasında ilk önce; 1996-2019 yılları arasındaki gelen turist sayısı veri olarak kullanılmış ve oluşturulan veri setlerinin grafiği çizilmiştir. Bu grafiklerde yer alan her giriş arasındaki eğri, MATLAB R2018a programında grafik çizim aracı tarafından doldurulan lineer doğrulardan oluşmaktadır.

Her bir bölgeye ait veri setiyle oluşturulan fonksiyonlar, yine MATLAB R2018a paket programında yer alan, Curve Fitting Tool aracılığı ile eğri uydurma işlemine tabi tutulmuş ve her bir veri setinin 9 dereceye kadar kullanılabilecek olası uyumlu eğri fonksiyonları (regresyon polinomları) belirlenmiştir. Bu işlem yapılırken ise; giriş verisi olarak 1996-2019 yılları yazılmış, çıkış verisi olarak da belirtilen yıllarda gelen turist sayısı kullanılmıştır. Daha sonra her bir derecenin, en küçük hata kareleri toplamı değerleri ve oluşturdukları polinom eğrilerinin gerçek fonksiyon eğrisine uyumları kontrol edilmiş; her bir veri seti için en uygun eğrinin dördüncü dereceden polinom eğrisi olduğuna karar verilmiştir.

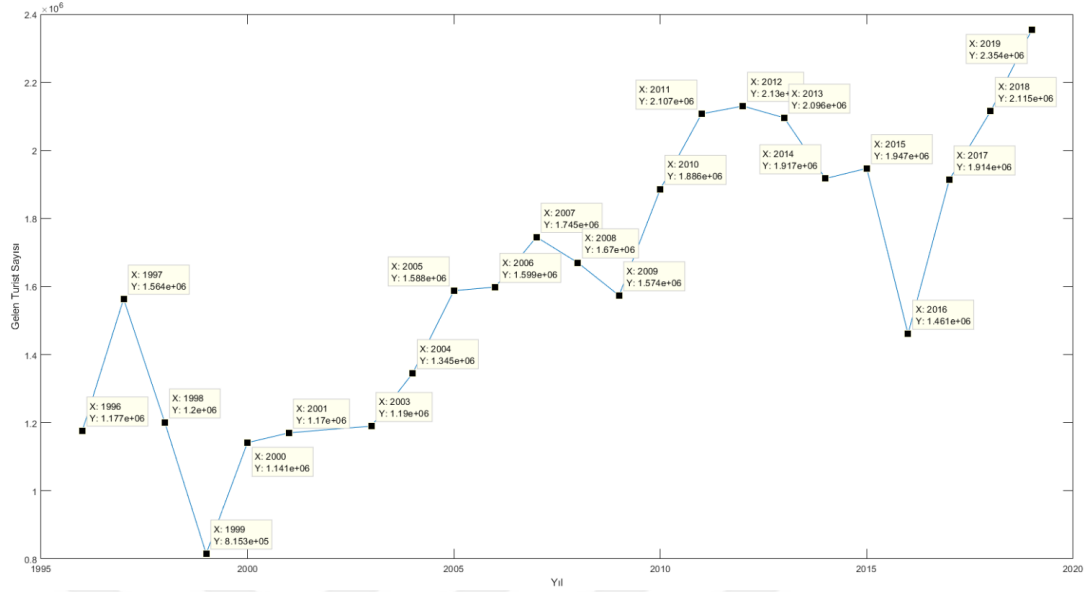
Fonksiyon polinom dereceleri de belirlendikten sonra; her bir veri setinin 2020-2023 yılları arasındaki turizm talebini tahminleyecek şekilde uydurulmuş eğrileri (regresyon polinomları) oluşturulmuş ve yapılan hesaplamalar sonucunda istenen yılların tahmini verilerine ulaşılmıştır. Bütün bu çalışmalar, her bir yatırım bölgesi için tekrarlanmış olup, sonuçlar aşağıdaki şekilde belirtilmiştir.

3.3.1.1. Tarihi Yarımada Bölgesi İçin Bulgular

İlk olarak; 1996-2019 yılları arasında tarihi yarımada bölgesine gelen turistlerin sayıları kullanılarak, Tablo 16'da gösterilen veri seti oluşturulmuştur. Daha sonra bu veri setinin grafiği çizilmiştir. Çizilen grafik ise; Şekil 2'de gösterildiği gibidir.

Tablo 16: 1996-2019 Yılları Arasında Tarihi Yarımadaya Gelen Turist Sayısı

Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1. Bölge: Tarihi Yarımada	1.176.532	1.563.735	1.200.193	815.288	1.141.453	1.170.123	1.180.354	1.189.811	1.344.883	1.587.867	1.598.505	1.745.279
Yıllar	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1. Bölge: Tarihi Yarımada	1.670.231	1.573.760	1.886.251	2.107.231	2.130.045	2.095.566	1.917.260	1.946.975	1.460.798	1.913.695	2.114.879	2.354.110



Şekil 2: Tarihi Yarımada Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği

Daha sonra bu veriler kullanılarak, eğri uydurma işlemi uyarınca, bu grafiğin regresyon polinomları oluşturulmuştur. Dokuzuncu dereceye kadar oluşturulan bu polinom fonksiyonları arasından en uyumlu sonuçları veren eğrinin dördüncü dereceden fonksiyon polinomu olduğuna karar verilmiştir. Seçilen polinomun uyum iyiliği ölçümleri (Goodness of Fit) ise Tablo 17’de gösterildiği şekildedir.

Tablo 17: Tarihi Yarımada Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Değerleri	EKK	R ²	Düz. R ²	RMSE
Tarihi Yarımada	7,44.10 ¹¹	0,8050	0,7639	1,98.10 ⁵

EKK: En Küçük Kareler Toplamı (en küçük hata farklarının karelerinin toplamı)

R²: Regresyon katsayısı (tahmini verilerin gerçek verileri ne kadar yansıttığı)

Düz. R²: R² değerlerinin örneklem büyüklüğü ile yeniden hesaplanmış halidir ve her zaman R²’den küçük olmaktadır.

RMSE: Hata Kareleri Toplamı Kökü demektir ve ölçüm değerleri ile model tahminleri arasındaki hata oranını belirlemek için kullanılır. RMSE değerinin sıfır olması, oluşturulan modelin mükemmel olması demektir.

Tablo 17’de yer alan; EKK ve RMSE değerleri ne kadar küçük, Düz. R² değeri ne kadar yüksek ise; gerçek değerlere o kadar uyumlu bir model oluşturulduğu anlamına gelmektedir. Bu uyum testinden sonra, seçilen dördüncü dereceden polinom fonksiyonu;

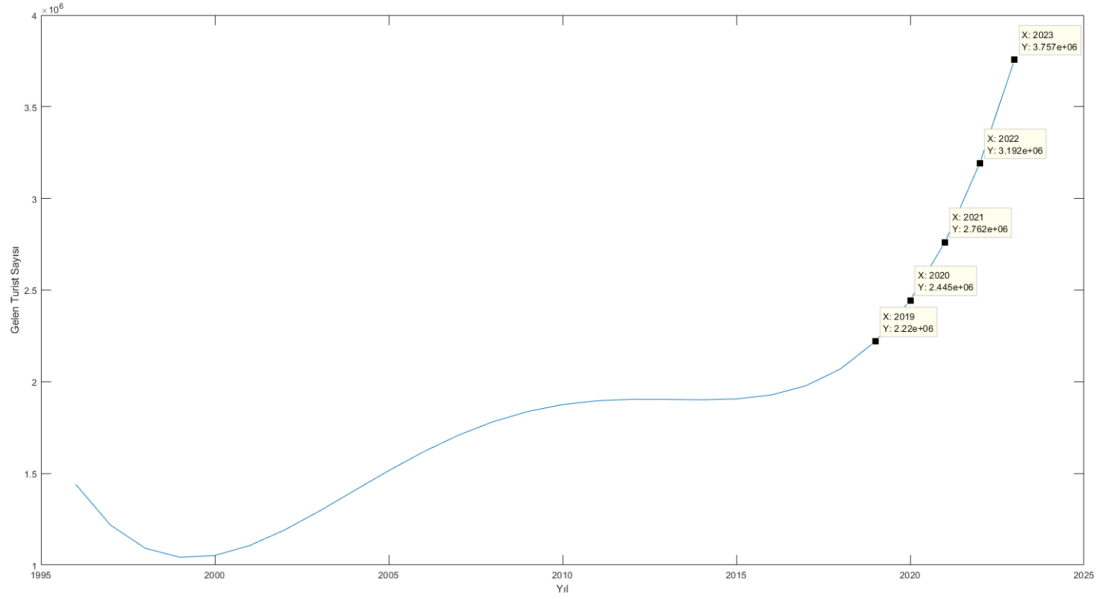
$$F_{TAY}(x) = p_1x^4 + p_2x^3 + p_3x^2 + p_4x + p_5$$

şeklinde modellenmiş olup; fonksiyonda yer alan katsayılar hesaplanmış ve Tablo 18’de gösterilmiştir. Hesaplanan katsayılar; x yerine yıllar konulduğu zaman gelen turist sayısının belirlenmesi için kullanılmaktadır.

Tablo 18: Tarihi Yarımada Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları

Fonksiyon Katsayıları	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅
Tarihi Yarımada	70,92	$(-5,70).10^5$	$1,72.10^9$	$(-2,30).10^9$	$1,15.10^{15}$

Polinom fonksiyonu belirlendikten sonra ise; x değeri yerine sırayla 2020, 2021, 2022 ve 2023 değerleri yazılarak; Tarihi Yarımada bölgesi için 2020-2023 yıllarına yönelik turist sayısı tahminlemeleri yapılmıştır. Tahminlemelerin sonuçları Şekil 3’te gösterildiği gibidir.



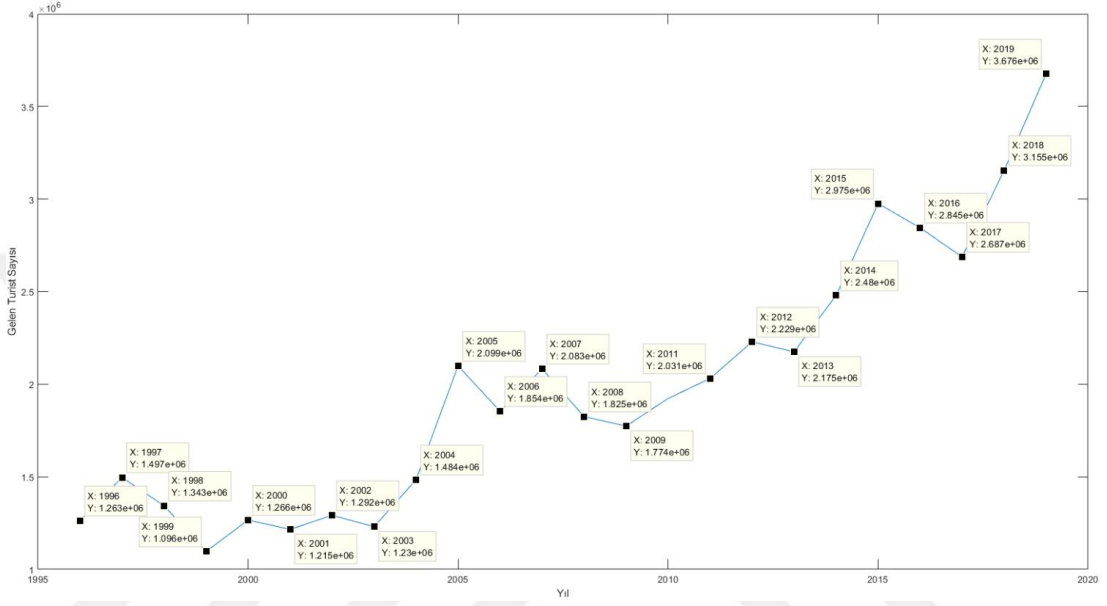
Şekil 3: 2020-2023 Yılları Arasında Tarihi Yarımada Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri

3.3.1.2. Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesi İçin Bulgular

İlk olarak; 1996-2019 yılları arasında Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesine gelen turistlerin sayıları kullanılarak, Tablo 19’da gösterilen veri seti oluşturulmuştur. Daha sonra bu veri setinin grafiği çizilmiştir. Çizilen grafik ise; Şekil 4’te gösterildiği gibidir.

Tablo 19: 1996-2019 Yılları Arasında Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesine Gelen Turist Sayısı

Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
2. Bölge: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli	1.262.952	1.496.670	1.343.423	1.096.243	1.266.181	1.215.232	1.291.947	1.229.957	1.484.349	2.098.742	1.853.816	2.083.049
Yıllar	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
2. Bölge: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli	1.824.759	1.773.560	1.922.719	2.031.082	2.228.600	2.174.552	2.479.565	2.975.338	2.844.774	2.686.864	3.155.112	3.675.887

**Şekil 4:** Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği

Daha sonra bu veriler kullanılarak, eğri uydurma işlemi uyarınca, bu grafiğin regresyon polinomları oluşturulmuştur. Dokuzuncu dereceye kadar oluşturulan bu polinom fonksiyonları arasından en uyumlu sonuçları veren eğrinin dördüncü dereceden fonksiyon polinomu olduğuna karar verilmiştir. Seçilen polinomun uyum iyiliği ölçümleri (Goodness of Fit) ise Tablo 20’de gösterildiği şekildedir.

Tablo 20: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Değerleri	EKK	R ²	Düz. R ²	RMSE
Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli	8,24.10 ¹¹	0,9268	0,9114	2,08.10 ⁵

EKK: En Küçük Kareler Toplamı (en küçük hata farklarının karelerinin toplamı)

R²: Regresyon katsayısı (tahmini verilerin gerçek verileri ne kadar yansıttığı)

Düz. R²: R² değerlerinin örneklem büyüklüğü ile yeniden hesaplanmış halidir ve her zaman R²’den küçük olmaktadır.

RMSE: Hata Kareleri Toplamı Kökü demektir ve ölçüm değerleri ile model tahminleri arasındaki hata oranını belirlemek için kullanılır. RMSE değerinin sıfır olması, oluşturulan modelin mükemmel olması demektir.

Tabloda yer alan; EKK ve RMSE değerleri ne kadar küçük, Düz. R² değeri ne kadar yüksek ise; gerçek değerlere o kadar uyumlu bir model oluşturulduğu anlamına

gelmektedir. Bu uyum testinden sonra, seçilen dördüncü dereceden polinom fonksiyonu;

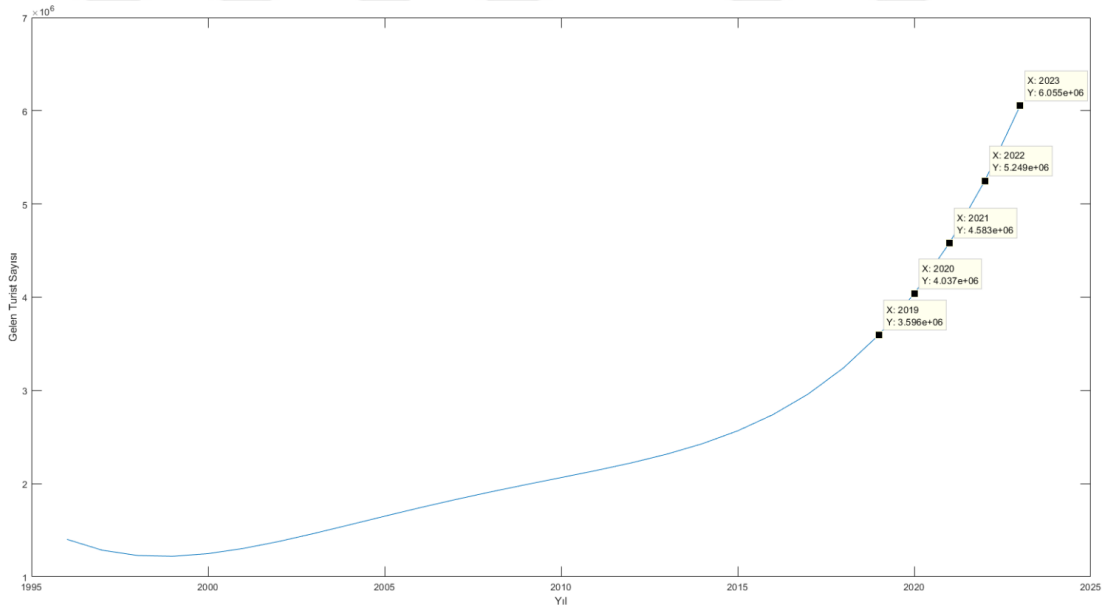
$$F_{BBŞ}(x) = p_1x^4 + p_2x^3 + p_3x^2 + p_4x + p_5$$

şeklinde modellenmiş olup; fonksiyonda yer alan katsayılar hesaplanmış ve Tablo 21’de gösterilmiştir. Hesaplanan katsayılar; x yerine yıllar konulduğu zaman gelen turist sayısının belirlenmesi için kullanılmaktadır.

Tablo 21: Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları

Fonksiyon Katsayıları	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅
Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli	1,35.10 ⁵	3,50.10 ⁴	(-1,18).10 ⁵	5,81.10 ⁵	1,87.10 ⁶

Polinom fonksiyonu belirlendikten sonra ise; x değeri yerine sırayla 2020, 2021, 2022 ve 2023 değerleri yazılarak; Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesi için 2020-2023 yıllarına yönelik turist sayısı tahminlemeleri yapılmıştır. Tahminlemelerin sonuçları Şekil 5’te gösterildiği gibidir.



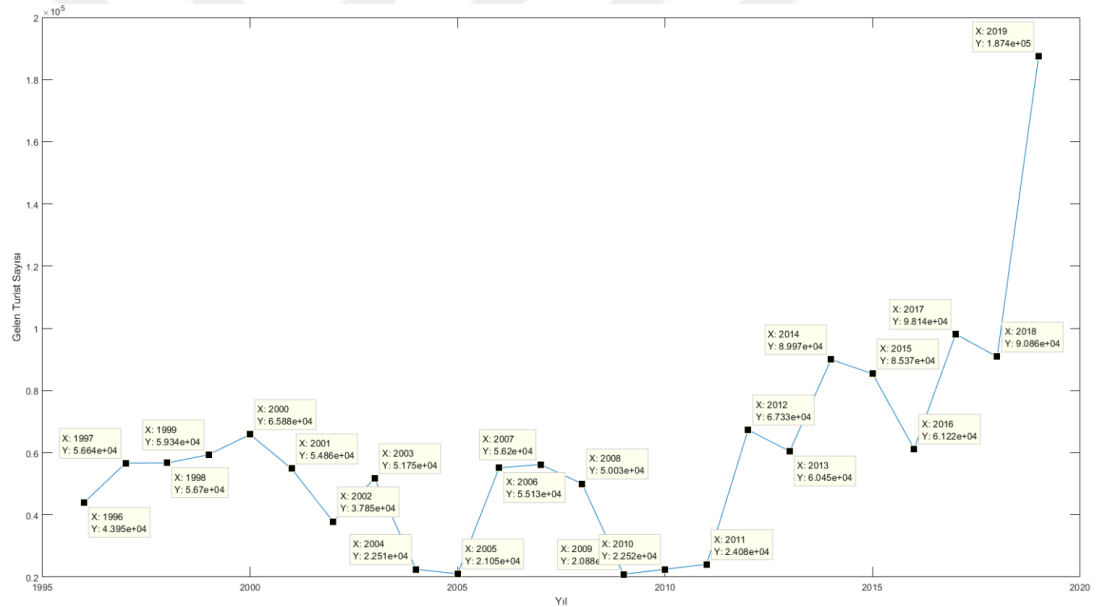
Şekil 5: 2020-2023 Yılları Arasında Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri

3.3.1.3. Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesi İçin Bulgular

İlk olarak; 1996-2019 yılları arasında Sarıyer-Maslak-Levent bölgesine gelen turistlerin sayıları kullanılarak, Tablo 22’de gösterilen veri seti oluşturulmuştur. Daha sonra bu veri setinin grafiği çizilmiştir. Çizilen grafik ise; Şekil 6’da gösterildiği gibidir.

Tablo 22: 1996-2019 Yılları Arasında Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesine Gelen Turist Sayısı

Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
3. Bölge: Sarıyer-Maslak-Levent	43.951	56.644	56.700	59.339	65.877	54.856	37.850	51.745	22.510	21.049	55.127	56.204
Yıllar	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
3. Bölge: Sarıyer-Maslak-Levent	50.030	20.880	22.515	24.075	67.328	60.448	89.971	85.365	61.215	98.135	90.855	187.407



Şekil 6: Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği

Daha sonra bu veriler kullanılarak, eğri uydurma işlemi uyarınca, bu grafiğin regresyon polinomları oluşturulmuştur. Dokuzuncu dereceye kadar oluşturulan bu polinom fonksiyonları arasından en uyumlu sonuçları veren eğrinin dördüncü dereceden fonksiyon polinomu olduğuna karar verilmiştir. Seçilen polinomun uyum iyiliği ölçümleri (Goodness of Fit) ise Tablo 23’te gösterildiği şekildedir.

Tablo 23: Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiği Değerleri

Uyum İyiği Değerleri	EKK	R ²	Düz. R ²	RMSE
Sarıyer-Maslak-Levent	7,66.10 ⁹	0,7305	0,6738	2,01.10 ⁴

EKK: En Küçük Kareler Toplamı (en küçük hata farklarının karelerinin toplamı)

R²: Regresyon katsayısı (tahmini verilerin gerçek verileri ne kadar yansıttığı)

Düz. R²: R² değerlerinin örneklem büyüklüğü ile yeniden hesaplanmış halidir ve her zaman R²'den küçük olmaktadır.

RMSE: Hata Kareleri Toplamı Kökü demektir ve ölçüm değerleri ile model tahminleri arasındaki hata oranını belirlemek için kullanılır. RMSE değerinin sıfır olması, oluşturulan modelin mükemmel olması demektir.

Tabloda yer alan; EKK ve RMSE değerleri ne kadar küçük, Düz. R² değeri ne kadar yüksek ise; gerçek değerlere o kadar uyumlu bir model oluşturulduğu anlamına gelmektedir. Bu uyum testinden sonra, seçilen dördüncü dereceden polinom fonksiyonu;

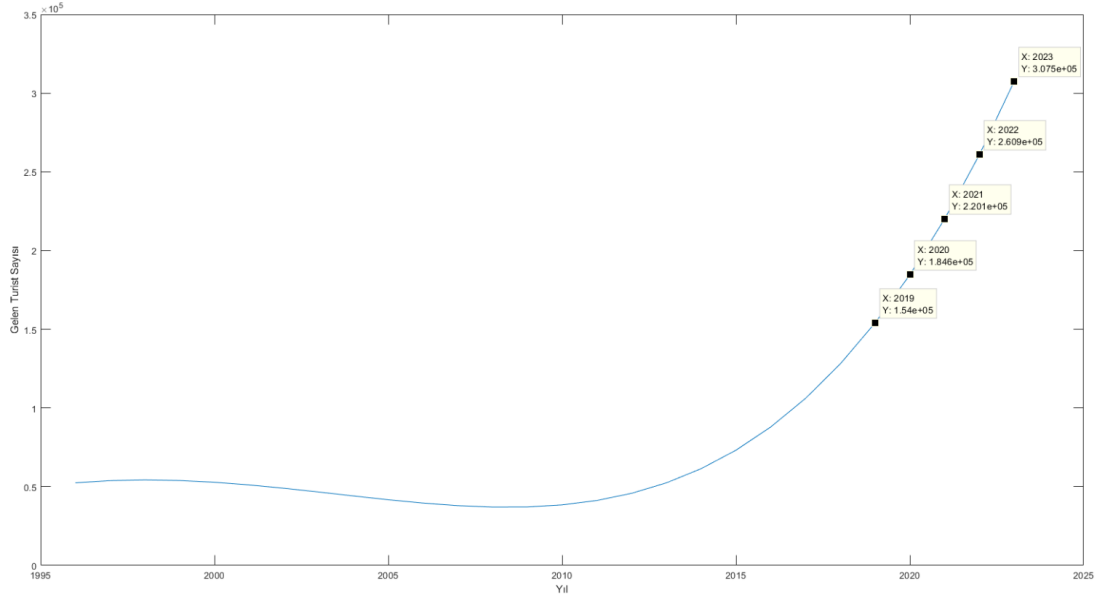
$$F_{SML}(x) = p_1x^4 + p_2x^3 + p_3x^2 + p_4x + p_5$$

şeklinde modellenmiş olup; fonksiyonda yer alan katsayılar hesaplanmış ve Tablo 24'te gösterilmiştir. Hesaplanan katsayılar; x yerine yıllar konulduğu zaman gelen turist sayısının belirlenmesi için kullanılmaktadır.

Tablo 24: Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları

Fonksiyon Katsayıları	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅
Sarıyer-Maslak-Levent	0,5643	(-4,49).10 ³	1,34.10 ⁷	(-1,77).10 ¹⁰	(8,84).10 ¹²

Polinom fonksiyonu belirlendikten sonra ise; x değeri yerine sırayla 2020, 2021, 2022 ve 2023 değerleri yazılarak; Sarıyer-Maslak-Levent bölgesi için 2020-2023 yıllarına yönelik turist sayısı tahminlemeleri yapılmıştır. Tahminlemelerin sonuçları Şekil 7'de gösterildiği gibidir.



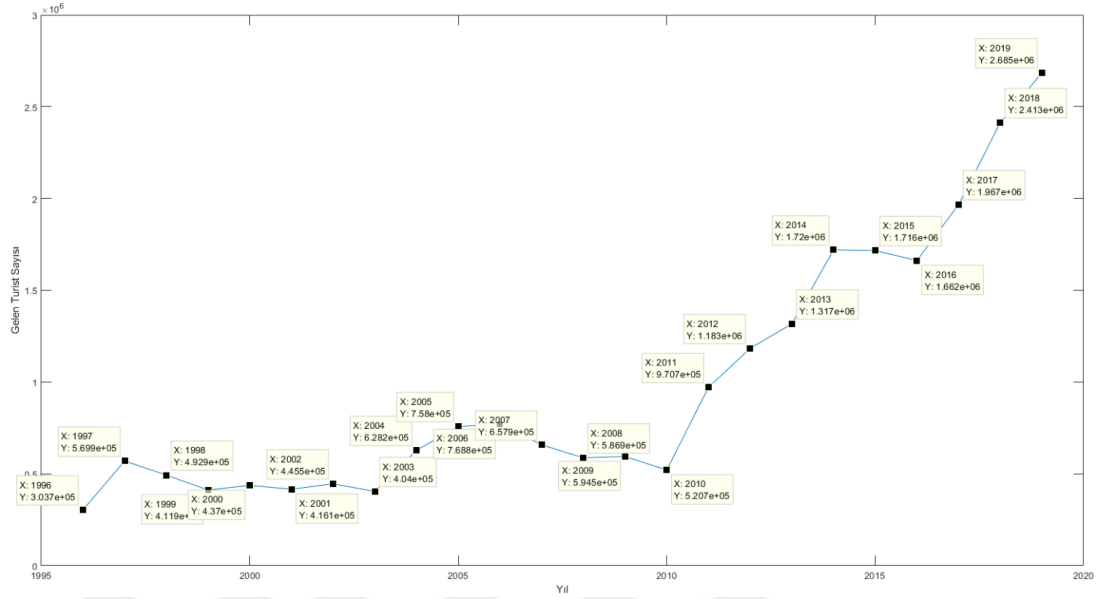
Şekil 7: 2020-2023 Yılları Arasında Sarıyer-Maslak-Levent Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri

3.3.1.4. Atatürk Havalimanı Bölgesi İçin Bulgular

İlk olarak; 1996-2019 yılları arasında Atatürk Havalimanı bölgesine gelen turistlerin sayıları kullanılarak, Tablo 25'te gösterilen veri seti oluşturulmuştur. Daha sonra bu veri setinin grafiği çizilmiştir. Çizilen grafik ise; Şekil 8'de gösterildiği gibidir.

Tablo 25: 1996-2019 Yılları Arasında Havalimanı Bölgesine Gelen Turist Sayısı

Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
4. Bölge: Atatürk Havalimanı Bölgesi	303.732	569.948	492.897	411.922	436.999	416.104	445.453	404.040	628.172	757.987	768.842	657.862
Yıllar	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
4. Bölge: Atatürk Havalimanı Bölgesi	586.869	594.505	520.716	970.714	1.183.233	1.317.085	1.720.059	1.716.304	1.662.179	1.967.048	2.413.106	2.685.451



Şekil 8: Havalimanı Bölgesine Gelen Turist Verilerinin Grafiği

Daha sonra bu veriler kullanılarak, eğri uydurma işlemi uyarınca, bu grafiğin regresyon polinomları oluşturulmuştur. Dokuzuncu dereceye kadar oluşturulan bu polinom fonksiyonları arasından en uyumlu sonuçları veren eğrinin dördüncü dereceden fonksiyon polinomu olduğuna karar verilmiştir. Seçilen polinomun uyum iyiliği ölçümleri (Goodness of Fit) ise; Tablo 26’da gösterildiği gibidir.

Tablo 26: Atatürk Havalimanı Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Değerleri	EKK	R ²	Düz. R ²	RMSE
Atatürk Havalimanı Bölgesi	4,53.10 ¹¹	0,9584	0,9497	1,54.10 ⁵

EKK: En Küçük Kareler Toplamı (en küçük hata farklarının karelerinin toplamı)

R²: Regresyon katsayısı (tahmini verilerin gerçek verileri ne kadar yansıttığı)

Düz. R²: R² değerlerinin örneklem büyüklüğü ile yeniden hesaplanmış halidir ve her zaman R²’den küçük olmaktadır.

RMSE: Hata Kareleri Toplamı Kökü demektir ve ölçüm değerleri ile model tahminleri arasındaki hata oranını belirlemek için kullanılır. RMSE değerinin sıfır olması, oluşturulan modelin mükemmel olması demektir.

Tabloda yer alan; EKK ve RMSE değerleri ne kadar küçük, Düz. R² değeri ne kadar yüksek ise; gerçek değerlere o kadar uyumlu bir model oluşturulduğu anlamına gelmektedir. Bu uyum testinden sonra, seçilen dördüncü dereceden polinom fonksiyonu;

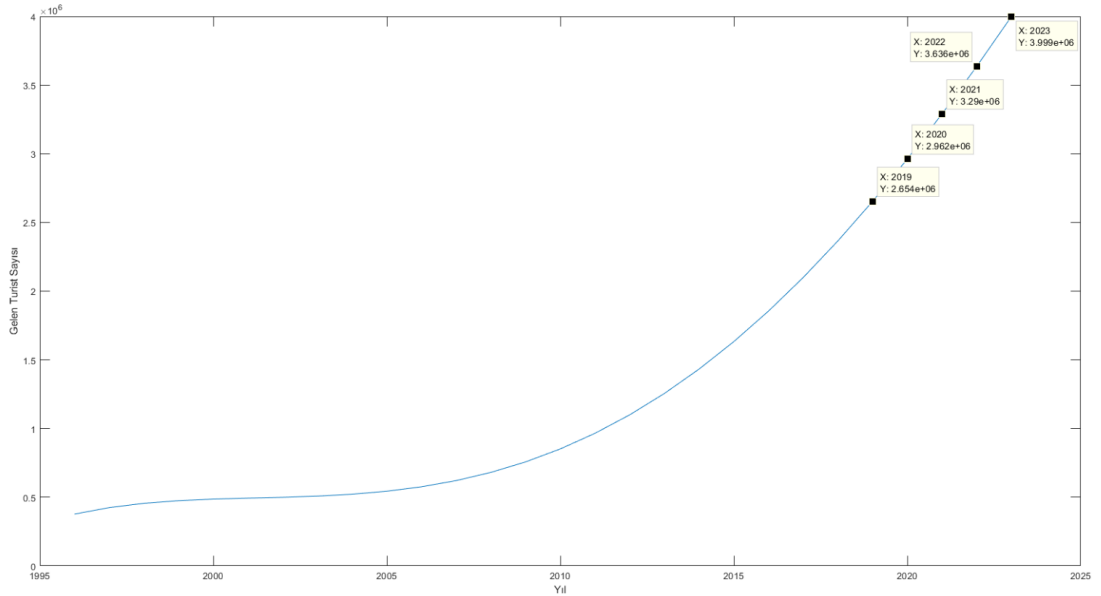
$$F_{HVL}(x) = p_1x^4 + p_2x^3 + p_3x^2 + p_4x + p_5$$

şeklinde modellenmiş olup; fonksiyonda yer alan katsayılar hesaplanmış ve Tablo 27’de gösterilmiştir. Hesaplanan katsayılar; x yerine yıllar konulduğu zaman gelen turist sayısının belirlenmesi için kullanılmaktadır.

Tablo 27: Atatürk Havalimanı Bölgesi İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları

Fonksiyon Katsayıları	P ₁	P ₂	P ₃	P ₄	P ₅
Atatürk Havalimanı Bölgesi	-9,83	7,92.10 ⁴	(-2,39).10 ⁸	3,21.10 ¹¹	(-1,62).10 ¹⁴

Polinom fonksiyonu belirlendikten sonra ise; x değeri yerine sırayla 2020, 2021, 2022 ve 2023 değerleri yazılarak; Havalimanı bölgesi için 2020-2023 yıllarına yönelik turist sayısı tahminlemeleri yapılmıştır. Tahminlemelerin sonuçları Şekil 9’da gösterildiği gibidir.



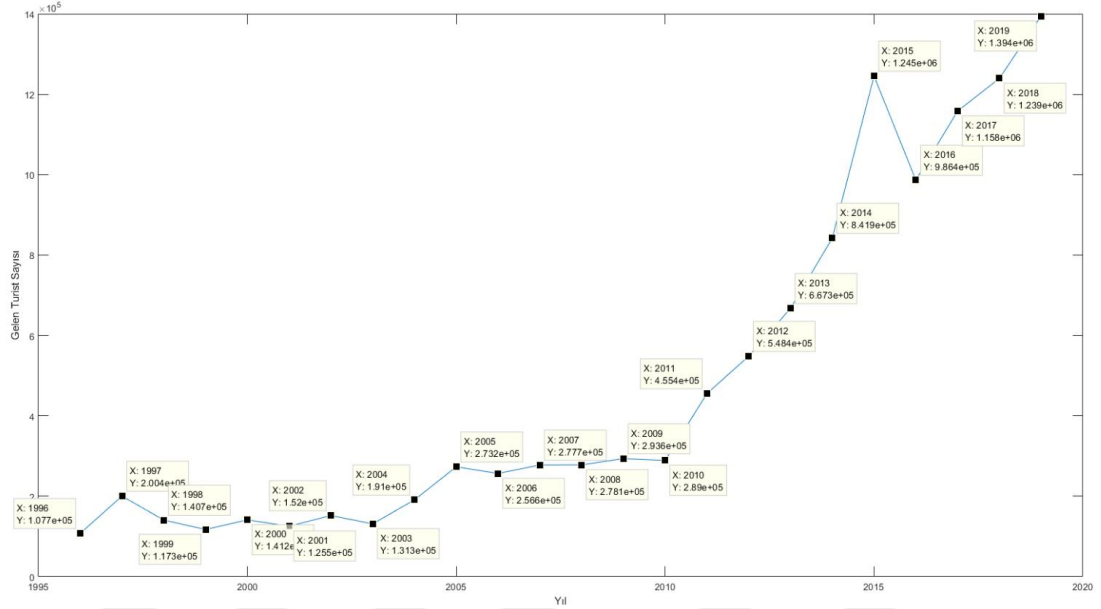
Şekil 9: 2020-2023 Yılları Arasında Havalimanı Bölgesine Gelecek Turist Sayısı Tahminleri

3.3.1.5. Anadolu Yakası İçin Bulgular

İlk olarak; 1996-2019 yılları arasında Anadolu Yakasına gelen turistlerin sayıları kullanılarak, Tablo 28’de gösterilen veri seti oluşturulmuştur. Daha sonra bu veri setinin grafiği çizilmiştir. Çizilen grafik ise; Şekil 10’daki gibi gösterilmiştir.

Tablo 28: 1996-2019 Yılları Arasında Anadolu Yakasına Gelen Turist Sayısı

Yıllar	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
5. Bölge: Anadolu Yakası	107.702	200.428	140.729	117.303	141.234	125.477	152.022	131.291	190.975	273.238	256.632	277.679
Yıllar	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
5. Bölge: Anadolu Yakası	278.089	293.607	289.008	455.443	548.372	667.318	841.867	1.245.389	986.433	1.158.183	1.239.492	1.394.315

**Şekil 10: Anadolu Yakasına Gelen Turist Verilerinin Grafiği**

Daha sonra bu veriler kullanılarak, eğri uydurma işlemi uyarınca, bu grafiğin regresyon polinomları oluşturulmuştur. Dokuzuncu dereceye kadar oluşturulan bu polinom fonksiyonları arasından en uyumlu sonuçları veren eğrinin dördüncü dereceden fonksiyon polinomu olduğuna karar verilmiştir. Seçilen polinomun uyum iyiliği ölçümleri (Goodness of Fit) ise Tablo 29’da gösterildiği şekildedir.

Tablo 29: Anadolu Yakası İçin Oluşturulan 4. Derece Polinomun Uyum İyiliği Değerleri

Uyum İyiliği Değerleri	EKK	R ²	Düz. R ²	RMSE
Anadolu Yakası	1,52.10 ¹¹	0,9632	0,9555	8,96.10 ⁴

EKK: En Küçük Kareler Toplamı (en küçük hata farklarının karelerinin toplamı)

R²: Regresyon katsayısı (tahmini verilerin gerçek verileri ne kadar yansıttığı)

Düz. R²: R² değerlerinin örneklem büyüklüğü ile yeniden hesaplanmış halidir ve her zaman R²’den küçük olmaktadır.

RMSE: Hata Kareleri Toplamı Kökü demektir ve ölçüm değerleri ile model tahminleri arasındaki hata oranını belirlemek için kullanılır. RMSE değerinin sıfır olması, oluşturulan modelin mükemmel olması demektir.

Tabloda yer alan; EKK ve RMSE değerleri ne kadar küçük, Düz. R² değeri ne kadar yüksek ise; gerçek değerlere o kadar uyumlu bir model oluşturulduğu anlamına

gelmektedir. Bu uyum testinden sonra, seçilen dördüncü dereceden polinom fonksiyonu;

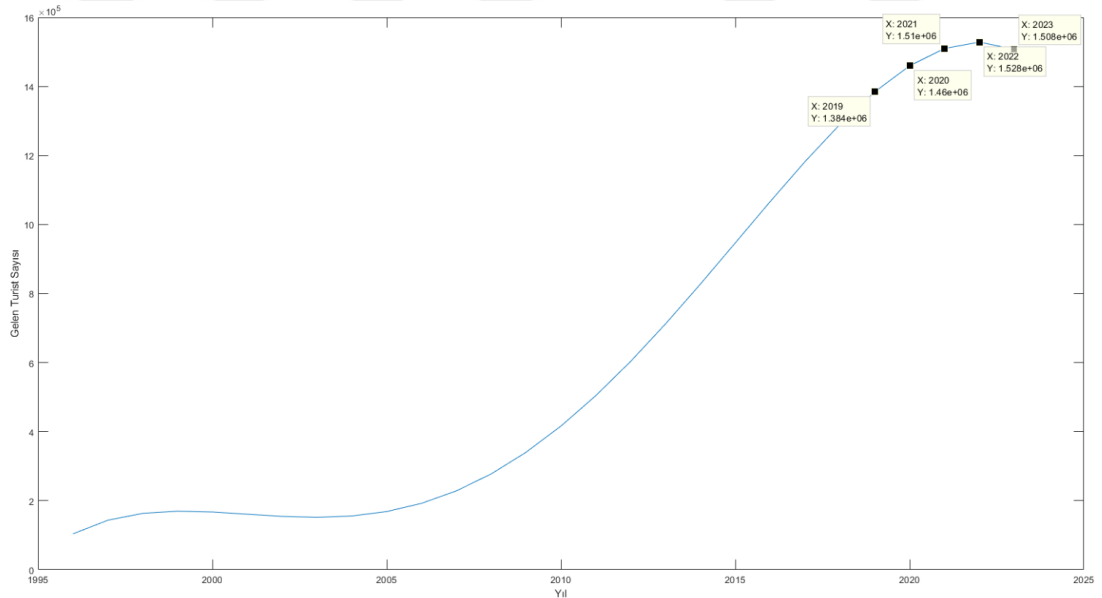
$$F_{AND}(x) = p_1x^4 + p_2x^3 + p_3x^2 + p_4x + p_5$$

şeklinde modellenmiş olup; fonksiyonda yer alan katsayılar hesaplanmış ve Tablo 30’da gösterilmiştir. Hesaplanan katsayılar; x yerine yıllar konulduğu zaman gelen turist sayısının belirlenmesi için kullanılmaktadır.

Tablo 30: Anadolu Yakası İçin Oluşturulan 4. Derece Polinom Fonksiyonunun Katsayıları

Fonksiyon Katsayıları	P_1	P_2	P_3	P_4	P_5
Anadolu Yakası	-22,47	$1,81 \cdot 10^5$	$(-5,44) \cdot 10^8$	$7,28 \cdot 10^{11}$	$(-3,65) \cdot 10^{14}$

Polinom fonksiyonu belirlendikten sonra ise; x değeri yerine sırayla 2020, 2021, 2022 ve 2023 değerleri yazılarak; Anadolu Yakası için 2020-2023 yıllarına yönelik turist sayısı tahminlemeleri yapılmıştır. Tahminlemelerin sonuçları ise; Şekil 11’de gösterilmiştir.



Şekil 11: 2020-2023 Yılları Arasında Anadolu Yakasına Gelecek Turist Sayısı Tahminleri

Yatırım bölgelerine ilişkin önümüzdeki dört yıl için yapılan tahminlemeler bir araya getirilerek, toplu halde ise Tablo 31’de verilmiştir. Yapılan tahminlemeler genel seyri göstermek amacıyla, daha önce tezin ikinci bölümünde yer alan Tablo 7’nin sonuna eklenmiştir.

Tablo 31: 2020-23 Yılları Arasındaki Tahminlenen Turist Verileri

Yıllar / Yatırım Bölgeleri	1. Bölge - Tarihî Yarımada	2. Bölge - Taksim & Beşiktaş & Şişli	3. Bölge - Sarıyer & Maslak & Levent	4. Bölge – Atatürk Havalimanı Bölgesi	5. Bölge - Anadolu Yakası	Toplam
1996	1.176.532	1.262.952	43.951	303.732	107.702	2.894.869
1997	1.563.735	1.496.670	56.644	569.948	200.428	3.887.425
1998	1.200.193	1.343.423	56.700	492.897	140.729	3.233.942
1999	815.288	1.096.243	59.339	411.922	117.303	2.500.095
2000	1.141.453	1.266.181	65.877	436.999	141.234	3.051.744
2001	1.170.123	1.215.232	54.856	416.104	125.477	2.981.792
2002	1.180.354	1.291.947	37.850	445.453	152.022	3.107.626
2003	1.189.811	1.229.957	51.745	404.040	131.291	3.006.844
2004	1.344.883	1.484.349	22.510	628.172	190.975	3.670.889
2005	1.587.867	2.098.742	21.049	757.987	273.238	4.738.883
2006	1.598.505	1.853.816	55.127	768.842	256.632	4.532.922
2007	1.745.279	2.083.049	56.204	657.862	277.679	4.820.073
2008	1.670.231	1.824.759	50.030	586.869	278.089	4.409.978
2009	1.573.760	1.773.560	20.880	594.505	293.607	4.256.312
2010	1.886.251	1.922.719	22.515	520.716	289.008	4.641.209
2011	2.107.231	2.031.082	24.075	970.714	455.443	5.588.545
2012	2.130.045	2.228.600	67.328	1.183.233	548.372	6.157.578
2013	2.095.566	2.174.552	60.448	1.317.085	667.318	6.314.969
2014	1.917.260	2.479.565	89.971	1.720.059	841.867	7.048.722
2015	1.946.975	2.975.338	85.365	1.716.304	1.245.389	7.969.371
2016	1.460.798	2.844.774	61.215	1.662.179	986.433	7.015.399
2017	1.913.695	2.686.864	98.135	1.967.048	1.158.183	7.823.925
2018	2.114.879	3.155.112	90.855	2.413.106	1.239.492	9.013.444
2019	2.354.110	3.675.887	187.407	2.685.451	1.394.315	10.297.170
2020	2.444.518	4.037.409	184.586	2.962.023	1.459.595	11.088.131
2021	2.761.598	4.582.551	220.062	3.289.925	1.509.846	12.363.982
2022	3.191.904	5.248.924	260.878	3.636.054	1.528.241	13.866.001
2023	3.757.448	6.055.225	307.466	3.998.887	1.507.520	15.626.546

Tablo 31'e göre; tüm bölgelerde devam eden genel artış seyrinin ilerleyen yıllarda da aynı şekilde devam edeceği öngörülmektedir. Her ne kadar 1999 ve 2016 gibi yıllarda keskin düşüşler gözlene de genel trend hep artış şeklinde olmuştur. Eğri Uydurma uygulaması sonucunda elde edilen tahminlere göre; turistler, önceki yıllarda

olduğu gibi, önümüzdeki yıllarda da en çok Taksim-Beşiktaş-Şişli bölgesine yoğunlaşacak, bu bölgeyi ise birinci bölge olan Tarihi Yarımada bölgesi izleyecektir.

3.3.2. Yatırım Bölgesi Seçimine Yönelik Bulgular

Turizm talebi ve yatırımcılar açısından en çok tercih edilen yatırım bölgelerini belirlemeyi ve böylece yatırım kararların ne kadar rasyonel alındığını ortaya koymayı amaçlayan bu çalışmada; ikinci analiz, yatırım kararlarında en çok dikkate alınan faktörleri ve bu faktörlere göre yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen yatırım bölgesini belirlemeye yöneliktir. Bunu gerçekleştirebilmek için Fuzzy TOPSIS yöntemi kullanılmış ve ilk önce araştırmaya veri sağlayacak 13 adet yatırımcı karar verici olarak belirlenmiştir. Söz konusu yatırımcılar; yapılan yüz yüze görüşmelerde ulaşılan ilk on üç kişi olarak seçilmiştir. Örneklem sayısının on üç olmasının sebebi ise; Fuzzy yöntemi ile yapılan çalışmalarda uygulanan en büyük matrisin on beş kişi ile yapılmış olması ve matris sayısı büyüdükçe verilerin ölçme hassaslığının kaybolarak ortamların daha bulanık bir hâle geleceğinin (Zadeh, 1968; Chen, 2000; Chen vd., 2006) vurgulanmasıdır.

Karar vericiler belirlendikten sonra; yöntemin ikinci aşaması uygulanarak; karar vericilere literatür taramasında elde edilen yatırım kararlarını etkileyen *Doğal Faktörler (K₁)*, *Ekonomik Faktörler (K₂)*, *Sosyo-kültürel Faktörler (K₃)*, *Hukuki Faktörler (K₄)*, *Psikolojik Faktörler (K₅)* ve *Aglomerasyon Koşulları (K₆)* değerlendirme kriterleri olarak sunulmuş ve karar vericilerden bu faktörleri, Tablo 14'te sunulan dilsel değişkenleri kullanarak, kendi öznel yargılarına göre değerlendirmeleri istenmiştir. Karar vericilerin yapmış oldukları değerlendirme sonuçları Tablo 32'de görüldüğü gibidir.

Tablo 32: Karar Kriterlerinin Karar Vericiler Tarafından Değerlendirilmesi

	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅	KV ₆	KV ₇	KV ₈	KV ₉	KV ₁₀	KV ₁₁	KV ₁₂	KV ₁₃
Doğal Faktörler (K₁)	O	OY	O	ÇD	Y	OY	ÇY	Y	ÇY	ÇY	Y	ÇY	ÇY
Ekonomik Faktörler (K₂)	ÇY	Y	Y	ÇY	ÇY	Y	OY	D	ÇY	OY	ÇY	ÇY	ÇY
Sosyo-kültürel Faktörler (K₃)	OY	OY	OY	Y	ÇY	OY	Y	O	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY	ÇY
Hukuki Faktörler (K₄)	Y	Y	Y	ÇY	ÇY	OY	ÇY	O	ÇY	Y	Y	ÇY	ÇY
Psikolojik Faktörler (K₅)	OY	OY	OY	ÇD	O	D	Y	D	ÇY	ÇY	ÇY	O	OY
Aglomerasyon Koşulları (K₆)	Y	Y	Y	ÇY	ÇY	OY	OY	OY	ÇY	Y	Y	ÇY	ÇY

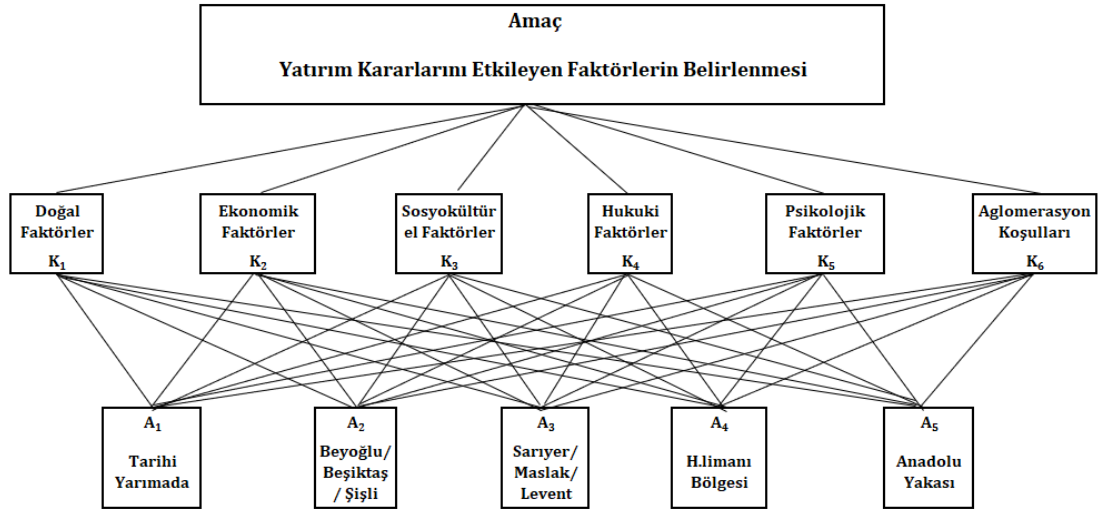
Tablo 32’de belirtilen değerlendirmeden sonra; karar vericilere İstanbul’daki otellerin toplanma koşulları dikkate alınarak oluşturulan yatırım bölgeleri, *Tarihi Yarımada (A₁)*, *Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli (A₂)*, *Sarıyer-Maslak-Levent (A₃)*, *Atatürk Havalimanı Bölgesi (A₄)* ve *Anadolu Yakası (A₅)* şeklinde sunulmuştur. Karar vericilerden bu alternatifleri, değerlendirme karar kriteri olarak verilen faktörlerine verdikleri önemi dikkate alarak ve Tablo 15’te belirtilen dilsel değişkenleri kullanarak kendi öznel yargılarına göre değerlendirmeleri istenmiştir. Yapılan değerlendirmenin sonuçları Tablo 33’te gösterilmiştir.

Tablo 33: Alternatiflerin Karar Kriterlerine Göre Değerlendirilmesi

Krit.	Alt.	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅	KV ₆	KV ₇	KV ₈	KV ₉	KV ₁₀	KV ₁₁	KV ₁₂	KV ₁₃
K₁	A ₁	İ	İ	Bİ	Çİ	E	E	İ	OK	Çİ	İ	Çİ	Bİ	E
	A ₂	OK	OK	E	OK	E	E	Bİ	OK	E	Bİ	Çİ	Çİ	OK
	A ₃	OK	OK	E	OK	İ	K	İ	K	OK	E	Çİ	K	Bİ
	A ₄	OK	OK	OK	ÇK	E	E	E	K	ÇK	E	OK	ÇK	E
	A ₅	OK	OK	OK	OK	OK	E	E	K	ÇK	Bİ	İ	OK	Bİ
K₂	A ₁	Bİ	Bİ	E	Çİ	İ	K	Bİ	K	OK	Bİ	Bİ	İ	Bİ
	A ₂	Bİ	Bİ	Bİ	Çİ	İ	K	Bİ	K	Bİ	İ	Çİ	Çİ	İ
	A ₃	İ	İ	Bİ	Çİ	İ	OK	Çİ	K	OK	Bİ	Çİ	İ	İ
	A ₄	Bİ	Bİ	E	Çİ	Bİ	ÇK	E	K	ÇK	Bİ	Bİ	E	İ
	A ₅	E	E	E	Çİ	E	K	E	K	Çİ	Bİ	İ	Bİ	Bİ
K₃	A ₁	İ	İ	Bİ	OK	İ	OK	Bİ	OK	Çİ	Çİ	Bİ	Çİ	İ
	A ₂	İ	İ	Bİ	Çİ	İ	OK	Bİ	K	Çİ	İ	Çİ	Çİ	İ
	A ₃	İ	İ	Bİ	Çİ	İ	ÇK	Çİ	K	OK	İ	Bİ	OK	İ
	A ₄	E	E	OK	ÇK	İ	ÇK	İ	K	ÇK	E	OK	E	Bİ
	A ₅	E	E	E	E	İ	OK	İ	K	Çİ	İ	E	E	Bİ
K₄	A ₁	Bİ	Bİ	E	OK	Çİ	ÇK	Bİ	Bİ	OK	E	E	İ	İ
	A ₂	İ	İ	Bİ	OK	Çİ	ÇK	E	K	Bİ	İ	Bİ	Çİ	İ
	A ₃	İ	İ	İ	OK	Çİ	OK	Çİ	K	OK	Bİ	Çİ	Çİ	İ
	A ₄	Bİ	Bİ	Bİ	ÇK	Çİ	ÇK	Çİ	K	ÇK	E	İ	İ	Bİ
	A ₅	Bİ	Bİ	E	ÇK	Çİ	ÇK	Bİ	K	Çİ	Çİ	İ	İ	Bİ
K₅	A ₁	Bİ	Bİ	Bİ	OK	İ	K	Bİ	K	Çİ	Çİ	Çİ	Çİ	E
	A ₂	İ	İ	Bİ	OK	İ	OK	İ	K	Çİ	Bİ	Çİ	Çİ	E
	A ₃	Bİ	Bİ	Bİ	OK	İ	OK	İ	K	OK	Bİ	Bİ	Bİ	Bİ
	A ₄	E	E	E	ÇK	Bİ	K	Bİ	K	ÇK	Bİ	Bİ	Bİ	E
	A ₅	E	E	E	ÇK	İ	OK	E	K	Çİ	Bİ	Bİ	E	E

K₆	A₁	İ	İ	İ	İ	Çİ	K	Bİ	E	Çİ	İ	Çİ	Çİ	OK
	A₂	Çİ	Çİ	İ	İ	Çİ	ÇK	İ	OK	Çİ	İ	İ	Çİ	Bİ
	A₃	İ	İ	İ	İ	Çİ	ÇK	İ	K	OK	Bİ	İ	İ	E
	A₄	E	E	E	OK	Çİ	ÇK	Bİ	K	ÇK	Bİ	Bİ	Bİ	E
	A₅	Bİ	Bİ	E	OK	Çİ	ÇK	İ	K	Çİ	Bİ	İ	Bİ	OK

Karar vericilere yatırım bölgesi alternatifleri verilerek, belirlenen kriterler doğrultusunda değerlendirmeleri istenmiştir. Tablo 33; yapılan değerlendirmelerin Çok İyi, İyi, Çok Kötü vb. şekildeki ifadelendirmelerini göstermektedir. Karar kriterlerinin ve alternatiflerin değerlendirilmesinden sonra; analiz modelinin hiyerarşik yapı ağacı çıkartılmıştır. Söz konusu yapı ağacı, analizin yapılabilmesi için kurulan matrisi ifade etmektedir ve Şekil 12'deki gibi gösterilmektedir.



Şekil 12: Hiyerarşik Yapı Ağacı

Hiyerarşik yapının belirlenmesinden sonra yöntemin üçüncü aşaması uygulanmış; hem karar kriterleri hem de alternatiflere yönelik değerlendirmeler, Tablo 14 ve 15'te verilen dilsel değişkenlerin sayısal karşılıkları kullanılarak, pozitif üçgensel sayılara dönüştürülmüştür. Karar kriterlerinin pozitif üçgensel sayılara dönüşümü Tablo 34'te gösterildiği gibidir.

Tablo 34: Karar Kriterlerinin Önem Ağırlıklarının Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü

	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅	KV ₆	KV ₇	KV ₈	KV ₉	KV ₁₀	KV ₁₁	KV ₁₂	KV ₁₃
Doğal Faktörler (K₁)	0,3 0,5 0,7	0,5 0,7 0,9	0,3 0,5 0,7	0 0 0,1	0,7 0,9 1	0,5 0,7 0,9	0,9 1 1	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,9 1 1	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,9 1 1
Ekonomik Faktörler (K₂)	0,9 1 1	0,7 0,9 1	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,9 1 1	0,7 0,9 1	0,5 0,7 0,9	0 0,1 0,3	0,9 1 1	0,5 0,7 0,9	0,9 1 1	0,9 1 1	0,9 1 1
Sosyo-kültürel Faktörler (K₃)	0,5 0,7 0,9	0,5 0,7 0,9	0,5 0,7 0,9	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,3 0,5 0,7	0,7 0,9 1	0,3 0,5 0,7	0,9 1 1	0,9 1 1	0,9 1 1	0,9 1 1	0,9 1 1
Hukuki Faktörler (K₄)	0,7 0,9 1	0,7 0,9 1	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,9 1 1	0,5 0,7 0,9	0,9 1 1	0,3 0,5 0,7	0,9 1 1	0,7 0,9 1	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,9 1 1
Psikolojik Faktörler (K₅)	0,5 0,7 0,9	0,5 0,7 0,9	0,7 0,9 1	0 0 0,1	0,3 0,5 0,7	0 0,1 0,3	0,7 0,9 1	0 0,1 0,3	0,9 1 1	0,9 1 1	0,9 1 1	0,3 0,5 0,7	0,5 0,7 0,9
Aglomerasyon Koşulları (K₆)	0,7 0,9 1	0,7 0,9 1	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,9 1 1	0,5 0,7 0,9	0,5 0,7 0,9	0,5 0,7 0,9	0,9 1 1	0,7 0,9 1	0,7 0,9 1	0,9 1 1	0,9 1 1

Verilen alternatiflerin, değerlendirme kriterlerinin ağırlıklarına göre yapılan değerlendirmelerinin pozitif üçgensel sayılara dönüşümü ise Tablo 35’te gösterildiği gibidir.

Tablo 35: Alternatiflerin Kriterlere Göre Değerlendirilmesinin Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü

Krit.	Alt.	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅	KV ₆	KV ₇	KV ₈	KV ₉	KV ₁₀	KV ₁₁	KV ₁₂	KV ₁₃
C ₁	A ₁	7 9 10	7 9 10	5 7 9	9 10 10	3 5 7	3 5 7	7 9 10	1 3 5	9 10 10	7 9 10	9 10 10	5 7 9	3 5 7
	A ₂	1 3 5	1 3 5	3 5 7	1 3 5	3 5 7	3 5 7	5 7 9	1 3 5	3 5 7	5 7 9	9 10 10	9 10 10	1 3 5
	A ₃	1 3 5	1 3 5	3 5 7	1 3 5	7 9 10	0 1 3	7 9 10	0 1 3	1 3 5	3 5 7	9 10 10	0 1 3	5 7 9
	A ₄	1 3 5	1 3 5	1 3 5	0 0 1	3 5 7	3 5 7	3 5 7	0 1 3	0 0 1	3 5 7	1 3 5	0 0 1	3 5 7
	A ₅	1 3 5	1 3 5	1 3 5	1 3 5	1 3 5	3 5 7	3 5 7	0 1 3	9 10 10	5 7 9	7 9 10	1 3 5	5 7 9
C ₂	A ₁	5 7 9	5 7 9	3 5 7	9 10 10	7 9 10	0 1 3	5 7 9	0 1 3	1 3 5	5 7 9	5 7 9	7 9 10	5 7 9
	A ₂	5 7 9	5 7 9	5 7 9	9 10 10	7 9 10	0 1 3	5 7 9	0 1 3	5 7 9	7 9 10	9 10 10	9 10 10	7 9 10
	A ₃	7 9 10	7 9 10	5 7 9	9 10 10	7 9 10	1 3 5	9 10 10	0 1 3	1 3 5	5 7 9	9 10 10	7 9 10	7 9 10
	A ₄	5 7 9	5 7 9	3 5 7	9 10 10	5 7 9	0 0 1	3 5 7	0 1 3	0 0 1	5 7 9	5 7 9	3 5 7	7 9 10
	A ₅	3 5 7	3 5 7	3 5 7	9 10 10	3 5 7	0 1 3	3 5 7	0 1 3	9 10 10	5 7 9	7 9 10	5 7 9	5 7 9
C ₃	A ₁	7 9 10	7 9 10	5 7 9	1 3 5	7 9 10	1 3 5	5 7 9	1 3 5	9 10 10	9 10 10	5 7 9	9 10 10	7 9 10
	A ₂	7 9 10	7 9 10	5 7 9	9 10 10	7 9 10	1 3 5	5 7 9	0 1 3	9 10 10	7 9 10	9 10 10	9 10 10	7 9 10
	A ₃	7 9 10	7 9 10	5 7 9	9 10 10	7 9 10	0 0 1	9 10 10	0 1 3	1 3 5	7 9 10	5 7 9	1 3 5	7 9 10
	A ₄	3 5 7	3 5 7	1 3 5	0 0 1	7 9 10	0 0 1	7 9 10	0 1 3	0 0 1	3 5 7	1 3 5	3 5 7	5 7 9
	A ₅	3 5 7	3 5 7	3 5 7	3 5 7	7 9 10	1 3 5	7 9 10	0 1 3	9 10 10	7 9 10	3 5 7	3 5 7	5 7 9

Tablo 35: Alternatiflerin Kriterlere Göre Değerlendirilmesinin Fuzzy Üçgen Sayılara Dönüşümü
(Devam)

Krit.	Alt.	KV ₁	KV ₂	KV ₃	KV ₄	KV ₅	KV ₆	KV ₇	KV ₈	KV ₉	KV ₁₀	KV ₁₁	KV ₁₂	KV ₁₃
C ₄	A ₁	5 7 9	5 7 9	3 5 7	1 3 5	9 10 10	0 0 1	5 7 9	5 7 9	1 3 5	3 5 7	3 5 7	7 9 10	7 9 10
	A ₂	7 9 10	7 9 10	5 7 9	1 3 5	9 10 10	0 0 1	3 5 7	0 1 3	5 7 9	7 9 10	5 7 9	9 10 10	7 9 10
	A ₃	7 9 10	7 9 10	7 9 10	1 3 5	9 10 10	1 3 5	9 10 10	0 1 3	1 3 5	5 7 9	9 10 10	9 10 10	7 9 10
	A ₄	5 7 9	5 7 9	5 7 9	0 0 1	9 10 10	0 0 1	9 10 10	0 1 3	0 0 1	3 5 7	7 9 10	7 9 10	5 7 9
	A ₅	5 7 9	5 7 9	3 5 7	0 0 1	9 10 10	0 0 1	5 7 9	0 1 3	9 10 10	9 10 10	7 9 10	7 9 10	5 7 9
C ₅	A ₁	5 7 9	5 7 9	5 7 9	1 3 5	7 9 10	0 1 3	5 7 9	0 1 3	9 10 10	9 10 10	9 10 10	9 10 10	3 5 7
	A ₂	7 9 10	7 9 10	5 7 9	1 3 5	7 9 10	1 3 5	7 9 10	0 1 3	9 10 10	5 7 9	9 10 10	9 10 10	3 5 7
	A ₃	5 7 9	5 7 9	5 7 9	1 3 5	7 9 10	1 3 5	7 9 10	0 1 3	1 3 5	5 7 9	5 7 9	5 7 9	5 7 9
	A ₄	3 5 7	3 5 7	3 5 7	0 0 1	5 7 9	0 1 3	5 7 9	0 1 3	0 0 1	5 7 9	5 7 9	5 7 9	3 5 7
	A ₅	3 5 7	3 5 7	3 5 7	0 0 1	7 9 10	1 3 5	3 5 7	0 1 3	9 10 10	5 7 9	5 7 9	3 5 7	3 5 7
C ₆	A ₁	7 9 10	7 9 10	7 9 10	7 9 10	9 10 10	0 1 3	5 7 9	3 5 7	9 10 10	7 9 10	9 10 10	9 10 10	1 3 5
	A ₂	9 10 10	9 10 10	7 9 10	7 9 10	9 10 10	0 0 1	7 9 10	1 3 5	9 10 10	7 9 10	7 9 10	9 10 10	5 7 9
	A ₃	7 9 10	7 9 10	7 9 10	7 9 10	9 10 10	0 0 1	7 9 10	0 1 3	1 3 5	5 7 9	7 9 10	7 9 10	3 5 7
	A ₄	3 5 7	3 5 7	3 5 7	1 3 5	9 10 10	0 0 1	5 7 9	0 1 3	0 0 1	5 7 9	5 7 9	5 7 9	3 5 7
	A ₅	5 7 9	5 7 9	3 5 7	1 3 5	9 10 10	0 0 1	7 9 10	0 1 3	9 10 10	5 7 9	7 9 10	5 7 9	1 3 5

Bütün değerlendirme sonuçları üçgen sayılara dönüştürüldükten sonra; yöntemin dördüncü aşamasında yer alan fuzzy karar matrisi ve normalleştirilmiş fuzzy karar matrisi oluşturulmuştur. Fuzzy karar matrisi oluşturulurken; 3 numaralı formül kullanılarak her bir alternatif için verilen karar kriterinin aritmetik ortalaması alınmıştır. Oluşturulan karar matrisi Tablo 36’da gösterildiği gibidir.

Tablo 36: Fuzzy Karar Matrisi

	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆
A ₁	5,8 7,5 8,8	5,0 6,2 7,8	5,6 7,4 8,6	4,6 5,9 7,5	5,2 6,7 8,0	6,2 7,8 8,8
A ₂	3,40 5,3 7,0	6,0 7,2 8,5	6,4 7,9 8,9	5,3 6,6 7,9	5,5 7,1 8,3	6,7 8,1 8,8
A ₃	2,9 4,6 6,3	6,4 7,4 8,5	5,6 6,6 7,8	6,2 7,2 8,2	4,6 5,9 7,8	5,8 6,8 8,1
A ₄	1,5 2,9 4,7	4,5 5,4 7,0	2,9 4 5,6	5,0 5,5 6,8	3,5 4,4 6,2	3,9 4,8 6,5
A ₅	2,9 4,8 6,5	4,3 5,9 7,5	4,0 6 7,6	5,0 6,3 7,5	3,5 5,2 6,8	4,5 6,0 7,5

Oluşturulan karar matrisindeki veriler; işlem kolaylığı sağlaması açısından; [0,1] aralığında değer alabilmeleri için normalleştirilmiştir. Normalleştirme işlemi, 5 numaralı formül kullanılarak yapılmış olup; normalize edilmiş karar matrisi Tablo 37’de gösterilmiştir.

Tablo 37: Normalize Edilmiş Fuzzy Karar Matrisi

	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆
A ₁	0,98 0,86 1,00	0,59 0,72 0,92	0,63 0,83 0,97	0,56 0,72 0,92	0,63 0,81 0,96	0,71 0,88 1,00
A ₂	0,39 0,60 0,80	0,71 0,85 1,00	0,72 0,89 1,00	0,65 0,81 0,97	0,66 0,85 1,00	0,76 0,92 1,01
A ₃	0,33 0,52 0,72	0,75 0,87 1,00	0,63 0,74 0,88	0,76 0,87 1,00	0,56 0,71 0,94	0,66 0,78 0,92
A ₄	0,17 0,33 0,53	0,53 0,63 0,82	0,33 0,45 0,63	0,61 0,68 0,83	0,43 0,53 0,75	0,45 0,54 0,73
A ₅	0,87 0,54 0,74	0,51 0,70 0,89	0,45 0,67 0,86	0,61 0,77 0,92	0,42 0,62 0,82	0,51 0,68 0,85

Karar matrisinin normalleştirilmesinden sonra; beşinci aşamada belirtildiği üzere; 4 numaralı formül kullanılarak değerlendirme kriterlerinin önem ağırlık vektörleri hesaplanmış ve kriterlerin önem ağırlıkları tablosu, Tablo 38’deki gibi oluşturulmuştur. Burada; 1’e en yakın değere sahip olan kriterlerin, en önemli kriterler olduğu kabul edilmektedir.

Tablo 38: Karar Kriterlerinin Önem Ağırlıkları

	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆
Ağırlık	0,68 0,78 0,87	0,80 0,86 0,93	0,74 0,84 0,93	0,80 0,90 0,97	0,55 0,62 0,75	0,79 0,89 0,98

Elde edilen önem ağırlıkları, daha sonra, 6 numaralı formül aracılığı ile normalize edilmiş fuzzy karar matrisine uygulanmış ve ağırlıklı normalize edilmiş fuzzy karar matrisi oluşturulmuştur. Oluşturulan matris Tablo 39’da gösterilmiştir.

Tablo 39: Ağırlıklı Normalize Edilmiş Fuzzy Karar Matrisi

	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆
A ₁	0,66 0,67 0,87	0,47 0,62 0,86	0,47 0,70 0,90	0,45 0,65 0,89	0,35 0,50 0,73	0,56 0,79 0,97
A ₂	0,26 0,47 0,69	0,56 0,73 0,93	0,53 0,75 0,93	0,52 0,73 0,94	0,36 0,53 0,75	0,60 0,82 0,98
A ₃	0,23 0,41 0,62	0,60 0,75 0,93	0,47 0,62 0,82	0,61 0,79 0,97	0,31 0,44 0,71	0,53 0,69 0,90
A ₄	0,11 0,26 0,46	0,43 0,55 0,77	0,24 0,38 0,59	0,49 0,61 0,81	0,24 0,33 0,57	0,35 0,48 0,72
A ₅	0,59 0,42 0,65	0,41 0,60 0,83	0,33 0,57 0,80	0,49 0,69 0,89	0,23 0,39 0,62	0,40 0,61 0,83

Normalleştirme işlemleri bittikten sonra; fuzzy algoritmasının yedinci aşamasında yer alan, üçgensel sayıların pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri hesaplanmıştır. Hesaplama yapılırken; fuzzy pozitif ideal çözüm kümesi, $A^+ = (v_1^* v_2^* v_3^* \dots v_n^*)$ şeklinde ve fuzzy negatif ideal çözüm kümesi $A^- = (v_1^- v_2^- v_3^- \dots v_n^-)$ şeklinde belirlenmiştir. Çözüm kümeleri, üçgensel sayıların ideal çözüme uzaklıklarını ve yakınlık katsayılarını bulma açısından önem taşımaktadır. Pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri Tablo 40 ve 41’de belirtildiği gibidir.

Tablo 40: Fuzzy Pozitif İdeal Çözüm Kümesi

	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆
A ₁	0,21 0,20 0,00	0,46 0,31 0,07	0,46 0,23 0,03	0,52 0,32 0,08	0,40 0,25 0,02	0,42 0,19 0,01
A ₂	0,61 0,40 0,18	0,37 0,20 0,00	0,40 0,18 0,00	0,45 0,24 0,03	0,39 0,22 0,00	0,38 0,16 0,00
A ₃	0,64 0,46 0,25	0,33 0,18 0,00	0,46 0,31 0,11	0,36 0,18 0,00	0,44 0,31 0,04	0,45 0,29 0,08
A ₄	0,76 0,61 0,41	0,50 0,38 0,16	0,69 0,55 0,34	0,48 0,36 0,16	0,51 0,42 0,18	0,63 0,50 0,26
A ₅	0,07 0,45 0,22	0,52 0,33 0,10	0,60 0,36 0,13	0,48 0,28 0,08	0,52 0,36 0,13	0,58 0,37 0,15

Tablo 41: Fuzzy Negatif İdeal Çözüm Kümesi

	K ₁	K ₂	K ₃	K ₄	K ₅	K ₆
A ₁	- - - 0,80 0,57 0,77	- - - 0,14 0,29 0,53	- - - 0,27 0,50 0,70	- - - 0,07 0,27 0,51	- - - 0,19 0,34 0,57	- - - 0,29 0,52 0,70
A ₂	- - - 0,16 0,37 0,59	- - - 0,23 0,40 0,60	- - - 0,33 0,55 0,73	- - - 0,14 0,35 0,56	- - - 0,20 0,37 0,59	- - - 0,33 0,55 0,71
A ₃	- - - 0,13 0,31 0,52	- - - 0,27 0,42 0,60	- - - 0,27 0,42 0,62	- - - 0,23 0,41 0,59	- - - 0,15 0,28 0,55	- - - 0,26 0,42 0,63
A ₄	- - - 0,01 0,16 0,36	- - - 0,10 0,22 0,44	- - - 0,04 0,18 0,39	- - - 0,11 0,23 0,43	- - - 0,08 0,17 0,41	- - - 0,08 0,21 0,45
A ₅	- - - 0,70 0,32 0,55	- - - 0,08 0,27 0,50	- - - 0,13 0,37 0,60	- - - 0,11 0,31 0,51	- - - 0,07 0,23 0,46	- - - 0,13 0,34 0,56

Yöntemin dokuzuncu aşamasında yer alan, $v_j^*(1,1,1)$; $v_j^-(0,0,0)$ olarak kabul edilen her bir alternatifin pozitif ideal çözüme (A^*) ve negatif ideal çözüme (A^-) olan uzaklıkları ise; logaritmada verilen (9) ve (10) numaralı eşitlikler uyarınca hesaplanmıştır. Bu hesaplamada, Vertex formülü olarak da bilinen, $d(\tilde{m}, \tilde{n}) = \sqrt{\frac{1}{3}[(m_1 - n_1)^2 + (m_2 - n_2)^2 + (m_3 - n_3)^2]}$ şeklinde gösterilen iki nokta arası uzaklık formülü kullanılmıştır. Hesaplanan değerler Tablo 42’de gösterilmiştir.

Tablo 42: Fuzzy (+) / (-) İstenen Çözüme Uzaklıklar

	d_i^*	d_i^-
A_1	1,5159	2,1429
A_2	1,2840	2,3639
A_3	1,4036	2,1743
A_4	2,1681	1,3689
A_5	1,8785	1,7754

d_i^* : Pozitif çözüm kümesine uzaklıklar toplamı

d_i^- : Negatif çözüm kümesine uzaklıklar toplamı

Uygulamanın son aşamasında ise; her bir alternatifin yakınlık katsayısı (11) numaralı formül aracılığı ile hesaplanmış ve yatırım bölgelerinin tercih sıralaması yapılmıştır. Tercih sıralaması yapılırken; yakınlık katsayısı 1’e en yakın olan alternatif en çok tercih edilen bölge olarak belirlenmiş ve sıralama takip eden değerler doğrultusunda yapılmıştır. Yakınlık katsayı hesapları ve sıralama sonuçları, Tablo 43’te gösterildiği gibidir.

Tablo 43: Yakınlık Katsayıları ve Sıralamalar

	Cc_i	Sıralamalar
A_1	0,5857	3
A_2	0,6480	1
A_3	0,6077	2
A_4	0,3870	5
A_5	0,4859	4

Tablo 43’e göre; yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen yatırım bölgesi A_2 alternatifi, yani Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesi olarak bulunmuştur. Bu bölgeyi

sırasıyla; Sarıyer-Maslak-Levent (A₃), Tarihi Yarımada (A₁), Anadolu Yakası (A₅) ve Havalimanı Bölgesi (A₄) izlemektedir.

3.3.3. Yüz Yüze Görüşme Bulguları

Hazırlanmış olan tezin nitel yanını ortaya koyan araştırma kapsamında; ihtiyaç duyulan birincil veriler yüz yüze görüşme yöntemi aracılığı ile toplanmış ve elde edilen verilerin deşifre edilmesiyle ulaşılan bilgiler içerik analizine tabi tutulmuştur. Böylece; turizm yatırımcılarının yatırım kararlarını nasıl aldıklarına yönelik genel düşünceleri hakkında bilgi sahibi olunmaya ve bu düşüncelerin literatürdeki araştırmalarla ilişkisi açıklanmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda yatırımcılara; yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin, fizibilite çalışmaları sırasında dikkat edilmesi gereken noktaların ve otel yatırımlarında kuruluş yeri seçiminde dikkat edilmesi gereken faktörlerin neler olduğunu öğrenmeye yönelik dört adet soru sorulmuştur.

Analizin ilk aşamasında; görüşmeler esnasında kullanılan ses kayıtları, bilgisayar ortamına aktararak yazıya geçirilmiş ve 22 yatırımcı ile yapılan görüşmenin sonucunda yaklaşık 37 sayfalık bir doküman elde edilmiştir. Daha sonra yazım yanlışlığının yapılıp yapılmadığını kontrol etmek amacıyla; bu doküman birbirinden bağımsız iki farklı akademisyene daha okutularak kontrol sağlanmıştır.

Nitel araştırmalarda güvenilirlik, nicel araştırmalardan farklı olarak *inanılrlık ve sonuçların teyit edilebilirliği* hususları daha çok ön plana çıktığı için; güvenilirliği artırabilmek adına üye kontrol yöntemi uygulanmaktadır. Üye kontrol yöntemiyle; araştırmacı tarafından kayıt altına alınan bütün bilgiler yazılı hale getirildikten sonra görüşülen kişilere okutularak doğruluğu onaylatılmaktadır (Erdoğan, 2012). Bu araştırmada elde edilen veriler de; katılımcılara okutulup onaylatılarak doğruluğu teyit edilmiştir.

Elde edilen bilgiler; araştırmanın konusunu oluşturan yatırım kararları süreci ve etkileyen faktörler kapsamında yeniden okunarak, yatırım kararları ile ilgili sorulan dört soruyla doğrudan ilişkili ve sık tekrarlanan önemli ifadeler belirlenmiştir. Bu ifadeler arasında yer alan benzer anlamlara gelen kelimeler, analizin yapılabilmesi için kodlanmıştır. Daha sonra tüm bu ifadeler ve kodlamalar analiz edilerek her bir

görüşme sorusunun ortaya koymaya çalıştığı düşünceler betimleyici bir şekilde yorumlanmıştır.

Yorumlamalar esnasında, katılımcıların bakış açılarını göstermek amacıyla, verdikleri cevaplar da alıntılanarak bulgulara dâhil edilmiştir. Bulguların yazılmasında ve yapılan alıntılarda; kişisel verilerin korunması ve bilgi gizliliği gereğince; katılımcıların isimleri ve kurumlarına yer verilmemiş, bunun yerine tüm katılımcılar K_1 , K_2 , K_3 ... şeklinde tanımlanmıştır. Kullanılan doğrudan alıntılarda ise; tezin bütünlüğünü ve dil akışını bozmamak adına, günlük ifade ve anlatım bozuklukları orijinal anlamlarını etkilemeyecek şekilde değiştirilmiştir. Uzun cevaplarda ise; sadece görüşme sorusunun aradığı cevapları belirten ifadeler gösterilmiş, yapılan kısaltmalar (...) ile belirtilmiştir.

3.3.3.1. Görüşmeye Katılanlara Ait Demografik Bulgular

Görüşmenin en başında; katılımcılara yaş, medeni durum, sektördeki kıdem süreleri gibi demografik sorular sorulmuştur. Görüşülen tüm katılımcılar, turizm başta olmak üzere özel sektörde yatırımcı/yönetici pozisyonunda olduğu için görev kademelerine ilişkin ayrıca bir soru sorulmamıştır. Katılımcıların demografik dağılımlarına ilişkin veriler Tablo 44'te gösterilmiştir.

Tablo 44: Görüşmeye Katılanlara Ait Demografik Bulgular

Katılımcılar	Cinsiyet	Yaş	Medeni Durum	Eğitim Durumu	Sektördeki Kıdem Süresi
K ₁	Erkek	55	Evli	Lisans	30 Yıl
K ₂	Erkek	35	Bekâr	Lisans	10 Yıl
K ₃	Erkek	45	Evli	Lisans	30 Yıl
K ₄	Erkek	42	Evli	Lisans	28 Yıl
K ₅	Erkek	54	Bekâr	Lisans Üstü	29 Yıl
K ₆	Erkek	41	Evli	Lisans Üstü	16 Yıl
K ₇	Erkek	62	Evli	Lisans Üstü	35 Yıl
K ₈	Erkek	59	Evli	Lisans	25 Yıl
K ₉	Erkek	43	Evli	Lisans	20 Yıl
K ₁₀	Erkek	44	Evli	Lisans Üstü	27 Yıl
K ₁₁	Erkek	69	Evli	Lisans	47 Yıl
K ₁₂	Erkek	64	Evli	Lisans	43 Yıl
K ₁₃	Erkek	64	Evli	Lisans Üstü	42 Yıl
K ₁₄	Kadın	63	Evli	Lisans	35 Yıl
K ₁₅	Erkek	45	Bekâr	Lisans	29 Yıl
K ₁₆	Kadın	50	Bekâr	Lisans Üstü	32 Yıl
K ₁₇	Kadın	56	Evli	Lisans	35 Yıl
K ₁₈	Kadın	65	Evli	Lisans	40 Yıl
K ₁₉	Erkek	56	Evli	Lisans	32 Yıl
K ₂₀	Erkek	70	Evli	Lisans	54 Yıl
K ₂₁	Erkek	60	Evli	Lisans	29 Yıl
K ₂₂	Erkek	35	Bekâr	Lisans Üstü	12 Yıl

Tablo 44'e göre; görüşmeye katılan yatırımcıların büyük çoğunluğunun erkek olduğu (18 katılımcı) görülmektedir. Yaş aralığı açısından değerlendirildiğinde ise; katılımcıların yaşlarının 35-70 arasında olduğu; 16 katılımcının ise 45 ve üstü yaş grubuna dâhil olduğu anlaşılmaktadır. Büyük çoğunluğunun (15 katılımcı) lisans mezunu olduğu yatırımcılar, medeni durum sorusuna çoğunlukla evli yanıtını vermiş, sadece beş tanesi bekâr (boşanmış ve dullar da dâhil) olduğunu belirtmiştir. Neredeyse tüm katılımcıların turizm sektöründeki tecrübeleri 20 yılın üstündeyken, sadece üç katılımcının sektörel yatırım tecrübesi 20 yılın altındadır. Onlar da; turizm sektöründe yatırımcı rolünü aile büyüklerinden devraldıklarını vurgulamışlardır.

3.3.3.2. Görüşme Bilgilerinin Kodlanmasına İlişkin Bulgular

Yapılan görüşmeler sonucu elde edilen bilgiler, yazılı hale getirildikten sonra okunmaya başlanmış, okumalar esnasında metin içerisinde yer alan betimleyici karakterdeki kelimeler ya da kelime grupları not alınmıştır. Bu sayede içerik analizinin temelini oluşturan kodlar oluşturulmuştur. Bu kodlar, her bir görüşme sorusunu açıklayan ifadelerde en sık tekrarlanan, önemli olarak vurgulanan ve göze çarpan

ifadeleri kapsamaktadır. Analiz sonucunda her bir soru için belirlenen kodlar ve çözümler tablolar halinde aşağıdaki şekilde sırasıyla açıklanmıştır.

Tablo 45: Yatırım Kararlarına İlişkin Bulgular

Görüşme Sorusu	Kodlar
Yatırım kararları alınırken göz önüne alınan faktörler	Yatırım geri dönüş oranı (15) Bölgenin ihtiyaçları (9) Ekonomik koşullar (8) Teşvikler (6) Bölgenin özellikleri (5) Rekabet gücü (5) Ulaşım imkânları (3) Çevresel faktörler (3) Talebin yapısı (3) Talebin istekleri (3)

Araştırma kapsamında; katılımcılara yatırım kararlarını alırken hangi faktörleri göz önünde bulundurdıkları sorulmuş ve böylece; yatırım sürecinde en önemli faktörler öğrenilmeye çalışılmıştır. Tablo 45'e göre; belirlenen 10 kod sayesinde, yatırım kararlarında en çok; yatırım geri dönüş hızı, bölgenin ihtiyaçları ve teşviklerin dikkate alındığı görülmektedir. Kodların yanındaki parantezlerde yer alan sayılar ise; her bir kodun yazılı metinde kaç katılımcı tarafından belirtildiğini göstermektedir. Araştırmaya katılan yatırımcıların özellikle bu konulara değinmesi dikkat çekicidir. Katılımcıların bu soru hakkında yaptıkları bazı yorumlar şu şekilde sıralanmaktadır.

“Yatırım kararı alırken dikkate aldığımız en temel unsur, o yatırımın bize neyi ne kadar sürede kazandıracağıdır. Her yatırımcı ortaya koyduğu yatırım tutarını olabildiğince hızlı bir şekilde geri almak ister. Tabii bu da tek başına yeterli değil. Diğer taraftan bölgenin ihtiyaçları doğrultusunda müşteri memnuniyetini de ön planda tutarak bir marka haline gelebilmek de bizim için önemli. Bu sebeple bir bölgede ihtiyaç duyulan eksiklikleri tamamlayacak bir yatırım yapmaya özen gösteriyoruz (K₁).”

“Bizim için yatırımlarda dikkate aldığımız konuların başında elde ettiğimiz kazanç dışında, yaptığımız yatırımın halkın ihtiyaçlarını ve mevcut eksiklikleri gidermek gelir. Böylece aranan, tercih edilen bir işletme olmak en önemli önceliğimizdir (K₂).”

“Lokasyon, fizibilite rakip analizleri, yatırımın geri dönüş süreci, açılış öncesi ve sonrası maliyetler, mimari plan ve devlet destekleri birçok faktör arasından ilk aklıma gelenler... (K₉).”

“...En önemli faktör "lokasyon" dur. Çünkü lokasyon özellikleri diğer önemli faktörleri de içerir. Konaklama ve konaklama dışı işlevler (kongre, günübirlik kullanımlar, vb.) için olabilecek bölgeye olan iç / dış talep; yatırım maliyetleri, uygun kredi olanakları, olası gelirler, işletme giderleri, bölgeye olan yatırım / işletme teşvikleri (varsa), ulaşılabilirlik, rekabet unsurları... (K₁₁).”

Görüşme kapsamında katılımcılara sorulan ikinci soru iki boyuttan oluşmaktadır. İlk önce katılımcılara; yatırım sürecinde fizibilite analizlerinin yeterince rasyonel ve özenli yapıp yapılmadığı; sonrasında da kendilerinin yaptıkları fizibilite çalışmalarında hangi noktalara dikkat ettikleri sorulmuştur. Verdikleri cevaplar doğrultusunda hazırlanan kodlar ve ifadeler Tablo 46’da gösterilmiştir.

Tablo 46: Fizibilite Analizlerinin Rasyonelliğine İlişkin Bulgular

Görüşme Sorusu	Kodlar
Fizibilite çalışmaları yapılırken gereken özenin gösterilip gösterilmediği	Gösterilmiyor (15) Yetersiz (10) Gerçekçi değil (8) Yanıltıcı (8) Kısmen yapılıyor (3)
Fizibilite çalışmalarında dikkat edilen noktalar	Pazar analizleri (15) Rakip analizleri (15) Ekonomik analizler (15) Teknik analizler (5) SWOT Analizi (2)

Tablo 46’da belirtilen kodlar değerlendirildiğinde; yatırımcılarının büyük çoğunluğunun fizibilite analizlerinin yeterince özenli yapıldığını düşünmedikleri anlaşılmaktadır. Görüşmeler esnasında yatırımcılar; söz konusu analizlerin özellikle çıkar çatışmasına dayandığını ve bu yüzden gerçekçi rakamlardan uzak bir analiz yapıldığını belirtmişlerdir. Hatta; fizibilite çalışmalarının neredeyse hiç yapılmadığını, yatırım kararlarında sadece gelen turist talebinin ölçüt olarak alındığını vurgulayan katılımcılar bile mevcuttur. Katılımcıların verdikleri cevaplarda öne çıkan bazı ifadeler şu şekilde sıralanmıştır.

“Açıkçası ben pek düşünmüyorum. Her ne kadar biz çalışmalarımızda özenli davransak da genel olarak birçok yatırımcıda “param var haydi otel yapalım” algısının hâkim olduğunu gözlemliyorum. Bunun sebepleri elbette ki ayrı bir tartışma konusu, yine de özellikle arz-talep analizlerinde yeterli özenin gösterilmediği de ortada...(K₁).”

“Fizibilite çalışmaları yeterince özenli yapılmıyor bence. Sadece gelen-giden turist sayısına bakarak “buraya turist nasılsa geliyor, haydi otel yapalım” mantığı ile hareket etmenin çok da doğru olduğunu düşünmüyorum... (K₂).”

“Düşünmüyorum, bence hayali rakamlar üzerine kurgulanıyor... (K₈).”

“Çoğu fizibilite çalışması daha çok bir çıkar üzerine yapılmaktadır... (K₁₀).”

“Genel olarak fizibilite çalışması maalesef yapılmıyor! Yatırımcının o bölgede arazisi var, arkadaşlarından duyuyor, keyifli iş, iyi çalışırsa para da kazandırıyor ve kişinin popülaritesini arttırıyor, ya da kdv alacağı var devletten bunu bir şekilde yatırıma dönüştürmesi gerekiyor. Bu noktada hadi yatırım yapalım deniyor... (K₁₂).”

Yukarıda belirtilen ifadeler dışında; görüşme sorusunun birinci kısmına çekimser ifadelerle yanıt veren katılımcılar da mevcuttur. Bu katılımcılar, diğerleri gibi, net bir şekilde olumlu ya da olumsuz görüş bildirmekten kaçınmış genel bir yorumlama yapmıştır. Özellikle dördüncü ve beşinci katılımcıların ifadelerinde bu durum açıkça gözlenmektedir.

“Her yatırımcı kendi kararlarında kendi sorumluluğunu üstlenir. Dolayısıyla bizim dışımızda kimse işini yapmıyor diyemem... (K₄).”

“Elbette ki her yatırımcı kendince özeniyordur ancak ne kadar yeterli onu ayrıca tartışmak gerekir. Cebindeki paraya güvenerek sektörün dinamiklerini bilmeden “biz bir yapalım da gerisini sonra hallederiz” şeklinde bir yatırım kararı kuşkusuz verimsiz olacaktır... (K₅).”

Görüşme sorusunun ikinci bölümünde sorulan fizibilite analizlerini nasıl yaptıklarına ilişkin soruya verilen cevaplar incelendiğinde ise; birçok yatırımcının yine literatürde vurgulanan ekonomik ve teknik analizler ile pazar ve rakip analizlerine sıkça yöneldiği görülmektedir. Bunların yanı sıra SWOT analizine yönelen katılımcılar da bulunmaktadır.

“SWOT analizleri reel ve geniş çaplı araştırma ve STR raporları ile rakip analizi... (K7).”

Özellikle on birinci katılımcının ifadeleri, uygulamada gerçekleştirilen fizibilite süreci ile literatürde yer alan sürecin ne kadar örtüştüğünü kanıtlar niteliktedir.

“Fizibilite çalışması kapsamlı bir pazar (piyasa) araştırmasına dayanmalıdır. Bu doğrultuda fizibilitenin önemli bir boyutu "En Uygun ve En Verimli Kullanım Etüdü" (Highest and Best Use Study) dür. Bu çalışma ile yatırım için belirlenen olası konumun yatırım için ekonomik/mali, fiziksel (teknik) ve yasal özelliklerine göre en uygun kullanım türü/karışımı belirlenmektedir. Ayrıca fizibilitede en önemli unsur; olası yatırım/işletme maliyetleri ve olası gelirlerdir. Bu değerler de analizde yapılan maliyet ve gelir varsayımlarına dayanacaktır. Bir yatırımın "olabilir" olması için uluslararası düzeyde kabul görmüş "finansal" analiz sonuçlarına/göstergelerine bakılmalıdır. Bunlar içinde önemli göstergeler İç Verim Oranı (IVO-IRR Internal Rate of Return), Net Bugünkü Değer (NBD-NPV Net Present Value), Yatırım Getirisi (Return on Investment), Yatırım Geri Ödeme Süresi (Payback Period). Ayrıca risk unsurları da dikkate alınarak Risk Analizi ile Duyarlılık Analizi (Sensitivity Analysis) yapılmaktadır... (K11).”

Görüşmede sorulan üçüncü soru; yatırım kararlarına etki eden hususlardan bir diğeri olan kuruluş yeri seçiminde dikkate alınan faktörlere ilişkin olup, yatırımcıların verdikleri cevapları pekiştirmek ve faktörleri peş peşe sıralamak yerine daha derinlemesine bilgi alabilmek amacıyla neden bu faktörlerin dikkate alındığı da

devamında eklenmiştir. Verilen cevaplara ilişkin oluşturulan kodlamalar, Tablo 47’de sunulmuştur.

Tablo 47: Kuruluş Yeri Seçiminde Dikkate Alınan Faktörlere Ait Bulgular

Görüşme Sorusu	Kodlar
Otelin kuruluş yeri seçiminde dikkate alınan faktörler	Ekonomik faktörler (22) Hukuki faktörler (20) Toplanma koşulları (20) Doğal faktörler (10) Sosyal faktörler (2) Kültürel faktörler (2)

Verilen cevaplar incelendiğinde; Tablo 47’de de görüldüğü üzere; bütün yatırımcıların öncelikli olarak ekonomik ve hukuki faktörler ile toplanma koşullarını dikkate aldıkları görülmektedir. Bu sonuç yapılan anket çalışmasına uygulanan Fuzzy yönteminin karar kriterlerinin önem ağırlıklarına ilişkin çıkan sonuç ile de örtüşmektedir. Zira; söz konusu aşamanın da sonucunda, yatırımcıların en yüksek önem ağırlığını bu faktörlere verdikleri ortaya konmuştur. Öte yandan; katılımcılar bölgedeki diğer işletmelerin varlığı, bölgenin turizmdeki gelişmişlik düzeyi gibi ifadeler de kullanmış; bu ifadelerin hepsi aynı anlama gelen ve literatürde yer aldığı şekliyle toplanma koşulları başlığı altında toplanarak kodlanmıştır.

Yatırımcıların kuruluş yeri seçiminde dikkate aldıkları faktörleri isimlendirme şekli; literatüre de olabildiğince hâkim olduklarını düşündürecek niteliktedir. Öyle ki; literatürde yapılan çalışmalarda, bir otel için en uygun kuruluş yerinin seçiminde dikkate alınan faktörler; doğal faktörler, ekonomik faktörler, sosyo-kültürel faktörler, hukuki faktörler, psikolojik faktörler ve aglomerasyon koşulları şeklinde gruplandırılmıştır. Bu doğrultuda; yatırımcıların verdikleri cevaplardan bazıları aşağıdaki şekilde alıntılanmıştır.

“En çok ekonomik ve hukuki faktörler ile toplanma koşullarını dikkate alıyoruz. İstanbul otelciliği, kıyı şeridi otelciliği gibi olmadığı için; doğal faktörler belli bir noktaya kadar etkili olabiliyor. Diğer faktörler de şehrin kendi dinamiği içerisinde her zaman belli bir yer buluyor zaten... (K₁).”

“Hukuki faktörler, ekonomik faktörler ve bölgedeki turizm gelişme olanakları oldukça önem taşıyor. Onun dışında bölgede sosyo-kültürel etkinliklerin

varlığı da önemli ancak bu faktörün önceliği bölgeye gelen turistlerin profiline göre değiştirilebiliyor... (K₃).”

“Bizim için en önemli faktörler ekonomik faktörler ve bölgedeki toplanma koşullarıdır. Daha sonrasında, hukuki faktörler ve doğal koşullar geliyor. Ancak burada bölgedeki toplanma koşullarının önemini vurgulamak istiyorum. Çünkü bir bölgede yatırım yapmayı belirleyecek en temel nokta orada var olan diğer yatırımlardır. ‘Burada hiç otel yok, hadi yapalım’ diyerek hareket etmek çok da mantıklı gelmiyor açıkçası. Çünkü bölgenin büyüme potansiyelini bilmiyorsun, oraya turist gelir mi gelmez mi bunu bilmiyorsun. Oysa halihazırda turizm bölgesi haline gelmiş yerleri seçmek sana da yol gösterir... (K₅).”

“Daha önceki soruda da belirttiğim gibi öncelikle otelin kurulacağı bölgenin sosyal olarak ve turizm açısından hareketli bir yer olması, orada yaşayan insanların dünya kültürlerine açık olması, yasal izinlerin alınmasında zorlukların olmaması ve bölge ekonomisinin iyi düzeyde olması. Tüm bunlar otelin kısa sürede açılmasını ve geriye dönüşümün kısa sürede olmasını sağlar... (K₆).”

“Bölgedeki ekonomik faktörler ve hukuki faktörler en belirleyici unsurlar. Daha sonra doğal koşullar ve toplanma koşulları geliyor... (K₁₅).”

Dokuzuncu katılımcı, diğer katılımcılardan farklı olarak, diğer faktörlerle birlikte özellikle psikolojik faktörlerin de önemli olduğuna vurgu yaparak;

“Aslında hepsi geçerlidir ancak psikolojik faktörler diğerlerine nazaran daha ağır basıyor. Bana göre turizmin de, otelciliğin de sebep sonuçlarına bakıldığında hepsinin temelinde psikolojik faktörler yer almaktadır...”

şeklinde bir yorum yapmıştır. Diğer taraftan; on birinci katılımcı ise; tüm faktörlerin farklı öneme sahip olduğunu ve hiçbirinin birbirinden bağımsız düşünülmemesi gerektiğini vurgulamıştır. Özellikle doğal faktörleri, İstanbul otelciliği olarak ele alındığında, iklim ve plaj özelliklerinden ziyade, fiziksel çevre koşulları

açısından değerlendirerek bu koşulların elverişsiz olması halinde diğer tüm faktörlerin de geçerliliğini yitireceğini vurgulamıştır. Ayrıca; psikolojik faktörleri de; Walter Isard'ın Lokasyon Teorisine atıfta bulunarak;

“...Psikolojik Faktörler: Bölge Plancısı Walter Isard'ın "Lokasyon Teorisi"nde "Davranışsal Lokasyon Kararı" yer alır. Buna göre bazen bir yatırımın yer seçiminde rasyonel kararlar dışında "yatırımcı tercihleri" rol oynayabilir. Buna örnek olarak da 'Yatırımcı kayıncılarından mümkünse en uzak bir yerde yatırım yapmak isteyebilir....' demektedir...”

şeklinde açıklamıştır.

Son olarak; katılımcılara kuruluş yeri faktörleri dikkate alındığında en ideal kuruluş yerinin neresi olduğu nedeniyle birlikte sorulmuştur. Cevaplarda, bazı katılımcılar direkt olarak lokasyon ismi verirken; bazıları da kesin bir bölge ismi vermenin birçok değişkene göre değiştiğini vurgulamışlardır. Verilen cevaplara ilişkin oluşturulan kodlar Tablo 48’de gösterildiği gibidir.

Tablo 48: İdeal Kuruluş Yerine İlişkin Bulgular

Görüşme Sorusu	Kodlar
İstanbul içindeki en ideal otel kuruluş yeri (yatırım bölgesi)	Beşiktaş (10) Değişken (7) Levent (5) Anadolu Yakası (3) Beyoğlu (3) Sultanahmet (3)
Bu düşüncenin nedeni	Ulaşım olanakları (10) Bölgedeki canlılık (10) Toplanma özellikleri (8) Hedef kitle (6) Turizm türü (6)

Tablo 48’de de görüldüğü üzere; katılımcılar ideal kuruluş yerini ifadelendirirken birçok faktörü de neden olarak sunmuşlardır. Bu doğrultuda verdikleri cevaplar, bir önceki soruya verdikleri cevapları da içermektedir. Verilen cevaplarda asıl ortaya çıkan husus; otel yatırımlarına yönelik kuruluş yerine öylesine karar verilemeyeceği ve bir lokasyonun her yatırım için ideal olmayabileceğidir. Katılımcıların yaptıkları açıklamaların bazıları şu şekildedir:

“İstanbul için doğru konum ve doğru segmentte oteller iş yapar. Bunun için de analizleri doğru yapıp doğru kitlelere ulaşabilmeli, pazar payındaki hedef kitlesi göz önünde bulundurulmalıdır... (K₇).”

“Bu tamamen yatırımcının ne istediğine bağlıdır. Nasıl bir otelcilik yapmak istiyorsunuz veya yatırımınız ne kadar... (K₉).”

“Bölgesine göre değişmekte. Mesela Tarihi Yarımada Butik otel dışında bir yatırım zaten mantıklı olmaz. Aynı butik yatırımın Basın Ekspres civarında da bir anlamı olmadığı gibi... (K₁₀).”

“Hedef kitleye, turizm türüne ve yatırımcı beklentilerine göre bütün bölgeler yatırımcı için cazip olabilir... (K₁₁).”

“Tarihi yarımadaı buradan ayırmak gerekir. O bölge bir yüzük taşı gibi değerlidir. O bölge mutlaka ne olursa olsun misafirini bulacak ve o bölgedeki oteller her zaman iyi yatırım olacaktır. Şehir merkezine yakın yerler otel yatırımı için her zaman ideal lokasyonlardır. Taksim-Levent hattı gibi... Bana göre yatırım için en ideal bölgeler olarak görünmektedir... (K₁₃).”

Alıntılardan da anlaşıldığı üzere; kuruluş yerine karar vermek için birçok faktörü bütüncül bir şekilde değerlendirmek gerekmektedir. Bu doğrultuda; bir önceki soruda da belirtilen kuruluş yeri seçimine etki eden faktörlerin bu seçimdeki önemini ve buna göre yatırımcıların tercih ettiği yatırım bölgesini belirleyip açıklamak için Fuzzy TOPSIS uygulamasının sonuçlarından yararlanılmıştır.

Bu bölümde; yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilere yönelik bulgulara yer verilmiştir. Verilen cevapların literatür ile olan ilişkileri ise; nicel analizlerden elde edilen tahminleme ve tercih sıralaması sonuçlarıyla birlikte bütüncül bir şekilde yorumlanarak, tez çalışmasının sonuç bölümünde açıklanmıştır.

SONUÇ

İster ekonomik, ister sosyo-kültürel veya çevresel, birçok alanda; turizmin bölgesel ve ülkesel kalkınmaya olan katkısı yadsınamaz bir gerçektir. Bu katkının farkına varan gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde; turizm sektörüne yönelik gerek ulusal gerekse uluslararası boyutlarda yapılan yatırımların sayısı, her geçen gün artmaktadır. Her ne kadar; yapılan yatırımların sayısındaki artış, arz kapasitesinin de artması anlamında olumlu bir gelişme gibi görünse de, bir o kadar da tedirgin edicidir. Çünkü; arz kapasitesi artarken turizm talebinin aynı kalması veya benzer oranla artmaması, yapılan birçok yatırımın boşa gideceği riskini düşündürmektedir. Bu düşünceden yola çıkılarak hazırlanan bu tez çalışmasının odak noktası; turizme yönelik yatırım kararlarının, kuruluş yeri seçimi ile ilgili detaylı analiz yapılmadan alındığı fikridir. Öyle ki; diğer ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de turizm işletmeleri yatırımlarının giderek arttığı görülmektedir. Hatta; sektöre yönelik bu artış, yerli yatırımlarla sınırlı kalmamış, son yıllarda yabancı yatırımcıların da ülkemize olan ilgisi artmaya başlamıştır. Bu nedenle; ülke genelinde turizme yönelik yatırım kararlarının nasıl alındığı ile ilgili bir araştırma yapma fikri ortaya çıkmış; ancak ülke genelindeki tüm otel yatırımcılarına ulaşılması güç olacağından; araştırma sadece İstanbul ile sınırlandırılmıştır.

İstanbul'daki otellerin sayısına bakıldığında, dönemsel ve bireysel dolulukların dışında, hiçbirinin sürekli bir şekilde yüzde yüz doluluk kapasitesine ulaşmadığı görülmektedir. Bununla birlikte; şehre yönelik otel yatırımlarında düzenli bir artış da bulunmaktadır. Öyle ki; Atatürk Havalimanı kapatılmış olmasına rağmen; havalimanı güzergâhında halen birçok otel yatırımı devam etmekte ve yeni yatırımların da belgesi alınmaktadır. Yapılan yatırımların özellikle dört ve beş yıldızlı otellere odaklanıyor olması da bu tez çalışmasına ihtiyaç duyulmasının bir başka nedenidir. Bu kapsamda ilgili literatür incelendiğinde; bu zamana kadar yapılan çalışmaların genellikle turizm sektörünün yapısal analizi, turizmin ekonomik etkileri, turizm politikalarını etkileyen faktörler ve teşviklerin rolü, turizmdeki talep modelleri ve Türkiye'ye yönelik iç ve

dış turizm hareketliliği gibi konulara odaklandığı görülmektedir. Ancak; turizmin arz-talep dengesi ile yatırımların rasyonelliğini karşılaştırmalı olarak analiz eden bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu açıdan değerlendirildiğinde de; bu tez çalışmasının belirtilen konuya bir ışık tutması planlanmaktadır.

Tüm bu anlatılanlardan hareketle hazırlanan bu tez çalışmasının temel amacı; İstanbul'da otel işletmelerine yönelik yatırım kararları alınırken ne kadar rasyonel davranıldığı ve gerekli analizlerin ne kadar titizlikle yapıldığını ortaya koymaktır. Bu amaca ulaşabilmek için ise; öncelikle İstanbul'un mevcut arz ve talep yapısını karşılaştırmalı olarak analiz etmek, daha sonra geleceğe yönelik talebi tahminlemek ve bu talebin hangi yatırım bölgelerinde yoğunlaşacağını belirlemek gibi alt amaçlar oluşturulmuştur. Yapılan görüşmelerle de İstanbul'da yatırım kararları alınırken hangi faktörlere dikkat edildiğini ve yeni yatırımlar için en çok hangi bölgenin tercih edildiğini belirlemek de tez çalışmasının bir başka amacıdır. Böylece; talebin yoğunlaştığı bölge ile yatırımcıların tercih ettikleri bölge arasında bir uyum olup olmadığının da öğrenilmesi hedeflenmiştir. Tüm bu amaçların gerçekleştirilmesi ile yatırım kararlarında rol oynayan faktörlerin daha etkin ve rasyonel bir şekilde değerlendirilmesine yönelik öneri ve stratejiler geliştirilmiştir.

Tezin kuramsal altyapısını oluşturan birinci bölümde, yatırım kavramı ve yatırım süreci, yatırım kararlarını etkileyen faktörler, fizibilite analizi ve yatırım sürecinde kuruluş yeri seçimi gibi konulara değinilmiştir. Birinci bölümde de belirtildiği üzere; yatırım en genel haliyle, gelecekte daha çok fayda sağlamak amacıyla elde bulunan kaynakların başka bir yere aktarılması olarak tanımlanmaktadır (Şenel, 2007). Temelinde pazar ve rekabet koşullarına uyum sağlamak ve böylece işletmenin sektör içindeki yerini sağlamlaştırmak olan yatırımlar; üretim kapasitesini artıracak tesis ve donanımı sağlamak, ürün ve hizmetlerin tüketicilere daha hızlı ulaşmasını sağlayacak dağıtım kanalları geliştirmek ve artan üretim hacmiyle birlikte yatırımcıya gelir kazandırmak gibi amaçlarla yapılmaktadır (Gümüşkaynak, 2004). Bu doğrultuda; ekonomik, finansal ve tüketici yatırımları olmak üzere üç grup altında

toplanan yatırımlar, diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de önem verilen bir konudur (Kahraman, 2010).

Kuru ve Özen (1998) tarafından; bir turizm işletmesinin amacı olan faaliyetlerin başarılı bir şekilde gerçekleştirilip rekabet avantajının korunabilmesi için ihtiyaç duyulan her türlü sermayenin sağlanabilmesi olarak tanımlanan turizm yatırımları; ekonomik yatırımlardan kabul edilmekte ve altyapı, üstyapı ve destek yatırımlarından oluşmaktadır (Selek, 2009; Kahraman, 2010). Ancak türü ne olursa olsun; turizm sektöründe yatırım fikirlerinin iyi değerlendirilmesi ve hangi yatırımın ne amaçla yapılacağına belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Çünkü hangi amaçla olursa olsun, turizm yatırımlarının olumlu olduğu kadar risk taşıyan sonuçları da bulunmaktadır. Özellikle yatırım geri dönüş oranının uzun vadeye yayılması, talebin her türlü dış etkenden kolayca etkilenebilmesi ve emek yoğun yapıya sahip olması gibi hususlar; turizm yatırımlarının birçok yatırımcı tarafından riskli kabul edilmesine ve yatırım konusunda çekingen davranılmasına yol açmaktadır. Bu nedenle, turizm yatırımlarının devlet tarafından teşvik edilmesi ve turizm kalkınma planlarıyla desteklenen projelerin geliştirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Tüm ülkede olduğu gibi; İstanbul'da da yatırımların artmasında birçok neden rol oynamaktadır. Bunların başında; İstanbul'un bir kültür şehri olması, iki kıtayı birleştiren coğrafi özelliği, alışveriş ve eğlence olanakları gibi nedenler gelmektedir. Bununla birlikte şehre yönelik yatırımların artmasındaki en önemli nedenlerden bir diğeri de, devlet tarafından sağlanan destek ve teşviklerdir. Ancak; bu teşvikler yatırım için çok önemli olsa da; yatırım kararları yine de öylesine alınacak kararlar değil, üzerinde hassas çalışılması gereken bir analiz ve değerlendirme sürecini içermelidir.

Literatürde birçok araştırmacı tarafından benzer şekillerde sıralanan yatırım proje geliştirme aşamaları; proje fikrinin ortaya çıkışı, ön araştırma, fizibilite çalışmaları, yatırım kararının alınması, yatırım projesinin geliştirilmesi, uygulamaya sokulması ve işletmeye geçiş olarak yedi ana grupta toplanmıştır (Sykianakis ve Bellas, 2005; Rutherford ve O'Fallon; Kahraman, 2010; Drury, 2012; Erkan vd.,

2015). Bu süreçte üzerinde en çok durulması gereken ve yatırım kararlarında etkili olan birçok faktörü bünyesinde barındıran aşama ise; fizibilite çalışmalarıdır. Ekonomik, teknik, mali ve hukuki bir dizi analizden oluşan fizibilite çalışmaları; bir yatırımın, beklendiği kadar kârlı olup olmadığını ortaya koymaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde, yatırım kararlarını etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte; yatırım kararlarının alınmasında tek başına yeterli olmamakta; İç Verim Oranı, Net Bugünkü Değer ve Geri Ödeme Süresi gibi birçok kârlılık analizinin de yapılmasını gerektirmektedir. Nitekim araştırma kapsamında yatırımcılarla yapılan görüşmelerde, özellikle on birinci katılımcının da özellikle bu çalışmaları vurgulaması, konunun ne derece önem taşıdığını ortaya koymaktadır.

Otel yatırımlarında dikkate alınması gereken bir diğer faktör de, kuruluş yeri seçimidir. En basit haliyle; bir işletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesini sağlayan en uygun yer olarak tanımlanan kuruluş yeri, yatırımın başarısından uzun vadede göstereceği performansa kadar birçok açıdan önem taşımaktadır. Doğru seçilmiş bir kuruluş yeri, yatırımın geri dönüş süresini dahi kısaltabileceği gibi yanlış yapılan bir yer seçimi ise, beklenen faydadan çok zarar getirecektir. Bu yüzden; kuruluş yeri seçimi de yatırım kararları ve fizibilite kadar özenle üzerinde durulması gereken bir konudur. Öyle ki; kuruluş yeri seçiminin de doğru yapılabilmesi için fizibilite analizinde olduğu gibi; doğal, ekonomik, sosyo-kültürel, hukuki ve psikolojik birçok faktör ile aglomerasyon koşulları etkili olmaktadır. Bu faktörlerin her biri yapılacak yatırımın türüne göre görece farklı ağırlıklarda önem taşımakla birlikte, hiçbirinin birbirinden ayrı düşünülemeyeceği de gerek literatürde gerekse yatırımcılar tarafından vurgulanmaktadır.

Tez çalışmasının ikinci bölümü; araştırmanın da hareket noktasını oluşturan İstanbul'un turizm arzı, talebi ve yatırımları açısından genel değerlendirmesinden oluşmaktadır. Bu bölümde; Kültür ve Turizm Bakanlığının turizm istatistiklerinden faydalanılarak İstanbul'un genel arz ve talep dengesi ortaya konmuş, mevcut ve devam eden yatırımların bu dengeyi nasıl etkileyebileceği irdelenmeye çalışılmıştır.

Arz kapasitesi, özellikle konaklama açısından değerlendirildiğinde; İstanbul'da 2019 yılsonu itibariyle toplamda 122.122 yatak kapasitesine sahip 604 konaklama tesisinin bulunduğu görülmektedir. Bu tesislerin yarısından fazlası (toplam 407 tesis ile) otel işletmelerinden oluşmaktadır. Yıllık toplam dikkate alındığında ise; mevcut yatak kapasitesinin, İstanbul'daki ortalama geceleme süresi de göz önünde bulundurulduğunda, yaklaşık 19 milyon turisti ağırlayabilecek durumda olduğu bilinmektedir. Oysa; 2019 yılsonu itibariyle İstanbul'a 10.297.170 turist konaklama yapmıştır. Bu da; mevcut konaklama arzının yaklaşık %54 dolulukla yılı kapattığını göstermektedir. Belediye belgeli tesislerin sayısı da dikkate alındığında İstanbul'un toplam yatak kapasitesi 184.742 yatağa çıkmakta ve bu kapasitenin sadece %62,2'si değerlendirilebilmektedir.

Tez çalışması kapsamında İstanbul; gerek turizm arzı, gerek talebi gerekse yatırımları açısından otellerin en çok bulunduğu aglomerasyon alanlarına göre yatırım alanlarına ayrılmıştır. Yatırım alanları; Tarihi Yarımada, Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli, Sarıyer-Maslak-Levent, Havalimanı Bölgesi ve Anadolu Yakası olmak üzere beş bölge olarak belirlenmiştir. Yapılan bütün analiz ve karşılaştırmalar, yatırım bölgelerinin toplam verileri dikkate alınarak yapılmıştır. Bu bağlamda İstanbul'un konaklama arzını yatırım bölgeleri açısından değerlendirmek gerekirse; en çok işletmenin, 208 tesis ile Tarihi Yarımada bölgesinde, daha sonra da 196 tesis ile Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesinde yoğunlaştığını söylemek yerinde olacaktır. İstanbul'daki otellerin en çok Tarihi Yarımada bölgesinde toplanmasının başında bölgenin kültürel çekiciliği gelmektedir. Şehrin tarihî ve kültürel özelliklerinin hemen hepsinin bir arada bulunduğu bölgeye olan turist akışı burada otellerin giderek artmasına yol açmıştır. İstanbul'un zaman içerisinde, eğlence ve alışveriş turizmi türlerine de hitap etmesiyle Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesi önemli bir toplanma alanı haline gelmiştir. Özellikle son yıllarda, şehrin imajının iş ve finans merkezi olarak gelişmesiyle birlikte de Sarıyer-Maslak-Levent bölgesi otel yatırımları açısından büyüyen bir alan haline gelmiştir.

Tesislerin türleri açısından bakıldığında ise; Tarihi Yarımada bölgesinde 141 otel, Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesinde ise 125 otel olduğu görülmektedir. Kaldı ki; TUROB (2016) tarafından hazırlanan 2015 Otel Kapasite Raporunda da aynı şekilde; 5 yıldızlı otellerin en çok Şişli ve Beşiktaş'ta yoğunlaştığı, bununla beraber 4 yıldızlı otellerin ise Fatih ve Beyoğlu'nda toplandığı vurgulanmaktadır.

İstanbul'un turizm talebine yönelik yapılan değerlendirmelerde; talebin belli yıllarda azalmalar göstermesine rağmen giderek artan bir eğilim gösterdiği ortaya çıkmıştır. 2019 yılsonu itibariyle İstanbul'da bakanlık belgeli tesislerde konaklayan 10.297.170 turist'in yatırım bölgelerine olan dağılımı incelendiğinde ise; en çok turist'in 3.675.887 turist ile Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesine geldiği görülmektedir. Bu dağılımı; sırasıyla 2.685.451 turist ile Havalimanı Bölgesi, 2.354.110 turist ile Tarihi Yarımada, 1.394.315 turist ile Anadolu Yakası ve 187.407 turist ile Sarıyer-Maslak-Levent bölgesi takip etmektedir.

Mevcut ve yeni yapılacak yatırımlar değerlendirildiğinde; 2019 yılsonu itibariyle İstanbul'da toplam 21.056 yatak kapasiteli 108 tesis için yatırım belgesi bulunduğu ortaya çıkmıştır. Yatırımların tesis türlerine göre dağılımlarına bakıldığında ise; yine büyük çoğunluğun 86 tesis sayısı ve 19.283 yatak kapasitesiyle otellerin oluşturduğu görülmektedir. Yatırım belgeli işletmelerin ilçelere göre dağılımına ilişkin bir istatistik ne yazık ki bulunamamıştır. Tüm bu veriler bir araya getirildiğinde; İstanbul'un mevcut kapasitesinin talebi fazla fazla karşıladığı görülmektedir. Bu nedenle; devam eden ve yeni başlayacak olan otel yatırımları da kapasitede gereğinden fazla bir artışa yol açarak; İstanbul'un turizm pastasının etkin bir şekilde değerlendirilememesine neden olduğunu düşündürmektedir. Bu husus; TUROB'un 2015 Otel Kapasite Raporunda da *“İstanbul'da talebin üzerinde gerçekleşen otel yatırımlarındaki artış; konaklama işletmeciliğinde kapasite artışının yaşanmasına ve otel odalarının âtil kalmasına yol açmaktadır. Özellikle son üç yıldaki artış nedeniyle; konaklama sektörü yeni yatırımlarda maliyetlerini bile karşılayamamaktadır”* şeklinde vurgulanmaktadır (TUROB, 2016). Gerçekten de artan yatırımların yol açtığı fazla kapasiteye karşın; özellikle son yıllarda gününbirlik

evlerde yapılan kayıt dışı konaklamalara olan ilginin de artmasıyla, belgeli tesislerde konaklama oranı düşük olmakta ve birçok işletme beklediği doluluk oranını yakalayamamaktadır. Bu noktada; “*otel yatırımlarının neden halen mevcut bölgelerde devam ediyor*” oluşu sorusu bu konu ile ilgili bir araştırma yapmayı gerektirmiş ve yapılan nicel ve nitel analizlerin bulguları tezin üçüncü bölümünde belirtilmiştir.

Yatırım kararlarını etkileyen faktörlerin ve bu faktörler doğrultusunda yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen yatırım bölgesinin belirlenmesini amaçlayan bu tez çalışmasının uygulama bölümü, üç farklı analizi ve bulgularını içermektedir. Söz konusu analizlerin bulgularına ilişkin genel değerlendirmeler ve geliştirilen öneriler ise; aşağıdaki bölümlerde açıklanmıştır.

Araştırma konusunun nedenlerini irdelemek için oluşturulacak soruların hazırlanmasına da zemin oluşturması açısından; öncelikle İstanbul’a ilişkin turizm talebinin önümüzdeki dört yıl için (2020-21-22-23) tahminlemesi yapılmıştır. Bu tahminleme verileri, aynı zamanda turistlerin hangi bölgeye yoğunlaşacaklarının öngörülmesi ve tercih edilen yatırım bölgesi ile uyumlu olup olmadığının karşılaştırılması açısından da yardımcı olmuştur.

Tahminleme; eldeki verileri kullanarak gelecekte oluşabilecek olayları öngörme (Emeç, 2015) şeklinde tanımlanmakta olup, karar verme sürecinde de sıkça kullanılan önemli aşamalardan biridir. Kaldı ki; fizibilite analizleri kapsamında da kuruluş yeri seçiminde de olası talebi tahmin etmek, o bölgede yatırım yapılıp yapılamayacağının belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Turizme yönelik talebin tahminlenmesinde zaman serisi analiz türlerinden yapay sinir ağlarına kadar birçok yöntem kullanılmakta; kurulan modellere göre her bir yöntemin kendine göre tutarlılığı ve doğruluğu bulunmaktadır.

Bu tez çalışmasında; 1996 ile 2019 yılları arasında İstanbul’a gelen turist sayıları veri olarak kullanılmış ve talebin genel eğiliminin artış olmasına rağmen, arada ciddi azalış ve artışların da olmasından dolayı düzensiz bir yapı sergilemesi nedeniyle zaman serisi analizlerinde de sıkça kullanılan “Eğri Uydurma (Curve Fitting)” analizi

uygulanmıştır. Genel olarak; eldeki veri setinin onu en iyi açıklayacak önceden hesaplanmış matematiksel bir fonksiyona yaklaştırılması işlemi olarak tanımlanan (Karadede, 2014) Eğri Uydurma yöntemi; tezde kullanılan veri setlerindeki ani artış ve azalışlar gibi gürültü olarak adlandırılan verileri de fonksiyona dâhil etmesi sebebiyle tutarlı tahminler vermektedir.

Turizm talebine yönelik tahminleme çalışması, her bir yatırım bölgesi için ayrı ayrı hesaplanmış ve kullanılan fonksiyonlar ile oluşturulan tahmin grafikleri üçüncü bölümde bulgular kısmında detaylı olarak açıklanmıştır. Yapılan tahminlerin sonuçları; genel artış eğiliminin devam edeceği varsayılarak; önümüzdeki dört yıl içinde en çok turistin, Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli olarak belirlenen ikinci yatırım bölgesinde yoğunlaşacağını, Tablo 31'deki,

$$2020 = 4.037.409;$$

$$2021 = 4.582.551;$$

$$2022 = 5.248.294;$$

$$2023 = 6.055.225$$

şeklindeki rakamlarla göstermektedir. Bu bölgeleri yine; Tarihi Yarımada ve Atatürk Havalimanı bölgesi izlemektedir. Talep yoğunlaşmasının bu şekilde gerçekleşeceği varsayıldığı takdirde; talebin tarihî yarımadadan Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesin kaymasının altında birçok neden olabileceği düşünülebilir. Bu nedenlerin başında özellikle Sultanahmet ve civarında yeni yatırım yapılacak alanların azalması ve yatırımların da giderek bu bölgeye kayması gelmektedir. Öte yandan; bahse konu bölgenin daha çok iş ve sağlık turizmi faaliyetlerinde öne çıkması ve diğer bölgelere nazaran daha merkezî bir konumda yer alması da turistler tarafından tercih edilmelerini sağlamaktadır. Bu noktada; gelen turistlerin milliyet dağılımları ve geliş amaçları da bu talep yoğunluğunu açıklamakta önemli sayılabilecek kriterlerdir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, sonraki çalışmalarda;

- İstanbul’a turist gönderen özellikle ilk 10 ülkeye yönelik tahminleme çalışmalarının yapılması,
- Bu milliyetlerin İstanbul’daki konaklama dağılımlarının çıkarılması,
- Yine bu milliyetlerden gelen turistlerin geliş amaçlarının da araştırılması ve
- Tüm bu araştırma sonuçlarının karşılaştırılarak bütüncül bir şekilde analiz edilmesi önerilmektedir.

Tahminlemelerin sonuçları da göz önüne alınarak bölgesel olarak değerlendirme yapıldığında; özellikle tarihi yarımada ile Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgelerindeki otel sayısı ile talep yoğunlaşmasının doğru orantılı olduğunu söylemek mümkün olmaktadır. Ancak sadece bu rakamlar dikkate alındığında; havalimanı bölgesindeki otel sayısının konaklayan/konaklayacak turist sayısına göre az olduğu göze çarpmaktadır. Her ne kadar Atatürk Havalimanı güzergâhındaki yatırımlar yeterli gibi görünse de; yeni İstanbul Havalimanı’nın bulunduğu alanda bir turist akışı potansiyelinin varlığı da aşîkârdır. Bu turist akışı, bölgede konaklama potansiyelini de artıracak ve bu güzergâhı bir toplanma alanı haline getirecektir. Bu nedenle; **bu bölgede otel yatırımlarına ihtiyaç duyulabileceği** araştırma kapsamında ulaşılan sonuçlardan biridir. Ancak; mevcut otellerin sayısının tek başına böyle bir değerlendirme yapmak için yeterli olmayacağı bilinciyle; daha tutarlı bir yorum yapabilmek amacıyla; ileriki çalışmalarda,

- Bölgenin yatak kapasitesi ve turistlerin geceleme oranlarıyla birlikte doluluk kapasitesinin araştırılması, bu bölgede konaklayan turistlerin en çok hangi tesis türlerinde konaklamayı tercih ettiklerinin de belirlenmesi önerilmektedir.
- Yeni havalimanının üstleneceği uluslararası uçuş ağı rolünün sağlayacağı turist akışı, Galataport ve kongre turizmine yönelik yapılan çalışmaların etkisinin de İstanbul’a daha çok turist getireceği de göz önüne alınarak; söz konusu yıllarda gerçekleşen turist sayısının dikkate alınıp geleceğe yönelik projeksiyonların yenilenmesi de araştırmanın önerilerinden bir diğeridir.

- Öte yandan; veri setinde özellikle 1999, 2007-2009 ve 2016 yıllarında görülen ani azalışların olası sebepleri de araştırılarak (1999 Marmara Depremi, 2016 yılındaki terör saldırıları, döviz kurları, vb...) dış faktör olarak veri setine dâhil edilmeli ve tahminlemeler yeniden yapılmalıdır. Yalnız burada; dış etkenlerde gerçekleşen en küçük bir değişikliğin çok daha büyük değişikliklere yol açtığı ülkeler gibi ülkemizde de; döviz kurunun ileriki yıllar için öngörüsünün yapılmasının zor olduğunu vurgulamakta fayda vardır.

Tez çalışmasının son dönemlerine denk gelen Covid19-Yeni Koronavirüs pandemisi; tüm dünya gibi ülkemizi de etkilemiş ve bu sebeple birçok ülke yurtiçi ve yurtdışı giriş-çıkışları durdurmuş, birçok işletme gibi turizm tesisleri de geçici de olsa faaliyet durdurma durumuyla karşı karşıya kalmıştır. Otel faaliyetlerinin yaklaşık iki buçuk aylık bir süre için durdurulması, kuşkusuz 2020 yılsonu turizm talebini olumsuz olarak etkileyecektir. Tez çalışması esnasında tahminlemeler yapılırken böyle bir salgın durumu ortada olmadığı için; veriler normal akış göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir. Bu nedenle ileriki süreçte;

- Söz konusu yıla yönelik gerçekleşen rakamlar belli oldukça, genel trendin artış ya da azalış yönünde olup olmadığının takip edilmesi önerilmektedir.

- Ayrıca; salgından kaynaklanan faaliyet durdurma kararının dış faktör olarak veri setine eklenerek yeniden bir tahminleme çalışması yapmak da faydalı olacaktır.

- Yine aynı şekilde; yapılan tahminlemenin tutarlılığının kanıtlanması amacıyla söz konusu yıllar için tahminlemeler, diğer tahminleme yöntemleri ile de denenebilir.

Araştırmanın ikinci bölümü, yatırım kararlarını ve kuruluş yeri seçimini etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik analizlerden oluşmaktadır. Bu bağlamda nitel ve nicel analizler bir arada kullanılarak; ilk önce yapılan yüz yüze görüşmelerle yatırım kararlarında etkili olan unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda

İstanbul’da faaliyette bulunan otel işletmelerinin yatırımcılarına ulaşılarak toplamda dört adet soru sorulmuştur.

Görüşmelerden elde edilen cevaplar genel olarak değerlendirildiğinde; yatırımcıların hemen hepsinin otel işletmelerine yönelik yatırım kararı almadan önce, üzerinde titizlikle durulması gereken çalışmaların yapılması gerektiği konusunda fikir birliğine ulaştıkları görülmektedir. Bununla birlikte; yatırım sürecinde her bir aşamanın birbiriyle bağlantılı olduğu, biri olmadan diğerinin etkinliğini kaybedeceği de yine verilen cevaplardan elde edilen ortak bir sonuçtur.

Yatırım kararlarında dikkate alınan faktörlerin belirlenmesini hedefleyen birinci soruya verilen cevaplara bakıldığında; yatırımcıların ortak hedefinin, **öncelikle yatırdıkları sermaye tutarını olabildiğince hızlı bir şekilde geri kazanmak olduğu** görülmektedir. Bunun yanı sıra; bölgenin ihtiyaçları ve devlet tarafından sağlanan teşvikler de yatırımcıları harekete geçiren diğer ortak faktörler olarak belirlenmiştir. Nitekim literatürde; Tiainen (2013) ve Rahmani’nin (2017) de vurguladığı gibi; yatırım kararları öncelikli olarak işletmeye olumlu bir getiri sağlamak ve yatırılan sermaye tutarını olabildiğince hızlı şekilde geri kazanmak amaçlarıyla alınmaktadır. Bunun ne kadar sürede gerçekleşeceğini öğrenmek için de Gedik ve diğerlerinin (2005), Kahraman’ın (2010) ve Usta’nın (2014) çalışmalarında da belirttikleri üzere, kârlılık ve geri ödeme süresi yöntemleri kullanılmaktadır. Araştırmaya katılan yatırımcıların da özellikle bu konulara değinmesi, bu anlamda dikkat çekicidir ve literatürle örtüşmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde; yatırımcıları otel yatırımına iten faktörlerin başında gelen fiyatın önemli bir rekabet unsuru olması ve rekabeti korumak adına otellerin öncelikle fiyat indirimlerine gitmeleri olduğu araştırma sonucunda ulaşılan yorumlardan biridir. Yine aynı şekilde; fiyatın rekabetçi gücünün yatırım maliyetlerine yansımakta olduğu ve yatırımcıların bu motivasyonla harekete geçerek, hem sermayelerini geri kazanma hem de (sektör dışından olsalar bile) yaptıkları otel yatırımları ile kendilerine bir prestij kazandırma amacıyla oldukları da ulaşılan yargılar arasında yer almaktadır.

Yatırımcılara sorulan ikinci soru ise; yatırım sürecinde fizibilite analizlerinin yeterince rasyonel ve özenli yapıp yapılmadığı hakkındaki fikirleri ve kendilerinin yaptıkları fizibilite çalışmalarında hangi noktalara dikkat ettikleri olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Verilen cevaplar incelendiğinde; araştırma öncesinde tahmin edilenden farklı olarak; **yatırımcıların büyük çoğunluğunun fizibilite analizlerine tüm sektör genelinde gereken özenin gösterilmediğini** vurguladıkları ortaya çıkmıştır. Hatta öyle ki; **birçok yatırımcının sektörün ve talebin ihtiyaçları dikkate alınmadan, sadece elde bulunan sermayeyi değerlendirebilmek adına yatırım işine girdikleri** de yatırımcılar tarafından açık sözlülükle ifade edilmiştir. Öte yandan; her yatırımcının kendi faaliyetlerinden sorumlu olduğunu, diğerleri hakkında olumlu veya olumsuz bir görüş bildirmenin yanlış olacağını savunan cevaplara da rastlanmıştır. Bu cevaplar değerlendirildiğinde; yatırım analizlerine yeterince önem verilmemesinin altında,

- Yatırımcıların hızlı ve çok para kazanma istediğinde oldukları,
- Birçoğunun turizm endüstrisini yeterince tanımadan hareket etmeleri ve turizm işletmeciliğini kolay bir iş olarak algıladıkları,

• Yine birçoğunun yatırım analizlerini fazladan bir maliyet unsuru olarak gördükleri ve aslında bunun da sektörel bilgi eksikliğinden kaynaklandığı

çıkarımlarına ulaşılmıştır. Bu sorunların giderilebilmesi için; turizm yatırımcılarına;

- Özellikle sektör dışından gelen yatırımcılara, yatırım girişiminden önce sektörel dinamikler hakkında ve turizm işletmeciliği hakkında genel bilgi verilmesi,
- Turizm endüstrisinin uluslararası, ülkesel ve bölgesel arz ve talep konjonktürünün açıklanması, ve
- Fizibilite analizlerinin önemi konusunda yeterli bilincin oluşturulması

önerilmektedir. Bu önerilerin gerçekleştirilebilmesi için de başta Turizm Yatırımcıları Derneği olmak üzere; şehir yönetimleri ve sektörel sivil toplum kuruluşlarına önemli rol düştüğü söylenebilir.

Sorunun ikinci bölümünü oluşturan fizibilite analizlerini nasıl yaptıklarına dair verilen cevaplar incelendiğinde ise; birçok yatırımcının yine literatürde vurgulanan ekonomik ve teknik analizler ile pazar ve rakip analizlerine (Rutherford ve O’Fallon, 2007; Şenel, 2007; Kahraman, 2010; Erkan vd., 2015; Uğurlu, 2016) sıkça yöneldikleri görülmektedir. Özellikle on birinci katılımcının;

“Fizibilite çalışması kapsamlı bir pazar (piyasa) araştırmasına dayanmalıdır. Bu doğrultuda fizibilitenin önemli bir boyutu "En Uygun ve En Verimli Kullanım Etüdü" (Highest and Best Use Study) dür. Bu çalışma ile yatırım için belirlenen olası konumun yatırım için ekonomik/mali, fiziksel (teknik) ve yasal özelliklerine göre en uygun kullanım türü/karışımı belirlenmektedir. Ayrıca fizibilitede en önemli unsur; olası yatırım/işletme maliyetleri ve olası gelirlerdir. Bu değerler de analizde yapılan maliyet ve gelir varsayımlarına dayanacaktır. Bir yatırımın "olabilir" olması için uluslararası düzeyde kabul görmüş "finansal" analiz sonuçlarına/göstergelerine bakılmalıdır. Bunlar içinde önemli göstergeler İç Verim Oranı (IVO-IRR Internal Rate of Return), Net Bugünkü Değer (NBD-NPV Net Present Value), Yatırım Getirisi (Return on Investment), Yatırım Geri Ödeme Süresi (Payback Period). Ayrıca risk unsurları da dikkate alınarak Risk Analizi ile Duyarlılık Analizi (Sensitivity Analysis) yapılmaktadır... (K11).”

şeklindeki ifadeleri; uygulamada gerçekleştirilen fizibilite süreci ile literatürde tavsiye edilen sürecin ne kadar örtüştüğünü kanıtlar niteliktedir. Bunların yanı sıra; diğer analizlerle beraber SWOT analizine yönelen katılımcılar da bulunmaktadır. Ancak; bu cevaplar da tüm yatırımcıların aynı hassasiyeti gösterdiğine ilişkin kesin bir yargı oluşturmak için yeterli değildir. Daha önce belirtildiği üzere; yapılması gerekenlerin farkında olan ama farklı sebeplerle bu gerekliliği uygulamaya dökmeyen yatırımcıların varlığı da belirtilmesi gereken bir konudur.

Yatırımcıların kuruluş yeri seçiminde dikkate aldıkları ve önemli gördükleri faktörlerin belirlenmesine yönelik üçüncü soruya verilen cevaplarda; bütün yatırımcıların öncelikli olarak ekonomik ve hukuki faktörler ile toplanma koşullarını

dikkate aldıkları görülmektedir. Yatırımcıların kuruluş yeri seçiminde dikkate aldıkları faktörleri isimlendirme şekli; literatüre de olabildiğince hâkim olduklarını düşündürmektedir. Öyle ki; literatürde yapılan çalışmalarda bir otel için en uygun kuruluş yerinin seçiminde dikkate alınan faktörler; yerel ekonomik yapı, bölgesel düzenlemeler, ulaşım ve park olanakları, altyapı olanakları, doğal çekicilik faktörleri, sosyal faktörler, hukuki faktörler, iş gücü faktörü, politik faktörler, psikolojik faktörler, aglomerasyon (toplanma) alanları, tesisin yıldız sayısı vb. şeklinde sıralanmıştır (Chan ve Wong, 2006; Chan vd., 2006; Yang vd., 2012; Özel, 2012). Bu faktörlerin bazıları göstermiş oldukları ortak noktalar da dikkate alınarak; Olalı ve Korzay'ın (1993), Ertuğral'ın (1998), Tırmıkçıoğlu Çınar'ın (2010), Kahraman'ın (2010) ve Akıncı'nın (2016) çalışmalarında da ayrı ayrı doğal faktörler, ekonomik faktörler, sosyo-kültürel faktörler, hukuki faktörler, psikolojik faktörler ve aglomerasyon koşulları şeklinde gruplandırılmıştır. Katılımcıların;

“Hukuki faktörler, ekonomik faktörler ve bölgedeki turizm gelişme olanakları oldukça önem taşıyor... (K₃)” ve

“Bölgedeki ekonomik faktörler ve hukuki faktörler en belirleyici unsurlar. Daha sonra doğal koşullar ve toplanma koşulları geliyor... (K₁₅).”

şeklindeki cevapları da literatüre olan hâkimiyetlerini kanıtlar niteliktedir. Tüm yatırımcılar, kuruluş yeri seçiminde dikkate aldıkları faktörleri bu şekilde tek tek sıralarken; özellikle on birinci katılımcı tüm faktörlerin kendi içerisinde farklı öneme sahip olduğunu ve hiçbirinin birbirinden ayrı düşünülmemeyeceğini de vurgulamıştır.

Kuruluş yeri faktörleri dikkate alındığında en ideal kuruluş yerinin neresinin olabileceğine ilişkin soruya verilen cevaplarda; bazı katılımcıların direkt olarak lokasyon ismi verirken; bazılarının da kesin bir bölge ismi vermenin birçok değişkene göre değiştiğini vurguladıkları ortaya çıkmıştır. Katılımcılar, ideal kuruluş yerini ifadelendirirken birçok faktörü de neden olarak sıralamışlardır. Bu doğrultuda verdikleri cevaplar, anlam olarak, bir önceki soruya verdikleri cevapları içermektedir. Verilen cevaplarda asıl ortaya çıkan ortak nokta ise; otel yatırımlarına yönelik kuruluş

yerinin öylesine seçilemeyeceği ve bir bölgenin her türdeki yatırım için ideal olmayabileceğidir.

Görüşme sonlandırıldıktan sonra; yatırımcıların en çok tercih ettikleri yatırım bölgesini, yani öznel değerlendirmelerini, sayısal olarak belirleyebilmek amacıyla bir anket uygulanmış ve anket sonuçları çok kriterli karar verme yöntemlerinden biri olan Fuzzy TOPSIS yöntemi ile analiz edilmiştir. İlk olarak L. A. Zadeh (1968) tarafından 1965 yılında ortaya konan Fuzzy TOPSIS yöntemi; bireylerin öznel değerlendirmelerini üçgensel bulanık sayılara dönüştürerek dokuz aşamalı bir algoritma dâhilinde tercih sıralaması yapmayı sağlayan bir yöntemdir. Bu bağlamda oluşturulan anketin ilk bölümü; kuruluş yerini etkileyen faktörlerin yatırımcılar tarafından görece önem ağırlıklarını belirlemeye yönelik olup, ikinci bölümü ise; İstanbul'un yatırım bölgelerini bu faktörleri göz önüne alarak değerlendirmelerine yöneliktir. Bu sayede çıkan sonuçlarla bir tercih sıralaması yapılmış ve en çok tercih edilen yatırım bölgesi belirlenmiştir.

Anketin birinci bölümünün analizinde; karar kriteri olarak kabul edilen faktörlerin önem ağırlıkları hesaplanmış ve en çok hangi faktörün diğerlerine göre daha önemli olduğu ortaya konmuştur. Analiz sonucuna göre; yatırımcılar tarafından en çok önem verilen faktörler; (0,80;0,90;0,97) ağırlık katsayısı ile *Hukuki Faktörler* (K_4), (0,79;0,89;0,98) ağırlık katsayısı ile *Aglomerasyon Koşulları* (K_6) ve (0,80;0,86;0,93) ağırlık katsayısı ile *Ekonomik Faktörler* olarak belirlenmiştir. Bu sonuç; yapılan görüşmede katılımcılardan sözel olarak elde edilen cevapların sonucu ile de örtüşmektedir. Zira; söz konusu cevaplarda da yatırımcıların bu faktörlere önem verdikleri ortaya konmuştur. Bu sonuçlar aynı zamanda; literatürde Ertuğral (1998), Yang ve diğerleri (2014), Son ve Ko (2017) tarafından yapılan çalışmaların sonuçlarıyla da benzerlik göstermektedir.

Fuzzy TOPSIS yönteminin son aşamasında yapılan tercih sıralaması hesaplarının sonucunda; yatırımcılar tarafından en çok tercih edilen yatırım bölgesi A_2 alternatifi, yani Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesi olarak bulunmuştur. Bu bölgeyi

sırasıyla; Sarıyer-Maslak-Levent (A₃), Tarihi Yarımada (A₁), Anadolu Yakası (A₅) ve Havalimanı Bölgesi (A₄) izlemiştir. Bu sonuçlar değerlendirildiğinde; tıpkı talep tahminleme sonucunda olduğu gibi yatırımcıların da öncelikli olarak Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli bölgesine yoğunlaştıkları ortaya çıkmaktadır. Bu sonuç; her ne kadar talep oraya geliyor diye yatırımların o bölgeye yöneldiği gibi bir düşüncüyü akıllara getirirse de; bu şekilde kesin bir yargıya varmak kolay değildir. Çünkü bölge aynı olsa da, turizm talebinin tercih ettiği tesis türü ile yatırımcıların tercih ettiği tesis türleri farklılıklar gösterebilir. Bu nedenle ileriki çalışmalarda;

- Talebin o bölgede konakladıkları tesis türleri ile yatırım yapılan tesis türlerinin karşılaştırılması ve bu sayede talep ile yatırımcıların tercihleri arasındaki benzerliğin nedenlerini ortaya koyacak derinlemesine analizlerin yapılması önerilmektedir.

Görüşme sorularında da yatırımcıların vurguladığı gibi talep sayısı, kuruluş yeri seçiminde belirleyici tek etken değildir. Zira talebin daha az konaklama yaptığı Sarıyer-Maslak-Levent bölgesinin yatırımcılar açısından ikinci sırada tercih edilmesi de bu görüşü kanıtlar niteliktedir. Öte yandan; ideal bölgenin neresi olabileceğine yönelik görüşme sorusunda da Levent lokasyonunun özellikle belirtilmesi; bu bölgenin yatırımcılar açısından önemli bir potansiyel olarak görüldüğünün bir göstergesidir. Söz konusu bölgelerin yatırımcılar tarafından tercih edilmesinin, talep dışında da birçok nedeni bulunduğunu belirtmek faydalı olacaktır. Bu bölgelerin; daha önceki bölümlerde de vurgulandığı üzere; iş merkezleri, alışveriş merkezleri, sağlık hizmetleri vb. kuruluşlar açısından da zengin lokasyonlar oluşu bu nedenlerin başında gelmektedir. Ayrıca; Tablo 33 ve 39'da belirtilen yatırım bölgelerinin karar kriterlerine göre yapılan değerlendirme sonuçlarında da görüldüğü üzere; Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli ve Sarıyer-Maslak-Levent bölgelerinin ekonomik, sosyo-kültürel, hukuki faktörler ve aglomerasyon koşulları açısından diğer alternatiflere göre daha yüksek değerlendirme puanı alması da talebin tek belirleyici etken olmadığını, bu faktörlerin de tercihlerde dikkate alındığını kanıtlar niteliktedir.

Talebin en çok yoğunlaştığı bölgelerden biri olan Havalimanı bölgesinde yatırımcı ilgisinin neredeyse hiç olmaması araştırmanın dikkat çeken bulgularından birisidir. Nitekim; bu bölge, yatırımcıların tercih sıralamasında beşinci ve son sırada çıkmıştır. Sadece Atatürk Havalimanı bölgesi dikkate alınırsa bu sonuç normal olarak karşılanabilir. Ancak; havalimanı güzergâhının bir devamı niteliğinde olan güzergâhta yer alan yeni İstanbul Havalimanının, büyüklüğü ve uçuş birleştirici rolü sayesinde, önemli bir potansiyel oluşturacağı ve önemli bir toplanma bölgesi olarak gelişmeye açılacağı açıktır. Dolayısıyla; bu bölgeye yatırımcı ilgisinin çekilmesi önem taşımaktadır. Bu nedenle ileriki çalışmalarda;

- Yatırımcıların, yatırım bölgesini etkileyen faktörleri talebe göre nasıl değerlendirildiğini ve özellikle havalimanı bölgesi güzergâhının yatırım potansiyelinin, **yeni yapılan havalimanı güzergâhı da dikkate alınarak**, daha derinlemesine araştırılması önerilmektedir.

İstanbul'un arz-talep durumu ve yatırımcı görüşleri bir araya getirilerek sektörel bir değerlendirme yapılacak olursa; **turizm yatırım kararlarının alınmasında ekonomik faktörler kadar değişen talep koşullarını ve pazar dinamiklerini de dikkate almanın önemli olacağı** vurgulanmalıdır. Bu bağlamda; sektörde yer alacak yatırımcılara;

- Dış faktörlerle birlikte pazarı en ince detayına kadar inceleyecek fizibilite çalışmalarının yapılması önerilmektedir.

- Özellikle; birinci katılımcının da vurguladığı gibi; değişen müşteri ihtiyaçlarını karşılayabilecek ürün çeşitlendirmesinin yapılması; sırf yeterli para var diye lüks işletme açmak yerine, gerekiyorsa daha müşteri odaklı ve temel hizmetler sunan bir işletme açılması gibi uygulamalar müşteri memnuniyeti ve rekabet avantajı sağlayabilecektir.

Yatırımın yapılacağı kuruluş yerinin doğru bir şekilde seçilmesi; yatırımların geri dönüşlerinin de daha kısa olmasıyla birlikte bölgenin kalkınması açısından da

faydalı olacaktır. Bu doğrultuda; literatürde ve yapılan görüşmelerde de ön plana çıktığı gibi;

- Kuruluş yeri seçiminde aglomerasyon (toplanma) koşullarının dikkate alınması da bölgedeki turizm potansiyelini iyi analiz ederek daha doğru tahminlemeler yapılması ve diğer işletmelerin görece eksik görülen yönlerini kapatan bir işletme kurma açısından yatırımcılara avantaj sağlayacaktır.

Bunu yaparken de “bölgede aynı tarz işletmeler var nasılsa, bir tane daha olsun” demek yerine, **bölgenin gerçekten yeni bir işletmeye ihtiyacı olup olmadığını ve bölgenin taşıma kapasitesinin aşıp aşılmadığını da analiz etmek gerekmektedir.** Veya “bir bölgede otel olmasa da nasıl olsa gelişir” diyerek yatırım kararı vermek yerine **bölgenin gelişme potansiyelini iyi analiz etmek gerekmektedir.** Ancak bu sayede toplanma koşullarının etkilerinden en verimli şekilde faydalanmak mümkün olacaktır. Böylece mevcut pazar içerisinde rekabet avantajı da sağlama fırsatı bulunabilecektir. Aksi takdirde bölgedeki pastadan pay alabilmek zorlaşacak, işletmeler birbirlerinin faaliyetlerini olumsuz yönde etkileme riskini taşıyacak ve yatırım yapılan aglomerasyon bölgesi de bir destinasyon olmaktan çıkarak bir bina yığını haline gelecektir.

Sonuç olarak; İstanbul, bir kültür şehri olması, iş ve finans merkezi olması, sağlık, eğlence ve alışveriş turizmi gibi farklı turizm türlerinde de ön plana çıkıyor olması sayesinde yüksek bir turist ilgisine ve akışına sahip bir şehirdir. Hemen her sene Mastercard Hedef Şehirler Endeksi’nde yer alıyor oluşu da bunun bir kanıtıdır. Mevcut konumunda sahip olduğu turizm yatırımları, bu akışa ev sahipliği yapabilecek gibi görülmektedir. Ancak; 2023 Turizm Stratejileri başta olmak üzere; Galataport’un ve İstanbul Havalimanı’nın kurulması, kongre turizmine yönelik çalışmaların yapılması şehre yönelik turist talebinin her sene daha çok artmasını ve İstanbul’un, dünyadaki diğer rakipleri kadar ilgi görmesini sağlayacaktır. Bu gelişmelerin ışığında, turizm hedeflerinde de belirtilen, 75 milyon turist öngörüsü de dikkate alınarak, şehre

yönelik turizm yatırımlarının devamlılığının sağlanması gerekmektedir. Burada önemli olan nokta; yukarıda da belirtilen konular dikkate alınarak;

- Yatırım kararları alınırken fizibilite çalışmalarının rasyonel bir şekilde yapılması,
- Yeni havalimanı bölgesi gibi yüksek potansiyele sahip toplanma alanlarının değerlendirilmesi,
- Yatırımların sadece dört ve beş yıldızlı otellere yoğunlaşmasından ziyade turist beklenti ve ihtiyaçlarına yönelik olarak yapılması,
- Yapılacak yatırımlarla beraber şehre yönelik turist talebini artıracak tanıtım çalışmalarının da güçlendirilmesi,
- Turist talebinin düzenli olarak tahminlemesinin yapılması ve bunların gerçekleşen rakamlarla karşılaştırılması, ve
- Talebin analizi yapılırken; turistlerin milliyetlerine, geliş amaçlarına ve konakladıkları bölgelere göre bütüncül bir analiz yapılarak yatırımların bu doğrultuda çeşitlendirilmesi gerektiğidir.

Hazırlanan bu tez çalışmasının; İstanbul başta olmak üzere ülkemiz genelinde hem turizm endüstrisinde yer alacak yatırımcılar hem de kuruluş yeri seçimi ve yatırım analizine yönelik yapılacak akademik çalışmalar açısından önemli olacağı düşünülmektedir. Özellikle yeni yapılacak yatırımlar için; belirtilen önerilerin dikkate alınması, yatırım bölgelerinin daha verimli bir şekilde değerlendirilmesine ve yatırım sermayesinin çok daha hızlı bir şekilde geri kazanılmasına yardımcı olacaktır. İstanbul başta olmak üzere, Türkiye genelindeki turizm hedefleri de düşünüldüğünde, destinasyonlara yönelik turizm yatırımları destinasyon imajlarına da katkı sağlayacak; böylece turizm endüstrisine daha bütüncül bir fayda sağlanmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- AHN, S. J.: 2008 “Geometric Fitting of Parametric Curves and Surfaces”, **Journal of Information Processing Systems**, 4(4), 153-158.
- AKGÖZ, E.: 2018 “Turizm İşletmelerinde Kuruluş Yeri Seçimine MULTIMOORA Yöntemiyle Karar Verilmesi”, **2. Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Kongresi**, 4-7 Nisan, Antalya, 574-589.
- AKINCI, Z.: 2016 **Otel İşletmeciliği ve Yönetimi**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- AKTEPE, A. ve ERSÖZ, S.: 2014 “AHP-VIKOR ve MOORA Yöntemlerinin Depo Yeri Seçim Probleminde Uygulanması”, **Endüstri Mühendisliği Dergisi**, 25(1-2), 2-15.
- ALMA, Ö. G. ve VUPA, Ö.: 2008 “Regresyon Analizinde Kullanılan En Küçük Kareler ve En Küçük Medyan Kareler Yöntemlerinin Karşılaştırılması”, **SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Fen Dergisi (E-Dergi)**, 3(2), 219-229.
- ALP, S. ve GÜNDOĞDU, C. E.: 2012 “Kuruluş Yeri Seçiminde Analitik Hiyerarşi Prosesi ve Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi Uygulanması”, **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 14(1), 7-25.
- AUDI, R.: 1996 “Curve Fitting Problem”, **The Cambridge Dictionary of Philosophy**, Cambridge-Birleşik Krallık: Cambridge University Press.

- AR, İ. M.; BAKİ, B. ve ÖZDEMİR, F.: 2014 “Kuruluş Yeri Seçiminde Bulanık AHS-VIKOR Yaklaşımının Kullanımı: Otel Sektöründe Bir Uygulama”, **Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi**, 7(13), 93-114.
- BAHAR, O.: 2007 “Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açıdan Yeri ve Önemi”, **Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)**, 19, 1-19.
- BARUTÇUGİL, İ.: 1989 **Turizm İşletmeciliği**, Bursa: Beta Yayınevi.
- BAŞLIGİL, H.: 2005 “Bulanık AHP ile Yazılım Seçimi”, **Sigma Mühendislik ve Fen Bilimleri Dergisi**, 23(3), 24-33.
- BAUSYS, R.; ZAVADSKAS, E. K. ve KAKLAUSKAS, A.: 2015 “Application of Neutrosophic Set to Multicriteria Decision Making by COPRAS”, **Economic Computation and Economic Cybernetics Studies and Research**, 49(2), 91-106.
- BİLGİÇLİ, İ. ve ÇOLAKSEL, M.: 2019 “Ortadoğu’dan Türkiye’ye Gelen Turistlerin Tercih Nedenleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Örneği”, **İKSAD III-Uluslararası Sosyal Bilimler Kongresi**, 8-10 Mart, Adana.
- BLOOMFIELD, J.: 2000 **Fourier Analysis of Time Series: An Introduction**, Hoboken, New Jersey-ABD: John Wiley & Sons Inc.
- BOZKURT, H.: 2007 **Zaman Serileri Analizi**, Bursa: Ekin Kitabevi.
- BRAUERS, W. K. M. ve ZAVADSKAS, E. K.: 2006 “The MOORA Method and Its Application to Privatization in a Transition Economy”, **Control and Cybernetics**, 35(2), 445-469.

- BREALEY, R. A.; MYERS, S.C. ve MARCUS, A.J.: 2001 **İşletme Finansının Temelleri**, Çev: Ü. Bozkurt, T. Arıkan ve H. Doğanlı, İstanbul: McGraw Hill-Literatür Kitabevi Ortak Yayını.
- BULL, A. O.: 1994 “Pricing a Motel’s Location”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 6(6), 10-15.
- CANINA, L.; ENZ, C. A. ve HARRISON, J.: 2005 “Agglomeration Effects and Strategic Orientations: Evidence From The U.S. Lodging Industry”, **Academy of Management Journal**, 48(4), 565-581.
- CHAN, E. S. W. ve WONG, S. C. K.: 2006 “Hotel Selection: When Price Is Not The Issue”, **Journal of Vacation Marketing**, 12(2), 142-159.
- CHAN, F. T.; KUMAR, N. ve CHOY, K. L.: 2007 “Decision Making Approach for the Distribution Centre Location Problem in a Supply Chain Network Using the Fuzzy-based Hierarchical Concept”, **Journal of Engineering Manufacture**, 221(4), 725-739.
- CHANG, Y. W.; HSIEH, C. J. ve CHANG, K. W.: 2010 “Training and Testing Low-degree Polynomial Data Mappings via Linear SVM”, **Journal of Machine Learning Research**, 11(2010), 1471-1490.
- CHEN, C. T.: 2000 “Extensions of the TOPSIS for Group Decision-making Under Fuzzy Environment”, **Fuzzy Sets and Systems**, 114, 1-9.
- CHEN, C. T.; LIN, C. ve HUANG, S.: 2006 “A Fuzzy Approach for Supplier Evaluation and Selection in Supply Chain Management”, **International Journal of Production Economics**, 102, 289-301.

- CHEN, S. J. ve HWANG, C. L.: 1992 **Fuzzy Multiple Attribute Decision Making: Methods and Applications**, Berlin-Almanya: Springer-Verlag.
- CHOU, T.; HSU, C. ve CHEN M.: 2008 “A Fuzzy Multi-criteria Decision Model for International Tourist Hotels Location Selection”, **International Journal of Hospitality Management**, 27, 293-301.
- CHU, T. C.: 2002 “Facility Location Selection Using Fuzzy TOPSIS Under Group Decision”, **International Journal of Uncertainty, Fuziness and Knowledge-Based Systems**, 10(6), 687-701.
- ÇEKEN, H.: 2016 **Turizm Ekonomisi**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ÇELİK, N.: 2016 “Sürdürülebilir Turizm Kavramı ve Gelişimi”. **Sürdürülebilir Turizm-Temel Kavramlar ve İlkeler**, Ed: H. Çeken, 67-86, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ÇONKAR, K.: 1992 **Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde Yatırım Kararları ve Yatırım Teşvikleri**, Ankara: BİAR Enstitüsü.
- ÇUHADAR, M.; GÜNGÖR, İ. ve GÖKSU, A.: 2009 “Turizm Talebinin Yapay Sinir Ağları ile Tahmini ve Zaman Serisi Yöntemleri ile Karşılaştırmalı Analizi: Antalya İline Yönelik Bir Uygulama”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 14(1), 99-114.
- DE FRANCO, A. L. ve LATTIN, T. W.: 2007 **Hospitality Financial Management**, Hoboken, New Jersey-ABD: John Wiley & Sons Inc.

- DEMİR, Ç.: 2010 **1980-2007 Türkiye Turizm Talebinin Ekonometrik Analizi: Zaman Serisi Yaklaşımı**, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- DEMİR, M.: 2014 **Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü İlkeler ve Yönetim**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- DEMİRCAN, Ş.: 2016 “Sürdürülebilirliğin Boyutları (Çevresel, Sosyal, Kültürel ve Ekonomik Boyutlar)”. **Sürdürülebilir Turizm-Temel Kavramlar ve İlkeler**, Ed: H. Çeken, ss. 11-26, Ankara: Detay Yayıncılık.
- DEMİRTAŞ, E. A. ve ÜSTÜN, Ö.: 2004 “Tedarikçi Seçimi ve Sipariş Tahsisinde Analitik Serim Süreci ve Hedef Programlama Yaklaşımı”, **YA/EM 2004 Yöneylem Araştırması/Endüstri Mühendisliği XXIV. Ulusal Kongresi**, 15-18 Haziran, Gaziantep-Adana.
- DEMİRTAŞ, N.: 2010 **Otel İşletmeciliği**, Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları, Ankara.
- DENISON, D. G. T.; MALLICK, B. K. ve SMITH, A.F. M.: 1998 “Automatic Bayesian Curve Fitting”, **Journal of Royal Statistical Society**, 60(Part 2), 333-350.
- DİKMEN, İ.; BİRGÖNÜL, M. T. ve ÖZORHON, B.: 2005 “Uluslararası Pazar Seçiminde Bir ANP (Analytic Network Process) Uygulaması”, **3. Yapı İşletmesi Kongresi**, 29,30 Eylül-1 Ekim, İzmir.
- DİNÇ, H.: 2017 **Türkiye’de Turizm Sektörünün İktisadi Analizi: Ekonometrik Bir Uygulama**, Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.

- DİNÇER, M. Z. ve
İSTANBULLU DİNÇER,
F. F.: 1989
“Türkiye’de Konaklama Sektörünün Gelişimi ve
Başlıca Sorunları Üzerine Bir Araştırma”,
İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası,
47(1-4), 45-57.
- DÜNDAR, S.; ECER, F. ve
ÖZDEMİR, Ş.: 2007
“Fuzzy TOPSIS Yöntemi ile Sanal Mağazaların
Web Sitelerinin Değerlendirilmesi”, **Atatürk
Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**,
21(1), 287-305.
- DRURY, C.: 2012
Management and Cost Accounting, Hampshire-
Birleşik Krallık: Cengage Learning.
- DWYER, L.; FORSYTH,
P. ve DWYER, W.: 2010
Tourism Economics and Policy, Bristol-
Birleşik Krallık: Channel View Publications.
- ECER, F.: 2006
“Bulanık Ortamlarda Grup Kararı Vermeye Yardımcı
Bir Yöntem: Fuzzy Topsis ve Bir Uygulama”, **Dokuz
Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, 7(2),
77-96.
- ELEREN, A.: 2006
“Kuruluş Yeri Seçiminin Analitik Hiyerarşi Süreci
Yöntemi ile Belirlenmesi: Deri Sektörü Örneği”,
İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 20(2), 405-416.
- ELEREN, A.: 2007
“Kuruluş Yeri Seçiminin Fuzzy TOPSIS Yöntemi ile
Belirlenmesi: Deri Sektörü Örneği”, **Akdeniz İ. İ. B.
F. Dergisi**, 13(2007), 280-295.

- EMEÇ, H.: 2015 “Zaman Seri Analizinde Temel Kavramlar”, **Uygulamalı Ekonometri Ders Notları**, Çevrimiçi, https://kisi.deu.edu.tr/hamdi-emec/UygEko/ZAMAN_SERI-ANALIZINDE_TEMEL_KAVRAMLAR.pdf, 31.05.2020.
- ERDOĞAN, İ.: 2012 **Pozitivist Metodoloji ve Ötesi-Araştırma Tasarımları, Niteliksel ve İstatistiksel Yöntemler**, İstanbul: Erk Yayıncılık.
- ERKAN, M.; ŞAHİN, M.A. ve NASÖZ, P.: 2015 “Turizm İşletmelerinde Muhasebe, Finans ve Yatırım Proje Değerlemesi”, **Turizm İşletmeciliği Temel Kavramlar ve Uygulamalar**, Ed.: O. Akova, İ. Kızılırmak, H. Tanrıverdi, ss. 321-347, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ERMAĞAN, U., KIZILIRMAK, İ., ve YAZIRDAĞ, M.: 2017 “Konaklama İşletmeciliğinde Kuruluş Yeri Seçiminin TOPSIS Yöntemiyle Uygulanması”, **4. Disiplinler Arası Turizm Araştırmaları Kongresi**, 9-12 Kasım, Kuşadası, Aydın.
- ERALP, Z.: 1983 **Genel Turizm**, Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları.
- ERNST&YOUNG: 2018 “Turizmin 2018’de Büyümeye Katkısı 36,3 Milyar Dolara Ulaşacak”, **Turizm Sektörü Değerlendirmesi Raporu**, Çevrimiçi, <https://www.ey.com/tr/tr/newsroom/news-releases/2018-ey-turizm-sektörü-değerlendirmesi-raporu>, 25.11.2019.

- ERTUĞRAL, S. M. ve YAKAR, G.: 1997 “Sürdürülebilir Çevrede Aglomerasyon Alandaki Turizm Yatırımlarının Etken ve Etkinliğine İlişkin Bir Alan Çalışması”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 8(1-2), 95-98.
- ERTUĞRAL, S. M.: 1998 “Otel İşletmelerinde Kuruluş Yeri Seçimi”, **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 9, 33-38.
- ERTUĞRUL, İ. ve KARAKAŞOĞU, N.: 2007 “Comparison of Fuzzy AHP and Fuzzy TOPSIS Methods For Facility Location Selection”, **International Journal of Advanced Manufacturing Technology**, 39(7-8), 783-795.
- GEDİK, T.; AKYÜZ, K. C. ve AKYÜZ, İ.: 2005 “Yatırım Projelerinin Hazırlanması ve Değerlendirilmesi (İç Kârlılık Oranı ve Net Bugünkü Değer Yöntemlerinin İncelenmesi)”, **ZKÜ Bartın Orman Fakültesi Dergisi**, 7(7), 51-61.
- GOELDNER, C. R. ve RITCHIE, J. R. B.: 2012 **Tourism – Principles, Practices and Philosophies**, Hoboken:New Jersey-ABD: John Wiley & Sons Inc.
- GÖKSU, A. ve GÜNGÖR, İ.: 2008 “Bulanık Analitik Hiyerarşi Proses ve Üniversite Tercih Sıralamasında Uygulanması”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 13(3), 1-26.
- GRAY, W. S. ve LIGUORI, S. C.: 2003 **Hotel and Motel Management and Operations**, New Jersey-ABD: Prentice-Hall.
- GUEST, P. G.: 2012 **Numerical Methods of Curve Fitting**, Cambridge-Birleşik Krallık: Cambridge University Press.

- GÜLBAHAR, O.: 2009 “2000’li Yıllarda Türkiye’ye Gelen Yabancı Ziyaretçi Profili”, **C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 10(2), 93-112.
- GÜMÜŞKAYNAK, S.H.: 2004 **Fizibilite Raporlarının Hazırlanmasında Risk ve Belirsizlik Analizlerinin Kullanılması**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- GÜNEŞ, M.: 2010 **Zaman Serilerinde Analiz Teknikleri Üzerine Bir Çalışma**, Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- HONG KONG EDUCATION BUREAU: 2009 **Manual on Module I–Introduction to Tourism**, Hong Kong: Personal, Educational, Social and Humanities Section Publications.
- HONG KONG EDUCATION BUREAU: 2013 **Tourism and Hospitality Studies-Introduction to Tourism (Fine-Tuned Version)**, Hong Kong: Personal, Educational, Social and Humanities Section Publications.
- HWANG, C. L. ve YOON, K.: 1981 **Multiple Attributes Decision Making Methods and Applications**, Berlin-Almanya: Springer.
- İKTİM: 2016 İstanbul Kültür Turizm Müdürlüğü. **İstanbul Turizmi Turist Profili ve Davranışları Araştırması**, Çevrimiçi, <https://istanbul.ktb.gov.tr/Eklenti/61249.turist-profil-ve-davranislari-arastirmasipdf.pdf?0>, 12.03.2020.
- İKTİM: 2018 İstanbul Kültür Turizm Müdürlüğü, **İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu**.

- İSLAMOĞLU, A. H. ve ALNIAÇIK, Ü.: 2016 **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, İstanbul: Beta Yayınları.
- İSTANBUL VALİLİĞİ: 2019 Çevrimiçi, <https://istanbul.gov.tr/bufus-bakimindan-turkiyenin-en-buyuk-kenti-istanbul>, 02.12.2019.
- İSTKA: 2019 İstanbul Kalkınma Ajansı, Çevrimiçi, <https://istka.org.tr/media/117168/oecd-territorial-reviews-istanbul.pdf>, 02.12.2019.
- KAHRAMAN, N.: 1995 **Turizmde Yatırım Finansmanı**, Ankara: Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayını.
- KAHRAMAN, N.: 2010 **Turizm Yatırım Projeleri Analizi**, Ankara, Siyasal Kitabevi.
- KAHRAMAN, N.: 2014 “İstanbul’un Turizm Arz-Talep Yapısı ve Gelişimi”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 13(25), 163-190.
- KALATHILPARMBİL, Ç. ve ŞAHİN, Ö.: 2019 “Türkiye’deki Hava Taşımacılığı Üzerine Bir Tahminleme Çalışması”, **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 7(4), 53-62.
- KARA, T.: 2009 **Sabit GPS İstasyonlarında Zaman Serileri Analizi**, Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- KARADEDE, Y.: 2014 **Eğri Uydurma Problemlerine Melez Algoritma Yaklaşımı**, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Isparta.
- KGK: 2018 Kamu Gözetim Kurumu, **TMS38-Maddi Olmayan Duran Varlıklar**, Çevrimiçi,

https://kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/Turkiye%20Muhasebe%20Standartlari/TMSTFR2018Seti/TMS/TMS_38_2018.pdf,
25.11.2019.

- KILIÇLI, Ş.: 2019 “Turizm Hedefleri Yatırım İştahını Kabarttı”, **İstanbul Ticaret Gazetesi**, 1 Kasım 2019, 61(3082), 8.
- KINCAL, R.: 2015 **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- KOZAK, N.: 2010 **Turizm Pazarlaması**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KOZAK, N.; AKOĞLAN
KOZAK, M. ve
KOZAK, M.: 2012 **Genel Turizm–İlkeler ve Kavramlar**, Ankara, Detay Yayıncılık, 2012.
- KOZAK, M.: 2015 **Bilimsel Araştırma-Tasarım, Yazım ve Yayımlar Teknikleri**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- KÖKSAL, A. B.: 2003 **İstatistik Analiz Metodları**, İstanbul: Çağlayan Kitabevi.
- KÖSE, B. M.; ÖZKAN, A.;
ACAR, P. I. ve BANAR,
M.: 2005 “Katı Atık Düzenli Depolama Sahası Yer Seçiminde Analitik Serim Sürecinin (ANP) Kullanımı”, **III. Ulusal Katı Atık Kongresi**, 25-27 Mayıs, İzmir.
- KTBYİGM: 2018 **Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm İstatistikleri 2018 Genel Değerlendirme Raporu.**
- KUNST, R.: 2009 “Applied Time Series Analysis-Part I”, **Viyana Üniversitesi İleri Çalışmalar Ders Notu**, Çevrimiçi,

- <https://homepage.univie.ac.at/robert.kunst/ts1.pdf>31.05.2020.
- KURAN, F.: 2017 **Proje Finansmanı ve Finansal Fizibilite**, Çevrimiçi, https://dinamo.co/wp-content/Uploads/2017/02/proje_finansmani_fizibilit_e.pdf, 25.11.2019.
- KURU, Ş. ve ÖZEN, T.: 1998 **Turizm Yatırımları**, İstanbul: Özkan Ofset Matbaacılık.
- KURTULAY, Z. ve KIZILIRMAK, İ.: 2017 “Online Rezervasyon Kanallarında Dijital İmaj ve Fuzzy TOPSIS Yöntemiyle Değerlendirilmesi”, **Journal of Recreation and Tourism Research**, 4(Sp. Is. 1), 241-254.
- KUŞLUVAN, S.: 2016 “Türkiye’de Turizm”, **Genel Turizm Bilgisi**, ss. 178-213, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi AÖF Yayınları.
- KUTUKIZ, D.: 2009 “Yatırım Kararları ve Değerlemesinin Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi”, **Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi**, 18, 1-15.
- LEPOT, M.; AUBIN, J. B. ve CLEMENS, F. H. L. R.: 2010 “Interpolation in Time Series: An Introductive Overview of Existing Methods Their Performance Criteria and Uncertainty Assesment”, **Water**, 9(796), 1-20.
- MADURO, S.: 2017 Çevrimiçi, <http://www.stevemaduro.org/hotel-brands-ratings-2/>, 25.06.2019.

- MASTERCARD: 2018 **Mastercard Hedef Şehirler Endeksi**, Çevrimiçi, <https://newsroom.mastercard.com/eu/tr/?p=2690401>. 05.2019.
- MCINTOSH, R. W. ve GOELDNER, C. R.: 1990 **Tourism: Principles – Practices – Philosophies**, Hoboken, New Jersey-ABD: John Wiley & Sons Inc.
- MEETINGS AND CONVENTIONS: 2019 **Classifications**, Çevrimiçi, <https://www.meetings-conventions.com/Meeting-Facilities/Classifications>, 25.06.2019.
- MENGÜ, C.: 2018 **Seyahat İşletmelerinde Yönetim ve Operasyon Stratejileri Modern Sentez**, Ankara, Detay Yayıncılık.
- MISIRLI, İ.: 2002 **Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- MUCUK, İ.: 1996 **Pazarlama İlkeleri**, İstanbul: Der Yayınları.
- OECD: 2008 Organisation for Economic Cooperation and Development, **OECD Territorial Reviews- Istanbul, Turkey**, France: OECD Publications.
- OLALI, H. ve TİMUR, A.: 1988 **Turizm Ekonomisi**, İzmir: Ofis Matbaacılık Şti.
- OLALI, H. ve KORZAY, M.: 1993 **Otel İşletmeciliği**, İstanbul: Beta Yayınları.
- OPRICOVIC, S. ve TZENG, G. H.: 2004 “Compromise Solution by MCDM Methods: A Comparative Analysis of VIKOR and TOPSIS”, **European Journal of Operational Research**, 156(2), 445-455.

- ÖMÜRBEK, N.; ÜSTÜNDAĞ, “Kuruluş Yeri Seçiminde Bulanık Analitik S. ve HELVACIOĞLU, Hiyerarşi Süreci (AHP) Kullanımı: Isparta Bölgesinde Bir Uygulama”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, 11(21), 101-116.
- Ö. C.: 2013
- ÖNDER, E. ve HASGÜL “Yabancı Ziyaretçi Sayısının Tahmininde Box Jenkins Modeli, Winters Yöntemi ve Yapay Sinir Ağlarıyla Zaman Serisi Analizi”, **Business Economy Institute Journal of Management**, 62, 62-83.
- KUVAT, Ö.: 2009
- ÖZBEK, A. ve EROL, “COPRAS ve MOORA Yöntemlerinin Depo Yeri Seçim Problemine Uygulanması”, **JEBPIR**, 2(1), 23-42.
- E.: 2016
- ÖZDAĞOĞLU, A.: 2008 “Bulanık Analitik Hiyerarşi Süreci Yönteminde Duyarlılık Analizleri: Yeni Bir Alternatifin Eklenmesi – Enerji Kaynağının Seçimi Üzerinde Bir Uygulama”, **İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi**, 14(2), 15-34.
- ÖZDEMİR GÜZEL, S. ve “Turizm İşletmeleri”, **Turizm İşletmeciliği Temel Kavramlar ve Uygulamalar**, Ed.: O. Akova, İ. Kızılırmak ve H. Tanrıverdi, Ankara: Detay Yayıncılık.
- GEDİK, S.: 2015
- ÖZEL, Ç. H.: 2012 “Otel İşletmelerinde Kuruluş Yeri”, **Otel İşletmeciliği**, Ed: M. Akoğlan Kozak, Ankara: Detay Yayıncılık.
- ÖZTÜRK, S.: 2010 **Reel Opsiyonlar ile Yatırım Projelerinin Değerlendirilmesi: Madencilik Sektöründe Bir Uygulama**, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- ÖZTÜRK, A.; ERTUĞRUL, İ. “Nakliye Firması Seçiminde Bulanık AHP ve ve KARAKAŞOĞLU, N.: 2008 Bulanık TOPSIS Yöntemlerinin Karşılaştırılması”, **Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 15(2), 785-824.
- RAHMANI, F.: 2017 “Factors Affecting Investment in the Tourism Sector”, **Journal of Administrative Management, Education and Training (JAMET)**, 13(1), 230-237.
- RESMİ GAZETE: 2005 **Turizm Tesislerinin Niteliklerine ve Belgelendirilmesine İlişkin Yönetmelik**, Cilt:44, Y. Tarihi: 21.06.2005 No:25852, Çevrimiçi, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2005/06/20050621-11.htm>, 21.02.2016.
- RUSHMORE, S.: 2002 **Hotel Investments Handbook**, Mineola, New York-ABD: HVS International.
- RUTHERFORD, D. G. ve O’FALLON, M. J.: 2007 **Hotel Management and Operations**, Hoboken, New Jersey-ABD: John Wiley & Sons Inc.
- SAATY, T. L.: 2008 “The Analytic Hierarchy and Analytic Network Measurement Processes: Applications to Decisions Under Risk”, **European Journal of Pure and Applied Mathematics**, 1(1), 122-196.
- SALDAMLI, A.: 2013 **Bilimsel Araştırma ve Sunum Teknikleri**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- SARIÇALI, G. ve KUNDAKÇI, N.: 2016 “AHP ve COPRAS Yöntemleri ile Otel Alternatiflerinin Değerlendirilmesi”, **International Review of Economics and Management**, 4(1), 45-66.

- SELEK, D.: 2009 **Turizm Sektöründe Yabancı Sermaye Yatırımları: 1980 Dönemi Sonrası Üzerine Bir İnceleme**, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- SHUMWAY, R. H.: 1998 **Applied Statistical Time Series Analysis**, Engelwood Cliffs, New Jersey-ABD: Prentice Hall.
- SILVER, N.: 2012 **The Signal and The Noise**, Westminster-Londra, Birleşik Krallık: Penguin Group.
- SMITH, K.: 1918 “On The Standard Deviations of Adjusted and Interpolated Values of an Observed Polinomial Function and Its Constants and The Guidance They Give Towards a Proper Choice of The Distribution of The Observations”, **Biometrika**, 12(1/2), 1-85.
- SONG, B. D. Ve KO, Y. D.: 2017 “Quantitative Approaches for Location Decision Strategies of a Hotel Chain Network”, **International Journal of Hospitality Management**, 67(2017), 75-86.
- SOYAK, M.: 2016 “Türk Turizm Sektörünün Yapısal Analizi ve SWOT Matrisine Dayalı Sektörel Stratejiler”, **Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi**, No: 10, 47-71.
- SYKIANAKIS, N. ve BELLAS, A.: 2005 “The Foreign Direct Investment Decision-Making Process: Strategy, Politics and Uses of Management Accounting Information”, **Managerial Auditing Journal**, 20(9), 954-969.
- ŞENEL, S. A.: 2007 “Turizm Sektöründe Yatırım Kararları”, **Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi**, 9(12), 1-12.

- TELLİOĞLU, T,
TEKİN, M.: 2016 “Türkiye’de İç Turizm Hareketlerinin İncelenmesi”, **ASOS Journal Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, 4(32), 488-507.
- THE AA: 2019 The Automobile Association, Çevrimiçi, <https://theaa.com/hotel-services/ratings-and-awards>, 25.06.2019.
- THE AAA: 2019 The American Automobile Association, Çevrimiçi, <https://aaa.com/diamonds/inspections-history>, 25.06.2019.
- THEOBALD, W.F.: 2004 **Global Tourism**, Massachusetts-ABD: Elsevier Butterworth Heinemann.
- TIAINEN, P.: 2013 **Driving Factors of Tourism Investment Decisions and Lapland’s Attractiveness in Tourism Investments**, Yüksek Lisans Tezi, Laurea Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Espoo-Finlandiya.
- T. ÇINAR, N: 2010 “Kuruluş Yeri Seçiminde Bulanık TOPSIS Yöntemi ve Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama”, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**, 12(18), 37-45.
- TOSUN, C.; TIMOTHY, D. J. ve ÖZTÜRK, Y.: 2003 “Tourism Growth, National Development and Regional Inequality in Turkey”, **Journal of Sustainable Tourism**, 11(2-3), 133-161.
- TTYD: 2019a Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği. **Turizm Yatırım Teşviklerinin Toplam ve Komple Yeni Olarak Kıyaslaması Tablosu**, Çevrimiçi, <https://ttyd.gov.tr/Uploadfiles/Documentfiles/2fa58c43-ed09-408d-c23247a1ab60.pdf>, 12.03.2020.

- TTYD: 2019b Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği. **Komple Yeni Yatırım Teşviklerinin Turistik Merkezlere Göre Dağılımı Raporu**, Çevrimiçi, <https://ttyd.org.tr/UploadFiles/DocumentFiles/7c12d44f-932f-4d43-a307-3d38226fb38e.pdf>, 12.03.2020.
- TURAN, G.: 2013 **Lagrange Gevşetmesi ile Küçük Portföylerin Elde Edilmesi ve İMKB'ye Uygulanması**, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- TURİZM GÜNCEL: 2019a Çevrimiçi, <https://turizmguncel.com/haber/22-otele-daha-445-milyon-liralik-yatirim-tesvik-belgesi>, 19.06.2019.
- TURİZM GÜNCEL: 2019b Çevrimiçi, <https://turizmguncel.com/haber/7-tanesi-5-yildizli-27-yeni-otel-ve-6-bini-askin-yeni-yatak-geliyor>, 19.06.2019.
- TURİZM GÜNLÜĞÜ: 2020 Çevrimiçi, <https://turizmgunlugu.com/2020/02/10/aralik-2019-otel-yatirim-tesvikleri>, 12.3.2020.
- TUROB: 2016 Türkiye Otelciler Birliği. **İstanbul Otel & Kapasite Raporu**.
- TUROB: 2017 Türkiye Otelciler Birliği. **Aralık 2017 Yatırım Teşvik Raporu**, Çevrimiçi, <https://turob.com/tr/istatistikler/aralik/2017-yatirim-tesvik-raporu> 25.11.2019.

- TUROB: 2018 Türkiye Otelciler Birliği. **Aralık 2018 Yatırım Teşvik Raporu**, Çevrimiçi, <https://turob.com/tr/istatistikler/aralik/2018-yatirim-tesvik-raporu>, 25.11.2019.
- TÜİK: 2019 Türkiye İstatistik Kurumu. **Çıkış Yapan Ziyaretçiler Anketi, Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri 2002-2019 İstatistikleri**. http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072, 25.01.2020
- TÜRK DİL KURUMU: 2019 Çevrimiçi, <https://sozluk.gov.tr>, 01.06.2019.
- TÜRKİYE TURİZM: 2020 “TTYD Türk Turizminin Yıldız Olmasının Mimarıdır.” Çevrimiçi, <https://turkiyeturizm.com/ttyd-turk-turizminin-yildiz-olmasinin-mimaridir-60803.htm>, 25.04.2020.
- UĞURLU, K.: 2016 “Turizm Tesisi Yatırımlarında Ön Fizibilite Çalışmalarının ve SWOT Analizinin Önemi: Bolu Göynük Doğa Otelı Örneği”, **Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 7(13), 434-459.
- ULUCAN, E.; KURTULAY, Z. ve KIZILIRMAK, İ.: 2018 “Sağlık Turizminde Destinasyon Tercihi Sıralaması: Fuzzy TOPSIS Yöntemiyle Bir Uygulama”, **19. Ulusal Turizm Kongresi**, 17-21 Ekim, Afyonkarahisar.
- UNWTO: 2015 United Nations World Tourism Organization, **Hotel Classification Systems: Recurrence of Criteria in 4 and 5 Star Hotels**, Madrid-İspanya: UNWTO Publications.

- USTA, Ö.: 2009 **Turizm-Genel ve Yapısal Yaklaşımlar**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- USTA, Ö.: 2014 **İşletme Finansı ve Finansal Yönetim**, Ankara: Detay Yayıncılık.
- USTASÜLEYMAN, T. ve PERÇİN, S.: 2007 “Analitik Ağ Süreci Yaklaşımıyla Kuruluş Yeri Seçimi” **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 9(3), 37-55.
- WALKER, J. R.: 2001 **Introduction to Hospitality**, Upper Sadlle River, New Jersey-ABD: Prentice Hall.
- WHITTEMORE, R.; CHASE, S.K. ve MADNLE, C.L.: 2001 “Validity in Qualitative Research”, **Qualitative Health Research**, 11(4), 522-537.
- WOODWARD, W. A.; H. L. ve ELLIOTT, A. C.: 2009 **Applied Time Series With R**, Boca Raton, Florida - ABD: CRC Press-Taylor & Francis Group.
- YAKUT, R.: 2016 “Regresyon ve İnterpolasyon”, **Kafkas Üniversitesi Ders Notu**, Çevrimiçi, <https://muhendis.kafkas.edu.tr/doc/personel-dosyalari/6egri-uydurma-ve-interpolasyon-3872.pdf>, 31.05.2020.
- YANG, Y.; WONG, K.K.F ve WANG, T.: 2012 “How Do Hotels Choose Their Location? Evidence From Hotels in Beijing”, **International Journal of Hospitality Management**, 31(2012), 675-685.
- YANG, Y.; LUO, H. ve LAW, R.: 2014 “Theoretical, Empirical and Operational Models in Hotel Location Research”, **International Journal of Hospitality Management**, 36(2014), 209-220.

- YILDIRIM, A. ve ŞİMŞEK, H.: 2016 **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemi**, Ankara: Seçkin Yayınevi.
- YILDIZ, Z.: 2011 “Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi**, 3(5), 54-71.
- YÜKSELEN, M. A.: 2011 “Eğri Uydurma ve İnterpolasyon”, **İstanbul Teknik Üniversitesi Uygulamalı Sayısal Yöntemler Ders Notu**, Çevrimiçi, <https://web.itu.edu.tr/yukselen/HM504/02-%20E%F0ri%20uydurma%20ve%20interpolasyon.pdf>, 31.05.2020.
- ZADEH, L. A.: 1968 “Probability Measures of Fuzzy Events”, **Journal of Mathematical Analysis and Applications**, 23, 421-427.
- ZHU, X. ve WU, X.: 2004 “Class Noise vs. Attribute Noise: A Quantitative Study”, **Artificial Intelligence Review**, 22, 177-210.

EKLER

Ek 1: Görüşme Formu

Sayın Yetkili,

İsmim Ebru ULUCAN. Bu araştırma, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalında devam eden doktora eğitimim sürecinde hazırlamış olduğum “İstanbul’daki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerin Yatırım Kararlarını Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi” başlıklı Doktora Tezi için yapılmaktadır. Araştırma kapsamında aşağıda sorulan sorulara vereceğiniz cevaplar tamamen bilimsel amaçla kullanılacak ve gizli tutulacaktır. Kişisel bilgilerinizi paylaşmanız talep edilmemektedir.

Araştırma kapsamında; sizlerden bir otel işletmesi açarken ve otellerin kuruluş yerlerini seçerken ne şekilde karar aldığınıza yönelik 4 adet soru ve beraberinde bir anket formu hazırlamış bulunmaktayım. Bu kapsamda sorulara mesleki tecrübelerinize dayanarak objektif yanıtlar vereceğinizden hiç şüphem bulunmamaktadır.

Anket sorularında ise ilk bölümde; kuruluş yeri seçimine etki eden faktörleri ve onların alt elemanlarını sizin içi ne kadar önemli olduğuna göre işaretlemenizi rica etmekteyiz. İkinci bölümünde ise; toplanma özelliklerine gören farklı yatırım bölgelerine ayrılan İstanbul’un ve yatırım bölgelerinin bu faktörler göre ne kadar iyi ya da kötü olduğunu değerlendirmenizi istemekteyim.

Araştırmanın sonuçları ile ilgili sizlere geri dönüş yapılmasını ve araştırma metninin tarafınıza gönderilmesini talep ederseniz, mail adresinizi paylaşmanız yeterli olacaktır.

Tüm yanıtlarınızı direkt olarak bu form üzerinden doldurup tarafımıza göndermenizi rica eder, yardım ve katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Yaşınız:

Medeni Durumunuz:

Eğitim Durumunuz:

Sektördeki Tecrübe Süreniz:

Yatırım Kararları Alınırken Dikkat Edilen Hususlara Yönelik Sorular:

1. Yatırım kararlarını alırken öncelikle hangi faktörleri göz önünde bulunduruyorsunuz?
2. Fizibilite çalışmalarının (genel olarak sektörde) yeterince rasyonel ve özenli yapıldığını düşünüyor musunuz? Sizin fizibilite çalışmalarında özellikle dikkat ettiğiniz hususlar nelerdir?
3. Bir otelin kuruluş yerine karar verirken dikkate aldığınız faktörler nelerdir? Neden?

4. İstanbul'un yatırım bölgelerini a. Tarihi Yarımada, b. Havalimanı Bölgesi (Beylikdüzü, Avcılar, Basın Expres dahil), c. Levent-Sarıyer-Maslak, d. Taksim, e. Şişli-Beşiktaş ve f. Anadolu yakası olarak ele alacak olursak sizce yukarıdaki faktörler kapsamında en ideal kuruluş yeri hangisi? Neden?

Görüşmemiz bitmiştir teşekkür ederim. Şimdi lütfen ekteki anket formunu doldurunuz.

Kuruluş Yeri Faktörleri ve Kuruluş Yeri Değerlendirmesine Yönelik Anket Soruları

Lütfen kuruluş yeri seçiminde dikkate alınması gereken faktörlerden sizce önemli olanlarını işaretleyiniz.	Çok Düşük	Düşük	Orta Düşük	Orta	Orta Yüksek	Yüksek	Çok Yüksek
Doğal Faktörler (iklim özellikleri, hava-çevre-su kirlilik durumu, çevredeki yeşil alanların varlığı, arazi yapısı ve yüksekliği, rüzgâr durumu, doğal turistik yerlerin varlığı, plaj özellikleri)							
Ekonomik Faktörler (hammadde, enerji, vb kaynaklara ulaşılabilirlik, işgücü temin kolaylığı, arazi ve inşaat giderleri, bölgedeki finans politikaları, ölçek ekonomisinden yararlanma, bölgedeki gelir düzeyi ve yaşam standardı, bölgedeki rekabet şartları, ulaşım ve trafik kolaylığı, altyapı ve üstyapı imkanları, iletişim ve teknolojik özellikler)							
Sosyo-kültürel Faktörler (sosyo-kültürel etkinliklerin varlığı, tarihi ve kültürel çekim alanları, bölgedeki sosyal yaşam tarzı, bölgenin gelenek-görenekleri, bölgedeki suç oranı, eğlence-rekreasyon-spor alanlarının varlığı, kongre-fuar merkezlerinin varlığı)							
Hukuki Faktörler (bölgedeki turizm yatırımı teşvik politikaları, belediye yönetmelikleri ve mevzuat, imar-yapı-restorasyon izin ve ruhsat kolaylıkları, inşaat öncesi ve sonrası bürokratik işlemler, imar-yatırım mevzuatı, irtifa hakkı vs., yerel yönetim uygulamaları ve etkinliği)							

Psikolojik Faktörler (çevre halkının turizme yönelik algı ve tutumları, çevre halkının özel ilgi alanları, işletme(c)i ile çevre halkı arasındaki ilişkiler, çevre halkının yabancılara yönelik algı ve tutumları)							
Aglomerasyon (Toplanma) Koşulları (bölgedeki diğer otellerin varlığı, bölgedeki diğer turizm tesislerinin varlığı, bölgenin sektörel gelişme (büyüme) potansiyeli, bölgenin talep yoğunluğu ve kârlılığı)							

Lütfen aşağıdaki toplanma (turizm yatırım) bölgelerini kuruluş yeri seçiminde dikkate alınan faktörlere göre değerlendiriniz.	Çok Kötü	Kötü	Orta Kötü	Epeyce	Biraz İyi	İyi	Çok İyi
Tarihi Yarımada							
Doğal Faktörler							
Ekonomik Faktörler							
Sosyo-Kültürel Faktörler							
Hukuki Faktörler							
Psikolojik Faktörler							
Aglomerasyon Koşulları							
Beyoğlu-Beşiktaş-Şişli							
Doğal Faktörler							
Ekonomik Faktörler							
Sosyo-Kültürel Faktörler							
Hukuki Faktörler							
Psikolojik Faktörler							
Aglomerasyon Koşulları							

Sarıyer – Maslak – Levent							
Doğal Faktörler							
Ekonomik Faktörler							
Sosyo-Kültürel Faktörler							
Hukuki Faktörler							
Psikolojik Faktörler							
Aglomerasyon Koşulları							
Havalimanı Bölgesi (Basın Ekspres, Avcılar, Beylikdüzü dahil)							
Doğal Faktörler							
Ekonomik Faktörler							
Sosyo-Kültürel Faktörler							
Hukuki Faktörler							
Psikolojik Faktörler							
Aglomerasyon Koşulları							
Anadolu Yakası							
Doğal Faktörler							
Ekonomik Faktörler							
Sosyo-Kültürel Faktörler							
Hukuki Faktörler							
Psikolojik Faktörler							
Aglomerasyon Koşulları							

Anketimiz bitmiştir. Teşekkür ederiz.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı Soyadı: Ebru ULUCAN

Doğum Yeri ve Tarihi: Şişli / 25.02.1983

E- posta: ebru.ulucan@gmail.com

Unvanı: Öğretim Görevlisi

Eğitim Durumu

Derece	Bölüm/Program	Üniversite	Yıl
Doktora	Turizm İşletmeciliği	İstanbul Üniversitesi	2016-2020
Yüksek Lisans	İşletme	İstanbul Ticaret Üniversitesi	2012-2016
Lisans	Turizm İşletmeciliği	İstanbul Ticaret Üniversitesi	2002-2006

Yüksek Lisans Tezi: Tatil Süresince İş Amaçlı Akıllı Telefon Kullanımının Turistlerin Tatil Deneyimine Etkisi

Çalıştığı Kurumlar

Çalıştığı Kurum	Bölüm / Departman	Görevi / Unvan	Yıllar
İstanbul Ticaret Üniversitesi	Turizm ve Otel İşletmeciliği	Öğretim Görevlisi	Şubat 2016- ...
İstanbul Aydın Üniversitesi	Turizm İşletmeciliği (Ön Lisans)	Öğretim Görevlisi	Eylül 2013- Şubat 2016
Divan Hotels Group	Merkez Ofis / Gelir Yönetimi	Merkezî Gelir Direktörlüğü Yardımcısı	Temmuz 2012 – Eylül 2013
Dedeman İstanbul Oteli	Rezervasyon & Gelir Yönetimi	Rezervasyon ve Gelirler Şefi	Haziran 2007 – Haziran 2012