

## Turizm ve Ekonomi 8

Şeyhmus Demircan<sup>1</sup>

Onur Atak<sup>2</sup>

### Özet

Turizm, ekonomik büyüme, istihdam, döviz kazancı ve bölgesel kalkınma gibi birçok ekonomik alan üzerinde doğrudan etkisi olan çok yönlü bir sektördür. Ekonomi bilimi ise toplumun neyi, nasıl ve kimin için üreteceğine nasıl karar verdiğini inceleyen bir sosyal alandır. Turizm sektörünün, ekonomi bilimi ile ilişkili olduğu unsurlara vurgu yapan turizm ekonomisi, turizm faaliyetlerinin ve turistlerin tercihlerinin ülke ekonomisindeki önemi ve etkilerini neden sonuç ilişkileri ile açıklayan bir disiplin dalıdır. Bu çalışmada Türkiye gibi turizme dayalı ekonomiler üzerinde turizm sektörünün sağladığı ekonomik katkılar açıklanmakta, turizm sektörünün, makroekonomik istikrarın korunması, dış ödemeler dengesinin iyileştirilmesi ve bölgesel kalkınmanın sağlanması gibi büyük öneme sahip temel ekonomik konularda yarattığı etkiler vurgulanmaktadır. Bunun yanında turizmin moneter (parasal) etkileri ve turizm sektörünün ekonomik sistem içerisindeki önemi açıklanmıştır.

### Giriş

Turizm sektörü, günümüz dünyasında ekonomik kalkınmanın ve toplumsal refahın sürdürülmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Baysal vd., 2016: 101). Özellikle Türkiye gibi turizme dayalı ekonomilerde, bu endüstride ekonomik faaliyetler, istihdama, döviz girdisine ve bölgesel kalkınmaya olan katkıları yadsınamaz bir gerçektir. Turizm, hem doğrudan hem de dolaylı etkilerle, ülke ekonomisinin sürdürülebilirliği için önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Ekonomik büyüme, istihdam ve döviz girişi gibi makroekonomik etkiler sağlayan, turizm yalnızca bir hizmet sektörü

1 Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla Meslek Yüksekokulu,  
Mail: seyhmusdemircan@mu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-2475-0207

2 Öğr. Gör. Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ortaca Meslek Yüksekokulu,  
Mail: onuratak@mu.edu.tr, Orcid: 0000-0002-9120-2884

olmakta, ulusal ve bölgesel kalkınmada bir yeniden oluşturulamayan bir hale gelmektedir.

Bu bağlamda, turizmin ekonomik boyutlarının ayrıntılı bir şekilde ele alınması, sektörel planlamalarda doğru politikaların sağlanmasına olanak tanımaktadır. Turizm sektörünün Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) üzerindeki etkileri, bölüşümün birlikte değerlendirildiği, turizm gelirlerinin yalnızca bir sektör için değil, diğer sektörler için de zincirleme bir ekonomik katkı oluşturulduğu görülmektedir.

Turizmin parasal etkileri, ekonomik açıdan istikrarlı bir rol üstlenerek önemli bir güvenilirliğe sahiptir. Döviz girdisi sağlama, faiz oranlarını artırma ve enflasyon üzerindeki dolaylı etkiler, turizmin ülke ekonomilerindeki artış bir kez daha göz önüne sermektedir. Ayrıca turizm gelirlerinin ithalatı finanse etme potansiyeli, dış ticaret açığının kapatılmasına önemli katkılar sunmaktadır. Özellikle Türkiye'deki gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm sektörünün bu etkileriyle makroekonomik istikrarın temel belirsizliklerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Bunun yanında turizmin sosyal etkileri sektöre olan bakış açısını genişletmektedir. Kırsal alanda ekonomik yaşamın artışını arttırırken, altyapı yatırımları ve kültürel etkileşimler, bölgesel kalkınmanın temel dinamiklerini oluşturmaktadır. Turizmin ekonomik ilişkileri arasında, döviz girişi sağlanarak yerel para biriminin istikrarını korumak ve makroekonomik istikrarı desteklemek gibi olumlu sonuçlar da yer almaktadır. Öte yandan turizm sektörü, çarpan etkisi yoluyla diğer sektörlerle yayılan ekonomik faydayla da dikkat çekmektedir. Bu etkiler, turizmi yalnızca bir hizmet sektörü olarak değil, aynı zamanda ekonomik büyümenin motorlarından biri olarak değerlendirilebileceği söylenebilir.

Bu bölümün temel amacı, Türkiye gibi turizme dayalı ekonomilerde, turizmin ekonomik büyümesi, döviz girişi, enflasyon ve faiz oranları gibi temel parasal değişkenler üzerindeki verilerin incelenmesinin yanı sıra, çarpanların dağılımının ekonomik faydaları da özetlenmektedir. Ayrıca turizmin dış ticaret açığının açılmasına yönelik potansiyel değerlendirilecek ve bölgesel kalkınma üzerindeki etkiler detaylandırılacaktır.

## **Temel Ekonomik Kavramlar**

### **- İhtiyaç (Gereksinim)**

Karşılandığında insanlara mutluluk ve haz veren, karşılanmadığında hüüzün veren bir duygu olarak tanımlanan ihtiyaç, ekonomi biliminin varlık gereksesidir (Yağcı, 2003: 2; Parasız, 1996: 8). Çünkü insanların

bütün ekonomik çabaları bu ihtiyaçların giderilmesini sağlamak amaçlıdır. İhtiyaçların karşılanma şiddeti insandan insana göre değişebildiği gibi ihtiyaçların giderilme sırası da değişebilmektedir. Dolayısıyla ihtiyaçların özelliklerinden kısaca bahsetmek faydalı olacaktır (Parasız, 2007: 9):

- İhtiyaçlar sonsuzdur,
- İhtiyaçlar şiddet açısından farklılık göstermektedir,
- İhtiyaçların şiddeti tatmin edildikçe azalmaktadır ve
- İhtiyaçlar ikame edilebilir.

#### - **Mal ve Hizmet**

Mal, insanların ihtiyaçlarını karşılayan, fiziksel olarak var olan ve genellikle dokunulabilen maddelerdir. Zeynel Dinler, “İktisada Giriş” adlı eserinde malları, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılamak için kullanılan maddi varlıklar olarak tanımlar ve bu malları çeşitli şekillerde sınıflandırır. Mallar, tüketim malları ve üretim malları olarak iki ana gruba ayrılmaktadır. Tüketim malları, nihai tüketiciye ulaşan ve günlük ihtiyaçları karşılayan mallardır. Örneğin gıda, giysi ve otomobil gibi ürünler bu gruba girer. Üretim malları ise, başka malların üretiminde kullanılan girdiler olup, makineler ve ham maddeler gibi unsurları içerir (Dinler, 2017: 52). Hizmetler, mal kavramından farklı olarak fiziksel olmayan, fakat yine de tüketici ihtiyaçlarını karşılayan ekonomik faaliyetlerdir. İlker Parasız, “Para Teorisi ve Politikası” adlı çalışmasında hizmetleri, elle tutulamayan ancak ihtiyaçları gideren ve tatmin sağlayan faaliyetler olarak tanımlar (Parasız, 2012: 118). Hizmetlerin maddi bir varlığı olmamakla birlikte, ekonomik değer taşıdığı ve piyasada işlem gördüğü belirtilir. Örneğin, eğitim, sağlık, ulaşım ve finansal danışmanlık gibi hizmetler, bireylerin ve toplumların yaşam kalitesini artıran önemli unsurlar arasında yer alır.

#### - **Fayda**

Bir bireyin bir mal veya hizmeti tükettiğinde elde ettiği tatmin veya mutluluk düzeyini ifade eder. Ekonomistler, faydayı niceliksel olarak ölçmeye çalışır ve bu süreçte ordinal ve kardinal fayda teorileri kullanılır. Kardinal fayda yaklaşımı, faydanın ölçülebilir olduğunu ve belirli bir sayı ile ifade edilebileceğini varsayar. Buna karşın, ordinal fayda teorisi, tüketicinin sadece tercih sıralaması yapabildiğini, ancak faydanın kesin bir ölçüsünü ifade edemeyeceğini belirtir (Marshall, 1890, s. 78-80; Samuelson, 1947, s. 94-98). Fayda kavramının özellikleri aşağıdaki gibi açıklanabilir:

- Subjektif olma özelliği, fayda kavramı öznel bir kavramdır; yani her bireyin belirli bir mal veya hizmetten elde ettiği tatmin düzeyi kişisel

tercihlerine, zevklerine ve ihtiyaclarına göre değişir. Bu bağlamda, Alfred Marshall'ın "*Principles of Economics*" adlı eserinde faydanın subjektif olduğuna dikkat çekilir. Marshall'a göre, bir malın bireye sağladığı fayda, onun o malı ne kadar istediği ve ihtiyaç duyduğuna bağlıdır. Dolayısıyla, farklı bireyler aynı maldan farklı düzeylerde fayda elde edebilir (Marshall, 1890, s. 84-85).

- Azalan marjinal fayda ilkesi, bir maldan daha fazla tüketildikçe her ek birimden elde edilen faydanın azaldığını ifade eder. Yani bir tüketici, bir maldan ne kadar çok tüketirse, son tükettiği birimden elde ettiği fayda o kadar düşük olur. Bu prensip, Alfred Marshall tarafından "*Principles of Economics*" te tanımlanmıştır. Marshall'a göre, bu ilke tüketici kararlarının ve mal talebinin anlaşılmasında temel bir rol oynar. Örneğin, bir bardak su ilk başta çok değerli olabilir; ancak kişi daha fazla su içtikçe, her yeni bardak daha az fayda sağlar (Marshall, 1890, s. 89-91).

#### - Üretim Faktörleri

Üretim faktörleri bir ekonomide mal ve hizmet üretiminde kullanılan temel girdileri ifade eder. Klasik ekonomi teorisine göre, üretim faktörleri dört ana grupta toplanır: doğal kaynaklar (toprak), emek, sermaye ve girişimcilik. Bu faktörler, üretim sürecinin temel taşlarını oluşturur ve her biri ekonomik faaliyetlerin etkinliğini ve büyümesini etkileyen kritik unsurlardır. Doğal kaynaklar, ekonomi literatüründe genellikle toprak kavramı ile eş anlamlı kullanılır. Doğal kaynaklar, tarım, madencilik, enerji ve diğer doğal süreçlerle ilgili girdileri içerir. Zeynel Dinler, *İktisada Giriş* adlı eserinde toprağı, doğal kaynaklar olarak tanımlamış ve bu kaynakların sınırlı olduğunu vurgulamıştır. Toprak, yenilenebilir ve yenilenemez doğal kaynakları kapsar. Dinler, doğal kaynakların, ekonomik faaliyetlerde üretim için gerekli temel girdiler olduğunu ve bu kaynakların etkin kullanımının ekonominin sürdürülebilirliği açısından önemli olduğunu belirtir (Dinler, 2017, s. 67-68). Emek, üretim sürecine katkı sağlayan insan çabasıdır. Emek, fiziksel ve zihinsel olmak üzere iki ana bileşenden oluşur. İlker Parasız, *İktisada Giriş* adlı çalışmasında, emeği "üretim sürecinde kullanılan insan gücü" olarak tanımlamış ve bu gücün üretim üzerinde belirleyici bir etkisi olduğunu vurgulamıştır. Emek, bir mal ya da hizmet üretirken harcanan çaba anlamına gelir ve ekonomik büyüme açısından kritik bir rol oynar. Parasız, emeğin kalitesinin eğitime, becerilere ve iş gücü piyasasının etkinliğine bağlı olduğunu belirtmiştir (Parasız, 2012, s. 92-93). Ayrıca, emek arzı ve verimlilik düzeyleri de üretimin genel performansını etkiler. Sermaye, fiziksel sermaye ve finansal sermaye olmak üzere iki ana kategoride

ele alınır. Zeynel Dinler, sermayeyi “üretim sürecine katkı sağlayan insan yapımı araçlar, makineler, binalar ve diğer fiziksel varlıklar” olarak tanımlar. Sermaye, üretim süreçlerinde kullanılarak mal ve hizmet üretiminde verimliliği artıran faktördür. Dinler, sermayenin ekonomik büyümenin motoru olduğunu ve gelişmiş sermaye stoklarının üretkenliği artırdığını vurgular (Dinler, 2017, s. 74-76). Girişimcilik, diğer üretim faktörlerini bir araya getirerek üretim sürecini organize eden ve yönlendiren faktördür. Girişimciler, risk alarak üretim faaliyetlerini başlatır ve ekonomide yenilikleri hayata geçirirler. Zeynel Dinler, girişimciliği “üretim faktörlerini bir araya getirip yeni üretim süreçlerini başlatan, risk alan ve karar veren kişiler” olarak tanımlamıştır (Dinler, 2017, s. 78). Girişimcilerin yenilikçi yaklaşımları ve risk alma kapasiteleri, ekonomik büyüme ve iş fırsatlarının yaratılmasında önemli bir rol oynar.

#### - **Gelir**

Bir kişinin belirli bir dönemde, serveti değişmemek kaydıyla tüketebileceği mal ve hizmetlerin toplamına denir (Özateşler, 2000: 53; Çeken, 2016: 4). Ancak kişiler tarafından belli bir dönemde elde edilen bütün paralar gelir olarak sayılmamaktadır. Örneğin kişi sahip olduğu ev, araba veya hisse senedi satarak elde ettiği paralar gelir olarak sayılmamaktadır. Dolayısıyla gelir elde edilirken servetin değişmemesi gerekmektedir.

#### - **Tüketim**

Faydalı mal ve hizmetlerin kişilerin ihtiyaçlarının giderilmesi amacıyla kullanılmasına denir (Gürkan 2001: 7).

#### - **Değer**

Bir malın başka mallarla değiştirebilme özelliğini göstermektedir. Değişim değerinin anlamı, mallar arasında göreceli yarar ve kıtlığa göre oluşan bir orandır (Çeken, 2016: 7).

#### - **Servet**

İnsanların belirli bir zamanda var olan mallar toplamıdır. Servet kavramı ekonomide, ihtiyaçların doğrudan veya dolaylı olarak giderilmesine yarayan mülkiyet konusu olan ekonomik mal stoğuna denmektedir (Özateşler, 2000: 51).

#### - **Tasarruf**

Harcanabilir gelirin tüketilmeyen kısmına denir (Dinler, 2004: 333).

### - **İkame**

İkame, ekonomi literatüründe, bir mal veya hizmetin yerine başka bir mal ya da hizmetin kullanılması anlamına gelir. Tüketiciler, fiyatı artan bir ürünü satın almak yerine benzer niteliklere sahip daha ucuz bir alternatifi tercih edebilirler. Bu durum, ikame etkisi olarak adlandırılır. İkame malları, benzer fonksiyonları yerine getirebilen ve tüketicilerin aynı ihtiyacını karşılayabilen ürünlerdir. İkame malına olan talep, asıl ürünün fiyatı arttığında genellikle artar (Mankiw, 2020: 72).

### - **Fırsat Maliyeti**

Bir karar verildiğinde vazgeçilen en iyi alternatifin değeridir. Yani, sınırlı kaynaklar (zaman, para, emek vb.) kullanılırken yapılan tercihler sonucu, seçilmeyen diğer seçeneklerin getireceği kazanç veya faydadan vazgeçilmiş olunur. Fırsat maliyeti, özellikle ekonomik kararların değerlendirilmesinde kritik bir kavramdır çünkü kaynaklar kıttır ve her seçim, bir başka seçeneğin feda edilmesini gerektirir. Örneğin, bir kişi boş zamanında çalışmak yerine tatil yapmayı tercih ettiğinde, tatil için harcadığı zamanın alternatif maliyeti, o sürede çalışarak kazanabileceği gelirdir. Benzer şekilde, bir şirket, sermayesini yeni bir projeye yatırmayı seçtiğinde, bu yatırımın fırsat maliyeti, o paranın başka bir projede sağlayabileceği potansiyel getiridir. (Mankiw, 2020: 5; Krugman & Wells, 2018: 22). Fırsat maliyeti, sınırlı kaynakların en verimli şekilde kullanılmasını sağlamaya yönelik bir rehber niteliğindedir.

### - **Çarpan Etkisi**

Çarpan etkisi bir ekonomide yapılan harcamaların toplam ekonomik aktiviteyi nasıl artırdığına ilişkin bir kavramdır. Çarpan etkisi, özellikle kamu harcamaları veya yatırımlar gibi dışsal bir harcama yapıldığında ortaya çıkmaktadır. Bu harcama, ilgili sektörde gelir artışına yol açar ve bu artış, harcama yapan kişi veya işletmelerin daha fazla mal ve hizmet satın almasına neden olmaktadır. Böylece, başlangıçta yapılan harcama, ekonomide daha geniş bir etki yaratır (Keynes, 1936: 123; Mankiw, 2020: 256). Çarpan etkisi, çarpan katsayısı (multiplier) ile ölçülmektedir. Çarpan katsayısı, başlangıçtaki harcamanın toplam ekonomik aktiviteye etkisini gösterir. Örneğin, bir yatırımın çarpan katsayısının 2 olduğunu varsayarsak, bu durumda yapılan her 1 birimlik harcama, toplamda 2 birimlik bir ekonomik etkinin oluşmasına neden olacaktır (Friedman, 1968: 45). Bir örnek vermek gerekirse, bir tatil beldesinde büyük bir müzik festivalinin düzenlenmesi düşünelim. Bu festival, bölgeye gelen binlerce turisti çekebilir. Harcamalara bakıldığında turistler, festival biletleri, konaklama, yiyecek, içecek ve hediyelik eşya gibi birçok alanda harcama yaparlar. Bu harcamalar, direkt olarak yerel

otel, restoran ve dükkân sahiplerinin gelirlerini arttırmaktadır. Çarpan Etkisi de Festival nedeniyle otel doluluk oranları artar. Otel sahipleri, personel sayısını artırmak veya çalışanların maaşlarını yükseltmek zorunda kalabilir. Otel çalışanları, daha fazla gelir elde ettiklerinden, kendi harcamalarını artırabilir ve bu da yerel ekonomideki döngüyü devam ettirir.

#### - **Enflasyon**

Enflasyon, genel fiyat seviyesinin sürekli ve belirgin bir şekilde yükselmesi olarak tanımlanır. Bu süreç, bir ülkenin ekonomisindeki mal ve hizmetlerin fiyatlarının artması sonucunda para biriminin alım gücünün azalmasına yol açar. Enflasyonun ana sebepleri arasında talep ve maliyet baskıları, para arzındaki artış, arz-talep dengesizlikleri ve dış ticaret açıkları sayılabilir (Mankiw, 2020: 92).

#### - **Enflasyonist Baskı**

Enflasyonist baskı, enflasyonun yükselme potansiyeline sahip ekonomik koşulların bir araya gelmesiyle ortaya çıkar. Bu baskılar, talep yönlü ya da maliyet yönlü olabilir. Talep yönlü baskı, tüketim ve yatırım harcamalarının artmasıyla oluşan talep fazlası sonucu ortaya çıkarken; maliyet yönlü baskı, üretim maliyetlerinin artışının fiyatlara yansmasıyla meydana gelir (Blanchard & Johnson, 2017: 135).

#### - **Milli Gelir**

Bu kavram bir yılda üretilen mal ve hizmetlerinin net değerini ifade etmektedir (Unay, 1993: 20). Bu kavram, bir ülkenin ekonomik büyüklüğünü ve refah seviyesini ölçmek için kritik bir göstergedir. Milli gelir, genel olarak Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH) ve Gayrisafi Milli Hasıla (GSMH) olmak üzere iki temel ölçüt üzerinden hesaplanır.

#### - **Gayrisafi Milli Hasıla (GSMH)**

GSMH, bir ülkenin belirli bir dönemde, içindeki ve dışındaki ekonomik faaliyetler sonucu üretilen mal ve hizmetlerin toplam değeridir. GSMH, yurtdışındaki yerli işletmeler ve bireylerin ürettiği mal ve hizmetleri de kapsayarak, ülkenin toplam ekonomik performansını ölçer. Örneğin, Türkiye'nin yurtdışındaki inşaat projelerinden elde edilen gelirler, GSMH hesaplamasına dahil edilir (Dinler, 2020: 45).

#### - **Gayrisafi Yurtiçi Hasıla (GSYH)**

GSYH bir ülkenin sınırları içinde belirli bir dönemde üretilen mal ve hizmetlerin toplam değeridir. GSYH, sadece ülke içinde gerçekleştirilen ekonomik faaliyetleri içerir. Dolayısıyla, GSYH hesaplamasında yurtdışındaki

Türk işletmelerin veya vatandaşların faaliyetleri dikkate alınmaz. GSYH, genellikle ekonomik büyüme oranını ölçmek için kullanılır ve bir ülkenin ekonomik sağlığının önemli bir göstergesidir (Dinler, 2018: 78).

### **Turizmin Moneter (Parasal) Karakterli Ekonomik Etkileri**

Turizmin ülke ekonomilerindeki kalitatif ölçülerle ifade edilebilen monetarist etkileri, bir ekonomideki döviz girdisi, faiz oranları, enflasyon, dış ödemeler dengesi, GSMH etkisi gibi parasal değişkenler üzerindeki etkileri kapsamaktadır. Türkiye gibi turizmin önemli bir gelir kaynağı olduğu ülkelerde, turizmin monetarist etkileri ülke ekonomisinin makroekonomik dengelerini doğrudan etkilemektedir. Ayrıca, turizm sektörü, gençler için kariyer yönetimi alanında gönüllü deneyimler, staj imkanları ve iş fırsatları sunarak sektöre nitelikli iş gücü kazandırmakta ve böylece sektörün rekabet gücünü artırmaktadır (Gündüz, 2023). Aşağıda bu etkiler açıklanmaktadır.

#### **Döviz Girişi Üzerindeki Etkiler**

Turizm, özellikle yabancı turistlerin ülkeye getirdiği dövizler sayesinde döviz arzını artırarak ülkenin döviz kurlarında istikrar sağlamaya katkıda bulunur. Turizm gelirlerinin artması, yerel para birimine olan talebi artırabilir ve böylece döviz kurlarının aşırı değer kaybetmesinin önüne geçilebilir. Türkiye’de turizmden elde edilen döviz girdileri, cari açığın kapanmasında ve döviz rezervlerinin artmasında önemli bir rol oynamaktadır (WITTC, 2022). Örneğin 2023 yılı TÜİK raporlarına göre Türkiye’nin turizm geliri 54,3 milyar dolar olmuştur. Bu döviz girişleri, Türk Lirası’nın istikrarını desteklemekte ve yerel para biriminin aşırı değer kaybetmesinin önüne geçmektedir. Ayrıca, yapay zekâ gibi teknolojik yeniliklerin iş yönetim süreçlerine entegrasyonu da bu tür ekonomik etkilerin yönetiminde stratejik avantajlar sunarak turizm ve diğer sektörlerde verimliliği artırmaktadır (Gündüz, 2024).

#### **Faiz Oranları Üzerindeki Etkiler**

Turizmin sağladığı döviz gelirleri, merkez bankalarının faiz politikalarını da etkileyebilir. Döviz rezervlerinin artması, bir ülkenin faiz oranlarını daha düşük seviyelerde tutmasına olanak tanır. Çünkü yüksek döviz rezervleri, dış finansman ihtiyacını azaltır ve böylece merkez bankaları daha esnek bir para politikası izleyebilir. Türkiye gibi döviz ihtiyacı yüksek olan ülkelerde turizm gelirleri, faiz oranlarının kontrol edilmesinde ve enflasyonla mücadelede yardımcı olabilmektedir.



## Enflasyon Üzerindeki Etkiler

Turizm gelirleri, talep yönlü enflasyonu etkileyebilir. Turizmin yoğun olduğu dönemlerde (özellikle yaz aylarında), ülkede mal ve hizmetlere olan talep artar. Artan talep, fiyatlar üzerinde yukarı yönlü bir baskı oluşturabilir ve enflasyonu tetikleyebilir. Ancak, turizmin sağladığı döviz girdileri aynı zamanda ithalatı finanse ederek, ithal edilen mal ve hizmetlerin fiyatlarını düşürebilir. Bu denge, enflasyonist baskıların azaltılmasına katkı sağlar (Blanchard & Johnson, 2017: 223). Örneğin, Türkiye’de turizmin yoğun olduğu yaz aylarında hizmet sektörüne olan talep artışı, özellikle konaklama ve ulaştırma gibi alanlarda fiyatları artırabilir. Ancak turizmin getirdiği döviz, ithal ürünlerin maliyetini dengeleyerek genel fiyat artışını sınırlayabilmektedir.

Bu olumlu etkinin yanında turistik mal ve hizmetleri ile birlikte diğer sektörlerdeki fiyat artışlarına da sebep olabilmektedir. Bu durum da bölgede enflasyonist baskıya neden olmakta ve bu durum sezonluk ya da uzun süreli de yaşanabilmektedir. Ayrıca turizmin gelişmesi sonucunda enflasyonist etkileri farklı alanlarda da yaşanabilmektedir. Gelişen bir ekonomide uluslararası turizmin gelişmesine bağlı olarak ortaya çıkan turizm talebi, hem ithal mallar talebinde hem de yerel ürün ve üretim faktörleri talebinde bir artış yaratmaktadır. Bu talep artışı üretim faktörleri maliyetlerinin artmasına neden olduğu gibi alınan turistik yatırım kararları ile yatırımın gerçekleşmesi arasındaki sürede fiyat artışlarına da neden olmaktadır. Örneğin turizmin geliştiği bölgelerde toprağa olan talebi arttır ve arazi fiyatları gerektiğinden fazla yükselerek enflasyonu tetiklemektedir (İçöz, 2005: 288). Bunun sonucunda arazi alanlarının dalması hem tarımsal ürünlerin azalmasına neden olduğu gibi hem de konut için arazi alımını da yüksek fiyattan güçleştirmektedir (Çeken, 2014: 155).

## Dış Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkiler

Bu etki özellikle gelişmekte olan ekonomiler için kritik bir rol oynamaktadır. Dış ödemeler dengesi, bir ülkenin mal ve hizmet ticareti ile dış finansman işlemlerini kapsayan ve bir ülkenin uluslararası ekonomik ilişkilerinin kaydedildiği kapsamlı bir hesap sistemidir. Turizm sektörü, özellikle hizmet ihracatı yoluyla ülkeye döviz kazandırarak bu dengeye doğrudan katkı sağlamaktadır. Türkiye gibi turizm gelirlerine büyük oranda bağımlı ülkelerde turizmin dış ödemeler dengesine etkisi, cari açık gibi makroekonomik sorunların çözümünde önemli bir bileşen olarak görülmektedir.

Uluslararası turizmle bağılı olarak aktif dış turizm gelirleri ile pasif dış turizm giderleri ödemeler dengesinde yer almaktadır. Aktif dış turizm ülkeye döviz arzını artırır ve ödemeler dengesi üzerinde olumlu etki eder. Pasif dış turizm ise bir ülkeden döviz çıkışına neden olmakta ve ödemeler dengesine olumsuz etki etmektedir (Çeken 2016: 125-126).

Tablo 1'e göre Türkiye'de 2010 yılında turizm gelirlerinin ihracattaki payı %21,9 iken, turizm giderlerinin ithalattaki payı %3,2'dir. 2022 yılında turizm gelirlerinin ihracattaki payı %18,2 ve turizm giderlerinin ithalattaki payı %1,2'dir. Bu verilerden turizm gelirlerinin ihracat gelirlerinin içinde çok önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir.

**Tablo 1: Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderleri Oranı (2010-2022)**

(Milyon \$)						
YILLAR	İHRACAT RAKAMLARI	TURİZM GELİRLERİ	TURİZM GELİRLERİNİN İHRACATA ORANI (%)	İTHALAT GİDERLERİ	TURİZM GİDERLERİ	TURİZM GİDERLERİNİN İTHALATA ORANI (%)
2010	113.883,2	24.931,0	21,9	185.544,3	5.874,5	3,2
2011	134.906,9	28.115,7	20,8	240.841,7	5.531,5	2,3
2012	152.478,5	29.351,4	19,2	236.545,1	4.593,4	1,9
2013	161.480,9	33.073,5	20,5	260.822,8	5.253,5	2,0
2014	166.504,8	35.137,9	21,1	251.142,4	5.470,4	2,2
2015	150.982,1	32.492,2	21,5	213.619,2	5.698,4	2,7
2016	149.246,9	22.839,4	15,3	202.189,2	5.049,7	2,5
2017	164.494,6	27.044,5	16,4	238.715,1	5.137,2	2,2
2018	177.168,7	30.545,9	17,2	231.152,4	4.896,3	2,1
2019	180.832,7	38.930,4	21,5	210.345,2	4.403,6	2,1
2020	169.637,7	14.817,2	8,7	219.516,8	1.104,5	0,5
2021	225.214,4	30.173,5	13,4	271.425,5	1.851,9	0,7
2022	254.191,5	46.284,9	18,2	363.710,5	4.276,5	1,2

*Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı. Turizm İstatistikleri, 2022.*

Tablo 2'ye göre turizm gelirleri Türkiye dış ticaret açığının büyük bir bölümünü karşılamaktadır. Turizm gelirlerinin dış ticareti kapama payı 2013 yılında %32,25, 2015 yılında %49,73, 2017 yılında ise %34,25'tir.

**Tablo 2: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapama Payı**

YILLAR	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	TURİZM GELİRLERİ	TURİZM GELİRLERİNİN DTA KAPSAMA PAYI (%)
2013	99.858.613	32.308.991	32,35
2014	84.508.918	34.305.903	40,59
2015	63.268.398	31.464.777	49,73
2016	55.995.686	22.107.440	39,48
2017	76.736.291	26.283.656	34,25

**Kaynak:** TÜRSAB (2020 Nisan) <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/dis-ticaret-aciklarinin-kapatmada-payi>. Erişim Tarihi: 27.10.2024

Dış turizm bilançosu, bir ülkenin diğer ülkelerle olan uluslararası turizm ilişkilerinden doğan döviz hareketlerini yıllık olarak ifade eden bilançodur. Söz konusu bilanço dar ve geniş anlamda düşünülebilir. Dar anlamda dış turizm bilançosu sadece turistlerin hareketlerinden doğan döviz transferlerini ifade eder. Ülkeye gelen turistlerin yapmış oldukları her türlü harcamalar dış turizm bilançosunun aktifinde, yurtdışına çıkan ülke vatandaşların seyahatleri esnasında yapmış oldukları harcamalar ise dış turizm bilançosunun pasifinde yer alır. Geniş anlamda dış turizm bilançosu ise, turizme ilişkin işlemlerden doğan tüm döviz transferlerini kapsar (Olalı ve Timur, 1988: 94). Bir ülkenin uluslararası turizm hareketlerine bağlı olarak geniş anlamda dış turizm bilançosunun hem aktifinde hem de pasifinde yer alabilecek kalemler hakkında fikir vermek amacıyla **Tablo.1** aşağıdaki gibi hazırlanmıştır.

**Tablo 3: Dış Turizm Bilançosu**

Borç (Döviz Çıktıları) (-) Pasif İŞLEMLER	Alacak (Döviz Girdileri) (+) Aktif İŞLEMLER
-Ülke sakinlerinin dış ülkelerdeki konaklama giderleri	-Yabancı turistlerin konaklama harcamaları
-Ülke sakinlerinin dış seyahatlerde yabancı ulaştırma işletmelerine yaptıkları ödemeler	-Turistlerin ulaştırma işletmelerine yaptığı ödemeler
-Ülke sakinlerinin yurtdışında yeme-içme ödemeleri	-Turistlerin yeme-içme için yaptığı ödemeler
-Turistik tüketim malları Dışsatımı	-Turistik tüketim malları dışsatımı
-Turistik yatırım amacıyla yurtdışına çıkan sermaye	-Turistik yatırım amacıyla gelen yabancı sermaye
-Yabancı turizm yatırımlarının kendi ülkelere kar transferi	-Dış ülkelerdeki turizm yatırımlarından kar transferi
-Yabancı ülkelerde kiralanan turizm amaçlı tesislerin kira ödemeleri	-Yabancılara kiralanan turizm tesislerinin kira gelirleri

-Yurtdışında eğitilen turizm personelinin eğitim ve diğer giderleri	-Yurt içinde eğitilen yabancı turizm personelinin eğitim ödemeleri ve diğer harcamaları
-Dış ülkelerde yapılan turist amaçlı reklam ve tanıtma giderleri	-Yabancıların yaptıkları turizm amaçlı reklam ve tanıtma harcamaları
-Yabancı turizm işletmelerine yapılan komisyon ödemeleri	-Yabancı turizm işletmelerinden alınan komisyonlar
-Dış ülkelerde açılan ulusal turizm ve tanıtma bürolarının tüm giderleri	-Dış ülkelerin ulusal turizm ve tanıtma bürolarının yaptığı tüm harcamalar
-Dış ülkelerde yerli işletmelerin büro giderleri	-Yabancı seyahat bürolarının giderleri
-Ülke sakinlerinin dış ülkelerdeki banka ve turizm sigorta işletmelerine yaptığı çeşitli komisyon ve prim ödemeleri	-Yabancıların ulusal banka ve sigorta kuruluşlarına yaptıkları komisyon ve prim ödemeleri
-Ülke sakinlerinin dış ülkelerde rehberlik hizmetleri için yaptığı ödemeler	-Yabancıların rehberlik hizmetleri için yaptığı ödemeler
-Ülke sakinlerinin yurt dışında eğlence yerlerinde yaptığı harcamalar	-Turistlerin eğlence yerlerindeki harcamaları
-Ülke sakinlerinin yurt dışında park, müze ve benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri	-Turistlerin park, müze benzeri yerler için ödedikleri giriş ücretleri
-Diğer döviz çıktıları	-Diğer döviz girdileri
Alacak Bakiyesi = Fazlalık	Borç Bakiyesi = Açık

*Kaynak: Erdoğan, 1995: 219; Çeken, 2016: 126-127.*

Bir ülkenin dış turizm bilançosu yıllık olarak düzenlendiğinde üç durum söz konusu olabilir (Olalı ve Timur 1988: 94; Çeken, 2016: 127):

**1. Denk Dış Turizm Bilançosu:** Dış turizm bilançosunun denk olması, bir yıl içinde uluslararası turizm hareketlerinden doğan döviz giriş ve çıkışları yani aktif ve pasiflerin eşitliğini ifade etmektedir. Böyle bir durumda turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi nötürdür.

**2. Aktif Dış Turizm Bilançosu:** Uluslararası turizm hareketleri sonucunda ülkeye giren dövizin, ülkeden çıkan dövizden fazla olduğunu gösterir. Böyle bir durumda turizm hareketlerinden ortaya çıkan döviz arziyle ülkenin ödemeler bilançosu açıklarının kapatılmasında turizmin rolü ve önemi ortaya çıkmaktadır. Ödemeler bilançosu açığı olan ülkeler için arzu edilen bir durumdur.

**3. Pasif Dış Turizm Bilançosu:** Uluslararası turizm hareketlerine bağlı olarak ülke vatandaşın turizm amaçlı yurtdışına çıkması sonucunda döviz çıkışının döviz girişinden fazla olmasıdır. Bu da turist gönderen ülkenin ödemeler bilançosunu olumsuz yönde etkilediği için arzulan bir durum değildir. Bunun için eğer açık çok ise, buna yönelik bir takım kısıtlamalar

alınabilmektedir. Örneğin, yurtdışı çıkışları kısıtlanabileceği gibi yurt dışına çıkışlarda vergi koyulması gibi farklı uygulamalara da gidilebilir.

### Milli Gelir Üzerindeki Etkiler

MG bir ülkenin belirli bir dönem (genellikle bir yıl) içinde ürettiği tüm mal ve hizmetlerin toplam parasal değeridir. Bu değer, ekonominin büyüklüğünü ölçen önemli bir göstergedir ve halkın refah seviyesini yansıtmaktadır (Çeken, 2016). Turistik tüketim harcamalarının yarattığı gelir etkisi yanında, bu harcamaları gelir olarak elde eden çeşitli birimlerin çeşitli nedenlerle yaptıkları harcamalar, ülke ekonomisi içinde devir ederek yeni gelirlerin yaratılmasına neden olur. Bu mekanizmanın işlenmesi ile ortaya çıkan nihai turizm geliri yabancı turistlerin yapmış oldukları turistik mal ve hizmetler harcamasından oldukça yüksektir (Olalı, 1988: 107).

*Tablo 4: Dış Turizm Çoğaltanına Dair Bir Örnek*

	Dış Turizm Gelirleri Artışı dTX	Milli Gelir Artışı dY	Tüketim Artışı dc	Tasarruf Artışı dS
1.	100	100	60	40
2.		60	36	24
3.		36	22	14
4.		22	13	9
5.		13	8	5
6.		8	5	3
7.		5	3	2
	TOPLAM	244	147	97

*Kaynak: Çeken, 2016: 132.*

Çeken, 2016'ya göre bir ekonomide, dış turizm gelirindeki artışın milli gelir seviyesindeki neden olduğu bu artışlar, zincirleme olarak ve gittikçe düşülerek devam eder. Örneğin Tablo 2'de 7. aşamada milli gelirdeki artış 5'tir. Dış turizm sayesinde milli gelirden meydana gelen artış yani 1. aşamadan 7. aşamaya kadarki artış 244'tür. Eğer biz bu artışı 50. aşamaya kadar hesaplasaydık, bunun 250'ye yaklaştığını görecektik. O halde, örneğimizdeki dış turizm çoğaltan katsayısının değeri ( $250/100 = 2,5$ ) olacaktır. Yani dış turizm seviyesinde elde edilen turizm gelirindeki bir birimlik artış, milli gelirden 2,5 birimlik bir artışa sebep olmaktadır.

Dış turizm, Türkiye'nin döviz rezervlerinin artmasında önemli bir kaynak teşkil eder. Özellikle yabancı turistlerden elde edilen gelirler, ülkenin döviz

ihtiyacını karşılamada kritik rol oynar. Bu durum, cari açığın dengelenmesine yardımcı olur. Örneğin, Türkiye’de Pandemi öncesi turizmin ekonomiye %11 oranında katkı sağlarken Pandemi sonrası bu oran %54,2 azalışla %5’e düşmüştür. Turizm sektörü gelirinin Türkiye GSYİH içindeki payı 2019 yılı itibariyle %4,6’dır (TÜRSAB, 2020). 2023 yılında Türkiye’nin turizm geliri, geçen yıl bir önceki yıla kıyasla yüzde 16,9 artarak 54 milyar 315 milyon 542 bin dolara çıkmıştır. Bu gelirlerinin yaklaşık %5,2’si milli gelirin bir parçasını oluşturmuş ve ekonominin genel dengesine önemli bir katkı sağlamıştır.

İç Fiyatlar, Bir ülkede uluslararası turizmin ve iç turizmin gelişmesi sonucunda hem ithal malları talebinde hem de bölgesel ve yöresel ürün ve üretim faktörleri talebinde bir artış oluşturur. Çünkü turizm talebine bağlı olarak toplam talepte bir artış meydana geldiği için turistik mal ve hizmetlere karşı ciddi bir talep artışı olacaktır. Bu talep artışı, üretim faktörlerinin maliyetlerinin artmasına neden olduğu gibi, artan bu talebi karşılamak amacıyla alınan yatırım kararları ile yatırımın fiilen gerçekleşmesi arasında geçecek sürede artan talebin neden olduğu fiyat artışlarına neden olacaktır (Olah, 1988: 137).

## **Sonuç**

Turizm sektörü, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik performansları üzerinde çok yönlü ve geniş kapsamlı etkiler yaratan bir dinamiktir. Özellikle Türkiye gibi turizme dayalı ekonomilerde, bu sektörün ekonomik büyümeye, istihdama, dış ödemeler dengesine ve bölgesel kalkınmaya katkıları büyük öneme sahiptir. Turizm, doğrudan ve dolaylı yollardan GSYİH’ya katkıda bulunarak ülke ekonomisinin sürdürülebilirliğine destek olurken, aynı zamanda döviz girdisi sağlayarak makroekonomik istikrarın korunmasında stratejik bir rol oynar.

Ekonomik büyüme üzerindeki etkisi, çarpan etkisi yoluyla genişleyen talep zinciriyle üretim ve istihdamda yarattığı artışa dayanır. Aynı zamanda turizm, döviz kazandırıcı bir faaliyet olarak cari açığın kapanmasına, döviz rezervlerinin artırılmasına ve ithalatın finanse edilmesine katkıda bulunur. Bu bağlamda, turizm sektörünün döviz girdileri, yerel para biriminin istikrarına olumlu etkiler sağlamakta ve Türkiye gibi döviz açığı yaşayan ülkelerde ekonomik kırılganlığı azaltmaktadır.

Bölgesel kalkınma açısından bakıldığında, turizmin kırsal ve az gelişmiş bölgelerde yeni yatırım fırsatları yaratması, altyapı geliştirmeleri ve yerel iş gücü talebi oluşturması, ekonomik kalkınmayı hızlandıran önemli bir

faktördür. Ayrıca, turizmin yarattığı iş imkanları, özellikle genç nüfusun işgücüne katılımını artırarak toplumsal refah düzeyine de katkıda bulunur.

Turizmin ekonomiye sağladığı bu katkılar göz önüne alındığında, sektöre yönelik kamu politikalarının sürdürülebilirlik ve yenilikçilik çerçevesinde şekillendirilmesi, ekonominin daha dirençli ve kapsayıcı bir büyüme süreci yaşamasını destekleyecektir. Bu doğrultuda, altyapı yatırımlarının artırılması, çevreye duyarlı turizm modellerinin geliştirilmesi ve turizm gelirlerinin ekonomik olarak daha geniş kitlelere yayılmasını sağlayacak politikaların benimsenmesi, turizm sektörünün uzun vadeli ekonomik kalkınmadaki stratejik rolünü güçlendirecektir. Benzer şekilde, mesleki eğitimde toplam kalite yönetimi uygulamaları, turizm gibi hizmet sektörlerinde verimliliği artırarak ekonomik kalkınmaya katkıda bulunmaktadır (Gündüz ve Gündüz, 2017).

Sonuç olarak, turizmin sadece bir hizmet sektörü olmanın ötesinde, ekonomik istikrar ve kalkınma hedeflerine ulaşmada kilit bir unsur olduğu net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, turizmin ekonomik etkilerinin geniş kapsamlı olarak ele alınması ve sektörün sürdürülebilir kalkınma hedeflerine entegrasyonu, ekonomik ve sosyal gelişme için önemli fırsatlar sunmaktadır.

## Kaynakça

- Baysal, K., Özgürel, G., & Çeken, H. (2016). Aydın yöresindeki yerel etkinliklerin kırsal turizm açısından değerlendirilmesi. *International Journal of Social and Economic Sciences*, 6 (1), 100-108.
- Blanchard, O., & Johnson, D. (2017). *Macroeconomics*. Pearson Education.
- Çeken, H. (2014). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Çeken, H. (2016). *Turizm Ekonomisi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Dinler, Z. (2004). *İktisada Giriş*. Ekin Yayınevi, Bursa.
- Dinler, Z. (2017). *İktisada Giriş*. Ekin Kitabevi.
- Dinler, Z. (2018). *Mali İstikrar ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Örneği*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Dinler, Z. (2020). *Ekonomi Teorileri ve Politika Analizi*. İstanbul: Ekinoks Yayınları.
- Erdoğan, H. (1995). *Ekonomik sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm*, Uludağ Üniversitesi Yayınları, Bursa.
- Friedman, M. (1968). "The Role of Monetary Policy." *American Economic Review*, 58(1), 1-17.
- Gündüz, C., & Gündüz, S. (2017). Mesleki Eğitimde Toplam Kalite Yönetimi ve Verimlilik: Niksar Mesleki Eğitim Merkezi Üzerine Bir Uygulama. *Sosyal Bilimler Dergisi/The Journal of Social Science*, 4(11), 925-940.
- Gündüz, S. (2023). Kariyer yönetimi: Turizm sektöründe gönüllü deneyimler, stajlar ve iş fırsatları. In C. Gündüz (Ed.), *Deneyimsel turizmde yenilikçi uygulamalar* (s. 197-209). Eğitim Yayınevi.
- Gündüz, S. (2024). A Comparative Research on Artificial Intelligence-Driven Transformations in Business Management: Strategic Applications in Finance, Tourism, Healthcare, Retail, and Manufacturing Sectors. *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*, 7(4).
- Gürkan, Ö. (2000). *İktisada Giriş*. Atilla Kitabevi, Ankara.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi*. Turhan Kitabevi, Ankara.
- Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Interest, and Money*. Macmillan.
- Krugman, P., & Wells, R. (2018). *Economics*. Worth Publishers.
- Mankiw, N. G. (2020). *Principles of Economics*. Cengage Learning.
- Marshall, A. (1890). *Principles of Economics*. Macmillan, s. 78-80.
- Olalı, H. & Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*, Ofis Ticaret Matbaacılık Sti, İzmir.
- Özateşler, M. (2000). *Ekonomi Bilimi I*. İlkem Ofset, İzmir.
- Parasız, İ., M. (1996). *İktisadın A B C'si*. Ezgi Kitabevi 2. Baskı, Bursa.



- Parasız, İ., M. (2007). İktisadın A B C'si. Ezgi Kitabevi 10. Baskı, Bursa.
- Parasız, İ. (2012). *Para Teorisi ve Politikası*. Ezgi Kitabevi.
- Samuelson, P. A. (1947). *Foundations of Economic Analysis*. Harvard University Press, s. 94-98.
- Türsab. (2020). Turizm gelirleri. Ankara: Türsab. (E.T.: 03.09.2024). <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/icerik/turizm-geliri> Adresinden Faydalanılmıştır.
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2022). *Economic Impact Reports*.
- Yağcı, Ö. (2003). Turizm Ekonomisi. Detay yayıncılık, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2022). Turizm İstatistikleri, 2022.