

## Turizmin Hizmet Sektörüne Etkisi

Hacı Ahmet Çakır<sup>1</sup>

### Özet

Ekonomi genel olarak sanayi, tarım ve hizmet sektörü olmak üzere üç temel sektörden oluşmaktadır. Hizmet sektörü, 1950’li yıllardan itibaren özellikle gelişmiş ekonomilerde önemli bir yer edinmiş ve üretim, istihdam, tüketim alanlarında sanayi sektöründen daha fazla ağırlığa sahip olmuştur. Hizmet sektörü kapsamında alınan, Türkiye açısından mukayeseli üstünlüğe sahip ve bacasız sanayi olarak ifade edilen turizm sektörü bulunmaktadır. Türkiye’nin farklı bölgelerindeki sosyokültürel değerleri, doğal zenginlikleri gibi faktörleri ve dört mevsimin yaşanabileceği bir coğrafya olarak dikkate alındığında turizm hizmet sektörünü çeşitlendiren ve bölgelere yayan bir özelliğe sahip olmaktadır. Günümüzde hizmet sektörü, ekonominin gelişme sürecine paralel olarak gittikçe artan bir önem kazanmıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde hizmet sektörü, tarım ve sanayi sektörlerini geride bırakmıştır. Ağırlıklı olarak hizmet üretimi yapan turizm sektörü gelişmekte olan ülkeler için sosyo-ekonomik kalkınmayı olumlu yönde etkileyen bir gücünün olması hizmet sektörüne olan en önemli etkisidir. Buna ek olarak bir bölgede turizmin gelişmesine bağlı olarak o bölgedeki İnşaat faaliyetleri, lüks hizmet sunumları, güvenlik hizmetleri, çeşitli rekreatif faaliyet alanları ve kamunun yatırımları artması turizmin hizmet sektörü üzerindeki diğer bazı etkileri olarak sıralanmaktadır.

### Giriş

Bir ekonominin aynı alanda faaliyet gösteren ve ortak özellikler taşıyan alt bölümlerini ya da firmalar topluluğunu ifade eden sektör kavramı (Ünlüöner vd., 2023:33), Fransızca “secteur” kelimesinden türemiştir. Ekonomide belirli sektörlerle yönelik bölünmesi hem teorik anlamda hem de pratik açıdan büyük önem arz etmektedir. Bir ekonomide sektörleri üretimin niteliğine göre sanayi, tarım ve hizmet sektörü; müteşebbisin

1 Öğr.Gör.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksek Okulu,  
Mail: ahmetcakir@mu.edu.tr, Orcid: 0000-0001-7210-5897

niteliğine göre kamu ve özel sektör; iç ve dış piyasa faaliyetlerine göre; yurt içi ve dış ticaret sektörü şeklinde bölümlenmektedir. Sektör kavramı aynı zamanda daha alt düzeydeki ortak faaliyet alanlarını belirtmektedir. Örneğin tarımın kendi içinde bitkisel-hayvansal üretim ve madencilik sektörü veya sanayinin gıda, içki, dokuma, demir çelik, makina, orman ürünleri, vb. sektörlerle ayrılmaktadır.

Ekonomi genel olarak sanayi, tarım ve hizmet sektörü olmak üzere üç temel sektörden oluşmaktadır. Her bir sektör, kendi içinde alt sektörlerle ayrılmakta ve sektörlerin toplam üretimi, belirli bir dönem içinde ülke ekonomisinin toplam üretim değerini yansıtmaktadır. Turizm, hizmet sektörü kapsamında değerlendirilmektedir. Turizm sektörünün diğer sektörlerden en belirgin farkı, dağıtım kanallarının tersine işlemesidir; bu durum, tüketicilerin arz kaynaklarının bulunduğu yerlere gitmesini gerektirmektedir. Dolayısıyla, turizmde ürünlerin üretildiği yerde ve eş zamanlı olarak tüketilmesi gerekmektedir. Ayrıca, bu turistik ürünlerin satışı, ilgili ülkenin bir nevi ihracat gerçekleştirme anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, turizm sektörü için “görünmez ihracat” ya da “bacasız sanayi” gibi ifadeler kullanılmaktadır. Turistler, turistik mal ve hizmetlerin üretildiği yerlere giderek bu ürünleri satın almaktadır. Böylece, alışverişe konu olan ürünleri üreten işletmeler, yurtdışına herhangi bir mal veya hizmet göndermeden döviz geliri elde etmektedir (Bozgeyik ve Yoloğlu 2015). Diğer yandan bu olay turizm sektörünün dış pasif ekonomik etkisi olarak da sonuçlanmaktadır. Yani bir ülke vatandaşının bir turist olarak dış bir ülkeye gitmesi sonucunda ülkeden döviz çıkışına neden olmakta bu da ülkenin ödemeler dengesi açısından negatif bir etki yaratmaktadır.

Günümüzde hizmet sektörü, ekonominin gelişme sürecine paralel olarak gittikçe artan bir önem kazanmaktadır. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde hizmet sektörü, tarım ve sanayi sektörlerini geride bırakmaya başlamıştır. Bu durumun başlıca nedeni, hizmet sektörünün ülkelerin refah düzeyinin ve gelişmişlik seviyesinin bir göstergesi olmasıdır. Ayrıca, gelişen teknoloji ile paralel olarak insan gereksinimlerinde yaşanan artış ve çeşitlenme, farklı hizmet türlerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. Bunun yanında hizmet sektörünün emek-yoğun olması yani insana dayalı işgücünün oldukça yüksek olması, ülkedeki işsizlik oranını azaltan etkisi ile turizm sektörün önemini açıkça ortaya koymaktadır.

## Hizmet Sektörü

Hizmet, tanımlaması kolay olmayan karmaşık bir kavramdır. Dolayısıyla genel kabul görmüş bir tanımın olmaması ya da hizmet olgusuna yönelik kesin bir tanımın geliştirilmesi oldukça zor görünmektedir. Son on yıllarda hizmet olgusunun içeri eğlence mekânlarının sunduğu hizmetlerden sigorta şirketlerinin sunduğu çeşitli hizmetlere kadar geniş bir alanı kapsamaktadır. Hizmet bir fikir olabileceği gibi bunun yanında bilgi, inovasyon, eğlence, gıda, fiziksel değişim, güvenlik ve dönüşüm gibi olayları da bünyesinde almaktadır. Hizmet kavramını araştırmacılar bağlı oldukları anabilim dallarının etkisinde kalarak çok farklı yaklaşımlarla tanımlamaktadırlar. Örneğin, iktisatçılar hizmeti sınıflandırarak tanımlarken, pazarlamacılar ise karakteristik özelliklerine göre tanımlamayı tercih etmişlerdir. Yönetim bilimciler ise toplam hizmet kavramı ya da hizmet paketi kavramını benimsemişlerdir (Uyguç, 1998, 7-9).

Kotler vd. (2002: 147), hizmet kavramını bir tarafın diğerine sunabileceği, temelinde soyut olan herhangi bir şeyin mülkiyetinin el değiştirmesinin söz konusu olmadığı bir eylem veya faydadır şeklinde tanımlamaktadır. Burada hizmetin mallara göre en temel iki özelliği ortaya atılmıştır. Bunlar hizmet üretimi sonucu ortaya çıkanın soyut ve yerinde üretim-tüketim faaliyetleridir. Hizmetler, mal üretimi ile karşılaştırıldığında heterojen yapıları dolayısıyla karmaşık bir nitelik kazanmaktadır. Bu nedenle, hizmetlerin tanımlanmasının en basit ve klasik yöntemlerinden biri, onların ne olmadığını belirlemektir. Hizmetler, bu perspektiften “artakalan sektör” (residual sector) olarak tanımlanmaktadır (Gündoğan, 2002). Bu bağlamda, tarım, sanayi, madencilik ve imalat sektörleri dışındaki tüm faaliyetlerin hizmet sektörü kapsamında değerlendirilebileceği söylenebilir.

Roma Antlaşması'nda (madde 60) hizmet “genellikle bir ücret karşılığında icra edilen ve malların, sermayenin ve kişilerin serbest dolaşımını kapsamayan faaliyetler” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre hizmetler şu şekilde sınıflandırılmaktadır: Ticari ve sınai nitelikteki faaliyetleri, esnaf-sanatkar faaliyetleri ve mesleki faaliyetleri. Avrupa Komisyonu ile Türkiye'nin hizmetlerin serbest dolaşımını müzakerelerine yönelik hazırladığı raporda sektör olarak hizmetlerin sınıflandırılması ise aşağıda maddeler halinde verilmiştir (musiad.org):

- Posta ve kargo hizmetleri,
- Telekomünikasyon hizmetleri,
- Görsel ve işitsel hizmetleri,
- İnşaat hizmetleri,

- Dağıtım hizmetleri,
- Çevre hizmetleri,
- Sigortacılık hizmetleri,
- Bankacılık hizmetleri,
- Ulaştırma hizmetleri,
- Mesleki faaliyet hizmetler,
- Sağlıkla ilgili hizmetler
- Fabrikaların, özel hastanelerin yöneticileri, dişçiler ve gözlükçüler,
- Laboratuvar faaliyetlerine yönelik hizmetler,
- Hukuki faaliyetlere yönelik hizmetler
- Mali müşavirlerin sunduğu hizmetler
- Turizm hizmetleri.

Kendine özgü karakteristik yapıları nedeniyle hizmet ile mal üretimi arasında önemli farklılıklar oluşmaktadır. Hizmetlerin çok çeşitlilik göstermesi nedeniyle hizmetler, kendi içinde de farklı işletmeleri oluşturmaktadır. Bu bakımdan çeşitli araştırmacılar tarafından hizmetler farklı açılardan ele alarak sınıflandırmaya gitmiştir (Uyguç, 1998, 14-22). Bu sınıflandırma Tablo 1'de sunulmuştur.

*Tablo 1: Hizmetlerin Sınıflandırılması*

Sınıflandırma Biçimleri	Araştırmacılar
Bir malı kiralamaya bağlı oluşan hizmetler	Judd (1964)
Eldeki mala yönelik ihtiyaç duyulan hizmetler	
Mallara bağlı olmayan hizmetler	
Satıcı türüne göre farklılık gösteren hizmetler	Rathmell (1974)
Alıcı türüne göre farklılık gösteren hizmetler	
Farklı satın alma motivasyonlarına göre hizmetler	
Satın alma yöntemlerine göre değişen hizmetler	
Ürünün özelliklerine göre hizmetler	
Yasalar ve yasa koyucular tarafından düzenleme derecelerine göre hizmetler	Olsen ve Wyckoff (1978)
Somut malların ve soyut etkinliklerin hizmet paketindeki oranına göre;	
- Soyut aktivitelerin ağırlıklı olduğu hizmetler - Somut mal ağırlıklı hizmetler	

Hizmetten yararlanan tüketici ya da mala göre; - Tüketici etkileyen hizmetler - Malları etkileyen hizmetler	<b>Hill (1977)</b>
Etkinliğin niteliğine göre; - Fiziksel durumda - Ussal durumda değişme	
Hizmetten yararlanan birey sayısına göre; - Bireysel hizmetler - Kitlesel hizmetler	
Üretim yöntemine göre teknoloji-yoğun hizmetler; - Otomatlarla sunulan hizmetler - Niteliksiz personelin kullanıldığı makinelerle sunulan hizmetler - Kalifiye personelin kullanıldığı makinelerle sunulan hizmetler	<b>Thomas (1978)</b>
Üretim yöntemine göre emek-yoğun hizmetler; - Kalifiye işgücü gerektiren hizmetler - Kalifiye işgücü gerektirmeyen hizmetler - Profesyonel iş gücü gerektiren hizmetler	
Yüksek etkileşimli hizmetler	<b>Chase (1981)</b>
Düşük etkileşimli hizmetler	
Hizmetlerin tüketiciye sunuş biçimine göre; - İşletmenin bulunduğu yerde sunulan hizmetler - Tüketiciye ulaştırılabilen hizmetler	<b>Armistead (1987)</b>
Etkileşimde güven sağlamanın esas olduğu hizmetler	<b>Mills ve Margulies (1980)</b>
Etkileşimde görev yapmanın esas olduğu hizmetler	
Etkileşimde kişinin içsel mutluluğunu sağlamanın esas olduğu hizmetler	
Hizmetin niteliği göre farklılık gösteren hizmetler	<b>Lovelock (1983)</b>
Hizmet işletmeleri ile tüketici arasındaki ilişkiye göre şekillenen hizmetler	
Hizmet personelinin esneklik ve üstünlük derecesine göre şekillenen hizmetler	
Hizmetin tüketiciye sunuluş biçimine bağlı hizmetler	

*Kaynak: Seyran, 2004:28-33; Öztürk, 2007:33-34; Ünkaracalar, 2014:9*

## Hizmet Sektöründeki Büyümenin Nedenleri

Küresel ekonomide hizmet sektörünün büyümesi ve gelişmesinin önemli nedenleri vardır. Bunlardan ikisi teknolojinin gelişmesine bağlı olarak artan rekabet ortamı ile insanların arasında oluşan sosyal mesafe ve bu mesafeden kaynaklanan birtakım sosyal sorunlardır. İşletmelerin aşırı rekabetçi bir ortamda konumlarını koruyabilmeleri için müşteri memnuniyetini ön planda tutmaları esastır. Müşterinin memnuniyeti ise hizmet olanaklarının genişlemesine bağlıdır. Hizmet sektörünün büyümesi ve gelişmesi, servetin

artması, maddi varlıklardan duyulan memnuniyet, daha fazla serbest zamanın bulunması ve servis gerektiren ürünlerin artan karmaşıklığı gibi çeşitli faktörlere atfedilebilir (Akın, 2012:47-48).

Hizmet sektöründeki büyümenin nedenlerini genel olarak harcanabilir gelirdeki artış, esnek çalışma saatlerinden doğan boş zamanın artması, kadınların istihdamın artması, yaşamdan beklentilerin artması, karmaşık ürün yapılarına olan talep, artan yaşam karmaşıklığı, ekolojik çevreye ve kıt kaynakların kullanımında daha hassaslık ve yeni ürünlere olan talebin artması şeklinde sıralamak mümkündür (Öztürk, 1998:15). Tablo 2’de hizmet sektöründeki büyüme nedenlerinin bir kısmı sunulmuştur.

*Tablo 2: Hizmet Sektöründe Büyüme Nedenleri*

Nedeni	Sonucu
Harcanabilir gelirdeki artış	Daha önceleri bireylerin kendilerinin yaptığı, ancak gelirlerindeki artışa bağlı olarak artık kendileri yapmayıp satın aldıkları kuaför hizmetleri, ev temizliği, yemek yapma gibi hizmetlere olan talep
Serbest zamanın artması	Bireyin profesyonel hayatının dışında kendine ayırdığı zamanın artmasına bağlı olarak hizmet sektöründeki çeşitli kurslara ve aktiviteler katılması
Kadının iş hayatına katılımının artması	Kadınların evde yaptıkları işleri profesyonellerin yapmaya başlaması ile gündüz çocuk bakımı, temizlik, dışarıda yemek hizmetlerine olan talebin artışı
Yaşamdan süresinin uzaması	Özellikle üçüncü yaş/yaşlı hizmetlerinin çeşitlenmesi bakım evleri, huzur evleri gibi hizmetlere yönelik talebin artması
Komplike ürünlerin artması	Lüks araçlar, kişisel bilgisayarlar gibi karmaşık ürünlerin bakımını sağlayacak nitelikli uzmanlara daha fazla talep olması
Yaşam karmaşıklığının artması	Gelir vergisi beyanına, evlilik danışmanlarına, hukuki danışmanlara, istihdam hizmetlerine olan talep
Çevreye karşı duyarlılığın artması	Satın alınan bir malın bozulmasında yenisini almak yerine öncelikle onun tamiri için hizmet satın alınması, daha fazla hizmet kiralama talebi. Şirketlerin araba satın almaları yerine kiralama yoluna başvurmaları.
Yeni ürünlerdeki niceliksel artış	Bilgisayar yazılımları ve bilgi işlem kaynaklı yeni gelişmeler

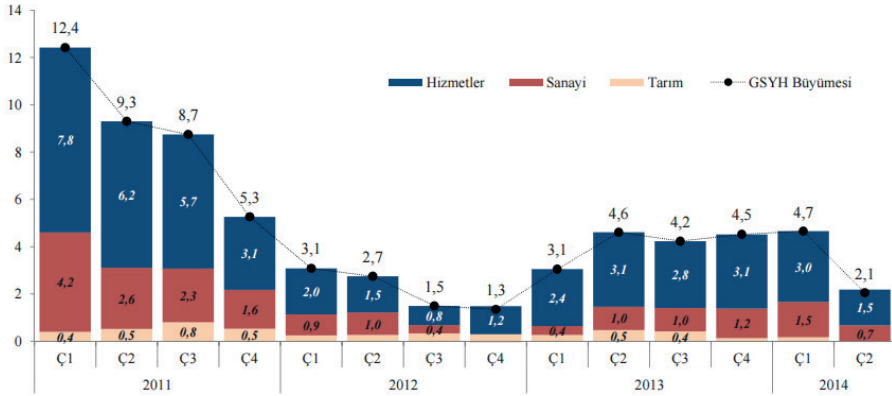
*Kaynak: Öztürk, 2007: 14; Ünkaracalar 2014:9*

## Hizmet Sektörünün GSYH’deki Payı

Tarım, sanayi ve madencilik dışında kalan bankacılık, ulaştırma ve ticaret gibi ekonomik faaliyetler hizmet sektörü içinde yer almakla ve Osmanlı Devletinde I. Dünya Savaşı sonrasında GSYH’nın yaklaşık %33’ünü

sağlamaktaydı (Şahin, 2006:19). Cumhuriyet sonralarında ise tarım sektörünün 80 yılda GSYİH'nın yaklaşık olarak yarısından ortalama %8'e gerilemesi, Türkiye'de ekonomik dinamiklerin belirgin bir şekilde değiştiğini göstermektedir. Tarım sektörünün kademeli olarak piyasadan çekilmesi nedeniyle bu sektörün potansiyelinin sanayi sektörüne etkisi sadece %10 iken, hizmet sektörünün ağırlığı yıllara göre yaklaşık %30 artarak %70'lere ulaşmıştır. Bir diğer değişle Türkiye'nin her 100 birimlik gelirin 70 birimi hizmet sektöründen gelmektedir.

Sektörel bazda GSYH açısından Türkiye'de tarım sektöründe ve sanayi sektöründe düşüş yaşanmakta ancak hizmet sektöründe milenyum sonrası büyük oranda yükselme olmuştur. Ancak Türkiye halan dünya ve Avrupa bölgesi geneli ortalamasının altında olduğu görülmektedir. Dünya Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYH) içindeki sektör paylarının gelişimi incelendiğinde, hizmet sektörünün global ölçekte artan bir paya sahip olduğu gözlemlenmektedir. Özellikle yapısal değişimlerin sanayiden hizmetlere kaydığı gelişmiş ülkelerde bu eğilim daha belirgin hale gelmektedir. Bu durum, ülke ekonomisinin gelişmişlik düzeyi arttıkça hizmet sektörünün payının yükselmesi ve buna paralel olarak tarım ile sanayi sektörlerinin paylarının azalmasıyla açıklanabilir. Bu bağlamda, imalat sanayiinden hizmet sektörüne geçiş eğilimi, özellikle sanayileşmesini tamamlamış gelişmiş ülkelerde daha belirgin bir şekilde ortaya çıkmaktadır (Yakut, 2010).



Şekil 1: Sektörlerin Üretim Yönünden GSYH Büyümesine Katkıları

Kaynak: maliye.gov.tr

Yılın ilk yarısında sektörel bazda büyümeye bakıldığında, %60'ı aşan payı ile ekonomide en büyük paya sahip olan hizmet sektörünün %3,4 büyüdüğü ve büyümeye 2,2 puan katkı yaptığı görülmektedir. Bu dönemde

hizmet sektörünün içinde büyümeye en büyük katkı 1,3 puan ile finans ve sigorta faaliyetleri kaleminden gelmiştir. Sektörün diğer önemli kalemi olan toptan ve perakende ticaret kalemi ise ekonomik büyümeye 0,2 puan katkıda bulunmuştur.

*Tablo 3: Yıllara Göre Sektörlerin GSYH Üzerinde Büyüme Oranları*

YILLAR	2019	2020	2021	2022	2023
GSYH (MilyonTL)	4,317	5,048	7,256	15,011	26,276
Tarım, orman ve balıkçılık	3,0	5,8	-3,0	1,3	-0,2
Sanayi	-0,8	2,9	17,3	1,7	0,8
Hizmet	1,2	-0,4	13,0	8,1	4,7

*Kaynak: sbb.gov.tr*

Tablo 3’de 2019 yılından 2023 yılına kadar sektörlerin GSYH içindeki büyüme oranları verilmiştir. Hizmet sektörü Covid-19 pandemisinin olumsuz etkisi ile 2020 yılı dördüncü çeyrek itibari ile %-0,4 oranında küçülmüştür. Ancak 2021 yılına geldiğinde %13 oranında bir büyüme elde etmiştir. 2023 yılına geldiğinde büyüme oranında tüm sektörlerde olduğu gibi hizmet sektöründe de ciddi bir düşüş görünmektedir. Bunun nedeninin ise 6 Şubat 2023 yılında meydana gelen ve tüm sektörleri olumsuz anlamda etkileyen Kahramanmaraş merkezli deprem olduğu düşünülmektedir. Tüm bu olumsuzluklara rağmen her geçen yıl tarım sektörünün GSYH’den aldığı pay azalırken sanayi ve hizmet sektörünün payı ise giderek artmaktadır (Uzundumlu, 2012).

### İstihdamın Hizmet Sektörü İçindeki Payı

Hizmet sektörünün bir diğer önemli katkısı ise istihdam alanındaki rolüdür. Ekonomik gelişimde sanayi ve tarım sektörlerinin önemi yadsınamaz; ancak hizmet sektörünün önemini kavrayabilmek için turizm, bankacılık ve finans gibi alanların yıllar içerisindeki ekonomik katkılarına göz atmak gerekmektedir. Bu bağlamda, geleceğe yönelik hizmet sektörünün vizyonunu anlamak büyük bir önem taşımaktadır (musiad.org). Türkiye’de hizmet sektöründe istihdam edilenlerin oranı artış eğilimi göstermektedir. Öyle ki 2010 yılında toplam istihdam içinde hizmet sektöründe istihdam edilenlerin oranı yüzde 48,6 iken bu oran 2016 yılında yüzde 53,7’ye, 2021 yılında ise yüzde 55,3’e yükselmiştir. İstihdamda yaşanan bu hızlı artışa karşın, hizmet sektörünün GSYH içindeki payı aynı oranda artmamıştır. Nitekim hizmet sektörünün GSYH içindeki payı 2010 yılında yüzde 54,3



iken 2021 yılında yüzde 52,7'ye gerilemiştir. Bunun nedeninin 2019 yıl sonu itibari ile dünya eksini gösteren Covid-19 pandemisi gösterilebilir.

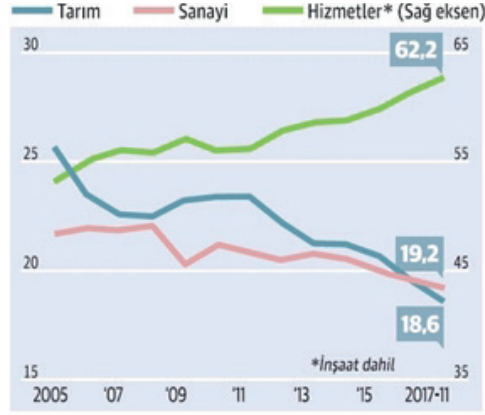
Hizmet sektörü hem GSYH içindeki büyüklüğü hem de istihdamdaki payı açısından Türkiye ekonomisi için oldukça önemli bir sektördür. Fakat gelişmiş ülkelerde bu iki orana bakıldığında Türkiye'nin bu sektörde istenen ölçüde bir gelişim katetmediği görülecektir. Öyle ki 2021 yılında GSYH içinde hizmet sektörünün payı Almanya'da yüzde 62,88, ABD'de yüzde 77,59, OECD ülkelerinde yüzde 70,96'dır. Hizmet sektörünün toplam istihdam içindeki payı ise yine Almanya'da yüzde 71,61, ABD'de yüzde 78,74 ve OECD ülkelerinde yüzde 72,65'tir. Bu anlamda Türkiye'nin, hizmet sektöründe gelişim gösterebilmesi için yatırımlarını, bu sektör içerisinde bulunan bilişim sektörü gibi katma değeri yüksek alanlarda artırması gerekmektedir (Sey, 2022).

*Tablo 4: GSYH ve İstihdamın Hizmet Sektörüne İçindeki Payı*

ÜLKE	GSYİH (%)	İstihdam (%)
Almanya	62,88	71,61
ABD	77,59	78,74
OECD	70,96	72,65
Türkiye	52.70	55.33

*Kaynak: ilke.org.tr/hizmetler-sektoru*

Türkiye'deki istihdamın sanayi ve tarım sektöründen hizmet sektörüne doğru bir geçiş olduğu ve bu geçişinde giderek arttığı açıktır. Nitekim Kasım 2017 itibarıyla 28,5 milyon toplam istihdamın 5 milyon 470 bini sanayi, 5 milyon 297 bini tarım ve 2 milyon 168 bini inşaat sektöründe olduğu bilinmektedir. Hizmet sektöründe ise 15 milyon 580 bin kişi istihdam edilmektedir. İnşaat sektörü de hizmet sektörüne dahil edildiğine bu sayının 21 milyonu aştığı görülmektedir. (Aktaş, 2018).



Şekil 2: İstihdamın Dünya Genelinde Tarımdan Hizmet Sektörüne Geçişi (%)

Kaynak: <https://www.dunya.com/ekonomi/>

istihdamda-tarim-ve-sanayiden-hizmetlere-kayis-suruyor-haberi-407177

Şekil 2’de dünya genelindeki toplam istihdamın tarım sektöründen hizmet sektörüne doğru geçişi gösterilmiştir. Buna göre toplam istihdam içinde tarım sektörünün payı %18,6, sanayi sektörünün payı %19,2 ve hizmet sektörünün payı %62,2 düzeyindedir. Son beş yıllık dönem incelendiğinde tarımda istihdam edilenlerin sayısı düşüş gösterirken, hizmet sektörünün istihdamı %30, inşaattaki istihdam ise %26 artmıştır. Sanayi sektöründeki istihdam artışı %12 düzeyinde kalmıştır. Diğer bir değişle 2012-2017 arası dönemde hizmet sektöründe (inşaat dahil) istihdam 4 milyonun üzerinde iken, sanayi istihdamındaki artış 567 binlerde olmuştur. Bu gelişmeler paralelinde 2000 sonrası dönemde istihdamın oransal ağırlığını hizmet sektörünü almıştır. 2008 yılında %22 düzeyinde bulunan sanayi istihdamının toplam istihdam içindeki payı 2017’de %18,8’e gerilemiştir. Tarım sektöründe de benzer bir gelişme yaşanmış ve istihdamın yoğunlaştığı hizmet sektörünün payı 2017’de %62,2 olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) İşgücü İstatistikleri’ne göre işsizlik oranları, 2023 yılı dördüncü çeyreğinde %8,6 olarak gerçekleşmiştir. Aynı dönemde istihdam oranının ise %48,8 olduğu ifade edilmiştir. İşgücüne katılım oranı 2023 yılı dördüncü çeyreğinde %53,4 olarak kaydedilmiştir. Mevsimsel etkiden arındırılmış (MEA) verilere göre, işsizlik oranı 2023 yılı dördüncü çeyreğinde bir önceki çeyreğe göre 0,4 puan azalarak %8,8 seviyesinde gerçekleşmiştir (sbb.gov.tr). Türkiye’de istihdamın sektörlere göre dağılımına bakıldığında 2000’li yıllar itibari ile hizmet sektörünün ağırlığı göze çarpmaktadır. Buna karşın gelişmiş ülkelerle kıyaslandığında istihdamın sektörel dağılımı dönemler itibariyle tarım-sanayi ve hizmet

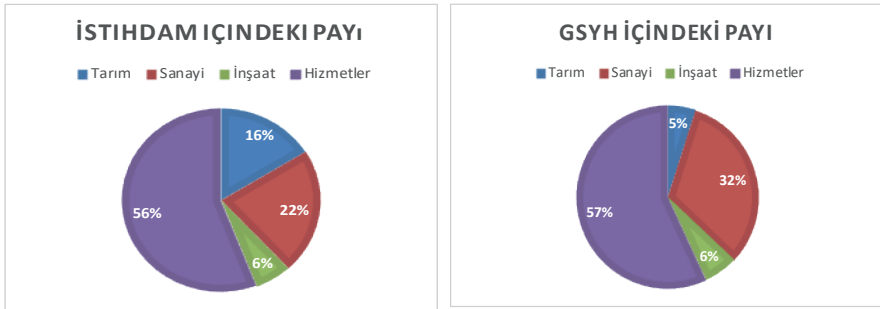
çizgisinde ilerlemediği gözlemlenmiştir (iav.org.tr). 2023 yılına gelindiğinde hizmet sektörünün payının %58,2, sanayi sektörü payının %20,8 ve tarım sektörünün payının % 14,6 olduğu görülmektedir. İnşaat sektörünün (%6,4) tabloda verilmesinin nedeni hizmet sektörünün inşaat sektöründen arındırılmış olarak gösterildiğine dikkat çekmek içindir.

*Tablo 5. İstihdamın Sektörlere Göre Dağılımı*

Yıl	2019	2020	2021	2022	2023
İş gücü (bin kişi)	32,549	30,735	32,716	34,334	34,937
Tarım	18,2	17,7	15,8	14,8	14,6
Sanayi	19,8	20,5	21,3	21,7	20,8
Hizmet	56,5	55,9	55,3	56,5	58,2
İnşaat	5,5	5,8	6,2	6,0	6,4

*Kaynak: sbb.gov.tr/*

GSYH içindeki payı açısından 2022 yılı ikinci çeyrek itibarıyla %50,8'lik bir oranla birinci sırada olan hizmet sektörü, işgücü piyasasında da benzer bir durumdadır. Hizmet sektöründe çalışan sayısı 2022 yılı ikinci çeyreği itibarıyla 17,2 milyon çalışana ulaşmıştır. Bu dönemde sektördeki yıllık istihdam artışı 1 milyon 650 bin kişi olmuştur. Yüzde 28,7 ile GSYH bakımından en büyük ikinci paya olan sahip sanayi sektörü covid-19 salgınının etkilerinden en erken kurtulan sektör olmuştur. 2022 yılı ikinci çeyreğinde sanayi sektöründe istihdam edilenlerin sayısı 6,8 milyon kişi olmuştur. Bu dönemde, sektördeki istihdam yıllık bazda 687 bin kişi artmıştır. Nispeten daha dalgalı bir görünüm sergileyen inşaat ve tarım sektörlerinde de istihdam salgın öncesi seviyelerinin üzerindedir. 2022 yılı ikinci çeyreğinde yıllık bazda inşaat sektöründe istihdam 57 bin kişi artarken tarım sektöründe 76 bin kişi gerilemiştir (ssb.gov.tr).



*Şekil 3. Sektörlerin İstihdam ve GSYH'daki Payı (2014)*

*Kaynak: tuik.gov.tr*

Tablo 5 ve Şekil 3 incelendiğinde toplam istihdamın yarıdan fazlasını hizmet sektörü oluşturduğu görülmektedir. Türkiye’de GSYH içindeki en büyük pay %63 ile hizmet sektörüne (inşaat dahil) aittir. Bu durum doğal olarak hizmet sektörünün istihdam içindeki payını da artırmıştır. Dolayısıyla hizmet sektörü istihdam içindeki en büyük paya sahip sektör olmuştur. Ekonomik dönüşümle birlikte tarım, GSYH içindeki en düşük paya sahip sektör olmasına rağmen istihdam içindeki payı daha yavaş azalmaktadır. Bu durum tarım sektöründeki emek verimliliğinin düşük olduğunun göstergesidir. Nitekim Türkiye’de tarım sektöründe çalışan bir kişiyi tarım dışı sektörde istihdam ettiğimizde ortalama 3,4 kat daha fazla üretim sağlanmaktadır (Yakut, 2010).

### **Turizm Sektörünün Hizmet Sektörüne Etkisi**

Turizm sektörü, turizm amaçlı seyahat edenler için doğrudan ürün arz eden işletmelerle dolaylı ilişkisi bulunan belli başlı alanlarda üretimde bulunan işletmelerin oluşturduğu bütünleşik bir hizmet üretim sektörleri birliğidir (Çeken, 2014: 27). Turizm sektörünün özellikleri ise (Öztaş, 2002: 67-69):

□ Hizmet sektörü içinde yer alan turizm sektörü taşıdığı özellikler dolayısıyla diğer sektörlerle de yakın bir etkileşim içindedir.

- Turizm sektörünün hammaddesi doğal, tarihi ve kültürel değerler olması sebebiyle hammadde yönünden dışa bağımlılığı azdır. Ayrıca serbest malların üretiminde bölgesel kaynaklara dayalı bir gelişme ortamı oluşturmaktadır.
- Turizm sektöründe emek yoğun faktörünün etkisiyle üretimde otomasyona gidilmesi diğer sektörlerle oranla daha kısıtlıdır ve istihdam yoğunluğu da oldukça yüksektir.
- Turizm sektöründe üretim ve tüketimin eş zamanlı olması, mal ve hizmet stoklamaya imkân vermemektedir.
- Turizm sektöründe ekonomik verimlilik yanında sosyal bir verimlilikte de oluşturması, sektörde aynı zamanda sosyal rantabilitenin de olduğunun göstergesidir.
- Ülkelerin sosyo-ekonomik gelişmelerine, siyasi istikrarlarına, terör gibi olaylara büyük ölçüde duyarlı bir sektör olması nedeniyle risk oranı yüksektir.
- Turizm sektörünü turistik tüketimin zorunlu olmayan lüks tüketim olması, diğer sektörlerdeki temel ihtiyaçları gidermeye yönelik sektörel üretimden ayırır.

- Turistik tüketim eğilimlerindeki sürekli değişimler sektörü dinamik bir yapıda olmasını zorunlu kılmaktadır.
- Turizm sektörünün birim yatırımdan yüksek düzeyde döviz getirisi sağlaması, istihdam oranının yüksek olması, ülke genelindeki çalışanların verimliliği artırması, katma değer etkisi gibi nedenlerle ülke ekonomisindeki etkinliği oldukça yüksektir.
- Turizm arzında da talebinde de moda-zevk ve alışkanlıklar, gelenek-görenekler, kişisel tüketim alışkanlıkları, psikososyal etkenler gibi faktörler önemli rol oynamaktadır.

Hizmet sektörü, 1950'li yıllardan itibaren gelişmiş ekonomilerde önemli bir konum kazanmış; üretim, istihdam ve tüketim alanlarında sanayi sektöründen daha fazla ağırlığa sahip olmuştur. Sanayi toplumundan hizmet toplumuna geçiş süreci, farklı aşamalar içermektedir. İlk aşamada, sanayileşmenin ilerlemesiyle birlikte, malların hareketini kolaylaştıran ulaştırma hizmetleri ve çeşitli kamu hizmetleri gelişim göstermektedir. İkinci aşamada, nüfus artışı ve ürünlerin kitle üretimine paralelinde, toptan ve perakende ticaret ile bankacılık ve sigortacılık hizmetleri yaygınlaşmaktadır. Üçüncü aşamada ise, milli gelirin artmasıyla birlikte gıda harcamalarının toplam harcamalar içindeki payı azalmakta; buna karşın dayanıklı mallara ve lüks mal ile hizmetlere yönelik harcamaların payı artmaktadır. Sonuç olarak, hizmetlerin en son halkasını oluşturan otelcilik, restoran, tamir-bakım, seyahat ve eğlence hizmetleri de önemli bir gelişim göstermiştir (Atik, 2000). Turizm sektörü genel olarak hizmet sektörünün içinde olmakla birlikte aynı zamanda diğer sektörlerden de girdi alır ve çıktı olarak ortaya koyar. Dolayısıyla turizm bir sektörler kesiti olarak diğer sektörlerden yararlanmaktadır (Ünlüöner, 2023:36-38).

Ağırlıklı olarak hizmet üretimi yapan turizm sektörü gelişmekte olan ülkeler için sosyo-ekonomik kalkınmayı olumlu yönde etkileyen bir gücünün olması hizmet sektörüne olan en önemli etkisidir. Turizm hareketlerinin ekonomiyi canlandıran bir yanının olması gelişen turizm çeşitleri ve artan yatırımlar hizmet sektörü için bir itici güç niteliğindedir (Oktayer vd., 2007:109). Diğer bir yandan hizmet sektörüne istihdam yönünden önemli katkısı olan turizm sektörü, kadın ve erkek istihdamındaki dengiyi de sağlar niteliktedir (Çeken, 2014:167).

Geleneksel hizmetlerin alt sektörleri arasında, Türkiye açısından mukayeseli üstünlüğe sahip olarak ifade edilebilen ve bacasız sanayi olarak ifade edilen turizm sektörü bulunmaktadır. Türkiye'nin farklı bölgelerindeki sosyokültürel değerleri, doğal zenginlikleri gibi faktörleri ve dört mevsimin

yaşanabileceği bir coğrafya olarak dikkate alındığında turizm hizmetlerinde çeşitliliğe gidilmesi kaçınılmaz bir gerçekliktir. Müsiad'ın 2009 yılı hazırladığı hizmet sektörü raporunda Türkiye turistik kaynaklarının pazarlanmasında “parça” temelli tanıtım şeklinin izlenmesi tavsiye edilmektedir. Bu kapsamda turizm sektörünün hizmet ihracatı içindeki payını uluslararası pazarlarda artırmak amacıyla birtakım düzenlemeler önerilmektedir. Bunlar (musiad.org):

- Türkiye'nin kültürel, tarihi ve coğrafi çeşitlilikleri dikkate alındığında turizm arzının da farklı alternatif alanlara bölümlendirilerek (gastronomi turizmi, agroturizm, sağlık turizmi, spor turizmi, kayak turizmi vb.) ülkenin her bir yanına ve 12 aya yayılan geniş bir alanda faaliyet göstermesi sağlanmalıdır.
- Turizm sektöründeki firmaların Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme (KOBİ) niteliği taşıması nedeniyle, KOBİ'lere yönelik tanımlama, örgütlenme, hukuki düzenlemeler, bürokrasi, altyapı, beşeri kaynaklar, teknoloji, ticaret ve finans konularındaki sorunların en aza indirilmesi, sektörün daha sağlam bir temelde faaliyet göstermesine katkıda bulunacaktır.
- Turizm pazarlama stratejisinde, bütüncül yaklaşım stratejisinden vazgeçilerek parça ya da ürün temelli pazarlama stratejisine yönelmek gerekmektedir.
- Sektör için sürdürülebilir gelişim prensiplerine uygun stratejilerin belirlenmesi önem arz etmektedir.

Ödemeler dengesinde dış turizm uluslararası hizmetler kalemi içinde bulunması, turizmin içinde yer aldığı hizmet sektörüne etkisini kaçınılmaz kılmıştır. Dolayısıyla turizmin hizmet sektörüne etkilerini sıralayacak olursak (Bahar ve Kozak, 2008:170-171):

- Carı üretimle ilgili üçüncü üretim sektörünü gelişmesine katkı sağlar (bakkal ve manavlarda satılan ürünler)
- Donatım sanatlarıyla ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine katkı sağlar (inşaat sektörü, boyacılık...)
- Konforla ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine katkı sağlar (moda evleri, parfümeri, spor malzemeleri...)
- Güvenlik ve yardım faaliyetleri ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine katkı sağlar (banka ve sigortacılık, bilgi hizmetleri, sağlık tesisleri...)

- Lüks hizmetlerle ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine katkı sağlar (antikacılık, gece kulüpleri, sauna ve masaj hizmetleri... )
- Turizm ve tatile yönelik hizmetlerin yerine getirilmesine katkıda bulunur (rekreasyon etkinlikleri, animasyon ...)
- Bölgede gelişen turizme paralel olarak o bölgede kamunun verdiği hizmetler de gelişir (elektrik, yol gibi altyapı ve haberleşme hizmetleri)

## Sonuç

Küreselleşmenin yoğunlaşmasıyla birlikte uluslararası pazardaki rekabet giderek sertleşmekte ve bu durum, şirketleri üretim maliyetlerinin daha düşük olduğu bölgelere yönelmeye teşvik etmektedir. Bu süreç, hem imalat sektörünü hem de bu sektöre bağlı hizmet endüstrilerini kapsamaktadır. Sanayi sektöründeki gelişmeler, hizmet sektörünün milli gelir içindeki payının da artmasına yol açmaktadır. Sektörel yapıdaki bu değişiklikler küresel istihdam yapısını da etkilemektedir. Bazı geleneksel imalat ürünlerinin ihracatında rekabet gücünün azalması, ekonomik kalkınma stratejisinin hizmet sektörüne yönelmesine neden olmuştur (Güler, 2016). Bu doğrultuda özellikle milenyum sonrası teknolojinin gelişmesine bağlı olarak imalat ve tarımın gayri safi yurt içi hasıladaki ve toplam istihdam içindeki payı azalırken hizmet sektörünün payı ise artmaktadır. Hizmet sektörünün altında olan turizm endüstrisi bu değişime paralel olarak hem milli gelirden aldığı payı artırmakta hem de toplam istihdam içinde büyük bir yer almaktadır. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde üretimde özellikle de hizmet üretiminde emek yoğun bir teknolojinin olması bir yandan istihdama bağlı refahı artırırken diğer yandan da hizmet sektörünün daha da gelişmesini mümkün kılacaktır.

Turizm, Türkiye'nin hizmet ihracatı gelirlerinin en önemli bileşenlerinden biridir. Ülkemiz, sahip olduğu avantajlar doğrultusunda bu hizmet alt sektörlerinde uzmanlaşarak uluslararası hizmet ticaretinden aldığı payı artırma potansiyeline sahiptir. Bunun için öncelikle bu hizmet alt sektörlerine yönelik kurumsal yaklaşımların benimsenmesi ve uygun bir zeminde faaliyet göstermelerini sağlayacak ortamın hazırlanması gerekmektedir.

## Kaynakça

- Akın A. (2012). Hizmetler Sektörü Açısından Turizm. (Yüksek Lisans Tezi), Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı.
- Atık, H. (2000). Hizmet ekonomisi göstergeleri ve Türkiye. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 14(1).
- Aktaş, (2018). <https://www.dunya.com/ekonomi/istihdamda-tarim-ve-sanayi-den-hizmetlere-kayis-suruyor-haberi-407177> erişim 18.08.2024
- Bahar O. & Kozak M. (2008). Turizm Ekonomisi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bozgeyik Y. & Yoloğlu Y. (2015). Türkiye’de Turizm Gelirleri ile GSYH Arasındaki İlişki: 2002-2014 Dönemi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi. 8(40), s: 627-640.
- Çeken, H. (2014). Turizm Ekonomisi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ekonomik Rapor, (2011). <http://haber.tobb.org.tr/ekonomikrapor2011/er/2,4,1.pdf> (Erişim Tarihi: 04.09.2024)
- Güler, Ş. (2016). Çalışma İlişkilerinde Dönüşüm ve Küreselleşmenin İşçi Sendikacılığına Etkisi ve Türkiye’deki Durum (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi.
- Gündoğan, N. (2002). Hizmetler Sektöründe İstihdam. Kamu-İş Dergisi, 7(1). <http://www.kamu-is.org.tr/pdf/718.pdf> (Erişim Tarihi: 15.11.2015)
- İşkur (2011). Türkiye İşgücü Piyasası Analizi. Ankara: Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü.
- Kotler, P., Hayes, T. & Bloom, P. N. (2002). Marketing Professional Services. Prentice Hall.
- Oktayer N., Susam N. & Çak M., (2007). Türkiye’de Turizm Sektörü, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yay.
- Öztaş K. (2002). Turizm Ekonomisi, Genel Turizm Bilgileri. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Öztürk, S.A. (1998). Hizmet Pazarlaması. İşletme Fakültesi Yayın No:3. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Öztürk, A. (1996). Hizmet İşletmelerinde Kalite Boyutları ve Kalitenin Artırılması. Verimlilik Dergisi, 2(66), s: 56-59.
- Sey N. (2022). Analiz Yazıları: Hizmetler Sektörü. <https://ilke.org.tr/hizmetler-sektoru> (Erişim tarihi: 14.09.2023)
- Seyran, C.D. (2004). Hizmet Kalitesi, Modeller ve Hizmet Kalitesine Yeni Bir Bakış Açısı. İstanbul: Kalder Yayınları, No:36.
- Uyguç N. (1998). Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi. İzmir: Eylül Yayınları.
- Ünkaracalar, T. (2014). Hizmet Kalitesi Yönetimi: Devlet Lisesi ve Özel Lise-de Eğitim Kalitesinin Ölçümü ve Karşılaştırılması. (Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı.



- Uzundumlu A., (2012). Tarım Sektörünün Ülke Ekonomisindeki Yeri ve Önemi: Alinteri Journal of Agriculture Sciences. 22(1), s:34-44.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A., & Kılıçlar, A. (2023). Turizm ekonomisi. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Yakut, H. (2010). Küreselleşme ve Küreselleşmenin Dünya Ticareti Üzerindeki Etkisi. Yayınlanmamış. (Yüksek Lisans Tezi), Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- [http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Yay%C4%B1n/Pdf/Sekt%C3%B6r%20Kurullar%C4%B1/Hizmet\\_Sektor\\_Raporu\\_2009.pdf](http://www.musiad.org.tr/F/Root/burcu2014/Ara%C5%9Ft%C4%B1rma%20Yay%C4%B1n/Pdf/Sekt%C3%B6r%20Kurullar%C4%B1/Hizmet_Sektor_Raporu_2009.pdf) (Erişim Tarihi: 13.09.2024)
- <http://www.maliye.gov.tr/Documents/Y%C4%B1ll%C4%B1k%20Ekonomik%20Rapor%202014.pdf> (Erişim Tarihi: 12.09.2024)
- <http://www.iav.org.tr/yonetim/dosya/makale/2012-YILINDA-DUNYA-VE-TURKIYE-EKONOMISI.doc> (Erişim Tarihi: 12.09.2024)
- <https://www.sbb.gov.tr/temel-ekonomik-gostergeler/#1723022954271-df-5bafb9-0a6a> (Erişim Tarihi: 17.08.2024)
- [https://www.musiad.org.tr/uploads/yayinlar/arastirma-raporlari/pdf/hizmet\\_sektor\\_raporu\\_2009.pdf](https://www.musiad.org.tr/uploads/yayinlar/arastirma-raporlari/pdf/hizmet_sektor_raporu_2009.pdf) (Erişim tarihi: 14.09.2024)
- <http://tuikapp.tuik.gov.tr/isgucuapp/isgucu.zul>. (Erişim Tarihi: 13.09.2024).
- [https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2024/05/Ekonomik-Gelismeler-2023\\_4-Ceyrek.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2024/05/Ekonomik-Gelismeler-2023_4-Ceyrek.pdf) (Erişim Tarihi: 13.09.2024).