

# TÜRKİYE'NİN TURİZM EKONOMİSİ KAZANIMLAR VE BEKLENTİLER

DENİZ İSTİKBAL

SETA | ANALİZ

ARALIK 2022 · SAYI 380







# TÜRKİYE'NİN TURİZM EKONOMİSİ KAZANIMLAR VE BEKLENTİLER

DENİZ İSTİKBAL



COPYRIGHT © 2022

Bu yayının tüm hakları Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları (SETA) Vakfı'na aittir. SETA'nın izni olmaksızın yayının tümünün veya bir kısmının elektronik veya mekanik [fotokopi, kayıt ve bilgi depolama vd.] yollarla basımı, yayımı, çoğaltılması veya dağıtımı yapılamaz. Kaynak göstermek suretiyle alıntı yapılabilir.

Bu yayındaki fikirler tamamen yazarına aittir ve SETA Vakfı'nın yayın politikasını yansıtmayabilir.

SETA Yayınları

ISBN: 978-625-8322-31-6

Uygulama: Said Demirtaş

Baskı: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş., İstanbul

#### **SETA | SİYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI**

Nenehatun Cd. No: 66 GOP Çankaya 06700 Ankara TÜRKİYE

Tel: +90 312 551 21 00 | Faks: +90 312 551 21 90

www.setav.org | info@setav.org | @setavakfi

#### **SETA | İstanbul**

Defterdar Mh. Savaklar Cd. Ayvansaray Kavşağı No: 41-43

34050 Eyüpsultan İstanbul TÜRKİYE

Tel: +90 212 395 11 00 | Faks: +90 212 395 11 11

#### **SETA | Washington D.C.**

1025 Connecticut Avenue, N.W., Suite 410

Washington D.C., 20036 USA

Tel: 202 223 98 85 | Faks: 202 223 60 99

www.setadc.org | info@setadc.org | @setadc

#### **SETA | Berlin**

Kronenstraße 1, 10117 Berlin GERMANY

berlin@setav.org

#### **SETA | Brüksel**

Avenue des Arts 6, 1000 Bruxelles BELGIUM

Tel: +32 2 313 39 41

## İÇİNDEKİLER

ÖZET	7
GİRİŞ	8
TÜRK TURİZMİNİN GELİŞİMİ (1950-2001)	9
TÜRKİYE'DE TURİZM EKONOMİSİ (2002-2022)	10
TURİZMDE KÜRESEL TRENDLER VE TÜRKİYE (2023-2050)	18
SONUÇ	21

## YAZAR HAKKINDA

### DENİZ İSTİKBAL

Lisansını İstanbul Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü'nde (2016) tamamladı. Yüksek lisansını Marmara Üniversitesi Uluslararası Politik Ekonomi Bölümü'nde "Güney Kore ve Türkiye'nin Kalkınma Planlarının Ekonomi Politik Analizi" adlı tezi ile (2018) bitirdi. Doktora eğitimine İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde "Çin'in Afrika Yatırımlarının Ekonomi Politik Analizi (2005-2018)" adlı doktora tezi ile devam etmektedir. SETA Vakfı'nda ekonomi araştırmaları alanında çalışan İstikbal'in akademik ilgi alanları arasında ekonomik kalkınma, ekonomi politik, enerji ekonomisi, enerji güvenliği, tarım ekonomisi, uluslararası finans kuruluşları, dış yardım, Afrika ve Asya Pasifik gibi konular yer almaktadır.

## ÖZET

Bu analizde Türk turizminin 2002-2022 arasındaki gelişim süreci, yaşadığı dönüşüm ve gelecek yıllardaki küresel turizm trendleri ele alınmaktadır.

Küresel ekonomide önemli bir yer kaplayan turizm 270 milyondan fazla kişiye istihdam sağlamaktadır. 2019'da 9,6 trilyon dolarlık büyüklüğe ulaşan küresel turizm ekonomisi dünya ekonomisinden yüzde 10,3'lük pay almıştır. Toplam uluslararası turizm harcamaları da 1,86 trilyon dolara ulaşarak tarihin en yüksek seviyesini görmüştür. Küresel istihdamın yaklaşık onda birini oluşturan turizm ekonomik gelişime katkı sağlamasıyla birçok ülke açısından önemli bir alan haline gelmiştir.

2020'nin başlarında ortaya çıkan ve dünyayı etkisi altına alan koronavirüs (Covid-19) salgını ise turizm başta olmak üzere birçok sektörü negatif etkilemiştir. Ulusal kısıtlamalar nedeniyle hem ulaşım hem de turizm sektörü kötü bir yıl geçirmiştir. Hava, kara ve deniz yolu trafiği yüzde 50'den fazla azalış gösterirken küresel turizm sektörü de yüzde 50,4'lük küçülme yaşamıştır. 2019'da 9,6 trilyon dolarlık ekonomik büyüklükten 2020'de 4,9 trilyon dolara gerileyen sektörde 62 milyon kişi işsiz kalmıştır. 2021'de dünya turizminde 18,2 milyon kişi tekrar istihdam edilse de henüz tam bir iyileşme yaşandığı söylenemez. Uluslararası turizm harcamaları ise 1,86 trilyon dolardan 563,5 milyar dolara düşerek yüzde 69,7'lik küçülme yaşamıştır. 2021'de sektör genel bir toparlanma yaşarken henüz 2019'daki seviyelere ulaşamamıştır. 2022'de yaşanan tedarik, gıda ve enerji gibi krizler de turizm harcamalarının eski seviyelerine gelmesinin zaman alacağını göstermektedir.

Küresel ekonominin önemli bir parçası olan turizm ABD, Fransa, İngiltere ve Türkiye gibi aktörler için kritik bir sektördür. Toplam ekonomik büyüklük açısından ciddi bir paya sahip turizm ekonomisi ülkelerin bacasız sanayisi olarak isimlendirilmektedir. Türkiye de turizm sektörünün gelişim süreci ve altyapısıyla öne çıkmaktadır. 1980'lerde gelişimi hızlanan Türkiye, günümüzde dünyanın ilk on büyük turizm destinasyonları arasında bulunmaktadır. Gelen turist sayısı, elde edilen gelir ve küresel turizm ekonomisinde edindiği konum ile Türk turizmi gelişimini sürdürmektedir. Bu gelişimin bir sonucu olarak 2019'da dünyada en fazla turist çeken 6. ülke olan Türkiye sonrasında yaşanan küresel salgının ortaya çıkardığı problemlerle mücadele etmektedir. 2021'de dünyanın en büyük 16. turizm ekonomisi haline gelen Türkiye'nin 2022'de bu sektörden 44 milyar dolar gelir elde etmesi beklenmektedir. Bu analiz Türk turizminin ulaştığı altyapıyı 2000'lerden itibaren incelemekte ve küresel turizm trendlerine yoğunlaşmaktadır.

## GİRİŞ

Harcanabilir gelirlerin artması, iletişim ve ulaşım olanaklarının gelişmesiyle birlikte küresel bir eğilim haline gelen turizm günümüzde birçok ülke için önemli ekonomik kaynaklardan biridir. İnsanların farklı bölgeleri ziyaret etmesini teşvik eden turizm olanakları ülkelerin kalkınmasında da kritik bir rol üstlenmiştir. Basız sanayi olarak isimlendirilen sektör döviz girdisi sağlaması, istihdama ve vergi gelirlerinde artışa katkı sunması, ödemeler dengesi sorunlarını hafifletilmesi ve bölgesel kalkınmayı iyileştirmesi nedeniyle birçok ülke tarafından öncelik olarak görülmektedir. 1990'ların başından itibaren popüleritesi ciddi oranda artan turizm faaliyetleri teknolojik ilerlemenin yardımıyla stratejik bir önem kazanmıştır. Ülkelerin fiziki ve kültürel tanıtımına imkan sağlayan sektörün devletler tarafından bir kamu politikasıyla tasarlanması da kaçınılmaz hale gelmiştir.

Türkiye de benzer hedefleri gözeterek 1980'lerden itibaren turizm sektörüne özel önem vermiştir. Böylelikle turizmin desteklenmesi ama-

ıyla çıkarılan teşvik kanunlarını yatırım paketleri izlemiştir.<sup>1</sup> Türk turizminin gelişmesine katkı sunan mevcut kamu politikası atılan liberalleşme adımlarıyla da desteklenmiştir. Anadolu kıyılarının sahip olduğu iklim koşulları turizmin Akdeniz, Ege ve Marmara bölgelerinde gelişmesine yardımcı olmuştur. 2010'lardan itibaren Karadeniz ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde de turizm altyapısı ciddi anlamda gelişme göstermiştir.

Türkiye'nin turizmini 2002-2050 arasında incelemeyi hedefleyen bu analiz uluslararası kuruluşların istatistiklerinden yararlanmaktadır. 2002-2022 arasında turizmden 526 milyar dolar gelir elde eden ve 679 milyon turist çeken Türkiye'nin küresel turizm ekonomileri arasındaki yerinin daha iyi bir şekilde incelenmesi, küresel trendlerin irdelenmesi ve Türk turizminin gelecekte nasıl bir altyapıya sahip olabileceğine odaklanan analiz üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölüm Türk turizminin gelişim sürecini, ikinci bölüm 2002-2022 arasında turizm sektörünün nasıl dönüştüğünü ve üçüncü bölüm de gelecek yıllardaki küresel turizm trendlerini ele almaktadır.

Günümüzde dünyanın en büyük turizm ekonomilerinden biri olarak Türkiye turizm sektöründe önemli bir altyapı ve potansiyele sahiptir. Mevcut potansiyelin daha iyi şekilde değerlendirilmesi ise küresel salgın sonrasında değişen trendleri takipten geçmektedir. Türkiye ekonomisinin en büyük paydaşı olan hizmetler sektörünün itici gücü niteliğine sahip turizm sağladığı döviz girdisiyle ulusal kalkınmanın finansman ihtiyacını karşılamaktadır. Cari açığın ve dış finansman ihtiyacının azaltılması için Türk turizminin küresel trendlere öncülük yapması bir gerekliliktir.

<sup>1</sup> Zeki Akıncı ve Nedim Yüzbaşıoğlu, "Türkiye, Dünya Turizm Sektörü İçerisinde Bir Belirleyici mi, Yoksa Bir Taşıyıcı mı?", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, Cilt: 52, Sayı: 609, (2015).



## TÜRK TURİZMİNİN GELİŞİMİ (1950-2001)

Türkiye emek yoğun bir ekonomi olarak turizm gibi istihdama katkısı büyük olan bir sektörü geliştirmek için çabalamıştır. Gelişmekte olan ülkelerin ihtiyaç duyduğu istihdamı artırıcı gelişim modeli turizmin ülke geneline yayılmasıyla çözümlenmeye çalışılmıştır. Diğer sektörlerle göre en az yatırımla ve en kısa sürede en fazla değer ve istihdam oluşturan turizm Türkiye ekonomisinde önemli bir yer edinmiştir. Türk turizmi ekonomik refaha katkı sunarken hizmet kalitesi ve gelirlere bağlı olarak diğer sektörlerle ilintili hale gelmiştir.<sup>2</sup>

1950'lerden itibaren kamunun girişimleriyle turizm yatırımları işlevsel hale getirilmiş ancak 27 Mayıs 1960 Darbesi sektörün gelişimine ciddi anlamda zarar vermiştir. Darbeyi gerçekleştirenler turizm yatırımlarını durdururken 1960'ların ortalarından itibaren iktidar tekrar turizme ilgi göstermeye başlamıştır. Kamu ve özel sektörün ortak girişimleriyle gelişimi hızlanan turizm sektörü 1970'lerin başından itibaren ulusal ekonominin önemli bir parçası haline gelmiştir. Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ve Turizm Bankasının kurulmasıyla sektör daha geniş bir politikayla ele alınmıştır. Devlet Planlama Teşkilatı da ulusal bazda turizm altyapısının geliştirilmesi için önemli katkı sunmuştur. 24 Ocak 1980'de başlatılan liberalleşme adımları turizm sektörünü derinden etkilemiş ve küresel ekonomiyle bütünleşmenin sağlanması turizme daha fazla önem verilmesini sağlamıştır.<sup>3</sup>

1990'larda küresel turizmin aktörlerinden biri haline gelen Türkiye 1970'te 758 bin olan turist sayısını 1990'da 5,37 milyona taşıyarak

dünya turizm hareketliliğinin yüzde 1,1'ini çekmeyi başarmıştır. 1970'te dünyadaki turistlerin yüzde 0,4'ünü ağırlayan Türkiye 1992'de mevcut payını yüzde 1,4'e yükselterek 7 milyondan fazla turist çekmiştir. Benzer bir eğilim turizm gelirlerinde de mevcuttur. 1970'te 52 milyon dolar olan turizm geliri 1992'de 3,63 milyar dolara çıkarak küresel turizm gelirin yüzde 1,3'ünü oluşturmuştur. 1980'de dünyada en fazla turist çeken 44. ülke olan Türkiye 1992'de 20. sıraya yükselmiştir. Turizm gelirleri her geçen yıl milli gelir içindeki payını artırırken 1990'da yüzde 2,4'e yükselerek 1970-1992 arasında ciddi oranda gelişme göstermiştir. Turizm gelirlerinde yakalanan başarı ivmesi dış ticaretin yaklaşık çeyreği seviyesine ulaşmasıyla kıyaslanabilir. Türkiye 1993'te 15,34 milyar dolar ihracat gerçekleştirirken 3,95 milyar dolar turizm geliri elde etmiştir. İmalat sanayii ve tarım gibi sektörlerle kıyasla daha az maliyetle elde edilen turizm döviz girdisi ilerleyen yıllarda artışını sürdürmüştür. Ortalama turist harcaması 1963'te 38 dolar iken 1993'te 668 dolara çıkmıştır.<sup>4</sup>

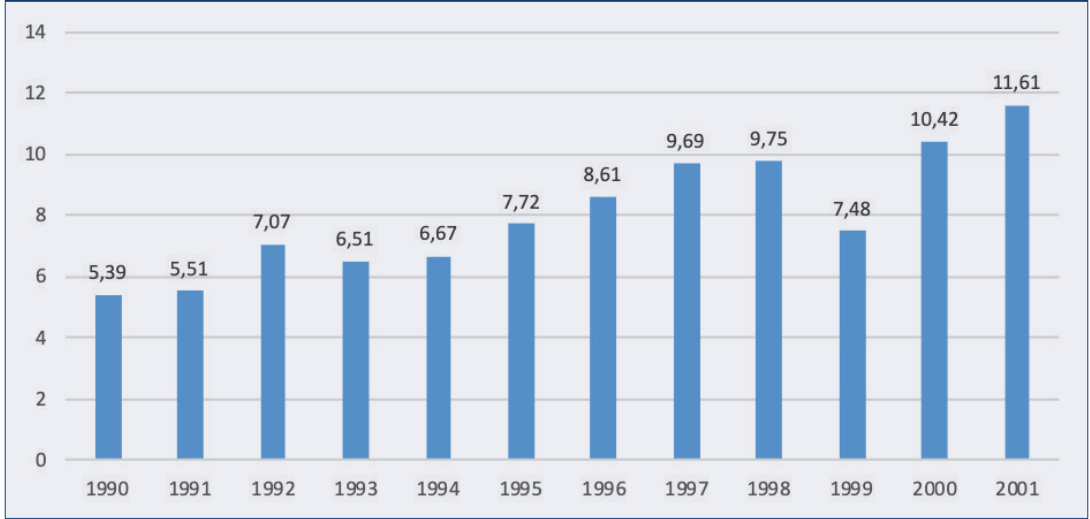
1990'larda kitle turizmine yoğunlaşan Türkiye alternatif turizm uygulamalarına da yatırım yapmaya başlamıştır. Otel kapasitesi artırılırken Akdeniz ve Ege'de toplanmış turizm olanakları farklı bölgelere kaydırılmaya çalışılmıştır. Turizm tercihlerinin değişmesiyle kültür, kongre ve doğal güzelliklerin öne çıkması Türkiye'yi de farklı bölgelere turizm yatırımlarına teşvik etmiştir. İç turizmin de gelişmesiyle çeşitlenen ve rakipleriyle rekabet gücü yüksek olan Türk turizmi işletme sayılarını yükselterek artan küresel talebi karşılamayı başarmıştır. Sektörü kamunun kalkınma planlarıyla desteklemesi ise gelişim hızını geçmiş yıllara kıyasla ciddi oranda artırmıştır. Sağlık, kış ve büyük yat turizm imkanlarının gelişmesine katkı sunan kamunun teşvik ve yönlendirme politikala-

2 Akıncı ve Yüzbaşıoğlu, "Türkiye, Dünya Turizm Sektörü İçerisinde Bir Belirleyici mi, Yoksa Bir Taşıyıcı mı?".

3 İsmet Akova, "Türkiye'de Turizmin Önemi ve Ekonomide Yeri", *Türk Coğrafya Dergisi*, Sayı: 32, (1997).

4 Akova, "Türkiye'de Turizmin Önemi ve Ekonomide Yeri".

GRAFİK 1. TÜRKİYE'YE GELEN TURİST SAYISI (1990-2001, MİLYON KİŞİ)



Kaynak: TURSAB

rı sektörün 21. yüzyıla hazırlanmasını sağlamıştır. Küçük işletmelere verilen desteklerin daha kurumsal hale gelmesi, coğrafi dağılımın çeşitlendirilmesi, alternatif turizm uygulamalarına ağırlık verilmesi ve maliyet avantajıyla Türk turizmi küresel aktörler arasındaki konumunu güçlendirmiştir.<sup>5</sup> Bunun bir yansıması olarak 1990-2001 arasında Türkiye'ye gelen turist sayısı 5,39 milyondan 11,61 milyona çıkarak yüzde 100'den fazla artış göstermiştir (Grafik 1). Aynı dönemde turizm gelirlerinde de benzer bir eğilim söz konusudur. İmalat sanayi ve tarım gibi sektörlerin gelişim hızlarına kıyasla Türk turizmi 1990'larda daha iyi bir performans göstererek dünyanın birçok bölgesinden turist çeker hale gelmiştir.

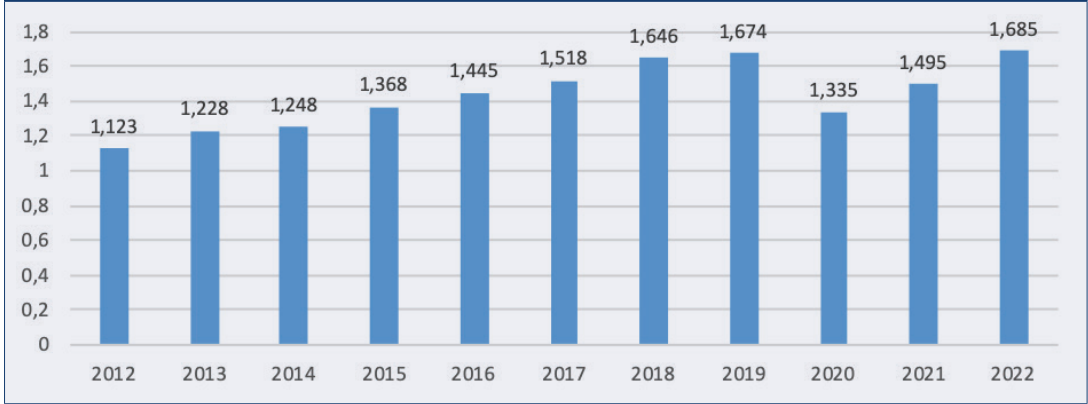
## TÜRKİYE'DE TURİZM EKONOMİSİ (2002-2022)

21. yüzyılda Türk turizmi küresel sıralamada 20. sıradan 16. sıraya yükselerek iyi bir performans

göstermiştir. Bu başarının temel nedenleri arasında kamunun teşvik ve yönlendirici politikaları önemli bir konuma sahiptir. Özellikle kamu tarafından turizme sağlanan ucuz kredi ve hibeler ülke genelinde turizm altyapısının gelişmesini sağlamıştır. Yurt dışından Türkiye'ye gelen turistlerin geliş amaçlarının çeşitliliğine göre kamunun yatırım politikasını işlevsel hale getirmesi ve küresel trend takibine önem verilmesi sektörün gelişimini hem hızlandırmış hem de öncü trendlerin oluşturulmasına katkı sunmuştur. Ulusal ekonominin bir parçası ve istihdam sağlayıcı sektör olarak turizm küresel salgın şartlarına rağmen 1,68 milyon kişiye istihdam imkanı sağlamıştır (Grafik 2). Fakat 2020'de küresel turizm sektörü büyük bir krizin içine girerek gelir, turist sayısı ve ekonomik değerinin yaklaşık yüzde 50'sini yitirmiştir (Grafik 5). Buna rağmen Türkiye sağlık turizmi ve güvenli turizm imkan kapasitesini geliştirerek diğer aktörlere göre turizm sektörünü daha hızlı şekilde sürece adapte edebilmiştir. Türkiye'de turizm sektörü ödemeler bilançosu içerisinde ihracatın ardından ikinci en büyük döviz getirici alan olarak doğrudan ve dolaylı 54 sektörü pozitif

<sup>5</sup> Onur Gülbahar, "1990'lardan Günümüze Türkiye'de Kitle Turizminin Gelişimi ve Alternatif Yönelimler", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 14, Sayı: 1, (2009), s. 153-155.

GRAFİK 2. TÜRKİYE'DE TURİZM İSTİHDAMI\* (2012-2022, MİLYON KİŞİ)



Kaynak: Dünya Turizm Örgütü

\* 2021 ve 2022 verileri tahminidir.

yönde etkilemektedir. Bu etkinin bir sonucu olarak turizm ekonomisi 2021'de 59 milyar dolarlık ekonomik değere ulaşmış ve Türkiye bölgesinin en büyük turizm ülkesi olmuştur.

Ekonomik büyüme, ödemeler bilançosu, istihdam, doğrudan yabancı yatırımları, sürdürülebilirlik, vergilendirme ve çevre gibi birçok alanı etkileyen turizm sektörü Türkiye'nin tanıtımı ve yumuşak gücünün gelişimi açısından önemlidir. Ekonomik gelirin yanı sıra Türk kültürünün küresel olarak tanınmasını sağlayan turizm sektörü diğer alanları da pozitif olarak etkilemektedir.<sup>6</sup>

Tablo 1'de Türkiye'ye gelen turist sayısı, turizm geliri, ortalama turist harcama miktarı ve turizm gelirinin yıllara göre milli gelir içindeki payı yer almaktadır. 2002-2022 arasında yaklaşık 680 milyon turist Türkiye'yi ziyaret ettiği görülmektedir. Aynı zaman diliminde 526 milyar dolarlık turizm geliri elde edildiği ve yıllara göre turizm gelirinin artış eğiliminde olduğu söylenebilir. 2020'de koronavirüs salgınının başlaması ve ulaşım kısıtlamaları nedeniyle turist sayısı ve

geliri düşüş gösterse de ilerleyen dönemde toparlanma olmuştur. Ayrıca 2003'te ortalama turist harcaması 987 dolar iken 2022'de mevcut rakamın 880 dolara düştüğü görülmektedir. Türkiye'nin kitle turizminden daha fazla gelir getirici gruplara odaklanması ortalama harcamayı ciddi oranda artırabilir.

2002-2022 döneminde turizm altyapısını geliştiren önemli etmenlerden biri de otel ve girişimci sayısıdır. 54 sektörü dolaylı ve doğrudan etkileyen bir alan olarak turizm sektöründe otel sayısı 2 binler seviyesinden 15 bine çıkarılarak turist ağırlama kapasitesi artırılmıştır. Kamunun verdiği teşviklerin bir yansıması olan otel sayısındaki yükseliş istihdam olanaklarını da geliştirmiştir (Grafik 3).

Türkiye'nin 2002-2022 arasında turizmde yakaladığı başarı ülkeye döviz getirirken küresel trendlerin takibini de kolaylaştırmıştır. Özellikle dünyadaki olaylara karşı daha hassas hale gelen Türkiye'deki turizm sektörü ikili ilişkilerin gelişmesine yardım etmiştir. Karşılıklı ilişkiler iş birliği kültürünün güçlenmesini sağlamış ve Türkiye'nin küresel tanıtımına katkı sunmuştur. Ülkemizin turizm gelirinde yakaladığı ivmenin gelecek yıllarda da sürmesi beklenebilir.

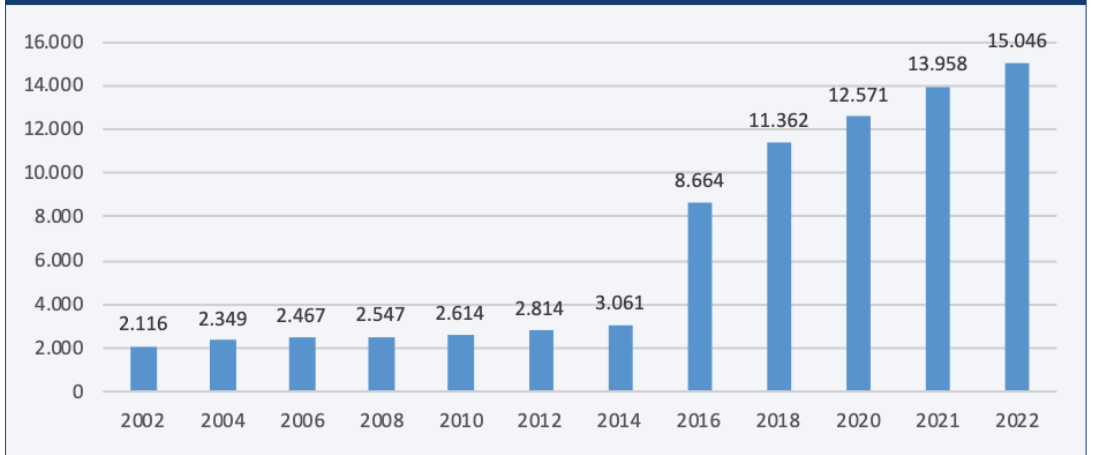
<sup>6</sup> Eda Çifci ve Hakan Acet, "Türkiye Ekonomisinde Turizm Gelirlerinin Seyri (2012-2020)", *Hitit Ekonomi ve Politika Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 2, (2021), s. 102-103.

TABLO 1. TÜRKİYE'YE GELEN TURİST SAYISI VE TURİZM GELİRİ (2002-2022)

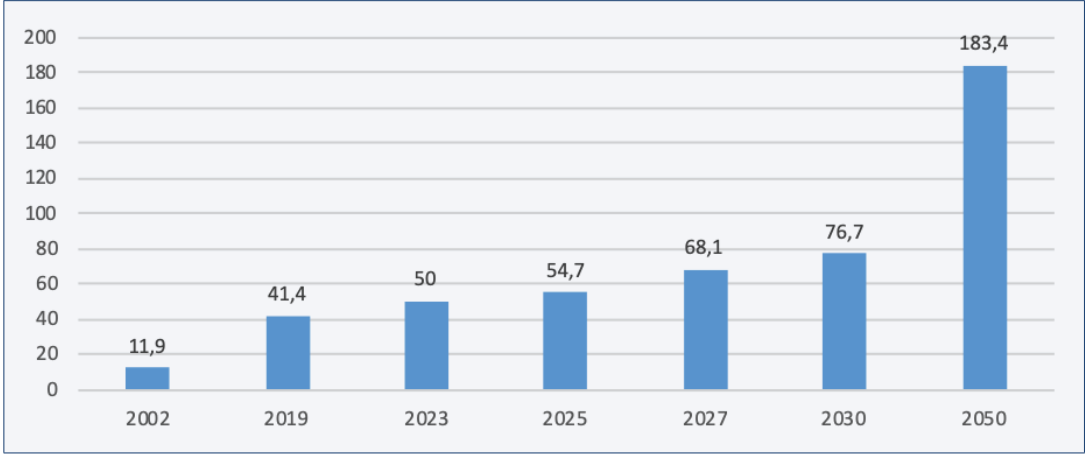
Yıl	Turist Sayısı (Milyon Kişi)	Turizm Geliri (Milyar Dolar)	Ortalama Turist Harcama Miktarı (Dolar)	Turizm Gelirinin Milli Gelir İçindeki Payı (Yüzde)
2002	13,25	11,96	902	4,9
2003	14,03	13,85	987	4,4
2004	20,75	17,07	843	4,2
2005	25,04	20,32	842	4,1
2006	23,92	18,59	803	3,4
2007	27,23	20,94	770	3,1
2008	31,13	25,41	820	3,3
2009	31,75	25,06	783	3,9
2010	32,99	24,93	755	3,2
2011	36,76	28,11	778	3,4
2012	37,71	29,00	795	3,3
2013	39,86	32,30	824	3,4
2014	41,62	34,30	828	3,7
2015	41,11	31,46	756	3,7
2016	30,90	22,10	705	2,6
2017	37,96	26,28	681	3,1
2018	46,11	29,51	647	3,8
2019	51,74	34,52	666	4,6
2020	15,97	12,05	762	1,7
2021	30,03	24,48	834	3,1
2022	50,00	44,00	880	5,1
<b>Toplam</b>	<b>679,86</b>	<b>526,24</b>	<b>774</b>	<b>-</b>

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı

GRAFİK 3. TÜRKİYE'DE OTEL SAYISI (2002-2022)



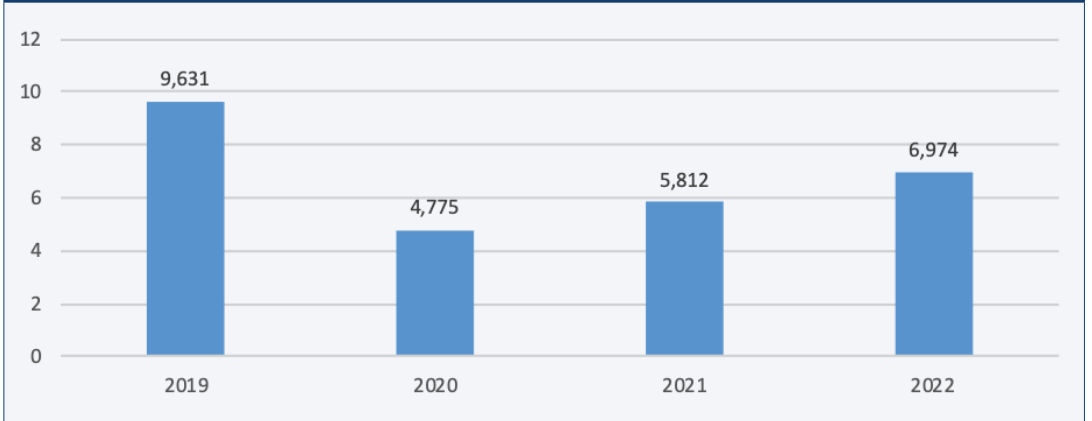
Kaynak: Dünya Turizm Örgütü

**GRAFİK 4. TÜRKİYE'NİN TURİZM GELİRİ\* (2002-2050, MİLYAR DOLAR)**

**Kaynak:** Dünya Bankası, PwC ve IMF\*\*

\* 2030 ve 2050'de turizmin milli gelire oranı yüzde 4,5 olarak alınmıştır.

\*\* Dünya Bankası ve IMF ile Turizm Bakanlığının verileri birbiriyle uyumsuzdur. Uluslararası kuruluşların Türkiye turizmi hakkındaki verileri genellikle daha yüksek miktarda verilmektedir. Uluslararası bir karşılaştırma yapabilmek için grafikte Dünya Bankası ve IMF verileri kullanılmıştır. Türkiye turizm ekonomisi verileri ise yazar tarafından Dünya Bankası istatistikleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

**GRAFİK 5. KORONAVİRÜS SONRASI KÜRESEL TURİZM EKONOMİSİ\* (2019-2022, TRİLYON DOLAR)**

**Kaynak:** Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi

\* 2022 verileri tahminidir.

Küresel salgının ortaya çıkardığı turizm sektörünü kısıtlayan etmenleri kısa sürede elimine eden Türkiye 2023'te turist sayısı ve gelirinde salgının etkilerini tamamıyla telafi edebilir. 2023'te turist sayısı ve gelirinde Cumhuriyet tarihinin rekorlarının kırılması da beklenebilir. 2002'de 11,9 milyar dolarlık gelir elde eden bir ülke olarak Türkiye mevcut rakamı 2022'de 44 milyar dolara

kadar çıkarmıştır (Tablo 1). 2030'da 76,7 milyar doları aşması beklenen gelirin 2050'de ise 183,4 milyar dolar olması öngörülmektedir. PwC'nin tahminleri üzerinden hesaplanan gelirin daha fazla olması da ihtimal dahilindedir (Grafik 4).

Grafik 5'te 2019-2022 arasında küresel turizm sektörünün üretim değerleri yer almaktadır. 2020'de dünyayı etkisi altına alan koro-

TABLO 2. KÜRESEL TURİZM EKONOMİLERİ SIRALAMASI (2019-2021, MİLYAR DOLAR)

2019			2021		
Ülke	Turizm Ekonomisi	Küresel Pay (Yüzde)	Ülke	Turizm Ekonomisi	Küresel Pay (Yüzde)
ABD	1.979,1	20,55	ABD	1.271,2	21,87
Çin	1.856,6	19,27	Çin	814,3	14,01
Almanya	391,2	4,06	Almanya	251,0	4,32
Japonya	371,1	3,85	Japonya	206,3	3,55
İngiltere	280,8	2,91	İtalya	179,0	3,08
Fransa	233,3	2,42	Hindistan	178,0	3,06
İtalya	214,5	2,22	Fransa	177,9	3,06
Hindistan	212,8	2,20	Meksika	168,8	2,90
Meksika	199,6	2,07	İngiltere	157,5	2,71
İspanya	198,3	2,05	İspanya	113,1	1,94
Avustralya	147,5	1,53	Brezilya	103,5	1,78
Kanada	126,1	1,30	Kanada	88,0	1,51
Brezilya	123,7	1,28	Avustralya	76,5	1,31
Tayland	108,1	1,22	Hollanda	76,3	1,31
Hollanda	104,1	1,08	Rusya	66,0	1,13
Filipinler	92,6	0,96	<b>Türkiye</b>	<b>59,3</b>	<b>1,02</b>
Rusya	86,8	0,90	S. Arabistan	51,5	0,88
<b>Türkiye</b>	<b>78,2</b>	<b>0,81</b>	Güney Kore	48,8	0,83
S. Arabistan	77,8	0,80	Filipinler	41,0	0,70
Güney Kore	76,5	0,79	Arjantin	33,7	0,58
Diğer*	2,68	27,82	Diğer*	1,65	28,39
<b>Toplam*</b>	<b>9,63</b>	<b>100,0</b>	<b>Toplam*</b>	<b>5,81</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi

\* Trilyon dolar

navirüs salgını küresel ekonominin yanı sıra turizme de ciddi anlamda zarar vermiştir. 2019'da 9,63 trilyon dolarlık değere sahip olan sektör 2020'de üretim değerinin yüzde 50'den fazlasını yitirmiştir. 2021 ve 2022'de toparlanmanın yaşandığı görülen sektörün 2023'te 2019'daki rakamları geçmesi beklenmektedir. Salgının turizm sektörüne üç yıllık dönemde 12 trilyon dolarlık zarar verdiği anlaşılmaktadır.<sup>7</sup> Turist sayısında da benzer bir eğilim söz konusudur. 2019'da 1,4 milyar kişiye ulaşan turist sayısı

2020'de 400 milyona düşmüştür. 2021'de toparlanmaya başlayan sektörün 2022'de iyileşmeyi sürdürmesi beklenmektedir.<sup>8</sup>

Küresel salgının turizm sektörünü negatif olarak etkilediği görülürken gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere etkilerinin farklı şekillerde gerçekleştiği söylenebilir. 2020 ve 2021'de gelişmiş ülkelerde turizm daha hızlı toparlanırken gelişmekte olan ülkelere ise iyileşme hızı daha yavaş seyretmiştir. Örneğin 2020'de dünyada 400 milyon turistin

7 "Economic Impact Reports", World Travel Tourism Council, <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>, (Erişim tarihi: 25 Ağustos 2022).

8 "Number of International Tourist Arrivals Worldwide from 1950 to 2021", Statista, <https://www.statista.com/statistics/209334/total-number-of-international-tourist-arrivals>, (Erişim tarihi: 12 Ağustos 2022).

**TABLO 3. ÜLKELERE GÖRE TÜRKİYE'YE GELEN TURİSTLERİN TURİZM HARCAMASI\* (2017-2021, MİLYAR DOLARI)**

2017		2019		2021	
ÜLKE	MİKTAR	ÜLKE	MİKTAR	ÜLKE	MİKTAR
Rusya	3,30	Rusya	4,82	Rusya	3,79
Almanya	2,49	Almanya	3,45	Almanya	2,49
İran	1,75	İngiltere	1,76	Ukrayna	1,66
İngiltere	1,14	İran	1,44	İran	0,93
Ukrayna	0,89	Ukrayna	1,06	Irak	0,68
Irak	0,62	Irak	0,94	Hollanda	0,52
Hollanda	0,56	Hollanda	0,76	Fransa	0,50
Azerbaycan	0,53	Azerbaycan	0,62	Polonya	0,47
Fransa	0,40	Fransa	0,60	Romanya	0,40
Belçika	0,29	Belçika	0,38	Azerbaycan	0,38
Diğer	14,23	Diğer	18,66	Diğer	12,68
<b>Toplam</b>	<b>26,2</b>	<b>Toplam</b>	<b>34,5</b>	<b>Toplam</b>	<b>24,5</b>

**Kaynak:** TÜİK, Dünya Turizm Örgütü ve T.C. Turizm ve Kültür Bakanlığı

\* Ortalama turizm harcamalarına göre hesaplanmıştır.

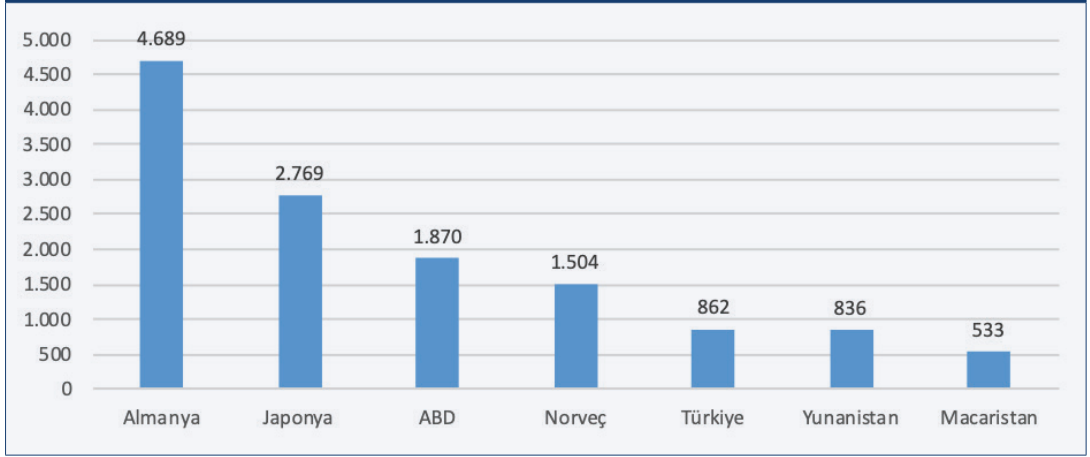
235 milyonu (yaklaşık yüzde 60'ı) Avrupa menşelidir. Kuzey Amerika ve Avrupa dışında kalan bölgelerde turizm sektörünün daha kötü etkilendiği ve 2022'de gelişmiş bölgelere göre turizm gelirlerini artırmada daha yavaş kaldığı görülmektedir.<sup>9</sup> Türkiye ise gelişmekte olan bir ülke olduğu halde diğer aktörlerden ayrılarak turizm sektörünü hem daha hızlı hem de daha az maliyetle sürece adapte etmiştir. 2022'de 50 milyonluk turist sayısı ve 44 milyar dolarlık gelir hedef beklentisi bunun önemli göstergeleri arasında bulunmaktadır. Ayrıca bazı ülkelerin salgın kısıtlamalarını tam anlamıyla gevşetmemesi de Türk turizminin rekabet gücünü artırmaktadır.

Tablo 2'de ülkelerin turizm ekonomik değerine ve dünya turizm sektöründen aldıkları paya göre sıralaması bulunmaktadır. Tablodan hareketle küresel salgının ülke turizm

sektörlerini nasıl etkilediği daha iyi anlaşılabilir. Hindistan, Meksika, Brezilya ve Türkiye küresel turizm ekonomisinden aldıkları payı ciddi oranda artırarak kriz dönemini fırsata çevirmeyi başarmıştır. Örneğin Türkiye 2019'da yüzde 0,81'lik payını 2021'de yüzde 1,02'ye çıkararak küresel turizm ekonomisinden aldığı payı yaklaşık yüzde 26 artırmıştır. Ekonomik değer olarak 2019'a göre üretim değeri düşse de alınan payın artması ilerleyen yıllarda diğer aktörlere göre Türk turizminin daha hızlı bir şekilde gelişeceğini göstermektedir. Salgının çıkış yeri olan Çin'de turizm sektörü ise diğer ülkelere göre daha kötü şekilde etkilenmiştir. Yaklaşık bir yılda ulusal turizm ekonomisinden 1 trilyon dolarlık değeri kaybeden Çin'in küresel turizm sektöründen aldığı pay da azalmıştır. Diğer ülkelere göre sıfır vaka politikasını sürdüren Çin'in ulaşım kısıtlamalarına başvurması ve ülkeye girişlere sınırlama getirmesi turizm

<sup>9</sup> "World Tourism Barometer Statistical Annex", *UNWTO World Tourism Organization*, Cilt: 19, Sayı: 3, (2021).

GRAFİK 6. ÜLKELERE GELEN TURİST BAŞINA HARCAMA MİKTARI (2020, DOLAR)



Kaynak: Dünya Turizm Örgütü

sektörünün daha fazla etkilenmesine neden olmuştur. Türkiye, Brezilya, Hindistan ve Meksika gibi ülkeler ise izledikleri uyum politikasıyla süreçten daha karlı çıkmıştır.

Tablo 3'te ülkelere göre Türkiye'ye gelen turistlerin turizm harcama miktarları yer almaktadır. Küresel salgın öncesinde ve sonrasında turistlerin harcama miktarlarında düşüş gerçekleşse de Türkiye'nin diğer aktörlere kıyasla daha hızlı toparlandığı söylenebilir. Ayrıca turizm gelirlerinin farklı ülkelere göre dengeli dağılması ve belli oranda bir veya birkaç ülkeye bağımlı olunmaması Türk turizmine büyük yarar sağlamıştır. Rusya'dan gelen turistler Türkiye'yi ziyaret oranlarına göre uyumlu şekilde en fazla turizm harcamasını gerçekleştiren grup olurken Almanya, İran, İngiltere ve Ukrayna'dan gelenler de önemli miktarda harcama yapmıştır. Türkiye'nin en büyük dış ticaret ortaklarının bulunduğu kıta, turizmde de benzer bir iş birliğinin olduğunu göstermektedir. Özellikle Almanya, İngiltere ve Hollanda Türkiye'nin en büyük dış ticaret ortakları arasında yer almaktadır. Türkiye'ye en fazla yatırım yapan ülkeler arasında Almanya,

İngiltere ve Hollanda ilk sıralarda bulunurken yabancı firma sayısına göre de bu ülkeler diğer aktörlere kıyasla daha etkin konumdadır.<sup>10</sup>

Türkiye'ye gelen turistlerin ortalama harcama miktarı diğer ülkelerle kıyaslandığında Almanya, Japonya ve Norveç gibi ülkeleri tercih edenlerin gerisinde olduğu görülmektedir. Yunanistan ve Macaristan gibi aktörlere göre ise daha iyi bir konumda olduğu söylenebilir. Almanya turist başına 4 bin 689 dolar gelir elde ederken Türkiye'nin 862 dolarda kalması farklı turizm uygulamalarına ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir. Özellikle kişi başı gelir seviyesinin yüksek olduğu gelişmiş ülkelerden daha fazla turist çekilmesi mevcut ortalama harcama miktarını daha üst seviyelere taşıyabilir. Japonya, Güney Kore, BAE, Kuveyt, Bahreyn, Suudi Arabistan ve Umman gibi ülkelere gelen turistlerin dünya ortalama turizm harcamasından çok daha fazla harcama yapıyor olması Türkiye'nin değerlendirmesi gereken bir alan olarak öne çıkmaktadır.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> Buradaki dış ticaret, yatırım ve firma bilgileri Merkez Bankasındaki verilere göre yazar tarafından yorumlanmıştır.

<sup>11</sup> Buradaki ülkeler Dünya Turizm Örgütü verileri dikkate alınarak yazar tarafından belirlenmiştir.



TABLO 4. TÜRK TURİZMİNİN AVRUPA'DAKİ YERİ (2017-2021)

TURİST SAYISINA GÖRE (MİLYON KİŞİ)					
2017		2019		2021	
Ülke	Sayı	Ülke	Sayı	Ülke	Sayı
Fransa	86,9	Fransa	89,4	İspanya	36,5
İspanya	81,9	İspanya	83,5	<b>Türkiye</b>	<b>30,3</b>
İtalya	58,3	İtalya	64,5	İngiltere	30,2
<b>Türkiye</b>	<b>37,6</b>	<b>Türkiye</b>	<b>51,4</b>	İtalya	27,0
Almanya	38,9	Almanya	39,6	Fransa	19,0
İngiltere	39,5	İngiltere	39,4	Almanya	16,9
TURİZM GELİRİNE GÖRE (MİLYAR DOLAR)					
2017		2019		2021	
Ülke	Miktar	Ülke	Miktar	Ülke	Miktar
İspanya	75,3	İspanya	79,7	Fransa	40,8
Fransa	58,9	Fransa	63,8	İspanya	34,5
İngiltere	48,0	İngiltere	52,7	İtalya	25,5
İtalya	44,2	İtalya	49,6	<b>Türkiye</b>	<b>24,5</b>
Almanya	39,9	Almanya	41,6	İngiltere	22,7
<b>Türkiye</b>	<b>26,2</b>	<b>Türkiye</b>	<b>34,5</b>	Almanya	22,2

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü

Tablo 4'te Avrupa'daki en büyük turizm ekonomileri turist sayısı ve turizm gelirine göre sıralanmıştır. Türkiye'nin hem ulusal hem de bölgesel olarak turizmdeki konumunun daha iyi anlaşılması için Tablo 4'teki bilgi ve istatistikler önemlidir. 2002'de küresel ve bölgesel olarak daha geri bir konumda yer alan Türkiye'nin özellikle küresel salgın sonrasında sıralamasının yukarı doğru ivme kazandığını söylemek mümkündür. 2019'da Türk turizmi turist sayısında Avrupa'da 4. ve turizm gelirinde 6. sırada iken 2021'de turist sayısında 2. ve turizm gelirinde 4. sıraya yükselmiştir. Fransa, Almanya ve İtalya'ya göre turizmde daha iyi bir performans sergileyen Türkiye'nin 2022 ve 2023'te daha fazla öne çıkması beklenebilir.<sup>12</sup>

12 2022 ve 2023 yorumları T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının verileri dikkate alınarak yazar tarafından yapılmıştır.

Sağlık ve termal, kış, yayla, mağara, av, kongre, golf, yat, inanç, hava, dağ ve doğa turizmi gibi birçok turizm çeşidine sahip Türkiye; İstanbul, Antalya, İzmir ve Muğla gibi küresel turizmde marka şehirlerini de altyapı olarak inşa etmiştir. Turizm şehirlerinin altyapı ve turizm çeşit kapasitesine göre değişen kaynak ziyaretçi ülkeler Türkiye'nin turizm çeşitlendirme uygulamalarında başarı elde ettiğini göstermektedir. Örneğin Muğla'yı en fazla ziyaret edenler İngilizler iken İzmir'de Almanlar ve İstanbul'da Alman, İranlı ve Ruslar öne çıkmaktadır. İstanbul diğer şehirlere kıyasla daha fazla turist çeşitliliğine sahiptir. İstanbul'un tarihsel konumu ve kültürel özellikleri nedeniyle turizmde elde ettiği gelir yıllara göre büyük oranda artış gös-

TABLO 5. ULUSLARARASI TURİZM HARCAMALARI (2019-2021, MİLYAR DOLAR)

2019			2021		
Sıralama	Ülke	Miktar	Sıralama	Ülke	Miktar
1.	ABD	190,9	1.	Fransa	43,9
2.	Çin	147,4	2.	ABD	40,3
3.	İspanya	88,2	3.	İspanya	34,0
4.	Fransa	66,3	4.	<b>Türkiye</b>	<b>28,1</b>
5.	Tayland	62,6	5.	Almanya	24,6
6.	Almanya	52,6	6.	İtalya	22,9
7.	İtalya	50,7	7.	Meksika	20,4
8.	Japonya	47,3	8.	BAE	18,4
9.	Birleşik Krallık	43,6	9.	Yunanistan	14,4
10.	BAE	40,7	10.	Katar	14,3
11.	Lübnan	40,3	11.	Çin	14,1
12.	<b>Türkiye</b>	<b>38,7</b>	12.	Portekiz	12,8
15.	Hindistan	34,3	15.	İsviçre	10,4
20.	Güney Kore	26,7	20.	Hindistan	8,8

Kaynak: Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi\*

\* Dünya Turizm Örgütü verileri ile Dünya Seyahat ve Turizm Konseyinin istatistikleri birbirleriyle uyumsuzdur. Ancak küresel bir kıyasla yapabilmek için ikisi de çalışma içerisine dahil edilmiştir.

termiş ve şehirde kamu yatırımları turizm gözetilerek yapılmıştır.<sup>13</sup>

Tablo 5'te uluslararası turizm harcamaları 2019 ve 2021 için ülke ve harcama miktarına göre sıralanmıştır. Türkiye'nin koronavirüs sonrasında yakaladığı turizm gelişim hızını Tablo 5'te görmek mümkündür. 2019'da 38,7 milyar dolarlık uluslararası turizm harcamasıyla 12. sırada yer alan Türkiye 2021'de gelirindeki düşüşe rağmen 4. sıraya çıkmış ve diğer aktörlere kıyasla daha hızlı şekilde turizm sektörünü toparlamayı başarmıştır. Özellikle Almanya, İtalya ve Çin gibi küresel turizm ülkelerinden daha iyi bir toparlanma performansı gösteren Türk turizmi atılan stratejik adımlarla öne çıkmaktadır.

<sup>13</sup> Son Verilerle Türkiye Turizm İstatistikleri Raporu, (TURSAB Rapor, İstanbul: 2022).

## TURİZMDE KÜRESEL TRENDLER VE TÜRKİYE (2023-2050)

Küresel ekonominin önemli bir sektörü olan turizm sağladığı istihdam ve ekonomik değerle devletler açısından kritiktir. Turizm sektöründe yeni nesil trendler ortaya çıkarken eski dönemin talepleri ise değişmeye başlamıştır. Bu değişimin bir sonucu olarak ülkeler farklı politikalar benimsemiştir. ABD, Fransa ve İngiltere teknoloji merkezli turizm uygulamalarıyla öne çıkarken Hindistan, Meksika ve Brezilya ise kültür turizmini önemsemektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere göre değişen turizm politikaları kamu kurumları

tarafından da teşvik edilmektedir. Küresel turizm ekonomisindeki trendleri ise şöyle sıralamak mümkündür:

- Orta üst nüfusa göre turizm uygulamalarının yaygınlaşması
- Y ve Z jenerasyonlarının turizm tercihlerinin farklılaşması
- Büyüyen orta sınıfa göre turizmin çeşitlendirilmesi
- Kültür ve doğa turizmi uygulamalarının popülerlik kazanması
- Gelişen teknoloji ve dijitalleşmeye bağlı olarak turizm altyapısının daha teknolojik hale gelmesi
- Sağlık turizmi uygulamalarının küresel salgın sonrasında öne çıkması
- Verimlilik merkezli turizm politikalarının tercih edilmesi<sup>14</sup>

2050'de dünya nüfusunun yüzde 21'inin 60 yaş üzeri olacağı göz önüne alındığında orta üst nüfusa göre turizm tercihlerinin değişmesi beklenebilir. Çin, ABD ve Avrupa ülkelerinde yoğunlaşması beklenen yaşlı nüfusun Türkiye'yi tercih etmesi bu açıdan teşvik edilebilir ve orta üst nüfusa göre turizm uygulamaları revize edilebilir. Genç nüfusun tatil harcamalarında daha fazla bütçe kullanması beklenirken turistlerin 2030-2050 döneminde daha yoğun bir şekilde doğa ve kültür turizmine ilgi duyması beklenmektedir. Sağlık turizmine öncelik verilmesiyle ise yaşlı turistlerin Türkiye'yi daha fazla tercih etmesi sağlanabilir. Y ve Z jenerasyonları ailelerine göre daha hızlı bütçe harcamaları, farklı turizm ülkelerini tercih etmeleri ve eğlence turizmine yatkın olmalarıyla öne çıkmaktadır. Dijital çağa uyum sağlama kapasiteleri nedeniyle tatil turizmine yatkın

olan Y ve Z nesillerine göre turizm altyapısı gözden geçirilebilir.

2009'da 1,8 milyar, 2020'de 3,2 milyar ve 2030'da 4,9 milyar kişiye ulaşması beklenen orta sınıfın geleceğin turizm trendlerini belirleme ihtimali yüksektir. Asya merkezli olarak gelirleri yükselen yeni orta sınıf Türkiye'nin turizm politikalarında dikkate alınması gereken en önemli hedef kitle olarak belirlenebilir.<sup>15</sup> Çin, Hindistan, Endonezya ve Malezya gibi ülkelerin 2050'de küresel ekonominin büyük çoğunluğunu oluşturması beklenirken Türkiye'nin kültür turizmini Asya ülkeleri için yeniden belirlemesi orta ve uzun vadede turizm gelirlerini ciddi oranda artırabilir.<sup>16</sup> İstanbul'a gelen turistlerin Asya ülkeleri merkezli olarak artması da mevcut potansiyelin önemli bir göstergesidir.<sup>17</sup>

Tarım ve sanayi alanlarında olduğu gibi turizm sektörü de gelişen teknolojilerden etkilenmektedir. Dijital alanda daha fazla görünür olan turizm uygulamaları ülkelere daha fazla gelir getirirken eski dönem turizm seçenekleri ise popülerliklerini yitirmektedir. Örneğin dijital platformlarda etkin olan ve teknolojiyi daha iyi kullanarak 24 saat hizmet veren turizm ülkeleri daha fazla turist çekebilmektedir.<sup>18</sup> Son dönemde Çin'e gelen turist sayısındaki artışın önemli etmenlerinden biri teknoloji yoğun platformların geliştirilmesi olmuştur. Bu platformlar ödeme, tatil yerinin seçimi, gıda, iletişim ve ulaşım gibi birçok farklı seçeneği bir araya getirerek turistlerin daha kolay bir şekilde turizme dahil olmalarını sağlamıştır. Japonya ve Güney Kore'de de benzer uygulamaları

<sup>15</sup> *Tourism Megatrends*, s. 4-6.

<sup>16</sup> *The World in 2050: Will the Shift in Global Economic Power Continue*, (PwC Rapor, Londra: 2015).

<sup>17</sup> *İstanbul Turizm İstatistikleri Raporu Temmuz-2022*, (İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü Strateji Geliştirme Şube Müdürlüğü Rapor, İstanbul: 2022).

<sup>18</sup> *Tourism Megatrends*.

<sup>14</sup> *Tourism Megatrends: 10 Things You Need to Know About the Future of Tourism*, (Horwath HTL, Bern: 2016), s. 2-4.

görmek mümkündür.<sup>19</sup> Japonya “Toplum 4.0” ismiyle başlattığı Dördüncü Sanayi Devrimi’ne hazırlık programını insan sağlığını merkeze alarak teknoloji yoğun konaklama sistemleriyle desteklemektedir. Bu program tatil merkezleri ile sağlık kuruluşlarını tek bir merkezde toplayarak yeni nesil bir turizm seçeneği ortaya çıkarabilir. Türkiye’nin de mevcut sürece hazırlık yapması ve sağlık turizmini Dördüncü Sanayi Devrimi’nin getireceği yeniliklere göre reform etmesi önem taşımaktadır.<sup>20</sup>

2030’da 1,8 milyar kişiye erişmesi beklenen turist sayısı 2050’de 3 milyar kişiye ulaşabilir. Küresel istihdamın önemli bir kesimini oluşturan turizm sektörü sağladığı ekonomik üretimle dünya ekonomisinden ciddi oranda pay almaktadır. Yeni nesil turizm uygulamalarıyla daha fazla ekonomik değer üretmesi muhtemel sektörün teknolojiyle dönüşmesi de kaçınılmazdır. Türkiye’nin de mevcut sürece hazırlanması ve turizm uygulamalarını değişen koşullara göre reform etmesi gelir, turist sayısı ve üretim değerine pozitif olarak yansiyacaktır. Özellikle küresel salgının getirdiği krizi fırsata çeviren Türkiye’nin yeni nesil uygulamalara hazırlanması yeni istihdam olanaklarına katkı sağlayacaktır.

2022-2032 arasında küresel turizm sektörünün 126 milyon istihdam sağlaması beklenmektedir. Çin ve Hindistan oluşturulacak istihdamda başı çekerken ekonomik kalkınmalarına paralel olarak bu iki ülke turizm sektöründe ivme kazanacaktır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunlukta olduğu Asya Kıtası geleceğin turizm trendlerinde önemli bir yer edinecektir.<sup>21</sup>

19 Kyuhoon Cho, “Tourism in Korea, China and Japan”, *International Institute for Asian Studies*, Sayı: 76, (Bahar 2017), <https://www.iias.asia/the-newsletter/article/tourism-korea-china-japan>, (Erişim tarihi: 5 Eylül 2022).

20 Lorenz Granrath, “Connected Industries-Japan’s Approach to Industry 4.0 on the Way to Society 5.0”, *The Japan Industry News*, 5 Nisan 2019.

21 *Travel & Tourism Economic Impact 2022*, (World Travel & Tourism Council, Paris: 2022), s. 10.

Asya’nın ardından gelişen bir kıta olarak Afrika gelecek dönemde küresel turizm ekonomisinde önemli bir yer edinebilir. Bu açıdan Türkiye’nin Asya ve Afrika kıtalarına yeni turizm stratejileriyle yaklaşması önem taşımaktadır. Özellikle Asya ve Afrika’daki yeni orta sınıfların Türk turizmine kazandırılması hem küresel hem de bölgesel entegrasyonu Türkiye için güçlendirecektir.<sup>22</sup>

Ortadoğu da Türk turizmi için gelecekte hedef pazarlar arasında yer alabilir. Gelecek on yılda kişi başı gelir ve turizm harcamalarını iki kattan fazla artırması beklenen bölgenin dünya ortalama turizm harcamalarından daha fazla miktarı turizme ayırdıkları bilinmektedir. Türkiye’nin doğa turizmi üzerinden bölgeden daha fazla turist çekmek için çalışmalar yürütmesi ortalama turizm harcamalarını hem yukarıya taşıyabilir hem de üst gelir gruplarının Türkiye’yi tercih miktarlarını artırabilir.<sup>23</sup>

Küresel turizm trendleri arasında önemli bir yer tutan “helal turizm” uygulamaları gittikçe popülerlik kazanmaktadır. 2018’de 140 milyonu aşan Müslüman turist sayısı bunun önemli göstergeleri arasındadır. 170 milyar dolarlık hacme ulaşan Müslüman turistlerin harcaması ise toplam dünya turizm harcamalarının yüzde 10’unu oluşturmaktadır. 2026’da 300 milyar dolarlık hacme ulaşması beklenen Müslüman turistlerin harcama miktarı yeni nesil turizm uygulamalarına uyum sağlayan aktörlerin oluşan pazardan daha fazla pay alabileceğine işaret etmektedir. Endonezya, Malezya ve Cezayir gibi ülkelerin vatandaşları için helal turizm uygulamalarına öncülük yapılmalı ve sektörün gelişmesi için kamu teşvikleriyle sürece aktif olarak dahil olunmalıdır.<sup>24</sup>

22 *Travel & Tourism Economic Impact 2022*, s. 16.

23 *Travel & Tourism Economic Impact 2022*, s. 19.

24 Suprihatin Ningsih ve Hakan Sezerel, “Perceptions and Preferences of Tourists Toward Halal Tourism in Aceh, Indonesia”, *Global & Emerging Trends in Tourism*, ed. Selman Bayraktar, Sercan Aras ve Seda Yetimoğlu, (NEU Yayınları, Konya: 2021), s. 40-45.

Küresel trendlerin yanı sıra turizm sektörüne risk oluşturan önemli bir etmen ise yabancı düşmanlığıdır. Küresel salgın döneminde Asyalılara karşı ortaya çıkan görüntüler ve diğer farklı kıtalardan gelenler için ziyaret imkanlarını zorlaştıran kararların alınması yabancı düşmanlığının belirtisidir. Turizm sektörü milliyetlere göre değerlendirilmemesi gereken basıncı bir sanayidir. Böylesine bir yaklaşımın olması sektörün geleceğine tehdit oluşturmaktadır. Türkiye'nin tarih, kültür ve medeniyet anlayışının yabancı düşmanlığını reddetmesi ise Anadolu topraklarına olan ilginin artmasına yardımcı olacaktır. Özellikle gelişmiş ülkelerde yükselen yabancı düşmanlığının Türkiye'ye ilgiyi artırması da olasıdır.

## SONUÇ

Küresel ekonomiden yüzde 10'luk pay alan turizm sektörü toplam istihdamın da yüzde 9'undan fazlasını oluşturmaktadır. Devletler için vazgeçilmez bir alan haline gelen turizm sağladığı gelir ve ekonomik değerle günümüzde daha da önemli hale gelmiştir. Küresel salgın nedeniyle ciddi kayıplara uğrayan sektör günümüzde toparlanmaya çalışmaktadır. 2020'deki kayıplarını telafi etmek için devletlerin farklı uygulama ve teşviklerle sektörü desteklemesi bunun göstergelerinden biridir. Bu ülkeler arasında Türkiye krizi fırsata çeviren bir aktör olarak öne çıkmaktadır. 1950'lerin başından itibaren yatırım yapılan ve kamu tarafından desteklenen Türkiye turizmi günümüzde dünyanın en büyük 16. turizm ekonomisi haline gelmiştir. 2002-2022 arasında turist sayısı, turizm geliri ve üretim değeri açısından yaklaşık dört kat büyüyen sektör ihracatın ardından en fazla döviz getiren ikinci sektör olmuştur. Konaklama altyapısının gelişmesiyle birlikte Türkiye'nin küresel turizm ekonomisinden aldığı

pay yüzde 1'i geçmiş ve dünyanın en fazla turist ağırlayan 6. ülkesi haline gelmiştir. Salgın öncesinde dünyanın en büyük 18. turizm ekonomisi olan Türkiye iki yıl gibi kısa bir sürede sıralamasını iki sıra üstte taşıyarak sağlık turizmini teşvik etmiştir. Diğer ülkelerin turizm sektörleri halen küresel salgın öncesindeki seviyelerini yakalayamazken Türkiye uyguladığı politikalarla turizmi yeni kabul ve tercihlere göre geliştirmeyi başarmıştır.

2000'lerin başında Türkiye'nin turizm geliri 10 milyar dolar civarında iken 2022'de 44 milyar doları aşarak üç kattan fazla artış göstermiştir. Turist sayısı da 11 milyondan 50 milyona çıkarak dört kata yakın artmıştır. Turizmin milli gelir içindeki payı da aynı dönemde yüzde 3 ile 5 arasında değişirken turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı 1,7 milyona ulaşmıştır. 2002-2022 arasında 679 milyon turist ağırlayan ve 526 milyar dolar gelir elde eden Türkiye 2023-2050 dönemine hazırlanmalıdır. 2023'te 50 milyar doları aşması muhtemel turizm gelirin 2030'da 76 milyar dolara ve 2050'de 183 milyar dolara ulaşması beklenmektedir.

Dünyanın en büyük on turizm ekonomisinden biri olabilecek potansiyele sahip bir aktör olarak Türkiye küresel turizm trendlerini hem takip etmeli hem de oluşmasına katkı sağlamalıdır. Kültür, gezi ve doğa turizminin yaygınlaşması, orta sınıfın ekonomik olarak daha fazla gelir elde etmesi, değişen teknolojik altyapı ve yaşlı nüfusa odaklı turizm uygulamalarının popülerlik kazanması Türk turizminin ilk on büyük turizm ekonomisi olması için önemlidir. Sonuç itibarıyla Türkiye son yirmi yılda turizmde kurduğu altyapıyla gelecek yıllarda sektörün küresel aktörleri arasındaki yerini güçlendirmiştir. Bu başarının daha ileri bir boyuta taşınması için küresel trendlerin takibi ve verimlilik merkezli politikaların kuvvetlendirilmesi gereklidir.

# TÜRKİYE'NİN TURİZM EKONOMİSİ KAZANIMLAR VE BEKLENTİLER

DENİZ İSTİKBAL

## SETA | ANALİZ

Dünyanın en büyük 16. turizm ekonomisi olan Türkiye elde ettiği gelir, turist sayısı ve oluşturduğu ekosistemle ulusal sektörleri çeşitlendirmiştir. 2021'de 59 milyar dolara ulaşan Türk turizminin ekonomik büyüklüğü 30 milyondan fazla turist ve 24 milyar dolar gelir elde edilmesini sağlamıştır. Küresel salgın nedeniyle daralan küresel turizmle kıyasla Türkiye hem elde ettiği geliri hem de aldığı payı artırmayı başarmıştır. Salgın öncesinde ekonomik büyüklük açısından dünyada 18. turizm ekonomisi olan Türkiye günümüzde sıralamasını 16. sıraya çıkarmıştır. 2021'de hem turist sayısı hem de gelir artış oranında dünyada birinci olan Türkiye kurduğu turizm altyapısıyla küresel trendleri takip etmeye çalışmaktadır. Bu perspektiften hareketle bu analiz Türk turizminin geçmiş yirmi yılını ve gelecek yıllarını küresel trendler çerçevesinde incelemeyi hedeflemektedir.

[www.setav.org](http://www.setav.org)

ANKARA • İSTANBUL • WASHINGTON D.C. • BERLİN • BRÜKSEL