

1. BÖLÜM

DÜNYA VE TÜRKİYE TURİZMİ: GELİŞİMİ VE GELECEĞİ

Öğr. Gör. Dr. Gökhan EMİR

Bartın Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü
gemir@bartin.edu.tr

Giriş

Turizm endüstrisi geçmişten günümüze pek çok ülke tarafından oldukça ilgi gösterilen bir endüstridir. Bunun en önemli nedeni, dünyada en hızlı gelişen endüstrilerden olmasıdır. Turizm endüstrisini geliştirerek ülkelerin gelişmişlik seviyelerine göre ulaşmak istediği hedefler farklılık gösterebilmektedir. Gelişmiş ülkeler turizmin gelir etkisinden yararlanırken diğer ülkeler ise, bu endüstrinin döviz kazandırıcı ve yeni istihdam oluşturabilme gücünden faydalanmaktadır. Önemi devamlı artan (salgın yılları hariç) ve günümüzde büyük boyutlara ulaşan turizm; insanların fiziksel ve sosyo-kültürel ihtiyaçlarına doğrudan ve dolaylı olarak, belli bir süre için cevap verebilen en etkili faaliyetlerdendir. Turizm, gelir artırıcı ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ekonomiye katkıda bulunmaktadır. Uluslararası ilişkilerin gelişmesinde turizmin rolü çok büyüktür. İnsani ilişkiler, ulusları birbirine daha çok yakıştıracığından turizm evrensel barışın doğmasına yardımcı olmaktadır.

Günümüzde pek çok insan her yıl değişik nedenlerle seyahat etmektedir. Bir zamanlar lüks olan seyahat artık bir ihtiyaç haline gelmiştir. Oysa eskiden seyahat etmek başlı başına bir amaçtı. Seyahat edenler seyahat sayesinde bilgi ve görgülerini artırırlardı. Sanayi devriminden sonra gittikçe gelişen bilim ve teknolojiye, özellikle bilişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak, hem seyahat ve turizm hemde turistler değişmiştir. Dolayısıyla, dünya ekonomisindeki payı sürekli artan turizm artık bir sistem haline gelmiştir (Roney, 2011). Yirmi birinci yüzyılda bilimsel ve teknolojik gelişmeler ile buna bağlı olarak, ulaşımdaki hız ve kapasite artışı, küreselleşmeyle birlikte fiziki sınırların ortadan kalkması, çalışma saatlerinin azalması, boş zamanın artışı beraberinde insanların seyahat etme ve turizm hareketlerine katılmalarını artırmıştır. Bu durum ekonomik getirisi yüksek olan ve sosyal etkileşimi de zorunlu kılan turizm gibi sektörlerin önemini artırmıştır (Dinçer, Yozcu ve Gedik, 2015).

Dünya turizmindeki gelişim tüm hızıyla sürmektedir. Ekonomik durgunluk, ülkelerin sosyal çalkantıları, bölgesel savaşlar dünya turizminin büyümesini yavaşlatsa da, durduramamaktadır. Türkiye’de de turizm olayı esasında 1990’lı yıllardan sonra başladığı için, ülkemiz son yıllardaki atılımlarıyla dünya turizm liginde ilk on ülke arasına girmeyi başarabilmiştir. Çoğu ülke açısından önemli bir ekonomik girdi olan turistik seyahatlerin sürekliliğini sağlamak her zaman

mümkün olamamaktadır. Olağanüstü olaylar gibi pek çok olay turizm hareketliliğine sekte vurabilmektedir (Türker, 2020). Turizm, küreselleşen dünyada önemi her geçen yıl artmakta olan bir sektördür. Bilhassa az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde turizm ödemeler dengesine pozitif katkılar yapmaktadır. Ayrıca, sosyo-kültürel bir olgu olarak turizmin yerel toplumlara da olumlu etkilerinin olduğunu söylemek olasıdır. Turizm sayesinde insanlar ve toplumlar barış içinde yaşayabilmektedir. Bu yüzyılda turistik seyahatlere katılmak artık bir lüks değil ihtiyaç olmaktadır. Turizm sosyal bir etkileşim, bütünleşmiş bir hizmet ve kültür endüstrisidir (Akdağ, Güler ve Çakıcı, 2019).

Turizm gerek dünyada gerekse Türkiye’de farklı unsurlarıyla gelişim göstermiştir. Bu gelişim ve dönüşümler bazen turizm hareketleri bazende yapısal unsurlarındaki değişimlerle ortaya çıkmıştır. Çeşitli olaylar tarihte turizmin gelişmesinde önemli rol oynamıştır (Demir, 2017). Son yıllarda kitlesel olarak yapılan turistik seyahatler ile turistler ulaşım, konaklama, yeme-içme, eğlence imkânlarından ve tesislerinden faydalanmaktadırlar. İnsanoğlu tarih boyunca çeşitli nedenlerle yer değiştirmişlerdir. Yirminci yüzyıl bütün savaflara rağmen çok ilginç bir yüzyıl olarak incelenebilir. Ulaşım sistemlerindeki akıl almaz devrimlerin, bilgisayarın günlük yaşama girdiği, uluslararası duvarların yıkıldığı, birçok hastalıklara karşı ilaçların bulunduğu bir yüzyıl olarak tarihe geçmiştir. Turizmde bu gelişmelere paralel olarak büyük bir sosyal ve ekonomik gerçek olarak büyümesini devam ettirmekte ve yeni yüzyılı çok daha iyimser bir ümitle karşılamaktadır. Dünya nüfusunun yaklaşık altıda/yedide birinin seyahat edebildiğini göz önünde tutarsak geleceğin ne kadar parlak bir potansiyele sahip olduğu açıkça görülmektedir (Var, 2004).

Turizmin Gelişimi

Turizmin tarihsel gelişimine bakıldığında, insanların her dönemde çeşitli amaçlarla turizm hareketlerine katıldığını görmek mümkündür (Demirci ve diğ., 2013). İnsanlar, devamlı yaşadıkları yerlerden belirli sürelerle ayrılarak yabancı ülkelere gitmekte ve buralarda çeşitli turistik hareketlerde bulunmaktadırlar. Ekonomik olarak gelir getiren, sosyo-kültürel olarak da geniş etkiler doğuran ve turizm olarak isimlendirilen bu olay/olgu, günümüzün temel endüstrilerinden birisini oluşturmaktadır (Uçkun, 2004). Bununla birlikte ulaşım imkânlarının artması seyahat etmeyi kolaylaştırmaktadır. Geçmiş zamanlarda insanlar zorunlu nedenlerden dolayı seyahat ederken günümüzde teknolojik gelişmelerin sağladığı kolaylıklar, boş zaman ve refah düzeyinin yükselmesi, gezmek, görmek gibi amaçlarla seyahat etmektedirler (İnce, 2017). Turizmin başlangıcı, milattan önce 4000 yıllarına yani Sümerlere kadar götürülebilir. Yine milattan önce 3000 yıllarında Mısır, gezginlerin ilgisini çeken ülkelere biri olmuştur. Eski

Mısır ve Babil krallığında, gezginler için yolların güvenlik altına alındığı, konaklama ve dinlenme amacıyla evlerin yapıldığı bilinmekteydi (Barutçugil, 1984). Eski çağlarda çeşitli milletlerin ticaret için çeşitli ülkeleri ziyaret etmesi de bir turizm aktivitesi olarak değerlendirilmekteydi. O yıllarda karayollarının düzenli ve fazla olmaması, uzun ve uzak seyahatlerin deniz yolu ile yapılmasına neden olmaktaydı (Doğanay, 2001). Ayrıca eski Yunanda olimpiyatlar, seyahatleri sağlamış ve olimpiyatlara gidenler, kasabalarda konaklayarak turizmin öncülüğünü yapmışlardır (Bayer, 1992). Milattan sonra 395 yılından İstanbul'un fethine kadar olan dönemde turizmde duraklama başlamış ve bunun yanında büyük yayılma gösteren Hıristiyanlık ve Müslümanlığa bağlı olarak dini amaçlı seyahatler artmıştır (Acuner, 2006).

İnsanlık tarihinin çok eski dönemlerinden beri insanlar hayatlarını devam ettirebilmek için avcılık, toplayıcılık ve küçük takas işlemleri gibi beslenmelerine imkân sağlayan ilkel yöntemler kullanmışlardır. Bu yöntemler onların çevredeki bölgelere yolculuk yapmasını gerekli kılmıştır. Tarihte ilk kez yazıyı, parayı ve tekerleği kullanan Sümerlere kadar dayanan modern seyahat, çoğunluğu ticaretle ilgilenen Fenikeliler döneminde önemli gelişmeler göstermiştir. Diğer yandan, M.Ö. 3000 civarında, başta piramitler olmak üzere dönemin en farklı ve gözde eserleri bulunan Mısır gezginlerin uğrak yeri konumundaydı. Bu ziyaretlerin bir sonucu olarak Mısır'da seyahat ve konaklama kültürü gelişmiş, "Babil Krallığı" zamanında "Hammurabi" yasalarında bu alanda düzenlemeler de yer almıştır. Turizmin modern anlamdaki ilk hali ise "Eski Yunan" da daha çok karşımıza çıkmaktadır. Örnek olarak M.Ö. 700 yıllarında "Olimpiyat Oyunları" başlamış, bu organizasyon farklı yerlerden birçok turisti bölgeye çekmeyi başarmıştır (İçöz, 2007).

Buraya kadar olan dönem genel olarak düşünüldüğünde, yapılan turistik etkinlikler ilkel olmakla birlikte çoğunlukla tedavi, sportif faaliyetler, dini nedenler ve ekonomi üzerinde şekillenmiştir. Kaplıca ve sağlığa katkı sağladığına inanılan su kenarlarına yapılan seyahatler tedavi amacını, Olimpiyat oyunları sportif amacı, yılın belli dönemlerinde düzenlenen ayin ve törenler dini amacı, yiyecek-ıçecek arama ve tüccarlık faaliyetleri de ekonomik amacı göstermektedir (Usta, 2001). Tarihi dönemler incelendiğinde, turizm faaliyetlerinin günümüzdeki anlamı ile Akdeniz Havzası'nda "Romalılar" tarafından başlatıldığı görülmektedir. Romalılar, sağlık problemleri, sportif faaliyetler, eğlence ve kültür gibi çeşitli nedenlerle, yılın farklı zamanlarında seyahat ederlerdi. Roma'dan Mısır'a, oradan Yunanistan ve Anadolu'ya geçen turistler, başta Piramit ziyareti, Olimpiyat Oyunları, festival ve şenlikler olmak üzere çeşitli etkinliklere katılarak turizm faaliyetlerine öncülük etmişleridir (Gürsoy ve Kendall, 2004). Sonraki dönemlerde, pusulanın bulunması ve denizcilik alanında teknik bilginin artması, denizaşırı seyahatlere imkân sağlamış, bu da ülkelerin genelini turizm olayına dâhil ederken, toplumda farklı sektörlerde ve gelir

gruplarında yer alan bireylerin turizm etkinliklerine katılmasını kolaylaştırmıştır. Bunun sonucu olarak turist sayısı artmış, turizmin ekonomi üzerindeki etkisi belirginleşmeye başlamıştır (Hazar, 2016).

Birinci Dünya Savaşı dönemine kadar lüks ihtiyaçlar arasında gösterilen, 1960'lı yıllara kadar da kültürel özelliğine vurgu yapılan turizm olayı, günümüzde zorunlu ihtiyaçlar arasında kabul edilir. Bundan 30-40 sene öncesine kadar zengin ve geniş zamana sahip kişiler tarafından gerçekleştirilen turizm faaliyetleri, 2000'li yıllarla beraber toplumun çoğunluğuna kapsayan ve yaşam biçimi haline alan bir yapıya bürünmüştür. Turizmin gelişiminin yirminci yüzyılda artmasının iki önemli nedeni bulunmaktadır: Bunlardan ilki, İkinci Dünya Savaşı sonrası büyük tahribata maruz kalan Avrupa'nın yeniden düzenlenmesi ve hayatın normale dönmesi için Amerika tarafından yapılan maddi yardımlardır. Bu yardımlar sayesinde kısa sürede refaha ulaşan Avrupa seyahatlerin merkezi haline gelmiş ve turizm daha da gelişmiştir. İkincisi ise, yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte uzaklık kavramının eski önemini yitirmesi ve zaman konusunda sıkıntı yaşayan kişilerin turizm faaliyetlerine katılma fırsatı bulmasıdır (Bahar ve Kozak, 2005; Bahar, 2004).

Turizm faaliyetleri, katılan kişilerin her biri için ve birbirinden farklı olarak zevk ve istekleri, seyahat süresi, boş vakitleri, yaşam şekli, beklentileri gibi birçok etkene bağlı olduğundan, oluşan talebe karşılık verecek olan hizmet sağlayıcılar da bu etkenleri dikkate alarak politika geliştirmişlerdir. Bu politikalar dâhilinde turizm alanı sınıflara ayrılmış ve türler belirginleşmiştir. Böylece talepler daha doğru ve verimli bir şekilde karşılanabilmektedir (Tezcan ve diğ., 2007).

Dünya'da Turizm

Son elli-atmış yılda turizm (salgın yılları hariç), sürekli gelişme göstererek dünya ekonomisinde en hızlı ve en fazla büyüyen sektörlerden olmuştur. Bazı yıllar meydana çıkan krizlere rağmen yabancı turist gelişleri hiç aksamadan artmıştır. Dünya turizm seyahatlerinde artışa etken olarak ulaştırma teknolojilerindeki gelişme önemli olmuştur. Son yıllarda turizm endüstrisi uluslararası alanda en önemli ekonomik olaylarından biri haline gelmiştir. Bu noktada pek çok bilim insanı, turistik seyahatlerin çok eski tarihlere kadar götürülebileceğini söylemektedir (Ahipaşaoğlu ve Arıkan, 2003; Zengin, 2009). Seyahati insanların bir yerden bir yere gitmesi şeklinde düşündüğümüzde, seyahatin amacı ne olursa olsun, tekerleğin bulunmadığı zamanlara kadar eski bir tarihsel geçmişi olduğunu söylemek mümkündür. Ancak bu eski çağlarda insanların bir yerden bir yere gitmeleri şimdiki gibi kolay değildi. Günümüzde insanları turistik seyahatlere katılmaya iten içsel faktörler biride meraktır (Usta, 2002). Bireylerin turistik seyahatlere

çıkmasında çok farklı amaçları bulunmaktadır. Bunların başında da merak ve keşfetme isteği gelmektedir (Solmaz, 2019).

Turizmin tarihsel gelişimi incelendiğinde, modern turizm faaliyetlerinin sanayi devrimi sonrasında ortaya çıktığı görülmektedir. Günümüzün önemli bir sanayi kolu olarak ülkelerin ekonomisine gelir getiren turizm, sanayi devrimi sonrası önemli bir yükseliş göstermiş ve turizm son yıllarda sosyal, siyasal, kültürel, insancıl ve iktisadi alanlarda daha da ilgi çekici hale gelmiştir. Turizm artık dünyanın vazgeçilmez olaylarından biri olmuştur. Ulaştığı küresel niteliklerle turizm önemli bir gelirdir. Zira turizm sektörü, yaklaşık bir buçuk milyar insanın turizm hareketlerine katıldığı ve yaklaşık bir trilyon doları bulan gelir elde edilen bir sektör haline gelmiştir. İkinci Dünya Savaşından sonra en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelen turizmin (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008) dünyada büyümesi, teknolojinin gündelik yaşamda hızla ilerlemesiyle eşdeğerdir. Özellikle 90'lı yıllardan itibaren önem kazanan küresel gelişmeler ile beraber (Bahar ve Baldemir, 2007), uluslararası ekonomik alanda önemli bir girdiye dönüşen turizme olan talep her geçen yıl çoğalmış (Unur, 2004), evrensel nitelikte her on kişiden birinin çalıştığı dünyanın en güçlü ekonomik sektörlerinden biri halini almıştır. Çoğunlukla ekonomik ve toplumsal bir olgu olan turizmin, ulusal ekonomiler ile dünya ekonomik ve politik arenada oldukça önemli bir hale geldiği bilinmektedir (Aktaş, 2005).

Turizm endüstrisi dünyadaki lokomotif endüstrilerden birisidir ve küresel anlamda çok sayıda paydaştan oluşmaktadır. Turizm endüstrisinin kökenlerine bakıldığında insanoğlunun çeşitli nedenlerden dolayı yer değiştirme ve gezip görme isteğine dayandığı bilinmektedir. Bugünkü bilimsel ve teknolojik gelişmelere bağlı olarak seyahat alanındaki gelişmeler turizmde gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır (Özdoğan & Gencer, 2017). Dünyada geçmiş elli-atmış yılda, turizm planlaması deniz-güneş-kum türü turistik hareketlere yoğunlaştırılmış ve rekabet stratejileri kitle turizmi tarafından yönlendirilmiştir (Andaç 2000; Sezgin 2001). Dünya Turizm Örgütü'nün uzun dönem tahminlerine göre, 2030 yılına kadar tüm dünyadaki yabancı turist gelişleri %3.3'lük bir artışla 1.8 milyara ulaşacaktır. Yine bu yıllarda yeni ortaya çıkacak turistik destinasyonlara yapılacak seyahatlerde yıllık %4.4'lük bir artış beklenmektedir (UNWTO, 2019).

Türkiye'de Turizm

Hızla büyüyen turizmin Türkiye'deki durumu da dünyadakine benzerdir. Türkiye'nin Asya ve Avrupa'yı birleştirmesi, tarihte çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapması, ender bir tarihi ve kültürel zenginliğe sahip olmasını sağlamıştır. Tarihi ve kültürel zenginliğinin yanı sıra yeryüzü şekillerinin çeşitliliği, üç tarafının denizlerle çevrili olması gibi etmenler Türkiye'yi turizm

açısından gözde bir çekim merkezi haline getirmiştir. Ancak ülkedeki turizm hareketlerinin canlanması ancak 1980'li yıllarda gerçekleşmiş, 1990'lı yıllara kadar turist sayılarında ve turizm gelirlerinde muazzam seviyede artış görülmüştür ve sonraki yıllarda da bu artışlar sürmüştür (Çımat ve Bahar, 2003).

Turizmin dünya ekonomisindeki payının artmasıyla, turistik destinasyonların turizm pastasından daha büyük pay alabilmek için kendi aralarında yaptıkları rekabet zorlaşmıştır. Günümüzün turizm destinasyonları karşılaştıkları tehditleri ortadan kaldırmak ve daha faydalı iş fırsatları oluşturarak turizm sektöründeki başarılarını devam ettirebilmek için güçlü ve zayıf yönlerinin analizini yapmaları gereklidir. Talebi artan bir turizm destinasyonu olan Türkiye bu temayülü izlemeli ve turizm açısından güçlü planlama ve tutundurma stratejilerini hayata geçirmelidir. Akdeniz bölgesinin rekabetçi ortamında, gerek yerel gereksede ulusal yetkililer Türkiye'nin güçlü yönlerini tespit ederek daha etkin turizm planlaması ve pazarlamasını geliştirmekle yükümlüdürler (Duman ve Kozak, 2013).

Turizm Bakanlığı diğer ülkelerle ve dünya örgüt ve kurum-kuruluşları ile mevcut durumda birçok anlaşma imzalamıştır. Bakanlığın asli hizmet organları, Yatırım ve İşletmeler, Tanıtma ve Araştırma - Eğitim Genel Müdürlüğü ile Dış İlişkiler ve Avrupa Birliği Koordinasyon Dairesi Başkanlığı'dır. Bakanlık etkinliklerini yüz kırk üç yerel birim ve yirmi üç tanıtım danışmanlık kurumu yardımı ile sürdürmektedir (Kozak vd. 2019). 2003 yılında Kültür Bakanlığı ile Turizm Bakanlığı birleştirilerek Kültür ve Turizm Bakanlığı adını alarak etkinliklerine devam etmiştir. Türkiye'de kültür ve turizmin planlanması ve pazarlanması etkinlikleri illerde valiliklerin altında teşkilatlanan seksen bir Kültür ve Turizm İl Müdürlüğü taşra teşkilatları ile sürdürülmektedir. Özel sektör tarafından meydana getirilen turizm bölge yönetim teşkilatlarının eksikliğinden dolayı turizm destinasyonlarının tanıtım ve pazarlanması etkinliklerinin maliyeti ve denetimi il müdürlükleri vasıtası ile Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından yapılmaktadır.

Türkiye'de turizm sektörünün gelişimi üç aşamaya ayrılabilir: Farkındalık, teşvik ve eylem. Farkındalık aşamasında, yerel halkın turizmin faydalarına olan inancını artırmak için bazı gayretler gösterilmiştir. Bu dönemde asıl turizm stratejisi kitlesele turizme ve büyük ölçekli turizm yatırımlarına yönelik olmuştur. Teşvik döneminde ise politikaların, stratejilerin ve mali kaynakların eksikliği görülmüş ve öncelik bu alanlara verilmiştir. Eylem aşamasında ise özel sektör tarafından verilen maddi ve manevi destek yardımı ile kayda değer gelişmeler sağlanmıştır. 1980'li yıllarda hükümetlerin uygulamaya koyduğu Turizm Teşvik Kanunu ve Yabancı Yatırımlar Kanunu ile verilen teşvikler sayesinde turizm sektörüne ilgi artmış ve yabancı sermayenin turizme ilgisi çekilmiştir. Türkiye'nin serbest piyasa ekonomisine geçişi ve bunun gereklerine olan güven, iyi hazırlanmış turistik bölgeler ve turizm hizmetlerini sağlayacak

kaliteli işgücü ile birlikte ülkenin uluslararası pazarının küreselleşmesine uyumunu sağlamıştır (Uysal 2005).

Türkiye'ye turist girişleri, 1980'li yıllara kadar yıllık 1.000.000 kişi civarında iken daha sonraki yıllarda benimsenen dışa açıklık politikası sayesinde, dünyanın diğer ülkeleri ile olan iktisadi bağların hızlı bir şekilde gelişmesini sağlamıştır. Sonuç olarak o yıllardan bugüne kadar Türkiye'ye yapılan yabancı ziyaretçi girişleri oldukça artmıştır. Bu durum Türkiye'yi, en fazla yabancı turist ağırlayan ilk on ülke arasına sokmuştur. 21. Yüzyılda ise, turizmin ülkenin ekonomik yapısında bir numaralı sektör olacağı ve Türkiye'nin dünyada en fazla yabancı turist çeken ülkeler arasında daha üst sıralara çıkacağı öngörülmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığının hedeflerine göre ülkenin 2023 yılı turizm gelirlerinin yaklaşık 60 milyar dolara erişeceği hesaplanmaktadır. Türkiye ekonomisinin gelişimi hem hizmet hem de sanayi sektörlerinde üretimin ve talebin genişlemesi yönünde görülmektedir. Turizm sektörü de bu trende uygun olarak gelişmesini sürdürmektedir. Türkiye'nin geleneksel tarım ve sanayi ürünleri ihracatından, gerekli döviz ihtiyacını büsbütün kapatacak bir gelişme beklemek, kısa ve orta vadede gerçekleşmesi zor bir olasılıktır. İşçi dövizleri ve dış finansman girdileri ise her zaman istenen boyutlara ulaşmamaktadır. Bundan dolayı dış aktif turizmin, Türkiye için önemli döviz girdisi sağlayabileceği görülmektedir (Çımat ve Bahar, 2003).

Dünya'da Turizmin Geleceği

Günümüzde küresel dünyada çok çabuk gelişen karmaşık değişikliklerle karşı karşıya olduğundan turizmin geleceğini tahmin etmek hiç te kolay olmayacaktır. Gelecekle ilgili olarak öngörüle bulunanlar, yeni turizm anlayışını eskisinden ayıran tek özelliğin çok hızlı değişim olgusu olduğunda hemfikirdirler. (Mengü, 2013). Turizm endüstrisi dünyada otomotiv endüstrisi ile birlikte hızlı bir gelişim göstermektedir. Küresel ekonomiye katkısı değerlendirildiğinde dünyanın ekonomik büyümeden daha hızlı bir büyüme performansı sergilemektedir. Turizm sektörü, ürettiği mal ve hizmetler ile uluslararası ekonomiye 2.3 milyon dolarını doğrudan, 7.6 milyon dolarını ise doğrudan ve dolaylı katkı sağlamaktadır. 2019 yılı verilerine göre uluslararası turizm pazarında en fazla yabancı turist kabul eden ülkeler ise, Fransa 90.2 milyon, İspanya 83.8 milyon, ABD 78.7 milyondur. Türkiye ise 52.5 milyon ile altıncı sırada yer almıştır. En fazla turizm geliri elde eden ülkeler ise, ABD 215 milyar dolar, İspanya 74 milyar dolar, Fransa 67 milyar dolardır. Türkiye ise 29.5 milyar dolar ile on üçüncü sırada yer almıştır (Dünya Turizm Örgütü, 2019).

Turizmin ülke ekonomilerine önemli katkı sağlaması ve hızlı büyüyen bir Pazar sunması, bütün ülkelerin turizm pastasından pay almak için bir yarışın içine girmelerine yol açmakta ve küresel

anlamda destinasyonlar arasında bir rekabeti getirmektedir. Destinasyonların rekabette üstünlük elde edebilmeleri için geleceğe yönelik planlar yapmaları ve stratejiler geliştirmeleri gerekmektedir. Bu stratejilerin başarısı ise, bilimsel yöntemlerle elde edilmiş bilgi, istatistik ve öngörülere bağlıdır. Bu nedenle, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi, Dünya Turizm Örgütü gibi uluslararası kurumlar, ulusal turizm örgütleri ve araştırma şirketleri tarafından devamlı olarak turizm istatistikleri tutulmakta ve geleceğe yönelik projeksiyonlar gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmalardan elde edilen veriler ile de turizm destinasyonlarının geleceğine yön veren planlar ve stratejiler geliştirilebilmektedir (Kozak ve diğ., 2019).

Turizm endüstrisi, bugün olduğu gibi kuşkusuz gelecekte de dünyanın hızlı büyüyen ve hızlı gelişen endüstrilerinden biri olmaya devam edecektir. Dünya Turizm Örgütü'nün 2030 tahminlerine göre, dünya genelinde 2030 yılına kadar turist sayısının yıllık ortalama % 3,3 oranında artacağı öngörülmektedir. Turist sayısında yaşanacak bu artıştan en büyük payı ise, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin alması beklenmektedir. Toplam turist hareketlerinin % 58'lik kısmının gelişmekte olan ülkelere doğru olacağı öngörülmektedir. Bu bağlamda Asya, Latin Amerika, Orta ve Doğu Avrupa, Doğu Akdeniz Avrupa ülkeleri, Ortadoğu ve Afrika gibi bölgelerin 2030 yılında turizm hareketliliğinden daha fazla yararlanacağı söylenebilir.

Dünya Turizm Örgütü'nün öngörülerine göre, turist gönderen bölgeler sıralamasında da değişiklik olacaktır. Örneğin, Asya ve Pasifik bölgesi turist çekme konusunda olduğu gibi turist göndermede de ikinci en fazla turist gönderen bölge olacaktır. Dış turizme katılımın nüfusa oranında ise, Avrupa bölgesinin 2030 yılında da yine birinci olması öngörülmektedir. Her ne kadar Çin gibi ülkelerin ekonomileri hızla gelişse de, gelir dağılımı adaletsizliğine bağlı olarak bu bölgelerde toplam nüfus içinde turizme katılım oranının artışının ekonomik gelişim hızından yavaş olacağı düşünülmektedir. Avrupa bu oranın 2030 yılı itibarıyla % 90 düzeyine çıkması öngörülmektedir. Asya ve pasifik bölgesinde ise 2030 yılında öngörülen oran % 12 olacaktır. Dış turizme katılımın en düşük olduğu Afrika bölgesinde ise, bu rakam 3 iken 6 olacaktır. Eğlence amaçlı seyahatlerin genel artış oranıyla turizme katılım aynı oranda artacağı görülürken 2030 yılında aile ve akraba ziyaretleri, sağlık, din ve diğer amaçlarla yapılan seyahatler, toplam turist sayısının % 31'ini temsil ederken, eğlence amaçlı seyahatler % 54, iş ve profesyonel amaçlarla yapılan seyahatler % 15 olarak gerçekleşecektir (Dünya Turizm Örgütü, 2018).

Dünyanın en büyük endüstrilerinden biri olarak turizm endüstrisinin geleceği, ekonomik refah açısından düşünüldüğünde, 2050'li yıllarda ekonomik dengelerde önemli değişikliklerin olacağı belirtilmektedir. Özellikle Çin, Hindistan, Brezilya, Rusya ve Meksika gibi ülkelerin dünya ekonomisine yön vereceği ve dış turizme katılımın bu ülkelerde önemli oranda yükseleceği öngörülmektedir. Bu öngörü, Dünya Turizm Örgütü'nün 2030 öngörüsü ile de uyumaktadır.

Teknoloji alanında ise, turizmin gelişiminin temel yön belirleyicisi olmaya 2050'li yıllarda devam edeceği anlaşılmaktadır. Turizmde özellikle dağıtım kanalı açısından önem arz eden teknoloji, çevrimiçi rezervasyon imkânları ile bugün dahi seyahat acentelerini zora sokarken; 2050'li yıllarda geleneksel anlamdaki seyahat acentalarının yok olacağını öngörmek mümkündür. Ayrıca, gelişen teknolojilerin ulaşım imkânlarını daha da geliştireceği ve turizmin emek yoğun özelliğinin azalacağı öngörülmektedir. Önümüzdeki kırk yılda dünyanın yiyecek-ıçecek, yakıt ve çevresel kaynaklarda bazı sorunlarla yüzyüze geleceği düşünülmektedir. Bu nedenle, sürdürülebilirlik daha da önemli hale gelecek ve çevreye duyarlı tesislere ilgi artacaktır. Ayrıca, küresel ısınma ve benzeri etkilerle destinasyonlarda önemli değişiklikler oluşacaktır. Gerekli önlemler alınmazsa Fransız Alplerinde kayak yapılması yâda Hawaii'de güneş banyosu yapılması mümkün olmayacaktır. Ancak bazı turizm türlerine olan ilgi artacaktır. Mesela; sağlık turizmi en önemli turizm türlerinden biri haline gelecektir. Dünya Turizm Örgütü'nün öngörüsü de bu aynıdır.

Dünya turizm hareketlerinde gelecek ile ilgili turizm trendlerini belirleyecek faktörlerin ana hatlarının aşağıdaki gibi ele alınması yararlı olacaktır.

- Sosyokültürel ve demografik faktörler,
- Ekonomik faktörler,
- Politik ve uluslararası faktörler,
- Teknolojik faktörler,
- Rekabet faktörleri,
- Küreselleşme,
- Güvenlik ve emniyet,
- İklim değişikliği,
- Yeni turist profili,
- Pazar bölümlendirme,
- Destinasyon planlaması ve yönetimi.

Ulusal hükümetler ve turizm kuruluşları çeşitli ülkelerde ve destinasyonlarda uzun vadeli plan ve programlar yapabilmek için yukarıda listelenen ana başlıklarda meydana gelen değişiklikleri bilmek ve yakından takip etmek durumundadır. Dünya turizminin geleceğini özetlersek, hızla artan nüfusun, refah seviyesinin, önemli bir tüketici kitlesi haline gelmekte olan gençliğin, erken emeklilik imkânlarının, önemi artan eğitim ve kültürün, çağın psikolojik problemlerinden kurtulma isteğinin, merak ve gezip-görme talebindeki artışının gelecek yıllarda da uluslararası turizm seyahatlerini geliştiren önemli faktörler olacaklarını söylemek yanlış olmayacaktır. Buna

mukabil toplumsal, ekonomik, politik, çevresel ve sağlık ile ilgili faktörlere karşı oldukça hassas olan turizm sektöründe risk yüksektir. Bundan dolayı, gelecek yıllarda dünyada kendini gösterecek, savaş, terör, bölgesel ve küresel ekonomik ve sosyal çalkantılar, politik istikrarsızlıklar ve bulaşıcı hastalıklar gibi faktörlerden uluslararası turizm olumsuz etkilenebilecek ve adı geçen eğilimler kısa ya da uzun dönemde olumsuz yönde değişebilecektir (Kozak ve diğ., 2019).

Türkiye’de Turizmin Geleceği

Türkiye’de 1980’li yıllardan itibaren serbest piyasa ekonomisine geçiş ve turizm sektörüne sağlanan teşvikler sonucunda turizm sektörü ülkede önemli bir yer elde etmiştir. Bu tarihlere kadar ülkeye gelen yabancı turist sayısı az iken sonraki yıllarda önemli bir artış görülmüştür. Bunun ana sebebi, turizm politikaları ve stratejilerinden kaynaklanmıştır. Bu yıllarda belirlenen esas strateji, kitle turizmine yönelik özellikle batı ve güney kıyılarda turizm arzının artırılması ve kum-güneş-deniz turizminin geliştirilmesi olmuştur. Son yıllarda ise, takip edilen strateji turizmi Türkiye’nin bütün bölgelerine ve yılın bütün aylarına yaymaktır. Bu da ancak alternatif turizmin geliştirilmesiyle mümkün olabilecektir. İzlenen bu strateji de yıldan yıla başarıya ulaşmakta olup turizm Türkiye’nin bütün bölgelerinde gelişmeye başlamış ve yaz sezonunun haricinde kış sezonunda da yapılmaya başlanmıştır. Türkiye’nin bugüne kadar turizmde yaptığı bütün yatırımlar ve uyguladığı stratejiler, Türkiye turizm sektörünün dünya sıralamasında ilk on içerisinde yer almasını sağlamıştır. Bugün ve gelecekte turizm endüstrisi, ülkemize pek çok alanda ekonomik fayda sağlamak ve sağlayacaktır.

Türkiye için yapılan tahminlerde turizm endüstrisinin ekonomiyeye katkısının artarak devam edeceği tahmin edilmektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC)’nin 2030 yılı tahminlerinde Türkiye turizm endüstrisinin GSYH üzerindeki doğrudan katkısının 2030 yılında 105,3 milyar ABD Doları olarak gerçekleşeceği belirtilmektedir. Türkiye 2023 turizm stratejisi kapsamında belirlenen hedef olan 50 milyon turist, 50 milyar ABD Doları turizm geliri hedefi, Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin 2030 yılı tahmininde de benzer şekilde yer aldığı görülmektedir. Ayrıca, WTTC’nin öngörülerinde turizm sektörünün istihdama katkısının da artacağı ve 2030 yılında Türkiye’de turizmin yaklaşık 2,945,000 kişiye iş sağlayacağı tahmin edilmektedir. Bu tahminin önemli göstergelerinden biri, iç turizme yönelik olanıdır. Nüfusun gelir ve eğitim düzeyinin sürekli artış gösterdiği ve gençleştiği bir yapıya sahip olan Türkiye’de iç turizmin de gelişmesi kaçınılmazdır. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nin tahminlerinde de hareket esnekliği yüksek, daha sık seyahat eden ve daha fazla turizm faaliyetlerine katılan bir Türkiye tahmini bulunmaktadır. Bu verilere göre, yurtiçi seyahat ve turizm harcamaları, 2030

yılına kadar üç kattan daha fazla büyüyerek 117,9 milyar ABD Dolarına ulaşacaktır. Turizm endüstrisine yönelik sermaye yatırımlarının ise, yıllık %7,7 bir artışla 2030 yılında 71,9 milyar ABD Dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir (WTTC, 2015).

Türkiye turizm hareketlerinde gelecek dönemlerde beklenen değişimlerin ve gelişimlerin şöyle olması tahmin edilmektedir.

- Turizm geliri artacak
- Ürün yelpazesi genişleyecek
- Kültür turizmine yönelik talep artacak
- Butik oteller cazip hale gelecek
- SPA ve Wellnes turizmi yaygınlaşacak
- Turizm talebi çeşitlenecek
- İç turizm gelişecek
- Dünyadaki gelişmeler turizm talebini etkileyecek
- Kısa süreli seyahatler çoğalacak
- Yurtdışında yaşayan Türk vatandaşlarının desteği artacak
- Turizm bilinci gelişecek
- Güvenlik sorunları turizm talebini etkileyecek
- Ekoturizm önem kazanacak

Sonuç

Dünyada ve Türkiye’de turizm sektörü hızlı gelişme gösteren ekonomik ve sosyo-kültürel bir olay olma özelliğini koruyan bir sektördür. Zira turizmin geliştiği bir ekonomide, bunun etkileri hem ekonomik hem de sosyo-kültürel alanlarda kendini göstermektedir. Gelişen turizm sektörü bir ülkenin ödemeler dengesinin düzelmesinde, gelir elde edilmesinde, döviz gelirinin arttırılmasında, bağlantılı olduğu diğer birçok sektörün hareketlenmesinin sağlanmasında, altyapı ve üstyapının iyileştirilmesinde ve en önemlisi yeni istihdam alanları oluşturularak işsizlik probleminin azaltılmasında önemli etkilere sahiptir (Yıldız, 2011). Dünyada ve Türkiye’de turizm sektörüne her geçen gün ilgi daha da çok artmaktadır. Bu durum birçok ülkede, turizmi vazgeçilmez hale getirmektedir. Dünya turizm hareketlerinde ve buna bağlı olarak turizm gelirlerinde her geçen yıl görülen artışlar, büyüyen bu pazardan daha çok pay elde etme çabası ile beraberinde rekabeti de körüklemektedir. Daha fazla turist çekebilmek ve turizm gelirlerini arttırmak amacıyla yeni pazarlara yönelmenin zorunluluğu ve yeni destinasyonlar oluşturmanın gerekliliğine bir kere daha işaret etmektedir. Turizm yatırımlarındaki artış, ulusal gelir içinde

turizmin payının yükseliş, hizmet sektöründe yeni istihdam alanlarına dönüşmesi, ödemeler dengesine olumlu katkısı ve yabancı sermayeyi ülkeye çekmesi sektörün önemini açıkça göstermektedir.

Günümüzde Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri gönderdiği ve kabul ettiği turist sayısına, turizm harcamalarına ve turizm gelirlerine bağlı olarak turizm hareketliliğine yön veren ülkeler olarak kabul edilmektedir. Toprakları hem Avrupa'da hemde Asya'da yer alan Türkiye ise, sahip olduğu eşsiz doğal ve kültürel değerlere bağlı olarak uzun yıllardan beri ziyaretçi çekmekte, dünya turizm gelirlerinden daha fazla pay elde edebilmek için çeşitli yönetsel uygulamalar yapmaktadır (Akgündüz & Karamustafa, 2019). Dünya turizminin geleceğini belirleyen temel etmenler ekonomik, toplumsal, çevresel, politik ve teknolojik olmak üzere beşe ayırmak mümkündür. Bunlar destinasyonların ve işletmelerin yanısıra tüketicilerin değer ve ihtiyaçlarını da belirleyerek turizm pazarını doğrudan etkilemekte, turizm endüstrisinde küresel çapta bir değişime sebep olmaktadır. Destinasyon ve işletme dışında yeni ürün gelişimi ve tüketiciler arasındaki karşılıklı ilişki turizmin devingen yapısını da ortaya koyacaktır (Dwyer vd., 2009).

Türkiye, turizm ürününü çeşitlendirmek için gerekli olan kaynaklara sahiptir. Özellikle Akdeniz'deki yakın rakipleri ile karşılaştırıldığında, turizm kaynaklarının doğu - batı etkisinin bir harmanı olan tarih ve kültürü de içerdiği görülmektedir. Türkiye'nin dünya turizm pazarından daha fazla pay alabilmesi için tüketici taleplerindeki değişimleri de inceleyerek yeni ürünler üretmeye yönelmesi gerekmektedir. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 belgesinde belirtildiği gibi, Türkiye uzun vadeli bir turizm stratejisine sahiptir ve bu stratejinin ana hedefi Türkiye Cumhuriyeti'nin yüzüncü yıldönümü olan 2023 yılında uluslararası alanda en çok turist çeken ve en fazla döviz geliri elde eden ilk beş ülkesinden biri olmaktır (Avcıkurt, Köroğlu ve Sarıoğlu, 2009). Türkiye, dış turizminden daha iyi gelir elde etmek istiyorsa; OECD üyesi Avrupa ülkelerindeki pazar payını düşürmeden, hatta çoğaltarak, ABD ve Çin turist pazarları üzerinde yoğun, etkin ve ciddi çalışmalar yapmak durumundadır. Bunların yanında Avrupa ülkeleri turizm pazarları üzerindeki mevcut çalışmalar daha etkin ve sürekli bir konuma getirilmelidir. Zira Türkiye sahip olduğu altyapı ve üstyapı turizm değerleriyle çok daha verimli sonuçları alabilecek bir yapıda bulunmaktadır. Turizm endüstrisinin dünyada ve Türkiye'de büyümeye, gelişmeye ve yükselmeye devam edeceğini, tüketici olan turistlerin istek ve beklentilerinde görülen değişim ve gelişimlerin, diğer endüstrilerde olduğu gibi turizm endüstrisinde de özellikle arz kaynaklarının şekil değiştirmesine ya da yeni arz kaynaklarının ortaya çıkmasına neden olacağını söylemek olasıdır. Türkiye dâhil turizmden doğrudan ya da dolaylı olarak beslenen ülkelerin bu tür gelişmelerden ve değişmelerden geri kalmaları beklenmemelidir.

Sonuçta ulusal ve uluslararası turizm hareketleri yine amaç ve sonuç bakımından bir değişikliğe uğramadan kendisinden beklenen misyonu fazlasıyla yerine getirmeye devam edecektir. Bu yapılırken, tüketiciler ve işletmeler daha dinamik hareket ederek, her türlü bilgi ve deneyimin paylaşımı daha şeffaf ve hızlı olacaktır. Kültürel ve ekonomik bakımından dünyanın daha homojen ve kontrol edilebilir hale gelmesiyle, bireysel destinasyonlardan ya da işletmelerden öte bölge ya da ülkelerin kendilerinden söz ettirmeleri beklenmelidir.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC)'in yayınladığı ve günümüzde geçerliliğini korumakta olan arz yönlü yeni turizm planında turizmi aşağıdaki gibi üç boyutta ele almıştır.

1. Devletler ve hükümetler seyahat ve turizmi öncelikli konular olarak tanımlamalıdır.
2. Turizm endüstrisi çevre, insan ve kültür faktörleri ile ekonomiyi dengelemelidir.
3. Turizm alanında uzun vadeli büyüme, refah oluşturulması paylaşılması için ortaklıklar kurulmalı ve bunlar geliştirilmelidir.

Yukarıdaki raporda vurgulanmak istenen turizm endüstrisinin kabul edilebilir, sorumluluk sahibi, dinamik, inovatif ve sürdürülebilir bir ekonomik sektör olduğu gerçeğidir. Dünya ve Türkiye turizminde arz ve talep yönlü gelişim trendleri ve geleceğin turizmüne yönelik olarak;

- İklim Değişikliği: gelecekte iklim nasıl olacak ve bu değişikliğe dünya ve Türkiye turizmi nasıl adapte olacak.
- Geleceğin Turizm Tüketicisi: Bunlar kimlerden oluşacak, zevkleri ve motivasyonları neler olacak, dünya ve Türkiye turizm arz-talep dengesine nasıl cevap verecek.
- Teknoloji: Geleceğin teknolojik gelişimleri dünyada ve Türkiye'de turizm ürünlerini satın almada tüketicilerin davranışlarını nasıl etkileyecektir.

Burada basit gibi görülenlerin üzerinde düşünüldüğü zaman turizmin, tüm dünya ülkelerini yakın zamanda etkileyebilecek bir olay/olgu olduğu ve vurgulanan noktanın ise, küreselleşmenin sonucu değişimin turizm üzerinden olacağı gerçeğidir.

Kaynakça

- Acuner, Ş. A. (2006). *Alternatif Turizm Türlerinin Doğu Karadeniz Bölgesi Turizm Potansiyelinin Gelişmesine Etkisi*. Ankara: MPM Yayınları.
- Ahipaşaoğlu, H.S. ve Arıkan, İ. (2003). *Seyahat İşletmeleri Yönetimi ve Ulaştırma Sistemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akdağ, G., Güler, O. ve Çakıcı, C. (2019). *Turizme Genel Bakış, Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm*. İçinde Genel Turizm (Editör: A. Celil Çakıcı), 1-26, Ankara: Detay Yayıncılık.

- Akgündüz, Y. ve Karamustafa, K. (2019). *Turizmin Geleceği ve Yeni Eğilimler. Kavramlar ve Örneklerle Genel Turizm*. İçinde Genel Turizm (Editör: A. Celil ÇAKICI), 325-340, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Andaç, F. (2000). *Turizm Hukuku*. Ankara: Seçkin Yayınevi.
- Aktaş, C. (2005). Türkiye'nin Turizm Gelirini Etkileyen Değişkenler İçin En Uygun Regresyon Denklemine Belirlenmesi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6 (2), 163-174.
- Avcıkurt, C., Köroğlu, A. ve Sarioğlu, M. (2009). *Türk Turizm Tarihi (Yapısal ve Sektörel Gelişim)*. İçinde Türk Turizm Tarihi (Editörler: Şenol Çavuş, Zehra Ege ve Osman Eralp Çolakoğlu), 1-14, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar O, Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edebilirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bahar, O. (2004). *Türkiye'de Turizm Sektörünün Rekabet Gücü Analizi Üzerine Bir Alan Araştırması: Muğla Örneği*. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Muğla.
- Bahar, O. ve Baldemir, E. (2007). Uluslararası Ticaret ile Uluslararası Turizm Arasındaki Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (4), 55-66.
- Barutçugil, İ. S. (1984). *Turizm İşletmeciliği*. Bursa: Uludağ Basımevi.
- Bayer, M. Z. (1992). *Turizme Giriş*. İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, (6), 1-18.
- Demir, M. (2017), *Tarihsel Boyutu İle Turizm. Genel Turizm (Kavramlar ve Farklı Boyutlarıyla Değerlendirme)* İçinde Genel Turizm (Editör: Mahmut Demir), 31-54, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Demirci, K. Gümüştekin, G. E., Özler, D. E. ve Atalay, C. G. (2013). *21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*. Dumlupınar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, 30 Mayıs-1 Haziran, Kütahya.
- Dinçer, M. Z., Yozcu, S. ve Gedik, S. (2015). *Turizmde Temel Kavramlar. Turizm İşletmeciliği (Temel Kavramlar ve Uygulamalar)*. İçinde Turizm İşletmeciliği (Editörler: Orhan Akova, İsmail Kızılırmak, Haluk Tanrıverdi) 1-26, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğanay, H. (2001). *Türkiye Turizm Coğrafyası*. 3. Baskı, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Duman, T. ve Kozak, M. (2013). Türk Turizm Ürünü: Rekabet ve Farklılaştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (1), 109 –121.

- Dwyer, L., Edwards, D., Mistilis, N., Roman, C., Scott, N. (2009). Destination and Enterprise Management for a Tourism Future. *Tourism Management*, (30), 63-74.
- Gürsoy, D. ve Kendall, KW. (2004). *A Competitive Positioning of Mediterranean Destinations*. Proceedings of the 2004 Euro-Chrie Conference, 3-7 November 2004, Ankara-Turkey.
- Hazar, A. (2016). *Çağdaş Değişimler ve Yenilenen Mevzuatlar Çerçevesinde Genel Turizm*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- İçöz, O. (2007). *Genel Turizm: Turizmde Temel Kavramlar ve İlkeler*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İnce, Y. (2017), *İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından Kırklareli İl ve İlçelerinin Değerlendirilmesi*, Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E. (2008). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13 (2), 351-360.
- Kozak, M. (2000). *Destination Benchmarking: Facilities, Customer Satisfaction and Levels of Tourist Expenditure*. Sheffield Hallam University, Yayınlanmamış Doktora Tezi. England.
- Kozak, N., Kozak, M.A. ve Kozak, M. (2019). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mengü, C. (2013). *Turizm Endüstrisinde Havacılık: Gelişim-Sistemler-Uygulamalar*. İstanbul: Yalın Yayıncılık.
- Özdoğan, O. N. ve Gencer, K. (2017), *Turizm Endüstrisinin Genel Yapısı, Turizm İşletmeciliği (Endüstriyel ve Yönetmel Boyutlar) İçinde Turizm İşletmeciliği (Endüstriyel ve Yönetmel Boyutlar) 17-34* (Editörler: Atilla AKBABA, Zafer ÖTER, Mehmet Emre GÜLER, Volkan ALTINTAŞ), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm (Bir Sistemin Analizi)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Sezgin, O. M. (2001). *Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Solmaz, S.A. (2019). Turizmin Doğuşu: Sosyolojik Bir Olgu Olarak turizm Nasıl Ortaya Çıktı? *Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences*. 5 (19), 867-882.
- Tezcan, K., Önal, YB, Karadeniz, E, Kandır, SY. (2007). *Türk Turizm Sektörü ve Vergi Uygulamaları*. Ankara: Nobel Kitabevi.
- Tunç, A. ve Saç, F. (1998). *Genel Turizm Gelişimi ve Geleceği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Türker, G. Ö. (2020). Covid-19 Salgını Turizm Sektörünü Nasıl Etkiler? Turizm Akademisyenleri Perspektifinden Bir Değerlendirme. *International Journal of Social Sciences and Education Research Online*, Volume: 6 (2).

- Uçkun, S. (2004). *İşletme ve İşletme Türleri, Turizm İşletmeleri*. İstanbul: Değişim Yayınları.
- Unur, K. (2004). Turizmin Ekonomik Etkilerinin Ölçülmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (4), 114-142.
- Usta, Ö. (2002). *Genel Turizm*. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Uysal, M. (2005), The Future of Tourism and Turkey, *Turk of America*, 4 (17), 72-73.
- Ünlüören, K. ve Kılıçlar, A. (2004). Ekonomik Yansımalarıyla Türk Turizminin Seksen Yılı, *Gazi Üniversitesi, Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı:1, 131-156.
- Var, T. (2004). *Turizmin Tarihsel Gelişimi. Turizm: İlkeler ve Yönetim*. (Editörler: Atilla YÜKSEL ve Murat HANÇER), Ankara: Turhan Kitabevi.
- Yağcı, Ö. (2003). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Detay Yayınevi.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 3 (5), 54-71.
- Zengin, B. (2009). *Seyahat İşletmeleri, Turizm İşletmeleri*, (Editörler: B. Zengin ve Ş. Demirkol). İstanbul: Değişim Yayınları.
- <https://www.unwto.org>. Tourism Highlights, Madrid: Dünya Turizm Örgütü Yayını (Erişim Tarihi 28.01.2021).
- <https://www.wttc.org/research>. Economic Impact of Travel and Tourism, Turkey Report Turkey (Erişim Tarihi 28.01.2021).
- <https://www.unwto.org/news/new-data-shows-impact-of-covid-19-on-tourism> (Erişim Tarihi 28.01.2021).
- <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition>, (Erişim Tarihi 28.01. 2021).