

# Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Çerçevesinde Türkiye Konaklama Sektörü Maliyet Analizi

Mehmet Tefik İZGİ



[iuc-universitypress.org](http://iuc-universitypress.org)

**IUC**  
UNIVERSITY  
PRESS



# Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Çerçevesinde Türkiye Konaklama Sektörü Maliyet Analizi

Bu kitap Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılı anısına  
“Cumhuriyetin 100. Yılına 100 Kitap Projesi” kapsamında  
İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa tarafından yayımlanmıştır.

Mehmet Tevfik İzgi

Aralık 2023



## Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Çerçevesinde Türkiye Konaklama Sektörü Maliyet Analizi

**Yazar:** Mehmet Tefik İzgi

**Kurum:** Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri, Turizm ve Otel İşletmeciliği, İstanbul, Türkiye

**E-posta:** mehmettevfik.izgi@iuc.edu.tr

**Yayıncı**



**Adres:** Üniversite Mahallesi, 34320 İstanbul/Türkiye

**E-posta:** iucpress@iuc.edu.tr

**E-ISBN:** 978-605-7880-37-6

**DOI:** 10.5152/6000

İstanbul Üniversitesi–Cerrahpaşa Yayınevi Seri No: 24

**Yayıncılık Hizmetleri**



© 2023. Telif hakkı yazarlara aittir. Bu kitaptaki bölümler açık erişimli olup Creative Commons Atıf 4.0 Uluslararası Lisansı altında dağıtılmaktadır. Bu lisans kullanıcılara, bölümleri herhangi bir amaç için indirme, çoğaltma ve yayımlanan bölümler üzerinde çalışma imkânı sunar. Böylece yayınlarımızın en geniş şekilde yayılmasını ve daha geniş bir etkiye sahip olmasını sağlar.

### Sorumluluk Reddi

Kitapta yayımlanan metinlerin/bölümlerin ifadeleri veya görüşleri yazar(lar)ın ve editör(ler)in görüşlerini yansıtır. İÜC Yayınevi ve İstanbul Üniversitesi–Cerrahpaşa yazarların içeriğinden sorumlu değildir. Yayımlanan kitaplardaki çalışmaların doğru ve iyi araştırılmış olması ve metinlerde ifade edilen görüşlerin tutarlılığı yazar ve editörlerin sorumluluğundadır. İÜC Yayınevi ve İstanbul Üniversitesi–Cerrahpaşa, yazarlara çalışmalarını bilimsel toplulukla paylaşmak için bir platform sağlamaktadır.

Atıf için: İzgi, M.T. (2023). *Karşılaştırmalı üstünlükler teorisi çerçevesinde Türkiye konaklama sektörü maliyet analizi*. İstanbul: İÜC Yayınevi.

# İÇİNDEKİLER

REKTÖRÜN ÖN SÖZÜ .....	V	2.2.2. Ege Bölgesi .....	10
ÖN SÖZ .....	VIII	2.3. Gastronomi .....	10
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>IX</b>	<b>3. KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE MALİYET</b>	
1. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi .....	1	<b>UNSURLARI</b> .....	<b>11</b>
1.1. İktisat Bilimi Tarihçesi .....	4	3.1. Talep ve Arz İlişkisi.....	11
1.2. Maliyet.....	5	3.2. Turizmle Bağlı Sektörlerin Talep ve Arz Süreci	
1.3. Para.....	5	İçerisindeki Rolü .....	11
1.3.1 Para Politikası ve Faiz Politikası .....	5	3.3. Turizm Talebinin Özellikleri .....	11
1.3.2. Emisyon Hacmi.....	6	3.4. Kullanılan İthal Ürünler .....	11
1.4. Döviz.....	6	3.4.1. Enerji .....	12
1.4.1. Döviz Kuru İthalat İhracat Dengesi .....	6	3.4.1.1. Petrol .....	12
1.4.2. Reel Efektif Döviz Kuru Paritesi .....	7	3.4.1.2. Doğal Gaz .....	12
1.4.3. Dış Borçlar .....	7	3.4.2. Gıda .....	12
<b>2. TÜRKİYE'NİN TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ</b>		3.4.2.1. Et ve Süt, Tahıl, Şeker .....	12
<b>ÜSTÜNLÜKLERİ</b> .....	<b>8</b>	3.4.2.2. Kahve.....	12
2.1. Coğrafya.....	8	3.4.2.3. Alkollü İçecekler .....	12
2.1.1. Akdeniz Bölgesi .....	8	3.4.3. Dekorasyon.....	12
2.1.2. Ege Bölgesi .....	9	3.5. İşgücü Maliyeti .....	12
2.2. Tarihi ve Kültürel Özellikler.....	9	3.6. Bina, Kira Maliyeti .....	12
2.2.1. Akdeniz Bölgesi .....	9	3.6.1. Otel İşletme Giderleri Kontrol Listesi .....	13
		<b>4. SONUÇ</b> .....	<b>16</b>

## REKTÖRÜN ÖN SÖZÜ

Türk milletinin bağımsızlık mücadelesi, 29 Ekim 1923'te Cumhuriyetin ilanı ile taçlanmıştır. Dünya tarihine altın harflerle kazınan büyük bir mücadele sonucu elde edilen şanlı zafer, Türk milletinin hür ve bağımsız yaşama kararlılığı ile çıktığı yolda; inanç, cesaret, güven ve sınırsız fedakârlıkla gösterdiği eşsiz kahramanlıkların eseridir. Egemenliğin kayıtsız şartsız millete teslim edildiği Türkiye Cumhuriyeti, Millî Mücadele'mizin önderi Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün milletimize en büyük armağanıdır.

Cumhuriyetin kazanımlarını koruma ve milletimizin muasır medeniyetler seviyesine ulaşma hedefinde, eğitim ve bilim her zaman en büyük rehberdir. Bu hedeflerin gerçekleştirilmesinde ise en büyük sorumluluk kuşkusuz üniversitelere düşmektedir.

Ülkemizin köklü ve öncü üniversiteleri arasında yer alan İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa; bilimsel yaklaşımı benimseyen, bilgi üreten ve uygulamalarıyla toplumun gelişmesine katkıda bulunmayı ilke edinen bir araştırma üniversitesidir. Cumhuriyet değerlerine bağlı bir yükseköğretim kurumu olarak Cumhuriyetimizin 100. yılına ithafen akademisyenlerimizin iş birliğiyle "*Cumhuriyetin 100. Yılına 100 Kitap*" projesini hayata geçiriyoruz. Proje kapsamında, akademisyenlerimizin kendi uzmanlık alanlarıyla ilgili kaleme aldıkları ve "İÜC Üniversite Yayınevi" tarafından basılan kitaplar, açık erişimle tüm toplumun faydasına sunulmaktadır. Sağlıktan mühendisliğe, sosyal bilimlerden eğitime kadar pek çok alanda hazırlanan 100 kitap; eğitim-öğretim materyali, ders kitabı olarak kullanılabilen gibi araştırma geliştirme kapsamında yararlanılacak kaynak olarak da kullanılabilir nitelikteki kitaplardan oluşmaktadır.

İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa olarak köklü geçmişimizden aldığımız güçle Cumhuriyetimizi nice yüzyıllara taşımak için var gücümüzle çalışmaya ve üretmeye devam ediyor, 100. yılını kutladığımız Cumhuriyet'in kurulmasında emeği geçen tüm kahramanlara adadığımız "*Cumhuriyetin 100. Yılına 100 Kitap*" projemizi; tüm akademisyenlerin, öğrencilerin ve araştırmacıların kullanımına sunuyoruz.

**Rektör**  
**Prof. Dr. Nuri AYDIN**  
29 Ekim 2023

## ÖN SÖZ

Türkiye iktisadi analizinde ödemeler bilançosu incelendiğinde uluslararası faaliyetlerin milli gelir üzerindeki etkileri gözlenmektedir. İthalatın uzun yıllardır ihracatın altında kaldığı, dış ticaret açığının olduğu ülkemizde uluslararası turizm her dönemde ülkemize döviz kazandırma devam etmektedir. Türkiye'nin ödemeler bilançosu içinde cari işlemler hesabı altında bulunan turizm gelirleri ülkemizin cari açığının düşmesinde yıllardan beri olumlu katkı sağlamaktadır. Turizm geliri 2019 yılında 39 milyar ABD dolarına yaklaşmışken pandemi sürecinde düşmüş ve 2022 yılında tekrar yükselmiş ve 46 milyar ABD dolarını aşmıştır. Ülkemize 2019 yılında ve 2022 yılında gelen yabancı turist sayısı 51 milyon fazladır. Ortalama yabancı turist kişi başı harcama 2022 yılında 900 ABD dolarını aşmıştır lakin yükseltilmesi hedeflenmektedir. Basit bir hesaplama her yabancı turistin %10 daha fazla harcama yapması ülkemize yaklaşık 5 milyar ABD doları daha fazla turizm geliri kazandıracaktır. Diğer yandan esas amaç olan kar olduğundan, bu amaca elde edilen gelirden mal ve hizmetlerin maliyetinin düşülmesiyle ulaşılmaktadır.

David Ricardo karşılaştırmalı üstünlük teorisinde ülkelerin karşılaştırmalı üstün olduğu alanda uzmanlaşır ise daha karlı bir dış ticaret yapabileceğini modellemiştir. Bu teori ülkelerin bazı mal ve hizmet üretiminde diğer ülkelere göre daha avantajlı olabileceğinin altını çizmiştir. Örneğin Türkiye'nin coğrafi konumu ile 4 mevsimin yaşanabileceği, uzun sahillerinin ve güneşli günlerinin bol olduğu tarihi ve kültürel varlıklarını yanı sıra gastronomisi ile de dünya ölçeğinde rekabet edebilecek durumu vardır. Akdeniz'e kıyısı olan tüm ülkelerin az ya da çok turizm alanında söz sahibi olduğu gözlenmektedir. İstanbul ve Antalya gibi marka şehirlerinin farklı turizm türleri için eşsiz özelliklere sahip olduğu istatistikî verilerle de ispatlanmıştır. Bu kitapta 'Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Çerçevesinde Türkiye Konaklama Sektörü Maliyet Analizi' yapılmaktadır. Maliyetin oluşumunda ülkemizde bulunmayan ve ithal edilen hammadde, yarı mamul ve mamuller uzun yıllardır önemini korumuştur.

Öncelikle petrol ve doğal gaz gibi enerji kalemleri yurt dışından ithal edilmektedir. Kitap içinde reel efektif döviz kuru endeksi ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ekonomi politika belirsizliğinin de etkileri incelenmiştir. Özel sektörün ve kamunun dış borçları ülke ekonomisinin döviz hareketlerine karşı duyarlı olmasını gerektirmektedir. Ulusal iktisadi faaliyetler, uluslararası iktisadi faaliyetlerden ve uluslararası konjonktürden, değişimden, dönüşümden bağımsız değildir, Uluslararası finans, mal ve hizmet hareketliliğine turizm bağlamında turist hareketliliği de eklendiğinde Türkiye'nin çok denklemlî dinamik bir yapı içinde olduğu görülmektedir. Zaman ile değişen bu çok denklemlî finans, mal ve hizmet ile turist hareketliliğini iyi okumak ve zamanın ruhuna göre pozisyon almak elzem olmaktadır. Bu kitapta 2023 yılı uluslararası iktisadi hayat içinde konaklama sektöründe maliyet oluşumu ve öngörülebilir gelecekte iktisadi eğilimler analiz edilmektedir. Şu an içinde olduğumuz ve gelmekte olan konjonktürde Türkiye turizminde önemli yer tutan konaklama sektörü karar alıcıların optimum iktisadi kararlar alabilmesi için bu kitapta yapılan araştırmalar ve analizler yer almaktadır. Dünya ekonomisini etkileyen birden fazla faktörün bir arada değerlendirilmesi ve olası etkilerin tahmin edilmesi Uluslararası rekabet ortamında göz ardı edilmemesi gereken bir olgudur. İktisadi

değişkenler enflasyon, cari açık, bütçe büyümesi, döviz değeri ve faiz olarak özetlenebilir.

Türkiye turizminde konaklama sektörü maliyet analizi için, uluslararası trendler olarak, Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa Birliği, yarı mamul ve mamul üretim merkezi olarak Çin, petrol, değerli metaller ve doğalgaz ihracatçısı olarak Rusya'yı iktisadi açıdan analiz etmek gerekmektedir. Turizm ekonomisinin bir sürü dış etmenin etkisinde olan dinamik bir olgu olduğu unutulmaması gereken bir durumdur. Türkiye içinde bir sektörün maliyet analizi için öncelikle dış ülkelerin durumuna bakmak gereklidir. İthalatın 200 milyar dolardan yüksek olduğu ülkemizde, ABD dolardaki % 5 enflasyon ithalata ek 10milyar dolar, %10 enflasyon 20 milyar dolar ek maliyet getirecektir. Dış finansman kullanan firmaların maliyeti her %1 faiz artışı ile 100 milyar dolar toplam borç için ilave 1 milyar dolar yük demektir. Birkaç yılda % 5 seviyesine gelen ABD merkez bankası FED faizi dış finansman faiz giderinin 4-5 katına çıkmasına neden olmuştur. Bu bağlamda ülke içi maliyet analizinde, uluslararası iktisadi analiz ve öngörülebilir gelecek ile ilgili beklentiler oluşturmak ve sürekli yeni veriler ışığında güncellemek gereklidir. Öncelikle dış ticaret ve finansman açısından fırsat ya da tehdit olarak Türkiye'ye yük getirmekte ya da yük hafifletmektedir. Uluslararası bağımsız değişkenlerin, birbirini ve ülkemizi nasıl etkileyeceği sorunsalı, vektörel analizi, büyültücü veya daraltıcı etkisi maliyet oluşumunun temelini oluşturmaktadır. Dünya ve Türkiye ekonomisinin dünya siyasetinden bağımsız olmadığı gerçeği vardır ama bu kitabın konusu değildir. Ekonomide karar alıcılar, iktisadi gidişata etki etmekte olduğu ayrıca unutulmamalıdır. Karar alıcılar neyi hedeflemektedir, iktisadi bakış açıları ve iktisat politikaları maliyetin oluşumuna etki etmektedir. Türkiye içi maliyet oluşumunu, bu bağlamda dış iktisadi faktörleri analiz etmeden oluşturmak mümkün değildir. 2023 yılı Mart ayında dünyada ne değişim var anlamaya çalışılacaktır. Bütün bunlara ek olarak büyük depremlerin insani felaket oluşturmasını yanı sıra kamu ve özel sektörde maliyet artırıcı bir yük getirdiği gerçeği vardır. Farklı kurum ve kuruluşların hesaplamaları yaklaşık olarak yıkım ve yeniden inşa 100 milyar ABD doları üzerinde olduğu görülmektedir.

Türkiye'de üretim ithal hammadde ve yarı mamullere bağlı durumdadır, ithal edemeyince kapasiteleri düşmektedir, üretim düştüğünde işsizlik oluşur, iç ticarete vergi geliri azalır, mal üretimi azalınca fiyatlar yukarı yönde baskılanır, enflasyon tetiklenir, son olarak ihraç edilebilecek mal azalır. İhracat azalınca döviz geliri de düşer. Turizm ülkemize uzun yıllardır döviz kazandıran önemli bir sektördür. Turizmde çeşitlendirmelere gidilerek farklı bütçede olan yabancı turistleri ülkemize çekebilmekteyiz, bu bağlamda lüks turizm olarak adlandırılan kişi başı harcamanın çok yüksek olan turist grubunu hedeflemeli ve üst segment olan yabancı turistlere yönelik turizm ürünleri arz etmeliyiz.

Kitabın birinci bölümünde iktisat biliminin evreleri anlatılmaktadır. İkinci bölümde Türkiye turizmi, üçüncü bölümde konaklama işletmeleri ele alınmıştır.

**Dr. Mehmet Tefrik İZGİ**



# GİRİŞ

Türkiye ekonomisi 1960'lı yıllarda planlı döneme başlamış kamu ve özel sektör farklı endüstri dallarında faaliyetlerine devam etmişlerdir. 1980'li yılların ortalarından itibaren liberalleşme ile uluslararası ticari faaliyetler artmış, ithalatın ihracattan yüksek olması sonucu ülkenin ABD Doları ihtiyacı yıllar içinde kronikleşen bir sorun haline dönüşmüştür. Türkiye doğal bir üstünlüğe sahip olduğu coğrafyası, iklimi, tarihi ve kültürel potansiyelini liberalleşme sürecinde turizm sektörüne kanalize ederek ihtiyacı olan dövizin bir kısmını kazanmaya başlamıştır. Turizm sektörü Ricardo'nun karşılaştırmalı üstünlük teorisine uyumlu olarak yıllar içinde bir dünya markası haline gelme sürecine devam etmektedir. Turizm Bakanlığı'nın 2023 hedefleri 60 milyon yabancı turist ve 56 milyar ABD Doları turizm geliri, 2028 yılı hedefleri de 90 milyon yabancı turist ve 100 milyar ABD Doları turizm geliri olarak ilan edilmiştir. Turizm geliri kavramsal açıdan turizm maliyeti analizi yapılmadan tek başına gerçekçi bir iktisadi veri olamamaktadır. Turizm firmalarının ürettikleri mal ve hizmetlerin nihai amacı kar elde etmektir. Toplam hasılatın toplam maliyetin çıkarılmasıyla kar miktarına ulaşılabilmektedir ki bu bağlamda turizm işletmelerinin mal ve hizmetlerin satış fiyatı ile üretim aşamasında yüklenen maliyetlerin sürdürülebilirlik açısından iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

Turizm sektöründe de tıpkı sanayi sektöründe olduğu gibi üretim faktörleri içinde hammadde ve enerji girdileri örneğinde olduğu üzere maliyet oluşumu ithal ürünlere, yurt dışındaki fiyatlara ve döviz kuruna bağlıdır. Daha derinlemesine maliyet analizi yapıldığında emtia fiyatlarının ABD Doları olarak belirlendiğini, dolar endeksinin (dxy, ABD ticaret ortaklarının para birimlerinin belli oranlara göre oluşturulan sepet) gücüne göre değiştiği görülmektedir ki 2023 yılı boyunca 100 ile 107 arasında salınmıştır. ABD Doları güçsüzleştiğinde yani 100 civarına indiğinde emtia fiyatları yükselmektedir, ABD Doları güçlendiğinde 107 civarına geldiğinde ise emtia fiyatları uluslar arası borsalarda düşmektedir. Bu durum maliyetlerde volatil (oynak) bir durum yaratmaktadır ki bu sadece ülke dışından kaynaklanan ve ithal ürünlerin maliyetinin bir yönünü oluşturmaktadır. Ülke içinde döviz kurundaki dalgalanmalar turizm sektöründeki mal ve hizmetlerin emtia kısmındaki maliyetin Türk Lirası olarak değerini belirlemektedir. Ülke içindeki enflasyon ve sermayenin maliyeti olan faiz oranları değiştikçe, yükseldikçe kredi maliyetleri de yükselmektedir. Birinci bölümde karşılaştırmalı üstünlükler teorisine ulaşma aşamasında iktisat bilimi tarihine detaylı şekilde göz atmaya başlıyoruz.

# Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi Çerçevesinde Türkiye Konaklama Sektörü Maliyet Analizi

## *Turkish Accommodation Sector Cost Analysis Within The Framework Of The Theory Of Comparative Advantages*

### KİTAP HAKKINDA

Kitap üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Ricardo'nun Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi öncesinde iktisat biliminin tarihçesi analiz edilmiştir. Adam Smith öncesi iktisat, klasik iktisatçılar ve Mutlak Üstünlük Teorisi incelenmiştir. İkinci bölümde Türkiye'nin turizm sektöründeki üstünlükleri vurgulanmıştır. Coğrafya, tarihi ve kültürel zenginlikler ve gastronomi sırasıyla sunulmuştur. Üçüncü bölümde konaklama sektörü maliyet unsurları anlatılmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Türk konaklama sektörü, maliyet analizi, karşılaştırmalı üstünlükler teorisi

### ABOUT the BOOK

The book consists of three parts. In the first chapter, the history of economics before Ricardo's Theory of Comparative Advantages was analyzed. Pre-Adam Smith economics, classical economists and the Theory of Absolute Superiority were examined. In the second part, Turkey's advantages in the tourism sector are emphasized. Geography, historical and cultural riches and gastronomy are presented respectively. In the third section, cost elements of the accommodation sector are explained.

**Keywords:** Turkish accommodation sector, cost analysis, the theory of comparative advantages

## 1. Karşılaştırmalı Üstünlükler Teorisi

### İktisat Bilimi Tarihçesi

İnsanlar doğası gereği beslenme ihtiyacı ile var olmaktadır. Sahip olmadığı besin maddelerine ulaşabilmek için elindeki değeri olan malları takas yapmıştır. İlk ticaretin oluşması insanlık tarihi kadar eski olduğu söylenebilir. Tam anlamıyla ticaret Akdeniz'de, Mısır'da Nil Nehri boyunca köylerde ve Mezopotamya'da başlamıştır (Sobrinho, 2023). Çok farklı malların birbirlerine olan değerleri çok karmaşık bir durum ortaya çıkarması ile para kavramı oluşmuştur. Değer ölçüsü ve mübadele aracı olarak binlerce yıldır varlığını sürdürmektedir. Ticaret tarihi ve para tarihi antik çağlardan beri Lidya, Yunan şehir devletleri ve Mısır gibi Akdeniz kıyılarında ve Mezopotamya etrafında ver olduğu bilinmektedir (Eğilmez, 2020). Antik Yunanistan'da Klasik Dönemde yaşamış olan Aristoteles (MÖ 384 - MÖ322) Yunan filozof ve bilge, para kazanmanın amaç değil, bir araç olduğu esas hedefin "İyi Yaşam" olduğunu ifade etmiştir (Umeh, 2018). Uluslararası mal ve hizmetler ticareti tarihsel süreç içinde insan ihtiyaçlarının sürekli çeşitlenmesi ve artması ile ulaşım, haberleşme ve üretim teknolojilerindeki ilerlemeler sonucu yükselmeye devam etmektedir. Genellikle mal ticareti için geliştirilen Uluslararası teoriler zaman içine hizmetler sektöründe de karşılığını bulmuştur. Uluslararası ticaret sonucu ödemeler bilançosu, dış ticaret dengesinin durumu, döviz arz ve talebi ülke ekonomileri için önemli kararların alınmasını beraberinde getirmiştir. İktisat teorileri belirli süreler boyunca gerçekleşen iktisadi olayların sebeplerini ve sonuçlarını açıklayabilmek, benzer sebepler oluştuğunda oluşabilecek sonuçları öngörebilmek ve gerektiğinde önlem alabilmek, kontrol edebilmek ile ilgili olduğu söylenebilir. Ülkeler arasındaki mal ve hizmetlerin ticaretinin, talep edilmesinin ve arz edilmesinin temeline yatan sebepleri incelemek ve gerektiğinde müdahale etmek, ülke olarak daha az harcamak ve daha fazla satabilmek noktasında iktisadi karlılığa ulaşabilmek hedeflenebilir. Gerçek hayatta iktisat teorileri bir seviyeye kadar geleceğe ışık tutabilir, rekabet ortamını gücü yettiğince kendi lehine çevirmeye çalışan



ülkeler ve Uluslararası şirketler, rekabette aksamalara yol açmaya çalışmaktadırlar ve her zaman daha fazla satış, daha fazla kar, daha düşük maliyet peşinde oldukları söylenebilir. Ülkeler Uluslararası rekabet ortamında maliyetlere ve fiyatlamalara yerel vergiler, gümrük vergileri, teşvikler ve destekler ile dolaylı ve dolaysız olarak optimum piyasa şartlarını oluşturmaya çalışmaktadırlar. Adam Smith 1776 yılında yazdığı "Ulusların Zenginliği" kitabı ile uluslararası iktisat alanına farklı bir bakış açısı getirmiştir.

Adam Smith öncesi, klasik iktisat teorisi öncesi dünya ticaretinin yaygın olduğu söylenemezdi. Anadolu toprakları dünyadaki coğrafi konumu gereği Avrupa ve Uzakdoğu arasında yer almakta, İpek Yolu ticaretinde uluslararası turizmin her zaman olduğu, seyahatlerin, yeme içmelerin ve konaklamaların olduğu bir ortamı yüzyıllardır bünyesinde barındırmaktaydı. Merkantilist düşünce Uluslararası ticaretin sonucunda ülkelerin daha fazla altına ulaşabilmek ve hazinelerinde altın ve diğer değerli madenlerin miktarını arttırmak olarak sunmuşlardır. Güçlü bir ülke olabilmenin temelinde ekonomik güç olduğu, askeri harcamalar için gereken maddi kaynağın önemi böylece vurgulanmış olmaktadır. Gerekli hammaddeleri yurt dışından satın almak, ürün üretip satmak ve altın ve gümüşe ulaşmak olarak kısaca ülkelerin iktisadi politikaları özetlenebilir. Bu düşünceye göre altın ve gümüş stokları arttıkça ülke kazançlı, stokları azalan ülke de kayıpta olarak görülmekteydi. Merkantilist düşüncenin özünde ülkeye giren altın ve gümüş miktarını arttırmak, ülkeden çıkan altın ve gümüş miktarını azaltmak vardır. Kabaca 1450 ile 1750 yılları arasında dünya iktisadi sisteminde ön planda olmuştur ki, aynı doğrultuda Christopher Columbus da 1492 yılında Amerika kıtasına yaptığı seferler sonucu bu kıtanın altınlarını Castilla Krallığına (İber yarımadası, İspanya toprakları) Avrupa'ya taşımıştır. Sonraki yıllarda Peru'dan İnka altınları da yine İspanya'ya götürülmüştür (Donnelly, 2019). Savaşlar, fetihler, istilalar ve sömürgecilik 19. yüzyıla kadar güçlü ülkelerin ve imparatorluklara ganimet ve gelir getirmiş ulusların zenginliklerinin aracı olmuştur. Özellikle coğrafi keşiflerle beraber 15.Yüzyıldan sonra Portekiz ve İspanya, Hollanda,19. Yüzyıldan sonra da Birleşik Krallık deniz ticareti ve deniz kuvvetlerindeki bilimsel ve teknik üstünlükleri ile ülkelere altın ve gümüş taşımışlardır (Özensoy, 2019). Fransa 19. Yüzyılın ikinci yarısından sonra sömürgecilğe başlamıştır.

Karayolu taşımacılığı olan İpek Yolu'ndan sonra 16. Yüzyılda Baharat Yolu da Osmanlı İmparatorluğu'nun eline geçmişti. Hindistan'dan ve Uzakdoğu'dan gemilerle taşınan mallar Akdeniz'e gelmekte ve oradan Avrupa'ya taşınmaktaydı. Savaş ganimetleri ve ticaret ülkelerin altın ve gümüş biriktirmelerinin yolu olmuştur. Bütün bu seyahatler esasında Uluslararası turizmin de ilk temellerini oluşturmaktadır. Farklı ülkelere gidildiğinde, gidilen ülkelerdeki farklı ürünlerin altın ve gümüş ile olan takası ya da değeri Uluslararası ticaretin de gelişmesine vesile olmuştur. İnalçık (2001), Osmanlı iktisat tarihini incelediği kitabında Merkantilist Avrupa'nın 16. yüzyılda ipekli, 17. ve 18. Yüzyılda pamuklu sanayini kurarak uluslararası rekabette öne geçtiğini belirtmiştir. Ayrıca Avrupa'nın 16. Yüzyıldan sonra bilim, teknoloji, mali ve ticari örgütlenmelerde Osmanlı geleneksel teknolojisi ve lonca sisteminin çok ilerisine geçtiğini ifade etmiştir. Karşılaştırmalı üstünlüklerin iktisadi temelleri bu yüzyılda atılmaya başlanmıştır. İktisat teorileri hayatın içinde oluşmaktadır, birbirini etkileyen davranışların ve kararların belli zaman dönemlerinde gözlemlenmesi sonucu oluşmaktadırlar. Güney Amerika'dan İspanya'ya gelen tonlarca

altın ve gümüş önce İspanya daha sonra Avrupa ve Asya ülkeleri ekonomilerinde etkisini göstermeye başladı. Getirilen altın, gümüş ve diğer değerli madenler eritilerek paraya dönüştürülmekte ve piyasaya sürülmekteydi. 16 yüzyıla kadar Güney Amerika'dan İspanya'ya resmi ve kaçak olarak 100 tondan fazla altın, 25.000 tondan fazla gümüş getirilmiştir (Cartwright, 2022). Zenginliğin kaynağı olarak işaret edilen tonlarca altın ve gümüş ülke içinde mal ve hizmetlerin fiyatlarında yükselişlere sebep oldu. İspanya'da sekizlik real ya da peso, Avrupa'da sekizlik sikke ve İtalya'da piastra olarak adlandırılan gümüş para dünya ticaretinde bir değer ölçüsü ve kabul edilmiş bir ödeme aracı oldu.

**Tablo 1**

*İspanya'nın Amerika Kıtasından Ülkesine Taşındığı Altın&Gümüş (1000kg)*

Yıl	Altın	Gümüş
1502- 1520	14	-
1521- 1540	19	86
1541 -1560	68	481
1561 -1580	21	2.062
1581- 1600	31	4.811
1601- 1620	21	4.406
1621- 1640	5	3.542
1641 -1660	2,5	1.499

*Açıklama notu.* Cipolla, C. M., 2003, Fatihler, korsanlar, tüccarlar (T. Altınova, Çev). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları; Hamilton, E. J. [1934]. American treasure and the price revolution in Spain 1501-1650. Harvard Economic Studies, 43 kaynaklarından alınmıştır.

Tablo 1'de görüldüğü üzere, iktisadın en temel kuralı olan arz ve talep yine devreye girmiştir, bol olan mal değersizleşmektedir.

1520-1600 arasında yaklaşık tüm madenlerin hacmi 8 katına çıkmış, başta gıda maddeleri olmak üzere mal ve hizmetlerin fiyatları da 5 katına çıkmıştı. Sabit ücret alan tüm meslekler zaman içinde yoksullaşmaya başlamıştı. Fiyat devrimi Osmanlı İmparatorluğu'nun da ekonomisini, siyasi ve toplumsal hayatını olumsuz etkilemiştir (Demirci, 2020). 16. yüzyılda nüfusun yaklaşık %90'ı kırsal alanda yaşamakta, çoğunlukla tarım ve hayvancılıkla geçimlerini sağlamaktaydılar. Osmanlı Hazinesi gelirlerinde tarım ve hayvancılık önemli yer tutmaktaydı, tarım ürünlerinin %10'unu aşar vergisi, %10 da ağnam resmi (hayvanlar vergisi) olarak alınmaktaydı. Bu vergi İzmir İktisat Kongresi'nde alınan karar ile Türkiye Cumhuriyeti 1923-1929 ekonomi planı doğrultusunda 1925 yılında kaldırıldı. Merkantilizm öncesi, Fizyokrat düşünce iktisadi rahatlamayı tarımsal ürünlerin artmasına bağlamıştır. Avrupa'da sanayileşme çalışmaları yapılırken Osmanlı ekonomisinde hala geleneksel yöntemlerle tarım ve hayvancılık vardı. Kelimenin etimolojisine bakınca "fizyokrat"ın Yunanca kökleri phisis (doğa) ve kratos'tur (güç) yani doğadan gelen güçtür. Doğanın kanunları vardır, insan doğanın bir parçasıdır görüşü benimsenmekteydi. On sekizinci yüzyıl Fizyokratları, klasik iktisadın, Fransız on dokuzuncu yüzyıl ekonomistlerinin ve çağdaş serbest piyasa ekonomisinin öncüleridir. Fizyokratlar genellikle özgürlüğün dostları olarak kabul edilir (Güran, 2019). Fransız toplumu üzerinde 1789 Devrimi'ne yol açan derin bir etkiye sahip olmuştur. Merkantilizme karşı serbest ticareti ve despotizme karşı doğal hukuku savundular. Fizyokratlar, Walras'a ve modern ekonomi mühendisliğine de katkıda

bulunsalar da, Fransız (ve dünya) liberal geleneğine tam anlamıyla uymuşlardır.

Fizyokratlar, François Quesnay tarafından yönetilen, on sekizinci yüzyıldan kalma bir ekonomistler okuluydu. Taraftarları arasında Anne Robert Jacques Marie Turgot, Comte de Mirabeau, Vincent de Gournay ("laissez faire, laissez passer" "bırakınız yapınlar bırakınız geçsinler" ifadesini icat ettiği söylenir), Paul-Pierre Mercier de la Rivière ve Pierre-Samuel Dupont de Nemours vardı. Okulun kökleri, John Locke'ın doğal hukuk yazılarına ve onun sivil toplum için mülkiyet, özgürlük ve güvenliğin önceliğine ve ayrıca Richard Cantillon'ın 1730'larda Genel Ticaretin Doğası Üzerine Deneme'sine dayanıyordu. Fizyokratik yazılar ilk olarak Denis Diderot ve Jean Le Rond d'Alembert tarafından düzenlenen 1756 Encyclopédie'de yayınlandı, ancak okulun genellikle Quesnay'ın 1767 tarihli Physiocratie, ou Constitution Naturelle du Gouvernement, le Plus Avantageux au Genre Humain ile başladığı kabul ediliyor. Fizyokratlar doğal hukukun merkeziliğini, toprağın önemini (altına karşı) ve serbest ticaretin önemini savundular. Bunlar yaygın olarak İngiliz klasik iktisadının, on dokuzuncu yüzyıl Fransız "Economistes"inin ve daha genel olarak çağdaş liberalizmin öncüleri olarak kabul edilirler. Başlangıçta merkantilizm ve korporatizme karşı ekonomik özgürlüğü savunurken, fizyokratlar sonunda politik ekonomi biliminin temellerini oluşturdular. Korporatizm, İngilizce corporation, Latince corpus veya "insan vücudu"ndan türetilmiş görülmektedir. Toplumların refahı için tarım, emek, askeri, iş, bilim veya lonca dernekleri gibi şirket grupları tarafından ortak çıkarlar temelinde örgütlenmesini savunan kolektivist bir siyasi ideoloji olarak tanımlanabilir. Fizyokratlar sadece teorisyen değillerdi, Büyük Catherine ve Büyük Frederick'ten Thomas Jefferson ve Benjamin Franklin'e kadar çeşitli Avrupalı hükümdarları ve Amerikalı reformcuları etkilediler. Fizyokratlara, Voltaire'den Montesquieu'ya kadar diğer Aydınlanma düşünürleri, mahkemeye yakınlıkları, güçlü ve üniter bir hükümet (doğal hukuk tarafından aydınlatılmışsa) çağrıları ve içeriden reforma vurgu yapmaları nedeniyle karşı çıktılar. Fizyokratlar, serbest ticarete ve liberal ekonomiye yaptıkları katkıların ötesinde, toplum incelemesini, ekonomiyi yalnızca ulusların refah bilimi olarak görme eğiliminde olan İngiliz iktisatçılarından daha geniş bir politik ekonomiye doğru ittiler. Quesnay, ekonomik öğretilerini "Genel Maksatlar"ında özetlemektedir. Serbest ticaret daha o yıllarda öğretiler içinde yerini almıştır. Quesnay'ın doğal hukuk yaklaşımı, klasik liberal geleneğe tam olarak uymaktadır. Quesnay'ın makul vergi çağrısı ve serbest ticareti savunması da klasik liberal idealleri destekler. Adam Smith'in "barış, kolay vergiler ve katlanılabilir bir adalet idaresi" gibi basit yönergelerde yer alan refah reçetesi yeniden hatırlanmaktadır (Aydar, 2021). Özetle, Quesnay'ın doğal hukuk teorisi, ardı sıra gelen klasik liberal veya liberteryen mülkiyet vizyonlarıyla büyük ölçüde uyumludur.

O halde, klasik iktisatçıların Fizyokratlara bu kadar hayranlık duymalarına şaşmamalı. Fizyokratların çağdaşı olan Adam Smith çok dahiyane bir sistem olarak söz ederek Fizyokratlara övgüler yağdırmıştır. Bununla birlikte, bu sistem, tüm kusurlarıyla birlikte, belki de, politik ekonomi konusunda şimdiye kadar yayınlanmış olan gerçeğe en yakın yaklaşımdır. Toprakta çalıştırılan emeği temsil ederken tek üretken emek olsa da, aşladığı kavramlar belki çok dar ve sınırlıdır. Yine de ulusların zenginliğini, tüketilmeyen hareketli para zenginliklerinden değil, toplumun emeği tarafından her yıl yeniden üretilen tüketim mallarından ibaret olarak temsil

etmektedir (Çaklı, 2006). Rothbard Fizyokratların teknik ekonomisini kötülese de, ekonomi politikliği ve serbest piyasanın önemi hakkında yararlı iç görüşleri olduğu sonucuna varır. Fizyokratları klasik iktisatçıların öncüleri olarak ve onların Fransız özgürlük geleneğindeki önemini görüyoruz.

Adam Smith onlardan ilham aldı; on dokuzuncu yüzyıl klasik liberal Ekonomistleri (Frederic Bastiat, Jean-Baptiste Say, vb.) onları kahraman olarak görüyordu; Murray Rothbard, onları Avusturya Okulu'nun öncüleri olarak kabul etti. Adam Smith, "gerçek anlamda Politik (Ekonomi)" olarak adlandırılan şeyi, "ekonominin bir dalı" olarak tanımladı. Adam Smith'in ticaret teorisinin modern literatürde üç farklı yorumu vardır: birincisi, neoklasik mutlak üstünlük teorisi; ikincisi, artan getirilere dayalı bir yorum; üçüncüsü, eşitsiz gelişimin bir yorumu. Bu yorumlar, özellikle Smith'in teorisindeki ticaret modelinin gelişimi göz önüne alındığında, çok farklı sonuçlara varıyor. Smith'in çalışmalarının daha ayrıntılı bir analizinden kaynaklanmazlar, ancak uluslararası ticaret teorisindeki değişiklikleri yansıtırlar. Bunların hepsi, iktisatçıların Smith'in teorisine on dokuzuncu ve yirminci yüzyıl düşünce tarzlarını empoze ederek, yazılarını daha sonra geliştirilen teorik çerçevelere zorlamalarından kaynaklanmaktadır. On dokuzuncu yüzyıldaki klasik iktisatçıların aksine, bu sonraki yorumlar Smith'i sonraki teorilerin öncüsü olarak tasvir etmek için onun ticaret teorisini yanlış tanıtmaktadır. Bu nedenle, farklı yorumlar yalnızca uluslararası ticaret teorisinin gelişimi zemininde açıklanabilmektedir (Seyidoğlu, 2020).

Klasik İktisat Okulu 1750 civarında geliştirildi ve ekonominin ana akımı olarak sürdü. 1800'lerin sonlarına kadar ekonomik düşünce. Adam Smith'in Milletlerin Zenginliği adlı kitabı yayınlandı. 1776, Klasik İktisadın resmi başlangıcı olarak kullanılabilir, ancak aslında evrim geçirmiştir bir süre boyunca ve Merkantilist doktrinlerden, Fizyokrasiden, aydınlanma, klasik liberalizm ve sanayi devriminin ilk aşamaları oluşmuştur. Klasik Okulun resmi başlangıcı, Adam Smith'in [1723 - 1790] An Inquiry Into The Nature And Reasons Of The Wealth of Nations [1776] adlı yayını ile başlar. John Stuart Mill'in [1806-1873] kitabı, Ekonomi Politikliğin İlkeleri ve Bazı Uygulamaları 1848'de yayınlanan Social Philosophy, Klasik İktisadın bir sentezi olarak kabul edilebilir. Mill kitabında vergilendirmenin dört ilkesi alıntısı yapmıştır (Haşlak, 2016). Neoklasik İktisat, Klasik İktisadın bir uzantısıdır, ancak sorular ve analiz araçları değişmiştir. Neoklasik düşünce hakimiyetine rağmen, Klasik İktisat devam etti ve modern İktisadı etkilemiştir. Özellikle "Yeni Klasik Ekonomi" "Serbest piyasa"nın etkinliğine olan inanç, hem klasik hem de neoklasik ideolojinin merkezinde yer almıştır. Mill'in kitabının başlığı, ekonominin toplumsal ilişkilerle ilgili daha geniş bir ilginin bir bileşeni olduğu algısının bir göstergesidir. William Stanley Jevons'un [1835-1882] Politik Ekonomi Teorisi [1871], Carl Menger'in [1840-1921] yayımlanmasıyla (Ekonominin Temelleri) [1871] ve Leon Walras'ın [1834-1910] (Saf Politik Ekonominin Unsurları) 1874'te, ekonomi "profesyonelliğe" giden yolu ve perspektifi daraltmayı başlattı.

Adam Smith, okulun yaratıcısı ve lideri olarak kabul edilirken, David Ricardo [1772-1823] okulun şeklini ve yöntemlerini belirlemesiyle itibar edilmelidir. Bu, Thomas Malthus [1766-1834] ve David Ricardo arasında (Tanyeri, 2000). "Mısır Yasaları" ve "Yoksul Yasaları" okulun odak noktasına ve biçimine katkıda bulunmuştur.

Smith, ekonomik büyümenin doğası hakkında endişeliydi. Malt-

hus, Ricardo ve diğer klasik iktisatçılar "dağıtım" sorunuyla ilgilieniyorlardı. Bir önemli klasik iktisatçılar arasındaki tartışma, "fazlalık" veya "bolluk" olup olmadığıydı. Jean Baptiste Say [1767-1832] ve Malthus, fazlanın varlığı ve piyasa ekonomisi üzerindeki etkileri, sorunun iki ana kahramanıydı.

### Klasik Okula başlıca katkıda bulunanlar:

- a) Adam Smith [1723-1790, kurucu] Theory of Moral Sentiments (1759), Wealth Of Nations (1776)
- b) David Ricardo [1772-1823], Ekonomi Politğin İlkeleri ve Vergilendirme Üzerine (1817)
- c) Thomas Malthus [1766-1834], Nüfus İlkesi Üzerine Bir Deneme (1789),

Ekonomi Politğin İlkeleri (1820), Değer Ölçüsü (1823), Ekonomi Politğin Tanımları (1827)

- d) James Mill [1773-1836], Politik Ekonominin Unsurları (1821)
- e) Jean-Baptiste Say [1767-1832], Traite D'economie Politique-Politik Ekonomi Üzerine İnceleme (1803, English 1821)
- f) Nassau William Senior [1790-1864], An Outline Of The Science Of Political Economy- Politik Ekonomi Biliminin Ana Hatları (1836)
- g) Karl Marx [1818-1883], Komünist Manifesto (1848), Grundriss Der Kritik Politischen Ökonomie-Politik ekonomi eleştirisinin ana hatları (1859), Das Kapital (1867)
- h) John Stuart Mill [1806-1873, James Mill'in oğlu], Policy Of Economy (1848)

### Ulusların Zenginliğinin Doğası ve Nedenleri (1776):

i) Kapsamlı, sistematik bir ekonomi teorisi

Değişkenler arasındaki bağlantıları ve ilişkileri gösterir, Tek ögeye odaklanmadı, Bir ekonominin işleyiş modeli gösterir. Sürekli bakım yapılan bir sistemdeki elemanların bağlantıları incelendi, "Sistem nasıl sürekli olarak zenginlik birikimi üretebilir?" Sorusunun cevabı arandı ve serbest ticaretin politika reçetesi sunuldu.

ii) İnsan doğası

Smith'in çalışmalarının çoğuna sosyolojik bir yaklaşım hakimdir. İnsanlar, zaman olarak bize en yakın olan şeylerle ilgilienirler. İnsanlar durumlarını iyileştirmek isterler. Sempatı, kendi çıkarını düşünen davranışları kontrol altında tutar.

iii) Smith hem mikroekonomiyi hem de makroekonomiyi tartışır, bir ekonomik sistemdeki tüm unsurların karşılıklı ilişkilerini açıklamaya ve serbest piyasaların (politikasının) kullanımını haklı çıkarmaya çalışır. Serbest piyasaların doğal güçlerin' işlemesine izin vermesi savunulmaktadır.

iv) Ulusal zenginlik, "bir ülkenin yıllık toprak ve emeğinin mübadele edilebilir değeri" dir.

v) İşbölümü ekonomik büyüme sürecini başlatır ve sermaye birikimi devam etmesini sağlar.

a) İşbölümünün üç faydası

- Beceri ve el becerisinde artış
- İşten işe geçerken zamandan tasarruf edilir
- Yeni makinelerin icadı

b) İş bölümünün sermaye birikimi ve "piyasanın genişliğine" bağlı olması ile işbölümü emeğin verimliliği belirler

vi) Ekonomik büyüme aynı zamanda üretken emeğin üretken olmayan oranına da bağlıdır. Üretken emek, değişim değeri olan somut mallar üreten emektir. Üretken olmayan emek işe yaramaz değildir, sadece mübadele edilecek somut mallar üretmez.

vii) "Değer"

a) Kullanım değeridir

b) Mübadele değeri, Smith mübadele değerine odaklanır

c) Smith'in 4 "fiyatı" vardır

- Gerçek fiyat, bir malın "Zahmet ve onu elde etme zahmeti." "Şunlardan oluşur:

Onun için verilmiş olan hayatın zaruret ve kolaylıkları. "İlkel toplumda emek, diğer toplumlarda üretim maliyeti. Gerçek fiyatlar her zaman "aynı"dır.

- "Nominal" fiyat, ürüne bağlı olarak farklı değerlerdedir. Altın ve gümüşün değeri para miktarındaki fiyattır
- "Piyasa" fiyatı, herhangi bir emtianın satıldığı "gerçek fiyat"tır yaygın olarak satılır. Üstünde veya altında olabilir veya doğal fiyatıyla birebir aynıdır.
- "Doğal" fiyat, "Herhangi bir malın fiyatı kirasını ödemeye yetecek miktardan ne fazla ne eksik toprak, emeğin ücretleri ve mal mevcudunun kârları, Yetiştirme, hazırlama ve pazara sunma işlerinde istihdam edilen, doğal oranlarına göre, emtia daha sonra satılır, doğal fiyatı olarak adlandırılabilir şey için bu dört analiz yapılmıştır.

d) Ücretler

- Usta ve işçi kombinasyonları pazarlık ve sözleşmeye dayalıdır
- Ücret fonu argümanı
- Bir aile ve daha fazla işçi yetiştirmek için gerekli miktar

e) Karlar değişebilir. Ücretler ve karlar ters orantılıdır

- Smith için kârlar faizi içerir
- Azalan sermaye stoku karı artırır, artan sermaye stoku karı azaltır
- Karlar endüstriler arasında eşitlenir

f) Kira bir kalıntıdır

- İyileştirmeler için kullanılabilir [veya kullanılmayabilir]
- Ücretler ve kâr, fiyatın nedenleridir: rant ve sonuçtur
- Verim ve konum dayalı bir diferansiyel rant teorisinin başlangıcıdır

g) Para, öncelikle bir mübadele aracı olarak kabul edilir. Kâğıt para kaynakları korur, altın ve gümüş çıkarmanın zorluğu vardır.

Walrasçı dengenin ve modern ekonomi mühendisliğinin kökünü oluşturan okul içindeki bazı zorlukları kabul etmektedir. İktisat biliminin yapı taşları böyle oluşmuştur.

### Maliyet

Mal ya da hizmet üretiminde sabit ve değişken maliyetlerin toplamı maliyet kavramı içinde yer almaktadır. David Ricardo fırsat maliyeti kavramı üzerinde durmuş ve ülkelerin kolay, hızlı, düşük

işgücü ve hammadde ile üretebilecekleri, satışa arz edebilecekleri mal ve hizmetlerin dış ticarete ülkelere üstünlük getirebileceğini modellemiştir. Türkiye için turizm tam da bu anlamda uzmanlaşabileceğimiz bir sektördür. Öncelikle Türkiye'nin sahip olduğu çevre doğal bir cazibe merkezidir ve sürdürülebilir olması için kirlenmemesi, yok etmemesi gereklidir. Konaklama tesislerinin sürdürülebilir turizm ilkelerine uygun projelenmesi ve Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) hususunda azami dikkat edilmesi ile turizm potansiyeli yüksek coğrafyamız çok uzun yıllar döviz kazandırıcı özelliğini devam ettirecektir. Fizibilite çalışmaları ve iç verim oranı hesaplamaları ile yatırımların uygulanabilir verimlilikte olabileceğine dair finansal yeterlilik farklı turizm ürünlerinin arz edilmesini sağlayacaktır.

Turizm yatırımları öncelikle bina gerektireceği için inşaat maliyetleri takip edilmektedir. Konaklama ve yiyecek içecek sektörlerinde işletme maliyetleri ayrıca planlanmaktadır. Boş zamanların değerlendirildiği, tatil dönemlerinde talep edilen turizm olgusu insanların konfor aradığı bir sektördür. Dört mevsim iklimlendirmenin yapıldığı sektör, özellikle yaz aylarında soğutma ve kış aylarında ısıtma giderleri ve enerji fiyatlarının takip edilmesi gerekliliğini ortaya koymaktadır. Ulaştırma sektöründe özellikle havayollarında Uluslararası petrol fiyatları maliyet oluşturmaktadır. Hizmet sektörü özelliği bol işgücü kullanılmasıdır ki asgari ücret artışları işletme giderleri içinde her yıl yükselen bir pay almaktadır. Yeme içme sektöründe maliyet esas olarak gıda fiyatları ile doğru orantılıdır. Konaklama sektöründe odalar genellikle BB (bed&breakfast) oda ve kahvaltı dahil olarak satılmaktadır. Ülkemizde ayrıca her şey dahil oda satışı alınmaktadır ki bu üç öğün yemek ve bazı konaklama tesislerinde 24 saat yiyecek ve içecek sunulmasını gerektirmektedir.

Her firma gibi turizm firmaları da finansman ihtiyaçları için bankalardan kredi kullanmaktadır. İlk yatırım için, işletme masrafları için ya da kapasite artırım, ve yeni yatırımlar için para ihtiyaçları olmaktadır ki bu da paranın bedeli olan faiz kavramını gündeme getirmektedir. Yüksek faiz yüksek para maliyeti, düşük faiz düşük para maliyeti demektir ve faizlerin düşük olduğu dönemlerde yeni yatırımlar (ceteris paribus) diğer tüm unsurların değişmediği durumlarda artacaktır ve üretimdeki artış ülke büyümesine de katkıda bulunacaktır.

Türkiye gıda ithal eden bir ülke durumundadır. ABD Dolarının Türk parası karşısında değerinin artması aynı zamanda gıda fiyatlarının da yükselmesine neden olmaktadır. Balık ve deniz ürünleri, işlenmiş meyve ve sebze, atıştırmalık gıda, süt ve süt ürünleri, et, buğday ve ayçiçeği yağı ithal etmektedir. İthalatta, 2023 Ocak-Nisan döneminde ara mallarının payı %76,0, sermaye mallarının payı %12,8 ve tüketim mallarının payı %11,1 olmuştur (TÜİK, 2023).

### Para

Para gücünü kanundan aldığı için Aristo parayı Nomisma olarak isimlendirmiştir. Kaydi para banka hesapları üzerinden elektronik ortamda yürütülen ve tedavüle sürülen paradır (Çetin, 2018).

Para arzının genişlemesi çeşitli parasal aktarım mekanizmaları sonucu bir zaman sonra toplam talepte bir yükselişe sebep olmaktadır. Toplam arz yeterince genişlemez ise arz eğrisindeki eğime göre fiyatlar genel düzeyine yukarı yönlü bir baskı olacaktır. Bazı ürünler kısa dönem içinde üretilebilmekte, bazı mal ve

hizmetler orta dönem içinde üretilebilmekte olmasına rağmen turizm işletmeleri sayısının yeni yatırımlar ile kısa dönem içinde artamayacağı ve yeterince kapasite artışına gidemeyecekleri varsayımı altında arz yetersizliği oluşacaktır. Para miktarındaki yükseliş gelir dağılımını değiştireceği gibi, hane halkının gelirlerinde bir artış oluşacaktır ve bu artan gelir farklı mal ve hizmetlere talep oluşturacaktır. Gelirin harcanmayan kısmı tasarruflar ve ülkemizde tasarruf eğilimi diğer ülkelere nispeten yüksek değildir. Ülkemizde memur maaşlarındaki artış ve asgari ücretlerdeki artış bir dönem sonra fiyatlara artış yönünde baskı yapacaktır. İşçilik ücretlerindeki artışla ayrıca mal ve hizmetlerin üretim maliyetleri yükselecektir. M1 ve M2 para arzı ile özel bankaların kredi hacmi genişlemesi esas olarak bir dönem sonra fiyatların yükselmesine yol açabileceği beklentisi yaratacaktır.

Turizm sektöründe yüksek bir rekabet vardır, birçok turizm çeşidi detayda farklılık göstermesine rağmen esasında birbirlerini ikame etmektedirler. Deniz kum güneş amaçlı tatil programı yapan yabancı turist Akdeniz çanağında benzer ürünler arz eden birçok Akdeniz ülkesi bulabilmektedir. Fiyat turizm sektörü için çok yüksek bir karar verme kriteridir. Turizmin talebinin fiyat esnekliği yüksektir. Benzer turizm ürünleri arz eden ülkelerdeki düşük bir fiyat değişimi sonucu görece yüksek talep değişimleri oluşabilmektedir.

Mukayeseli üstünlük teorisini Ricardo esasında öncelikle sanayi ürünleri için örneklendirmiştir lakin hizmet sektörü için de uyarlanabileceği hususu ülkemiz için bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Farklı mevsimlerin farklı coğrafyalarda yakın zaman dilimlerinde görülebildiği ülkemiz üç tarafı denizlerle çevrili olduğu için uzun sahil şeritleri ve yat turizmi için elverişli olduğu kadar dağlarda kış turizmi, nehir ve göllerde farklı etkinlikler yapılabilmektedir. 81 ilde birbirinden farklı ve her biri ayrı ayrı görece üstünlükleri olan turizm çeşitleri yapılabilmektedir. İstanbul ve Antalya başlı başına birer dünya markasıdır. Kültür turizmi dört mevsim 12 ay yapılabilmektedir. Gastronomi her yörede ayrı bir cazibe yaratabilmektedir.

### Para Politikası ve Faiz Politikası

Küresel parasal koşullar genellikle emtia fiyatlarının oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Özellikle ABD para politikası ile emtia fiyatları arasındaki ampirik ilişkiyi araştırıldığında para politikasının emtia fiyatları üzerinde bir etkisi olduğu görülmektedir (Anzuini vd., 2012). Pandemi döneminde genişleyici ABD para politikası ile enflasyon Haziran 2022'de %9,1 ile tepe noktasına gelmiştir. Haziran 2023'te açıklanan enflasyon verilerine göre Mayıs 2023'te % 4 seviyesine düşürülebilmektedir.

ABD Enflasyonu 2019 yılı süresince ve 2020 yılı ilk aylarında %2 civarında iken pandemi ile %1 düzeyine gerilemiş 2021 ortalarından sonra %2 üst seviyesini kırarak % 3 ve %4'leri aylar içinde geçmiştir. Haziran 2022 tarihine gelindiğinde %9,1 ile maksimum seviyelerine ulaşmıştır.

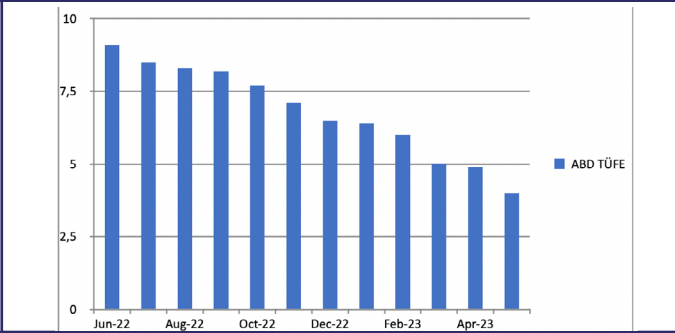
Dünyada emtia fiyatı ABD doları cinsinden belirlenmektedir. Ülkeler petrol, doğal gaz, maden, gıda vb. ürünler atın alırken ve satarken ABD doları ile fiyatları belirlemektedirler. ABD enflasyon oranı yükselirken tüm dünyada fiyatları yukarı çekmektedir.

Dolar endeksi yukarı giderken emtia fiyatlarında aşağı yönde hareket beklenmektedir. Dolar endeksi zayıflayınca ise fiyatların yukarı çıkabileceği beklentileri güçlenmektedir. Dolar endeksi ABD



Grafik 2

ABD Tüfe (Haziran 2022-Mayıs 2023)



Açıklama notu. U.S. Bureau Of Labor Statistics, 2023, <https://www.bls.gov/opub/mlr/2023/home.htm> kaynağından alınmıştır.

dolarının dünyadaki diğer ülkelerin para birimleri karşısında seviyesini ölçmek için kullanılan bir endekstir. Bu endeks 1973 yılından itibaren kullanılmaya başlanmıştır. ABD Merkez Bankası Fed tarafından dünya emtia fiyatlarını belirleyen doların dış ticarete önde giden ülkelerin para birimleri ile dış ticarete kullanılan ağırlıklandırılmış ortalaması alınarak değer ölçüsü olması için geliştirilmiştir. Dolar, ülkelerin paraları karşısında değer kazandığında dolar endeksi yükselir, değeri düştüğünde ise dolar endeksi azalmaktadır. Endeksin hesaplanabilmesi ekonomisi güçlü altı ülkenin para birimi sepet içinde kullanılır. Şöyle ki sepet % 57,6 avro; % 13,6 Japon yeni; % 11,9 sterlin; % 9,1 Kanada doları; % 4,2 İsveç kronu; % 3,6 İsviçre frangından oluşmaktadır. Dolar endeksi 2018- 2022 yılı ortalarında 90 ile 100 arasında dalgalanırken, Eylül ve Ekim 2022'de 112 seviyesini geçmiş ve çok değerlenmiştir. Haziran 2023'te 102 civarına gerilemiştir. AB para birimi avro'nun faizi dolar endeksinin seviyesini belirlemede önemli etkisindedir. Haziran 2023'te Avro ABD Doları paritesi de 1,09 civarına yükselmiştir.

ABD dolarının değeri dünya emtia fiyatlarını belirlerken, AB para birimi avronun faizi avro dolar paritesini ve dolar endeksinin belirler. AB merkez bankası başkanı faiz arttırmaya kararlılıkla devam edeceğini ifade etmektedir. 15 Haziranda avro faizini 0,25 daha arttırmıştır ve 8 aydır sürekli arttırarak %4 seviyesine getirmiştir. ABD Dolarının faizi oranı %5-5,25 seviyesindedir.

### Emisyon Hacmi

Türkiye'de 2022 yılında emisyon hacmi, 232 milyar TL seviyesinden kademeli şekilde artarak yıl sonunda 342 milyar TL seviyesine ulaşmıştır ki bu %45'lik bir artışı göstermektedir. Son 10 yıllık dönemde yıl sonu itibarıyla emisyon hacmi yıllık ortalama yüzde 19 artmıştır. Mal ve hizmet fiyatlarındaki yükselişi esas olarak piyasaya çıkan para tetiklemede olduğunu ileri süren iktisatçılar vardır. Mayıs 2023 Türkiye Tüfe yıllık artış %40 civarında olduğu göz önüne alındığında enflasyonun yükselmesi beklenebilir.

ABD geniş tabanlı para arzı (M2), 2016 yılı başlarında 12 trilyon dolar seviyesinden 2020 yılına kadar 15 trilyon dolara gelmiştir. Bu dört yılda %25 artışı göstermektedir. 2020 yılı başlarından pandemi sonrası bir sene içinde % 25 artış ile 15,3 trilyon dolardan 19,2 trilyon dolara yükselmiştir. Bu para emisyon hacminin artışı bir süre sonra mal ve hizmet fiyatlarında artışı beraberinde getirerek ABD Tüfe oranını %2 den %9 üzerine kadar yükselmesini

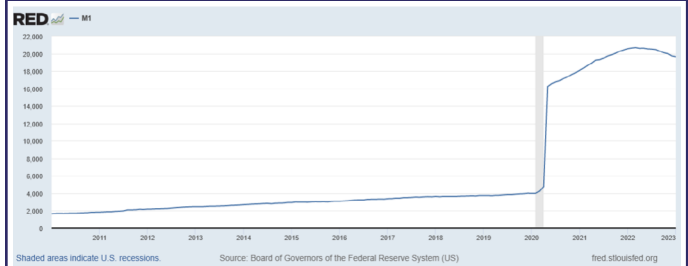
esas sebebi olarak görülebilir. 2023 yılında üretimin yavaşlaması ve sonra da üst üste üç çeyrek düşmesi resesyona girildiğini göstermektedir. Avrupa ve Çin'de de üretim düşmesi görülmektedir. Tüm dünyada genel bir üretim yavaşlaması ve düşmesi beklenmektedir. Emisyon hacminin daraltılması ile birlikte faiz oranlarının yükseltilmesi talep daralmasının üretim düşüşünün sebepleri olarak ifade edilebilir. Turizm sektöründe ithalata dayalı maliyet unsurlarında dışarıdan kaynaklanacak yükseliş sınırlı kalacağı söylenebilir. Maliyet artırıcı etken ülke içinde döviz kurlarındaki artış olarak takip edilmektedir.

### Döviz

Yabancı ülke parasıdır. Dünyada emtia fiyatları ABD Doları cinsinden hesaplanmaktadır. ABD Dolarının endeksi 2023 yılı Mart ayı başlarında 105 üstünde seyretmektedir. FED Şubat 2023 politika faiz oranı %4,5-%4,75 aralığına yükseltmişti. Sıradaki toplantı 21-22 Mart 2023 olacaktır. ABD politika faiz oranını TÜFE, ÜFE ve istihdam verileri ile birlikte diğer ekonomik göstergelere göre şekillendirmektedir ve son beş toplantıda sürekli faiz oranlarını arttırmaktadır. FED M1 2020 yılında 4 trilyon ABD Doları seviyelerinden 2022 yılında 20 trilyon ABD Doları seviyelerine genişleyince, piyasaya sürülen bu paralar ülke ekonomisinde enflasyona sebep olmuştur (FRED, 2023).

Şekil 1

FED M1 Para 1.1.2010- 1.1.2023



Açıklama notu. FRED, 2023, <https://fred.stlouisfed.org/series/M1SL> kaynağından alınmıştır.

Şekil 1'de görüldüğü üzere ABD Merkez Bankası FED 2020 yılında M1 parasal tabanı 4 Trilyon ABD Dolarından önce 18 Trilyon ABD Dolarına ve sonrasında 22 Trilyon ABD Doları seviyelerine yükseltmiştir. ABD enflasyon oranlarındaki yükselişin esas sebebinin bu para arzı olduğu görülmektedir. Bir dönem sonra para arzındaki genişleme piyasaya nüfuz etmekte ve talebi arttırmakta fiyatlara yükseliş yönde bir baskı oluşturmaktadır. Bu dönem MV=PQ Fisher denklemi ile gözlenebilir. Bu formülde M para arzıdır, V hızdır (yılda ortalama doların harcanma sayısı), P mal ve hizmetlerin fiyatıdır ve Q mal ve hizmetlerin miktarıdır.

Amerika Birleşik Devletleri enflasyonu 1980'li yıllardan sonra en yüksek seviyelere gelmiştir.

ABD hızlı faiz artışı, bazı bankalar kendilerini ayarlayamamışlardır; bankalar %1 civarında satın aldıkları 5 ve 10 yıllık hazine tahvilinin piyasa fiyatları faiz artışı ile paralel düşünce bilançolarında zarar yazmışlardır. FED bankacılık sektörünü hazırlamak için ön konuşmalar yapmıştır. Faizlerin yükseleceğini ifade etmiştir.

### Döviz Kuru İthalat İhracat Dengesi

Kendi kendine yetemeyen ülkelerin ekonomileri, ithalat yapmaya

zorunlu olan ülkelerin, cari açığı olan ülkelerin ekonomilerinin döviz ihtiyacı oluyor. Bu ihtiyaç duyulan dövizlerin bu ülkelere gitmesi için uygun piyasa şartları oluşması gerekmektedir. Bir çok ülkede örneğin Afrika'da uygun bir ortam bulunmamaktadır. Özellikle 2022 den sonra bu döviz ihtiyacı ve uygun olmayan piyasa şartları artarak devam etmektedir. Sıkı para politikaları, paranın merkezine, FED'e doğru gitmesine, ABD'ye kaçmasına doğru gitmektedir. Yüksek faiz ortamında ABD tahvillerine doğru gitmektedir. Tanzanya gibi bazı Afrika ülkelerinde dış hat uçakları iptal edilmiştir. Döviz olmayınca günlük hayat ve yaşam kalitesi bu yöne doğru evrilmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, kırılğan olan ekonomilerinde yani cari açığı olan ekonomilerde etkisi daha yüksek olabilmektedir. Örneğin Arjantin, Venezüella, Lübnan, İran, Sri Lanka merkez bankaları iflas açıklamasına kadar giden, döviz mevduatların ödenemediği durumlara düşmüşlerdir. Döviz hesapları dondurulmuş, bankadaki paralar yerel ülke parası cinsine çevrilme zorunluluğu dahi getirilebilmiştir. Dış ticaret açığının iktisadi kırılğanlıklar devamında da jeopolitik risklere de kapı açtığı unutulmamalıdır.

Dünya'da kredi arz edecek ülkelerin ve kurumların sayısı günden güne azalmaktadır. Dövizin arz yönünde bir daralma devam etmektedir.

15 Eylül 2008 Lehman Brothers iflası, geride dünyada önemli bir ekonomik yıkım bırakmıştır ve birçok yatırım şirketi ve banka iflas etmiştir. Krizi durdurmak için ABD kongresi 700 milyar dolar kurtarma paketi açıklamış fakat krizin tüm Amerika'yı sarmasını ve Avrupa'ya sıçramasını önleyememişti. Avrupa'da da bir çok banka ve şirket iflasını açıklamıştı. 2008 ekonomik krizi olarak anılan bu olayın etkilerinin boyutu kimi çevrelerin 1929 buhranı ile kıyasladığı bir büyüklükteydi. 2008-2012 yılları arasında büyük bir resesyon yaşandı. Resesyondan çıkabilmek için Amerika tarihi boyunca bastığı paranın dört katını basmak zorunda kaldı. Bu parayı düşük faizle dünyaya dağıtmış, dünyayı borçlandırmıştı. 2008-2012 arasında dünyada bolluk yaşandı. 2012 sonrası borçların geri ödeme vakti gelmişti, birçok ülkede kur krizi yaşandı. Esas problem artan finansal riskin geç fark edilmesi ve önlemlerin yetersiz alınmasıydı. 2018 yılı borç krizi, 2019 yılı Çin'deki emlak krizi ve sonrasında Pandemi dönemi ve kapanan ekonomiler, 2020 yılında basılan karşılıksız paralar ve dağıtılan paralar ve sonucunda gelen yüksek enflasyon. Enflasyonla oluşan yüksek maliyetler. Dünya'da doğal-gaz fiyatlarında ve tarım ürünleri fiyatlarında gözlenen yükselişler. ABD ve AB faiz yükseltme kararlarını geç vermiştir, bu durum da ekonomilerine zarar vermiştir.

**Tablo 2**

*Türkiye Ödemeler Dengesi (MLYR ABD Doları)*

	2020	2021	2022	2023 *
İhracat	168,4	224,7	253,4	209,9 *
İthalat	206,3	253,9	343,1	303,8*
Dış Ticaret Dengesi	-37,9	-29,2	-89,7	-93,9*
Cari İşlemler Dengesi	-36,8	-14,5	-48,8	-51,1*

*Açıklama notu.* TÜİK, 2023, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=dis-ticaret-104&dil=1> kaynağından alınmıştır. .

Tablo 2'de dış ticaret verileri incelendiğinde 2022 yılında 89,7 milyar ABD Doları dış ticaret açığı olduğu fakat içinde turizm gelirlerinin büyük oranda olumlu etkisiyle döviz kazandırıcı işlemler sonucu cari açığın 48,8 milyar ABD Dolarına düştüğü görülmektedir. 2023 yılı Ocak-Ekim verilerine göre dış ticaret açığının ve cari açığın bir miktar daha kötüleştiği izlenmektedir.

### **Reel Efektif Döviz Kuru Paritesi**

Yi-ÜFE Bazlı Reel Efektif Döviz Kuru (2003 =100)

Reel Efektif Döviz Kuru, Türk Lirası'nın satın alma gücünde olan değişimleri daha gerçekçi olarak ortaya koyan bir veridir. Reel efektif kurun artışı Türk Lirası'nın değer kazandığını, Türk mallarının yabancı mallar cinsinden fiyatının arttığını göstermektedir. Türkiye'nin döviz kurunun reel kuru, yani enflasyon çıkarılmış, ÜFE çıkarılmış halidir; dış ticarete üretici fiyatını kullanıldığı için üretici fiyat endeksi esas alınmaktadır. 2021 yılı sonunda TL değer kazanmaya başlamıştır (65→→90) ithalat nispeten ucuz olmaktadır, 2023 yılı içinde artmaya devam etmektedir. Reel efektif döviz kurunda yükseliş artışlar TL'nin reel olarak değer kazandığını göstermektedir. Reel efektif döviz kurundaki düşüşlerde TL reel olarak değer kaybetmektedir. Kısaca reel döviz kuru arttığında dış rekabet gücü azalmaktadır ihracatın azalmasını ve yabancı turistlerin daha az talep edeceği öngörülebilir çünkü görece pahalı ürünler oluşmaktadır. Reel döviz kuru düşmüş ise dış rekabet gücünde artış olmaktadır.

### **Dış Borçlar**

Cari açık 50milyar ABD Doları Ocak 2022- Ocak 2023

**Tablo 3**

*Türkiye'nin Dış Borç Stoku 2020-2023 (MLYR ABD Doları)*

	2020	2021	2022	2023 *
Türkiye'nin Dış Borç Stoku	432,9	442,6	442,9	442,9

*Açıklama notu.* TCMB, 2023, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Odemeler+Dengesi+ve+Ilgili+Istatistikler> kaynağından alınmıştır.

Tablo 3 incelendiğinde 2023 Ocak verilerine göre kısa dönemde ödenmesi gereken dış borçlar, yaklaşık 200 milyar ABD doları civarındadır, toplam dış borç stoku 442,9 milyar ABD Dolarıdır (TCMB, 2023).

Türkiye ekonomisi ihraç ettiği ürünleri %70 ve daha fazlasını ithal etmek zorundadır. Yurt dışından hammadde ve yarı mamul ithal etmeden ihraç ettiği malları üretmez durumdadır. Dışa bağımlılığımız ayrıca enerji için de çok üst düzeylerde. Petrol ve doğal gaz ithali ithal ürünler arasında üst sıralardadır. Her ay ortalama yaklaşık 8-10 milyar ABD Doları ithalat yapılmaktadır. Türkiye ekonomisi ihraç ettiği ürünleri %70 ve daha fazlasını ithal etmek zorundadır. Yurt dışından hammadde ve yarı mamul ithal etmeden ihraç ettiği malları üretmez durumdadır. Dışa bağımlılığımız ayrıca enerji için de çok üst düzeylerde. Petrol ve doğal gaz ithali ithal ürünler arasında üst sıralardadır. Her ay ortalama yaklaşık 8-10 milyar ABD Doları ithalat yapılmaktadır.



## 2. Türkiye'nin Turizm Sektöründeki Üstünlükleri

Hizmet sektörü olarak sınıflandırılan turizm birçok ekonomist açısından inkâr edilemez bir şekilde ülke ekonomisi için önemlidir. Bu nedenle bazı iktisatçılar hizmetler sektörünün büyümesinin, tarım ve sanayiye olan talebin ve dolayısıyla ekonomik büyümenin turizm sektörü aracılığıyla sağlanabileceğini savunmaktadır. Uluslararası turizm faaliyeti, cari hesabın önemli bir bölümünü oluşturmaktadır. Dış ticaretin serbest olduğu makroekonomi modelinde değerlendirildiğinde, Türkiye'de dış aktif turizmin (Uluslararası turizmin) ödemeler dengesi ve aynı zamanda Gayri Safi Yurtiçi Hasıla üzerinde ağırlığı olacağı görülür. Sektör olarak turizmin dış ticaret dengesizliği sonucu oluşabilecek ekonomik istikrarsızlığın giderilmesi için ekonomi politikası belirleyicileri tarafından geliştirilmeye değerdir. Turizmin reel ekonomik faaliyetler üzerindeki etkisinin cari açığı azaltma etkisi olabileceği gibi, Gayri Safi Yurtiçi Hasıla üstünde de direkt olarak etkileri olabilir.

Tarihsel süreç içinde insanlar yaşamlarına devam edebilmek için ihtiyaçlarını gidermek zorunda oldukları gerçeği ile yüzleşmişlerdir. İnsanoğlu avcı ve toplayıcı olduğu tarih dönemlerinde buldukları coğrafya'da av hayvanları ve sebze, meyve gibi bitkisel yiyecekler tükendiğinde farklı bölgelere gitmek durumunda kalmışlardır. İşte seyahat olgusu insanın atalarından kalan kadim bir bilgidir. Tarım ürünlerini ekmeyi, yetiştirmeyi keşfettiklerinde toprak verimli ve iklim müsait olduğunda yerleşik hayata geçmişler böylece yerleşim yerleri meydana gelmiş, kültür varlıkları oluşturulmuştur. Yerleşik hayat ile birlikte şehirler ve medeniyet oluşmaya başlamıştır. Hayvanların evcilleştirilmesi etinden, sütünden, yününden faydalanma ile toprağın ve iklimin müsait olmadığı durumlarda göçebe hayat devam etmiş, bazen sadece sıcaklarda ve soğuklarda, yaz ve kışları belirli coğrafyalara gidilmiştir. Çadır kültürü yaşanan mekânın kolayca taşınabilmesi ve tekrar kurulabilmesine imkân verdiği için kültürel genlerimize işlenmiştir. Kamp turizmi esasında farklı bölgelere gidip çadır hayatı yaşama üzerine olan bir turizm türüdür. Ayrıca trekking ve dağcılık uzun yürüyüşler ve zor doğa şartlarına, aşırı yükseltilerin olduğu dağlara tırmanabilme becerisinin günümüzdeki karşılığıdır.

Maslow'un ihtiyaçlar teorisinde insanların fizyolojik ihtiyaçlarını giderdiklerinde, güvenlik gibi, sırayla diğer ihtiyaçlarına odaklanabildiklerini ifade etmiştir fakat Rojas vd. makalesinde, kişilerin alt düzey ihtiyaçlarını neredeyse tamamen tatmin edene kadar diğer ihtiyaçları dikkate almaya motive olmadıkları şeklindeki argümanı desteklemeyen bulgulara ulaşmışlardır. Bazı alt düzey veya temel ihtiyaçların (fizyolojik olanlar gibi) tam tatminine odaklanmak yerine, yaşam tatmini açısından en iyi strateji, birçok farklı ihtiyacı kademeli olarak gidermek, denge kurmak gerçek hayata daha yakın olduğu ileri sürülebilmektedir (Rojas vd., 2023). Bu bağlamda turizme katılma her yaştan, her gelirden insanın talep edebileceği bir ihtiyaç olduğu söylenebilir. Türkiye her yaştan, her gelirden, farklı turizm türlerini birlikte arz edebilen bir coğrafyaya, iklime, tarihi ve kültürel potansiyele ve gastronomiye sahip olması sebebiyle göreceli olarak düşük maliyetler turistik mal ve hizmet arz edebilmektedir.

Görenek görenek öğrenmektir. Türk kültüründe misafirperverlik vardır ve tanrı misafiri kavramı oluşmuştur. Bir sonraki kuşak, atalarının yaşayış ve davranış biçimini görmekte ve öğrenmektedir.

Hizmet sektöründe misafirperverlik, yabancılara karşı iyi niyet ve düşmanca davranışta bulunmamak ayrı bir üstünlük ölçüsüdür. Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler konaklama tesisi içinde ve dışında hissettikleri rahatlık ve iyi davranış sonucu her biri ayrı ayrı olumlu reklam yapmaktadırlar, ülkelerine döndüklerinde sosyal çevrelerine memnuniyetlerini anlatmaktadırlar. Memnuniyet kişisel bir algıdır, yabancı turistler mal ve hizmetlere ödedikleri paranın karşılığını ve daha fazlasını aldıklarını düşündüklerinde bu alışverişten hoşnut kalacaklardır. Farklı gelir gruplarına arz edilen 1 yıldızlı, 2 yıldızlı, 3 yıldızlı, 4 yıldızlı otellerin yanı sıra belediye belgeli oteller ve farklı sınıflamalardaki konaklama tesisleri vardır. Her gelir grubundaki turistlerin ödedikleri paranın karşılığını aldıklarında olumlu hissedeceklerdir ve etrafındakilere tavsiye edeceklerdir.

Ülkemizin coğrafi konumu Avrupa, Asya ve Afrika'nın geçiş yolları ortasında olması doğal bir avantajdır. Bu üç kıtadan havayolu ile saatlerle ölçülebilecek çok kısa sürelerde Türkiye'ye ulaşabilmektedirler. Akdeniz'den ve Karadeniz'den denizyolu ile ulaşım vardır. Demiryolları ile Anadolu'nun 7 bölgesine gidilebilmektedir. Yurt dışından demiryolu ve karayolu bağlantıları vardır, kısa aralıklarla mola yerleri vardır. Tarihsel süreçte Tarihi İpek yolu ve Baharat Yolu Osmanlı İmparatorluğu sınırları içinden geçmekteydi, hanlar ve kervansaraylar ile bu topraklarda yaşamış insanların seyahat sektörüne tanışıklıkları vardır. Akdeniz ve Ege denizi sahillerinde bulunan uzun kumsalları deniz-kum-güneş olarak adlandırılan turizm çeşidine imkân vermektedir. Ülkemizdeki 81 ilin ve yüzlerce ilçenin ayrı ayrı turizm potansiyeli vardır, yörenin kültürü ve yöresel yemekler başka yerlerde bulunmamaktadır.

### Coğrafya

Türkiye'nin dünyadaki konumu sadece üç kıtanın ortasında ve binlerce yıldır geçiş yollarının kesiştiği yerde olmasının ötesinde ılıman iklim kuşağında olması turizm potansiyelinin kaynağını oluşturmaktadır. Kuzeyinde Karadeniz, Marmara Denizi, Batısında Ege Denizi ve Güneyinde Akdeniz olan coğrafya, dört mevsimde uygun iklim koşullarına sahiptir. Karadeniz Bölgesinde denize paralel dağları, Ege bölgesinde denize dik olarak uzanan dağları farklı yükseltileri ile eko turizmin değişik çeşitlerinin yapılmasına imkan vermektedir. Doğa turizmi ürünleri, bulunduğu coğrafi özelliklere ve potansiyeli dikkate alınarak uzun dönemli strateji planları yapılmaktadır. Bu bağlamda 2017 yılında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) tarafından "Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Yılı" ilan edilmiş, turizm destinasyonları kapsamında bölgesel ekoturizm ve doğal kaynaklar teşvik edildiği için göller, akarsular ve dağlar turizmin çeşitlendirilmesinde dikkate alınabilir. Balaguer ve Cantavella-Jorda'nın (2002) kaynağını turizmden alan kalkınma hipotezi (Turizm Led Growth Hypothesis) ile DTÖ (United Nations World Tourism Organisation) (UNWTO, 2023) sürdürülebilir turizmin kalkınma için dikkate alınması görüşü birbirini desteklemektedir.

Tablo 4'te görülebildiği gibi turizmin on iki aya, 81 ile çeşitlendirilmesi amacıyla eko turizm bağlamında göller, akarsular ve dağlar büyük potansiyele sahiptir. Yukarıdaki tabloda başlıca coğrafi zenginliklerimiz sunulmuştur.

### Akdeniz Bölgesi

Bölge genellikle engebeli ve dağlıktır. Toros dağları doğudan

**Tablo 4**

*Türkiye'nin Gölleri, Akarsuları ve Dağları*

1000 üstü	Kızılırmak, Fırat	3.700 üstü 1.500	Van Tuz	5.130 üstü 4.050-4.150	Büyük Ağrı Uludoruk
825	Sakarya	650 üstü 460 üstü	Beyşehir Eğirdir		Buzul(Cilo) Süphan
500-600 arası	Seyhan, Aras, Dicle Yeşilırmak, Ceyhan	300-350 160-200	Akşehir İznik Burdur	3300-4000	Erciyes Küçük Ağrı Tendürek
400-500 arası	Porsuk, Çoruh	120-155	Kuşgölü Acıgöl		Mercan Kaçkar
320	Kelkit		Ulubat Eber	2900-3270	Hasandağı Palandöken

*Açıklama notu.* Özgüç, N., 2017, Turizm coğrafyası (9. baskı). İstanbul: Çantay Kitapevi; Türkiye Fiziki Atlası, 2023, <https://www.harita.gov.tr/urun/turkiye-fiziki-haritasi/193> kaynaklarından uyarlanmıştır.

batıya kıyıya paralel olarak uzanır ve yüksek platolar oluşturur. Toprakların yaklaşık dörtte üçünde dağlar ve platolar vardır.

Manavgat Şelalesi Manavgat Çayı üzerindedir. Yüksekten dökülen sular ve etrafın yeşilliği turizm cazibesi oluşturmaktadır.

Eğirdir Gölü Isparta il sınırları içindedir. Türkiye'nin en büyük dördüncü tatlı su gölüdür ve uzunluğu 50km derinliği 14m civarındadır. Göl içinde Yeşil Ada ve Can Adası vardır. Balık avcılığı, su sporları, rüzgar sörfü, yüzme, trekking, yamaç paraşütü ve karavan turizmi gibi aktiviteler yapılmaktadır.

Lavanta Vadisi Isparta'nın Keçiözü ilçesinde bulunur. Görsel renk şöleni ve lavanta kokuları ile kendine özgü bir destinasyondur.

Dim Çayı ve Damlatış Mağarası Alanya ilçesindedir.

Salda Gölü Burdur İli Yeşilova İlçesine 4km uzaklıkta yer almaktadır. Derinliği 180m uzunluğu 44km civarındadır. Gölün üzerinde yaz aylarında yedi ada ortaya çıkmaktadır, sazan balıklarının çok olduğu görülmektedir.

### **Ege Bölgesi**

Akbük koyu Muğla ilinin sınırları içerisindedir. Yat turizmi için uygundur.

Datça ilçesi Ege denizinin Akdenize yakın yerindedir. Sodalı gölü ve plajları vardır.

Köyceğiz'de Köyceğiz Gölü, Toparlar Şelalesi, Sandras Dağı (Kartal Gölü), Sultaniye Kaplıcaları, Ekincik Koyu ve Plajı vardır.

Bodrum'un plajları Orak adası, Bodrum Yalı Çiftlik Plajı, Kargıcak Koyu, Bitez, Akvaryum Koyu, Akyarlar, Göltürkbükü, Cennet Koyu, Torba Plajı, Güvercinlik

Akdeniz bölgesi ve Ege bölgesi deniz kum güneş üçlüsünün en fazla talep gören destinasyonlarıdır. Antalya başlıbaşına bir dünya markası olmuştur. Uzun yıllar boyunca Türkiye turizm

talebi yaz turizmi ve deniz turizmi olarak şekillenmiştir. Turizmin çeşitlendirilmesi 81 ile ve 12 aya yayılması hedeflenmektedir. Kültür turizmi, spor turizmi, gastronomi ve kongre turizmi diğer talep gören turizm çeşitleridir ki İstanbul ayrıca bir dünya markasıdır.

**Tablo 5**

*UNESCO Dünya Kültür Mirası Listesi Türkiye*

Şehir	Listeye Giriş Yılı	Doğal Kültürel Varlık
Neveşehir 1985	Kapadokya ve Göreme Milli Parkı	
Sivas 1985	Divriği Ulu Camii ve Darüşşifası	
İstanbul 1985	İstanbul'daki Tarihi Yerler	
Çorum 1986	Hattuşaş; Hitit Başkenti-Boğazköy	
Adıyaman 1987	Nemrut Dağı-Kahta	
Denizli 1988	Pamukkale ve Hierapolis Milli Parkı	
Muğla 1988	Ksantos-Letoon Fethiye	
Karabük 1994	Tarihi Safranbolu Şehri	
Çanakkale 1998	Truva Antik Kenti	
Edirne 2011	Selimiye Camii ve Külliyesi	
Konya 2012	Neolitik Dönem Çatalhöyük Kalıntıları	
Bursa 2014	Cumalıkazık Köyü	
İzmir 2014	Bergama Antik Kenti	
Diyarbakır 2015	Diyarbakır Surları ile Hevsel Bahçeleri	
İzmir 2015	Efes Antik Kenti	
Kars 2016	Ani Arkeolojik Alanı	
Aydın 2017	Aphrodisias	
Şanlıurfa 2018	Göbekli Tepe	
Malatya 2021	Arslantepe Höyüğü	

*Açıklama notu.* UNESCO Türkiye Millî Komisyonu, 2023, <https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCnya-Miras%C4%B1-Listesi> kaynağından alınmıştır.

Tablo 5'te olduğu gibi Türkiye'de UNESCO Dünya Mirası Listesine 19'ü girmiştir. Dünya çapında koruma altına alınan, UNESCO tarafından belirlenen ve 195 üye devlet tarafından korunan tarihi eserler ve siter, kültür amaçlı yapılan turizm kapsamında önem arz etmektedir. Kültür varlıkları listesine Türkiye'den 1985 yılından itibaren dahil olan ve son beş yılda 2017 yılında Aphrodisias (Aydın), 2018 yılında Göbekli Tepe (Şanlıurfa) ve 2021 yılında Arslantepe Höyüğü (Malatya) UNESCO Dünya Kültür Mirası ilan edilmiştir.

### **Akdeniz Bölgesi**

Antalya'da Side antik şehri vardır. Milattan önce yedinci yüzyılda inşa edilmiştir ve deniz ile iç içedir.

Alanya Kalesi tepede inşa edilmiştir ve yukarı yürürken aynı zamanda trekking aktivitesi de yapılmış olur.

Kaş ilçesi plajlarında da deniz turizmi yapılmaktadır.

Kaleköy, Kaş ve Demre ilçeleri arasında Kekova olarak anılan yerdedir. Simena Antik Şehrinde kayalara oyulmuş 300 kişilik tiyatro vardır.

Kızkalesi Mersin'de bulunmaktadır. Erdemli ilçesine yaklaşık 22

km uzaklıktadır küçük bir ada üzerindedir, Deniz Kalesi olarak da bilinir. 200 metre uzaklığında Korkykos Kalesi vardır.

Mamure Kalesi Mersin'in Anamur İlçesine 7 km mesafede bulunur. Antik kalıntılar üzerine inşa edilmiştir, güneyinde beş kule, iç avlusunda ise yedi burç ve çeşmeler bulunmaktadır.

### **Ege Bölgesi**

Patara Likya ana limanıdır ve Fethiye İlçesine 72 km uzaklıkta bulunur. 18 km beyaz kumsalı ile deniz turizmi için önemli bir kaynaktır.

Efes Antik Şehri İzmir'in Selçuk ilçesine dört km mesafedir. Antik dünyanın yedi harikasından biri olan Artemis tapınağı buradadır.

Smyrna Antik Şehri İzmir ile Kadifekale arasında yer almaktadır.

Şirince Köyü tarihi evlerin korunduğu bir yerdir. Rum kültürü izleri vardır.

Çeşme, taştan surlar ile çevrelenmiştir, deniz turizmi yapılabilen plajları vardır.

Seferihisar 3000 yıllık bir yerleşim yeridir. Urla, Karabağlar, Güzelbahçe ve Menderes ilçeleri arasındadır.

Kuşadası ege bölgesi turizm cazibe merkezlerinden biridir.

Köyceğiz'de Kaunos Antik şehri ve Kaunos Kral Mezarları (Dalyan) vardır.

Muğla'nın 13 ilçesinde de antik şehirler vardır.

Bodrum'da Antik Dünyanın yedi harikasından bir olan Halikarnas Mozolesi vardır, Borum Kalesi, Myndos Kapısı, Bodrum Antik Tiyatro, Yel değirmenleri, Pedesa Antik Şehri,

Turizmin çeşitlendirilmesi ve 4 mevsime yayılması bağlamında kültür turizmi çok önemli bir yer tutmaktadır. Anadolu topraklarının binlerce yıllık tarihi geçmişi onlarca uygarlığa yuva olması 81 ilin ayrı ayrı destinasyon özelliği göstermesini sağlamaktadır.

### **Gastronomi**

Gastronomi'yi yemek ve kültür arasındaki ilişkiyi araştıran

bir disiplin olarak tanımlanabilir. İyi yemekten, farklı yöresel yemekleri, farklı lezzetleri tatmak isteyen turistler gastronomi turlarına katılmaktadırlar. Ülkemizde yüzlerce Coğrafi İşarete sahip yöresel yemek vardır. Avrupa Birliğince başlangıç olarak nitelendirebileceğimiz 9 adet tescilli coğrafi işaretimiz bulunmaktadır. Gaziantep Baklavası, Aydın İnciri, Aydın Kestanesi, Bayramiç Beyazı, Malatya Kayısı, Milas Zeytinyağı, Taşköprü Sarımsağı, Giresun Tombul Fındığı ve Antakya Künefesi olarak sıralayabiliriz. İnceleme listesindeki diğer ürünler: Afyon Sucuğu, Afyon Pastırması, İnegöl Köfte, Kayseri Mantısı, Kayseri Sucuğu, Kayseri Pastırması, Antep Fıstığı, Edremit Körfezi Yeşil Çizik Zeytini, Antep Lahmacunu, Maraş Çöreği, Çağlayancerit Cevizi, Maraş Tarhanası, Gemlik Zeytini, Milas Yağlı Zeytini, Gaziantep Menengiç Kahvesi/Gaziantep Melengiç Kahvesi ve Araban Sarımsağı (TC Dışişleri Bakanlığı, 2023).

Gastronomi ve Türk mutfağı dünya mutfakları arasında her zaman ilk 5 arasında yer bulmuştur. Ülkemize özgü, dünyanın başka bir yerinde bulunamayacak nadide ürünler her zaman güçlü bir talep oluşturmaktadır. Yeme içme sektöründe karlılık oldukça yüksektir ki genel kabul görmüş uygulamalara göre yiyecekte 5 kat, içeceklerde 10 kata kadar katma değer yaratılabilmektedir.

Türkiye iktisadi ikliminde turizm gelirleri analiz edildiğinde, turizm gelirlerinin artmasında yabancı turistlerin girişlerine ihtiyaç duyduğu, bu bağlamda tatilamacıyla Türkiye'yi tercih eden ülkelerin ekonomik verilerinin sektöre etkileri olacağı görülmektedir. Birçok sektörde görüldüğü üzere konaklama, yiyecek içecek, ulaştırma gibi hizmet sektöründe de oluşabilecek beklenen sorunlardan biri arz ve talep uyumsuzluğudur. Talepte görülebilecek fazla sektörde fiyat artışlarını getirirken yeni yatırımlar için de uygun bir ortam sağlayacaktır. Turizm sektöründeki arz fazlası öncelikle sektördeki deflasyonist baskıları artıracak ve sektördeki işletmelerin kar limitlerinden vazgeçmelerine neden olacaktır. Turizme bağlı sektörlerde aşırı arz, nispeten daha az talep, başka bir sektörü olumsuz etkilemekte yatırımlarda kredi kullanılması durumunda Türkiye içinde bankaların takipteki kredi miktarlarında artış yönünde menfi baskılarının oluşmasıdır. Türkiye'nin ekonomik verileri analiz edildiğinde turizme bağlı sektörlerdeki arz ve talep uyumsuzluğunun son yıllarda arzda fazla olma durumunun oluştuğu sonucuna ulaşılmaktadır.

### 3. Konaklama Sektöründe Maliyet Unsurları

2000'li yıllar öncesinde turizmin ekonomik büyüme, kişi başına düşen gelir, yerli üretim ve istihdam üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik çalışmalar politika yapımcıların ve bilim çevrelerinin ilgisini çekiyordu. Balaguer ve Cantavella-Jorda (2002) yılında yaptığı çalışmalar ile sanayileşme sürecinin turizme bağlı sektörler tarafından uyarılabileceği hususuna dikkat çekmiştir. Turizme bağlı sektörler odaklı kalkınma yaklaşımı, mal ve hizmet ihracına dayanan kalkınma yaklaşımına benzer. Turizm de ihracat gibi ülkeye dövizin girmesini sağlayan iktisadi faaliyet olarak değerlendirilebileceğinden, yıllar içinde fiziki sermaye ve işgücü stoku toplam verimlik üzerine etki edebilir.

Liberal ekonomiye geçilen Özal'lı (1980) yıllar öncesinde döviz sorununun Türkiye ekonomisinin yaşadığı en büyük sorunlardan biri olduğu iktisatçıların tarafından kabul edilen bir gerçektir. Daha öncesinde döviz taşımının serbest olmadığı (1970) yıllar boyunca ülkemizin karşı karşıya geldiği dövizin yokluğuna bağlı sorunun aşılabilmesi için değişik ekonomi politika yönlendirmeleri uygulanmış olsa bile farklı Avrupa ülkelerinde işçi olarak çalışan Türk vatandaşlarınca gönderilen dövizlerle bu sorunun aşılmasında yadsınamaz ağırlık oluşmuştur. Ülkemizde cari açığı finanse edebilmek ve vadesi gelen dış borçları ödeyebilmek için turizme bağlı sektörlerin geliştirilmesi ve teşvik edilmesi ekonomik politika tedbirleri olarak önemi artmaya başlamıştır. Maliye politikasını da uygulama aşamasında kapsamı genişletilmiş yeni teşvikler öncelikle Akdeniz Bölgesinde ve Ege'de turizme bağlı tesislere yatırımlar yapılmış ve bu iki bölgede turizme bağlı sektörde istihdamda hızlı artışlar başlamıştır. Bu yatırımların sonucu olarak fazla ithalat ve daha az ihracatın yol açtığı açıkların kapatılmasında turizmin payı göz ardı edilemez bir düzeye çıkmıştır. Bu nedenle turizm faaliyetinin milli gelir içindeki payı, cari işlemlere etkisi, turizm faaliyetinin yarattığı işler, istihdamda doğrudan ve dolaylı artış getirmiş ve turizme bağlı sektörlerin onlarca farklı sektörü tetiklediği görülmüştür.

#### Talep ve Arz İlişkisi

Emek üretim faktörleri içinde, turizm sektöründe önemli bir yer kaplamaktadır. Turizm ürününün özellikleri, stoklanamaz oluşu, önce satılıp sonra üretilmesi, üretildiği anda tüketilmesi turizm arzında farklı bir konum oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle, bu hizmetleri sunanların görece daha yüksek beşerî sermayesi vardır. Avukatlık, tıp, mühendislik, bilgisayar programcılığı nispeten daha yüksek insan sermayesi gerektirir. Konaklama ve yeme-içme tesislerinde özellikle turizm sektöründe hizmet üretirken ve turizm ürünü oluştururken stok yönetimi önemlidir.

#### Turizme Bağlı Sektörlerin Talep ve Arz Süreci İçerisindeki Rolü

Turizm faaliyeti doğrudan ve dolaylı istihdam olanakları yaratır. Turizm ürününün yaratım aşamasında onlarca sektörü tetikleyebileceği görülmektedir. Ülkelerin tanıtımında spor ile beraber turizme bağlı sektörler kullanılabilir ve bu sayede ticaret yapılan farklı ülkelere pazarlama ve satış imkanları artabilir. Serbest koşulların oluşmaması durumunda piyasalarda aksamalar meydana gelir ve bu sorunların önüne geçilemediği durumlarda ulusların yoksullaşma olasılığı ortaya çıkmaya başlar.

#### Turizm Talebinin Özellikleri

Kısıtlı boş zamanlarını kısıtlı bütçeleri ile seyahat ederek

değerlendirebilen çalışanlar da birer tüketicidir. İşgörenler tatil zamanlarında, ikametlerinin olduğu adreslerinin dışına seyahat etmeleri turizm faaliyetlerini oluşturmaktadır. Gününbirlik ya da turizm olarak tanımlanan, geceleme yapılan seyahatlerde ulaşım, yeme içme ve konaklama giderleri ile hediye eşyalara ödenen paralar turizm talebi olarak nitelendirilebilir. Turizm talebi turizm aktivitesine katılan bireyin ikamet ettiği evine dönüşüne kadar mal ve hizmetlere ödediği para olarak ifade edilebilir.

Mikroekonomide çalışanların gelirlerinin ne kadarının tüketime ayrılacağı istatistiksel olarak gelirin harcadığı talep içindeki tüketimin payının yüzde yetmiş (0.70) civarında olduğu için turistik tüketim harcamaları makroekonomik analizlerde de incelenmektedir. Tüketici tüketim planlarındaki değişikliklerin talepte şoklara sebep olabileceği ve marjinal tüketim eğiliminin maliye politikasının bir unsuru olan çarpan büyüklüğünün temel belirleyicisi olarak görüldüğü söylenebilir ki bu inceleme konusu olmuştur.

Davranışsal iktisat olarak adlandırılan ve iktisadın içinde psikolojinin de yer aldığı turistik tüketim analizinin bu alt dalında anlık hazların çekiciliği hipotezi incelenebilir. Tüketicilerin tüketim kararları verirken çok rasyonel davranmadıkları, anında kararlarını verdikleri vakitler olduğuna rastlanmaktadır. Yerli ve yabancı turistler iktisadi tercihler yaparken hissettiği ve algıladığı şekilde verdikleri kararların temellerine güvenebilmekte ve özellikle turistik ürün seçiminde kişisel algılarının ve önyargılarının etkisi gözlemlenebilmektedir.

Genel olarak, bir yıl içinde üretilen mal ve hizmetler, incelenen dönemin fiyatı ile çarpılır ve daha sonra bir araya getirilerek Gayri Safi Milli Hasılaya ulaşılmaktadır. Grup ya da bireysel yani kendi başlarına seyahat acentası, tur operatörü aracılığıyla yaptıkları bu geziler kendi ülkeleri içindeyken ulusal turizme yani ülke içi turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar. Turizm ürününün talep esnekliği bire yakındır, yani fiyatta küçük bir değişim turizm ürünü talebini çok fazla etkileyebilmektedir. Tatil talebi fiyatlardaki değişime göre çok fazla farklı değişiklikler gösterebilir. Karar alma süreci fiyata çok duyarlıdır. Farklı turizm çeşitleri arasında seçim yapmak için seçeneklerin fiyatları önem arz etmektedir.

Turizm sektöründe müşteriler işletmelerin sunduğu mal ve hizmetleri tükettiklerinde kişisel ve soyut anlamda tatmin ve memnuniyetlerinin oluştuğu gözlemlenmektedir. Üretimi yapılan hizmetin turistlerce tüketilmesi ile müşterilerin ayrı ayrı deneyimleri oluşmaktadır. Müşterilerin deneyimleri, memnuniyetinin seviyesini belirler, algılanmakta olan memnuniyet kişisel ve öznelidir. Hizmet sektöründeki yöneticilerin firma çıkarlarına göre üretim, sunum ve fiyatlandırma yapması durumunda talep ve ürün fiyatlamasının oluşturulmasında esas olması gereken müşteri deneyiminin göz ardı edilerek firmanın odaklandığı söylenebilir. kısa vadeli karlar üzerinde. Gözden kaçırılmaması gereken nokta, ekonomik olayların merkezinde insanın olduğu gerçeğidir. Bilindiği üzere arz, belirli bir süre içinde farklı fiyat düzeylerinde piyasaya arz edilecek malın miktarıdır. Turistik mal ve hizmet fiyatları dışındaki arzı etkileyen faktörler, pazardaki firma sayısının değişmesi, vergi oranlarının değişmesi gibi faktörlerdir ve bu durumda arz eğrisi değişir. Arz eğrisi sağ tarafa doğru ya da sol tarafa doğru kayar.

#### Kullanılan İthal Ürünler

#### Turizm Ürününün Özellikleri

Kültür turizmi yanı sıra turistlere mal ve hizmet arz eden firmalar, oteller, moteller, yiyecek-ıçecek, dinlenme, eğlence ve spor tesisleri, seyahat acenteleri ve turistlerin konforlu yolculuklarını ve ulaşımını sağlayan ulaşım işletmeleri tarafından turizm ürünleri oluşturulmaktadır. Diğer bir deyişle, turizm potansiyeli olan bölge için cazibe tek başına yeterli olmayıp, destinasyon olmak turizm hizmet işletmelerinin imkân ve erişilebilirliğini gerektirmektedir. Turizm ürünlerinde kalite kontrol sorunları olabilir; yani üretildiği anda tüketilen turizm ürününün üretiminde bir standardizasyon yoksa, eğitilmiş ve deneyimli çalışanların yokluğunda ürün kalitesi değişebilir, farklı günlerde tüketiciye alışık olmadığı ürünler sunulabilmektedir. Turizm ürünü, turizm destinasyonunda veya çevresinde bulaşıcı hastalıklar, siyasi ve ekonomik krizler ve güvenlik olaylarından kaynaklanan risklerden çok hızlı bir şekilde etkilenebilmektedir. Turizm ürünü, doğası gereği turizm sektöründe önce pazarlanan ve sonra üretilen ürünün heterojen özelliklere sahip olması nedeniyle farklılık göstermektedir. Olumsuz anılar, ziyaretçilerin tatilden bir bütün olarak memnun kalmamasına neden olabilir.

Turist, katıldığı seyahat organizasyonu sırasında konaklama tesisi, yiyecek-ıçecek ürünleri, ulaşım, esnaf davranışı ve hatta bölgede yaşayan insanların yaklaşımı hakkında olumsuzluk hissediyorsa, alacağı paket turu talep etmez. Belki sonraki dönemde alır ve o tatil bölgesini de talep etmeyebilir.

Yerli ve yabancı turist, turizm ürününü hazırlanışı sırasında kendi istek ve önerileri doğrultusunda aşçıyı yönlendirebilmektedir; ürünü şekillendirebilmektedir. Yani tatil köylerinde misafirlere en yüksek hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti için kahvaltı sırasında müşterilerin istekleri doğrultusunda, bir aşçı yumurtaların farklı kaynama sürelerini sunar ve omler istenirse eklenecek malzeme seçimini misafirin tercihinin bırakır. Turistik ürünlerde rekabetin çok yüksek olması nedeniyle tüketici zevk ve tercihlerinde oluşan tehdit edici etki sonucunda meydana gelen değişimleri yakalayabilmek için denilebilir. Rakip turizm işletmelerinde fiyatların, tekeli bir rekabet piyasası ile karakterize edilen turizm pazarında, turizm işletmeleri kendi ürünlerindeki farklılıklarını altını çizerek, bir yönüyle farklılık yaratmaya çalışarak bir imaj oluştururlar. Tam olarak aynı değiller. Artan rekabet ortamında pazarda kalabilmek için yeniliğe ve yeniliğe ihtiyaç duyulmaktadır. Tüm potansiyel tüketiciler, her tür turist, ekonomik, demografik ve psikolojik analizler yapılmakta ve her zevke uygun mal ve hizmetler oluşturularak pazara sunulmaktadır. Müşteri deneyimi tekrar talep edilebilmenin ve yeni taleplerin oluşturulabilmesinde önemli bir yer tutmaktadır.

Kısa dönemde bazı turistik ürünlerinin arz miktarları artmayabilir, turizm sektöründeki bazı turizm ürünlerinin arzı mevsimsel ekonomik değişkenlerden dolayı inelastik özellik gösterebilir. Konaklama tesisi arzının birkaç yıl sürmesi mümkündür.

### **Enerji**

Konaklama tesislerinde iklimlendirme için enerji ihtiyacı vardır. Yaz aylarında soğutma, kış aylarında ısıtma için enerji gideri oluşmaktadır. Yiyecek-ıçecek işletmelerinde pişirme için ve soğuk zincir için maliyet gideri bulunmaktadır. Özellikle yaz aylarında et, süt, peynir gibi bozulmaya meyilli gıdaların, pişirilen yemeklerin serin ortamlarda muhafazası gereklidir. Soğutucular ve buzdolapları elektrik giderinin yükselmesine neden olurlar.<sup>1</sup>

**Petrol.** Petrol ulaştırma sektörü için büyük önem arz etmektedir. Havayolu, karayolu ve denizyolu için Uluslararası petrol fiyatlarındaki değişimler ciro içindeki kâr zarar oranlarını değiştirmektedir. ABD Dolarının değeri ülke içindeki mazot ve benzin fiyatlarını oluşturmaktadır. Türkiye'nin petrol ithalatı dış ticaret dengesini olumsuz yönde bozarak önemli faktördür.

**Doğalgaz.** Doğalgaz, turizm tesislerinde iklimlendirme için kullanılmaktadır. Kışın ısıtma, yazın soğutma ve yiyecek-ıçecek işletmelerinde pişirme için kullanılmaktadır. Dünya piyasalarında doğal gaz geniş zigzaglar çizmektedir. Son üç yıl içinde üç beş katına çıkıp, sonra altıda bir değerine düşmektedir. Yüksek volatilité (oyunaklık) maliyet tahminlerini ve ürün fiyatı oluşturmayı güçleştirmektedir.

### **Gıda**

Konaklama tesisleri genellikle oda ve kahvaltı olarak satılmaktadır. Gıda fiyatları küresel iklim değişikliği ve kuraklık sebebiyle yükselme eğilimindedir. Türkiye gıda ithal etmektedir. Bazı gıda fiyatları örneğin portakal suyu 2023 yılı ilk altı ayında ABD Doları olarak %50 civarı yükseliş göstermiştir (Anzuini vd., 2023).

**Et ve Süt, Tahıl, Şeker.** Gıda güvenliği ve özellikle hayvancılık her ülke için stratejik bir sektördür. Süt ve süt ürünleri, peynir, yoğurt turizm tesisleri için ve kahvaltılarda en fazla tüketilen ürünlerdir. Tahıl ve şeker, ekme, hamur işleri ve pastacılık ürünleri yiyecek-ıçecek işletmeleri ve konaklama işletmeleri için önemli yer tutmaktadır.

**Kahve.** Kahve talebi Avrupa'dan gelen turistler için kahvaltıda ve gün içinde çok tüketilmektedir. Türk vatandaşları damak zevki için çay içmeyi tercih etmektedir. Yabancı turistleri iyi ağırlamak için kahve fiyatları ne olursa olsun satışa sunulmaktadır.

**Alkollü İçecekler.** Alkollü içecekler yabancı turistlerin gün içinde talep ettiği içeceklerdir. Yiyecek-ıçecek işletmelerine en çok kar getiren ürün içeceklerdir ve özellikle alkollü içeceklerdir. İthal edilen alkollü içecekler üzerindeki vergiler kadar kar eklenerek satılmaktadır. Yerli ve ithal alkollü içeceklerden alınan vergiler devlet gelirlerine katkı sağlamaktadır.

### **Dekorasyon**

Özellikle beş yıldızlı otellerde otel dekorasyonları ve inşaatla kullanılan malzemeler ithal ürünlerden seçilmektedir. Beş yıldızlı otellerde öncelikle konfor satılmaktadır.

### **İşgücü Maliyeti**

Asgari ücret yıllar içinde Türkiye İstatistik Kurumu tarafından açıklanan enflasyon oranı dikkate alınarak yükseltilmektedir. Asgari ücretteki yükselişler hizmet sektörü emek yoğun bir sektör olduğu için maliyetler üzerinde yüksek bir oranda etki etmektedir.

### **Bina, Kira Maliyeti**

Türkiye birim inşaat maliyeti döviz kuruna bağlı olarak her sene en az enflasyon oranı kadar, talep durumuna göre de enflasyon oranından daha fazla yükselmektedir. Konaklama sektöründe ve yiyecek-ıçecek sektöründe isim hakkı kullanmak ve franchising sık kullanılan bir girişimcilik tarzıdır. Bina sahibi farklı, işletmecisi farklı olduğunda bina için kira ödenmektedir. Kira artışı son

yıllarda enflasyon oranından daha fazla arttığı gözlenmektedir. Maliyet unsurları içinde kira gideri yine oldukça yüksek bir pay almaktadır.

**Otel İşletme Giderleri Kontrol Listesi**

**Odalar**

Maaşlar ve Ücretler (Hizmet Ücretleri, Sözleşmeli İşçilik ve İkramiyeler)  
Bordro İle İlgili Giderler  
Rezervasyon Sistemi Ücretleri (Yalnızca franchise ile ilgili)  
Seyahat Acentesi Komisyonları  
Diğer Tüm Oda Giderleri

**Yiyecek ve İçecek**

Gıda Satış Maliyeti  
İçecek Satış Maliyeti  
Maaşlar ve Ücretler (Hizmet Ücretleri, Sözleşmeli İşçilik ve İkramiyeler)  
Bordro İle İlgili Giderler  
Diğer Tüm Yiyecek ve İçecek Giderleri

**Genel Giderler**

Elektrik  
Gaz  
Su ve Kanalizasyon  
Her otelde ana hatlarıyla bu maliyet kalemleri ürün maliyetini oluşturmaktadır.

**Tablo 6**

*Bakanlık Belgeli Tesislerin Oda-Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı Mayıs 2023*

Şehir	İŞLETME BELGELİ			YATIRIM BELGELİ			BASİT KONAKLAMA İŞLETME BELGELİ		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Adana	42	3596	7199	4	540	1128	115	2737	5474
Adıyaman	16	1040	2075	1	48	80	15	363	726
Afyonkarahisar	39	3611	7507	6	976	2046	97	2721	6184
Ağrı	40	1235	2416	-	-	-	48	1581	2220
Aksaray	18	866	1774	1	105	238	31	764	1528
Amasya	23	724	1466	1	15	30	54	689	1090
Ankara	192	15364	30799	20	1940	3913	169	5853	10550
Antalya	868	228394	491229	85	15642	35977	1621	56917	117552
Ardahan	15	406	736	-	-	-	21	422	780
Artvin	15	674	1340	6	345	898	118	1980	3963
Aydın	98	14673	30815	15	3220	7164	364	2498	24489
Balıkesir	116	6244	12976	15	1039	2122	996	8134	39889
Bartın	15	478	954	1	12	24	178	1702	3398
Batman	9	599	1202	2	176	372	14	695	1166
Bayburt	2	138	271	1	90	180	10	316	545
Bilecik	7	344	655	1	11	22	46	1253	2792
Bingöl	3	177	374	-	-	-	15	260	520
Bitlis	10	462	933	1	45	90	12	285	589
Bolu	32	2290	4757	14	939	1974	118	2064	4309
Burdur	28	744	1415	-	-	-	76	890	1780
Bursa	103	7176	14660	19	1908	4036	204	4595	9628
Çanakkale	117	4032	8242	24	820	2008	752	9013	18026
Çankırı	10	413	817	-	-	-	8	179	358
Çorum	8	451	866	-	-	-	34	832	1648
Denizli	41	3595	7203	8	860	1746	113	3136	6272
Diyarbakır	35	2499	5022	9	753	1.417	64	1519	3029
Düzce	17	707	1421	6	321	682	73	1266	2532
Edirne	34	2368	5645	7	367	746	124	3273	6546
Elazığ	26	1240	2503	1	142	284	23	633	1270
Erzincan	15	624	1204	-	-	-	41	883	1766
Erzurum	27	1594	3220	3	593	1246	78	1931	3896



**Tablo 6**

*Bakanlık Belgeli Tesislerin Oda-Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı Mayıs 2023 (devamı)*

Şehir	İŞLETME BELGELİ			YATIRIM BELGELİ			BASİT KONAKLAMA İŞLETME BELGELİ		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Eskişehir	40	2424	4828	1	110	220	54	1684	3348
Gaziantep	54	4459	8971	11	1016	2041	40	908	1816
Giresun	29	831	1653	3	163	341	38	737	1478
Gümüşhane	6	267	526	-	-	-	8	129	213
Hakkari	6	361	722	1	64	140	9	213	470
Hatay	56	2800	5649	7	1260	2744	166	4159	8649
İğdır	2	109	215	-	-	-	21	707	1.381
Isparta	26	1176	2384	-	-	-	49	1300	2540
İstanbul	787	71165	143754	102	9757	19543	2038	47324	94646
İzmir	273	20817	42866	61	5132	11427	1389	19849	36812
Kahramanmaraş	53	2196	4377	4	161	3081	129	1944	3888
Karabük	31	648	1290	3	129	264	82	827	1660
Karaman	9	609	1224	2	229	493	6	153	306
Kars	56	1875	3847	11	681	1393	30	542	1084
Kastamonu	25	961	1918	1918	287	569	66	1042	2084
Kayseri	35	2407	4888	10	1016	2392	79	2059	4118
Kırıkkale	3	164	332	1	32	64	7	201	235
Kırklareli	13	745	1486	3	96	197	109	2323	4973
Kırşehir	6	522	1077	-	-	-	12	304	608
Kilis	1	46	86	-	-	-	2	57	114
Kocaeli	64	4250	8545	5	574	1154	190	4153	8309
Konya	41	3637	7296	1	25	50	101	2546	5092
Kütahya	15	609	1225	6	425	951	88	2070	4140
Malatya	19	1339	2667	-	-	-	24	637	1332
Manisa	32	1915	3849	1	124	248	70	1719	3438
Mardin	42	2141	4328	9	624	1346	39	1241	2482
Mersin	68	4561	9549	32	5197	2522	503	9694	19438
Muğla	440	51628	110133	86	9737	22611	2170	52982	106029
Muş	38	1029	2143	1	25	40	13	287	574
Nevşehir	169	6550	13746	17	1041	2211	444	6792	13488
Niğde	6	513	1030	1	85	180	29	518	1036
Ordu	43	1825	3694	6	487	944	60	948	2089
Osmaniye	5	264	525	-	-	-	9	241	482
Rize	19	1040	2146	7	389	797	94	1816	3686
Sakarya	41	2944	5978	6	469	1055	437	4142	8482
Samsun	34	2128	4277	2	115	230	115	2341	4961
Siirt	2	187	374	-	-	-	7	76	552
Sinop	21	553	1150	-	-	-	94	1368	3386
Sivas	19	916	1844	-	-	-	52	1432	2864
Şanlıurfa	29	1476	2971	11	886	1893	62	1402	3489
Şırnak	7	591	1184	2	130	290	5	80	160
Tekirdağ	29	1565	3094	3	181	468	154	3069	6128
Tokat	22	835	1672	2	120	240	34	772	1546
Trabzon	101	5143	10643	18	1083	2392	138	3322	6644

**Tablo 6***Bakanlık Belgeli Tesislerin Oda-Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı Mayıs 2023 (devamı)*

Şehir	İŞLETME BELGELİ			YATIRIM BELGELİ			BASİT KONAKLAMA İŞLETME BELGELİ		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Tunceli	8	221	416	3	68	160	10	225	446
Uşak	17	702	1387	2	279	658	14	337	543
Van	31	1504	3028	10	767	1704	39	1336	2672
Yalova	19	1128	2360	4	453	913	137	2686	5372
Yozgat	11	614	1306	2	392	820	18	459	918
Zonguldak	17	863	1746	4	242	524	32	818	1636
<b>Genel Toplam</b>	<b>4941</b>	<b>524011</b>	<b>1098095</b>	<b>718</b>	<b>74958</b>	<b>167733</b>	<b>15148</b>	<b>335555</b>	<b>676 352</b>

*Açıklama notu.* T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023a, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istatistikleri.html> kaynağından alınmıştır.

Tablo 6 göstermektedir ki Türkiye'nin 81 ilinde toplam 4.941 adet işletme belgeli, 718 adet yatırım belgeli ve 15.148 adet basit konaklama işletme belgeli tesis vardır ve 1 milyon civarında oda 2 milyona yakın yatak kapasitesi ile dünya turizm piyasasında önemli bir konaklama arz kapasitesi bulunmaktadır.

**Tablo 7***Çevreye Duyarlı Belge Alan Tesislerin Oda-Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı Mayıs 2023*

Şehir	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Adana	3	734	1472
Afyonkarahisar	4	1291	2688
Ankara	19	3328	6734
Antalya	221	88598	192832
Aydın	5	1826	3732
Balıkesir	1	121	244
Bolu	1	165	382
Bursa	8	1148	2334
Çanakkale	2	18	38
Denizli	2	430	860
Erzurum	1	181	366
Eskişehir	4	325	644
Gaziantep	5	698	1400
Hatay	2	349	698
İstanbul	58	13549	27421
İzmir	28	5453	11349
Karabük	1	124	248
Kayseri	2	449	900
Kocaeli	2	199	406
Konya	4	968	1948
Kütahya	1	121	242
Malatya	1	202	408
Mardin	1	162	324
Mersin	3	455	990
Muğla	44	10522	22587
Nevşehir	2	298	598
Ordu	3	153	306

**Tablo 7***Çevreye Duyarlı Belge Alan Tesislerin Oda-Yatak Sayılarının İllere Göre Dağılımı Mayıs 2023 (devamı)*

Şehir	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
Sakarya	1	291	586
Samsun	2	359	740
Sinop	1	41	82
Şanlıurfa	2	292	590
Tekirdağ	1	129	258
Trabzon	1	157	335
Yalova	1	48	96
Zonguldak	1	204	418
<b>Genel Toplam</b>	<b>438</b>	<b>133.388</b>	<b>285.256</b>

*Açıklama notu.* T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023b, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-201136/turizm-yatirim-ve-isletme-bakanlik-belgeli-tesis-istatistikleri.html> kaynağından alınmıştır.

Tablo 7'de görülmektedir ki çevreye duyarlı tesis sayısı Mayıs 2023 itibarı ile 438'e ulaşmıştır ve bu tesisler 133.388 oda, 285.256 yatak kapasitesine sahiptir. Pazarlama faaliyetleri turistik ürünlerde farklılık gösterir bunun nedeni hizmet sektöründeki ürünlerin gözle görülmemesidir. Turizm hizmeti depolanamaz patent alma vb yöntemlerle hizmet ürünleri yasal kısıtlamalarla korunamamaktadır. Turizm işletmeleri tarafından inovasyon sonucu yeni fikirlerin uygulanması, değer yaratan yöntemlerin geliştirilmesi taklit edilerek benzer hizmetlerin diğer rakip turizm işletmelerince sunulması mümkündür. Turizm faaliyeti bir etkinlik olarak tanımlandığında, bu dönemde ikamet, yaşam, çalışma ortamı dışındaki ziyaretler ve gecelemler sırasında ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili kavramlardır. Turizm faaliyetinin çok farklı boyutları vardır. Turizmle bağlantılı faaliyetinin ülkenin ekonomisine sağladığı kazançlar, sosyal yapı üzerindeki etkileri ve sosyolojik boyutu nedeniyle diğer sektörler göre daha etkin olduğu söylenebilir. Özünde turizm kavramı, hareketin başladığı yere geri dönmek şartıyla en az bir gün veya ay süren seyahatleri ifade eder. Turizmin tanımında konut, mahalle çevresi, yaşanan yerden farklı, turistik tüketim, dinlenme, eğlence, kültür faaliyetleri benzeri ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yapılan ziyaretlere gününbirlik seyahat, turizm, kısa süreli konaklama ve gastronomi amaçlı gezi gibi tanımlar verilmektedir. Sanayiye Teşvik Kanunu kapsamında turizm tanımlanırken seyahat destinasyonunda



spor, kültür, sanat vb. benzer amaçlar için. Chadeaud (1987) insanların tatillerini nasıl geçirdiklerine değil, tatillerini nasıl geçirdiklerine dair ipuçları verdiğine dair açıklamasını yazmış ve insanların tatil seçenekleri hakkında önemli bir bakış açısı ortaya koymuştur. Baretje ve Defert (1972), turizme ekonomik açıdan bakan, aslen Fransızca olan çalışmalarında turizmin oluşum faaliyetine farklı bir perspektiften ele almışlardır. Turizm olgusuna bilimsel yaklaşım sanayi devrimleri, şehirleşme süreci, çalışanın ihtiyaçlarını karşılayan sosyolojik ve kültürel temelli hizmetler, dinlenme ve fiziksel ve ruhsal sağlığın korunması için kültürel zenginleşme ile birlikte farklı bölgelerde ikinci dünya savaşından sonra başladı. Turizm konusunda akademik çalışmalar yaklaşık elli yıldır devam etmektedir.

Turizm sektörünün çağdaş dünya ekonomisinde önemli sektörlerden biri olduğu belirtilse de özellikle Papatheodorou'nun (1999) Akdeniz'e kıyısı olan ülkelerin uluslararası talebini ekonometrik modelleme ile incelemiştir. Bu çalışmada talep, Neredeyse İdeal Talep Sistemi (Almost Ideal Demand System, AIDS) ile tespitinden sonra turizm sektörünün makro ve mikro ekonomik değişkenlerle ilişkisini özellikle ekonometrik yöntemlerle belirleyen araştırmalar literatürde sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Bu modellemede temel hareket veya düzensiz hareketlerden oluşan bileşenlerden oluşan bir durumdan bahsedilir.

Turizm araştırmalarında ilk adım, dizilerin mevsimselliği için önemli bir özellik olarak görülen mevsimselliğin ne tür olduğunun ortaya çıkarılmasıdır. Mevsimselliğin stokastik mi yoksa deterministik mi olduğu belirlendiğinde, mevsimsellik ve düzeltilmesi uygulanacak yöntemlerde farklılıklar gerektirir. Örneğin, mevsimsellik deterministik olarak belirlenirse, bu uzun vadeli mevsimsellik şokları geçerliliğini korur, ancak zamanla azalır ve sonra kaybolur. Dönemlerde etkisini gösterecek bir konumda olacağı ve kalıcılık olacağı söylenebilir. Bir diziden mevsimselliğin kaldırılması, mevsimsel etkilerin ortadan kalkması anlamına gelir.

Turizmin oldukça yüksek büyüme hızı olan sektörlerden biri olduğu belirtilen ülkeler arası turizme katılım, ihracatın onda birine ulaşan oranları ile dünyanın en büyük ihracat kalemlerinden biri sayılabileceği için turizm profesyonelleri tarafından genel kabul gören yaklaşımlardan biridir. Ticaret ve ticaretin neredeyse yarısı hizmet sektöründedir. Birçok ülkede turizmciler tarafından turizmin sağladığı döviz girdisinin diğer tüm sektörlerin sağladığı girdiyi geçebileceği söylenmektedir.

Sanayileşme sermaye ihtiyacı ve ileri teknoloji gerektirdiği ve pek çok kısıtlama olduğu için, küçük ada devletleri ve bazı gelişmemiş devletlerin kalkınma motoru olarak turizmi seçmeleri şaşırtıcı değildir. Her şeyden önce, üretkenliği artırmak ve daha fazla mal ve hizmet için ölçek ekonomileri sağlamak için gerekli pazar talep hacmini yaratabilir, üretimin birim maliyetlerini azaltabilir. Turizm sektöründe bitmeyen insan ihtiyaçlarını karşılamak için kıt kaynakları maksimize etmeye yönelik çözümler geliştirilmektedir.

Rojek (2010), bilimsel yaklaşımları, rekreasyon analizlerini ve turizme katılanların kendi tatil planlarını kendilerinin planlama eğilimlerini ele almaktadır. Tatil zamanı ve işgörenin mesai dışında saatler kavramsal açıdan entelektüel seviyede aynı olmadığını, psikolojik anlamda algı taşıyabileceğini vurgulamıştır,

her mesai dışı zaman tatil olarak tanımlanamaz olduğunu ifade etmiştir.

Ülkelerarası ticaretin teori olarak incelendiği durumlarda ülkelerin neden birbirleriyle ticaret yaptığı sorusunun incelendiği görülür ve dünyadaki tüm ülkelerin ihtiyaçlarının tamamını karşılayacak kaynaklara sahip olmadığı söylenebilir. Ülkelerin ihtiyaç duydukları kaynakların fazlasını israf etmelerinin mümkün olmadığı, ülkelerin kendilerinden fazla olan malları satıp az olanları alma eğiliminde oldukları söylenebilir ki bu durumda uluslararası ticaret yapmak niyetindedir denilebilir. Ricardo, eğer ülke bir malı diğerinden kesinlikle daha ucuza ürettiğini varsayarsa, uzmanlaşmasını ucuza ürettiği mallar üzerinde yoğunlaştırmak ve olası fazlalığı ihraç etmek akıllıca olacaktır. Teorinin devamında, diğerinden daha pahalı ürettiği malın üretiminden vazgeçilerek, bu malı diğerinden daha ucuza üreten ülkeden ithal edilmesi gerektiği savunulmaktadır. Bir ülkede üretilen mal ve hizmetler mutlak mali güce sahip olsa bile uluslararası ticaretin her iki ülke için de kazançlı fırsatlar yaratacağı görüşünü dile getirmiştir. Her iki varsayılan malın üretiminde de üstünlük. Heckscher-Ohlin Faktör Ekipman Teorisine göre üretim faktörü bakımından hangi ülke üstünse, o ülke üstün olduğu faktörün yoğun olarak kullanıldığı mallarda karşılaştırmalı üstünlük elde eder, bu malları daha ucuza üretir ve bu mallarda uzmanlaşır. Dış ticaret işlemlerinde uluslararası karşılaştırmalar önemlidir.

Dış ticareti açıklamaya yönelik alternatif teorilerden ilki, 1956 yılında Irving Kravis tarafından ortaya atılan ve dış ticaretin temel sebebinin bir ülkede bir mal veya hizmetin bulunmaması olduğunu savunan Varlık Teorisidir. Ülkeler sahip olmadıkları ürünleri başka ülkelerden satın alırlar ki turizm potansiyeli olmayan birçok ülkeden Türkiye'ye denize girmek için gelmektedirler.

İhracatta olduğu gibi, iş gezileri de işbirliği ve anlaşmaları tetikleyerek ithalatı artırabilir. Ayrıca tatil seyahati, ünlü uluslararası ürünlere veya menşe ülkenin ürünlerine olan talebi artırabilir ve dolayısıyla ithalatı artırabilir. İhracatta olduğu gibi ithalatın yanı sıra tatil seyahati için iş fırsatları hakkında daha fazla farkındalık yaratabilir. Kültür gezileri, tatil gezileri veya yurt dışında eğitimleri sırasında yabancı ziyaretçiler buldukları ülkenin bazı ithal ürünlerine ihtiyaç duyabilir ve bunları ithal etmeye çalışabilirler.

Dış aktif turizm sonucunda ülkeye giren dövizin tekrar ülkeye transferi olmadığı varsayımıyla ülke içinde ihraç edildiği söylenebilir. Navlun, pazarlama, paketleme vb. gider kalemleri olmaksızın yapılan ihracat olarak değerlendirilebilir. Yabancıya yapılacak satışlar sonucunda ülkeye giren döviz ile yeni yatırımlar yapmak mümkün olacaktır. Yapılacak yatırımlarla üretim artırılabilecektir. Doğrudan tüketimin yanı sıra yabancı aktif turizmin de vergi gelirlerini artırıcı etkisi bulunmaktadır. Ziyaretçilerin mal ve hizmet tüketimleri sonucunda faturalanan harcamalar sonucunda satılan mal ve hizmetler sonucunda devletin vergi gelirleri artmaktadır.

### Sonuç

Türkiye'nin ekonomisinin kısa vadeli dış açık sorunu detaylı incelendiğinde hafifletilmesinde turizm sektörünün rolünün çok önemli olduğu görülmektedir. Turizm gelirleri döviz girişine imkân sağlamakta ekonomik büyümeye sürdürülebilirlik sağlaması için gerekli olan döviz sağlanması yapılmaktadır. Bu nedenle turizm

sektörünün döviz kazandırıcı yapısının makroekonomik istikrara katkı sağladığı tüm iktisatçıların hemfikir olduğu bir konudur. Turizm çarpanı teorisine göre, yabancı turistlerin harcamaları nedeniyle turizm gelirlerinde meydana gelen artışın, kısa vadede tüketim ve yatırım artışı yaratarak ekonomik aktiviteyi hızlandıran bir faktör olacağı kabul edilmektedir.

Ülkenin kısıtlı döviz varlıklarının yurt dışına çıkmasını önlemek için, yurt dışına yapılan turistik gezileri azaltmayı teşvik edecek düzenlemeleri, ekonomik politika yapıcılar tarafından geliştirilebilecek önlemler bulunmalıdır. Bu bağlamda yurt dışına seyahat amacının etkili yöntemlerle analiz edilmesi ve benzer turizm çeşitlerini ülke içinde teşvik etmek gerekmektedir. Bu sonuçlara göre iç turizm faaliyetinin çeşitlendirilmesi için etkin çözümler üretilebilir. Ülkemizde turizm faaliyetinin çeşitlenmesi, daha fazla yabancı turist Türkiye'ye girişine ve mevcut otellerin hitap ettiği turizm türlerinin artmasına da yol açacaktır.

Yeni pazarlara ulaşma konusu önemini korumaktadır. Uzakdoğu ülkeleri Çin ve Hindistan üst düzey geliri olanları Uluslararası turizme harcama yapma potansiyeline sahiptirler. Gelişmekte olan bu ülkelerin yüksek gelir grubu, yüksek turizm harcaması yapabilenleri, ülkemizin tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin planlandığı hedef kitlelerdir. Otellere yeni pazarlar kazanmanın yanı sıra turizm teşvikleri verilmek ve yeni yasalar düzenlemek faydalı olacaktır. Turizm Teşvik Kanunu gereğince turistik tesis yatırımlarına hazine ve orman arazileri tahsis edilmekte ve 49 yıl süre ile tahsis işlemi yapılmaktadır. Gümrük vergisi muafiyeti, KDV muafiyeti, vergi indirimi, sigorta primi vb. teşvikler sağlanmaktadır.

2023 hedefleri kapsamında çizilen ekonomi politikası ve ekonomik kalkınma planlarının turizm sektörü bazında ayrıntılı olarak ele alınması ve 2023 sonrasını temel alması önerilmektedir. Sonuç olarak, turizm sektörünün toplam faktör verimliliğini artırmak, turizm çeşitliliğini sağlamak, turizm sektörünün borçluluk yapısını rehabilite etmek ve turizm sektörünün nakit sermaye birikimi katkısı yaratmak için gerekli tedbirleri alması, ekonomi politikası yapıcılarınabirkaç öneridir. Alternatif turizm çeşitlerine yatırım yapılabilir. Kış turizmi, yaz aylarında talep yapısını

ve mevsimselliğin kırılması açısından faydalı olabilir ve aynı zamanda yurt dışında yapılan kış sporlarının artan popülaritesini engellemek için yerli kış sporları destinasyonları üretim güçlendirilip geliştirilebilir. Yani kış turizmi için yurt içi talep Bulgaristan ve Alpler gibi destinasyonlara yönelmeyi bırakabilir ve yurt içinde harcama yapabilir. Kaplıca turizmi, kültür ve kongre turizmi, dağcılık ve doğa turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri kış turizminin yapıldığı bölgelerle birlikte organize edilerek geliştirilebilir. Ülkemize gelen dış turizm talebinin dört mevsime yayılabileceği ve turizm sezonunun uzamasının turizm ürününün çeşitlendirilmesine bağlı olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda turizm ürününü çeşitlendirmek için 2023 Turizm Stratejisi hedefleri olan termal ve sağlık turizmi, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, ekoturizm ve yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi önem arz etmektedir. Öncelikle alternatif turizm türlerinden deniz turizmi bağlamında kruvaziyer gemi kabul eden limanların yenilenmesi, genişletilmesi ve limanlarının büyük yatların geceledebileceği şekilde düzenlenmesi önemlidir. Kültür turizmi ve inanç turizmi ile yabancı turistlerin ülkemize yaptıkları seyahatlerin on iki aya yayılması hedeflenebilir.

Türkiye'nin 81 il ve ilçesinde turizmi çeşitlendirmek amacıyla UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan doğal ve kültürel miras ile Türkiye'de geleneksel olarak yapılan insanlığın somut olmayan kültürel mirası değerlendirilebilir. Ayrıca 2023 yılında güncellenen UNESCO Dünya Mirası Geçici Listesi'nde yer alan Türkiye'nin 77'si kültürel, 4'ü karma ve 3'ü doğal olmak üzere toplam 84 sit alanı kullanılarak kültür turizmi türünde katma değeri yüksek turizm ürünleri sunulabilmektedir. Avrupa Birliği tarafından Coğrafi İşaret Tescilli 12 ürün bulunmaktadır ve sayısı artmaktadır.

Listelenen tüm turizm türleri, kendi aralarında sayısız kombinasyonlar yaparak gastronomi turizmi ile birleştirerek turizm sektöründe politika ve planlama yapanlara da önerilebilir. Uluslararası turizm faaliyetinin ekonomik büyümeye etkisi bağlamında, ekonomi politika yapıcılarının 2023 yılı için turizmde kriz yönetimi ve çıkış stratejileri konularına da odaklanması önemlidir.

**Çıkar Çatışması:** Yazarlar çıkar çatışması bildirmemişlerdir.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Declaration of Interests:** The authors declare that they have no competing interest.

### Kaynaklar

Anzuini, A., Lombardi, M. J. & Pagano, P. (2023). The impact of monetary policy shocks on commodity prices. Bank of Italy Temi di discussione working paper, No.851. [\[Crossref\]](#)

Aydar, S. (2021). Liberalizmin temelleri: faydacılık ve doğal hukuk üzerine bir inceleme. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 309-328. [\[Crossref\]](#)

Balaguer, J. & Cantavella-Jorda, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877-884. [\[Crossref\]](#)

Baretje, R. & Defert, P. (1972). Aspects économiques du tourisme. L'Administration nouvelle. ISSN 0768-3960 Urbana-Champaign'deki Illinois Üniversitesi, 355s. [\[Crossref\]](#)

Cartwright, M. (2022). The Silver of the Conquistadors. *World history encyclopedia*. [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 6.3.2023).

Chadefaud, M. (1987). *Aux origines du tourisme dans les pays de l'A-dour*. Pau, Université de Pau, 1010 p. [\[Crossref\]](#)

Cipolla, C. M. (2003). *Fatihler, korsanlar, tüccarlar* (T. Altınova, Çev). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Çaklı, S. (2006). Klasik okulda üretken emek, üretken olmayan emek ayrımı. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Dergisi*, 1(12). [\[Crossref\]](#)

Çetin, A. (2018). *Nomisma bağımsız ve milli para sistemi geleceğin para düzeni*. Alfa Yayınları, 460s.

Demirci, B. (2020). *16.yüzyılda avrupa ve osmanlı'da fiyat devrimi (1. Baskı)*. İstanbul: Agate Yayınevi.

Donnelly, M. R. (2019). The sacrifice of God's glory for the sake of gold: Bringing christianity & humanity tot he new world. [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 5.3.2023).

Eğilmez, M. (2020). *Tarihsel süreç içinde dünya ekonomisi (11. baskı)*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

FRED Federal Reserv Economic Data (2023). <https://fred.stlouisfed.org/series/M1SL> (Çevrimiçi 27.3.2023).

Güran, T. (2019). *İktisat tarihi*. İstanbul: Der Yayınları.

Hamilton, E. J. (1934). *American treasure and the price revolution in spain 1501-1650*. Harvard Economic Studies, 43. [\[Crossref\]](#)

Haşlak, İ. (2016). John Stuart Mill "Principles of Political Economy" .

*International Journal of Political Studies*, Year:2, 2(1), 802-803.

<https://www.unesco.org.tr/Pages/125/122/UNESCO-D%C3%BCn-ya-Miras%C4%B1-Listesi> (Çevrimiçi 30.3.2023).

İnalçık, H. (2001). Osmanlı para ve ekonomi tarihine toplu bakış. Doğu Batı Yayınevi, No:11, s.164-197.

Özensoy, A. U. (2019). 15 ve 16. Yüzyıllarda sömürgecilik hareketleri, fiyat devrimi ve sömürgecilik ideolojisi. *Tarih ve Gelecek Dergisi*, 5 819-834. [\[Crossref\]](#)

Özgüc, N. (2017). *Turizm coğrafyası* (9. baskı). İstanbul: Çantay Kitapevi

Papatheodorou, A. (1999). The demand for international tourism in the Mediterranean region. *Applied Economics*, 31:5, 619-630.

Rojas, M., Méndez, A., & Watkins-Fassler, K. (2023). The hierarchy of needs empirical examination of Maslow's theory and lessons for development. *World Development*, 165, 106185. [\[Crossref\]](#)

Rojek, C. (2010). Leisure and life politics. *LeisureSciences*, 23(2) 115-125. [\[Crossref\]](#)

Seyidoğlu, H. (2020). *Uluslararası iktisat* (22. baskı). İstanbul: Güzem Can Yayınları.

Sobrinho, B. L. (2023). The adventure of world trade from barter to big business. *UNESCO Digital Library*, <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000187323> (Çevrimiçi 1.4.2023).

Tanyeri, İ. (2000). David Ricardo'nun iktisadi analizi üzerine. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 1-15.

TC Dışişleri Bakanlığı. (2023). Avrupa Birliği Başkanlığı. [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 25.3.2023).

TC Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023a). Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. Turizm Yatırım ve İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis İstatistikleri, 2023 Bakanlık Belgeli Konaklama Tesisi İstatistikleri. [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 5.6.2023).

TC Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023b). Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü. Turizm Yatırım ve İşletme (Bakanlık) Belgeli Tesis İstatistikleri, Mayıs 2023 Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi İstatistikleri. [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 5.6.2023).

TC Merkez Bankası. (2023). *Ödemeler Dengesi ile İlgili İstatistikler*. [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 1.4.2023).

Türkiye Fiziki Atlası (2023). [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 27.3.2023).

Türkiye İstatistik Kurumu. (2023). [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 1.4.2023).

U.S. Bureau Of Labor Statistics (2023). Consumer price index Major economic indicators <https://www.bls.gov/opub/mlr/2023/home.htm> (Çevrimiçi 2.4.2023).

Umeh, G-F (2018). The relevance of Aristotele's ethics of trade to the modern economy. *Nnadiabube Journal of Philosophy*, 2(1). [\[Crossref\]](#)

UNESCO Türkiye Millî Komisyonu (2023).

UNWTO United Nations World Tourism Organisation (2023). Sustainable development. [\[Crossref\]](#) (Çevrimiçi 25.3.2023).

