OTEL İŞLETMELERİNİN ERZURUM EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Ahmet Hulisi BAŞKAYA

Yüksek Lisans Tezi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı
Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU
2023
Her Hakkı Saklıdır

T.C.
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI

Ahmet Hulisi BAŞKAYA

OTEL İŞLETMELERİNİN ERZURUM EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TEZ YÖNETİCİSİ
Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU

ERZURUM - 2023

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Social Sciences

TEZ BEYAN FORMU

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine göre hazırlamış olduğum **Otel İşletmelerinin Erzurum Ekonomisindeki Yeri ve Önemi** " adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım.

Gereğini bilgilerinize arz ederim *.

☐ Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.

X Tezimin/Raporumun makale için **altı ay,** patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

[05.05.2023]

Aslı ıslak imzalıdır

[Ahmet Hulisi BAŞKAYA]

---

* **LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE**

.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1) Lisansüstü tezle ilgili **patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda**, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu **iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.**

(2) Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz **makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış** ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile **altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir**.

Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1) Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

(2) Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Graduate School of Social Sciences

TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU danışmanlığında, Ahmet Hulisi BAŞKAYA tarafından hazırlanan bu çalışma 05 / 05 / 2023 tarihinde aşağıda isimleri yazılı jüri tarafından. Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan	: Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır
Jüri Üyesi	: Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK	İmza:	Aslı Islak İmzalıdır

Prof. Dr. Sait UYLAŞ
Enstitü Müdürü

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **IV**
ABSTRACT ..... **V**
KISALTMALAR DİZİNİ ..... **VI**
ÖNSÖZ ..... **VII**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM
TURİZM SEKTÖRÜNÜN ANALİZİ

1.1. TURİZM KAVRAMININ TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ **2**
1.2. TURİZMİN BİREYSEL ETKİLERİ **6**
1.3. TURİZMİN TOPLUMSAL ETKİLERİ **6**
1.4. TURİST KAVRAMININ TANIMI **7**
1.5. TURİST-YERLİ HALK İLİŞKİLERİ **9**
1.6. TURİZMİN ETKİLERİ **11**
1.6.1. Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri 11
1.6.2. Turizmin Ekonomik Yapı Üzerindeki Etkileri 12
1.7. TÜRKİYE'DE TURİZM VE TURİZM POLİTİKALARI **14**
1.7.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Sektörü 15
1.7.2. Planlı Dönemden Günümüze Kadar Turizm Sektörü 17
1.7.2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967) 18
1.7.2.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972) 20
1.7.2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977) 21
1.7.2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983) 22
1.7.2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989) 23
1.7.2.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994) 24
1.7.2.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000) 25
1.7.2.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005) 26
1.7.2.9. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013) 28
1.7.2.10. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018) 28
1.7.2.11. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023) 30

1.8. TURİZM İŞLETMELERİNİN TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ 30
1.8.1.Konaklama İşletmeleri 31
1.8.1.1. Asli Konaklama İşletmeleri 32
1.8.2. Yiyecek İçecek İşletmeleri 33
1.8.3. Seyahat İşletmeleri 35
1.8.3.1. Tur Operatörleri 35
1.8.3.2. Seyahat Acenteleri 36
1.8.3.2.1 A Grubu Seyahat Acenteleri 36
1.8.3.2.2. B Grubu Seyahat Acenteleri 37
1.8.3.2.3. C Grubu Seyahat İşletmeleri 37
1.8.4. Rekreasyon İşletmeleri 37
1.8.4.1. Günübirlik İşletmeler 37
1.8.4.2. Temalı İşletmeler 38
1.8.4.3. Eğlence Merkezleri 38
1.8.4.4. Kış Sporları ve Kayak Merkezleri Mekanik İşletmeleri: 38
1.9. ERZURUM İLİNİN GENEL YAPISI 39
1.9.1. Erzurum İline Genel Bakış 39
1.9.2. Erzurum İlinin Coğrafi Yapısı 40
1.9.3. Erzurum İlinin Sosyo-Ekonomik Yapısı 40
1.9.4. Erzurum İlinin Kültürü 41
1.9.5. Erzurum İlinin Turizm Potansiyeli 41
1.9.5.1. Erzurum İlindeki Alternatif Turizm Türleri 42

İKİNCİ BÖLÜM
TURİZM İŞLETMELERİNİN İL EKONOMİSİNE KATKILARININ BELİRLENMESİ: ERZURUM İLİ ÖRNEĞİ

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ 44
2.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ 44
2.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ 45
2.4. VERİLERİN TOPLANMA ARACI VE YÖNTEMİ 45
2.5. VERİ ANALİZ TEKNİKLERİ 46
2.6. BULGULAR 46

2.6.1. Otel İdareciler İle Yapılan Görüşme Bulguları 46
SONUÇ VE ÖNERİLER 54
KAYNAKÇA 57
ÖZGEÇMİŞ 65

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

OTEL İŞLETMELERİNİN ERZURUM EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Ahmet Hulisi BAŞKAYA

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU

2023, 65 sayfa

Jüri: Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU (Danışman)
Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK
Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK

Bu çalışmada Erzurum Palandöken Kayak Merkezinde bulunan otellerin Erzurum ekonomisine ekonomik anlamda sağlamış oldukları katkıları belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda kayak merkezinde bulunan otel işletmelerinin yöneticileri ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve görüşme sonunda elde edilen bulgular yorumlanarak aktarılmıştır. Erzurum'un lokomotif sektörlerinin turizm, tarım ve hayvancılık olduğu belirtilmiştir. Otel endüstrisinin istihdam ve yerel firmalardan alışveriş yapmasının Erzurum ekonomisine katkı sağladığı tespit edilmiştir. Otellerin yüksek sezonda uzman kadrolara ihtiyaç duyduğu ve bu ihtiyacın belli bir kısmını şehir dışından getirdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda otel işletmelerinin il ekonomine katkılarının artırılmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ekonomi, Palandöken Kayak Merkezi

ABSTRACT

MASTER THESIS

THE PLACE AND IMPORTANCE OF HOTEL BUSINESSES IN ERZURUM ECONOMY

Ahmet Hulisi BAŞKAYA

Advisor: Assoc. Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU

2023, 65 pages

Jury: Assoc. Doç. Dr. Neslihan ÇETİNKAYA (Advisor)
Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK
Assist. Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK

The purpose of this study is to determine in which ways the hotels in Erzurum Palandöken Ski Center contribute to the economy of Erzurum. In line with this purpose, face-to-face interviews were conducted with the hotel managers in the ski center and the study analyzed the findings obtained at the end of the interview. The study revealed that tourism, agriculture and animal husbandry are the locomotive sectors of Erzurum. It was also suggested that employment provided by the hotels and shopping from local companies positively contribute to Erzurum's economy and the hotels are in need of expert staff in high season and this need is partially met from other cities. In conclusion, the study presented a number of recommendations to increase the contribution the hotels offer to provincial economy.

Keywords: Tourism, Economy, Palandoken Ski Center

KISALTMALAR DİZİNİ

AID : Uluslararası Kalkınma İdaresi

TC : Türkiye Cumhuriyeti

A.Ş. : Anonim Şirket

AET : Avrupa Ekonomik Topluluğu

GSMH : Gayrisafi Milli Hasıla

THY : Türk Hava Yolları

GSYİH : Gayrisafi Yurt İçi Hasıla

ATAK : Akdeniz Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi

AB : Avrupa Birliği

ARGE : Araştırma ve Geliştirme

ÖNSÖZ

Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU yönetiminde yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır. Bu çalışmada deneyimlerini, bilgilerini ve emeğini esirgemeyen değerli danışman hocam Doç. Dr. Neslihan SERÇEOĞLU'na, lisans ve yüksek lisans eğitimim boyunca emeği üzerimde olan başta Prof. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK hocama, tez savunmamda görev alan Dr. Öğr. Üyesi Aykut ŞİMŞEK hocama, Atatürk Üniversitesi Turizm fakültesindeki bütün hocalarıma ve benden hiçbir zaman desteğini esirgemeyen aileme ayrı ayrı yürekten teşekkür ediyorum.

Ahmet Hulusi BAŞKAYA **Erzurum-2023**

GİRİŞ

Turizm geçmişten günümüze insan hayatında var olmuştur ve sürekli gelişerek günümüzde en önemli sektörlerden biri haline gelmiştir. İlk çağlarda insanların ikamet bölgelerini geçici olarak yer değiştirmesiyle ve ihtiyaçları doğrultusunda bir yerden bir yere gitme hareketleriyle başlayan turizm hareketleri zamanla ihtiyaç haline gelmiştir. İhtiyaç ve zorunlu hallerde yapılan geçici yer değişimlerinde insanlar bu seyahatlerden mutluluk almaya başlamıştır. Bu mutluluk da insanlarda zamanla bir ihtiyaç oluşturmuştur. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda zamanla gelişen teknoloji ve şartlar toplumun, şehirlerin ve ülkelerin turizmden daha fazla fayda sağlamaya çalışmasına sebep olmuştur. Doğal, tarihi ve kültürel zenginliklere sahip şehirler veya ülkeler bu imkânlarını kullanarak bölgelerinde turizm faaliyetlerini sürdürmeye çalışmaktadırlar. Bu turizm faaliyetleri sonucunda ülkelerin veya şehirlerin ekonomik ve sosyal düzeylerinde artış sağlanmaktadır. Turizm faaliyetleri sonucunda istihdam ve yerel ekonomi güçlenerek halkın refah seviyesi yükselmektedir. Turizmdeki bu ve birçok olumlu etkilerden dolayı turizm faaliyetlerine önem gösterilmektedir. Turizmin şehir ve ülke ekonomilerine ve diğer birçok alana katkısından dolayı zamanla şehirlerarasında ve ülkeler arasında rekabet oluşturmuştur. Turizm pastasından en büyük payı almaya çalışan turizm işletmeleri sunmuş oldukları hizmet ve kaliteyi artırarak farklı farklı stratejiler ile pay oranlarını artırmaya çalışmaktadırlar. Bu çalışmada da amaç Palandöken dağında kış turizmi faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde öncü olan otel işletmelerinin il ekonomisine katkılarının belirlenmesidir. Palandöken dağında bulunan oteller ile yarı yapılandırılmış mülakat şeklinde görüşmeler yapılmıştır. Görüşmelerde sorulan sorulara yazılı ve kayıt halinde cevaplar alınmıştır. Bu cevaplar değerlendirilerek yorumlanmış ve il ekonomisine katkıları üzerine önerilerde bulunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN ANALİZİ

1.1. TURİZM KAVRAMININ TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Turizm kavramı ile ilgili modern anlamda yapılan ilk tanımı 1905 yılında Guver Feuler yapmıştır. Feuler turizmi, "iklim şartlarının değişmesi ve güzelleşmesiyle birlikte insanlarda dinlenme ve eğlenme isteği ile birlikte, kültürel ve sanatsal yerleri görme isteği ve doğa ile iç içe yaşamanın bireylere vermiş olduğu mutluluk ile birlikte bu faaliyetlerin gerçekleştirilmesi" olarak tanımlamıştır. Bununla birlikte endüstri ve sanayinin gelişmesi, ticari seyahatlerin çoğalması, ulaşım imkânlarının kolaylaşması ve güvenli yolculukların yapılmasıyla birlikte farklı coğrafyalardan ve kültürlerden insanların birbiriyle tanışmasına ve ortak bir paydada buluşmasına imkan veren yeni döneme ait bir sektör olarak ifade etmiştir.

1910 yılında Avusturyalı bilim insanı Hermann Von Schullar turizmi, "bir şehre veya bir bölgeye başka bir yerlerden insanların belirli bir süre zaman geçirmeleri sonucunda ortaya çıkan sonucun ekonomik boyutu" olarak ifade etmiştir. Ekonomist Picard ise turizmi "bir bölgeye veya ülkeye yerli ve yabancı turistlerin harcama yapmalarını hedefleyen ve bu hedef doğrultusunda ortaya çıkacak durumların pozitif etkilerini araştırmak" olarak tanımlamıştır.

Turizmin sosyolojik boyutunda tanımlamasını yapan bilim insanı M.Meyer turizmi, "bütün insanlarda farklı derecelerde bulunan uzaklaşma ve kaçma isteğiyle birlikte oluşan psikolojik etkenli yer değiştirme arzusu" olarak tanımlanmıştır (Maviş, Ahipaşaoğlu, & Kozak, 2012). Turizm faaliyetinin öznesi insandır. İnsanların psikolojik açıdan memnun olma isteği turizmin doğmasına sebep olmuştur (Öcal, 2009).

Turizm; insanların boş zamanlarında dinlenme, eğlenme ve farklı yerleri görme isteği ile yaptıkları gezi ve seyahatler sonucu bir bölgeye veya ülkeye turist çekmek için alınan sosyal, ekonomik, teknik tedbirlerin ve yapılan çalışmaların tamamıdır. Turizm faaliyetleri sonucunda insanların gittikleri ülkelerin veya bölgelerin tarihi ve doğal güzelliklerini keşfetmiş ve bilgi edinmiş olunmaktadır. Gidilen yerlerde gördükleri yerler

ve almış oldukları hizmet karşılığında turistler o bölgeye maddi olarak kazanç sağlamaktadırlar. Sonuç olarak turizmde gidilen ülkeye iktisadi olarak büyük bir kazanç sağlanmaktadır (Oktayer, Susam, & Çak, 2007). Turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi için gidilen yerde sürekli kalmamak şartı ve ikamet edilen bölgeye tekrar dönüş yapma şartı bulunmaktadır (Usta, 2014).

İngilizler tarafından 1800'lü yıllarda ortaya çıkarılan "turizm" sanayileşme ve kentleşmenin gelişmesi ile insanların eğlenmek, dinlenmek, diğer kültürleri tanımak ve yeni yerler keşfetmek amacıyla yapılan seyahatler ve alınan hizmetlerin tamamına verilen addır. Başka bir ifadeye göre ise insanların bulunduğu yerlerden farklı bir yerlere gitme ve yeni kişilerle tanışma isteği olarak tanımlanmıştır (Dağdelen, 2021).

Seyahat tarihi antik dönem, orta çağ ve modern dönem olarak sıralanmaktadır. İnsanoğlunun tekerleği icat etmesiyle birlikte uzun mesafelere yolculuk etme imkânı yakalanmıştır. Turizm faaliyetlerine katılanlar yapılan uzun mesafeli yolculukların ardından gezip gördükleri yerleri, kültürleri, gidilen yerlerdeki insanların yaşam biçimlerini ve birçok farklılıkları inceleyip çevresine anlatmaya başlamışlardır. Eski insanlar barınma, yiyecek ve diğer ihtiyaçlarını temin edebilmek için devamlı olarak dolaşmışlardır. İnsanların temel ihtiyaçları onların seyahatlerine yön vermiştir. Yapılan bu mecburi gezintiler sonucunda insanlar bu yolculuklardan zamanla zevk almaya başlamışlardır. Boş zamanlarında artık ihtiyaçlarını gidermek için değil de güzel vakit geçirmek için dolaşmaya başlamışlardır. Bu dönemlerde insanlar dini ve ticari gibi sebeplerle de seyahat etmişlerdir. M.Ö. IV. binde Sümerler seyahat için uygun yollar yapmıştır. Babylonia Hükümdarı "Shulgi" dönemin önde gelen insanları için seyahat yollarını güvenli hale getirerek yol güzergâhlarında dinlenme evleri yaptırarak yolculukları daha rahat hale getirmiştir. Böylece modern seyahatin temel taşı atılmıştır. Zamanla Sümerler bu evleri ve güvenli yolları çeşitli alışveriş ve ticari işlerinde kullanmışlardır. Günümüz konaklama faaliyetlerinin öncüsü olarak kabul edilen bu evler o dönemdeki gezginler için uygun yerler olarak bilinmektedir. Tarihte seyahatin öncüsü olarak Persler kabul edilmektedir. Yapılan ticaretler amacıyla birçok bölgeye seyahat etmişlerdir (Güleryüz, 2021)

M.Ö. 2000'li yıllarda Fenikelilerin Asor adaları, Batı Afrika ve Britanya Adalarına yaptıkları ticari seyahatler nedeniyle ilk gezginlerden oldukları bilinmektedir. İlk turizm

hareketi olarak kabul edilen M.Ö. 776 yılında Antik Yunan medeniyetinde yapılan olimpiyat oyunlarına gitmek için yola çıkan insanlar, yol üzerindeki kasabalarda dinlenme ve konaklama ihtiyacı için çadır, han ve yerel halkın evlerini kullanmışlardır. Konaklama ihtiyacı doğrultusunda turizmde konaklama sektörünün temelleri atılmıştır. Yunan medeniyetinden sonra Romalılar da restoranlarıyla, eğlence mekânlarıyla ve konaklama işletmeleriyle modern turizm hareketlerine katkı sağlamışlardır (Dağdelen, 2021). İç turizmde başarılı olan Romalılar, kolezyumlarda yaptıkları etkinliklerle ve spor faaliyetleriyle birlikte büyük seyirci kitlelerine ulaşarak turizm arzı sağlamışlardır. Orta ve üst sınıf hamam, spa ve resortlarda eğlenerek ve dinlenerek boş zamanlarını değerlendirmişlerdir. Yeni yerlerin fethedilmesiyle birlikte deniz aşırı bölgelere ticari seyahatler yapmışlardır (Çallı, 2015).

M.S. 400'lü yıllarda Roma İmparatorluğunun yıkılmasıyla başlayan karanlık çağ, turizm faaliyetlerinin uzun dönem gerçekleşmediği hatta durma noktasına geldiği bir dönem olmuş, bu durum Avrupa'da turizm ve seyahatin ilerlemesini olumsuz yönde etkilemiştir. Soylu ve zengin kesimin yok olmasıyla birlikte eğlence amaçlı yapılan seyahatlerin bitmesini beraberinde getirmiştir (Çallı, 2015).

Feodalitenin egemen olduğu orta çağda derebeyleri güvenlik konusunda yetersiz kalmışlardır. Avrupa'da sadece macerayı seven kişiler seyahat edebilmiştir. Orta çağın ilk dönemlerinde ise dini turizm ön planda olmuştur. Farklı dinlere mensup insanlar, kalabalık halinde kutsal kabul ettikleri yerlere gitmişlerdir. Orta çağdaki önemli seyahat olaylarından biri de Haçlı seferleri olmuştur. Haçlı seferleri doğudan batıya kalıcı izleri olan sosyal ve kültürel bir akımın oluşmasını sağlamıştır. Bu dönemdeki ünlü seyyahlardan Marco Polo, 1271-1295 yıllarındaki Asya seyahatlerini anlattığı kitabında Çin'i övmüştür. Bu ve benzeri kitapları okuyan insanların çoğunda merak uyandırması sonucu deniz seyahatlerinde büyük oranda artış gözlenmiştir (Güleryüz, 2021). Aydınlanma çağı ile birlikte 18 yy' da asil ve zengin ailelerin erkek çocukları eğitim almak için Avrupa'da düzenlenen "Grand Tour" adlı seyahatlere katılmışlardır. Bu turların ortalama süresi 3 yıldır ve bu turlarla birlikte kitlesel turizmin ilk adımları atılmıştır. Bu dönemde turizmde yoğun bir hareketlilik başlamıştır. Varlıklı ve asil aileler toplum içerisinde kendilerine daha farklı bir statü sağlamak için Grand Tour'lara katılmışlardır. Zamanla bu turizm hareketi modernitenin yükselmesine sebep olmuş ve

endüstrinin de gelişmesiyle toplumun birçok kesiminin katılabildiği turizm faaliyetleri gerçekleşmiştir (Dağdelen, 2021).

M.S. 1750 ile 1914 yılları arasında sanayi devrimi gerçekleşmiştir. Bu dönem geçiş dönemi olarak da adlandırılmaktadır. Buhar gücünden yararlanma isteği James Watt'ın 1787 yılında buhar makinasını yapmasına sebep olmuştur. 1799 yılında buharla çalışan makinalarla üretim başlamıştır. Sanayinin zamanla daha da gelişmesiyle birlikte fabrikasyon üretimine geçilmiştir. Zamanla güçlenen ekonomi sayesinde sermaye sahipleri boş zamanlarını değerlendirmek, görgülerini ve zenginliklerini göstermek için seyahatler yapmışlardır. Bu seyahatler doğrultusunda birçok otel açılmıştır, fakat turizm hala pahalı olarak devam etmiştir. Avrupa'da demir yolunun gelişmesiyle seyahat oranında artışlar meydana gelmiştir. Bu dönemde deniz banyoları popüler olmuştur. Buharlı gemilerin kullanılmaya başlamasının ardından deniz seyahatleri hızla gelişmiştir. Bu dönemde paket tur ve tur operatörlüğünü başlatan Thomas Cook aynı zamanda ilk seyahat acentesini de kurmuştur (Küçükaslan, 2007).

20. yüzyılın ilk dönemlerine kadar kapitalist sistemin orta sınıfa dayatmış olduğu sömürgeci sistem sonucu hak arama yollarına giren orta sınıfın sosyal güvenlik hakları, çalışan hakları ve insan hakları (çalışma saatlerinin kısaltılması, ücretli izinler, hastalık izinleri, istirahat vb.) gibi hakları önem kazanmıştır. 1. Dünya savaşının ardından kurulan Birleşmiş Milletlerin bildirgesinde yer alan insanların bir ülkede özgürce dolaşma hakkı turizmin gelişmesinde ve orta sınıfın da turizm hareketlerine katılmasında büyük katkı sağlamıştır (Akoğlan Kozak, Evren, & Çakır, 2013). 1.ve 2. Dünya savaşları döneminde durma noktasına gelen turizm hareketleri savaşın ardından refah seviyesinin yükselmesiyle tekrar hareketlenme sağlamıştır. Zamanla gelişen bir endüstri halini almıştır. 2. Dünya savaşında kullanılan askeri uçakların bir bölümü savaş sonrasında sivil havacılıkta kullanılması için devredilmiştir. Hava endüstrisinin de gelişmesiyle birlikte seyahat araçları ucuzlamış uluslararası turizm hızla gelişmiştir. 19. Yüzyılda deniz ve demir yolları kullanılırken 20. Yüzyılda hava taşıtları ve arabalar da kullanılmaya başlamıştır. Ulaşım imkânlarının kolaylaşması, yaşam standartlarının yükselmesi, eğitimin gelişmesi, insanların farklı bölgelere olan merakları gibi birçok sebeplerle seyahat hareketleri hız kazanmıştır (Çallı, 2015)

1.2. TURİZMİN BİREYSEL ETKİLERİ

Turizm hareketleriyle birlikte zamanla turistlerle doğrudan veya dolaylı etkileşim halinde olan bireylerin ve turistlerin hayatlarında bazı değişiklikler görülmektedir. Yerel halk ile turistlerin arasında dostluk ve arkadaşlıkların oluşması, kültürlerini daha yakından tanımaları, iki tarafında karşılıklı bilgi alışverişinde bulunması, tarihi ve kültürel değerlerine sahip çıkmaları, boş zamanlarını daha aktif bir şekilde değerlendirmeleri, kişisel gelişimlerine katkı sağlamaları ve yabancı dil öğrenmeleri gibi birçok olumlu etki turizm aracılığıyla gerçekleşmektedir (Serçeoğlu, 2011).

Ràtz'a göre turizmin olumlu ve olumsuz bireysel etkileri şunlardır:

- Sosyal hareketlilikte artış (özellikle gençler ve kadınlar arasında)
- Boş zaman fırsatlarını iyileştirmek
- Yeni insanlarla tanışma, daha geniş sosyal bağlantılar kurma
- Yaşam kalitesinde iyileşme
- Dil becerisi kazanma
- Turizmden gelir elde etme
- İş nezaketi, görgü kurallarına karşı tutumlarda gelişme
- Sosyal ağların bozulması
- Hayat ritmindeki değişiklikler
- Arkadaşlığın önemini yitirmesi
- Tehlike oranlarında artış (artan suç oranları nedeniyle)
- Yabancı düşmanlığı
- Ticarileşmiş misafirperverlik
- Sapkın davranışlar (alkol, fuhuş, kumar, uyuşturucu kullanımı ve vandalizm)
- Yerel dilin bastırılmasıdır (Ràtz, 2000).

1.3. TURİZMİN TOPLUMSAL ETKİLERİ

Turizm hareketleriyle birlikte iki farklı toplumun insanları bir araya gelmekte ve birbirleriyle birçok konuda etkileşim içinde olmaktadırlar. İki toplumunda birbirlerinin hayat tarzlarını etkilediği gözlemlenmektedir. Ancak bu etkilenmeler turistten daha çok yöre halkının hayat tarzında ve kişilik özelliklerinde değişime neden olduğu görülmektedir. Özellikle turistik işletmelerde turistlerle birebir iletişim içinde olan

çalışanlar üzerinde etkili olduğu görülmektedir (Tanrıverdi, 2006). Turizmin olumlu ve olumsuz toplumsal etkileri şunlardır:

- Turizmden elde edilen gelirin artması
- Hizmet sektörünün öneminin artması
- Sosyal ve kültürel hayatın uyarılması
- Arazi değerlerinde artış
- Alt yapının gelişmesi
- Alışveriş için daha geniş fırsatların oluşması
- Kalıplaşmış düşünceler ve ön yargıların ortadan kalkarak hoşgörü ve nezaketin oluşması
- Geçici ikamet edenlerin sayısında artış
- İkinci ev sahipleriyle anlaşmazlıklar
- Gayrimenkul edinmede zorluklar
- Emlak fiyatlarında artış
- Enflasyon, fiyat artışı
- Kültürel kimlik kaybı
- Değer sistemlerinin dönüşümü (Ràtz, 2000).

1.4. TURİST KAVRAMININ TANIMI

Turizmin hareketinin baş faktörü insandır. Turizm hareketini yönlendiren ve bu hareketin odak noktasını oluşturan kişi turist olarak ifade edilmektedir. Turist, turizm hareketlerine katılan ve yönlendiren, ikamet ettiği yerden, ticari kazanç dışındaki sebeplerle geçici olarak ayrılarak seyahat eden, konaklayan, psikolojik olarak tatmin olma ihtiyacı arayan, sınırlı zamana ve harcama gücüne sahip olarak tüketim yapan kişidir (Aydın, 2012).

Turistin temel özellikleri şunlardır:

- Turist, turizme yön vermesiyle birlikte turizm hareketini de belirleyen konumdadır.
- Turist, seyahat ettiği bölgede devamlı olarak kalma amacı olmadan ailevi, sağlık, eğitim, dinlenme, eğlenme ve inanç gibi amaçlarla para kazanma amacı gütmeden turizm hareketini gerçekleştiren kişilerdir.

- Kültür, spor, bilim, iş ve diplomasi gibi çeşitli amaçlarla toplantılara katılmak için yolculuk yapan kişiler de turist olarak ifade edilir.
- Turist, gezisi boyunca tüketicidir, sınırlı zaman ve sınırlı maddi güce sahip olan kişidir.
- Turist, gittiği yerde günübirlik kalan veya en az bir gece kalan kişiler olarak kabul edilir (Oğan, 2021)

Literatürde birçok farklı turist tipi bulunmaktadır. Bunların başında organize kitle turist, bireysel kitle turist, kaşif turist, araştırıcı turist ve başıboş turist gelmektedir.

Organize kitle turisti: Çoğunlukla popüler olan turizm yerlerine doğru paket turları almayı tercih eden, toplu turist kafilesiyle birlikte olmayı seçen, seyahat öncesinden planlanan program dâhilinde topluca hareket edilen turistlerdir (Ar, 2021).

Bireysel kitle turistleri: Genel olarak grupla birlikte seyahate çıkmayı tercih eden ve organize kitle turistlerine kıyasla seyahat programlarını kendileri belirleyen turistlerdir. Bireysel kitle turistleri daha rahat bir tatil ortamı isterler ve genellikle seyahat acentelerini tercih ederler. Çevreye karşı duyarsız olan bu turistler tanıdıkları destinasyonlara gitmeyi daha çok tercih ederler (Harman, 2012).

Kâşif turist: Gezi planlarını kendileri yapar ve destinasyonlardaki diğer turistlerle iletişime geçmeyi istemezler. Kâşif turistler, bölgedeki yerel halk ile tanışmak ve kaynaşmak isterler fakat bu ortamda da konfor ve güvenlik konusunda beklentileri vardır (Ar, 2021).

Araştırıcı turistler: Kendi gezilerini kendileri planlayan ve tercih ettikleri destinasyonların az gelişmiş veya gelişmemiş olan, kimsenin pek bilmediği yeni destinasyonları tercih eden turistlerdir. Araştırıcı turistlerin yerel halk ile olan iletişimleri zayıftır. Gidilen destinasyonlarda kendi yaşam ve kültürlerini devam ettirdikleri görülür (Harman, 2012).

Başıboş turistler: Tatil planlarını kendileri yapan, yeni ve keşfedilmemiş yerleri merak eden turist tipidir. Başıboş turistler gittikleri yerdeki yerel halkın kültürüne hemen uyum sağlayan, onlardan biriymiş gibi hareket eden turistlerdir. Gidilen destinasyonda ne kadar kalınacağı konaklama yeri gibi ihtiyaçları anlık kararlar alarak belirlerler (Harman, 2012).

1.5. TURİST-YERLİ HALK İLİŞKİLERİ

Turist yerli halk ilişkileri, yerel halk ile turist arasında geçen kişisel etkileşimi veya iletişimi ele almaktadır. Yerli halk, gidilen destinasyonda yaşayan ve bölgelerini ziyaret etmek için gelen turistlere dolaylı veya direk olarak hizmet sunan insanlardır. Başka bir ifadeyle yerel halk, bir bölgede yaşayan kişilerin ortak bir yaşam kültürünü benimsemiş ve bir arada yaşayan insan topluluğudur (Tayfun, 2002). Turistler çevreleriyle devamlı bir iletişim halindedirler. Bu iletişim sonucunda çevrelerinden etkilenme ve çevrelerini etkilemeleri söz konusudur. Genel olarak yerli halk ile turist arasında kültürel etkileşim meydana gelmektedir. Turizmden beklenen faydanın sağlanabilmesi için yerel halk ile turist arasında anlaşma, kaynaşma ve doyurucu bir etkileşimin sağlanması gerekmektedir. Turizm hareketleri sonucu yerli halk ile turistin bir araya gelmesiyle birlikte birbirlerini tanıma, analiz etme ve gözlemleme imkânı oluşmaktadır. Bu izlenimler sonucunda etkileşimin olumlu veya olumsuz olma durumları söz konusudur. Turist ve yerli halkın doğrudan etkileşim halinde olduğu durumlar ise şöyledir:

- Bölgeye gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılamak için yerel halktan ürün ve hizmet aldıklarında,
- Yerel halk ile turistlerin plajda, kafede, restoranda, gezilerde ve bir hizmeti alması durumunda,
- Yerel halk ile turistin kültürel etkileşim için bir araya gelmesinde etkileşim yaşanmaktadır (Sünnetçioğlu, 2019).

Turistler gitmiş oldukları destinasyonda genellikle dönemsel olarak çalışan personellerle iletişim halinde olurlar. İletişim esnasında dil farkından dolayı yanlış anlaşılmalar ve anlaşamama gibi durumlara rastlanılmaktadır. Bu yüzden yerli halkın bu konuda daha hassasiyet göstermesi ikili ilişkilerde daha olumlu sonuçlar meydana getirmektedir. Memnun kalan turistin seyahat süresindeki artış veya yaşadığı bölgede olumlu izlenimlerini aktarması beraberinde yeni turistlerinde destinasyonu ziyaret etmesini sağlamaktadır (Tekkeli, 2021). Yurt içinden veya yurt dışından gelen turistlere karşı yerel halkın tutum ve davranışları bölgedeki turizmin geleceğine yön verir. Yerel halkın bölgeye gelen turistlere karşı olumsuz tavırları, turistlerin kendilerini ezik hissetmelerine sebebiyet verecek hal ve hareketler, turistlerin kabullenilmemesi, turistleri ticari amaç olarak kullanmaya çalışma gibi durumlar beraberinde birçok olumsuzları da

getirecektir. Böyle bir muameleyle karşılaşan turist o destinasyonu tekrar tercih etmeyecek ve o bölgenin tercih edilmemesi için olumsuz reklam işçisi gibi çalışacaktır. Bu durumda turizmden istenilen faydaya ulaşmayı engelleyecektir (Ersoy, 2017).

Yerli halkın davranışlarının yanı sıra turistlerin de yerli halka tutum ve davranışları ilişkilerin şekillenmesinde etkili rol oynamaktadır. Bölgeye gelen turistlerin ilk istekleri eğlenceli ve rahat bir tatil geçirme arzusudur. Bu ihtiyaçlarının giderilmesi için de yerel halkın fazla bir etkisi yoktur. Bu yüzden turistlerin yerel halka daha ilgisiz olduğu ve iletişiminin olmadığı gözlemlenmiştir. Bu ilgisizliğin sebebi turistlerin beklenmedik bir sorunla karşılaşmama isteğidir. Aynı zamanda turistlerin ilk gittikleri yerlerin insanını, kültürünü, örf ve adetlerini bilmediği için yerel halka önyargılı davranması ve kendini de yabancı hissetmesi mümkündür. Bu bağlamda da anlaşmazlık veya yanlış anlaşılmalar olabilmektedir. Turistlerin tatilleri esnasında çocukların ve özellikle kadınların zor şartlarda çalıştıklarını görmeleri sonucunda turistlerin yerlilere daha duyarlı ve şefkatli davranmaları ilişkileri olumlu etkilemektedir. Bazı turistler ise kendi kültürlerini gittikleri bölge halkının kültüründen daha üstün görmesiyle yerel halkı küçümseyerek yerel halk ile tartışmaya sebebiyet verirler. Bazı turistlerde gittikleri ülkede kendilerini ülkelerinin bir temsilcisi gibi hissedip yerel halk üzerinde olumlu izlenimler bırakmaya çalışmaktadırlar (Ersoy, 2017).

Kültürel değişime sebep olan turizm hareketlerinin turistler aracılığıyla yerel halkın özellikle de genç olanların turistlerin kültürlerini benimsedikleri görülmektedir. Bu benimsemeler sonucunda yerel halkın aile yapısında, yeme içme alışkanlıklarında kıyafet tarzlarında değişimlerin olduğu gözlemlenmiştir. Turizmin yerel halk üzerinde kültürel olarak sebebiyet verdiği bazı değişimler ise şöyledir:

- Dini inanç ve tavırların değişmesi
- Ahlaki tutum ve davranışların değişmesi
- Yabancı kültürlerin benimsenmesi
- Yerel kalkın yabancı kelime kullanımının artması
- Sanatsal işlevlerin farklılık göstermesi
- Yerel halkın turizmi kendi kültürü haline getirmesidir (Duran, 2011)

1.6. TURİZMİN ETKİLERİ

Turizm hareketleri ekonomik, kültürel ve sosyal gelişmelere hız kazandırmaktadır. Hizmet sektörüyle bölge genelinde istihdam oluşturmaktadır. Ekonomik olarak güçlenip toplumun refah ve gelir seviyesini artırmak isteyen ülkeler uluslararası turizm faaliyetlerine büyük önem verirler (Bildin, 2019). Turizm, sadece kentsel bölgelere değil aynı zamanda kırsal, tarihi ve doğal güzelliklerin olduğu yerlerde de sosyal ve kültürel kaynaşmayı, istihdamı ve ekonomik gelişmeyi sağlayacak güce sahiptir. Bununla birlikte turizm tarihi ve kültürel değerlere, çevreye, ekolojiye karşı farkındalık kazandırmaktadır (Büyükkuru, 2019).

1.6.1. Turizmin Kültür Üzerindeki Etkileri

Turizm sadece ekonomik bir faaliyet değildir. Ekonomiyle birlikte siyasi, ekolojik, kültürel ve sosyal yansımaları olan ulusal ve uluslararası kapsamlı bir harekettir. Bu yüzden turizmin yansımaları değerlendirilirken ülkeye kazandırdığı döviz ve ekonomik katkısının yanında kültürel olarak etkilerinin de incelenmesi büyük önem arz etmektedir. Turizm hareketleri sonucunda gerçekleşen insan ilişkileri sayesinde sosyo-kültürel değişimler hız kazanmaktadır. Bu yüzden turizm bölgeler arasındaki etkileşimi sağlarken beraberinde kültürel-sosyal ve toplumsal yapıda değişimlere sebebiyet vermektedir (Bildin, 2019).

Kültür bir grubun veya toplumun özelliklerini gösteren, toplum içerisinde insanları adapte edebilme gücüne sahip olan; inanç, hukuk, ahlak, sanat, bilinç, gelenek ve göreneklerden oluşan hayat biçimidir. Yerel halk açısından büyük önem taşıyan kültür varlıkları turistler açısından da çekicilik oluşturmaktadır. Bu yüzden kültürde ve kültür varlıklarında yapılan değişiklikler turizmi de etkilemektedir. Kültür, turizmden etkilenmektedir. Bu etkilenme daha çok az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin vatandaşlarının gelişmiş ülke vatandaşlarından etkilenmeleri şeklinde gerçekleşmektedir (Çolak & Batman, 2021). Turizmin etkileri kısa bir zamanda değil de uzun vadede etkilerini göstermektedir. Turist ve yerli halk arasındaki etkileşimler sonucunda inançlar, sosyal değerler ve kültürel değerler aşamalı olarak değişimlere uğrar. Bu değerlerin ne kadar etkileneceği gelecek turistlerin sayısına ve destinasyondaki turizmin gelişim seviyesine bağlıdır (Büyükkuru, 2019). Turistler ile yerel halk etkileşimi sonucunda yeni

kültürel ve sosyal kazanımlar elde edilirken aynı zamanda destinasyondaki halkın yaşantılarında baskı, sıkıntı, isteksizlik vb. duygular oluşturarak sosyal ve kültürel gerçekliklerinde tehdit oluşturabilmektedir (Ataman, 2019). Turizmin kültürel etkilerinin görüldüğü alanlar; bölgenin kültürel ve tarihi değerleri, yerel halkın çalıştığı iş çeşitleri, el sanatları, müzik, sanat, gastronomi, eğitim sistemi, boş zaman etkinlikleri, mimari, kılık-kıyafet, din ve dil olarak belirtilmiştir. Turizm kültürel olarak incelendiğinde birçok gelişmeyi ve yeniliği turistlik faaliyetlerin gerçekleştiği bölgeye götürürken beraberinde o bölgenin davranış kalıplarında ve sosyo-kültürel yapısında bozulmalara sebep olmaktadır. Ekonomik olarak bölge halkının feraha çıkması ve rahatlaması için cazip olarak görülen turistik yer, zamanla yükselen fiyatlar, bölge halkının özellikle de genç nüfusun kültürel miraslarını kaybetmesiyle birlikte bölgede artan suç oranlarıyla karşı karşıya kalmaktadır (Çolak E. 2017).

1.6.2. Turizmin Ekonomik Yapı Üzerindeki Etkileri

Turizmin hızlı büyümesi, çarpan etkileri, ödemeler dengesindeki iyileşmeler ve turizm destekli devlet politikalarının sayısındaki artış yoluyla hane halkı gelirinde ve devlet gelirlerinde artışa neden olmaktadır. Bu nedenle, turizmin gelişmesi genellikle ekonomik büyümeye olumlu bir katkı olarak kabul edilmiştir (Chou, 2013).

Turizm dünya ekonomisinde hizmet sektörü grubunda tanımlanmaktadır. Turizm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ülkelerde istihdam ve döviz kazancı oluştuğu için gelişmekte olan ülkeler turizmi geliştirilmesi gereken bir sektör olarak görmektedir (Erdoğan, Serçeoğlu, & Selçuk, 2016). Turizm ile birlikte bölge ekonomisine kazanç sağlayan dolarlar, hizmet ve malların maliyetinin artmasıyla birlikte emlak fiyatlarının yükselmesi ekonomiyi kamçılamaktadır. İnşaatçılar ve mülk sahipleri zenginleşmektedir. (Korkmaz, 1990). Turizm, sanayisi gelişmekte olan veya sanayileşme faaliyetleri çok az olan devletler için kazanç sağlayıcı, yüksek oranlarda istihdam oluşturan, dış ticaret açığını minimuma indiren ve birçok sektörün gelişmesine imkân sağlayan özellikleriyle fayda sağlamaktadır (Armutlu & Güngör, 2019). Turizm bireysel gelirleri doğrudan etkilemekte ve turizmle bağlantılı diğer sektörleri de dolaylı yoldan etkileyerek gelir ve istihdam sağlamaktadır (Siano & Canale, 2022).

Turizmin önde gelen etkilerinden biri de ödemeler dengesi üzerinde bulunan dış satım kalemidir. Turizm hareketleri sonucu ülkede perakende fiyatları üzerinden yapılan hizmet ve mal satışları ihracat olarak kabul edilebilir. Ülkeye turizm sektörüyle birlikte kazandırılan döviz gelirleri, ülkeden turizm faaliyetleriyle birlikte çıkan döviz giderlerinden daha çok ise, turizmin dış ödemeler bilançosuna ekonomik olarak olumlu katkı sağlamaktadır (Emir, 2015).

Ülkelerin kendi içlerindeki bölgelerinin ekonomik olarak farlılıklar göstermesi dengesiz bir oranda ilerlemesi hem gelişmiş ülkelerin hem de gelişmekte olan ülkelerin sorunudur. Bu sorunun turizm faaliyetleriyle birlikte çözülmesi mümkündür. Çünkü bir ülkede turizmin gelişmesi o ülkede kalkınmayı da beraberinde getirmektedir. Turizm ile kalkınma arasında doğru yönlü bir ilişki vardır. Turizm sektörü, bölgesel kalkınmada ve bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesinde önemli etkiye sahiptir (Çeken, 2008). Turizmin ekonomik etkilerinden biri de istihdam oluşturma etkisidir. İnsan odaklı olan turizm sektörü hizmet sektörü içerisinde yer almaktadır. Hizmet sektörü de ülkeler için işsizlik sorununun azalmasına katkı sağlamaktadır. Turizm sektörü diğer sektörlerle etkileşim içerisinde olduğu için, diğer sektörlerden girdi alıp ve diğer sektörlere girdi vermektedir. Bu yüzden bir bütün olarak incelendiğinde turizmin istihdamı etkileme gücü yüksek olarak görülmektedir (Şit, 2016). Turizm sektörü içerisinde bulunan işletmeler büyük oranda kazanç elde etmek için turistik ürün ve hizmet üreterek, pazarlayan, katma değer oluşturan yiyecek işletmeleri, konaklama işletmeleri, seyahat ve rekreasyon işletmelerinden oluşmaktadır. Turizm sektörünün gelişmesi beraberinde diğer işletmelerinde gelişmesini sağlamaktadır. Turizm faaliyetleri sonucu diğer işletmeler de doğrudan veya dolaylı olarak etkilenmektedirler (Arabacı, 2018). Turizm talebinin oluşmasıyla o bölgede hem devlet hem de özel sektörün yatırımları artmaktadır.

Turizmin ekonomik etkilerinden biri de alt yapı ve üst yapı yatırımlarının bölgeye kazandırılmasıdır. Turizm işletmelerinden turizm faaliyetleri sonucu kazanılan gelirlerden doğrudan veya dolaylı olarak devlet belirli bir oranda vergi almaktadır. 51 devlet, ülkelerine gelen turistlerden ve iç turizmden kazanılan gelirlerden almış oldukları vergiler ve müzeler, ören yerleri, milli parklar vb. yerlere girebilmek için turistlerden alınan ücretlerle kamu gelirine katkı sağlamaktadır (Emir, 2015).

Turizmin ekonomik olarak olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere gelen, harcama imkânı yüksek turistlerin istek ve tercihlerini karşılamak amacıyla ülkede bulunmayan ürünlerin yurt dışından tedarik edilmesi için yapılan ithalatlar ülke ekonomisine olumsuz olarak yansımaktadır. Bu da turizmin ithalat etkisine sebep olmaktadır. Diğer bir etkisi ise turizm sektörünün kazanımlarını gören yatırımcılar ve devlet turizm alanına aşırı yatırım yapmakta ve bu durum diğer ekonomik işletmelerinde turizm sektörüne geçiş yapmalarına sebep olmaktadır. Turizm sektörüne duyulan bu ilgi diğer sektörlere yapılan yatırımları azaltmakta ve diğer sektörlerden gelen ekonomik gelirlerin azalmasına sebep olmaktadır (Kapan, 2018).

1.7. TÜRKİYE'DE TURİZM VE TURİZM POLİTİKALARI

Türkiye turizm potansiyeli bakımından zengin bir devlet olarak kabul edilmektedir. Türkiye sadece coğrafi konumuyla bile diğer turizm ülkelerinden mukayeseli bir üstünlük göstermektedir. Avrupa ve Asya'yı birbirine bağlayan, ülke sınırlarının %75'i denizlerle çevrili olan ve ılıman iklim kuşağında olan Türkiye, turizmin çeşitlerine hemen hemen her mevsimde imkân sağlayan turizm varlıklarıyla önemli imkânlara sahiptir. Tarih boyunca birçok medeniyete ev sahipliği yapmış ve birçok uygarlığın (Roma, Urartu, Grek, Hitit, Selçuklu, Osmanlı gibi) eserler ve kalıntılarıyla açık hava müzesi görüntüsünü kazanmıştır. Tarihinin ve coğrafyasının bu kadar etkili ve önemli olmasına rağmen turizm sektöründe istenilen düzeye ulaştırılamamıştır (Cingi, 1989).

Türkiye, Ege ve Akdeniz'e 4000 kilometreden daha fazla uzunlukta kıyısı olan ve 3200'den fazla kültürel ve tarihi miraslarıyla dikkat çeken turistik yerleşim yeri olan bir ülkedir. Turizmde önde gelen Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerle ortak turistik özelliklere sahip olan Türkiye turizm gelirleri bakımından bu ülkelerden çok daha az gelir kazanan bir Akdeniz ülkesidir (Özdemir & Öksüzler, 2006).

Türkiye için önemli ekonomik endüstriyel hareket olan turizm; dış ödemeler dengesine pozitif fayda sağlayan, yatırımların artmasına imkân ve olanak sağlayan, istihdamı ve milli geliri artırıcı özelliği olması sebebiyle hükümetlerin ve özel sektör yetkililerinin üzerinde önemle çalıştığı bir sektördür. Türkiye'nin ekonomik darboğazları aşmasında turizm endüstrisinin ülke insanının geleceğe ümitle bakmasını sağlayan bir

olgu olarak da değerlendirilmesi de mümkündür (Bilgiçli & Altınkaynak, 2016). Turizm Türkiye'de imalat sanayisinden sonra gelen en önemli döviz kaynağı olan sektör konumundadır. Turizm sektöründe 1993 yılında doğrudan istihdamın toplam istihdam üzerindeki payı %3,56 olan Türkiye'de bu rakam 2001 yılında %5,10 ve 2010 yılında ise %6,70 oranında gerçekleşmiştir. Turizmin dolaylı istihdam üzerindeki oranı 1993 yılında %8,90 iken 2001 yılında %12,76 ve 2010 yılında ise 19,81 oranında yükselmiş ve toplam istihdam üzerindeki oranı da %12,46'dan %26,51 oranına yükselmiştir (Arslan, 2014).

1.7.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Sektörü

Türkiye'nin içinde bulunduğu Anadolu topraklarının kültürü çok eskiye dayansa da Türk turizm tarihinin başlangıcına Türklerin Anadolu'ya yerleşmesiyle başlamak doğru olacaktır. Türkler savaşçı bir özelliğe sahip millettir. Bu yüzden askeri nedenlerle yapılan yer değiştirme hareketleri yapılmaktadır. İslamiyet'in kabul edilmesiyle birlikte Müslümanlar hac ibadetlerini yapmak için ve ticaret amaçlı (ipek yolu) seyahatlerin gerçekleştiği bilinmektedir. Bu seyahat ve ticaret için yapılan hareketler modern anlamda olmasa da o dönemin turizm hareketlerini göstermektedir (Ulu, 2010). Türkiye turizminin gelişime başlama süreci ise iki döneme ayrılmaktadır. Bu dönem planlı dönem öncesi (1923-1963) ile (1963 den günümüze kadar olan süreç) planlı dönem olarak iki ana döneme ayrılmaktadır (Emekli, İbrahimov, & Soykan, 2006).

1923-1950 yılları arasında dünya genelindeki siyasal konjonktürün inişli-çıkışlı olması ve çoğu zaman savaş durumunda bir yaşamın sürdürülmesi nedeniyle turizm hareketlerinin Türkiye ve dünya genelinde sönük geçmesine sebebiyet vermiştir. Bu dönemde Türkiye Cumhuriyetinin çözmesi gereken toplumsal sorunlar, ekonomik ve siyasal sorunların olması sebebiyle turizmle ilgili gerekli çalışmaların yapılmamasına neden olmuştur. Türkiye'de Türk turizm politikaları ile ilgili bir çalışma yapıldığında planlı dönem öncesinde 1950 yılına kadar turizm sektöründe önemli adımların atılmadığı söylenebilir. Fakat 1950-1960 yılları arasında görev yapan iktidarın ekonomik anlayışının etkisiyle bazı çalışmalar yapılmıştır. Planlı dönem öncesi dönemde turizm ile ilgili önemli gelişmeler yaşanmasa da turizmin devlet teşkilatı içerisinde yer almasına katkı sağlanmıştır. Planlı kalkınma döneminin de alt yapısının oluşmasına öncülük etmiştir (Sözen M. Ö. 2007).

1923 yılında Raşit Saffet Atabinen ve arkadaşlarıyla birlikte kurulan "Türkiye Seyyahin Cemiyeti" planlı dönem öncesi turizm alanında etkinlik gösterebilen ilk örgüt olarak bilinmektedir. Bu cemiyetin ismi daha sonra "Türkiye Turing Kulübü" ve "Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu" olarak değiştirilmiştir (Güleryüz, 2021). Bu cemiyet Bursa ve İstanbul gibi şehirlerdeki kültürel ve tarihi değerleri turistlere tanıtmayı amaç edinmişlerdir. Kruvaziyer gemilerle gelen turistler için bir takım önlemler alarak turistlerin limandan geçişlerini kolaylaştırmışlardır. İlgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yaparak turistlerin küçük vapurlar ile taşınmasını sağlamışlardır. Hamal, taksi ve kayık tarifeleri hazırlayarak bu alanlarda da turistlere hizmet sunmak için gerekli yerlere tarifeler astırılmıştır (Sözen, 2006).

Turizm ile ilgili önemli bir diğer alan da havacılıktır. 1925 yılında "Türkiye Tayyare Cemiyeti'nin" kurulmasıyla havacılık alanında da çalışmalar başlamıştır. Bu kurum daha sonra 1933 yılında "Türk Havayolları İşletme İdaresi" ismini almıştır (Güleryüz, 2021). Planlı dönem öncesi oluşturulan diğer cemiyet ise İstanbul'daki konaklama işletmecilerinin kurdukları Otelciler ve Hancılar cemiyetidir (Ağbay, 2019).

Turizm Bürosunun 1934'te açılması, 1939 yılında Turizm müdürlüğünün kurularak Ticaret Bakanlığına bağlanması ve Türkiye'de turizmi geliştirmek amaçlı çıkarılan kanunlar turizmin gelişmesinde etkili olmuştur (Emekli, 2005). 1940 yılının başlarında devlet içindeki turizm kurumlarında bir değişiklik daha gerçekleşerek Turizm Dairesi'nin Matbuat Umum Müdürlüğü'ne bağlanmıştır. Ardından 1943 yılında ise Basın ve Yayın Genel Müdürlüğüne bağlanması Türkiye'de turizmin Turizm Bakanlığına doğru ilerlemesinde ön ayak oluşturmuştur. Türkiye'deki turizm hareketlerinin potansiyelini ve gelişmelerini değerlendiren Turizm Danışma Kurulları 1949 yılında faaliyete başlarken, düzenli olarak her yıl yapılmaya çalışılan bu kurullar turizm sektöründeki özel ve kamu kesiminin arasındaki görev paylaşımında önemli rol almıştır. 1949 yılında Basın ve Yayın Genel Müdürlüğü, Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğüne dönüşerek turizm işleri bu müdürlük içerisindeki Turizm Dairesine bırakılmıştır (Ulu, 2010). 1950 yılında turizmin geliştirilmesi için çıkarılan "5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu" ilk yasal düzenleme olmuştur. Bu kanunla birlikte hangi müesseselerin "Turizm Müessesesi" olacağı ve yasaya göre teşvik tedbirlerinden hangi müesseselerin yararlanacağı bildirilmektedir. Turizm işletmelerinin denetlenmesine ve teşviklerden yararlanabilmek için gerekli koşullara ait düzenlemeler yapılmıştır (Sözen, 2006). 1950

yılında 1 milyon tl'lik turizm kredisi fonu Türkiye Emlak Kredi Bankası tarafından teşvik yasası doğrultusunda çıkarılmıştır. Bu yasadan sonra turizmin Türk ekonomisi içerisindeki faaliyetlerini hızlandırmak ve sağlamlaştırmak için 6086 sayılı Turizm Teşvik Kanunu 1953 yılında yürürlüğe girmiştir. 1954 yılında Türkiye Turizm Bankası turizm teşvik önlemlerinin yanı sıra turizmde alt ve üst yapı yatırımlarına kaynak olması için kurulmuş ve 1960 yılında "T.C. Turizm Bankası" adını almıştır (Ulu, 2010). Yabancı sermaye girişimini de artırmak için 1954 yılında "6224 Sayılı Yabancı Sermaye Yatırımlarını Teşvik Kanunu" yürürlüğe girmiştir. Bu kanunla birlikte yabancı sermaye yatırımlarının da teşviki sağlanmıştır. Bu teşviklerin sonucunda İstanbul Hilton Oteli açılmıştır (Güleryüz, 2021).

"Basın ve Turizm Genel Müdürlüğü", "Basın Yayın ve Turizm Vekaleti" adıyla 1957 yılında bakanlık olmuştur. 1963 yılında ise bakanlığın ismi "Turizm ve Tanıtma Bakanlığı" adını almıştır. Turizm hareketlerinde yeni şekil ve disiplin geliştirilerek turizm faliyetleri daha bilinçli yaklaşımlar ile yürütülmüştür (Sözen, 2006).

Planlı dönem öncesi yapılanları genel olarak ele alacak olursak; küresel çerçevede Türkiye'de 1950'li yıllardan sonra kitle turizminin gelişmesi sonucu ciddi olarak turizm faliyetinin olmadığı görülmüştür. Fakat Türkiye açısından daha derin bir inceleme yapıldığında kamu örgütlenmesinin ve sivil örgütlenmenin yeni yeni filizlendiği ve bu doğrultuda düzenlemeler ve teşviklerin tohumlarının yeni yeni atıldığını görülmektedir. Bu durum ülkenin turizme önem verdiğini ve gelişmesi için çeşitli politikaları planlı dönemde gündeme getirmesine alt yapı oluşturmuştur (Ulu, 2010).

1.7.2. Planlı Dönemden Günümüze Kadar Turizm Sektörü

1961 yılında kabul edilen yeni anayasa ile birlikte Türkiye'de kalkınma planları yapılmaya başlanmıştır. Kalkınma planları Türkiye'nin ekonomik hedeflerini ortaya koymaktadır ve özel kesim için yol göstericidir. Kamu kesimi için ise bağlayıcı ve emredici nitelik taşımaktadır. Ülke kaynaklarının mevcut durumu tespit edilerek verimli kullanılması kalkınma planları sayesinde sağlanır. Politika kavramı karar verme aşamasında yol göstericidir. Turizm politikaları ise turizm hareketlerinin gelişim göstermesi ve maksimum fayda sağlanması için yapılan faaliyetleri tespit eder. Bu politikalar sayesinde turizm sektörüne yönelik özel kesime ve kamuya düşen görevler

belirlenir. Bu sayede turizmden elde edilen kazançlar yükselirken maliyetlerde ise düşüşler sağlanır (Akça, 2016). 1962 yılında planlı dönemin başlarında AID (Uluslararası Kalkınma İdaresi) ve Maliye Bakanlığıyla yapılan anlaşma sonucu turizmi geliştirme fonu oluşturulması ve aynı yıl T.C. Turizm Bankası A.Ş faaliyete girmesi turizm açısından yaşanan olumlu gelişmeler olmuştur (Ulu, 2010).

1963 yılı itibari ile özel ve kamu sektörlerinin birlikte ele alınmasıyla bir ekonomik politika uygulanmaya başlanmıştır. Bununla birlikte yıllık programlar ve beş yıllık kalkınma planları uygulamaya dahil edilmiştir. Turizm sektörüyle ilgili birçok karar planlı kalkınma döneminde alınmış ve uygulanmaya başlamıştır. Devlet ülke ekonomisi için turizm sektörüne gereken önemi vermiştir. Sosyal gelişme ve iktisadi kalkınma süreci içinde turizm yatırımları da büyüme ve gelişme göstermiştir. Son yıllarda artan konaklama tesisleri ve turist sayısıyla birlikte turizmden elde edilen gelirlerde yükseliş görülmüştür (Tonbil, 2019).

1.7.2.1. Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967)

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda Türkiye'deki turizmin değeri ve potansiyeli dikkat çekmiş, turizm hareketlerinin gelişmesi ve Türkiye'ye talebin artmasıyla gerekli planlama ve yatırımların yapılması kararı alınmıştır. Bu plan çerçevesinde ulaşılmak istenen hedefler ise turizmden maksimum düzeyde fayda sağlamak ve Türkiye'nin ödemeler dengesi açığını azaltmak ve kapatmaktır. Turizm açısından Türkiye'ye gelen talebi daha verimli halde değerlendirmek için zengin tarihi ve doğal kaynakların geliştirilmesi amacıyla gerekli yatırımların yapılması, tanıtma faaliyetlerinin yapılmasına ağırlık verilmesi ve turizm endüstrisinin ve alt dallarının hareketlendirilmesi, sınırlı kaynakların olması sebebiyle turizm potansiyeli yüksek olan yerlere turistik yatırımların yoğunlaştırılması için çeşitli talep ve pazar araştırmalarının yapılması, diğer ülkelerle ikili turizm anlaşmaları yapılarak turizmi geliştirmek ilke olarak kabul edilmiştir (Sözen, 2006).

Birinci beş yıllık kalkınma planında turizme yönelik hazırlanan tedbirler şunlardır (Ağbay, 2019):

- Turistlerin eğilimlerinin araştırılması ve Türkiye'nin en iyi şekilde propagandasının yapılması,

- Mümkün olan en kısa süre içerisinde ülke genelinde turizm işlerini yönetebilecek ekibin kurulması,
- Danışma bürolarının kurulması, kambiyo ve gümrük işlemlerinin kolaylaştırılması,
- Açılacak olan yeni turistik tesislerin bina vergilerinin alınmaması,
- Turizm Geliştirme Kurulu kurularak kasaba ve şehirlerde turizm gelişimini sağlamak için proje yapılmasını teşvik etmek ve işleri kontrol altında tutmak,
- Bazı yerlerdeki turistik eserlerin ve tesislerin halka anlatılması,
- Turizm için geliştirilmesi mümkün olan doğal varlıkların nasıl etkin kullanılmasının belirtilmesi ve bu alanlarda ortaya çıkma ihtimali olan spekülasyonlara mani olabilmek için gerekli makamların yetkilendirilmesini sağlayacak yasal düzenlemelerin hazırlanması,
- Türkiye'de farklı zamanlarda belirli bölgelerde festivaller yapılması ve daha sonraki kalkınma planı sürecinde olimpiyat düzenlemek amacıyla araştırmalar yapılarak gerekli tedbirlerin alınması hedeflenmiştir.

Birinci beş yıllık kalkınma sürecinde istenilen talep artışı olmuştur; ancak turizm gelirleri istenilen düzeyde olmamıştır. Bu plan sürecinde 1 488 000 turist sayısı amaçlanmışken, gelen turist sayısı 1 804 535 kişiye ulaşarak beklenenin üzerinde turist kabul edilmiştir. Gerçekleşen oran ise %121,13'tür. 1963'de ise 198 841 olan turist sayısı, 1967 yılında %189 oranında yükselmiş ve turist sayısı 574 055 kişi olmuştur. Bu dönemde turist sayısında artış olmuş fakat turizm gelirleri bakımından istenilen gelir sağlanamamıştır. 1963 yılında ortalama turizm gelirleri 7,7 milyon dolar iken, 1967 yılında %72'lik bir oranla artış göstererek 13,2 milyon dolara ulaşmıştır. Plan dönemi sonunda hedeflenen 139,0 olan turizm gelirleri, dönem sonunda 55,1 milyon dolar olarak %39,6 oranında sonuçlanmış, beklenen hedefin çok altında kalınmıştır (Karasu, 2013).

Bu plan döneminde, turizm yatırımı için yatak kapasitesini yükseltmeyi amaçlayan toplamda yapılan yatırımlar 507,8 milyon değerinde gerçekleşmiştir. Turistlik değerlere yapılan yatırımlar ise ikinci sırayı izlemiştir. 150,0 milyon değerinde propaganda harcaması önemli harcama kalemini oluşturmuştur. Birinci kalkınma döneminde alınmak istenilen tedbirlerin uygulamadaki bazı aksaklıklar sebebiyle istenilen sürede önüne geçilememiştir. Turist sayısında istenilen talep artışı gerçekleşmiş, fakat sektördeki arz

kapasitesi ve turizm gelirleri nicelik ve nitelik yönünden istenilen düzeyde olmamıştır. Özel sektör ile kamu kurumları arasında turizm alanında yeterli koordinasyon sağlanamamış; eğitim çalışmaları, tanıtım ve turizm kredi politikaları için gerekli örgütlenme istenilen düzeyde oluşturulamamıştır. Turizm sektörünü teşvik eden hukuki ve mali tedbirler sağlanamamıştır (Sözen, 2006).

1.7.2.2. İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972)

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda turizmin sadece ekonomik katkılarından değil kültürel ve sosyal kalkınmadaki pozitif etkilerinden de bahsedilmiştir. Turizmin sosyal etkilerinden daha çok fayda sağlamak için iç turizm hareketlerinin geliştirilmesi maksadıyla konu üzerinde yoğun çalışmalar yapılmıştır. Turizm gelirlerinin ve turist sayısının artırılmasına öncelik verilmektedir. Turistik bölgelere yatırımların teşvik edilmesi ve bu yatırımların kredilerle desteklenmesi amaç edinilmiştir (Güleryüz, 2021). Turizm alanında yapılan yatırımların kitle turizmine uygun olması, turizm sektöründe uygulanacak fiyat politikalarının uluslararası rekabet kurallarına göre yapılması, yatırım politikalarında kamu sektörünün alt yapı tesislerini ele alması, özel sektörün üst yapı yatırımlarını gerçekleştirmesi ve teşvik sağlanması başlıca ilkeler olarak kabul edilmiştir (Sözen, 2006).

İkinci beş yıllık kalkınma planı döneminde, 1968 yılında Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı 602 996 iken, 1972 yılında 1 034 995 kişiye ulaşarak %71,6 artış sağlanmıştır. Bununla birlikte ikinci beş yıllık kalkınma planı döneminde Türkiye'ye 4 828 000 yabancı turistin gelmesi hedeflenirken, planlanan dönem sonunda 3 982 983 kişi gelerek %82'lik oran yakalanabilmiştir. Bu plan döneminin başında, 24,1 milyon dolar olan turizm geliri, kalkınma dönemi sonunda 1972 yılında % 330'luk bir yükselişle 103,7 milyon dolara çıkmıştır. Bu kalkınma planı döneminin sonunda hedeflenen 422 milyon dolarlık turizm geliri %66 oranında gerçekleşerek 278,5 milyon dolar elde edilmiştir (Karasu, 2013).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planında alınan tedbirler;

- Turizm ve Tanıtma Bakanlığı teşkilatı yalnız turizm ile ilgili çalışmalar yapacaktır,

- Bakanlık tarafından tanıtımlar yapılacak ve diğer kamu kuruluşlarıyla işbirliği halinde sürdürülecektir,
- Turistik işletmelerde belirli işletme politikalarının uygulanabilmesi ve tek elden yönetimin olması için "Turizm İşletmeleri Kurumu" kurulacaktır,
- Turizm alanında verilen krediler artırılacak ve turizm öncelikli bölgeler için verilecek kredilerin faiz oranları farklı uygulanacaktır (Ağbay, 2019).

1.7.2.3. Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977)

Bu kalkınma planı birinci ve ikinci kalkınma planlarına göre daha yüzeysel ve daha uzun bir süre dilimini kapsamaktadır. 1972 yılında yapılan planda "bölgesel gelişme ve kalkınmada öncelikli yöre" kavramına yer verilmiştir. Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)'na ve Avrupa Gümrük Birliği'ne 1970 yılında imzalanan Katma Protokol doğrultusunda üye olmak hedeflenmiştir. Bu kalkınma döneminde sanayi ürünlerinin üretilmesi için yoğun çalışmalar yapılarak bu alanda hızlıca başarı sağlanmıştır. Ancak sanayileşmedeki bu başarı istenilen düzeyde artış göstermemiştir. Bunun başlıca sebebi ise 1973 ve 1979 yılları arasında dünya ekonomisindeki olumsuzluklar ve petrol fiyatlarındaki yüksek artış oranıdır. Yaşanan bu olaylar sonucunda Türkiye'de ihracat azalmış ve ithalat oranı yükselmiştir. Bu durum ayrıca dövizde bolluk yaşanmamasına sebep olmuştur. Beraberinde Türkiye'de devalüasyon olmuş, dış ticaret açığı ve enflasyon artmıştır (Cıngıllı, 2018).

Üçüncü kalkınma planında önceki iki kalkınma planlarında yapılan hedeflere, hizmetlere ve elde edilen sonuçlara bakılmıştır. Planlanan hedeflere ulaşılamadığı fakat dünya ortalamasının da üzerinde olduğu görülmüştür. Bu yüzden üçüncü kalkınma planında ağırlıklı olarak tanıtım, reklam ve organizasyon faaliyetlerine ağırlık verilmiştir. Bu çalışmalar ise kitle turizmi üzerinden gerçekleşmiştir. Burada ulaşılmak istenen amaç yurt içinde turizm faaliyetlerini özendirmek ve alt yapı eksikliklerinin giderilmesini sağlamaktır (Güçlü, 2021).

Üçüncü beş yıllık kalkınma planı döneminde 1972-1987 yılları arasında uzun vadede geliştirilen amaçlar arasında; turizm gelirlerinin 1982'de 212 milyon $ ve 1987'de 342 milyon $, turist sayısının ise 1982' de 3,3 milyon ve 1987'de 6,3 milyona ulaşması hedeflenmiştir. Bu dönemde turizm geliri, turizm gideri ve turist sayısı konularında

sırasıyla yıllık %20, %13, %13 oranlarında yükseliş olacağı düşünülmüştür. Turistik bölgelerin altyapı yatırımlarına özen gösterilerek kanalizasyon, su, elektrik, karayolunun geliştirilmesi, havaalanı yapımı ve yat limanlarının hızla yeterli seviyeye ulaşması planlanmıştır. Yatak kapasitesinin ise 72 binden 126 bine çıkarılması amaçlanmıştır. Bu kalkınma planı döneminde turizm işletmelerinin personel ihtiyacının 27 bin kişi olacağı tahmin edilerek personel yetiştirilip istihdam edilmeleri için program hazırlamaya karar verilmiştir (Polat, 2016). Bu dönemde yaşanan iktisadi ve siyasi kriz ile birlikte Kıbrıs hareketinin olması turizm faaliyetlerini olumsuz yönde etkileyerek GSMH içindeki turizm gelirlerinin payı %0,4 düzeyinde kalmıştır (Ulu, 2010).

1.7.2.4. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983)

Bu dönemde kitle turizminin gelişimi için çalışmalar yapılmıştır. Yatırımlar artırılmış ve yatak kapasitesinin beş yıl içerisinde iki buçuk katına çıkartılması amaçlanmıştır. Bunun içinde Organize Turizm Bölgeleri'nin geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu planda özel sektörün faaliyetlerinde bir hareketlilik olsa da özel sektörü desteklemek için Turizm Bankasının ve Emekli Sandığının yatırımları önemli olmuştur. Beraberinde yabancı yatırımların teşvik edilmesi, turist başına düşen harcamaların yükseltilmesi, yabancı işgünün kolaylaştırılması gümrük ve vize işlemlerinin daha da kolaylaştırılması üzerine çalışılmıştır (Güleryüz, 2021).

Bu dönemde yapılmak istenilen politika ve ilkeler ise şunlardır;

- Turizm yatırımlarında kamunun rolü artırılarak konaklama kapasitesinin artırılması hedeflenmiştir. Küçük tasarrufların yabancı sermayenin ve özel sektörün yatırımlara yönlendirilmesi teşvik edilecektir,
- Yabancı vatandaşların çalışmalarına kolaylık sağlanacak ve yurt dışından gelen girişimcilerin bu sektörde işletmeci olmalarına izin verilecek,
- Yabancı turistlere önceden belirli bir tutar belirlenerek Türkiye'de kaldıkları gün sayısına oranda döviz bozdurma zorunluluğu sağlanacak,
- Kamu tesislerinden daha fazla kesimin faydalanması sağlanacak, bu tesisler tek merkez tarafından idare edilecek ve etkin bir pazarlama yapabilmek için ise Devlet Hava Meydanları, THY, Liman Genel Müdürlüğü ve Turizm Bankası gibi tesislerin aralarında işbirliği geliştirilecek,

- Yılın belirli dönemlerinde artan talep ile birlikte oluşan yığılmaların seviyeli bir şekilde dağılımını sağlamak için yatırımlar yapılacak ve tedbirler alınacak,
- Bu dönemde hedeflenen turizm politikalarına ilişkin istatiksel bilgiler geliştirilecek ve eşgüdüm oluşturulacaktır (Ağbay, 2019).

Bu dönemin başlarında 1979 yılında 1 milyon 523 bin kişilik yabancı turist sayısı, ortalama %7'lik bir yükselişle 1983'te 1 milyon 625 bin yabancı turist sayısına ulaşmıştır. Turizm gelirleri yönünden bakıldığında ise 1979 yılında 280 milyon $ olan gelir 1983 yılında ise ortalama olarak %47 oranında bir yükselişle 411 milyon $ olarak gelir sağlanmıştır. Turizm gelirlerinin GSYİH içindeki oranı ise 1979 yılında %0,5'den 1983 yılında %0,8 oranına yükselmiştir (Polat, 2016).

1.7.2.5. Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989)

Bu dönemde turizm planlarındaki temel ilkeler; uluslararası boyutlarda turistik ilişkiler sağlanacak ve ekolojik dengenin korunmasına dikkat edilecek, bireysel turizm ihmal edilmeden kitle turizmine de önem verilecek, modern tekniklerle istatistiki veriler toplanılacak, turizm geliştirme stratejileri ile kültürel ve doğal çevre değerlerinin uyumu sağlanacak, Turizm Bankasının direk yatırım yapmaması, yatırım için gerekli fonların kredi olarak kullanılması sağlanacaktır (Karasu, 2013).

Yabancı turist gelirlerinde yıllık %14,2 turizm giderlerinde %18,9 oranında artış amaçlanarak bu dönemin sonunda 540 milyon $'lık net gelir amaçlanmıştır. Yurt dışına çıkan vatandaşların sayısında yıllık olarak %3,5 yükselişle 2,5 milyon kişi amaçlanmış, yabancı turist sayısında ise yıllık %10,8 oranında bir yükselişle 3 milyon kişi hedeflenmiştir. Hedeflenen yatak kapasitesi ise 38 bin kişilik bir artış oranıyla dönemin sonunda 100 bin yatak kapasitesine ulaşması hedeflenmiştir (Polat, 2016).

Beşinci beş yıllık kalkınma palanı döneminde planlanan politika ve ilkeler şunlardır:

- Türkiye'nin sahip olduğu kültürel miras, gençlik turizmi, tarihi, su sporları, arkeoloji, kış ve av turizmi, festivaller gibi diğer turizm potansiyelleri çevreci ilkeler doğrultusunda ele alınacaktır,
- Kitle turizmine verilen önceliğe bu dönemde de devam edilecektir,

- Gönüllü kuruluşlar, özel sektör, bilim ve kamu arasında turizm kaynakları dökümleri için işbirliği sağlanacaktır,
- Dış ve iç turizm hakkındaki istatiksel bilgiler sağlanacaktır,
- Turizm Bankası direk olarak yatırım yapmayacak bunun yerine banka fonları kredi olarak kullandırılacaktır (Ağbay, 2019).

1.7.2.6. Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994)

Önceki kalkınma planlarında da olduğu gibi bu dönemde de yatak kapasitesi, turizm gideri, turizm geliri ve turist sayısı gibi konular ele alınmıştır. Turizm gelirlerinde yıllık %13,6 yükselişle 1994 yılında 5 milyon 514 bin $ olması, turizm giderlerinin ise yıllık %18,4 yükselişle 1994 senesinde 1 milyon 26 bin $ olması ile bu dönem sonunda 4 milyon 488 bin $ net döviz geliri amaçlanmıştır. Yurt dışına çıkacak vatandaşların %4,8 oranda artış göstererek 2 milyon 800 bin kişinin yurt dışına gideceği tahmin edilirken, turist sayısında ise senelik %8,2 oranında bir yükseliş ile 7 milyon 400 bin kişinin yurt dışından gelmesi tahmin edilmektedir. Bu dönemde yatak kapasitesinin ise 350 bin olması hedeflenmiştir (Polat, 2016).

İlkeler ve plan çerçevesinde; tesislerdeki doluluk oranının yükseltilmesi için turizmde nitelik artırıcı önlemlerin alınması ve bu doğrultuda ülkede sağlık turizmi, av turizmi ve kış turizmi gibi çeşitliliğin sağlanması için teşvik edici politikalar üzerinde yoğunlaşılmıştır. Beraberinde turizm üst ve alt yapısının nicelik ve nitelik yönünden geliştirilmesine dikkat edilmiştir. Turistik tesis işletmeciliğinin geliştirilmesi planlanmış ve bu tesislerin özellikle aile işletmeleri tarafından yönetilmesi için kolaylıklar sağlanmıştır. Yerli seyahat acentelerine tur operatörlüğü alanında kolaylık sağlanarak kültürel ve doğal miras korunarak insanların daha uygun şartlarda tatil yapması planlanmıştır. Turizm gelirlerinin planlı dönem sonunda GSMH içindeki oranı %3,3 olarak gerçekleşmiştir (Ulu, 2010).

Bu plan döneminde yurt dışından gelen turistler beklenenin altında olmuştur. Hedeflenen yabancı turist sayısı 31 830 milyon olmuş fakat gelen turist sayısı 31 124 milyon turist ile %97,8 oranında hedef gerçekleşmiştir. Aynı dönem hedeflenen turizm gelirleri toplamı 21 702,3 milyon $ iken, bu hedef istenilenin altında kalarak %82 oranında 17 798,0 milyon $ olarak gerçekleşmiştir. Turizm giderlerinde ise hedeflenen

toplam rakam 3 762,1 milyon $ olmuş fakat gerçekleşen toplam gider ise 3 688,0 milyon $ olmuştur. Turizm sektöründe 1989 senesinde 146 bin belgeli yatak sayısının dönem sonunda 350 bin yatak sayısına artırılması planlanırken 314 bin yatak sayısında kalmıştır. Bu dönem içerisinde Ortadoğu'da yaşanan olaylar ve dünyada meydana gelen gelişmeler Türk turizmini büyük oranda etkilemiştir. Bu plan döneminde Akdeniz havzasındaki ülkelerle ulaştırma, yatak kapasitesi, tanıtım, teknik alt yapı, turizm eğitimi, pazarlama, seyahat acenteciliği, tur operatörlüğü gibi önemli konularda kıyaslandığında yetersizliklerin devam ettiği görülmektedir (İnan, 2009).

1.7.2.7. Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000)

Bu dönemin ilk iki yılında (1996 ve 1997) ulaşılmak istenen hedefler büyük bir oranda gerçekleşmiştir. Fakat bu dönem kalkınma planının sonunda 13-17 milyon turist hedefinin çok altında kalınmıştır. 9 689 milyon turist 1997 yılında gelmiş, 1998 yılında ise bu oran fazla bir değişim göstermeden 9 752 milyon turist sayına ulaşmıştır. 1999 yılının turist sayısı ise 1998 yılından yaklaşık olarak %23,3'lük bir azalış ile 7,5 milyon turist ile sonuçlanmıştır. 1997 yılından sonra yabancı turist gelirlerinde yaşanan olumsuz gelişmeler turizm gelirlerinde de düşüşe neden olmuştur. 1998 yılında ise turizm gelirleri bir önceki yıla göre %3,5 bir düşüşle 7,8 milyar dolar gelir sağlanmıştır. 1999 yılı ise bir önceki yılın turizm gelirlerine göre yaklaşık % 27,8 oranında bir düşüşle 5,2 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (Karasu, 2013). 2000 yılında ise turizm gelirlerinin 13,8 milyar dolara, turist sayısının 17 milyon kişiye, net turizm gelirlerinin de 11,9 milyar dolara ulaşması belirtilmiştir. Turizm gelirleri yönünden bakıldığında 1996 yılında 5 milyar 650 milyon dolar iken 2000 yılında ise ortalama %35 oranında bir yükselişle 7 milyar 636 milyon dolar olmuştur. Aynı zamanda turizm gelirlerinin GSYİH içindeki oranı ise 1966 da %3,2'den 2000 yılında % 3,8'e oranına yükselmiştir (Polat, 2016).

Turizm tesisleri yönetmeliği 2000 yılında çıkarılarak turizm işletmelerinin geliştirilmesi, modern bir yapıya kavuşturulması, profesyonel personel yetiştirilmesi gibi konular için belirli asgari şartlarda bu yönetmeliğe uyularak turizm sektöründe kalitenin artmasının sağlanması hedeflenmektedir (Güçlü, 2021).

Bu plan döneminde amaçlanan sayısal hedefler şunlardır:

- 2000 yılındaki turizm gelirlerinin 10,3-13,8 milyar dolar seviyesine çıkması, ardından bu dönemin sonunda turizm net gelirinin 8,5-11,9 milyar dolar düzeyinde olması tahmin edilmektedir.
- Bu dönemde Türkiye'ye gelecek ziyaretçi ve turist sayısının 13-17 milyon kişiye, yurt dışına gidecek vatandaş sayısının da 4,5-4,8 milyon kişiye ulaşması beklenmektedir.
- Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama işletmelerinin yatak kapasitesinin proje halindeki ve inşa aşamasındaki tesislerin tamamlanmasıyla dönem sonuna yaklaşık olarak 800 bin yatak kapasitesine ulaşılması, belediye belgeli tesislerin yatak sayıları ile toplam da 1,3 milyon yatak kapasitesine çıkması tahmin edilmektedir (İnan, 2009).

1.7.2.8. Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005)

Bu dönemde turizm sektöründe kriz süreçlerinde faaliyetlerini azda olsa devam ettirip ayakta durabilen, kendi kendini devam ettirebilen sağlıklı ve tedbirli bir yapı oluşturmak öncelikli hedef olmuştur. Turizmde yapılacak bütün yatırımların kültürü, tarihi ve çevreyi koruyacak zarar vermeyecek şekilde sürdürülebilir halde inşasının yapılmasına dikkat edilmesi hedeflenmiştir. Yatırımların ulaşımın hızlı, maliyetin düşük ve kolay olacak şekilde yapılmasına dikkat edilmesi planlanmıştır. Marina inşaları, hızlı trenler, havaalanları gibi yatırımların modern dünya düzenine uyum sağlayacak şekilde yapılması amaçlanmıştır (Güçlü, 2021).

Sekizinci kalkınma planı döneminde turizm ile alakalı bazı düzenlemeler yapılmıştır. Turizm Bakanlığı Teşkilat Kanunu ve Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği Yasası'nın dönemin şartlarına uygun şekilde yapılmasına dair düzenleme ve değişiklikler yapılmıştır. Yapılan bu yeni değişiklikler arasında dikkat çeken en önemli yenilik "Turizm Bölge Birlikleri Kanun Tasarısı" ve "Türkiye Turizmciler Meslek Birlikleri Kanun Tasarısı'"dır. Yine bu dönemde "*Turizm Bakanlığı Belgeli ve Belediye Belgeli yatak kapasitesinin 751 bin olması, teşviklerin ağırlığının pazarlama alanına, hava ulaştırmasına ve toplam kalite iyileştirmesine verilmesi, kullanan öder-kirleten öder ilkesiyle kullanıcıların fiziki altyapının finansmanına katılımının sağlanması, turizm eğitiminde standartlar belirlenerek, verimlilik ve iş kalitesinin gelişmesi ve istihdam için*

gerekli beceri düzeylerini sağlayacak belgelendirme sisteminin geliştirilmesi, Akdeniz Ege Turizm Altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) Projesi kapsamına girebilecek projelerin yürütülmesinde, idari ve mali sorunların çözümlenmesi ve hazine garantisine gerek duyulmayacak bir model çerçevesinde proje uygulamasının hızlandırılması" istenilen amaçlar arasında yer almıştır (Cıngıllı, 2018).

Yurt dışında faaliyette bulunan Türkiye karşıtı lobiler Türkiye'nin olumlu imajına zarar vermektedir. Bu durum da Türkiye'nin dış ticaretine, turizmine, dış politikasına ve dış kredisine zarar vermektedir. Bu yüzden Türkiye'nin yurt dışındaki tanıtım çalışmalarına ve imajının düzeltilmesine önem verilmesi düşünülmektedir. Yurt dışında bulunan meslek sahibi, öğrenci ve personel olan vatandaşlarımızdan ve Türk dostu olan sivil toplum örgütlerinden imaj ve tanıtım çalışmaları için istifade edilmesi planlanmaktadır. Yurt dışında Türkiye'nin imajını zedeleyecek çalışmaların ilerleyen yıllarda da devam edeceği düşüncesi ile imaj ve tanıtım çalışmalarının artırılması istenilmiştir. Türkiye'de araştırma çalışmaları için bulunan yabancı bilim adamlarına kolaylıklar sunulacak; kongreler, üniversiteler, geziler, kamu ve özel kuruluşlar gibi kurum ve çalışmalarda yer verilerek Türkiye'nin tanıtımı için katkı sağlanması da hedeflenmektedir. Turizm yatırımlarında tarihi, doğal ve sosyal çevreyi geliştirici, koruyucu bir yaklaşım içinde olunması düşünülmektedir. Yeni potansiyel alanlar oluşturmak için kış, yat, kongre, golf, termal ve eko turizm ile ilgili faaliyetlerin devam ettirilmesi de hedeflenmektedir (Sivil, 2007).

Bu kalkınma döneminin başlarında 2001 yılında 11 milyon 569 binlik yabancı turist sayısı, ortalama olarak %83'lük bir yükselişle 2005'de 21 milyon 124 bin kişiye ulaşmıştır. Turizm gelirleri yönünden bakıldığında ise 2001 yılında 8 milyar 90 milyon dolar iken 2005 yılında ortalama %72 oranında bir yükseliş göstererek 13 milyar 929 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Bu dönemde turizm gelirlerinin ihracat içindeki oranı %30'a yaklaşmıştır. Bu yaklaşım da döviz gelirlerinin artmasına ve ödemeler dengesindeki açığa katkı sağlamıştır. 2001 yılındaki turizm gelirlerinin GSYİH içindeki payı %6,9'dan iken 2005 yılında bu oran %5'e gerilemiştir (Polat, 2016).

1.7.2.9. Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007-2013)

Bu kalkınma dönemi, AB'ye üyelik sürecine fayda sağlayacak temel strateji planları olarak amaçlanmıştır. Bu yüzden bu plan dönemi AB mali takvimi göz önüne alınarak 2007-2013 yıllarını ele alacak şekilde yedi yıl olarak planlanmıştır (Tekindağ, 2013). Bu plan içerisinde turizm sektörünün daha önce bilinmeyen tarihi ve kültürel güzellikleri gün yüzüne çıkarılarak turizme kazandırılmak istenmiştir. Bu kazanımlar sayesinde bölge halkının refah seviyesine katkı sağlanması planlanmıştır. Yapılacak yatırımların hepsinde çevreyi geliştirici ve koruyucu olması için önemle dikkat edilmesi hedeflenmektedir. Yapılacak olan turizm faaliyetlerinde sürdürülebilir olması amaç edilmiştir (Güçlü, 2021).

Sosyal kalkınmanın ve ekonomik büyümenin istikrarlı bir şekilde devam ettirilmesine yönelik; işsizliğin azaltılması, bölgesel gelişmenin sağlanması, kamuda hizmet kalitesinin artırılması, rekabet gücünün artırılması, beşeri gelişme ile sosyal dayanışmanın sağlanmasına yönelik stratejik hedefler yapılmıştır (Tuncel, 2019).

Dokuzuncu kalkınma planı döneminde Türkiye'nin hizmet kalitesi, jeotermal kaynakları ve fiyat açısından rekabet üstünlüğü dikkate alınarak, sağlık turizminde destekler sağlanması amaçlanmaktadır. Turizm sektöründe verilen teşviklerde mevcut ürünlerin toplam kalite iyileştirilmesine, hava ulaştırmasına ve pazarlama alanına öncelik verilmesi hedeflenmektedir (Akça, 20016).

1.7.2.10. Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2014-2018)

Dünya genelinde değişen turizm talepleri Türkiye'de de turizmin çeşitlendirilmesine ihtiyacın olduğunu göstermektedir. Bu yüzden başta sağlık turizmi olmak üzere, kış turizmi, kültür turizmi, golf turizmi, kongre turizmi ve kurvaziyer turizmine yönelik alt ve üst yapı eksiklikleri giderilerek pazarda çeşitlilik sağlanması ve alternatif turizm sınıfları geliştirmek için gerekli teşviklerin sağlanması amaçlanmaktadır (Tuncel, 2019).

Bu dönemin dikkat çeken özelliklerinden biri de AB sürecine uyum sağlamak amacıyla bir önceki kalkınma planının yedi yıla uzatılması kararından vazgeçilerek tekrar beş yıllık plana geri dönülmesi olmuştur. Turizm alanında bu kalkınma planı döneminde

yapılan önemli bir tespit de Türkiye'deki turizm sektörünün değişim ve büyüme oranlarının artmasına rağmen turist başına düşen gelirde hala düşük gelir elde edildiğinin belirtilmesidir (Tekindağ, 2013).

6 Temmuz 2013 yılında yürürlüğe giren onuncu beş yıllık kalkınma planı, 2023 hedefleri çerçevesinde Türk toplumunun yüksek bir refah seviyesine ulaşmasını amaç edinmiştir. Bu dönemin temel amaçları kapsayıcılık, şeffaflık, hesap verilebilirlik, katılımcılık ve insan odaklılık ilkelerini benimseyerek hareket edileceği belirtilmiştir. Dönemin politikaları ve temel hedefleri şunlardır:

- Yenilikçi üretim, istikrarlı yüksek büyüme
- Kalkınma için uluslararası işbirliği
- Yaşanabilir mekânlar, sürdürülebilir çevre
- Nitelikli insan, güçlü toplumdur.

Aynı zamanda bu dönemde sosyal ve kültürel değerleri korumak, çevre sorunlarına müdahale etmek ve ekonomik olarak yarar sağlamak için sürdürülebilir turizm dikkate alınmıştır. Turist başına düşen gelirin artırılması için fiziksel kalitenin artırılması, üst gelir grubuna hitap eden hizmetlerin ve ürünlerin oluşturulması ve hizmet niteliğinin artırılması planlanmıştır (Cıngıllı, 2018).

Onuncu kalkınma planı döneminde faaliyete geçirilmek istenen politikalar şunlardır:

- Turizm hareketlerinin yoğun olduğu yerlerde; sivil toplum kuruluşlarının, halkın ve yerel yönetimlerin turizmle ilgili verilen kararlara katılmalarını artırmak,
- "Varış Noktası Yönetimi" kapsamında turizm çeşitlerini bir bütün olarak inceleyip yeni projeleri planlamak,
- Turistlere daha yüksek kalite standartlarında hizmet sunabilmek için nitelikli iş gücü istihdamını artırmak,
- Çevreye karşı sorumlu ve bilinçli bir turizm anlayışıyla sürdürülebilir turizm uygulamaları oluşturarak, turizmde çevresel ve sosyo-kültürel olumsuzlukları en aza indirmektir.

Türk turizminde 2017 yılında toparlanma süreci başlamıştır. 2018 yılında ise yabancı 39,5 milyon kişiye ulaşarak 29,5 milyar dolar turizm geliri sağlanmıştır (Tuncel, 2019).

1.7.2.11. On Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2019-2023)

Turizmin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi, hizmet kalitesinin yükseltilmesi, konaklama dışı harcamaların artırılması, sezon sürelerinin uzatılması gibi sektörde dönüşüm ve değişim gerçekleştirme hedefleri bu dönemde oluşturulmuştur (Güçlü, 2021).

On Birinci Kalkınma Planı;

- Güçlü toplum ve nitelikli insan
- Güçlü ve istikrarlı ekonomi
- Verimlilik ve rekabetçi üretim
- İyi yönetim, demokratikleşme ve hukuk devleti
- Sürdürülebilir çevre ve yaşanabilir şehirler olmak üzere beş temel gelişim üzerinde oluşmaktadır (Öner, 2020).

Onuncu kalkınma planının sonunda 29,5 milyar dolar olan turizm gelirinin on birinci kalkınma planı sonunda 65 milyar dolara çıkacağı tahmin edilmektedir. Ziyaretçi sayısının 2018 yılında 46,1 milyon olması, içinde bulunulan plan döneminde de bu sayının 75 milyon kişiye ulaşması öngörülmektedir. Turistlerin kişi başına ortalama harcamasının ise 647 dolardan 867 dolar seviyesine çıkması amaçlanmıştır (Tuncel, 2019).

1.8. TURİZM İŞLETMELERİNİN TANIMI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

Turizm olayına dolaylı veya doğrudan bağımlılığı olan, turistlerin ihtiyaç duydukları hizmet ve mal üretip pazarlayan, seyahat, konaklama, yeme-içme işletmeleri ve diğer turizm işletmelerinin kurulması, faaliyetlerinin sürdürülmesi ve geliştirilmesi ile ilgili eylem ve kararların hepsi turizm işletmelerini kapsamaktadır (Keskin, 2013).

Turizm endüstrisi birden fazla sektörün bir arada faaliyetlerini sürdürdüğü bir yapıdır. Bu sektörler her bir sektörle yakın ilişki içerisindedir ve bu sektörler turizm

yerine de kullanılmaktadır. Ancak bu sektörler (seyahat acenteleri, ulaşım, rekreasyon, konaklama) ile turizm arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar şöyledir:

- Turizm seyahat ile bağlantılıdır. Ancak her seyahat turizm amaçlı olmayabilir.
- Konaklamaların turizm olarak sayılabilmesi için konaklamanın 24 saatten fazla ya da en az bir gece seyahat edilen yerdeki konaklama tesisinde kalınması şartıyla gerçekleşmelidir.
- İnsanlar sadece turizm amaçlı ulaşım yapmamaktadırlar. Buda ulaşım ile turizm arasındaki fark olarak görülmektedir.
- Rekreasyon hareketleri seyahat ile alakalıdır. Ancak rekreasyon faaliyeti seyahat yada boş zamanda yapılmayabilir (Çelik, 2022).

1.8.1.Konaklama İşletmeleri

Tarihin ilk yıllarından günümüze kadar insani ihtiyaçlar doğrultusunda insanların seyahati hep devam etmiştir. Yapılan ilk seyahatlerin ticari amaçlar için yapıldığı bilinmektedir. Sümerler tarafından M.Ö. 4000'li yıllarda tekerleğin icat edilmesiyle birlikte seyahat oranında büyük bir artış sağlanmıştır (Keskin, 2013).

Göçebe yaşam tarzından sonra yerleşik hayat ile birlikte insanların seyahatlerinde ihtiyaç duyduğu en önemli şeylerden biri de gittikleri yerdeki konaklama ihtiyacı olmuştur. Bu ihtiyaç doğrultusunda konaklama faaliyetleri için yeni yapılar inşa edilmiştir. 19.yüzyıldan itibaren ticaretin ve sanayinin gelişim göstermesi, milli gelirin yükselmesi, iletişim ve ulaşım alanındaki gelişmeler, tüketici tercih ve ihtiyaçlarının değişmesi, insanların refah seviyesinin yükselmesi, değişim ve gelişim gösteren dünya düzenine ayak uydurulması, kişilerin değerlendirebileceği zamanın daha fazla olması, turistik çekiciliklerin her geçen gün artması, kişilerin tatil yapmayı ve gezmeyi bir ihtiyaç olarak benimsemesi gibi nedenlerle sadece ticaret için değil aynı zamanda gezmek, görmek, eğlenmek ve yeni deneyimler kazanmak için seyahatler gerçekleştirilmektedir (Yiğitoğlu, 2020).

Yazılı kaynaklardan edinilen bilgilere göre seyahat edenlerin konaklama ihtiyaçlarını karşılamak için ilk konaklama işletmeleri özel mülkiyetli evler olmuştur. M.Ö. 500. yıllara kadar, Yunanistan'da bulunan Corint Şehri gibi antik kentlerde, seyahat

faaliyetlerinde bulunanlara kalacak yer ile birlikte yeme içme ihtiyaçları içinde hizmet sunan işletmeler bulunmaktaydı (Akıncı, 2010).

İnsanların beslenme, konaklama ve diğer ihtiyaçlarını karşılayan, birinci derecede turizm işletmeleri içerisinde olan, turistik ürün ve hizmet üretimi yaparak sunumunu sağlayan, varlıkları turizm olayına bağlı olarak ortaya çıkan ve devam eden işletmeler konaklama işletmeleri olarak tanımlanmaktadır (Çömlekçi, 2011).

Turizm çekiciliklerini oluşturan işletmeler arasında konaklama işletmeleri önemli bir yerdedir. Konaklama işletmelerinde, gelen misafirlerin sadece geceleme ihtiyaçları karşılanmaz, müşterilerin yeme içme ve kısmen eğlence gereksinimleri de karşılanmaktadır. Konaklama işletmeleri grubu içerisinde en önemli grubu otel işletmeleri oluşturmaktadır (Kozak, Kozak, & Kozak , 2014).

1.8.1.1. Asli Konaklama İşletmeleri

Otel: Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelikte; "yapısı, donanımı, konforu, müşteriye sunduğu hizmetlerin kalitesi gibi elemanlarıyla uygar bir insanın arzu ettiği nitelikte geçici konaklama, yeme-içme ve eğlence gereksinimlerini bir ücret karşılığında karşılayan konaklama tesisleri" olarak tanımlanmıştır (Keskin, 2013).

Motel: Yerleşim alanının dışında, karayolları üzerinde, mola noktalarında ya da yakın güzergâhlarında inşa edilen, araçlarıyla seyahat eden insanların yeme içme, konaklama ve araçları park etme gereksinimlerini karşılayan en az 10 odalı konaklama tesisleridir (Akıncı, 2010).

Tatil Köyü: Arkeolojik değerler veya doğal güzellikler etrafında kurulmuş, eğlence, spor ve satış hizmetlerinin yanı sıra rahat bir konaklama hizmetini belirli bir ücret karşılığında sunan en az 60 odalı konaklama tesisleridir (Akıncı, 2010).

Pansiyon: Konaklama tesisi amaçlı planlanıp inşa edilen, misafirlerin kendi yiyecek-içecek ihtiyaçlarını hazırlayabilme imkânı sunan, Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliğine göre minimum beş odalı tesislerdir (Kozak, Kozak, & Kozak , 2014).

Kamping: Bisiklet, motosiklet, karavan, otomobil gibi araçlarla seyahat edebilen toplumun her kesimindeki insanların yararlanabilmesi için tasarlanan; tarihi turistik özelliği olan yerlerin yakınları, kent girişleri, karayolu güzergâhları, ağaçlık alanlar, deniz-göl kıyıları ve dağ gibi doğal güzellikleri olan rahatça ulaşılabilecek yerlerde; çoğunlukla misafirlerin kendi imkânlarıyla kurdukları çadır, karavan gibi araçlarla konaklayarak temel ihtiyaçlarını (dinlenme, yeme-içme, geceleme, spor, eğlenme, vb.) karşılayabilecekleri hizmetlerin sağlandığı en az on ünitesi bulunan tesislerdir (Yiğitoğlu, 2020).

Apart Otel: Konut olarak kullanılmaya uygun bağımsız apartman ya da villa tipinde tefriş ve inşa edilen, misafirlerin yeme-içme ihtiyaçlarını kendilerinin karşılayabilmesi için gerekli olan teçhizatın sağlandığı ve otel olarak işletilen işletmelerdir (Keskin, 2013).

Hostel: Bilgi edinmek, eğlenmek, dinlenmek, kültürel ve sportif faaliyetlerde bulunmak, macera aramak amacıyla seyahat eden; öğretmenlerin, öğrencilerinde dâhil olduğu gençlerin, düşük bütçeli sırt çantacıların ya da gezginlerin, başka ülkeleri tanıyıp görmek için yaptıkları seyahatlerde ihtiyaç duyacakları yeme-içme, konaklama ve diğer ihtiyaçları için güvenli, temiz, samimi ve ucuz imkânların sağlandığı veya kendi yemek ihtiyaçlarını kendilerinin hazırlayabilmesi için ihtiyaç duyulan imkânların sağlandığı mutfağı da olan üyelik organizasyonu tarafından yürütülen, kar amacı gütmeyen en az on odası olan işletmeler olarak tanımlanmaktadır (Yiğitoğlu, 2020).

1.8.2. Yiyecek İçecek İşletmeleri

Yiyecek-içecek sektörü köklü ve eski bir geçmişe sahiptir. Seyahat eden insanların temel ihtiyaçları yeme-içme ve konaklamadır. Bu yüzden, geçmişten günümüze yapılan seyahatlerde konaklama ve yiyecek-içecek sektörü her geçen gün gelişim göstermiştir. Bu yüzden insanlar, seyahat eden kişilerin bu ihtiyaçlarını karşılayabilmek için yol güzergâhlarında belirli aralıklarla kervansaray veya han gibi tesisler inşa etmişlerdir. Yapılan ilk tesisler konfordan uzak ilkel yapılar olarak yapılmış bu tesislerde amaç geceyi güvenli bir şekilde geçirebilmek olmuştur. 17. Yüzyıldan sonra konaklama amaçlı doğuda kervansaray, batıda hanların ortaya çıkması ile birlikte otelciliğin, beraberinde yiyecek-içecek sektörünün başlangıcını oluşturmuştur. Kervansaraylar hayır kurumu anlayışı ile

çalışan kar amacı olmadan faaliyet gösterirken hanlar, kar amacı gösteren ticari işletmeler olarak faaliyet göstermişlerdir (Benli, 2016).

Yemek yeme ihtiyacı insanların temel ihtiyaçlarından biridir. Yiyecek-içecek işletmeleri insanların seyahat etme ve bulundukların yerlerin dışındaki farklı destinasyonlarda yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayabilmek için mal ve hizmet sunan işletmelerdir (Çelik, 2022).

Yiyecek-içecek işletmeleri genellikle konaklama tesisi bünyesinde hizmet vermektedir. Aynı zamanda bağımsız ticari bir kuruluş olarak da hizmet sunmaktadırlar. Üç yıldızlı otel statüsünden itibaren otel işletmeleri içerisinde zorunlu olarak yiyecek-içecek işletmelerinin bulunması gerekmektedir (Kozak, Kozak, & Kozak , 2014).

Lokanta: Alakart, özel yemek veya tabldot ve bu yemek çeşitlerine uygun hizmetler ile yeme-içme gereksinimlerini karşılayan işletmelerdir. Lokantalar birinci sınıf, ikinci sınıf ve üçüncü sınıf olarak sınıflandırılır. Bu sınıflandırmalarda işletmenin kalite ve sunuş özellikleri, hizmet standardı, işletmenin dekorasyonu gibi özellikleri ile Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği'ndeki nitelikler belirleyici rol oynamaktadır. Birinci sınıf lokantalar lokanta ismi adı altında müstakilen de belgelendirilmektedir. İkinci sınıf, üçüncü sınıf lokantalar ile zincir tesisler kapsamı dışında kalan lokantalar müstakilen belgelendirilmemektedir (Kozak, Kozak, & Kozak , 2014).

Kafeterya: Müstakilen olarak belgelendirilemeyen temiz, kaliteli ve hızlı yeme-içme hizmetlerinin garson servisi olmadan müşteriye sunulan minimum elli kişilik kapasitesi olan tesislerdir. Bu tesislerdeki bütün alanların uygun malzeme ile dekore ve tefriş edilip aydınlatılması oldukça önemlidir. Kafeterya işletmelerinde kişi başına en az 1,2 metre kare alan olacak şekilde düzenlenmektedir. Yiyeceklerin teşhir edildiği servis bankosu, kadın ve erkek için ayrı müşteri tuvaletleri, yemek salonunun bulunması, idare odası, personel için lavabo ve soyunma odaları, soğuk dolap ve içeriden açılabilecek soğuk saklama deposu ve malzeme deposu bulunmalıdır. Mutfaklarında ise sunulan yiyecek-içecek çeşitlerine uygun hazırlık yerleri ile ihtiyaca uygun olan pişirme donanımları olmalıdır (Bayar & Ünal, 2021).

Günübirlik tesisler: Turizm faaliyetlerinin fazla olduğu yerlerde; eğlence, spor, dinlenme ve yeme içme imkânlarından birkaçını günübirlik olacak şekilde sağlayabilen, konaklama hizmeti sunmayan tesislerdir (Kozak, Kozak, & Kozak , 2014).

Mola noktaları: Karayolları güzergâhlarında ve çevresinde bulunan, konaklamaya dönük olmayan, karayollarında seyahat edenlerin yeme-içme, dinlenme ve benzeri ihtiyaçları için günün her saatinde hizmet sunabilen tesislerdir (Kozak, Kozak, & Kozak , 2014)

1.8.3. Seyahat İşletmeleri

Seyahatler 19. Yüzyılın ortalarına kadar iş amaçlı yapılmaktaydı. Atlı arabalar ile ulaşım sağlanmaktaydı. Tüccar gruplarının katıldığı iş gezileri, çağdaş turistik gezilerin ilk örneklerini oluşturmuştur. 1850-1950 yılları arasında seyahatler artmıştır. Bu yıllarda ülkeler hatta kıtalar arasında seyahatler yapılmaya başlanmıştır. 20. Yüzyılın ortalarından itibaren Avrupa'da taşımacılıkta otomobil yolları önemli bir rol üstlenmiştir (Ayhan, 2017).

Seyahat işletmeleri tur operatörleri ve seyahat acenteleri olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır.

1.8.3.1. Tur Operatörleri

Farklı turizm işletmelerinin ürettikleri hizmetleri (rehberlik, animasyon, transfer, ulaştırma, yeme-içme, geceleme vb.) bir araya getirerek paket tur halinde kendi seyahat acentelerinde veya kendi ofisleri aracılığıyla tüketicilere sunan turizm işletmeleridir. Tur operatörlüğü Türkiye'de pazarlama bilgisi ve güçlü sermaye gerektirdiği için oluşturulamamış bir kurumdur. Bu konuda 1618 sayılı "Seyahat Acentaları Yasasında" yasal eksikliğe ve kavram kargaşasına son vermek için yeni bir düzenleme yapmak gerekmektedir. Ülkemizde tur operatörlüğü olmaması sebebiyle bu işlevi (A) grubu seyahat acenteleri yapmaktadır. Fakat (A) grubu seyahat acenteleri tur operatörlüğü görevini gerçek manada yapmaya elverişli değildir (Kozak ve diğerleri, 2014).

1.8.3.2. Seyahat Acenteleri

Seyahat acenteleri birliği ve seyahat acentelerinin 1618 sayılı kanununa göre seyahat acentelerinin sınıflandırılması ve tanımı şöyledir: "*Seyahat acenteleri kar amacıyla turistlere ulaştırma, konaklama, gezi, spor ve eğlence sağlayan, onlara turizmle ilgili bilgiler veren, bu konuya ilişkin tüm hizmetleri gören ve turizm ekonomisine ve genellikle ödemeler dengesine katkıda bulunan ticari kuruluşlardır*" (Semiz, Semiz, & Türkoğlu, 2019, s. 45).

Seyahat acentelerinin görevleri şu şekilde sıralanabilir:

- Müşteriler adına rezervasyonlar yapmak,
- Döviz ve seyahat çeki bozmak,
- Turistlere gittikleri yer hakkında bilgi sunmak,
- Araç kiralama (rent a car) ve yat kiralamak,
- Turistlerin sigorta işlemlerini yapmak,
- Tur düzenleyip satmak,
- Tanıtıcı yayın ve hatıra eşya satmak,
- Danışma, pasaport ve gümrük hizmetlerini sunmaktır (Kozak ve diğerleri, 2014, s. 56).

1.8.3.2.1 A Grubu Seyahat Acenteleri

Yurt dışına tur düzenleyebilen, yurt dışından gelen bireysel ve grup müşterilere yerel hizmetler sunan, seyahat hizmetlerini satan ve tüm hizmetleri örgütleyen aracı ve üretici kuruluşlardır. Bu grup acente tüm acentecilik faaliyetlerini gösterebilmektedir aynı zamanda yıllık olarak belirli bir miktarda ülkeye döviz kazandırmak zorundadırlar. A grubu seyahat işletmelerinin kanuna göre, iki yıl içinde 80.000 dolar bozdurduklarını belgelemeleri şartıyla A grubu seyahat acenteciliğini devam ettirebilirler (Semiz, Semiz, & Türkoğlu, 2019).

1.8.3.2.2. B Grubu Seyahat Acenteleri

Demir yolu, deniz yolu, havayolu ve karayolu ulaştırma araçları ile birlikte A grubu seyahat acentelerinin düzenledikleri turların biletlerini satan turizm işletmeleridir (Bayar & Ünal, 2021).

1.8.3.2.3. C Grubu Seyahat İşletmeleri

Sadece Türk vatandaşları için turlar düzenlemekle görevlidirler (Alaeddinoğlu & Can, 2007).

1.8.4. Rekreasyon İşletmeleri

Sanayileşme ile birlikte üretim faaliyetleri artmıştır. Bu durumda iş hayatında iş gücü ihtiyacının azalmasına ve boş zamanların artmasına sebep olmuştur. Zamanla artan boş zamanlar toplum açısından önem kazanarak boş zaman faaliyetlerinin çeşitlenmesini sağlamıştır. İnsanların dinlenmekten zevk alması ve boş zamanlarını sevdikleriyle geçirmesi boş zaman olgusunu değerli kılmıştır (Yıldırım, 2022).

Rekreasyon, kelime olarak "eğlendirmek, canlandırmak, dinlendirmek" gibi anlamları ifade etmektedir. Bu anlamlardan yola çıkarak rekreasyon işletmeleri, kişilerin tatmin duygularını karşılamak, eğlence-dinlence ve boş zamanlarını değerlendirmeleri amacıyla katıldıkları etkinlikleri sunan işletmeler olarak tanımlanır. Bu işletmelerin sunduğu faaliyetler ise, sportif, doğal, kültürel ve eğlenceye yönelik verilerin birleşiminden oluşmaktadır (Kozak ve diğerleri, 2014).

Türkiye Cumhuriyeti Bakanlar Kurulu'nun 21.6.2005 tarih ve 25852 No ile Resmi Gazete'de yayımlanan "Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik" kararında rekreasyon işletmeleri günübirlik işletmeler, temalı işletmeler, eğlence merkezleri, kış sporları ve kayak merkezleri mekanik işletmeleri olarak sınıflandırılmıştır (Bayar & Ünal, 2021).

1.8.4.1. Günübirlik İşletmeler

Spor, eğlence, dinlenme ve yeme-içme imkânlarından birkaçını günübirlik olarak sunabilen fakat konaklama yapılamayan tesislerdir. Bu işletmelerde ikinci sınıf lokanta

veya kafeterya, giriş tesisleri, yüzme havuzu veya spor, satış ünitesi, oyun veya eğlence imkânları sağlayan düzenlemeler olmalıdır. Aynı zamanda hemşire ve doktor hizmetlerinin verildiği ilk yardım araçları olan bir revir, işletme alanının ağaçlandırılması, işletmenin etrafının duvar, çit veya yeşillik ile çevreden tecridi, boş alanların çimlendirilmesi, kadın ve erkek misafirler için ayrı tuvaletler, otopark gibi olanaklara sahip olmalıdır. Günübirlik işletmelerin müstakilen olarak belgelendirilebilmesi için tahsisli taşınmaz üzerinde yer alan işletmeler olması gerekmektedir (Bayar & Ünal, 2021).

1.8.4.2. Temalı İşletmeler

Tarih, bilim, kültür, bilimkurgu, gelenek ve birikimler ile dünya coğrafyası gibi konuların uluslararası işitsel ve görsel teknolojinin de desteğiyle tanıtıldığı ve müşterinin izlemesine sunulan eğlenceye yönelik işletmelerdir. Ana temalara uygun dekore edilen park, geleneksel veya uluslararası özellikleri olan ürünlerin tanıtıldığı ve satıldığı bölümleri de içermektedir. Park bünyesinde, temalara uygun dekore ve inşa edilmiş kabare türü gösterilerin sunulabildiği, yeme-içme tesisleri ve spor tesisleri de yer almaktadır (Kozak ve diğerleri, 2014).

1.8.4.3. Eğlence Merkezleri

Bünyesinde konaklama faaliyetleri olmayan, müşterilerin rekreasyon ve eğlence gereksinimlerini karşılamak amacıyla aktif katılımın sağlandığı işletmelerdir. Bu merkezlerin sinema ve tiyatro gibi etkinliklerin yapılabileceği salon veya salonlara en az beş yüz kişilik kapasiteli kabare, en az yüz kişilik kapalı alanı olan bar, en az yüz elli kişilik kapalı alanı olan yeme-içme tesisi, sağlık hizmetlerinin verildiği revir, yüzme havuzu, satış üniteleri, işletme kapasitesinin %20'si oranında otopark veya garaj ve en az iki yüz elli metrekare alana sahip kapalı sergi salonuna sahip olmak zorundadır (Bayar & Ünal, 2021).

1.8.4.4. Kış Sporları ve Kayak Merkezleri Mekanik İşletmeleri:

Kayakçıların kayak yaparken ulaşımlarını ve taşınmalarını sağlamak amacıyla kurulmuş telesiyej, tele kabin, teleferik ve teleski gibi mekanik düzenlemelerden oluşan

tesislerdir. Bu tesislerde kullanıcıların gereksinimlerini karşılamak amacıyla idare ünitesi, güneşlenme ve seyir noktaları, genel tuvaletler, korunak ve servis üniteleri ile teleski üniteleri hariç olmak üzere alt, üst veya ara istasyonlarda büfe hizmeti verilebilir. Kullanıcıların mekanik düzenlemelerden oluşabilecek tehlikelere karşı güvenliklerini sağlayacak önlemleri (ilk yardım, revir, vb.) tesisin alması zorunludur (Bayar & Ünal, 2021).

1.8.5. Diğer Turizm İşletmeleri

Turizm hareketleriyle birlikte ortaya çıkan yeme-içme, seyahat ve konaklama gereksinimlerini karşılayan işletmelerden başka turizm ile ilgili çeşitli faaliyetleri yürüten, varlıkları tamamen veya kısmen turizme bağlı olan, özel turizm mal ve hizmetlerini üreten birçok işletme bulunmaktadır. Bu işletmelere, turizm işletmelerine çeşitli tüketim malları üretip satan ve turistlere çeşitli hediyelik eşya satan işletmeler örnek olarak verilebilir (Keskin, 2013).

1.9. ERZURUM İLİNİN GENEL YAPISI

1.9.1. Erzurum İline Genel Bakış

Tarih boyunca Anadolu'nun önemli şehirlerinden biri olan Erzurum, birçok medeniyet tarafından istila edilmiştir. Kültürel miras turizmi bakımından oldukça zengindir. Erzurum, Kafkasya Anadolu ve İran coğrafyalarını birbirine bağlamaktadır. Camiler, kiliseler ve kaleleri ile önemli eserleri içinde barındırmaktadır. Arkeolojik kazıların incelenmesi sonucu kentin tarihinin M.Ö. 4000 yılına kadar gittiği bilinmektedir. Erzurum'un İslamiyet öncesi ve sonrası önemli ticaret yolları üzerinde olması ve savunmaya müsait konumda olması nedeniyle birçok medeniyetin şehir üzerinde mücadelesi olmuştur (Korkusuz, 2020). Erzurum 1071 Malazgirt savaşından sonra tamamıyla Türk hâkimiyetine girmiştir. Anadolu'daki ilk beylik olan Saltuk Beyliği Erzurum'da kurulmuştur. Erzurum Türk hâkimiyetine girdikten sonra Erzen, Erzen-i Rum ve Erzurum gibi isimler kullanılmıştır (Çoşkun, 2008).

1.9.2. Erzurum İlinin Coğrafi Yapısı

Erzurum'un coğrafi konumu, 41 Doğu ve 39 Kuzey boylamları arasında bulunmaktadır. Güneyinde Muş ve Bingöl, Doğusunda Kars, Ardahan ve Ağrı, Kuzeyinde Doğu Karadeniz bulunurken, Batısında ise Erzincan'a sınırı bulunmaktadır. Erzurum'un sınır illeri Artvin, Ardahan, Ağrı, Bingöl, Bayburt, Erzincan, Muş, Kars ve Rize'dir. Erzurum Karadeniz Bölgesinde sekiz ilçe Doğu Anadolu Bölgesinde ise on iki tane olmak üzere toplamda yirmi ilçeye sahiptir. Karadeniz Bölgesindeki ilçeler Uzundere, Tortum, Şenkaya, Pazaryolu, Olur, Oltu, Narman ve İspir'dir. Doğu Anadolu Bölgesinde ise Tekman, Yakutiye, Palandöken, Pasinler, Köprüköy, Karayazı, Karaçoban, Horasan, Hınıs, Çat, Aşkale ve Aziziye yer almaktadır. Nüfusun en az olduğu ilçe Pazaryolu en fazla olduğu ilçesi ise merkez Yakutiye'dir. 25.066 km² yüz ölçümüne sahip olan Erzurum yüz ölçümü bakımından Türkiye'nin en geniş dördüncü ilidir. Yükseltisi 100 metre ile en düşük olan ilçesi Uzundere iken en yüksek yükseltiye sahip olan ilçesi ise 2350 metre ile karayazıdır (Ervakıt, 2021).

1.9.3. Erzurum İlinin Sosyo-Ekonomik Yapısı

Erzurum Türkiye'nin 26. büyük kentidir. Büyükşehir statüsüne geldikten sonra 2008 yılında merkez ilçe Yakutiye, Aziziye ve Palandöken olmak üzere 3 ilçeye ayrılmıştır. İlde, özellikle kırsal bölgelerde halk tarım ve hayvancılıkla geçimini sağlamaktadır. Hayvancılığın il ekonomisindeki önemi büyüktür fakat bilimsel metotların uygulanmaması, girdi maliyetlerinin yüksek olması, tesislerin modern üretim anlayışından uzak olması gibi sebeplerle besicilikten alınan verimin düşük olmasına sebep olmakta, bu durumda bölge halkının yaşam standartlarına olumsuz olarak yansımaktadır (Küçükali, 2014). Soğuk hava koşulları nedeniyle Erzurum'da sanayi istenilen düzeyde gelişememiştir. Erzurum'da küçük ve orta ölçekli işletmeler sanayi sektöründe faaliyet göstermekte ve sadece yerel pazara hitap etmektedir. Erzurum için hizmet sektörlerinden biri olan turizm sektörü özellikle son yıllarda şehrin ekonomisi için daha da önem kazanmıştır. Şehrin önemli değerlerinden biri olan Palandöken Dağı kış turizminde uluslararası bir değere sahiptir. Bu değere sahip olan Erzurum'da kış turizmi her geçen gün değer ve önem kazanmaya devam etmektedir (Kaya, 2021).

1.9.4. Erzurum İlinin Kültürü

Erzurum'un önemli uygarlık merkezlerine olan yakınlığı, coğrafi konumunun verimliliği ve doğal koşulları Anadolu'daki en eski yerleşim yerlerinden biri olmasını sağlamıştır. Yontma taş devrine ait bazı taş aletlerinin bölgede ortaya çıkması şehrin tarihinin çok eskilere dayandığını göstermektedir. Erzurum'da Sos, Güzelova, Pulur ve Karaz buluntuları; bölgenin İlk Tunç Çağı'nda geniş bir alana yayılan Karaz Kültürü'nün merkezi olduğunu ortaya koymaktadır. Erzurum'un tarih boyunca birçok devlete ev sahipliği yapmasından dolayı farklı kültürlerin yaşandığı coğrafya olmasına sebep olmuştur. Bölgede yaşanan farklı kültürlerin avantaja çevrilerek iyi bir şekilde sentezlenmesi gerekmektedir. Turistik ve tarihi yerleri bakımından Erzurum ili görülmesi gereken önemli bir konumdadır. Bölgede yaşamın geçmişinin çok eski çağlara dayanması bölgenin etnografik ve arkeolojik olarak varlıklı olmasını ortaya çıkarmaktadır. Bu varlıklara rağmen bölgede müzelerin yeteri kadar olmaması büyük bir eksiklik olarak dikkat çekmektedir (Kaya & Çalmaşur, 2018).

Ülkemizin her yöresinde olduğu gibi Erzurum'un kişiliği de mertlik, yiğitlik ve kahramanlık gibi özellikleriyle dikkat çekmektedir. Erzurum'un dadaşı denildiğinde bu özellikler akla gelmektedir. Erzurum'un Barı, halk oyunları önemli kültürel özelliklerinden bazılarıdır. Türklerin en sevdiği geleneksel spor türü atlı cirit oyunudur. Erzurum'da bu oyun günümüzde hala devam ettirilmektedir. Fildişi ve kahverengi yün ehramlar, yün çoraplar, kar başlıkları, Oltu taşı ve av derilerinin Erzurum'un kültüründe önemli yeri vardır. Kent kültürünün önemli özelliklerinden biri de çay içme geleneğidir. Ülkemizde en çok çayı seven ve en çok çay tüketen illerinden biridir. Kent de çay kıtlama şeker diye adlandırılan sert bir şekerin kıtlanarak çayın yudumlanması kültürü vardır. Gastronomi bakımından Erzurum'un göğermiş peyniri, kadayıf dolması ve cağ kebabı meşhurdur (Sezen & Akpınar Külekçi, 2020).

1.9.5. Erzurum İlinin Turizm Potansiyeli

Erzurum sahip olduğu kültürel, tarihi ve doğal kaynaklarıyla birlikte birçok turizm çeşidinin yapılması için uygun özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Tarih ve kültür miras turizmi, inanç turizmi, kış ve spor turizmi, toplantı turizmi, akarsu turizmi, av

turizmi ve kuş gözlemciliği gibi turizm çeşitlerinin yapıldığı bir ildir (Akkuş & Akkuş, 2016).

1.9.5.1. Erzurum İlindeki Alternatif Turizm Türleri

Alternatif turizm şehirlerin veya ülkelerin değerlerinin bozulmadan turistik faaliyetlerin yapılmasını amaçlamaktadır. Bu yüzden sahip oldukları değerlerin korunmasını isteyen ve öz kültürünün kaybolmasını istemeyen ülkeler alternatif turizmi desteklemektedirler (Öztürk, 2016).

Erzurum'da potansiyel oluşturulabilecek alternatif turizm türleri var olmasına rağmen henüz değerlendirilmemiş olması dikkat çekmektedir. Erzurum sahip olduğu yerli kaynakların çeşitliliğine rağmen bazı turizm çeşitlerinde ısrarcı olmuş alternatif diğer turizm çeşitlerinin değerlendirilmesinden uzak durmuştur. Gerçekleşmesi mümkün olan turizm çeşitleri ise; sağlık ve medikal turizmi, botanik turizmi ve yiyecek turizmidir (Akkuş & Akkuş, 2016).

Sağlık ve Medikal Turizmi: "*Sağlık yalnızca hastalıklı olmama durumu değil, aynı zamanda zihinsel, fiziksel ve toplumsal konum olarak iyi olma durumudur*" (Jones, 2005). Sağlık turizmi de bu kapsamda tanımlandığında, en geniş anlamıyla, *"sağlık turizmi, kendi yaşadığı yerden başka yerlere sağlık amacı ile seyahat eden insanların oluşturduğu turizmdir*" (Ross, 2001, s. 27).

Günümüzde turizm çeşitleri insanların zevk ve hobilerine, amaca ve talebe göre değişken ve çok çeşitli alanlarda yenilikler geliştirmektedir. Sağlık turizmi de beden ve ruh güzelliğine önem veren, zinde olmayı bir yaşam biçimi haline getiren insanlara hizmet etmeye başlamıştır (İçöz, 2009).

Erzurum'da medikal ve sağlık turizmi incelendiğinde, bölgenin sağlık üssü olarak görüldüğü dikkat çekmekte ve bu doğrultuda gelişmeye devam ettiği görülmektedir. Merkez ilçe olan Yakutiye ve Aziziye ilçelerinde bu turizm türü gerçekleşmektedir. Erzurum ili ulaşım olanaklarıyla, coğrafi özellikleriyle ve tıbbi altyapısı gibi birçok özellikleri sayesinde tedavi amaçlı gelen ziyaretçileri ağırlama potansiyeline sahiptir (Akkuş & Akkuş, 2016).

Botanik Turizmi: Botanik turizmi bir bölgede yetiştirilen farklı bitkileri tanıma, görme, bitkileri keşfetme arzusu ve bitkilere duyulan merak için gerçekleştirilen turizm çeşididir. Botanik turizminin kendine has özellikleri bulunmaktadır. Botanik turizmini bölgeye ait olan flora ve doğal bitki örtüsü oluşturduğundan bölgenin doğal bitki yapısı da korunmaktadır. Ekonomik, aromatik ve tıbbi değerleri olan bitkiler ile çalışma yapma imkanı sağlamaktadır. Diğer alternatif turizm çeşitlerine göre daha profesyonel turizm türüdür. Botanik turizminde bölgede yetişen bitkileri ve özelliklerini yerinde incelemek isteyen turistler için çalışan personellerin yeterli bilgiye sahip olup turistleri bilgilendirmeleri amaçlanmıştır (Öztürk, 2016).

Erzurum sahip olduğu değerler ile dünyanın önemli ekolojik bölgelerinden biri olan "Kafkasya Ekolojik Bölgesi'nde" yer almaktadır. Erzurum'da 34 familyadan, 107 cins, 249 çeşit endemik bitki olduğu bilinmektedir. Bu bitki çeşitliliği açısından Erzurum ilinin botanik turizmine uygun olduğu gözlemlenmiştir. Ancak botanik turizm türü için Erzurum'da yeterli imkânların olmasına rağmen bu turizm türünde gerekli faaliyetler gösterilmemektedir. Erzurum'da botanik turizmine uygun iki ilçe tespit edilmiştir. Bunlar; Karayazı ve Uzundere ilçeleridir (Akkuş & Akkuş, 2016).

Yiyecek Turizmi: Yiyecek turizmi, farklı bir mutfak kültürünün yiyeceklerinin hazırlanıp sunulmasını, tüketilmesini, öğün sistemlerini, mutfağını ve yeme şekillerini araştırmak amacıyla gerçekleşen turizm biçimi olarak ifade edilebilir. Öğrenme dürtüsüyle ve bilinci olarak ortaya çıkmış gibi görülen yiyecek turizmi, yemek kültürünün olağandan farklı olarak görülmesine ve insanlarda merak oluşturmasına dayanmaktadır. Yiyecek turizminin oluşabilmesi için, belirli bir bölgeye ait bir yiyeceği yeme arzusu, özel nitelikli bir ürünü yeme arzusu ve özel bir aşçının hazırlayıp sunmuş olduğu tabağı yeme arzusu gerekmektedir. Yiyecek turizminin önemli özelliklerinden biride yapılan yiyecek ve içeceklerin cazibe unsuru olarak hazırlanıp sunulmasıdır (Hamlacıbaşı, 2008).

Erzurum yiyecek turizmi açısından değerlendirildiğinde büyük bir çeşitliliğe sahiptir. Kadayıf dolması ve cağ kebabı gibi yiyecekleriyle meşhur olan Erzurum'da unutulmaya yüz tutmuş birçok yerel yemek kültürü bulunmaktadır. Yiyecek turizminin Erzurum ilinde yapılmasıyla birlikte Erzurum mutfak kültürünün kaybolmasının önüne geçilecek ve şehre artı değer kazandıracaktır (Akkuş & Akkuş, 2016).

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM İŞLETMELERİNİN İL EKONOMİSİNE KATKILARININ BELİRLENMESİ: ERZURUM İLİ ÖRNEĞİ

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Turizm Türkiye'de ve Erzurum'da her geçen gün önemini giderek artırmaktadır. Erzurum içinde bulunmuş olduğu iklim koşulları ve coğrafi özelliği sayesinde kış turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi için uygun şartlara ve özelliklere sahiptir. Erzurum Palandöken Kış Turizm Merkezi kış sezonunda yabancı ve yerli turistlerin ilk tercihleri arasında yer almaktadır. Palandöken kayak merkezinin uzun kış sezonu, kar kalitesi, nitelikli pistleri, modern tesislere sahip olması ve yeni kurulan modern tesislerin devam etmesi ve havaalanı ile kayak otellerinin ve kayak pistlerinin çok yakın olması, yerli ve yabancı turistlerin tercihlerini Palandöken kayak merkezi olarak seçmelerinde önemli bir etkendir (Selçuk, 2004). Fakat Palandöken kış turizmindeki otel işletmelerinin Erzurum ekonomisine etkilerinin belirlenmesi alanında yeterli çalışma yapılmamıştır. Bu bağlamda bu çalışma ile Erzurum ilinde bulunan Palandöken Kayak Merkezinde faaliyet gösteren otel işletmelerinin il ekonomisine etkilerini belirlemek amaçlanmıştır. Aynı zamanda sağlamış oldukları istihdam ve gelirlerinin ne oranda Erzurum iç piyasasında kaldığı ve ürün tedariklerini ne oranda Erzurum'dan sağladıkları gibi hususların belirlenerek eksikliklerin giderilmesi veya alınması gereken önlemlerin ortaya konabilmesi için bilgi ihtiyacını karşılamak da amaçlanmaktadır.

2.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu araştırma ile Erzurum Palandöken Kayak Merkezinde gerçekleştirilen önemli ölçüde kış turizmi faaliyetlerini sürdüren otel işletmelerinin Erzurum ekonomisine katkılarının araştırılması, otel yöneticilerin fikirleri alınarak yapılması gereken veya yanlış yapılan faaliyetlerin önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Bu hedef doğrultusunda araştırma, otel işletmeleri yöneticileri ile görüşülerek gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda bu araştırmanın yöntemi nitel araştırma yöntemlerinden Olgubilim deseninde planlanmıştır.

Olgubilim nitel araştırma yöntemleri içerisinde olup yaşanmış deneyimi inceleyip değerlendirmeye dayanan bir yöntemdir. Öncelikle olgubilim olgunun altında yatan aynı veya benzer özellikteki anlamları ortaya çıkarmak için kişiler tarafından tecrübe edilmiş dünyayı tanımlamaya ve yaşanmış tecrübelerin özünü açıklamaya çalışmaktadır. Bu amaçla olgubilimde, olgu ile olguyu yaşayan kişilerin aralarında bir bağlantının olduğu vurgulanmaktadır. Olguların kendileri olgubilimin başlangıç noktasını oluşturmaktadır. Bu tür araştırma yönteminde ise kişilerin tecrübelerini tanımlamak ve yorumlamak için kişilerden tecrübelerinden faydalanılmaktadır (Kocabıyık, 2016).

2.3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Yapılması planlanan bir araştırma hakkında öncelikle o konuyla alakalı verilere ulaşılabilecek evren ve bu evreni temsil edebilecek örneklemin hesaplanması gerekmektedir. Evren, bir araştırma sonuçlarının bütünleştirilmek istendiği cansız ya da canlılardan oluşan elemanların hepsidir (Aykut, 2021). Evren aslında araştırmacının hedefinin tam olarak ne olduğunu gösteren temel ölçüttür. Araştırmacı, amacına uygun evreni belirlemede yeterli olmalıdır. Bu amaçla ne?, ne olur?, nedir?, gibi sorulara cevap vermesi, karşılaştığı fenomeni betimlemesi gerekmektedir. Başka bir ifadeyle hipotezde olduğunu iddia ettiğimiz etkinin yâda ilişkinin sonunda genel bir yargıya ulaşabilmek için veya gerçekte var olup olmadığını gösterebilmek için verilerin toplanacağı kaynakla ilgili tanımlamalar gerekmektedir. Örneklem ise evreni temsil etmek amacıyla farklı tekniklerle evren elemanlarından seçilmiş ve üzerinde araştırma yapılan gruptur (Özen & Gül, 2007).

Bu araştırma Erzurum Palandöken Kayak Merkezinde faaliyet gösteren otel işletmeleriyle yapılmıştır. Bu çalışmanın evrenini Erzurum il merkezinde faaliyet gösteren tüm otel işletmeleri oluştururken örneklemini Palandöken Kayak Merkezinde bulunan yedi otel işletmesi oluşturmaktadır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle bütün evrene ulaşılmaya çalışılmıştır.

2.4. VERİLERİN TOPLANMA ARACI VE YÖNTEMİ

Bu araştırmada literatür taraması birincil ve ikincil kaynaklardan yararlanılarak yapılmıştır. Konu ile alakalı yapılan literatür çalışmasıyla kavramsal çerçeve

oluşturulmuştur. Görüşme çeşitleri arasından yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi uygulanmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde ise sorular önceden belirli bir sıraya uygun olarak hazırlanmıştır. Araştırmada Erzurum Palandöken Kayak Merkezinde bulunan otellerin yöneticilerine önceden hazırlanan bu sorular sorularak görüşmeler yapılmış ve veriler toplanmıştır.

2.5. VERİ ANALİZ TEKNİKLERİ

Araştırmada Erzurum Palandöken Kayak Merkezinde bulunan kış turizm faaliyetlerini de sürdüren otellerin yöneticileriyle görüşme yapılmıştır. Görüşmeler 2023 yılı Nisan ayında gerçekleştirilmiştir. Toplam olarak 7 farklı otel yöneticisiyle yaklaşık olarak 20-25 dakikalık yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmeler neticesinde elde edilen veriler bulgular başlığı altında irdelenmiştir.

2.6. BULGULAR

Araştırmada Erzurum Palandöken Kayak Merkezindeki otel işletmelerinin yöneticileriyle görüşülerek ekonomik olarak Erzurum iline katkılarının öğrenilmesi ve yöneticilerinin Erzurum ekonomisi ve Erzurum'daki otel endüstrisi hakkındaki görüşlerini, önerilerini alarak Erzurum için bu alanda daha fazla verim ve kazanç sağlanmasının yollarını belirleyip öneri sunmak amaçlanmıştır. Bu görüşmeler için önceden belirlenen 10 soru otel yöneticilerine sorulmuş ve görüşmeler not alınarak kayıt altına alınmıştır.

2.6.1. Otel İdareciler İle Yapılan Görüşme Bulguları

Görüşme yapılan oteller A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7 olarak kodlanmıştır.

Otel yöneticilerine Erzurum ili ekonomisi hakkında yeterli bilgiye sahip misiniz? Sahipseniz il ekonomisinin lokomotif sektörü olarak hangi sektörü görüyorsunuz? sorusu sorulmuştur. Bütün otellerin yöneticileri ekonomik odaklı işletme yöneticisi oldukları için Erzurum ili ekonomisi hakkında yeterli bilgiye sahip olduklarını belirtmişlerdir. Lokomotif sektör olarak A1 ve A7 otelleri turizm sektörünü öngörürken, A5 oteli gıda ve kamu sektörünü lokomotif sektör olarak görmüştür. A2, A3, A4, A6 kodlu otel yöneticileri ise Erzurum'un lokomotif sektörü olarak tarım, hayvancılık ve turizm

sektörünü belirtmişlerdir. Ancak hayvancılık sektörünün giderek Erzurum'da azalması sebebiyle önlem alınması gerektiğini ifade etmişlerdir. A4 oteli yöneticisi "*Erzurum ilinin ekonomisi hakkında yeterli bilgiye sahibim. Buradaki en büyük gelir kaynağı hayvancılık. Hayvancılıkla beraber turizm sonrasında burası bir memur şehri. Küçük çapta da ticaret şehridir. Burada çok büyük sanayi kuruluşları yok. Coğrafi konumundan dolayı da olma şansı mümkün gibi gözükmüyor. Son zamanlarda da ekonomiye katkı olarak da güneş enerji sistemi, hesler ve hidroelektrik santralleri yani bu dere üzerlerindeki heslerin yatırımları biraz daha artmakta. Dolayısıyla Erzurum'un gelirleri olarak turizm gelirini ikinci seviyede görebiliriz"* şeklinde ifade etmiştir.

Erzurum'daki otel endüstrisinin il ekonomisi içerisindeki yeri ve önemini nasıl değerlendirirsiniz? sorusuna ise A6 kodlu otel yöneticisi *"gelen turist sayısı artmadığından ekstra yeni oteller açıldığı için pasta payı büyümüyor. Pasta büyümediği için boş kalıyoruz. 3 aylık kış sezonunda bile 45 iş günü çalışabiliyoruz"* ifadesini kullanmıştır. A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7 kodlu otellerin hepsinin de işletme prensibi olarak personel ve ürün tedarik tercihlerini Erzurum'dan yana kullandıklarını ve bu durumunda Erzurum'da istihdam oluşturmasına sebep olduğunu belirttikleri görülmüştür. Otel işletmelerinin ürün tedarik tercihlerini de Erzurum'dan yana kullanmaları Erzurum ekonomisi için kazanç sağlamaktadır. A1 kodlu otel yöneticisi "*Erzurum'daki otellerin hepsi bizim politikamızı güderlerse ve çalışan personellerinin %70'ini, %80'ini Erzurum'dan sağlarlarsa il ekonomisine katkı sağlayacağını düşünüyorum. Turizm hizmet sektörü, yeme içme sektörü olduğu için bu hizmetlerin sunulması açısından gerekli olan ham maddelerin tedariklerinin Erzurum'dan karşılanması durumunda şehrin ekonomisine olumlu anlamda katkı sağlayacaktır. Bu ürün tedariklerinin çoğunluğunun şehir dışından alımı yapılırsa ekonomiye katkı sağlamaz. Ancak turizmin ayrıca istihdam özelliği bulunmaktadır. Erzurum da otelimizin yaz aylarında 100 personeli varsa özellikle kış döneminde istihdam sayısı %100' e yakın artmakta ve sektörün Erzurum ekonomisine istihdam olarak da katkısı olmaktadır. Şehre gelen misafirler sadece otele gelmiş sayılmıyor, burada cazibe merkezi oluşturulduğu zaman buraya gelen her misafir şehrin ekonomisine katkı sağlıyor. Nasıl sağlıyor diyecek olursak alışveriş yaparak katkı sağlıyor buda büyük bir ölçüde ekonomik katkı sağlar. Ayrıca Erzurum'un özellikli ürünleri nelerse buraya gelen turistler bu özellikli ürünleri alıyor da götürüyor da. Buradan giden her üründe Erzurum'un özellikli ürünlerinin tanıtılmasını sağlıyor. Bu*

tanıtım yapıldığı zaman zaten online alışveriş imkanları gelişmiş olduğu için ilimize ait önemli olan bir ürünü tanıtmak mümkün hale geliyor. Dolayısıyla bu ürünlerden alan kişiler bunun reklamını yaptığı zaman ve ürünün merkezinin Erzurum olduğu biliniyorsa online alışverişte bile ekonomiye katkı sağlıyor. Bu yönüyle turizm bu şehir için bulunmaz bir nimettir" ifadelerini kullanmıştır. A4 kodlu otel yöneticisi ise "*Erzurum'da otel endüstrisi iki şekilde ayrılır: bir Palandöken iki şehir merkezi çok iç içe gibi gözüküyor ama otel yatırımı olarak Palandöken'de yaklaşık 7 tane otel var. 7 otel demek 7 fabrika demek şehir merkezinde de 5-6 tane var irili ufaklı oda 5-6 tane fabrika demek. Toplamda turizmin Erzurum ekonomisine katkısı orta ölçekli 12 tane fabrika ayarında personel sayısı bakımından söylüyorum bu şekilde görebilirsiniz"* olarak belirtmiştir.

İlde otelcilik endüstrisindeki rekabet düzeyini nasıl görüyorsunuz? sorusuna ise A1 kodlu otel yöneticisi *"Rekabet olarak fiyat rekabeti dikkate alınırsa pek sağlıklı bir rekabet yapıldığını düşünmüyorum. Otellerde yıldız farklılığı var, hizmet farklılığı var. Herkes vermiş olduğu hizmete göre fiyatını belirlemiş oluyor. Misafirlerine sağlamış olduğu imkânlara göre fiyat sunuyor. Ama bunun dışında sürümden kazanmaya çalışayım mantığıyla düşünüp maliyetin altında verip kar zarar hesabını yapmayan otellerde var. Onlar tabi ki daha küçük hacimli oteller, kar zarar hesabını yapmadığın zaman farklı fiyatlar verebiliyorlar ya da farklı hizmetler sunabiliyorlar. Bu durumda rekabeti olumlu yönde etkilemiyor. Ama herkesin kendine göre satış stratejisi var. Herkesin kendi belirlemiş olduğu maliyet ve fiyat politikası var. Bu yönde herkes satış fiyatlarını ona göre düzenliyor. Palandökende bulunan otellerin fiyatları hemen hemen birbirine yakın fiyatlar. Burada belirleyici olan faktör otellerin vermiş olduğu hizmet ve bu hizmetin içeriğidir"* olarak görüşlerini sunmuştur. Fakat A4 kodlu otel yöneticisi ise " *İlde rekabet edecek çok düzeyde otel yok esasında. Kayak yapılacak sezon, mevsimsel kar yağışı ve kuraklıktan dolayı daralıyor. Biz bunu şehre otel yapan bütün herkese de söylüyoruz. Diyoruz ki dağa yakın yapın ki otelin rekabet avantajını arttıralım. Çünkü maalesef bu kadar ulaşım kolaylığı olan bir kayak merkezinin kayak merkezi haricinde misafirin dışarıda, yani şehirde kayak merkezinin haricinde konaklama durumu biraz daha düşük. Yani gelen turist kayak merkezine bir kez gelmişse kayak merkezindeki otelde kalmak istiyor. Dolayısıyla şehir merkeziyle Palandöken kayak merkezleri arasındaki otellerin içerisinde rekabet yapabilme şansı yok. Şehir merkezleri o noktada çok negatifler. Dağdaki otellerde, Palandökende ki otellerde de otellerin kendilerini sürekli yenileyerek*

güncelleyerek bunu yakalamaları lazım. Bunu yakaladığımız zaman bizler daha fazla rekabet görürüz. Mesela size çok basit bir örnek vereyim. X otelin Erzurum'da rakibi yok. X otelin rakibi Kartalkaya, Uludağ ve Erciyes. Bakın herhangi bir otel ismi söylemiyorum. Kayak merkezi olarak söylüyorum. Neden kayak merkezlerini rakip olarak görüyorum biliyor musunuz? Çünkü bizim kafa mantığımız bir oteli hedef rakip görmek değil destinasyonu rakip görmek. Onun için büyük düşünmek lazım" diye cevaplandırmıştır. A2 kodlu otel yöneticisi ise " *Şehrimize son yıl bir içerisinde biri dört diğeri beş yıldızlı olan iki otel açılmıştır. Bunun yanında mevcutta üç tane beş yıldızlı ve bir tane dört yıldızlı daha otel bulunmaktadır. Elbette iş hayatının olduğu her yerde rekabetin olması da hayatın olağan akışına uygundur. Bu rekabetin hem yoğun hem de çok fayda sağlayıcı olduğunu düşünmekteyim. Bu konuya örnek bir olaydan başlamak en iyisi olacaktır. Şehrimizde kayak pistleri olan bir otelin gece kayağı ve suni karlama sistemini devreye alması rekabette öne çıkmasını sağlamıştır tabi ki bu diğer işletmelerin de benzer yatırımları yapmasını zorunlu kılmıştır ve tüm Palandökende şu an neredeyse tüm pistlerde suni karlama ve gece kayağı imkânı bulunmaktadır. Bu durum stratejilerin ve yatırımların doğru yapıldığında neler sağlayacağının görünmesi açısından önemli bir örnektir*" olarak belirtmiştir. A6 kodlu otel yöneticisi ise *"pasta büyümediği için her geçen gün rekabet düzeyinin de arttığını"* ifade etmiştir.

Şirket merkeziniz nerededir? sorusuna ise toplamda görüşülen yedi otelden dört otelin merkezi Erzurum, iki otelin merkezi İstanbul, bir otelin ise Ankara'da olduğu cevabı alınmıştır.

Kurulduğunuz günden beri ne kadarlık sabit sermaye yatırımı yaptınız? Bir önceki yıl ne kadarlık bir yatırım yaptınız? Sorusuna ise:

A1 kodlu otel: Bu soruya cevap vermek istemediğini söylemiştir.

A2 kodlu otel: "*Otelimiz yeni yapılmış ve yeni açılmış bir işletmedir. Yaklaşık 250 Milyon sabit sermaye yatırımı yapılmıştır" cevabını vermiştir.*

A3 kodlu otel: Bu soruya cevap vermek istemediğini söylemiştir

A4 kodlu otel: Bu soruya cevap vermek istemediğini söylemiştir

A5 kodlu otel: *"Otelimiz yeni devir alındı otelimizde tadilat ve diğer yatırımlar devam etmekte. Bu nedenle rakam vermem şuan mümkün değil"* cevabını vermiştir.

A6 kodlu otel: Otelin 25 yıldır faaliyette olduğunu bu süre içerisindeki toplam yatırımlarını bilmediğini ancak son yıllarda da otele herhangi bir yatırım yapmadıklarını önümüzdeki birkaç yıl içerisinde genel bir yatırıma gireceklerini ifade etmiştir.

A7 kodlu otel: "*Bu soruyu cevaplamak çok zor çünkü işletmemiz uzun süreden beri faaliyet göstermektedir. Aynı zamanda kurum olduğumuz için kurum her 5-6 senede bir farklı bir kuruma devrediliyor. Buradaki sermaye yatırımı aktarılıyor. Onun için bu sorununuza sağlıklı cevap veremeyeceğim*" ifadesini belirtmiştir.

Satın almalarınızın ne kadarlık kısmını Erzurum'dan gerçekleştiriyorsunuz? sorusuna ise otel yöneticileri satın alımlarının yaklaşık % 80-85 oranını Erzurum'dan tedarik ettiklerini belirtmişlerdir. Erzurum'da bulunmayan ürünleri mecburiyetten şehir dışından veya yurt dışından aldıklarını belirtmişlerdir. Şehir dışından alınan ürünlere bir kaç örnek vermek gerekirse deniz ürünleri, alkol ve bazı demirbaş ürünleridir. A4 kodlu otelin bu soruya cevabı "*Satın almalarımızın %95'ini Erzurum'dan gerçekleştiriyoruz. Yüzde beşini dışarıdan karşılıyoruz. Özellikle ithal ürünler ve Erzurum'da çok bulunmayan ürünleri dışarıdan alıyoruz. Buradaki bazı mümessil firmalar başka firmalardan talep ettiğimiz ürünleri getirtebiliyorsa bunları da yine buradan temin edebiliyoruz ama çok çok özel ürün olmadığı müddetçe %95'ini Erzurum'dan temin ediyoruz. Bunun Erzurum ekonomisine ne kadarlık katkısı var dersen 10.000.000 TL altında değil kesinlikle üstünde. Yüzde beşlik dilime örnek verecek olursak mesela ithal alkoller, marinasyonlu et, özel yapılmış burger köfteler ve özel yapılmış soslar gibi. Bazı pastane ürünleri, bazı peynir çeşitleri de bu örneklere ilave olarak verilebilir. Şimdi bunların hepsi ithal veya dışarıdan mümessil satışı olmayan markaların kendi sattığı ürünlerin hepsini biz tamamına yakınını yani %95'ini buradan alıyoruz. Yüzde beşini de dışarıdan alıyoruz*" şeklinde cevaplamıştır.

Üretim sürecinde konaklama dışında banket-ziyafet organizasyonları gibi farklı üretim türlerini ne oranda gerçekleştiriyorsunuz? Sorusuna ise;

A1 kodlu otel: Banket ve ziyafet organizasyonlarını yaz döneminde gerçekleştirdiklerini ancak insanların ekonomik durumlarının kötüye gitmesi ve yeni açılan yerlerin artması sebebiyle her geçen yıl bu organizasyonların azaldığını ifade etmiştir. Kongre organizasyonlarını düzenleyen şirketlerin daha çok Antalya'yı tercih ettiğini söylemiştir.

A2 kodlu otel: "*Bilindiği gibi son yıllarda otel işletmeleri konaklama hizmetinin yanı sıra yeme-içme, spa, kiralama gibi üretim türlerine de sahiptir. İşletmemiz hem konumu hem de kuruluşunda yaptığı yatırımlarda bu üretim türlerinden maksimum faydayı sağlayacak şekilde kurgulanmıştır. Konaklama hizmetleri yaklaşık % 60 ve diğer üretim türleri %40 civarındadır" şeklinde* belirtmiştir.

A3 kodlu otel: 2022 yılında 11 adet banket ve ziyafet organizasyonu gerçekleştirdiklerini ancak otellerin daha çok kış turizmine yönelik olduğu için konaklama ve kayak organizasyonlarına ağırlık verdiklerini ifade etmişlerdir.

A4 kodlu otel: *"Maliyetler yükseldiği için bu tür organizasyonları çok sık gerçekleştirmemekteyiz. Kış aylarında sezonda otel dolu olduğu için bu tür organizasyonlara da pek yer veremiyoruz. Yaz aylarında düğün, dernek, toplantı, banket ister istemez oluyor ancak otelcilik babında yüksek bir şey olduğunu düşünmediklerini"* ifade etmiştir.

A5 kodlu otel: "Konaklama dışında %10'luk bir dilimde bu etkinlikleri gerçekleştiriyoruz" ifadesinde bulunmuşlardır.

A6 kodlu otel: Bu tür organizasyonların sezona göre değiştiğini yaz aylarında %30 oranında bu tür faaliyetleri gerçekleştirdiklerini ifade etmiştir.

A7 kodlu otel ise: Bu tür organizasyonların talebe göre farklılıklar gösterdiğini ancak kış sezonunda beş günde bir bu tür organizasyonlara yer vermekte olduklarını belirtmiştir.

Yıl içerisinde sürekli ve geçici kadronuz ne orandadır? Yüksek sezonda geçici kadronuzun ne kadarlık kısmı şehir dışından gelmektedir? Sorusuna ise;

A1 kodlu otel: Sürekli kadrolarının 110 kişi olduğunu sezonda ise bu sayının 220-230 kişiye yükseldiğini ifade etmiştir. *"Yüksek sezondaki 220-230 personelin yaklaşık olarak 40 personelini şehir dışından getiriyoruz. Yüksek sezon için Erzurum'da yetişmiş kalifiye aşçı gurubu bulamıyoruz bu yüzden yüksek sezonda bu ihtiyacımızı dışarıdan karşılıyoruz"* şeklinde cevaplamıştır.

A2 kodlu otel: İşletmelerinin yeni açılmış bir işletme olduğunu henüz 1 yılı tamamlamadıkları için net bir sayı veremediklerini belirtmişlerdir. Şuanki personel

sayılarının 80-90 kişi arasında değiştiğini belirtmişlerdir. Yüksek sezonda ise bu sayının 140-180 kişi bandında olması öngörülmektedir.

A3 kodlu otel: Sürekli kadrolarının 30 kişi olduğunu, yüksek sezonda ise 35-38 kişi olarak değiştiğini belirtmişlerdir. Yüksek sezonda ise üç ya da dört personeli şehir dışından aldıklarını belirtmişlerdir.

A4 kodlu otel: "*Benim 365 gün sabit norm kadrom 115 kişi, 115 tane personel 365 gün burada. 1 Aralık-30 Mart arasında yaklaşık 150 tane ilave personel geliyor. Ben yüksek sezonda yaklaşık 265-270 kişi çalıştırıyorum. Bunun yaklaşık 55-60 tanesini Erzurum'dan sağlıyorum. Yaklaşık 100 kişiye yakınını da Bodrum'dan, Antalya'dan ve İstanbul'dan getirtiyorum. Şöyle özetleyecek olursak, norm sabit kadrom, Erzurum'dan çalışan kadrom sabit 115 kişi 365 gün. Diğer kalan 4 ayda yüksek sezonda 50-60 kişi ilave Erzurum'dan alıp 100 kişiyi dışarıdan alıyoruz. Dışarıdan gelen kişilerin en büyük özelliklerinin bir tanesi şu: turizmde çok tecrübeli insanlar ve yaptıkları işte yani branşlarında etkin ve yetkin insanlar, bu işin genelde mutfaktan değil ama eğitimini alarak büyümüş yetişmiş kişiler. Dolayısıyla böyle bir karma yapıyoruz. Dışarıdan alınanlar mesela bar garsonu pozisyonunda oluyor, barmen oluyor, restoran görevlisi oluyor, spa terapistleri oluyor. Aktivasyon, animasyon ve çocuklarla ilgili yapılan bütün işlemleri yapan ve yöneten kişiler genelde dışarıdan gelen kişiler oluyor*" olarak belirtmiştir.

A5 kodlu otel: *"Şehir dışından personel tercih etmiyoruz. İhtiyaç halinde çalışabiliriz fakat şehir dışından gelen personel ekstra maliyetli olduğu için mecbur kalmadıkça tercih etmiyoruz. Sürekli personel sayımız 16 kişidir yüksek sezonda ise bu sayı 30 kişiyi buluyor"* görüşünde bulunmuştur.

A6 kodlu otel: *"Sürekli kadromuz 85 kişi, geçici kadromuz ise 3 aylığına oluyor oda 35 kişi oluyor. Şehir dışından personel almıyoruz"* görüşünde bulunmuştur.

A7 kodlu otel: *"Sürekli personel sayımız 70, geçici personel sayımız ise 30. Erzurum'da istihdama katkı yapmak amacıyla özellikle dışarıdan personel almıyoruz"* görüşünde bulunmuştur.

Yurt dışından yıl bazında ortalama kaç turist ağırlamaktasınız? Sorusuna ise:

A1 kodlu otel: *"Yıllık oranda otel müşterilerimizin %40'ını yabancı turistlerimiz oluşturmaktadır"* görüşünde bulunmuştur.

A2 kodlu otel: *"İşletmemiz bir yılı tamamlamamış yeni bir oteldir. 1 Temmuz 2022 tarihi itibariyle misafirlerimizin %15'i (2016 kişi) yabancı turistlerden oluşmaktadır"* görüşünde bulunmuştur.

A3 kodlu otel: *"2022 verilerine göre otelimiz 5030 yabancı turist ağırlamıştır"* görüşünde bulunmuştur.

A4 kodlu otel: "Yıllık oran verecek olursak % 3'lük bir kısım yabancı turist misafirimiz olmuştur" görüşünde bulunmuştur.

A5 kodlu otel: *"Otelimiz yerli ve yabancı turist kayıtlarını ayrı tutmadığı için belirli bir sayı veremeyeceğim"* görüşünde bulunmuştur.

A6 kodlu otel: *"Yıllık olarak ortalama %20 veya %30 oranında yabancı turist ağırlamaktayız"* görüşünde bulunmuştur.

A7 kodlu otel: *"Gelen misafirlerimizin %10' yabancı turisttir"* görüşünde bulunmuştur.

Toplam satışlarınız içerisinde ihracat payınız ne kadardır?

A1 kodlu otel: Bu soruya cevap vermek istememiştir.

A2 kodlu otel: "*Yabancı turistlere verilen hizmetlerin ihracat olarak değerlendirildiği düşünülerek satışlarımızın %21'i ihracat olarak değerlendirilebilir*" görüşünde bulunmuştur.

A3 kodlu otel: Bu soruya cevap vermek istememiştir.

A4 kodlu otel: *"İhracat payımız %3' tür"* görüşünde bulunmuştur.

A5 kodlu otel: Bu soruya cevap vermek istememiştir

A6 kodlu otel: *"Yabancı turistlerin faturaları yurt içindeki acentelere kesildiği için bizim ihracatımız yok"* görüşünde bulunmuştur.

A7 kodlu otel: *"İhracatımız yok. Malum turizm sektöründe ürün üretildiği yerde tüketiliyor. O yüzden ihracatımız yok"* görüşünde bulunmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm faaliyetleri gerçekleştirilen bölgeler, şehirler ve ülkeler ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda gelişmektedir. Bu gelişme doğrudan ve dolaylı olarak turizm faaliyetlerinin olduğu bölge, şehir ve ülkelerdeki diğer sektörleri de olumlu olarak etkilemektedir. Bu durum herkes tarafından bilinen bir gerçektir. Bu yüzden turizmden faydalanmak isteyen kişiler, kurumlar ve ülkeler pastadan büyük payı almaya çalışmaktadırlar.

Günümüz dünyasında ekonomi önemli bir güçtür. Turizminde ekonomik katkısı oldukça fazladır. Her geçen gün gelişen dünya düzeni gerek teknoloji gerek yaşam biçimiyle turizmde de bir takım gelişimlere sebep olmaktadır. Bu durum turizm işletmelerini çeşitlendirmekte rekabeti farklı boyutlara taşımaktadır. A4 kodlu otel yöneticisi Erzurum'daki hiçbir oteli rakip olarak görmediğini ancak Kartalkaya, Uludağ ve Erciyes gibi destinasyonları rakip olarak gördüğünü belirtmiştir. Bu durum otellerin birbirleriyle rekabet etmedikleri biçiminde yorumlanabilir. Zira bu oteller sıkça bir araya gelerek piyasayı değerlendirme, talebi analiz etme, fiyatları belirleme gibi konularda fikir alışverişinde bulunabilirler.

Çalışmanın odağı olan Palandöken Kış Turizm Merkezindeki rekabet değerlendirildiğinde, birbirini etkileyebilecek kadar az sayıda işletmenin varlığı dikkat çekmektedir. Bu durum piyasa yapısını rekabetten uzaklaştırabilir. Bu da oligopol piyasa yapısının ortaya çıkmasına sebebiyet vererek merkezdeki rekabeti azaltarak tüketici aleyhine bir durum yaratabilir. Bu nedenle kanun koyucuların rekabeti üst düzeye çıkaracak politikalar geliştirmesi yerinde olacaktır. Böylece fiyatların yükselerek firmaların aşırı kar etmesinin önüne geçilebilir ve bu yolla tüketicilerin lehine bir durum yaratılabilir. Bu sayede fiyat avantajıyla bölgeye yönelik turistik talep artış gösterebilir.

Erzurum'un klimatik özelliklerinin imalat sanayinin gelişmesine imkan vermediği ifade edilebilir. Ham maddeye ve pazara olan uzaklığı ise bu durumun bir diğer sebebidir. Erzurum'da hızla gelişmekte olan hizmetler sektörün içerisinde turizm, lokomotif sektör olarak ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle bölgesel kalkınma planlarını turizme özel önem atfedilmeli, turizm bölge alan kapsamı Erzurum'da genişletilmeli, bununla birlikte vergi indirimleri, yatırım teşvikleri gibi bölgeye has tedbirlerin geliştirilmesi önerilebilir.

Bu çalışmada Erzurum Palandöken dağındaki otellerin Erzurum ekonomisine katkılarını belirlemek amacıyla otel yöneticileriyle görüşülmüştür. Görüşmeler sonucunda ise turizm sektörünün içinde olan otel yöneticilerinin görüşlerine göre Erzurum'da lokomotif sektör olarak turizm, tarım ve hayvancılık sektörü olduğu saptanmıştır. Ancak bu sektörlerin daha da geliştirilmesi ve daha fazla fayda sağlanması için ARGE çalışmaları yapılarak geliştirilmesi gerektiği sonucuna varılmıştır. Görüşme yapılan yedi otel yöneticisinin de ortak prensipleri Erzurum'da istihdam oluşturulması için otel personellerini zorunlu olmadığı takdirde Erzurum dışından personel çalıştırmamak olduğu, bu otellerin Erzurum için birer fabrika niteliği taşıdığı ve istihdam yarattığı görülmüştür.

Palandöken Kayak Merkezinde bulunan yedi otelden dört otelin merkezi Erzurum, iki otelin merkezi İstanbul, bir otelin merkezinin de Ankara'da olduğu belirlenmiştir. Bu otellerin üretmiş oldukları ve sunmuş oldukları hizmetler için kullandıkları ürünlerin tedariklerini ortalama olarak %85 oranında Erzurum'dan alındığını belirtmişlerdir. Ancak Erzurum'da bulamadıkları ürünleri mecburen dışarıdan temin ettikleri ortaya çıkmıştır. Bu ürünlere örnek verecek olursak deniz ürünleri, marine edilmiş et, alkol, baskılı otel ürünleri, özel yapılmış soslar, peynir çeşitleri gibi ürünleri şehir dışından temin ettikleri tespit edilmiştir. Erzurum'daki işletmelerin konuyla ilgili bilgi eksikliği olabilir. Bu nedenle KOSGEB gibi kuruluşların bu konuda öncü olması, fikir vermesi ve yönlendirmesi önerilebilir.

Kayak merkezindeki otellerin konaklama dışındaki üretim faaliyetlerinin yani banket ve ziyafet faaliyetlerinin her geçen gün azaldığı tespit edilmiştir. Bunun sebebi ise artan maliyetler ve insanların ekonomik durumlarının azalması ve bu tür organizasyon yapan işletmelerin şehir içinde artması olarak görülmüştür.

Görüşme yapılan otellerden A3, A6 ve A7 kodlu oteller yüksek sezonda ortalama olarak çalışan personel sayılarının % 30 oranında geçici personel aldıkları bu oranında %10'unu şehir dışından temin ettikleri öğrenilmiştir. A1, A2, A4 ve A5 kodlu otellerin yüksek sezonda personel sayılarını %100 oranında geçici kadrolu personel ile artırdıklarını ve bu oranında %25'lik kısmını Erzurum dışından özellikle Antalya bölgesinden, alanında uzman olan personellerden temin ettikleri belirlenmiştir. Erzurum ilinde turizm sektörünün ihtiyaç duyduğu nitelikli elemanların yetiştirilmesi için özellikle

halk eğitim merkezlerinde farklı modüllerde kurslar (kat, servis, ön büro, mutfak vb.) ve sertifika programları düzenlenebilir. Zaman zaman bunların yapıldığı bilinmektedir ancak yerel basın, billboardlar vb. iletişim kanallarıyla yerel halkın bu konuda daha çok bilgilendirilmesi önerilebilir.

Erzurum'da yaz aylarında kadrolarını azaltan işletmeler banket ziyafet organizasyonları için günlük, geçici personeller almaktadır. Kış turizm merkezine ayrıcalık tanınıp belli sayıdaki çalışanların sigortası devlet tarafından karşılanır ise sürekli istihdam sağlanmış olabilir.

Verilen cevaplar değerlendirildiğinde Palandöken Kış Turizm Merkezinde turistik aktiviteyi çeşitlendirecek yatırımlar yapılmadığı görülmüştür. Örnek olarak mini golf, squash salonları, tenis, basketbol, alışveriş merkezleri gibi yatırımlara girişmedikleri görülmektedir. Bu da turistlerin ortalama kalış sürelerini azaltmaktadır. Bunun için politika yapıcıların gelecekteki kalkınma planları ve yıllık programlarda bu durumu dikkate alarak turizmi geliştirecek yapıların yapılmasını sağlayacak hedefler konulabilir. Turistik aktivitenin çeşitlendirilmesi turistlerin ortalama kalış sürelerinin uzamasına sebep olacaktır.

A1 otelinin yıllık olarak %40 müşterisinin yabancı turist olduğu, A2 otelinin yeni açıldığı bir yıllık süreyi doldurmadığı, yedi aylık yabancı turist sayısının ise 2016 kişi olduğu bu sayınında %15 lik kısmı oluşturduğu öğrenilmiştir. A3 otelinin ise 2022 yılında toplam olarak 5030 yabancı turist ağırladığı tespit edilmiştir. A4 otelinin ise yıllık olarak %3 oranında yabancı turist ağırladığı görülmüştür. A5 oteli ise yıllık olarak %50 oranında yabancı turist ağırlamıştır. A6 kodlu otel ise %20 oranında, A7 kodlu otel ise müşteri sayısının %10'unun yabancı turist olduğunu belirtmiştir.

Otel yöneticileri son yıllarda yaşanan pandemi, kar yağışının az ve geç yağması gibi yaşanan doğal olaylar ve ülkeler arasındaki siyasi sorunların da yabancı turist sayısında azalmaya sebebiyet verdiğini belirtmişlerdir. 2022-2023 kış sezonunda arzulanan yabancı turist sayısına ulaşılmıştır ancak turizmin çeşitlendirilip mevsimlere yayılarak yabancı turist sayısını artırmak için önlemler alınması önerilebilir.

KAYNAKÇA

Ağbay, N. C. (2019). *Türkiye'de Turizm Politikasının Oluşturulmasında Yönetişimin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Araştırma.* Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akça, Y. (20016). Türkiye'nin Kalkınma Planlarında Turizm Politikası. *Internatıonal Conference On Eurasıan Economıes 2016,* (s. 721-726). Kaposvar - Hungary.

Akça, Y. (2016). "Türkiye'nin Kalkınma Planlarında Turizm Politikası". *International Conference on Eurasıan Economıes 2016* (s. 721-726). Bartın: Sessıon 5D: Turizm.

Akıncı, Z. (2010). *Konaklama İşletmelerinde Kriz Yönetimi: Alanya Bölgesindeki Konaklama İşletmelerinde Kriz Sürecinde Karşılaşılan Sorunların Tespit ve Çözümüne Yönelik Bir Araştırma .* Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akkuş, G., & Akkuş, Ç. (2016). "Erzurum İli Potansiyel Turistik Arz Kaynaklarının İncelenmesi". *Iujeas,* 99-120.

Akoğlan Kozak, M., Evren, S., & Çakır, O. (2013). "Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi,* 7-22.

Alaeddinoğlu, F., & Can, A. (2007). "Türk Turizm Sektöründe Tur Operatörleri ve Seyehat Acenteleri". *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,* 50-66.

Ar, H. (2021). *Turist Rehberlerine Yönelik İstenmeyen Turist Davranışları.* (Doktora Tezi). Eskişehir: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Arabacı, H. (2018). "Turizm Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme". *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi,* 104-109.

Armutlu, M. R., & Güngör, H. (2019). "Turizm Sektöründe Özkaynak Kârlılığının Analizi". *Toplum Bilimleri Dergisi* , 137-152 .

Arslan, F. (2014). "Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Üzerine Bir Değerlendirme". 427-438.

Ataman, D. (2019). *Mardin Halkının Turizmin Etkilerine Yönelik Algıları.* Konya: Necmettin Erbakan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

Aydın, O. (2012). "Türkiye'de Alternatif Bir Turizm; Sağlık Turizmi". *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 91-96.

Ayhan, G. (2017). *Turizm Sektörünün Tanıtımında Kullanılan Bilgi İletişim Teknolojileri (Konya İli Örneği).* Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Seyahat İşletmeciliği ve Turist Rehberliği Anabilim Dalı.

AYKUT, M. (2021). *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Alan Klavuzluğu Uygulaması: Nene Hatun Tarihi Milli Park Örneği.* Erzurum : Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bayar, S. B., & Ünal, A. (2021). *Turizm İşletmelerinde İtibar Yönetimi.* Çanakkale: Paradigma Akademi.

Benli, S. (2016). Yiyecek-İçecek Sektörü. S. Benli içinde, *Genel Turizm* (s. 2-18). Erzurum: Yiyecek-İçecek Sektörü Atatürk Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.

Bildin, E. (2019). *Bozcaada'daki Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Karşı Yaklaşımların Değerlendirilmesine Yönelik Bir Araştırma.* İstanbul: İstanbul Medeniyet Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Bilgiçli, İ., & Altınkaynak, F. (2016). "Turizm Endüstrisinin Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi; Ekonomi Paradigmasıyla Yaklaşımı". *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 560-580.

Büyükkuru, M. (2019). *Turizmin Etkilerinin Yerel Halk ve Diğer Paydaşlar Tarafından Değerlendirilmsine Yönelik Karşılaştırılmalı Bir Araştırma: Nevşehir Örneği.* Nevşehir: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Chou, M. C. (2013). "Does Tourism Development Promote Economic Growth in Transition Countries? A Panel Data Analysis". *Economic Modelling*, 226-232.

Cingi, S. (1989). "Turizm ve Türk Turizm Sektörü". *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 145-165.

Cıngıllı, M. (2018). *Turizm ve İktisadi Kalkınma.* Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

Çallı, D. S. (2015). "Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiyenin Konumu". *Turizm ve Arastırma Dergisi*, 4-28.

Çeken, H. (2008). "Turizmin, Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme". *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi* , 293-306.

Çelik, M. (2022). *Turizm İşletmelerinde Nakit Yönetimi ve Nakit Akımlarının Firma Performansına Etkisi.* Çorum: Hitit Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı .

Çolak, E. (2017). *Muğla Halkının Turizm Etkilerine Bakış Açılarını Anlamaya Yönelik Bier Alan Araştırması.* Muğla: Muğla Sıtkı Kocaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

Çolak, O., & Batman, O. (2021). "Turizmin Sosyo-Kültürel Etkileri: Taraklı'da Bir Araştırma". *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 149-174.

Çoşkun, O. (2008). İç Göçler Açısından Erzurum İlinin Analizi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 239-266.

Çömlekçi, İ. (2011). *Turizm İşletmelerinin Finansal Risklerden Korunma Yöntemlerinden Faydalanma Düzeyi Türkiyede Faliyet Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma* . Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .

Dağdelen, Ö. (2021). *Ekolojik Turizm Potansiyelin Değerlendirilmesi ve Yerel Halkın Ekolojik Turizme Yönelik Algısı ve Tutumları: İbradı Örneği.* Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dağdelen, Ö. (2021). *Ekolojik Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Ve Yerel Halkın Ekolojik Turizme Yönelik Algısı Ve Tutumları: İbradı Örneği.* Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Duran, E. (2011). "Turizm, Kültür ve Kimlik İlişkisi; Turizmde Toplumsal ve Kültürel Kimliğin Sürdürülebilirliği". *Istanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 291-313.

Emekli, G. (2005). "Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm". *Ege Coğrafya Dergisi* , 99-107.

Emekli, G., İbrahimov, A., & Soykan, F. (2006). "Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye". *Ege Coğrafya Dergisi*, 1-16.

Emir, G. (2015). *Turizm Ekonomisi.* Bartın: Bartın Üniversitesi Yayınları.

Erdoğan, M., Serçeoğlu, N., & Selçuk, G. (2016). "Socıo-Cultural, Envıromental and Economıc Effects Of Tourısm: An Empırıcal Research On The 2013 Mersın Medıterraneanean Games". *Iujeas*, 71-98.

Ersoy, H. (2017). *Turizmin Gelişiminin Yerel Halk Üzerine Sosyo-Kültürel Etkileri: Manavgat Örneği.* İzmir: İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.

Ervakıt, E. (2021). *Erzurum İli Kongre Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi: Turizm Konaklama İşletmeleri Yöneticilerine Yönelik Bir Uygulama.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .

Güçlü, A. (2021). *Türkiye'de Turizm Politikaları Kapsamında Yerel Yönetimlerin Turizm Sektörüne Yönelik Uygulamalarına Turizm İşletmelerinin Bakış Açısı.* Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güleryüz, U. (2021). *Türkiyede Turizmin Tarihsel Gelişimi.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkilap Tarih Enstitüsü.

Hamlacıbaşı, F. Ü. (2008). *Yiyecek Turizmi ve Yiyecek Turizmi Açısından Bozcaada'nın Kaynakları.* Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Harman, S. (2012). *Sırtçantalı Turistlerden Seyahat Motivasyonları ve İlgilenimleri: İstanbul'a Gelen Sırtçantalı Turistler Üzerine Bir Araştırma.* Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi.

İçöz, O. (2009). "Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları". *Journal of Yasar University*, 2257-2279.

İnan, B. (2009). *Cumhuriyet Dönemi Türkiye Turizmi ve Bir Turizm Modeli Önerisi.* İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Jones, P. H. (2005). "Cancer and Tourism". *Annals of Tourism Research*, 70-92.

Kapan, K. (2018). "Turizm ve Rekreasyon Faaliyetlerinin Ekonomi Üzerindeki Etkileri: Antalya Örneği". *Coğrafya Dergisi* , 47-56.

Karasu, A. (2013). *Türkiye'de İzlenen Turizm Politikaları: Mardin Turizmine Yansımaları.* Düzce: Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kaya, A., & Çalmaşur, G. (2018). *Erzurum İli Sosy-Ekonomik Profili 2018.* Erzurum: Erzurum Teknik Üniversitesi Yayınları .

Kaya, Ş. (2021). *Turizme Konu Olan Kış Kentlerinde İklim Değişikliğine Uyum Sağlama Sürecinde Sosyal Sermayenin Rolü: Erzurum İli Örneği.* İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Keskin, M. (2013). *Konaklama İşletmelerinde İşgörenlerin Hizmet Kalitesi Algılamaları Sinop İlinde Faaliyet Gösteren Konaklama İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama* . Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kocabıyık, O. O. (2016). "Olgubilim ve Gömülü Kuram: Bazı Özellikler Açısından Karşılaştırma". *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 55-66.

Korkmaz, S. (1990). "Turizmin Ekonomik ve Sosyal Etkileri". *Dergipark*, 391-417.

Korkusuz, T. (2020). *Erzurum Kentinde Alışveriş ve Fuar Turizmi.* Erzurum: Fenomen Yayınları.

Kozak, N., Kozak, M., & Kozak , M. (2014). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar.* Ankara : Detay Yayıncılık.

Küçükali, A. (2014). "Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Yapının Kadınların Çalışma Hayatı Üzerine Etkileri: Erzurum Örneği". *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 1-19.

Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi.* Bursa: Ekin Yayınevi.

Maviş, F., Ahipaşaoğlu, H., & Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi.* Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Oğan, Y. (2021). *Artvin İlinin Gastronomi Değerleri; Yiyecek İçecek Hizmeti Sunan İşletmeler ve Satın Alan Turistler Üzerine Bir İnceleme.* (Doktora Tezi). Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Oktayer, N., Susam, N., & Çak, M. (2007). *Türkiye'de Turizm Ekonomisi.* İstanbul.

Öcal, U. (2009). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Öner, Ş. (2020). "Yerel Yönetim Yaklaşımları Açısından On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)". *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 383-410.

Özdemir, A. R., & Öksüzler, O. (2006). "Türkiyede Turizm Bir Ekonomik Büyüme Politikası Aracı Olabilir mi? Bir Granger Nedensellik Analizi". *Sosyal Bilimler Dergisi* , 107-126.

Özen, Y., & Gül, A. (2007). "Sosyal ve Egitim Bilimleri Araştırmalarında". *KKEFDI/OKKEF*, 394-422.

Öztürk, H. (2016). *Güzelyurt Florası (Aksaray) ve Botanik Turizmine Katkıları.* Aksaray: Aksaray Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Polat, S. (2016). *Türkiye'nin Turizm Politikalarının Beş Yıllık Kalkınma Planları ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Kapsamında İncelenmesi.* Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.

Ràtz, T. (2000). "The Socio-cultural Impacts of Tourism: Case of Lake Balaton". *Vırtus*, 1-20.

Ross, K. (2001). Health Tourism: An Overview. *HSMAI Marketing Review*, 27.

Selçuk, G. N. (2004). *Turizmin Erzurum Ekonomisindeki Yeri.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Semiz, D., Semiz, H., & Türkoğlu, S. (2019). "E-Ticaretin Hizmet Sektörüne Yansıması Turizm ve Seyahat Acenteleri Üzerine Bir Alan Araştırması". *inet-tr'09 - XIV. Türkiye'de İnternet Konferansı Bildirileri* (s. 43-52). İstanbul: Bilgi Üniversitesi.

Serçeoğlu, N. (2011). *Üniversite Oyunlarının Sosyal Kültürel ve Ekonomik Etkileri: Erzurum 2011 Üniversitelerarası Kış Oyunlarına Yönelik Bir Uygulama.* Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.

Sezen, I., & Akpınar Külekçi, E. (2020). "Kentsel Kimlik Bileşenleri ve Kış Turizmi İlişkisi: Erzurum Kenti Örneği". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1799-1810.

Siano, R. D., & Canale, R. (2022). "Controversial Effects of Tourism on Economic Growth: A Spatial Analysis on Italian Provincial Data". *Land Use Policy*, 1-8.

Sivil, İ. H. (2007). *Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye Turizmi.* Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sözen, M. Ö. (2006). *1982 Sonrası Dönemde Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikaları ve Turizm Politikalarının Çanakkale Ekonomisine Etkileri.* Çanakkale: Çanakkale Onseiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Sözen, M. Ö. (2007). "1982 Sonrasında Türkiye'de Uygulanan Turizm Politikalarının Çanakkale Turizmine Etkileri". *Sosyo Ekonomi*, 63-88.

Sünnetçioğlu, S. (2019). "Turizmde Dijital Dönüşüm ve Turist Yerli Halk İlişkileri: Eleştirel Bir Yaklaşım". *3. Uluslararası Turizmin Geleceği Kongresi Bildiri Kitabı* (s. 610-616). Mersin: Mersin Üniversitesi Yayınları.

Şit, M. (2016). "Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı". *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 101-117.

Tanrıverdi, H. (2006). "Turizm Hareketlerinin Sosyal Yapıdaki Değişimlere Etkileri Üzerine Antalya Belek Yöresinde Bir Araştırma". *Pazarlama Dünyası*, 20-25.

Tayfun, A. (2002). "Turist Yerli Halk Etkileşimi Üzerine Bir Araştırma". *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1-11.

Tekindağ, M. (2013). *Avrupa Birliği Turizm Destek Politikaları ve Türkiye Turizm Politikalarına Yön Verenlerin Algıları Üzerine Bir Uygulama.* Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Tekkeli, A. (2021). "Turist- Yerel Halk Etkileşimi Üzerine Nitel Bir Araştırma". *Eğitim ve Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 26-34.

Tonbil, S. A. (2019). *Türkiye'de Turizm Politikası ve Planlaması.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tuncel, V. (2019). "Kalkınma Planlarının Turizm Politikaları Perspektifinde Değerlendirilmesi". *Tourism and Recreation*, 58-66.

Ulu, E. A. (2010). *Türkiye'de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü.

Ulu, E. A. (2010). *Türkiye'de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar.* İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Unur, K., & Yavuz, H. (2021). "Alanya'da Yerel Halkın Turizmin Sosyo-Kültürel Etkilerini Algılamalarına Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma". *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 633-655.

Usta, Ö. (2014). *Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Yiğitoğlu, R. (2020). *Konaklama İşletmelerinde Turist Azlığı Durumunda Alternatif Ürün ve Hizmet Geliştirme Stratejilerinin Etkisi: Nevşehir İli Örneği.* Ocak: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Yiğitoğlu, R. (2020). *Konaklama İşletmelerinde Turist Azlığı Durumunda Alternatif Ürün ve Hizmet Geliştirme Stratejilerinin Etkisi: Nevşehir İli Örneği.* Nevşehir: Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı.

Yıldırım, Ş. (2022). *Uluslararası Rekreasyon İşletmelerinde Marka Kişiliğinin Benlik-İmaj Uyumuna Etkisi: Starbucks Coffee Örneği.* Karaman : Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Rekreasyon Yönetimi Anabilim Dalı .

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Ahmet Hulisi BAŞKAYA
Doğum Yeri ve Tarihi	
Eğitim Durumu	
Lisans Öğrenimi	
Y. Lisans Öğrenimi	
Yabancı Diller	
İletişim	
e-posta	
Tarih	