

TURİZM EKONOMİSİ

EDİTÖR
Lokman TOPRAK



© Copyright 2024

Bu kitabın, basım, yayın ve satış hakları Akademisyen Kitabevi A.Ş.'ye aittir. Anılan kuruluşun izni alınmadan kitabın tümü ya da bölümleri mekanik, elektronik, fotokopi, manyetik kağıt ve/veya başka yöntemlerle çoğaltılamaz, basılamaz, dağıtılamaz. Tablo, şekil ve grafikler izin alınmadan, ticari amaçlı kullanılamaz. Bu kitap T.C. Kültür Bakanlığının bandrolü ile satılmaktadır.

ISBN	Yayıncı Sertifika No
978-625-375-009-1	47518
Kitap Adı	Baskı ve Cilt
Turizm Ekonomisi	Vadi Matbaacılık
Editör	Bisac Code
Lokman TOPRAK ORCID iD: 0000-0003-3144-2613	BUS066000
Yayın Koordinatörü	DOI
Yasin DİLMEN	10.37609/akya.3241
Sayfa ve Kapak Tasarımı	
Akademisyen Dizgi Ünitesi	

Kütüphane Kimlik Kartı
Turizm Ekonomisi / ed. Lokman Toprak.
Ankara : Akademisyen Yayınevi Kitabevi, 2024.
166 s. : tablo, şekil ; 160x235 mm.
Kaynakça ve Dizin var.
ISBN 9786253750091
1. Ekonomi.

GENEL DAĞITIM
Akademisyen Kitabevi A.Ş.

Halk Sokak 5 / A Yenışehir / Ankara
Tel: 0312 431 16 33
siparis@akademisyen.com

www.akademisyen.com

ÖNSÖZ

Özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasında itibaren, dünyanın genel anlamda gelişmesi, kişi başına düşen gelirin artması, çalışma saatlerinin kısılması, hafta sonu ve yıllık izinlerin rutin hale gelmesi, internetin yaygınlaşması ve özellikle ulaşımda adeta devrim yaşanması gibi nedenler; insanların seyahat etme etkinliklerini çok hızlı bir şekilde çeşitlendirmiş ve arttırmıştır. Aynı süreçte turizm deneyimine katılan insanların sayısındaki artış gibi artan çeşitlilik ve farklılık gibi faktörler de turizmin nitelik ve nicelik olarak tanımlanmasını zorlaştırdığı gibi turizm ekonomisinin sınırlarını keskin çizgiler ile belirlemeyi de zorlaştırmıştır.

Hizmetler sektörü içinde değerlendirilen turizm ekonomisinin sınırları nedir? Turizm ekonomisini; turistin sürekli yaşadığı bir yerden bir başka yere geçici bir süre için yer değiştirme eyleminden kaynaklanan ekonomik aktivitelerden ibaret görmek olayı çok da basite indirgemek olmaz mı? Mesela turist varışları ile destinasyonda sağlık hizmetleri, toptan ve perakende ticareti, haberleşme, tarım, serbest meslek hizmetleri vs. gibi hizmetlere duyulan ihtiyaçta artmaz mı? Gerçekten de Turizm ekonomisi; turist aktiviteleriyle ortaya çıkan ekonominin bütün yönleri ile ilgili olması nedeniyle son yıllarda bütün dünyada hızla gelişerek gittikçe artan sayıda ürün ve aktiviteyi bünyesine alıp, çok boyutlu devasa bir endüstri haline gelmiştir.

Turizm ekonomisi; turist aktiviteleri ile ortaya çıkan olayların sebeplerini, içeriğini, gelişme koşullarını ve sonuçlarını, olaylar arasındaki sebep-sonuç ilişkilerini bilimsel yöntemler ile ekonomik açıdan inceler. Burada benimsenen yaklaşım; eğlenmek, merakını gidermek, boş zamanlarını değerlendirmek veya başka nedenler ile sürekli ikamet ettiği yeri geçici olarak terk eden standart turist tipinin aktivitelerinden doğan ekonomik etkilerin araştırılmasıdır.

Turizm ekonomisinin çalışma alanları ve amaçları şu şekillerde açıklanabilir: Turizm destinasyonun ekonomik analizi; Destinasyondaki turizm arzını oluşturan otel, turistik çekicilikler gibi üst yapı bileşikleri ile kamu tarafından yapılması gereken otoyollar, hastane, havaalanı gibi alt yapı yatırımlarının yetersizliğine neden olan ekonomik sorunlar; seyahat acenteleri, tur operatörleri, konaklama ve yiyecek-içecek işletmeleri vs.den oluşan turizm pazarının organizasyonu; turizm arzı ve harcamalarının analizi; turizm harcamalarının bölgesel ve ulusal istihdam ve gelir üzerindeki toplam çarpan etkisi; ödemeler dengesi ve döviz piyasaları açısından uluslararası ekonomi üzerindeki etkisi.

Bu kitap yukarıda kısaca değindiğimiz turizm ekonomisine ilişkin mantıksal çerçeve ve yaklaşımla organize edilmiştir. Kitap on bölümden oluşmuştur ve farklı üniversitelerden toplamda onüç akademisyen ve yayın evi çalışanlarının emeği ile oluşmuştur. Akademisyen Yayınlarının ilkeli ve samimi duruşu, bölüm yazarlarının özverili çalışmaları kitabın; ilgili öğrenci ve akademisyenler için bir kaynak olmanın yanı sıra meraklı okuyucu için de başvuru eseri olmasını sağlamıştır.

Bölüm yazarlarının yanı sıra, Akademisyen Yayınlarının, kitap ile ilgili koordinasyon ve iletişimi sağlayan ekibine emekleri, sorumluluk anlayışları ve sabırları için teşekkür ediyor, emeği geçen herkese ve siz değerli okuyuculara en içten selam ve saygılarımı sunuyorum.

Editör

Prof.Dr. Lokman TOPRAK

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1	Temel Kavramlar İle Ekonomi1 <i>Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK</i>
BÖLÜM 2	Turizm ve Turist15 <i>Mehmet CAN</i> <i>Sercan BENLİ</i>
BÖLÜM 3	Destinasyon Ekonomisi29 <i>Yunus DOĞAN</i>
BÖLÜM 4	Turizmde Arz ve Talep.....39 <i>İbrahim Halil KAZOĞLU</i>
BÖLÜM 5	Turizmin Ekonomik, Çevresel ve Sosyo-Kültürel Etkileri.....53 <i>Hasan KÖŞKER</i>
BÖLÜM 6	Turizm Sektöründe Kamunun Rolü65 <i>Lokman TOPRAK</i> <i>Revsan ASLAN</i>
BÖLÜM 7	Rekabet Kavramı ve Turizmde Rekabet93 <i>Sabriye ÇELİK UĞUZ</i> <i>Ferhat TOPBAŞ</i>
BÖLÜM 8	Turizm Politikası113 <i>Feridun DUMAN</i> <i>Emrah TAŞARER</i>
BÖLÜM 9	Turizm Planlaması.....127 <i>Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE</i>
BÖLÜM 10	Türkiye Ekonomisinde Turizmin Rolü139 <i>Aliye ÇİLAN AKIN</i>

YAZARLAR

Doç.Dr. Aliye ÇİLAN AKIN
Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği
AD.

Doç.Dr. Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi,
Turizm Fakültesi, Rekreasyon
Yönetimi AD.

Araş.Gör. Revşan ASLAN
Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları AD.

Doç.Dr. Hasan KÖŞKER
Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği AD.

Öğr.Gör.Dr. Sercan BENLİ
Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Meslek Yüksekokulu, Turizm ve
Seyahat Hizmetleri Pr.

Doç.Dr. Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK
Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Turizm İşletmeciliği AD.

Doç.Dr. Mehmet CAN
Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt
Meslek Yüksekokulu, Aşçılık Pr.

Arş.Gör. Emrah TAŞARER
Batman Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Turizm Rehberliği AD.

Öğr.Gör.Dr. Yunus DOĞAN
Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler
MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği
Bölümü

Doç.Dr. Ferhat TOPBAŞ
İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi
ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat
Teorisi AD.

Doç.Dr. Feridun DUMAN
Batman Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Turizm Rehberliği AD.

Prof.Dr. Lokman TOPRAK
Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm
Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak
Sanatları AD.

Öğr.Gör.Dr. İbrahim Halil KAZOĞLU
Pamukkale Üniversitesi Denizli
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

Prof.Dr. Sabriye ÇELİK UĞUZ
Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye
Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm
İşletmeciliği AD.

BÖLÜM 1

TEMEL KAVRAMLAR İLE EKONOMİ

*Gülseren ÖZALTAŞ SERÇEK*¹

EKONOMİNİN TANIMI

Ekonomi, toplumların kıt kaynakları değerli mal ve hizmetler üretmek ve bunları farklı bireyler arasında dağıtmak için nasıl kullandıklarının incelendiği bilim dalıdır. Ekonomik ürünlerin ve ihtiyaçların sınırsız olduğu ancak kaynakların sınırlı olmasından dolayı kaynakların verimli kullanımı önem kazanmaktadır. Verimlilik, bir toplumun kaynaklarının insanların istek ve ihtiyaçlarının karşılanmasında en etkin şekilde kullanılmasını ifade etmektedir (Samuelson & Nordhaus, 2010, s. 4). Ekonomi, kapsam açısından mikroekonomi ve makroekonomi olarak ele alınmaktadır.

Mikroekonomi

Mikroekonomi, insanların nasıl karar verdiklerini ve bu kararların nasıl etkileşime girdiğini inceleyen ekonominin dalıdır (Krugman & Wells, 2009, s. 3). Adam Smith genellikle, günümüzde piyasalar, firmalar ve hanehalkı gibi bireysel varlıkların davranışlarıyla ilgilenen mikroekonominin kurucusu olarak kabul edilmektedir (Samuelson & Nordhaus, 2010, s. 5).

Makroekonomi

Makroekonomi, enflasyon, işsizlik ve ekonomik büyüme dahil olmak üzere ekonomi çapındaki olayların incelenmesidir (Mankiw, 2019, s. 24). Pazarda başarısız olmak hayatın bir gerçeğidir ancak bu başarısızlık problemi ekonomik analiz sonucunda çözüme kavuşturulabilir. Durgunluklar, ekonominin genel iniş ve çıkışlarıyla ilgilenen, makroekonomi olarak bilinen ekonomi dalının temel ilgi alanlarından biridir. Bu nedenle makroekonomi ile ekonomik iniş ve çıkışların durgunlukların nedenleri açıklanabilir (Krugman & Wells, 2009, s. 4).

Turizm ekonomisi de turizm faaliyetlerinin ekonomik sonuçlarını ve bu sonuçları etkilediği dolaylı ve doğrudan etkilerinin ölçüldüğü ve incelendiği bilim dalıdır (İçöz & Ko-

¹ Doç.Dr. Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği AD.,
gulserenozaltassercek@artuklu.edu, ORCID iD: 0000-0001-6552-4559

ülkelerde bu açığı kapatmak için yapılmaktadır (Çelebi, 2001, s. 56). Bir ülkenin para biriminin değeri düşürüldüğünde ithalat sonucunda elde edilen para seviyesi yükselmektedir (Altınok & Çetinkaya, 2023, s. 48). *Revalüasyon* ise devalüasyonun tersi olarak gerçekleşmektedir. sabit kur sisteminde, resmi makamlarca, ülke parasının değerinin yükseltilmesidir (Yıldırım, 2012, s.98). Özellikle ödemeler bilançosunda fazla veren ülkeler ithalatı azaltıp ithal ürünlerin fiyatını düşürüp, ihracatı arttırarak ihraç edilen ürünlerin fiyatlarını arttırmak istedikleri durumda revalüasyon yapmaktadırlar (Solak, 2019, s. 10).

KAYNAKLAR

- Acar, Y. (2019). Türkiye'de Yaşam Memnuniyetinin Belirleyicileri: İller Üzerine Bir Yatay Kesit Analizi, *Maliye Araştırmaları Dergisi*, Cilt: 5, Sayı: 2, ss: 145-157. ISSN: 2149-5203.
- Afşar, M. (2011). Küresel Kriz ve Türk Bankacılık Sektörüne Yansımalar. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (2), 143-171.
- Aghion, P., Bloom, N., Blundell R., Griffith, R. & Howitt, P. (2005). The Quarterly Journal of Economics, Vol. 120, No. 2, pp. 701-728
- Ağaoğlu, E.(2008). Eğitimin Ekonomik Temelleri. Gültekin, M. (Ed.). Eğitim Bilimine Giriş içinde (Ünite 6). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Aktan, Ç.C. & Şen, H. (2001). Ekonomik Kriz: Nedenler ve Çözüm Önerileri, *Yeni Türkiye, Ekonomik Kriz Özel Sayısı*, Sayı:42, Cilt:II, ss.1225-1230.
- Alkin, E., (2009). Herkes için "Ekonomi". Yayın No: 2009-21, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayını.
- Altınok, S. & Çetinkaya, M. (2003), "Devalüasyon ve Türkiye'de devalüasyon uygulamaları ve sonuçları", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 9, s. 47-63.
- Ateş, S.(2013). Dışa Kapalı Ve Dışa Açık Ekonomide Denge. Berberoğlu, C.N. ve Erdoğan, L. (Ed.). İktisada Giriş-II içinde (Ünite 6). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bahar, E. (2017). *İşletme*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bal, O. (2019). Enflasyon ve Stagflasyon Olgularına Yönelik Çözüm Politikaları ve Türkiye Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8 (1), 472-489. Retrieved from <http://www.itobiad.com/issue/43055/505657>
- Boyacıoğlu, E.Z. (2019). Turizm Ekonomisi Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Algularının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi* Cilt:8 Sayı:1 (19-42).
- Ceylan, M. (2015). *Ekonomi Makro-Mikro*, Ankara: Detay yayıncılık.
- Cömertoğlu, N. (2002). Türkiye'de para politikası ödemeler dengesi ilişkilerinin parasal yaklaşım çerçevesinde analizi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelebi, E. (2001). Türkiye'de Devalüasyon Uygulamaları 1923-2000. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2(1), 55-66.
- Çetin, İ. (2017). *Otel İşletmelerinde Marka Değeri ve Değer Yaratma*, Ankara: Detay yayıncılık.
- Çetinkaya, Ş. (2012). Asimetrik Bilginin Piyasalara Etkileri ve Finansal Krizlerdeki Rolü. *Sakarya İktisat Dergisi*, 1(2), 46-63.
- Çımat, A. & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (6), 1-18.
- Demir, Ö., Türkay, B., & Dinçer, M. (2023). Turizm Sektöründe Ekonomik Sızıntılar Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of New Tourism Trends*, 4(1), 39-50. <https://doi.org/10.58768/joinntt.1308773>
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi, Yönetim ve Ekonomi, Cilt: 14 Sayı: 2, ss: 205-220.
- Eren, E. (1993). Makro İktisat Kavramlar, Tarihsel Yaklaşım, İstikrar Politikaları ve Açık Ekonomi, 2. Baskı, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Erilmez, M. (2023). Ekonomik Analiz, *İktisat ve Toplum*, Sayı: 158.
- Eroğlu Hall, R.(2012). İşletmelerde Üretim Ve Pazarlama. Hepkul, A. ve Erdoğan, B. (Ed.). Genel İşletme

- çinde (Ünite 6). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ersoy Arca, N.F. (2016). Uluslararası Pazarlama Ve Tedarik Zinciri Yönetimi. Demirci, A.E. (Ed.). Uluslararası İşletmecilik içinde (Ünite 6). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ertuğrul, M. (2008). Değer-Fiyat Ayrımı ve İşletme Değeri: Kuramsal Bir Bakış, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 3(2), 143-154.
- Gök, M. (2022). Pandemi ve Ekonomik Durgunluk Sürecinde KOBİ'ler ve Sosyoekonomik Önemi. *Alanya Akademik Bakış*, 6(3), 3381-3403. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.1143412>
- Gülmez, M. & Dörtöyl, İ.T. (2009). Açıklamalı Pazarlama Sözlüğü, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Gümüş, E.(2013). Uluslararası Kamu Malları Kavramı. Tekin, F. ve Arslan, M. (Ed.). Uluslararası Kamu Maliyesi içinde (Ünite 2). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- İçöz, O. (1991). Enflasyonun Turizm Sektörüne Etkileri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 2, sy. 1, 19-21.
- İçöz, O. ve Kozak, M. (1998). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Karadağ, A. (1995). *Ayşegül, Karadağ: Ödemeler Dengesi Sorununa Parasalci Yaklaşım ve Türkiye Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karakaş, A. & Türkseven, Y. Ç. (2022). Turizm Gelirlerinin Milli Gelir Üzerindeki Etkisi: Akdeniz Havzası Ülkeleri İçin Bir Panel Veri Analizi. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 11(1), 341-356. Retrieved from <http://www.itobiad.com/tr/pub/issue/68190/958420>
- Kılıç, B. & Eleren, A. (2009). Turizm Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Literatür Araştırması. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 91-118.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Krugman, P. R., Obstfeld, M. & Melitz, M. J. (2012). *International Economics Theory & Policy*, Ninth Edition, Boston: Pearson Education, Inc.
- Krugman, P. & Wells, R. (2009). *Microeconomics*, Second Edition, New York: Worth Publishers
- Mankiw, N. G. (2019). *Principles of economics*. Ninth Edition, USA: Cengage Learning.
- Nar, M. Ş. (2019). Arkaik toplumlardan günümüze değiş-tokuş ekonomisi ve örnek ülke uygulamaları. *Journal of Economy Culture and Society*, 60, 207-225. <https://doi.org/10.26650/JECS2019-0006>
- Odabaşı, Y.(2011). Tüketim Toplumu. Güneş, F. ve Bozkurt, V. (Ed.). *Ekonomi Sosyolojisi içinde (Ünite 7)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ovalı, F. (2010). ss: 28-31. Sağlık hizmetlerinde maliyet, Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi, Kış, Sayı: 13 ISSN: 1307-2358 https://www.medipol.edu.tr/sites/default/files/2023-01/SD_Dergi_Sayi13.pdf#page=27
- Parasız, İ. (1997). *Modern Makro Ekonominin Temelleri*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Paşaoğlu, D. (2018). İşletmelerin Kuruluşu ve Büyümesi, içinde Genel İşletme, (Edt. Erdoğan, Z. ve Hepkul, A.) T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2650 Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1616, ss: 91-106.
- Porter, M.E. (1985) *Competitive Advantage. Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: The Free Press.
- Samırkaş, M. & Bahar, O. (2013). *Turizm, Yoksulluk ve Bölgesel Gelişmişlik Farklılıkları*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Samuelson, P. A., & Nordhaus, W. D. (2010). *Economics*. McGraw-Hill Education.
- Sayılır, Ö.(2013). Finansal Analiz, Finansal Öngörü Ve İşletme Değerinin Belirlenmesi. Önce, S. (Ed.). *Finansal Tablolar Analizi içinde (Ünite 8)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 2996
- Solak, M. E. (2019). *Türkiye'de Askeri Müdahalelerin Ekonomik Yapıya Etkileri; 27 Mayıs 1960 – 27 Nisan 2007 Dönemi İncelemesi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Şenel, S. A. (2007). Turizm Sektöründe Yatırım Kararları. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(1), 1-12.
- Tan, M. (2019). Tüketim Kültürü Bağlamında İstek ve İhtiyaçların Oluşumu: Kavramsal Bir Analiz, *Fırat Üniversitesi İİBF Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 3 (2), 193-218.
- Taşdemir, M. (2012). Para ve Bankacılık. Kılıçaslan, Y. ve Esen, E. (Ed.). *İktisada Giriş içinde (Ünite 6)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Taşdemir, M. (2013). Milli Gelirin Bileşenleri: Tüketim, Yatırım ve Tasarruf. Berberoğlu, C.N. ve Erdoğan, L. (Ed.). *İktisada Giriş-II içinde (Ünite 3)*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

- Tiryaki, A. (2013). Para ve Enflasyon. Berberoğlu, C.N. ve Erdoğan, L. (Ed.). İktisada Giriş-II içinde (Ünite 5). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Toprak, L. & Abedtalas, M. (2017). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Toprak, L. ve Abedtalas, M. (2021). *Yoksulluk ve Yoksul Yanlısı Turizm*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türk Dil Kurumu (2024). Sözlük, <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 19.06.2024
- Uslu, H. (2020). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Cari İşlemler Dengesi Üzerindeki Etkileri: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 12(1), 38-67.
- Ünlüöner, K., & Şahin, S. Z. (2011). Turizmde İstihdam. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 1-25.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*, Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Ürper, Y.(2012). İşletmeler Ve Özellikleri. Hepkul, A. ve Erdoğan, B. (Ed.). Genel İşletme içinde (Ünite 1). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Ürper, Y.(2013). Temel Ekonomik Kavramlar. Afşar, M. (Ed.). Ekonomik Analiz içinde (Ünite 1). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Üstündağ, A. (2022). Çocukların COVID-19 Pandemi Sürecinin Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında İncelenmesi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, 2(517-534).
- Velioğlu, M.N.(2013). Tüketim ve Tüketim Kültürü. Velioğlu, M.N. (Ed.). Tüketim Bilinci ve Bilinçli Tüketiciler içinde (Ünite 1). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Weaver, D. & Lawton, L. (2014). *Tourism Management*, 5th ed. Queensland Australia: John Wiley & Sons.
- Yağcı, Ö. (2007). *Turizm Ekonomisi*, 2. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, K. (2012). Makroekonominin Kapsamı Ve Temel Makroekonomik Değişkenler. Kılıçaslan, Y. ve Esen, E. (Ed.). İktisada Giriş içinde (Ünite 5). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Yıldız, Z. (2016). Turizmin Sektörünün Gelişimi Ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.
- Yılmaz Genç, S. & Çağlayan, T. (2017). İktisadi Düşüncede Değerin Kaynağı Sorunsalı, *Çalışma ve Toplum*, 2017/2, ss: 667- 680.
- Yükseler, Z. (1998). *Makroekonomik Hesaplar ve Ödemeler Dengesi*. DPT yıllık Programlar ve Konjunktür Değerlendirme Genel Müdürlüğü Çalışma Raporları, 1998-02. https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Makro_Ekonomik_Hesaplar_ve_Odemeler_Dengesi%E2%80%8B.pdf

BÖLÜM 2

TURİZM VE TURİST

Mehmet CAN¹
Sercan BENLİ²

TURİZM VE TURİST İLE İLGİLİ KAVRAMLAR

Turizm Kavramı

Turizm kavramı, bir yerden başka bir yere seyahat etme ile ilgili bir kavram olup, dünya üzerinde seyahat olgusunun başladığı tarihten günümüze kadar dinamik bir şekilde gelişerek devam eden bir faaliyettir. İnsanları seyahat etmeye yönelten birçok farklı neden bulunmaktadır. Geçmişte insanlar daha çok ticaret, sağlık ve dini amaçlarla seyahat ederken, günümüzde seyahat imkânlarına yönelik meydana gelen gelişmelerin yanı sıra toplumsal ve bireysel ihtiyaçlarda görülen değişimler insanların seyahat etme nedenlerinin de farklılaşarak artmasını sağlamıştır (Tengilimoğlu, 2020). Günümüzde insanların seyahat etme amaçlarının çeşitlik kazanmış olması turizm kavramının da geniş ve farklı anlamlar kazanmasına neden olmuştur. Ayrıca günümüzde özellikle ekonomik, sosyolojik ve psikolojik açıdan etki gücü oldukça yüksek olan ve birçok farklı disiplinin çalışma alanı içerisine giren turizm olgusunun incelenme alanına göre farklı şekillerde tanımlandığı da görülmektedir.

Günümüzde turizm kavramını tanımlayabilmek için insanların tek başına seyahat amaçlarının bilinmesi yeterli olmamaktadır. Teorik olarak insanların yapmış olduğu tüm seyahatlerin turizm kavramının bir unsuru olduğu söylenemez (Kozak, Akoğlan Kozak, Kozak, 2023). Dolayısıyla, turizm kavramını tanımlayabilmek için turizm amaçlı yapılan seyahatler ile insanların diğer sosyal hareketliliklerini içeren seyahatlerini birbirinden ayıran özelliklerin net bir şekilde ortaya konulması gerekmektedir. Bu ayrımı ortaya koyabilmek amacıyla turizm otoriterleri ve yazarları tarafından yapılan turizm tanımlamaları incelendiğinde dört temel husus göze çarpmaktadır: Bunlardan ilki yapılan seyahatin

¹ Doç.Dr., Aksaray Üniversitesi, Güzelyurt Meslek Yüksekokulu, Açılış Pr., mehmetcan@aksaray.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-7985-4126

² Öğr.Gör.Dr., Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Seyahat Hizmetleri Pr., sercanbenli@mersin.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-5903-1122

sahip olmakla birlikte (Rızaoğlu, 2004); bireylerin imaj ile ilgili olumlu ya da olumsuz düşünceleri de birbirinden etkilenebilmektedir (Özdemir, 2014). Aynı zamanda imaj; ürünler, destinasyonlar ve bireyler üzerindeki algılamaların olumludan olumsuzu ya da olumsuzdan olumluya dönüştürülmesinde de etkili olabilmektedir (Şahbaz ve Kılıçlar, 2009). Dolayısıyla, turistik ürünü üreten ve sunan turizm işletmeleri ve turizm destinasyonlarının sahip oldukları imaj turistik ürün olarak değerlendirilmektedir (Kozak, 2019). Oluşan imajın gücü konu ile ilgili anahtar bir kelime verildiğinde akla ilk gelen yerler veya işletmeler arasında gösterilmesi ile de ilgilidir. Türkiye’de gastronomi turizmi deyince akla ilk gelen şehirlerden birinin Gaziantep olması, kış sporları turizmi deyince akla ilk olarak Uludağ veya Palandöken’in gelmesi, deniz-güneş-kum turizmi denildiğinde akla öncelikle Antalya’nın gelmesi zihinlerde bu destinasyonların ilgili turizm türü ile özdeşleştirdiği ve o şekilde bir imaj oluşturduğunu göstermektedir.

KAYNAKLAR

- Akdağ, G., Güler, O. ve Çakıcı, A. (2021). Turizme genel bakış. A. Çakıcı (Ed.), *Kavramlar ve örneklerle genel turizm* (2. Baskı, s. 1-26). Detay Yayıncılık.
- Aktaş, A. (2002) *Turizm işletmeciliği ve yönetimi*. Detay Yayıncılık,
- Albayrak, A. (2013). *Alternatif turizm*. Detay Yayıncılık.
- Avcıokurt, C. ve Yıldız, S. (2016). Turizmin tarihsel gelişme süreci ve turizmin gelişmesine etki eden faktörler. O. Emir (Ed.), *Genel turizm bilgisi* (s. 46-66). Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2018). *Turizm ekonomisi*. Detay Yayıncılık.
- Büyüker İşler, D. (2019). Turizm ürünü. O. İöz ve M. Uysal (Eds.) *Turizm ansiklopedisi Türkiye* (s. 562-563). Detay Yayıncılık.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. ve Wanhill, S., (2008). *Tourism principles and practice* (Fourth edition). Prentice Hall, Harlow.
- Demir, M., Şen Demir, Ş., Manap Davras, G., Bulgan, G. ve Davras, Ö. (2017). *Genel turizm kavramlar ve farklı boyutlarıyla değerlendirme*. Detay Yayıncılık.
- Dwyer, L., Forsyth, P. ve Dwyer, W. (2010). *Tourism economics and policy*. Channel View Publications.
- Egeli, H. A. (1997). Türk turizminin dış ticaret ve sektörler arası bağlantıları açısından değerlendirilmesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 52(1), 235-246.
- Erol, M. (2003). *Turizm pazarlaması*. Ekin Yayınevi.
- Getz, D. (2007). *Event studies theory, research and policy for planned events*. Elsevier.
- Hacıoğlu, N. (2016). *Turizm pazarlaması (11. Basım)*. Nobel Yayınları.
- Hall, C. M. ve Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*. Routledge.
- İöz, O. (2005). *Turizm ekonomisi (3. Bası)*. Turhan Kitabevi.
- Karacaer, S. S. ve Sert, N. A. (2021). *Turizmde disiplinlerarası yaklaşımlar*. Detay Yayıncılık.
- Kaşlı, M. ve Yılmazdoğan, O. C. (2012). İmajın turistik talebe etkisi: Eskişehir örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(2), 199-209.
- Kınacı, B., Pehlivan, A. N. ve Seyhan, G. (2011). *Turizm ve çevre*. Pegem Akademi Yayınları.
- Kozak, N. (2019). *Turizm pazarlaması (8.Baskı)*. Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2023). *Genel turizm ilkeler-kavramlar (25. Baskı)*. Detay Yayıncılık.
- Küçükaslan, N. (2006). *Özel ilgi turizmi*. Ekin Yayınevi.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık.
- Özdemir, G. (2014). *Destinasyon yönetimi ve pazarlaması*. Detay Yayıncılık.
- Reisinger, Y. (2009). *International tourism: Cultures and behavior*. Butterworth-Heinemann.
- Rızaoğlu, B. (2004). *Turizmde tanıtma*. Detay Yayıncılık.

- Richards, G. (2007). *Cultural tourism: Global and local perspectives*. Haworth Press.
- Sharpley, R. ve Telfer, D. J. (2014). *Tourism and development: Concepts and issues*. Channel View Publications.
- Silvers, J. R. (2004). *Professional event coordination*. John Wiley & Sons, Inc.
- Smith, M. ve Robinson, M. (2006). *Cultural tourism in a changing world: Politics, participation and (re) presentation*. Channel View Publications.
- Staffieri, T. (2010) *Medical tourism survey results*. ISAPS News.
- Stephen B. (2000), *Medical tourism as medical harm to the third world: Why? For whom?*. *Wilderness and Environmental Medicine*, 11(2), 77-78.
- Şahbaz, R. P. ve Kılıçlar, A. (2009). Filmlerin ve televizyon dizilerinin destinasyon imajına etkileri. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1, 31-52.
- Taştan, H. ve Kızılırmak, İ. (2021). Turizm çeşitleri ve şekilleri. *Kavramlar ve örneklerle genel turizm* (2. Baskı, s. 27-51). Detay Yayıncılık.
- Tekeli, H. (2001). *Turizm pazarlaması ve planlaması*. Detay Yayıncılık.
- Tengilimoğlu, D. (2020). *Sağlık turizmi*. Siyasal Yayınevi.
- Tunç Hussein, A. ve Saç, F. (2008). *Genel turizm gelişimi-geleceği*. Siyasal Yayınevi.
- Tutar, E. ve Tutar, F. (2004). *Turizm, Ekonomi, Türkiye ve OECD*. Seçkin Yayınları.
- UNWTO, (2020). International tourism highlights 2020 edition. Erişim adresi: <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422456>
- Usta, Ö. (2016). *Turizm genel ve yapısal yaklaşım* (5. Baskı). Detay Yayıncılık.
- Ürger, S. (1992). *Genel turizm bilgisi*. Akdeniz Üniversitesi Yayınları.
- Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism*. Elsevier.
- Yağcı, Ö. (2003), *Turizm ekonomisi*. Detay Yayıncılık.

BÖLÜM 3

DESTİNASYON EKONOMİSİ

*Yunus DOĞAN*¹

GİRİŞ

Turizm endüstrisi, destinasyonlar üzerindeki etkisi ve önemiyle küresel ekonomide önemli bir aktör olarak yer alır. Bir destinasyon, ziyaretçilerin ilgisini çeken, onlara çeşitli deneyimler sunan ve turistik faaliyetlere ev sahipliği yapan belirli bir coğrafi alan olarak tanımlanabilir. Bu alanlar, doğal güzellikleri, kültürel mirası, tarihi zenginlikleri veya benzersiz deneyimleriyle tanınır ve turistlerin ziyaret etmek istediği yerler arasına girerler. Destinasyon planlaması ve geliştirme, bir destinasyonun sürdürülebilir şekilde yönetilmesi ve turistlerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde geliştirilmesi sürecidir. Bu süreç, yerel toplulukların hedeflerini ve arzularını dikkate alarak stratejik bir vizyon oluşturma ve bu vizyonu uygulamaya dönüştürme sürecini içerir (Dredge, 1999). Planlamada, destinasyonun doğal ve kültürel kaynaklarının korunması, yerel ekonominin güçlendirilmesi ve sosyo-kültürel etkilerin yönetilmesi gibi faktörler önemli rol oynar. Destinasyon pazarlaması ve tanıtımı ise, bir destinasyonun potansiyel ziyaretçilere tanıtılması ve cazip hale getirilmesi sürecidir. Bu süreç, destinasyonun benzersiz özelliklerinin vurgulanması, hedef pazar segmentlerine yönelik stratejiler geliştirilmesi ve etkili iletişim kanallarıyla tanıtımın yapılmasını içerir (Morrison, 2013). Turizm talep analizi ve tahmini ise, destinasyonların gelecekteki ziyaretçi taleplerini anlama ve bu taleplere göre stratejik kararlar almayı sağlayan önemli bir araçtır. Bu analizler, turizm sektöründeki trendleri, ekonomik değişkenleri ve demografik faktörleri değerlendirerek destinasyonların gelecekteki turist ihtiyaçlarını tahmin etmeyi amaçlar (Witt & Moutinho, 1994).

Bu çalışma, turizm destinasyonlarının sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ve pazarlanması konusundaki literatürdeki önemli bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir. Literatürde, turizm destinasyonlarının ekonomik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik perspektiflerinden nasıl bütünsel bir şekilde ele alınması gerektiğine dair kapsamlı çalışmalar sınırlıdır. Mevcut araştırmalar genellikle tek bir boyuta odaklanmakta, ancak destinasyon

¹ Öğr.Gör.Dr., Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, yunus.dogan23@hotmail.com, ORCID iD: 0000-0003-3145-8404

tilmiştir (Witt & Moutinho, 1994). Diğer taraftan sürdürülebilir turizm, destinasyon ekonomisinin uzun vadeli başarısı için önemlidir (Butler, 1999). Çevresel koruma, kültürel mirasın korunması ve yerel toplumun refahını artırmayı hedefleyen sürdürülebilir turizm uygulamaları, ekonomik büyümeyi teşvik ederken, destinasyonların doğal ve kültürel kaynaklarını korumaktadır. Bu bağlamda, destinasyonların ekonomik başarısı, turizm talebi ve teklifi arasındaki dengeye dayanmakta ve turizm talebinin yüksek olduğu destinasyonlar ekonomik olarak sürdürülebilir bir büyüme sağlamaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma, destinasyon ekonomisinin temellerini açıklayarak, turizm endüstrisinin dinamik yapısı içinde destinasyonların nasıl etkin bir şekilde planlanıp geliştirilebileceği ve pazarlanabileceği üzerine odaklanmıştır. Destinasyonların sürdürülebilir bir şekilde yönetilmesi ve turistlerin ihtiyaçlarına cevap verecek şekilde geliştirilmesi, turizm endüstrisinin gelecekteki yönelimlerine ışık tutmakta ve bu alanda yapılan çalışmaların önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

KAYNAKLAR

- Adedoyin, F. F., Seetaram, N., Disegna, M., & Filis, G. (2023). The effect of tourism taxation on international arrivals to a small tourism-dependent economy. *Journal of Travel Research*, 62(1), 135-153.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Buhalis, D., & Costa, C. (2006). *Tourism Management Dynamics: Trends, Management and Tools*. Butterworth-Heinemann.
- Butler, R. W. (1999). Sustainable tourism: A state-of-the-art review. *Tourism Geographies*, 1(1), 7-25.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson Education Limited.
- Cracolici, M. F., Nijkamp, P., & Rietveld, P. (2008). Assessment of tourism competitiveness by analysing destination efficiency. *Tourism Economics*, 14(2), 325-342.
- Dredge, D. (1999). Destination place planning and design. *Annals of tourism research*, 26(4), 772-791.
- Fang, D., & Wang, Y. (2009). Tourism Destination Competitiveness: A Quantitative Approach. *Tourism Management*, 30(3), 288-296.
- Forrester, J. 1989 *Planning in the Face of Power*. Berkeley: University of California Press.
- Genç, K., Atay, L., & Eryaman, M. (2014). Sürdürülebilir destinasyon yaratma sürecinde örgütlenmenin önemi: Çanakkale turizmi üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 49-61.
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2012). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. John Wiley & Sons.
- Göçmen, Ö. (2022). Unutulmaz turizm deneyiminin destinasyon sadakatine etkisi: Bursa üzerine bir araştırma. *Journal of tourism research institute*, 3(1), 1-27.
- Günay, T. (2019). Destinasyon pazarlaması ve turizm. <https://www.brandingturkiye.com/destinasyon-pazarlamasi-ve-turizm/> (Erişim Tarihi: 03/06/2024).
- Kara, M. (2020). Destinasyon Geliştirme Stratejileri: Çankırı Turizmüne Yönelik Öneriler. Betül Bayazıt, Ercan Karaçar, Ozan Yılmaz (Ed.), *Spor ve Rekreasyon Araştırmaları Kitabı-3*. Cilt içinde (ss. 136-154). Konya, Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Kazancılar, B., & Doğan, M. (2021). Turizm ve destinasyon pazarlamasında logonun önemi. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (6), 77-90.
- Khan, M.R., Khan, H.U.R., Lim, C.K., Tan, K.L. & Ahmed, M.F. (2021). Sustainable tourism policy, destination management and sustainable tourism development: A moderated-mediation model. *Sustainability*, 13(21), 12156.
- Kızılgöl, A.G.Ö., & Erbaykal, E. (2008). Türkiye'de turizm gelirleri ile ekonomik büyüme ilişkisi: Bir nedensellik analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 351-

- Komilova, N. K., Usmanov, M. R., Safarova, N. I., Matchanova, A. E., & Murtazaeva, G. I. (2021). Tourist destination as an object of research of social and economic geography. *Psychology and Education Journal*, 58(1), 2058-2067.
- Komilova, N.K., Mukhammedova, N.J., TOJIEVA, Z.N., Nazarov, M.I., & Egamberdiyeva, U.T.(2019) Territorial Definitions of Population Mortality in Uzbekistan Astra Salvensis, Year VII, Supplement no. 1, 619-641
- Komilova, N.Kh., Mukhammedova, N.J., Abdalova, Z.T., Nazarov, M.I., & Kurbanov, P.R.(2020). Separate aspects of the demographic situation in Uzbekistan and its assessment in geographical context. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. 24 (8), 6773-6792.
- Leiper, N. (1989). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390-407.
- Lim, W. M., & To, W. M. (2022). The economic impact of a global pandemic on the tourism economy: The case of COVID-19 and Macao's destination and gambling dependent economy. *Current Issues in Tourism*, 25(8), 1258-1269.
- Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation? *Journal of Travel Research*, 46(1), 86-95.
- Mior Shariffuddin, N. S., Azinuddin, M., Hanafiah, M. H., & Wan Mohd Zain, W. M. A. (2023). A comprehensive review on tourism destination competitiveness (TDC) literature. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 33(4), 787-819.
- Morrison, A.M. (2013). Marketing and managing tourism destinations. Routledge.
- Mulec, I. (2010). Promotion as a tool in sustaining the destination marketing activities. *Turizam*, 14(1), 13-21.
- Nopiyan, N.M.S. & Wirawan, I.M.A. (2021). The impact of tourism on the quality of life of communities in tourist destination areas: A systematic review. *Open Access Macedonian Journal of Medical Sciences*, 9(F), 129-136.
- Özhancı, E. (2021). Türkiye Turizm Destinasyon Görüntülerinde Algısal ve Mekansal Peyzaj Etkinliği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 4(1), 65-81.
- Pearce, D. G. (1989). *Tourist Development* (2nd ed.). Longman.
- Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism management*, 41, 202-227.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI.
- Sheldon, P.J. (2022). The coming-of-age of tourism: embracing new economic models. *Journal of Tourism Futures*, 8(2), 200-207.
- Stynes, D. J. (1997). *Economic impacts of tourism: A handbook for tourism professionals*. Urbana, IL: University of Illinois, Tourism Research Laboratory.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer behavior in tourism*. Routledge.
- TDK (2024). Pazarlama Tanımı. www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 07/06/2024).
- UNWTO (2005). *Tourism Market Trends*. World Tourism Organization.
- UNWTO (2016). *Tourism highlights*. [http:// www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029](http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029), (Erişim Tarihi: 05/06/2024).
- Ustaoğlu, S. (2023). Destinasyon Pazarlamasında Tanıtım Materyallerinin ve Görsellerinin Yeri: Sinop Örneği. *International Journal of Tourism and Destination Studies-IJOTADS*, 2(2), 82-99.
- Witt, S. F., & Moutinho, L. (Eds.). (1994). "Tourism marketing and management handbook." Prentice Hall.
- Yavuz, E. (2022). Sürdürülebilir turizm kapsamında yöresel yemek sunumunun destinasyon pazarlamasındaki rolü: Safranbolu konakları örneği (Master's thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

BÖLÜM 4

TURİZMDE ARZ VE TALEP

İbrahim Halil KAZOĞLU¹

4.1. TURİZM ARZI

Arz kavramı, sözlük anlamı olarak piyasaya mal veya hizmet sunulması anlamına gelmektedir (TDK, 2024). Ekonomi perspektifinden ele alındığında ise arz kavramı, belirli bir piyasada belirli bir zamanda diğer faktörler değişmemek kaydıyla, çeşitli fiyatlardan satıcıların satmaya hazır oldukları miktar olarak tanımlanmaktadır (Dinler, 1995).

Turizm arzı ise, belirli bir piyasada, belirli şartlar altında, belirli bir fiyattan bir ülkenin ya da bölgenin turistik tüketicilere satmaya veya turistlerin faydalanması adına hazır hale getirilmiş turistik mal ve hizmetlerin tamamıdır (Olalı ve Timur, 1998). Başka bir tanımda ise turizm arzı, iç ve dış turizm talebine karşılık verebilecek gerek turizm işletmeleri gerekse kamu kurum ve kuruluşları tarafından sunulan mal ve hizmetlerin bütünüdür (Marcouiller ve Prey, 2005). Kozak ve arkadaşları (2014) turizm arzını ekonomik açıdan ele alarak “tüketimde yer alan ve turistlerin ihtiyaçlarını gidermek üzere gerekli mal ve hizmetlerin tedarik edilme sürecini içerisine alan işlemlerin tümü” şeklinde tanımlamaktadır.

Turizm arzı genel anlamda iki başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar turizme bağımlı ve turizmden bağımsız arz olarak nitelendirilmektedir. Turizme bağımlı arz kaynakları, doğrudan turizme yönelik faaliyet gösteren ve turizme yönelik mal ve hizmetler üreten işletmeler, kurum ve kuruluşlar olarak değerlendirilmektedir. Bunlar turizm polisi, enformasyon büroları, konaklama işletmeleri, havayolu firmaları, tur operatörleri, seyahat acenteleri, döviz büroları vb. şekilde örneklendirilmektedir. Turizmde bağımsız arz kaynakları ise, deniz, kum, güneş, iklim, arkeolojik sit alanları, tarihi kalıntılar, folklorik unsurlar, yerel kültür ve değerler vb. şeklinde doğrudan turizmle ilişkisi olmayan ancak tüketimi konusunda turizm endüstrisinin de faydalandığı unsurlar olarak nitelendirilmektedir (Lubbe, 2003; Sü Eröz, 2014; Aydın ve Gencür, 2015).

¹ Öğr.Gör.Dr., Pamukkale Üniversitesi Denizli Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, ikazoglu@pau.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-4868-1832

sındaki vize muafiyeti turizmi teşvik etmekte, yabancı turistlerin ülkeye gelişinde kolaylık sağlamaktadır (Crouch, 1994). Aynı zamanda tercih edilen ülkedeki siyasi istikrar turistlerin güvenilir bir ortamda seyahat etmeleri anlamına gelirken, siyasi çatışmaların ve belirsizliklerin olduğu, terör olaylarının gerçekleştiği ülkelere yönelik turizm hareketlerinin neredeyse yok denecek kadar azaldığı görülmektedir (Frechtling, 2001).

Hükümet politikalarına istinaden sınır giriş çıkışlarında sıkı önlemlerin alınması gibi güvenlik önlemleri ilk etapta turistler için caydırıcı olabilirken uzun vadede güvenilir bir ortam sağlanması açısından turizm talebini olumlu yönde etkilemektedir (Huang ve Min, 2002). Ayrıca kriz durumlarında (salgın hastalıklar, terör saldırıları, doğal afetler vb.) yürütülen etkili ve verimli politikalar potansiyel turistlerin güvenlik algularını belirlemede kilit role sahiptir. Krizlere yönelik yapılan hızlı ve etkili müdahaleler ile turistlerin kendini güvende hissetmelerinin sağlanması turizm talebini olumlu yönde etkileyecektir. Örneğin COVID-19 pandemisi sürecinde gerekli güvenlik önlemlerinin alınması ve şeffaf yönetim anlayışı turistlerin yeniden seyahat etmelerinde kolaylık sağlamış ve günümüzde uluslararası turist sayısında artan trend tekrar yakalanmıştır (Ritchie, 2004).

KAYNAKLAR

- Ayaş, N. ve Baydur, C. M. (2005). Turizm bölgelerinde fiyat rekabet gücünün belirleyicileri Marmaris-Fethiye turizm bölgelerinin karşılaştırmalı analizi, *İktisat İşletme ve Finans*, 20(233), 122-131.
- Aydın, A., ve Gencür, A. S. (2015). Türkiye'nin turizm arzı, piyasa yapısı ve global riskler: Keşifsel bir yaklaşım. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 43-64.
- Bahar, O., ve Kozak, M. (2008). *Turizm ekonomisi* (2. Bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804.
- Buckley, R. (2004). The role of ecotourism in sustainable development. *Tourism Management*, 25(5), 601-611.
- Carr, N. (2001). An exploratory study of gendered differences in young tourists' perception of danger within London. *Tourism Management*, 22(5), 565-570.
- Cohen, E., & Cohen, S. A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2177-2202.
- Cooper, C, Fletcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles and practice*, London: Pitman Publishing.
- Crompton, J. L. (1992). Structure of vacation destination choice sets. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 420-434.
- Crouch, G. I. (1994). The study of international tourism demand: A review of the literature. *Journal of Travel Research*, 32(4), 14-23.
- Çuhadar, M. (2006). *Turizm sektöründe talep tahmini için yapay sinir ağları kullanımı ve diğer yöntemlerle karşılaştırmalı analizi (Antalya ilinin dış turizm talebinde uygulama)*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Deloitte. (2016). *The Future of travel: Trends and opportunities*. Deloitte Insights.
- Dinler, Z. (1995). *İktisada giriş*. Bursa: Ekin Kitapevi.
- Dwyer, L., & Forsyth, P. (2006). *International handbook on the economics of tourism*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Falk, M. (2013). A panel data analysis of tourism demand: Middle East tourists in Turkey. *Tourism Management*, 36, 125-134.

- Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert D. & Wanhill, S. (2018). *Tourism: Principles and practice*. Harlow, United Kingdom: Pearson
- Frechtling, D. C. (2001). Forecasting tourism demand: Methodological issues and challenges. *Journal of Travel Research*, 40(4), 289-300.
- Gram, M. (2005). Family holidays. A qualitative analysis of family holiday experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2-22.
- Gretzel, U., Yuan, Y. L., & Fesenmaier, D. R. (2000). Preparing for the new economy: Advertising strategies and change in destination marketing organizations. *Journal of Travel Research*, 39(2), 146-156.
- Gursoy, D., & McCleary, K. W. (2004). An integrative model of tourists' information search behavior. *Annals of Tourism Research*, 31(2), 353-373.
- Hall, C. M. (2005). Reconsidering the geography of tourism and contemporary mobility. *Geographical Research*, 43(2), 125-139.
- Hall, C. M., & Page, S. J. (2009). *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. New York: Routledge.
- Huang, S., & Min, J. (2002). Tourism security: A key to sustainable tourism. *Tourism Management*, 23(5), 593-601.
- İçöz, O. (2005). *Turizm ekonomisi* (3. Bs.). Ankara: Turhan Kitapevi.
- Karaman, S. (1998). *Balıkesir bölgesi turizm arz - talep incelemesi ve turizm geliştirilmesi için bir model önerisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kılıçaslan, Y. (2013). *İktisada giriş*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Kim, H. J., & Lee, S. (2000). Impacts of language barriers on tourism satisfaction and behavioral intention: A study of international tourists in South Korea. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(4), 335-346.
- Kozak, M. (2002). Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations. *Tourism Management*, 23(3), 221-232.
- Kozak, N. (2012). *Genel turizm bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Açık öğretim Fakültesi Yayınları.
- Kozak, N., Kozak, M. A. ve Kozak, M. (2014). *Genel turizm: İlkeler-Kavramlar* (16. Bs.). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Levine, D. N. (2003). *The Flight from Ambiguity: Essays in Social and Cultural Theory*. Chicago: University of Chicago Press.
- Lubbe, B. (2003). *Tourism management in Southern Africa*, Cape Town: Pearson.
- Lynch, R. (2006). *Corporate strategy* (4th Ed.). Canada: Pearson College Div.
- Marcouiller, D.W. & Prey, J. (2005). The tourism supply Linkage: Recreational sites and their related natural amenities, *The Journal of Regional Analysis & Policy*, 35(1): 23-32
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 29-38.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007). *Türkiye'de turizm ekonomisi*. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Olalu, H. ve Timur, A. (1998). *Turizm ekonomisi*. İzmir: Ofis Matbaacılık.
- Page, S. J., & Connell, J. (2006). *Tourism: A modern synthesis*. New York: Roudledge.
- Patterson, I. (2006). *Growing older: Tourism and leisure behaviour of older adults*. Cambridge: CABI Publishing.
- Plug, S. C. (2001). Why destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 42(3), 13-24.
- Richards, G. (2015). The new global nomads: Youth travel in a globalizing world. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 340-352.
- Richards, G., & Wilson, J. (2004). *The global nomad: Backpacker travel in theory and practice*. Bristol, U.K.: Channel View Publications.
- Ritchie, B. W. (2004). Crisis and disaster management for tourism. *Tourism Management*, 25(6), 899-905.
- Ryan, C., & Page, S. J. (2000). *Tourism management: Towards the new millennium*. New York: Routledge.
- Sharpley, R., & Jepson, D. (2011). Rural tourism: A spiritual experience? *Annals of Tourism Research*, 38(1), 52-71.
- Smith, M. K. (2003). *Issues in cultural tourism studies*. New York: Routledge.

- Smith, M. K. (2004). Seeing a new side to seashores: Culturally regenerating the English seaside town. *International Journal of Tourism Research*, 6(1), 17-28.
- Sü Eröz, S. (2014). Turizm arzı. *Turizm ekonomisi* içinde (Ed. Ferah Özkök), İstanbul: Ceren Yayıncılık.
- TDK, (2024). *Güncel Türkçe sözlük*. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 01.07.2024 tarihinde erişildi.
- UNWTO. (2016). Affiliate members global report. *The Power of Youth Travel*. World Tourism Organization (UNWTO).
- Veblen, T. (2005) *Aylak sınıfın teorisi* (Çev. Gültekin Z., Atay C.). İstanbul: Babil Yayınları.
- Vernette, E., & Caron, P. (2015). Luxury and social media: The effects of social media on luxury brand consumption. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 27, 177-185.
- Wang, Y. (2004). The impact of tourism on employment and economic growth in Taiwan. *Tourism Management*, 25(3), 394-404.
- Weber, K. (2001). Seasonal variations in tourism. *Journal of Travel Research*, 40(3), 259-266.
- Whelan, J., & Msefer, K. (2001). *Economic supply and demand*. Cambridge: MIT.
- Yarcan, Ş. (1994). *Turizm endüstrisinin yapısı*, İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınları.
- Zengin, B. (1994). *Türkiye turizm coğrafyasının turizm talebine etkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

BÖLÜM 5

TURİZMİN EKONOMİK, ÇEVRESEL VE SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

Hasan KÖŞKER¹

5.1. TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizm endüstrisi 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya ekonomisi için önemli bir sektör haline gelmiştir (Sarıoğlan, 2019: 1308). Küresel çapta genel bir değerlendirme yapıldığında uluslararası turizmin dünya dış ticaretinin en geniş kalemi görünümünde olduğu anlaşılmaktadır. Birçok ÷lke için en önemli ticaret kaynağı, en çok döviz getiren sektör, kalkınmanın lokomotifi durumundadır (Bahar ve Kozak, 2006: 59; Unur, Köşker ve Şeker, 2016). Özellikle bazı küçük ada ÷lkelerinin ekonomisi büyük ölçüde uluslararası turizme dayanmaktadır. Örneğin Karayip'lerdeki 30 ada ÷lkesinden 16'sının ekonomisi uluslararası turizm gelirleri ile ayakta durabilmektedir. Turizm sayesinde ihtiyaç duyulan döviz daha az çaba ve kaynakla elde edilebilmektedir (Pratt, 2015: 148-149). Küresel çapta uluslararası turizm, toplam uluslararası ticaretin %10'undan fazlasını, toplam ticaret ve hizmetlerin neredeyse yarısını oluşturmaktadır (Brida ve Risso, 2010: 16). Turizm ve seyahat sektörü gelir etkisi ve istihdam olanakları bakımından dünyanın en büyük üçüncü sektörü konumundadır (Stork, 2002: 6).

Turizmin ekonomi açısından taşıdığı önem bilim insanlarının da ilgisini çekmiştir. Turizm olayını tanımlayan öncüler daha çok turizmin ekonomik yönü üzerinde yoğunlaşarak tanımlamaya ve açıklamaya çalışmışlardır. Bu bağlamda turizmin ödemeler bilançosu üzerinde olan etkisi, turizmin gelir ve istihdam üzerine olan etkisi ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır (Toskay, 1989: 53-54). Turizm her ne kadar iktisadi yönü ağır basan bir olay olsa da sadece iktisadi açıdan açıklanamayacağı, turizmin soysal, kültürel ve çevresel etkilerinin de göz önüne alınarak tanımlanması ve açıklanması gerekir. Nitekim sonradan yapılan tanım ve açıklamalarda turizmin sadece iktisadi cepheden ele alınmadığı, turizmin ekonomik etki alanı dışında çevresel, sosyal ve kültürel etki alanlarından oluşan üç

¹ Doç.Dr, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği AD. hasankosker@yahoo.com, ORCID iD: 0000-0003-0662-8301

(Doğan, 2004: 136). Turizmin sosyal ve kültürel etkileri hem olumlu hem de olumsuz yönde olabilmektedir. Turizm bir taraftan kültürel zenginliğin oluşmasına katkıda bulunmaktadır diğer taraftan da gelenek, görenek ve normlar üzerinde olumsuz etkilerde bulunarak onları bozmaktadır (Demir vd., 2017).

Turizmin sosyal ve kültürel miras üzerindeki olumlu etkilerinden bazıları şunlardır; farklı kültürlerden insanların kaynaşması neticesinde yeni dostluk ve arkadaşlıkların artması, farklı gelenek, göreneklerin ve yaşam biçimlerinin tanınması, sosyal ve kültürel etkileşim, sanatsal ve teknolojik etkileşim, kültürlerarası barış ve hoşgörünün artması, kültürel miras farkındalığının artması, eğitim ve kültür seviyesinin artması, sosyal değişimleri teşvik etmesi, yöredeki insanların yaşam kalitesini artırması, yabancı dil öğrenilmesi, okuryazarlık oranının artması, kadınların çalışma hayatında yer alması ve toplumsal hayat standartlarının artması (Brunt ve Courtney, 1999; Demir vd., 2017; Avcı Kurt, 2023).

5.3.1. Turizmin Sosyo-Kültürel Yapı Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Bir bölgede turizmin büyümesi ve taşıma kapasitesinin aşılması durumunda genel olarak sosyal ve kültürel kirlenmeye yaşanmaktadır. Bu durum, gelenek, görenek (Olalı ve Timur, 1988), sosyal yapı, yerel kültür ve kimliğin kaybolmasına neden olabilmektedir (Avcı, 2018). Birçok ülkede, turistlerin gelmesiyle değer ve inanç yapısının değiştiği, giyim ve yaşam biçiminde geleneksel kalıpların terkedildiği, dilde yabancı sözcüklerin arttığı, sanatın gerçek anlam ve özelliklerini yitirdiği gözlemlenmiştir. Güçlü ve sağlam olan sosyal ve kültürel bir yapı, turizme gerekli uyumu sağlayarak kendi varlığını sürdürebilmektedir. Ancak sağlam olmayan, çözülme durumunda olan toplumlardaki sosyal ve kültürel yapı, turizm hareketliliğinden olumsuz anlamda daha çok etkilenmektedir (Doğan, 2004: 131).

Özetlenecek olursa turizmin sosyo-kültürel etkilerini tamamen olumlu veya tamamen olumsuz olarak değerlendirmek gerçekçi bir yaklaşım değildir. Tüm toplumsal etkinliklerde olduğu gibi turizm hareketliliğinin de sosyo-kültürel bakımdan istenen ve istenmeyen sonuçlara yol açabildiğini ifade etmek daha gerçekçi bir yaklaşım olabilir (Doğan, 2004: 152).

KAYNAKLAR

- Akın, A., Şimşek, M. Y. & Akın, A. (2012). Turizm sektörünün ekonomideki yeri ve öneri. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4 (7), 63-81.
- Alaeddinoğlu, F. & Tekin, M. K. (2020). Turizmin ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel açıdan yerel halkın yaşam kalitesine etkileri. Batman örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 29 (2), 243-257.
- Avcı, N. (2018). Turizmin yöre halkının yaşam kalitesine etkileri: Çeşme ilçesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (2), 164-174.
- Avcı Kurt, C. (2023). *Turizm sosyolojisi genel ve yapısal yaklaşım* (Güncellenmiş 7. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. & Kozak, M. (2006). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. (2020). *Turizmin ekonomik etkileri - II* (Eds. Esen & Çakır) Turizm ekonomisi içinde (149-175),

- Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Brida, J. G. & Risso, W. A. (2010). Tourism as a determinant of long-run economic growth. *Journal of Policy Research in Tourism*, 2 (1), 14-28. Doi: 10.1080/19407960903542276
- Brunt, P. & Courtney, P. (1999). Host perception of sociocultural impacts. *Annal of Tourism Research*, 24 (14), 417-424.
- Bull, A. (1995). *The economics of travel and tourism*. Melbourne: Longman.
- Çeken, H. (2014). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çolak, O. (2020). *Turizmin sosyal çevreye etkileri üzerine bir araştırma: Taraklı örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Çolak, O. & Batman, O. (2021). Turizmin sosyo-kültürel etkileri: Taraklı'da bir araştırma. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 149-174. Doi: 10.32572/guntad.874614
- Demir, M., Demir, Ş. Ş., Davras, G. M., Bulgan, G. & Davras, Ö. (2017). *Genel turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğan, H. Z. (2004). *Turizmin sosyo-kültürel temelleri* (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ertuğrul, M. & Yakar, G. (1997). Sürdürülebilir çevrede aglomerasyon alandaki turizm yatırımlarının etken ve etkinliğine ilişkin bir çalışma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 8 (1-2), 95-98.
- Fletcher, J. E. (1989). Input-output analysis and tourism impact studies. *Annals of Tourism Research*, 16 (4), 514-529. Doi: 10.1016/0160-7383(89)90006-6
- Görmez, K. (2003). *Çevre sorunları ve Türkiye* (Genişletilmiş 3. baskı). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Gjerald, O. (2005). Sociocultural impact of tourism: A case study from Norway. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 3 (1), 36-58. Doi:10.1080/14766820508669095
- Güdü, Ö. (2011). *Turizmin sosyal ve kültürel etkilerinin turist rehberleri tarafından algılanması - Trabzon'da bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Inkeeps, E. (1991). *Tourism planing: An integrated and sustaniable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Jafari, J. & Way, W. (1994). Multicultural strategies in tourism. *Cournal of Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 35 (6), 72-79.
- Kahraman, N. & Turkay, O. (2006). *Turizm ve çevre* (2. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Keleş, R. & Harmancı, C. (2002). *Çevrebilim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Kınacı, B., Albuz Pehlivan, N. & Seylan, G. (2011). *Turizm ve çevre*. Ankara: Pegem Akademi.
- Kozak, N., Kozak, M. A. & Kozak, M. (2014). *Genel turizm ilkeler - kavramlar* (14. baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin turizm sektörüne etkileri üzerine bir araştırma: 2016 yılı Türkiye örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, 62, 216-230.
- Mbaiwa, J. E. (2004). The socio-cultural impacts of tourism development in the Okavango Delta, Bostwana. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 2 (3), 163-184. Doi: 10.1080/14766820508668662
- Olalu, H. & Timur, A. (1988). *Turizm ekonomisi*. İzmir: ofis Ticaret Matbaacılık Şti.
- Pratt, S. (2015). The economic impact of tourism in SIDS. *Annal of Tourism Research*, 52, 148-160.
- Salvatore, D. (2004). *International economics* (8th edit). New York: Jonh Wiley and Sons. Inc.
- Sarioğlan, H. Ö. (2019). Turizmin ekonomik etkileri: Akdeniz ülkeleri örneği. *Afyon Kocatepe üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (4), 1308-1315.
- Soontayatron, S. (2013). Thai interpretation of socio-cultural impact of tourism development in beach resort. *Americen Journal of Tourism Management*, 2 (2), 29-35. Doi: 10.5923/j.tourism.20130202.01
- Stork, U. E. M. (2002). The tourism industry in the third millennium is a resilient industry. Show at impact of the terror attact of 9-11-2001, La Sale Universty.
- Şahin, Ç. (2019). *Turizmin sosyo-kültürel yapıya etkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Unur, K. Köşker, H. & Şeker, F. (2015). *Economic impact of tourism and it's place in Turkish economy* (Eds. Avcıkurt, C., Dinu, M. S., Hacıoğlu, N., Efe, R., Soykan, A. & Tetik, N.) Global issues and trends in tourism (480-489), Sofia: St. Kliment Ohridski Universty Press.
- United World Tourism Organization (2024). Latest tourism data, <https://www.unwto.org/un-tourism-world-tourism-barometer-data> (Erişim: 10.05.2024).

- Ünlüöner, K., Tayfun & Kılıçlar (2018). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Toskay, T. (1989). *Turizm: Turizm olayına genel yaklaşım*. İstanbul: Der Yayınları.
- Türkiye İstatistik Kurumu - TÜİK (2022). Turizm uydusu hesabı, 2019-2022, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Uydu-Hesabi-2019-2022-3813#:~:text=Turizm%20sekt> (Erişim Tarihi: 10.05.2024).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (2022). Turizmin ihracat ve ithalat içindeki payı, <https://www.tursab.org.tr/turizm-geliri/ithalat-ihracat-icindeki-payi-2022> (Erişim: 01.05.2024).
- Türsab & Tuader Turizm Sektör Raporu (2017). 2017 Ocak- Haziran dönemi, <https://www.tursab.org.tr/dosya/16736/turizm-faaliyet-kitapcigi-16736-492081.pdf> (Erişim: 10.05.2024).
- World Travel & Tourism Council (2024). Economic impact research, <https://wtcc.org/research/economic-impact> (Erişim: 10.05.2024).
- Yağcı, Ö. (2003). *Turizm ekonomisi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yılmaz, H. (2023). Türkiye'de turizmin ekonomik büyümeye etkisi. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 7 (1), 257-276. Doi: 10.29023/alanyaakademik.1109218
- Yoon, Y., Gursoy, D. & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22 (4), 363-372. Doi: 10.1016/S0261-5177(00)00062-5

BÖLÜM 6

TURİZM SEKTÖRÜNDE KAMUNUN ROLÜ

*Lokman TOPRAK*¹

*Revşan ASLAN*²

TURİZM SEKTÖRÜNDE KAMUNUN ROLÜ

Örgütlenmiş devlet yapıları içerisinde yaşayan insanların bazı ihtiyaçları toplumsal ihtiyaçlar olarak adlandırılır ve bu ihtiyaçları karşılamak devletin varlık sebebini oluşturur. Bu anlamda toplumda bazı mallar bütün fertler tarafından ortaklaşa kullanılır ve tüketilirler. Örneğin bir ülkenin milli savunma ve iç güvenlik hizmetleri, hukuk hizmeti çevre temizliği ve koruması hizmetleri bu tür mallardandır ve «kamusal mal ve hizmet» olarak nitelendirilirler. Bu yönleri ile mal ve hizmetler ikiye ayrılırlar:

1. Tam kamusal mal ve hizmetler: Ülkenin tamamında, tüm kesimlere sunulurlar, faydaları bölünemez, kâr amacı yoktur ve fiyatlandırılmazlar.
2. Yarı kamusal mal ve hizmetler: Bölünebilir, fiyatlandırılabilir, tüketimleri zorunlu tutulabilir. Örneğin üniversite harçları, pasaport işlemleri, talep üzerine sunulan hizmetler gibi (Eryiğit, 2013).

Kamu malları nitelikleri gereği, bazen piyasaların serbest işlemlerini ve kaynakların etkin kullanımını engelleyebilmektedirler. Örneğin “tam kamusal mallar” bütün toplum bireyleri tarafından aynı anda kullanılabilirler ve bu durum tüketicilerin birbirlerine rakip olmaması sonucunu doğurur. Yani bu tür malların bazı bireyler tarafından tüketilmesi, diğer bireylerin tüketimini engellemez. Yine tam kamusal malların kullanımında toplumdaki bazı fertler dışarıda tutulamaz. Sonuç olarak yukarıda verilmiş olan iki örnekteki durumda piyasa ekonomisinin kuralları işlememektedir (Tosun, 1996).

Başka bir deyişle kamu malları, bireysel satın alma eylemine bakılmaksızın faydalarının bütün halka yayıldığı mallardır. Teknik olarak kamu malları özel mallardan (piyasadan alınan standart ürünler) tüketimdeki rekabet ve faydaların dışına bilirliliği özellikleri ile ayrılmaktadır.

¹ Prof.Dr., Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları AD. topraklokman@gmail.com, ORCID iD: 0000-0003-3144-2613

² Araş.Gör., Mardin Artuklu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları AD., revsanaslan@artuklu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-5190-792X

Çevrenin korunması bir diğer önemli konudur; küçük yerel işletmeler doğal ve tarihi çekicilikler etrafında kümeleşirken bu turizm destinasyonlarının alt yapısını geliştirmek güçlerini aşan imkânlar gerektirir. Burada hükümetlerin devreye girip çevre kirliliğini önleme, doğal yapıyı bozacak yapılaşmalar için önlem almaları, alt yapıyı geliştirmeleri gerekmektedir. Örneğin Mardin-Nusaybin Beyaz Su ören yeri; yoğun tesisleşme ve yine yoğun ziyaretçi sayısı nedeniyle hızlı bir tüketim ile karşı karşıyadır. Tesislerin dışsal olumsuzlukları birbirini olumsuz etkilemekte, tüketici ve yatırımcıların çevre duyarlılığı sürdürülemez boyutlara ulaşmaktadır. Aynı şekilde turizm bölgelerinde yerel halkın eğitim ve insan kaynakları geliştirme konuları hükümetlerin yanı sıra özel sektör ve gönüllü ulusal ve uluslararası kuruluşlar (BM ve AB'nin ilgili fonları, üniversiteler, dernekler, STK'lar vs.) tarafından da ele alınması gereken konulardır. Kadın eğitimi, göçmen eğitimi, genç eğitime dair projeler, STK, kalkınma ajansları ve uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenmelidir.

Turizm, yoksullara doğrudan ihracata katılma fırsatları sunar. Mardinli bir yerel rehberin sunduğu hizmet ülke açısından ihracattır. Turist tarafından satın alınan ağaç oyma oyuncak, gümüş işleme takı ve diğer satın alınan her hediyelik-hatıra eşya ihracattır. Mardinli fırıncının sattığı Süryani Çöreği hem yerel çiftçiye destek ve hem de devletin dış ödemeler dengesine katkıdır. Türkiye'de her yıl düşmekle birlikte ziyarete gelen turistlerin ortalama harcama miktarı 650 dolar civarındadır ve bu gelirin her senti doğrudan yerel halka fayda sağlama ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunacak şekilde değerlendirilmiştir.

KAYNAKLAR

- Ashley, C., & Haysom, G. (2006). From philanthropy to a different way of doing business: Strategies and challenges in integrating pro-poor approaches into tourism business. *Development Southern Africa*, 23(2), 265-280.
- Ashley, C. Roe, D., & Goodwin, H. (2001). Pro-poor tourism strategies: Making tourism work for the poor: A review of experience. IIED and ODI.
- Avcı, N. (2007). Turizmde taşıma kapasitesinin önemi. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 7(2), 485-501.
- Bennett, O. (1999). Sustainable tourism and poverty elimination study: A report to the department for international development. IIED and ODI.
- Bolwell, D., & Weinz, W. (2008). Reducing poverty through tourism/International Labour Office, ILO Sectoral Activities Programme.
- Brinkman J. (2020, September 6). The strategy of pro-poor Tourism. <https://borgenproject.org/strategy-of-pro-poor-tourism/>.
- Candela, G., & Figini, P. (2010). The Economics of Tourism Destinations (2nd ed.). Springer Yayınları.
- Cengiz, F. (2012). Üçüncü yaş turistlere yönelik turistik ürün analizi: Alan uygulaması. (Yayımlanmış Doktora Tezi). Akdeniz Üniversitesi.
- Cural, M., Eriçok, R. E., & Yılanç, V. (2012). Türkiye'de kamu yatırımlarının özel sektör yatırımları üzerindeki etkisi: 1970-2009. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 73-88.
- Çelebi, A., Yalçın, Z., & Yalçın, A. Z. (2008). Kamusal mallar teorisinin değişimi: bölgesel Kamusal Mallar. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(2), 1-18.
- Demir, F. (2011). Kamu harcamalarında etkinlik ve verimlilik: Karaman Belediyesi hizmetleri üzerine bir uygulama. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.

- Dünya Turizm Örgütü, (1999, October 1). Turizmde küresel etik ilkeler. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2019-11/turkey.pdf>.
- Eraslan, İ. H., Bulu, M., & Bakan, İ. (2008). Kümelenmeler ve inovasyona etkisi: Türk turizm sektöründe uygulama. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), 15-29.
- Eryiğit, B. H. (2013). Yerel mal ve hizmetlerin kapsamındaki değişimin iktisadi açıdan değerlendirilmesi. *Mevzuat Dergisi*. 16(181).
- Hardin, G. (1968), The tragedy of the commons, *Science, New Series*, 162 (3859), 1243-1248.
- İlkin, A. Dincer, M. Z. (1991). *Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi*. TOBB Yayın.
- Kuter, N., & Ünal, H. E. (2009). Sürdürülebilirlik kapsamında ekoturizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri. *Kastamonu University Journal of Forestry Faculty*, 9(2), 146-156.
- Lin, T., & Guzman, F. D. D. (2007). *Tourism For Pro-Poor And Sustainable Growth: Economic Analysis Of Tourism Projects*. Asian Development Bank. <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/29863/tn-20-tourism-pro-poor.pdf>
- Mill, R. C. ve Morrison, A. M. (1992). *The Tourism System* (2nd ed.). New Jersey.
- Muratoğlu, Y. (2011). Ekonomik büyüme ve işsizlik arasındaki asimetrik ilişki ve Türkiye'de Okun Yasasının sınanması. (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Hitit Üniversitesi.
- Oktayer, N., Susam, N., & Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi*. İstanbul Ticaret Odası, İstanbul.
- Olalı, H. (1982). *Turizm Politikası ve Planlaması*. Ege Üniversitesi.
- Olalı, H., Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. Ofis Matbaacılık.
- Özer, Y. E. (2008). Sanayi bölgelerinin gelişim sürecinin Türkiye ve dünyadaki yansımaları. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 91-102.
- Saville, N. M. (2001). Practical strategies for pro-poor tourism: Case study of pro-poor tourism and SNV in humla district, West Nepal. *Pro-Poor Tourism Working Paper*.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (1981, December 19). Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayın Yönetmeliği. <https://teftis.ktb.gov.tr/TR-264574/kultur-ve-turizm-bakanligi-yayin-yonetmeligi.html>
- TÜRSAB (2022). *Dünya turizmi 2022 yılında yüzde 111 büyüdü*. <https://www.tursab.org.tr/assets/assets/uploads/dunya-turizm-istatistik/2022-yilsonu-degerlendirmesi.pdf>
- Tosun, E. (1996). *Türkiye'de Kamu Kesimi ve Özel Kesim Ayırımının Normatif ve Reel Planda Önemi ve Sınırları*. T.C Maliye Bakanlığı Bütçe ve Mali Kontrol Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Toprak, L. (2008). Bölgeler arası kalkınma farklılıklarını gidermede turizmin rolü: Güneydoğu Anadolu Bölgesi örneği. (Yayımlanmış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi.
- Toprak, L. & Abedtalas, M. (2016). Bölgeler arası kalkınma farklılıklarını gidermede turizmin rolü: Diyarbakır Örneği, Diyarbakır Sempozyumu.
- UN Tourism, (2012 Jun 12). UNWTO Tourism highlights, 2016 Edition. <https://www.unwto.org/archive/global/publication/unwto-tourism-highlights-2016-edition>
- UN Tourism, (2022 May 23). *Sustainable development*. <https://www.unwto.org/sustainable-development>.
- United Nations Research Institute For Social Development, (2008, September 4). *Development and growth in mineral rich countries*. <https://www.unrisd.org/en/library/publications/development-and-growth-in-mineral-rich-countries>.

BÖLÜM 7

REKABET KAVRAMI VE TURİZMDE REKABET

Sabriye ÇELİK UĞUZ ¹

Ferhat TOPBAŞ ²

7.1. KÜRESELLEŞME VE DIŞ TİCARET

Neoliberal politikaların önem kazandığı 1970’li yıllarla birlikte dünya sadece ekonomik anlamda değil siyasal, kültürel ve sosyal anlamda da hızlı bir değişim sürecine girmiştir. Küreselleşmenin yaygın etkilerinin hissedilmeye başlandığı 1980’li yıllarla birlikte bu değişim süreci hız kazanmıştır. Bu süreçte ülkeler arasındaki ilişkilerin güçlenmesi, ulus devletlerden daha yetkili uluslararası entegrasyonların ve örgütlerin kurulmasının yanı sıra teknolojik ilerleme ve iletişimde yaşanan hızlı gelişim ile sermayenin ve insanların mobilitasının artması bu gelişimsel sürecin sebep olduğu en önemli etkileri olarak sıralanabilir. Ayrıca, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızla yaygınlaşması ekonomideki verimliliği de artırmıştır (Aktel, 2001; Akarsu vd. 2017). Tüm bu değişimler dünya ticaretini daha serbest hale getirmiş ve ülkeler arası etkileşim giderek artmıştır.

Küreselleşme kavramı, sonuçları itibariyle pek çok bilimsel disiplini ilgilendirmesi ve hayatın hemen hemen her alanında etkilerini göstermesi nedeniyle tanımlanması hususunda fikir ayrılıkları mevcuttur. Çalışmanın özü itibariyle küreselleşmenin ekonomik yönlerine vurgu yapan bir tanım daha uygun olacaktır. Küreselleşme, “*mal, hizmet ve sermayenin artan hareketliliği sonucunda sınır ötesi karşılıklı ekonomik bütünleşme ve ulusal ekonomilerin dünya piyasalarına dahil olma sürecinde dünyanın farklı bölgelerinde yaşayan toplum ve devletler arasındaki iletişimin ve etkileşimin artması ve karşılıklı bağımlı hale gelmesi olarak ifade edilebilir*” (Kıvılcım, 2013). Bu bağlamda küreselleşme, dünya ekonomilerini daha fazla entegre ederek ülkeler arasındaki ticaretin ve iş birliğinin artmasını sağlamaktadır. Bu süreç, teknolojik ilerlemeler, ulaşım ve iletişimdeki gelişmelerle desteklenmekte olup uluslararası ticaretin hacmini de önemli ölçüde artırmaktadır. Küresel-

¹ Prof.Dr., Balıkesir Üniversitesi, Burhaniye Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği AD., sabriye_celik@yahoo.com, ORCID iD: 0000-0003-2550-657X

² Doç.Dr., İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Teorisi AD., ferhat.topbas@idu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-7576-4668

KAYNAKLAR

- Aiginger, K. (2006), "Competitiveness: From a Dangerous Obsession to a Welfare Creating Ability with Positive Externalities", *Journal of International Competitive Trade*, No: 6(2), s.161177.
- Akarsu, Y., & Alacahan, N. (2017). Türkiye Dış Ticaretinde Döviz Kuru Belirsizliği, *Journal of Awareness*, 1(1), 331- 348.
- Akarsu, Y. Kurt, S. & Alacahan, N. (2020). OECD Ülkelerinde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin İşgücü Verimliliği Üzerine Etkisi, *Journal of Life Economics*, 7(4), 309-322.
- Akın, Adnan (2018). "Türk Turizminin Makroekonomik Göstergeler Üzerine Etkisi", *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 6(3), 3-23.
- Aktan, C., & Vural, İ. Y. (2004). *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*. Ankara: Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonları Yayını, Yayın, 254, 9-23.
- Aktel, A. G. M. (2001). Küreselleşme Süreci ve Etki Alanları. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(2).
- Bahar, O. (2003), "Kitle Turizminin Çevre Üzerindeki Olası Etkileri: Bodrum Örneği", *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), ss. 150-158.
- Bozduman. E.T. (2022). Vişegrad (V4) Ülkelerinde Küresel Rekabet Gücünün Analizi. *The Journal Of Academic Social Science*
- Coşar, Y. (2008). Otel İşletmelerinde Rekabet Üstünlüğünü Etkileyen Faktörler: Yöneticiler Üzerine Bir Araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 19(1); 45-56.
- Erkan, B., & Bozduman, E. T. (2019). Analysis Of Specialization And Competition Level İn Turkey's Tourism Sector. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(38); 1-12.
- Filiz, A., & Sayın, C. (2020). Sebze Tohumu Dış Ticaret Rekabet Düzeyinin Porter'in Elmas Modeliyle Analizi: Antalya İli Örneği. *Journal of the Institute of Science and Technology*, 10(3), 2126-2135.
- Frohberg, K., & Hartmann, M. (1997). Comparing measures of competitiveness (No. 2). Discussion paper.
- Goeldner, C.R., & Ritchie, J.R.B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 10th Ed., New Jersey: Hoboken.
- Gökmenoğlu, S. M., Akal, M., & Altunışık, R. (2012). Ulusal rekabet gücünü belirleyen faktörler üzerine değerlendirmeler. *Rekabet Dergisi*, (52), 3-43.
- Göral, R. (2017). Dünya Ekonomik Forumu Turizm Rekabetçilik Raporu Işığında Türkiye Turizminin Rekabetçilik Sorunları. *Akademik Bakış Dergisi*, 61; 141-166.
- <https://www.tursab.org.tr/dunya-turizm-istatistikleri>
- İyibozkurt, E. (2001). *Uluslararası İktisat Teori- Politika- Uygulama*. Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.
- Kıvılcım, F. (2013). Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinin Gelişmekte Olan Ülke Türkiye Açısından Değerlendirilmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 219-230.
- Kim, S., & Shin, E. H. (2002). A Longitudinal Analysis of Globalization and Regionalization in International Trade: A Social Network Approach. *Social Forces*, 81(2), 445-468.
- Kozak, M. & Andreu, L. (2006). Part 2 Destination Marketing and Competitiveness Introduction. Edt.: Kozak, M. ve Andreu, L. (2006). *Progress in Tourism Marketing*. Elsevier: Amsterdam, The Netherlands.
- Kuşat, N. (2019). Türkiye Turizm Sektörünün Dünya Sektör Liderleri Karşısındaki Rekabet Gücü. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 20(1), 141-165.
- Moon H.; Rugman M., A., Verbeke A. (1998), A Generalized Double Diamond Approach to the Global Competitiveness of Korea and Singapore, *International Business Review* 7, SS. 135-150
- Oğul, B. (2021). Küreselleşme Sürecinde Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(2), 65-73.
- Özbaş, H., & Yıldırım, O. (2022). Türkiye'nin Dış Ticaretinde Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler (2001-2019). *Third Sector Social Economic Review*, 57(3), 1547-1571.
- Porter, M. (1990) *The Competitive Advantages of Nations*, New York: The Free Press, ss. 127.
- Rugman, A. M., & D'Cruz, J. R. (2002). The "Double Diamond" Model of International Competitiveness: The Canadian Experience. *International Business: Critical Perspectives on Business and Management*, 4, 237.
- Tansu, Ö. (2003). Türkiye'nin Rekabet Gücünü Artırmada Teşvik Politikaları, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Dokuz Eylül Üniversitesi S. B. E., İzmir.

Tdk, (2024). Rekabet. <https://sozluk.gov.tr/>, E.T.: 20.06.2024.

Unat, E., (2023), Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler Yöntemine Göre Türk Kimya Sektörünün Avrupa Birliği Ülkeleri Karşısındaki Rekabet Gücünün Analizi, Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi, 15 (2): 146-170., <https://doi.org/10.53881/hiad.949641>

Vodeb, K. (2012). Competition İn Tourism İn Terms Of Changing Environment. Procedia- Social And Behavioral Sciences 44, 273-278.

Wef, (2024). Travel & Tourism Development Index 2024.

BÖLÜM 8

TURİZM POLİTİKASI

*Feridun DUMAN*¹

*Emrah TAŞARER*²

GİRİŞ

Turizm endüstrisinde uluslararası rekabetin yüksek olmasından dolayı, turizm politikalarının belirlenmesi ve uygulanması rekabet avantajı sağlamada önemli rol oynamaktadır. Her ülke, turizm endüstrisinden maksimum faydayı elde etmek ve uluslararası turist sayısını arttırmak için çeşitli stratejiler geliştirmektedir. Ülkeler, böyle rekabet ortamında kendi turizm ürünlerini ve hizmetlerini farklılaştırarak öne çıkarmaya çalışmaktadırlar. Bu nedenle, turizm gelirini arttırmaya çalışan ülkelerin, turizm politikalarını sürekli olarak gözden geçirmeleri ve güncellenmeleri gerekmektedir. Ayrıca, turizm politikalarının etkin bir şekilde uygulanabilmesi için kamu ve özel sektör iş birliği büyük önem taşımaktadır.

Turizm politikaları, yalnızca ekonomik kalkınma hedeflerine ulaşmayı değil, aynı zamanda sosyal ve çevresel sürdürülebilirliği de gözetmelidir. Bu amaçla, ülkeler turizm politikaları oluşturarak ülkenin turizm çekiciliğini artırmayı ve uluslararası turizm pazarında rekabet gücünü korumayı hedeflemektedirler.

Bu kitap bölümünde, turizm politikası konusunun daha iyi anlaşılması için; turizm politikasının tanımı ve önemi, ekonomi ve turizm politikası ilişkisi, turizm politikası oluşturma amaçları, turizm politikası geliştirme süreci, Türkiye Cumhuriyeti Devleti turizm politikalarının tarihsel gelişimi ve turizm politikası üzerine gelecek perspektifleri ve tavsiyeleri konularını sırasıyla açıklanmaktadır.

¹ Doç.Dr., Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği AD., feridun.duman@batman.edu.tr, ORCID iD: 0000-0002-0524-638X

² Arş.Gör., Batman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği AD., emrah.tasarer@batman.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-6858-2981

- Ziyaretçiler ve yerel halk arasındaki engelleri yıkar ve köprüler kurar.
- Barış inşa edebilecek kültürler arası karşılaşmalar için fırsatlar sunar.
- Güvenlik tehditlerinden hızla toparlanan dayanıklı bir sektördür.
- Yumuşak güç diplomasi için bir araçtır.

Değerlendirme

Turizm sağladığı ekonomik katkılar sebebiyle özellikle gelişmekte olan ülkeler için oldukça önemli bir endüstridir. Aynı zamanda sağladığı ekonomik katkının yanında ülkelerin imaj ve reklamları için de eşsiz bir zemin olarak kabul edilebilir. Bu yönüyle ülkelerin turizme karşı daima pozitif bir yaklaşımı söz konusu olmaktadır. Turizme verilen bu değer, onu kaybedilmesi göze alınmaz bir unsur haline getirmiştir. Bu açıdan turizmin varlığını koruması (sürdürülebilirlik) ve daha geliştirilerek sağladığı katma değer artırılması noktasında turizm politikası devreye girmektedir. Etkili bir turizm politikasıyla devletler ve ülkeler, oldukça güçlü bir sosyal, beşeri ve teknik turizm altyapısına sahip olarak hem turizmden gelir elde etme hem de eşsiz bir tanıtım fırsatı yakalamaktadırlar.

Bunların yanında turizmin temelinde tam anlamıyla insan bulunduğundan, turistik faaliyetlerin gerçekleşmesi esnasında beşeri etkileşimler oldukça fazla yaşanmaktadır. Bu etkileşimler turistler arasında olduğu gibi çalışan ve turist arasında da ortaya çıkmaktadır. İnsanlar birlikte eğlenip vakti geçirerek, sosyal paylaşımlarda bulunmaktadır. Nitekim bu durum bireylerin insanı ortak paydada buluşmalarına ve dolayısıyla milletlerin birbirini tanımalarında bir aracı olmaktadır. Nihai olarak ise turizmin adeta dünya barışına bir teminat misyonu üstlendiği söylenebilir.

Dolayısıyla, turizmin olması gerektiği gibi yapılması ve beraberinde gelecek olan kalite ve sürdürülebilirlik, aslında bir bakıma insanlığın huzuru için de bir gerekliliktir denilebilir. Bu noktada UNWTO başta olmak üzere, ülkeler, yerel yönetimler, turistik sivil toplum kuruluşları ve işletmelere büyük görev düşmektedir. Bu görev turizm politikası geliştirme ve uygulamada, ilgili literatüre uygun hareket etmek ve ülke veya destinasyon için doğru turizm politikasını hayata geçirmek anlamına gelmektedir.

KAYNAKLAR

- Birdir, K. (2018). Turizm Plan ve Politikası, İçinde (Edt: Oktay Emir), Genel Turizm Bilgisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414.
- Edgell, D.L. & Swanson, J.R. (2013). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today, and Tomorrow*. London: Routledge.
- Getz, D. (2009). Policy For Sustainable and Responsible Festivals and Events: Institutionalization Of a New Paradigm, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 11, 61-78
- Goeldner, C.R. & Brent Ritchie, J.R.B. (2009). *Tourism Principles, Practices, Philosophies* (11th edition). Hoboken, New Jersey: Wiley & Sons.
- Goeldner, C.R. & Brent Ritchie, J.R.B. (2012) *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*, p. 326.

- Gönen, İ. (2004). Dönemsel olayların turizm ekonomisine etkileri ve çözüm önerileri. [Yayımlanmamış Doktora Tezi]. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Olalı, H. (1990). Turizm Politikası ve Planlaması. İstanbul: İşletme Fakültesi Yayını.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. CABI Publishing.
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1972). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1978). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1984). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1990). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (1995). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (2001). Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (2006). Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (2014). Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı (2019). Onbirinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023). <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari>. (Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- T.C. Resmi Gazete (1953). Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu. <https://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/8414.pdf>. Erişim Tarihi: 05.07.2024).
- Tobil, S. A. (2019). Türkiye'de Turizm Politikası ve Planlaması. [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- UNWTO (2017). 2017 International Year of Sustainable Tourism for Development. <https://www.unwto.org/tourism4development2017>. (Erişim Tarihi: 29.06.2024).
- US Department of State (2024). Travel Advisories. <https://travel.state.gov/content/travel/en/traveladvisories/traveladvisories.html/>
- Wanhill, S. (1987). UK – Politics and Tourism, *Tourism Management*, 8 (1), 54-58.
- Yeşiltaş, M. (2015). Turizm Sektöründe Planlama, Planlamanın Önemi ve Türleri, İçinde (Edt: D. Küçü-kaltan, H. Çeken, Ş.O. Mercan), *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması*, Ankara: Detay Yayıncılık.

BÖLÜM 9

TURİZM PLANLAMASI

Bilge ÇAVUŞGİL KÖSE¹

GİRİŞ

Turizm endüstrisi seyahat ve ulaşım, konaklama, yiyecek ve içecek işletmeleri benzeri turizm tesislerinden ve altyapı ile üstyapı gibi destek hizmetlerinden oluşan hem özel sektör hem de kamu sektörünün dâhil olduğu çok yönlü bir endüstridir (Çavuşgil Köse ve Erden Ayhün, 2020). Turizmin etkilerinin çok yönlü olması, bunların planlanmasının ve yönetilmesinin zor olmasını da beraberinde getirmektedir. Turizm planlaması ve yönetiminde önemli rolü olan çok sayıda farklı organizasyon, grup ve birey bulunmaktadır. Turistler, ev sahibi topluluk üyeleri, endüstri üyeleri, hükümet temsilcileri ve daha az ölçüde medya ve gönüllü kuruluşlar şeklindeki bu kilit oyuncular, turizmin günlük sorunlarıyla ilgilenmektedir. Bu bireyler, gruplar ve kuruluşlar, turizm planlaması ve yönetiminde aktif bir rol oynayacak konumdadır (Mason, 2003, s. 175). Turizm planlaması, turizm faaliyetlerinin sürdürülebilir, düzenli ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesini sağlamak amacıyla yapılan stratejik ve sistematik çalışmalar olarak kabul edilmektedir. Bu planlama süreci hem kamu sektörü hem de özel sektör tarafından yürütülür ve turizmin ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkilerini dengelemeye yönelik politikaları ve stratejileri içermektedir. Başka bir ifadeyle çok bileşenli bir yapıya sahip olan turizm faaliyetlerinin planlanması bu özelliğinden dolayı ve hem fiziksel hem de kurumsal unsurları kapsamaktadır (Inskeep, 1988).

Turizm endüstrisi dünyanın farklı noktalarında onlarca yıldır büyümeye devam etmektedir. Ancak bu büyüme her zaman planlama unsurları dahilinde gelişmemektedir. Sürdürülebilir kalkınma ilkelerine dayanan bir planlama, turist destinasyonlarının uzun ömürlülüğünü ve başarısını iyileştirmekle eş anlamlı hale getirmiştir. Öyle ki herhangi bir plandan yoksun olarak gelişen destinasyonlar, genellikle çevresel ve sosyal sorunlardan, artan çatışmalardan, çatışmaları çözümleme maliyetlerinden ve azalan rekabet gücün-

¹ Doç.Dr., Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi AD., bilgecavusgilkose@comu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-8646-4401

KAYNAKLAR

- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: a suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(3), 5917-5930.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108-124.
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Interpretation and sustainable tourism: The potential and the pitfalls. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(2), 71-80.
- Buhalis, D. (2022). Tourism management and marketing in transformation: preface.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Costa, C. (2006). Tourism planning, development and the territory. D. Buhalis ve C. Costa (Eds.), *Tourism management dynamics* (s. 236-243). Oxford: Routledge.
- Costa, C. (2020). Tourism planning: A perspective paper. *Tourism Review*, 75(1), 198-202.
- Costa, C., & Brandão, F. (2018). Tourism planning: Evolution and trends for the future. C. Cooper, S. Volo, W.C. Gartner ve N. Scott, (Eds.), *The SAGE handbook of tourism management: Concepts and disciplinary approaches to tourism* (s. 538-555). London: SAGE.
- Çavuşgil Köse, B., & Erden Ayhün, S. (2020). Turizmde kriz yönetimi "Covid-19 salgınının analizi". Lyon: Livre de Lyon.
- Çavuşgil Köse, B., & Uca Özer, S. (2013). Demografik değişimler ve turizm pazarlamasına yansımaları. Ş. Aydın ve M. Boz (Eds.), *Turizmde güncel konu ve eğilimler* (s. 271-288). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Dolnicar, S., & Grün, B. (2020). Challenging "habitual" decisions in tourism through persuasive communication. *Current Issues in Tourism*, 23(4), 425-431.
- Dragouni, M., Fouseki, K., & Georgantzis, N. (2018). Community participation in heritage tourism planning: is it too much to ask?. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(5), 759-781.
- Dredge, D., & Jamal, T. (2015). Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51, 285-297.
- Dredge, D., & Jenkins, J. (2010). *Stories of practice: Tourism planning and policy*. Surrey: Ashgate.
- Edgell, D. L., Swanson, J., Allen, M. D., & Smith, G. (2008). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow*. Oxford, UK: Routledge.
- Erdoğan, H. A. (2020). Arkeolojik kültür varlıkları turizmi (arkeoturizm) planlamasında arkeolog etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (43), 343-351.
- Ghafourian, S., & Sadeghzadeh, M. (2022). Coastal tourism planning using GIS-based system: the case of Shirud coast, Caspian Sea, Mazandaran, Iran. *GeoJournal*, 87(4), 3231-3248.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible tourism: Using tourism for sustainable development*. Oxford: Goodfellow Publishers.
- Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: Policies, processes and relationships*. (Second Edition). Edinburgh Gate: Pearson Education.
- Harrison, D. (2015). Development theory and tourism in developing countries: What has theory ever done for us? *International Journal of Asia Pacific Studies*, 11(1), 53-82.
- Inskeep, E. (1988). Tourism planning: An emerging specialization. *Journal of the American Planning Association*, 360-372.
- Jarratt, D., & Davies, N. J. (2020). Planning for climate change impacts: Coastal tourism destination resilience policies. *Tourism Planning & Development*, 17(4), 423-440.
- Jenkins, J., Dredge, D., & Taplin, J. (2011). Destination planning and policy: process and practice. Y. Wang ve A. Pizam (Eds.), *Destination marketing and management: Theories and applications* (s. 21-38). Wallingford UK: CABI.
- Kontogeorgopoulos, N., Churyen, A., & Duangsaeng, V. (2015). Success factors in community-based tourism in Thailand: The role of luck, external support, and local leadership. *Tourism Planning & Development*, 12(1), 106-124.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2007). *Türkiye turizm stratejisi 2023 eylem planı 2007-2013*. Ankara: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları
- León-Gómez, A., Ruiz-Palomo, D., Fernández-Gámez, M. A., & García-Revilla, M. R. (2021). Sustainable

- tourism development and economic growth: Bibliometric review and analysis. *Sustainability*, 13(4), 2270.
- Mason, P. (2003). *Tourism impacts, planning and management*. London: Routledge.
- Padin, C. (2012). A sustainable tourism planning model: Components and relationships. *European Business Review*, 24(6), 510-518.
- Page, S. (2007). *Tourism management*. London: Routledge.
- Pearce, P. L., Moscardo, G. M., & Ross, G. F. (1996). *Tourism community relationships*. Oxford: Pergamon Press.
- Rahmafritra, F., Pearce, P. L., Oktadiana, H., & Putro, H. P. (2020). Tourism planning and planning theory: Historical roots and contemporary alignment. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100703.
- Roberts, C., Reynolds, J., & Dolasinski, M. J. (2022). Meta-analysis of tourism sustainability research: 2019–2021. *Sustainability*, 14(6), 3303.
- Saarinen, J., Rogerson, C. M., & Hall, C. M. (2017). Geographies of tourism development and planning. *Tourism Geographies*, 19(3), 307-317.
- Scott, D., Gössling, S., & Hall, C. M. (2012). International tourism and climate change. *Wiley Interdisciplinary Reviews: Climate Change*, 3(3), 213-232.
- Smith, M. K. (2015). *Issues in cultural tourism studies*. London: Routledge.
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable tourism management*. Wallingford UK: CABI.
- Şahbaz, R. P., & Akdu, U. (2010). Katılımcı turizm planlaması: Fethiye’de alan araştırması. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(23), 152-170.
- Şakar, A. S. (2018). Planlama. A. B. Baraz ve A. N. Şakar (Eds.), *İşletme yönetimi* (s.114-139). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction* (Vol. 4). Bristol: Channel View Publications.
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2006). Heritage tourism in the 21st century: Valued traditions and new perspectives. *Journal of Heritage Tourism*, 1(1), 1-16.
- Tosun, C., & Jenkins, C. L. (1998). The evolution of tourism planning in Third-World countries: A critique. *Progress in Tourism and Hospitality Research*, 4(2), 101-114.
- Tribe, J. (2006). The truth about tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 360-381.
- Uca, S. (2019). *Şehir turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (16 Temmuz, 2024). *UNESCO Dünya Biyosfer Rezervleri Ağı*. <https://www.unesco.org.tr/Pages/128/125/UNESCO-D%C3%B9nya-Biyosfer-Rezervleri-A%C4%9F%C4%B1>
- United Nations World Tourism Organization. (15 Temmuz, 2024a). *The Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism*. <https://www.unwto.org/sustainable-development/climate-action>
- United Nations World Tourism Organization. (16 Temmuz, 2024b). *2030 Agenda for Sustainable Development and the Sustainable Development Goals*. <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>
- United Nations World Tourism Organization. (16 Temmuz, 2024c). *UNWTO Launches Global Guidelines to Restart Tourism*. <https://www.unwto.org/news/unwto-launches-global-guidelines-to-restart-tourism>
- Var, T., & Gunn, C. (2020). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. (Forth Edition). New York: Routledge.
- Wang, X. (2016). Environmental carrying capacity assessment of tourism scenic spots based on improved particle swarm optimization. *Journal of Cleaner Production*, 133, 208-217.
- Williams, S. (2009). *Tourism geography: A new synthesis*. (Second Edition). London: Routledge.
- Yan, H., & Morpeth, N. D. (2015). Approaches to planning and tourism. N. D. Morpeth ve H. Yan (Eds.), *Planning for tourism: towards a sustainable future* (s. 3-26). Wallingford UK: CABI.
- Yang, Y., Wani, G. A., Nagaraj, V., Haseeb, M., Sultan, S., Hossain, M. E., ... & Shah, S. M. R. (2023). Progress in sustainable tourism research: an analysis of the comprehensive literature and future research directions. *Sustainability*, 15(3), 2755.
- Yüksel, F., Bramwell, B. & Yüksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism Management*, 20(3), 351-360.

BÖLÜM 10

TÜRKİYE EKONOMİSİNDE TURİZMİN ROLÜ

Aliye ÇİLAN AKIN¹

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi, ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi, insanların harcanabilir gelirinin artması küresel ölçekte seyahat hareketliliğini hızlandırmaktadır. Bu durum turizmi dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri haline getirmektedir. Günümüzde gezmek, eğlenmek, dinlenmek başta olmak üzere çeşitli amaçlarla dünya genelinde bir milyardan fazla insanın seyahat ettiği ve bu sayede bir trilyon doların üstünde turizm geliri oluştuğu bilinmektedir. Ayrıca Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'ne göre küresel turizm geliri dünya ekonomisinin yaklaşık %10'unu karşılamaktadır (UNWTO, 2022). Dolayısıyla küresel ekonominin önemli bir parçasını oluşturan turizm sektörü, turizm potansiyeline sahip gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri için önemli bir kaynak konumundadır.

Türkiye tarihi ve kültürel alanları, doğal güzellikleri, ılıman iklimi sayesinde turizm potansiyeli yüksek ülkeler arasında yer almaktadır (Akın, 2015: 27; Akın, 2016: 25). Türkiye sahip olduğu turizm potansiyeli sayesinde ülkeye her yıl milyonlarca turist çekmekte ve önemli turizm geliri sağlamaktadır. Turizm kanalıyla ülkeye giren döviz, ülkenin ekonomik sorunlarının çözümünde ve darboğazların aşılmasında destek olmaktadır. Dolayısıyla turizm sektörü ülkelere büyük oranda döviz girdisi sağlayarak, dış ödemeler dengesi açıklarının kapanmasında, işsizliğin azaltılmasında, ülkelerin ekonomik kalkınmasında, bölgelerarası gelişmişlik farklılıklarının azaltılmasında önemli katkı sunmaktadır (Akın, Şimşek ve Akın, 2012: 63; Akın, Akın ve Öztürk, 2016: 1934).

Dünya ekonomileri arasında önemli bir yer tutan turizm sektörünün Türkiye ekonomisi açısından da önemi yapılan araştırmalar ve istatistiki veriler aracılığıyla da ortaya konulmaktadır. Dolayısıyla turizm sektörünün Türkiye ekonomisinde özellikle temel makroekonomik değişkenler üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu görülmektedir.

¹ Doç.Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği AD., aliye.akin@ibu.edu.tr, ORCID iD: 0000-0001-8589-7547

gelirlerinin dış ticaret açığının %53,3'ünü ve cari işlemler açığının %79,8'ini kapatabildiği görülmektedir. Ayrıca 2000-2023 yılları arasından cari işlemler açığının dış ticaret açığından daha düşük miktarlarda gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda turizm gelirleri cari işlemler açığının çok daha büyük bir bölümünü karşılamaktadır. Türkiye ekonomisinde süreklilik arz eden ve kronikleşen cari işlemler ve dış ticaret açığı sorununun çözümünde turizm gelirlerinin hayati önem taşıdığını söylemek mümkündür.

KAYNAKLAR

- Akdağ, G., Güler, O. & Çakıcı, A. C. (2019). Turizme genel bakış. A.C. Çakıcı, (Ed.), *Kavramlar ve örneklerle genel turizm*, (s.1-26) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akın, A. (2015). Spor Turizminin etkileri üzerine bir alan araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 3(2), 20-30.
- Akın, A. (2016). Ekoturizm alanlarının değerlendirilmesi ve ekoturizmin uygulanabilirliğinin araştırılması (Gaziantep örneği). *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 6 (2), 25-31.
- Akın, A. (2019). Uluslararası Turizm Uygulamaları. A. Akın (Ed.), *Otel işletmelerinde sürdürülebilir turizm uygulamaları*, (s.35-70) Ankara: İksad Yayınevi.
- Akın, A., Akın, A. & Öztürk, H. (2016). Spor turizminin gelişimi ve etkileri konusunda yöneticilerin bakış açısının değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(42), 1933-1941.
- Akın, A., Şimşek, M.Y. & Akın, A. (2012). Turizm sektörünün ekonomideki yeri ve önemi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 4(7), 63-81.
- Bostan, A., Tekin, H.A. & Altun, H.E. (2022). Türkiye ekonomisinde güncel sorunlar ve öneriler. M. Bölükbaş, (Ed.), *Türkiye'de turizm sektörünün ekonomik analizi: 1980-2022*, (s.65-89) Ankara: Detay Yayıncılık.
- Büyükşalvarcı, A., Şapıcılar, M. C., & Bayrakçı, S. (2016). Kalkınma planları kapsamında turizm endüstrisinin değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, (11), 186-201.
- Coşkun, N. (2010). *Türkiye'de turizm politikaları ve turizm sektörü üzerindeki etkileri*. (Uzmanlık Tezi). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Kütüphaneler ve Yayımlar Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Dinler, Z. (1998). *İktisada giriş*. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- DPT (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1963-1967, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- DPT (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- DPT (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1973-1977, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- DPT (1979). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- DPT (1985). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1985-1989, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No: 1974, Ankara.
- DPT (1990). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-1994, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Yayın No: 2174, Ankara.
- DPT (1996). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1996-2000, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- DPT (2000). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- DPT (2006). Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı, Ankara.
- Erkmen, A., Akın, A. & Akın, A. (2019). Tourism promises expressed during election campaigns and the relevant actions taken after the general elections. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2), 1414-1436.
- Kahraman, N. (1986). *Turizm'de yatırım projeleri*. İstanbul: Çağlayan Kitabevi.
- Kalkınma Bakanlığı (2013). Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018. TC. Kalkınma Bakanlığı, Ankara.

- Kar, M., Zorkirişçi, E. & Yıldırım, M. (2004). Turizmin ekonomiye katkısı üzerine ampirik bir değerlendirme. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 87-112.
- Karlık, R. (2003). *Uluslararası ekonomi teori ve politika* (Yedinci Basım). İstanbul: Beta.
- Kostak, D. (2007). *Turizm hareketleri (Türkiye örneği üzerinden sağlık turizmi)* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kozak, N., Kozak, M.A. & Kozak, M. (2001). *Genel turizm ilkeler-kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Oktayer, N., Susam, N. & Çak, M. (2007), *Türkiye’de turizm ekonomisi*, İstanbul: İTO Yayın No: 2007-69.
- Polat, S. (2016). *Türkiye’nin turizm politikalarının beş yıllık kalkınma planları ve Türkiye turizm stratejisi 2023 kapsamında incelenmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Resmi Gazete. (1982). 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu. Kanun, 21(5), 5501-5510. Ankara.
- Soyak, M. (2013). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye’de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4, 1-18.
- Sözen, M. Ö. (2006). *1982 sonrası dönemde Türkiye’de uygulanan turizm politikaları ve turizm politikalarının Çanakkale ekonomisine etkileri*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Şenel, S.A. (2007). Turizm sektöründe yatırım kararları. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 12(9), 1-12.
- Taşcı, S. (2010). *Tahsisli taşınmazlar üzerinde gerçekleştirilen turizm yatırımlarının yatırımcılar açısından değerlendirilmesi* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2024). <https://www.sbb.gov.tr/temel-ekonomik-gostergeler/> (Erişim: 10.06.2024)
- T. C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, (2019). On birinci Kalkınma Planı (2019 – 2023).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2024). <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html> (Erişim: 10.06.2024).
- TCMB (2024). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler> (Erişim: 20.06.2024).
- Tuncel, V. (2019). Kalkınma planlarının turizm politikaları perspektifinde değerlendirilmesi. *To & Re*, 1 (2) 58-66.
- UNWTO (2022). <https://www.e-unwto.org/toc/unwtotfb/current> (Erişim: 12.06.2024).
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2014). *Turizm ekonomisi* (4. Basım). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Ünsal, E. (2017). Makro iktisat (11. Baskı). Murat Yayınları.
- Worldbank (2024). <https://data.worldbank.org/> (Erişim: 20.06.2024).