

1990-2015 yılları arasında Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm hareketlerindeki değişim

Changing of the international tourism movements towards Turkey, for the years 1990 and 2015

Ayşe Okuyucu^{*a} Mehmet Somuncu^b

^a Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Bilecik.

^b Ankara Üniversitesi, Dil, Tarih ve Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü, Ankara.

BİLGİ / INFO

Geliş/Received: 09.01.2018

Kabul/Accepted: 03.07.2018

Anahtar Kelimeler:

Uluslararası turizm hareketi
 Türkiye'de turizm
 Türkiye

Keywords:

International tourism movement
 Tourism in Turkey
 Turkey

*Sorumlu yazar/Corresponding author:

(A. Okuyucu)
 ayse.okuyucu@bilecik.edu.tr

DOI: 10.17211/tcd.376358

Atf/Citation:

Okuyucu, A. ve Somuncu, M. (2018). 1990-2015 yılları arasında Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm hareketlerindeki değişim. *Türk Coğrafya Dergisi* (71), 7-13
 DOI:19.17211/tcd.349760.

ÖZ / ABSTRACT

Turizm, insanların boş zaman ve eğlenme amaçlı olarak gerçekleştirdikleri geçici bir yer değiştirme hareketidir. 2016 yılında Dünya genelinde 1.235 milyar kişi uluslararası turizm hareketine katılmıştır. Türkiye uluslararası turist varışlarında ilk on ülke içerisinde yer almaktadır. Bu çalışmada Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm hareketlerinin yapısı; milliyetlere göre uluslararası varışlar, tesise geliş sayısı, geceleme ve ortalama kalış sürelerine göre değerlendirilmiştir. Çalışmada başlıca veri kaynağını Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı, 1990 ve 2015 yıllarına ait sınır giriş çıkış istatistikleri oluşturmaktadır. Bakanlıktan elde edilen veriler; ArcGIS 10.1 yazılımı kullanılarak tematik haritalar oluşturulmuştur. Oluşturulan haritalar, Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm hareketlerinin daha hızlı analiz edilmesine katkı sağlamaktadır. Araştırmanın bulgularına göre; Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin %75'i Avrupalıdır. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçiler içerisinde en başta Almanya, Rusya ve Gürcistan, İran, Bulgaristan gibi sınır komşusu ülkelerden gelen ziyaretçiler dikkat çekmektedir. Tesise geliş sayısı Batı Avrupa ülkelerinden gelenlerde daha yüksektir. Buna karşılık komşu ülkelerden gelen ziyaretçilerin, tesise geliş sayıları daha azdır. Türkiye'de ziyaretçilerin ortalama kalış süresi ise Baltık ülkelerinden gelenlerde en yüksektir.

Tourism is a temporary movement of people to a destination of their choice intended for leisure or recreation. In 2016, 1.235 billion people participated in the international tourism movement around the world. Turkey ranks in the top ten countries in international tourist arrivals. In this study, the structure of the international tourism movement towards Turkey is evaluated according to nationalities, number of arrivals, arrivals to facilities, night spends and average length of stay. The study's main data source is the border entry and exit statistics for the years 1990 and 2015, is published by the Ministry of Culture and Tourism. From the data obtained from the Ministry were created thematic maps, using ArcGIS 10.1 software. The generated maps, has contributed to more rapid analysis of international tourism movement towards Turkey. According to the findings of the research; 75% of visitors, coming to Turkey is the European origin. It is remarked that primarily foreign visitors coming to Turkey is from Germany, Russia and neighboring countries such as Georgia, Iran, Bulgaria. The number of entrances to facilities is higher Western European countries than others. On the other hand the number of entrances to facilities from neighboring countries is relatively low. The average night spends is highest in Baltic countries.

1. Giriş

Turizm mekânları, farklı turistler tarafından deneyimlenmekte ve kullanılmaktadır (Thurnell-Read, 2012). Günümüzde milyonlarca insan dünyayı keşfetmek ve farklı deneyimler yaşamak için kendi ülkelerinden uzaklara seyahat etmektedir. Nitekim 2030'da uluslararası turist sayısının 1.8 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2016). Uluslararası turizmin büyümesi ile birlikte, turizm; döviz üretmede, istihdam yaratmada ve sermayeyi çekmede önemli bir ekonomik araç haline gelmiştir (Telfer, 2002). Nitekim turizm gelirleri Dünya'da 60 ülkede birinci sıradaki ihracat gelirlerini oluşturmaktadır. Ayrıca emek yoğun bir yapısal özelliğe sahip olan turizm endüstrisi, Dünya genelinde doğrudan ve dolaylı olarak 277 milyon kişiye

istihdam sağlamaktadır. Küresel ölçekte çalışan her 11 kişiden 1'i turizm sektöründe iş yapmaktadır (UNWTO, 2015'e atfen Somuncu, 2016). Bu gelişmelerle birlikte turizm, şüphesiz dünyanın en karlı endüstrisi haline gelmektedir ve turizm hükümetler tarafından ekonomik gelişmeyi teşvik etmede etkili bir araç olarak görülmektedir (Su vd., 2016). Bu nedenle turistlerin coğrafi tercihlerinin anlaşılması, yeni stratejiler geliştirilmesi bakımından önem taşımaktadır.

Türkiye'de turizm çekiciliklerinin başında Akdeniz ve Ege'deki kıyı alanlar, antik şehirler, doğal alanlar, halk gelenekleri ve kültürel gelenekler gelmektedir. 1980'lerin ortalarından itibaren Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin sayısında artışlar mey-

dana gelmiştir. Türkiye 2015'te 39.5 milyonluk turist varışları ile küresel turizm endüstrisinde Fransa, ABD, İspanya, Çin ve İtalya'dan sonra altıncı sırada yer almıştır (UNWTO, 2016). Turizm, Türkiye'de kalkınmaya önemli katkılar sağlamıştır. Bu nedenle yatırım planları oluştururken, turizmin küresel pazardaki müşterilerinin iyi bir şekilde analiz edilmesi önem taşımaktadır. Nitekim rekreasyon ve turizm hizmetlerinin pazarlanmasında tüketicilerin sosyo-ekonomik profilinin bilinmesi esastır (Sievänen vd., 2007). Bu nedenle bu çalışmada Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm hareketlerinin yapısının belirlenmesi hedeflenmiştir.

2. Yöntem

Coğrafi Bilgi Sistemi (CBS), mekânsal verileri depolamak, yönetmek, görselleştirmek ve analiz etmek için kullanılan bilgisayar destekli bir araçtır. CBS teknolojileri turizm dahil çeşitli alanlarda kullanılmaktadır. CBS, turizmin geliştirilmesinde, planlama sürecinde, karmaşık verilerin analiz edilmesinde görselleştirilmesinde kullanılabilecek önemli bir araçtır (Basiron vd., 2014). Bu çalışmada Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm hareketliliğinin yapısını tespit etmek için Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınladığı sınır giriş-çıkış istatistiklerinden yararlanılmıştır. Bakanlıktan elde edilen veriler, ArcGIS 10 yazılımı kullanılarak görselleştirilmiştir. Çalışmada 1985, 1990, 2000, 2010, 2015 ve 2016 yılları verileri değerlendirmeye alınmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017). Türkiye'de, 1990'lerden itibaren gelen yabancı turistlerin sayılarında ciddi artışlar yaşanmaya başlamıştır. Bu nedenle çalışmada zamana göre yapılan başlıca karşılaştırmalar, 1990 ve 2015 yılları verilerine göre yapılmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan elde edilen; gelen yabancıların milliyetleri, tesise geliş sayıları, geceleme, ortalama kalış süreleri ve taşıt araçlarına göre dağılımlarına ilişkin veriler, Excel formatında bir tabloda düzenlenmiştir. Düzenlenen Excel tablosunda ülkelere kod verilmiştir. Excel veri tablosu, ArcGIS 10 yazılımında ülkeler katmanı ile birleştirilmiştir ve tematik haritalar oluşturulmuştur. Bununla birlikte elde edilen veriler, tablo ve grafik sunumlarına dönüştürülerek veriler sade ve anlaşılır bir şekilde ifade edilmeye çalışılmıştır.

3. Bulgular

Bu bölümde ilk olarak Türkiye'de turizmin gelişim evleri değerlendirilmiş, daha sonra Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçiler milliyet, tesise geliş sayısı, geceleme, ortalama kalış süreleri ve kullandıkları taşıt araçlarına göre karşılaştırılmıştır.

3.1. Türkiye'de Turizmin Gelişimi

Türkiye'de turizm hareketlerini incelerken, 1990 sonrası dönem üzerinde önemle durulması gereken bir dönemi oluşturmaktadır. 1980'lerin başından itibaren yapılan turizm yatırımları sayesinde, 1990'lara gelindiğinde, gelen yabancı ziyaretçi sayısı artmış ve elde edilen dövizlerde önemli artışlar olmuştur. 1980 yılında 1.3 milyon olan ziyaretçi sayısı, 1990'da 5.4 milyona ve 2016 yılında 31.4 milyona ulaşmıştır (Tablo 1).

Türkiye özellikle son onbeş yılda uluslararası turist varışlarında ilk on ülke içerisinde yer almaya başlamıştır. 2005 yılında uluslararası turist varışlarında dokuzuncu sırada yer alan Türkiye,

2015'te altıncı sıraya yükselmiştir (Tablo 2). 2016 yılında yaşanan darbe girişimi ve Rus uçağının düşürülmesi sonrasında yaşanan kriz nedeni ile Türkiye'ye olan turist varışlarında azalma yaşanmıştır ve Türkiye uluslararası turist varışları sıralamasında onuncu sıraya gerilemiştir (Tablo 2).

Tablo 1. Türkiye'ye yönelik turizm hareketleri.
Table 1. Tourism movement towards to Turkey.

Yıllar	Toplam Yabancı Turist Sayısı	Turizm Gelirleri (Milyar \$)	Turist Başına Harcama (\$)
1980	1.288.060	326.654	253.6
1985	2.614.924	1.482.000	566.7
1990	5.389.308	3.225.000	621.3
1995	7.726.886	4.957.000	684.0
2000	10.428.153	7.636.000	764.3
2005	21.124.886	20.322.112	842
2010	28.632.204	24.930.997	755
2015	36.244.632	31.464.777	756
2016	31.365.330	22.107.440	705

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı 2017 verilerinden düzenlenmiştir.

Turizmin gelişimi, turizm üstyapısında meydana gelen değişimlerden bağımsız değildir. Özellikle konaklama arzı ve ulaşım olanakları turizm hareketini etkileyen başlıca faktörlerdir (Çeken vd., 2008). Nitekim Türkiye'nin bugün popüler turizm destinasyonları arasına girmesinde, konaklama sektöründeki gelişmelerin etkisi yadsınamaz (Emekli vd., 2006). Türkiye'de 1980'lerden sonra, konaklama arzına yapılan yatırımlar, gelen yabancı ziyaretçi sayısında önemli artışa yol açmıştır. Nitekim bir yerde turizmin gelişmesi başta çekiciliklere, daha sonra ulaşım olanakları ve konaklama kolaylıklarına bağlıdır (Özgüç, 2007).

1985-1989 dönemi sektörel yatırımların hibe türü teşviklerden en fazla yararlandığı dönem olmuştur. Böylece 1990 yılına gelindiğinde Türkiye'de turizm işletme belgeli 1.260 tesis, 83.953 oda ve 173.227 yatak kapasitesine ulaşılmıştır. Türkiye'de tesis, oda ve yatak kapasitesindeki artışta, büyük ölçüde devlet desteği, özel teşebbüsler ve uluslararası turizm talebindeki artışlar etkili olmuştur. Günümüzde gelinen noktada Türkiye'de konaklama sektörü sayısal bakımdan önemli bir büyüklüğe ulaşmıştır. 2015 yılında Türkiye'de, turizm işletme belgeli 3.309 tesis, 404.462 oda ve 850.089 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Bu arz ile Türkiye dünyada turizm alanında yarışan ilk on ülke içinde yer almaktadır (Çavuş ve Öncüer, 2013).

Tablo 2. Uluslararası turist varışlarında Türkiye'nin sıralaması.

Table 2. Ranking of Turkey on international tourist arrivals.

Yıllar	Uluslararası Varışlarda Türkiye'nin Sırası	Turist Sayısı (Türkiye)	Sıralamada Türkiye'nin Önünde Olan Ülkeler ve Ziyaretçi Sayıları (milyon kişi)
2005	9	20.3	Fransa 76 İspanya 55.6 ABD 49.4 Çin 46.8 İtalya 36.5 Birleşik Krallık 30 Meksika 21.9 Almanya 21.5
2010	7	27.0	Fransa 76.8 ABD 59.7 Çin 55.7 İspanya 52.7 İtalya 43.6 Birleşik Krallık 28.1
2015	6	39.5	Fransa 84.5 ABD 77.5 İspanya 68.2 Çin 56.9 İtalya 50.7
2016	10	31.4	Fransa 82.6 ABD 75.6 İspanya 75.6 Çin 59.3 İtalya 52.4 Birleşik Krallık 35.8 Almanya 35.6 Meksika 35.0 Tayland 32.6

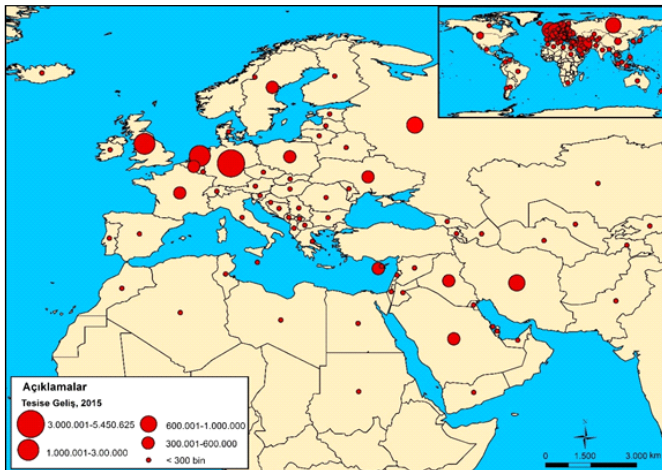
Kaynak: UNWTO, 2016 verilerinden düzenlenmiştir.

Tablo 6. Türkiye’de tesise giriş yapan ilk 10 ülke, 2015.**Table 6.** Top ten countries to using the facility in Turkey, 2015.

Ülkeler	Tesise Geliş	Oran
Almanya	5.450.625	23.9
Rusya Fed.	2.738.146	12.0
İngiltere	1.497.388	6.6
Hollanda	1.040.278	4.6
İran	757.033	3.3
A.B.D.	579.704	2.5
Çin Halk Cum.	572.191	2.5
G. Kore	536.811	2.4
Belçika	510.826	2.2
Fransa	480.517	2.1

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017) verilerinden düzenlenmiştir.

ristan (1.821.480), Gürcistan (1.911.832) ve Yunanistan (755.414) Türkiye’ye önemli miktarda ziyaretçi gönderen ülkeler olmasına rağmen, bu ülkelerden gelen ziyaretçilerin tesise geliş miktarının düşük olduğu görülmektedir. Bulgaristan’dan gelenlerin tesise geliş miktarı 2015’te 201.481, Gürcistan’ın 60.251 ve Yunanistan’ın 167.802’dir. Sınır komşumuz ülkeler içerisinde İran tesise geliş miktarı en fazla olan ülkedir. 2015’te İran Türkiye’ye 1.700.385 ziyaretçi göndermiş ve 757.033 tesise geliş miktarı ile beşinci sırada yer almıştır (Şekil 3).

**Şekil 3.** Tesise geliş sayısının milliyete göre dağılışı, 2015.**Figure 3.** Distribution of number of arrivals according to nationality, 2015.

2015 yılında, Türkiye’de işletme belgeli tesislerde toplam 133.881.306 geceleme gerçekleştirilmiş olup bunların 96.400.316’sı (%70.5) yabancı ziyaretçiler tarafından gerçekleştirilmiştir. Türkiye’ye en fazla ziyaretçi gönderen ülkeler ve yapılan gecelgeler arasında bir paralellik söz konusudur. 2015 yılında Almanya (29.674.031), Rusya (13.300.444), İngiltere (7.537.893), Hollanda (5.537.227), Belçika (2.778.301) ve İran’dan (2.551.018) gelen ziyaretçiler en fazla geceleme yapan grubu oluşturmaktadır (Şekil 4).

Uluslararası turizm hareketlerinin mekânsal yapısını anlamada, dikkat edilmesi gereken bir diğer husus da ziyaretçilerin ortalama kalış süreleridir. 2015 yılında Türkiye’de yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri 4.17 gündür. 2015’te Türkiye’ye kısa (1-3 gün) ve uzun (4 gün ve 4 günden fazla) süreli tatiller olarak düzenlenen, toplamda 36.244.632 tatil seyahati gerçekleştirilmiştir. Bu seyahatlerin 19.102.424 Avrupa’dan gelen tu-

ristler tarafından yapılmıştır. Ortalama kalış süresi en yüksek ülkelerin başında Belarus, Litvanya gibi Baltık ülkeleri, Lüksemburg, Almanya, Belçika, İngiltere, Avusturya gibi Batı Avrupa ülkeleri ve Rusya, Ukrayna, Kazakistan gibi BDT ülkeleri gelmektedir (Tablo 7).

**Şekil 4.** Tesiste yapılan gecelgelerin milliyetlere göre dağılışı, 2015.**Figure 4.** Distribution of nights spent according to nationality, 2015.**Tablo 7.** Türkiye’de ortalama kalış (gün) süresi en fazla olan ülkeler.**Table 7.** Average length of stay (days) longest countries.

Ülkeler	2013	2014	2015
Belarus (B. Rusya)	6.5	5.4	6.0
Lüksemburg	6.3	5.8	5.7
Litvanya	5.1	4.3	5.5
Almanya	5.3	5.4	5.4
Belçika	4.9	5.4	5.4
Kazakistan	4.9	4.8	5.3
Hollanda	5.5	5.2	5.3
İsviçre	5.2	5.3	5.2
Estonya	5.2	4.8	5.1
Slovakya	5.6	5.5	5.1
Ukrayna	4.9	4.6	5.0
İngiltere	5.4	5.3	5.0
Rusya Fed.	4.5	4.3	4.9
Avusturya	5.4	5.2	4.8
Letonya	4.6	4.5	4.7
Ortalama kalış süresi	4.2	4.1	4.2

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017) verilerinden düzenlenmiştir.

Asya ve Avrupa arasında yer alan Türkiye’de, Avrupa’dan gelen ziyaretçilerin ortalama kalış süresindeki yükseklik dikkat çekerek, doğusunda yer alan İran, Katar, Bahreyn, Suudi Arabistan, Kuveyt, gibi Batı Asya ülkelerinden gelenlerin ortalama kalış süreleri daha düşüktür (Şekil 5).

3.2.3. Uluslararası turizm hareketliliğinde ulaşım biçimi tercihleri

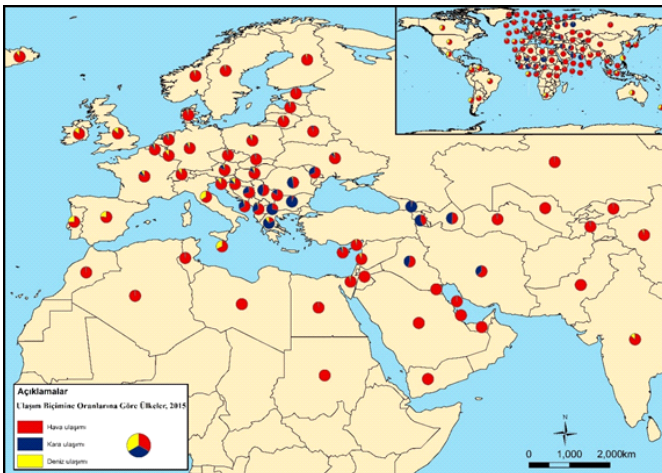
Turistlerin seyahatleri mekânsal karşılıklı etkilenmeyi ve insanın yaşadığı ve çalıştığı yerden uzaklara taşınmasını ifade eder. Bu taşınmayı mümkün kılan ulaşım, bu nedenle turizmin tamamlayıcı bir parçasıdır. Bu nedenle turizmin yol açtığı hareketliliğin oluşturduğu desen, ulaşım sistemlerinden bağımsız değildir. Erişebilirlik yalnızca fiziksel mesafeyi değil, aynı zamanda zaman ve maliyet gibi ölçütlerle turizmde belirli kolaylıkların elde edilmesini ifade eder (Özgüç, 2015). Bu nedenle erişebilirlik belki de turizm hareketlerinin yapısını belirleyen en önemli unsurların başında gelmektedir. Küreselleşme insanların bir yerden başka yere daha kolay ve hızlı bir şekilde ulaşmasına olanak

sağlamaktadır. Örneğin Bali ve Goa gibi destinasyonlar ulaşım olanaklarının gelişmesi ile birlikte ziyaretçileri çekme bakımından avantaja sahip olmuştur (Buhalis, 2000). Böylece eskiden uzak olarak kabul edilen destinasyonlara, günümüzde yapılan hareketlilik artmıştır.



Şekil 5. Ortalama kalış süresinin milliyete göre dağılışı, 2015.
Figure 5. Distribution of average length of stay according to nationality, 2015.

Türkiye’de ulaşımın geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesi, uluslararası turizm hareketlerinin artmasını sağlamada önemli bir faktördür. Havayolu taşımacılığı günümüzde turizme büyük katkıda bulunmaktadır. Türkiye’de 2013 yılında dış hatlarda iniş kalkış yapan tarifersiz (charter) uçak sayısı toplamda 128.607’dir. Tarifersiz uçuşla gelen yabancı yolcu sayısı ise 10.968.600’dir. Türkiye’ye 2015 yılında 36.244.632 yabancı ziyaretçi geldiği düşünülürse bunların yaklaşık üçte biri charter uçuş tercih etmiştir. Şekil 6’da Türkiye’yi ziyaret eden yabancı ziyaretçilerin tercih ettikleri ulaşım ağına göre dağılışı verilmiştir. Buna göre, deniz aşırı ülkelerden gelenler çoğunlukla hava ve deniz ulaşımını tercih etmektedir, Avrupa, Afrika ve Asya’dan gelen ziyaretçilerin de büyük bir çoğunluğu hava ulaşımını tercih etmektedir. Gürcistan (%95,3), Bulgaristan (93,2), Ermenistan (%57,5), Makedonya (%71,2), İran (%37,1), ve Yunanistan (%71,4) gibi komşu ülkeler ve mesafe olarak yakın olan ülkelere gelen yabancı ziyaretçiler ise ulaşım şekli olarak en çok karayolunu tercih etmektedirler (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017) (Şekil 6).



Şekil 6. Ulaşım biçimine göre Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçiler.
Figure 6. Distribution of foreign visitors according to means of transport.

Türkiye’ye yönelik turizm hareketliliğinde ilk 15 ülke içerisinde yer alan İran, Bulgaristan, Gürcistan ve Yunanistan, turizm gelirleri bakımından Türkiye için önemli pazardır. Ancak bu ülkelere gelenlerin tesisleri kullanım oranlarının düşük olması dikkat çekicidir. Ulaşım biçimi olarak genellikle karayolunu tercih eden bu ülkeler için, tarihi ve kültürel bağların da kullanılarak onların uğrayabileceği belirli rotalar oluşturulması turizm harcamalarında da artışa yol açabilir.

4. Sonuç ve Tartışma

Mekân ve hareket turistlerin davranışları ve turizm destinasyonlarını anlamada temel belirleyicilerdendir. Mekânlar keşfedilmekte, deneyimlenmekte ve turizme konu olmalarından dolayı önem kazanmaktadır (Thurnell-Read, 2012). Türkiye’de 1980’lerin sonra yapılan turizm yatırımları ile birlikte, gelişen turizm mekânları bugün Türkiye’nin uluslararası arenada geniş bir pazar ağına sahip olmasına yol açmıştır. Böylece Türkiye’ye yönelik turizm hareketliliği giderek artmıştır. Bu nedenle bu çalışmada Türkiye’ye yönelik turizm hareketlerinin yapısı; gelen yabancı ziyaretçilerin yıllara göre sayısı, milliyetlere göre dağılışı, tesise geliş miktarları, geceleme ve ortalama kalış sürelerine göre değerlendirilmiştir.

Türkiye’ye yönelik turizm hareketliliğinde, mesafenin bozucu etkisi dikkat çekicidir. Nitekim gelen yabancı ziyaretçilerin %75,1’i Avrupalıdır. Türkiye’ye yönelik turizm hareketlerinin oluşturduğu mekânsal kalıp genel olarak, Avrupa’dan Türkiye’ye, diğer bir ifade ile gelişmiş ülkelere yönelik olarak nitelendirilen bir yapıya sahiptir. 2015’te Türkiye’ye en çok yabancı ziyaretçi gönderen Avrupa ülkeleri sırasıyla Almanya, Rusya ve İngiltere olmuştur. Bu ülkeleri, Gürcistan, Bulgaristan ve İran izlemiştir. Bu durum komşu ülkelere gelen yabancı ziyaretçilerin de fazla olduğunu göstermektedir. Komşu ülkelere gelen ziyaretçiler, turizm hareketlerinde çoğunlukla ülkelerin başlıca yabancı ziyaretçilerini oluşturmaktadır. Ancak Türkiye’nin komşu ülkelere olan tarihi bağları, akrabalıklar vb. ilişkiler komşu ülkelere gelen yabancı ziyaretçilerin tesisleri kullanım oranını olumsuz etkilemiştir. Turizm olayının gerçekleşebilmesi için, turizm endüstrisinin ürettiği başta konaklama olmak üzere mal ve hizmetlerden yararlanılması gerekmektedir. Nitekim turizm her şeyden önce bir ekonomik faaliyettir. Ancak komşu ülkelere Türkiye’ye yönelik çok ciddi bir turizm hareketliliği olsa da tesisleri kullanım oranı ve gerçekleştirilen gecelemelerdeki payları düşüktür.

Turizm pazarını yansıtan bir diğer gösterge de ziyaretçilerin ortalama kalış süreleridir. Türkiye’de yabancı ziyaretçilerin ortalama kalış süreleri 4.61 gündür. Ortalama kalış süresi en yüksek olan ülkeler sırasıyla Belarus, Litvanya gibi Baltık ülkeleri, Lüksemburg, Almanya, Belçika, İngiltere, Avusturya gibi Batı Avrupa ülkeleri ve Rusya, Ukrayna, Kazakistan gibi BDT ülkeleridir. Buna karşılık İran, Katar, Bahreyn, Suudi Arabistan, Kuveyt, gibi Batı Asya ülkelerinden gelenlerin ortalama kalış süreleri 2.1 ila 4 gün arasındadır ve Batı Avrupa ülkelerine göre daha düşüktür. Türkiye’de ulaşım ve turizm arasında pozitif yönlü bir ilişki olmuştur. Ulaşımın gelişmesi turizmi, turizmin gelişmesi ise ulaşım olanaklarını artmıştır. Turizm, özellikle önemli turistik destinasyonlarda uluslararası hava ulaşımını arttırmıştır. Türkiye’ye yönelik turizm hareketliliğinde hava ulaşımı en çok tercih edilen ulaşım biçimidir. Başta Avrupa ülkeleri ve deniz aşırı ül-

kelerden gelenler en çok hava ulaşımını tercih etmektedir. Buna karşılık Gürcistan, Bulgaristan, Ermenistan, Yunanistan ve İran gibi komşu ülkelerden gelen yabancı ziyaretçiler ise ulaşım şekli olarak en çok karayolunu tercih etmektedirler. Türkiye’de demiryolu ulaşımının yeterince gelişmemiş olması, turizmin ülkenin iç kısımlarına yayılması ve çeşitlendirilmesi önünde büyük bir engeldir. Özellikle yüksek hızlı tren projelerinin tamamlanması, ülkenin iç kısımlarında kalmış olan doğal ve tarihi çekiciliklere daha kolay ulaşım sağlayacak ve turizm hareketliliğini arttıracaktır.

Türkiye küresel turizm hareketliliğinde, ilk on ülke içerisinde yer alsada, Türkiye’de tesislerin kullanım oranı, doluluk oranı, tesislerde ortalama kalış süreleri oldukça düşüktür. Bu durum Türkiye turizm pazarı önünde önemli bir sorundur. Bu sorunların aşılması için öncelikle, pazarı oluşturan ziyaretçilerin iyi bir şekilde belirlenmesi, turizm hareketliliğinin yapısının anlaşılması ve pazardan beklentilerinin araştırılması gerekmektedir. Bu çalışmada Türkiye’ye yönelik turizm hareketlerinin yapısı, mevcut istatistiklerden yola çıkılarak değerlendirilmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda yine ampirik olarak ziyaretçilerin beklenti ve taleplerinin araştırılması yerinde olacaktır.

Kaynakça

- Basiron, N.F.Z., Ahmad, A. Masron, T. (2014). Spatial Analysis of International Tourist Movement to Langkawi for 2010 and 2011. 4th International Conference on Tourism Research (4ICTR).
- Buhalis, D. (2000). Marketing The Competitive Destination of The Future, *Tourism Management*, 21 (1): 97-116.
- Çavuş, Ş. ve Öncüer, M. (2013). Türkiye’de Konaklama Sektörünün Gelişimi, Ş. Çavuş, Z.Ege ve O.E. Çolakoğlu (Ed.), *Türk Turizm Tarihi Yapısal ve Sektörel Gelişim* (s.87-118), Ankara: Detay Yayıncılık.
- Çeken, H., Ateşoğlu, L. ve Karadağ, L. (2008). Turizm Talebine Bağlı Olarak Uluslararası Turizm Hareketlerindeki Gelişmeler, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(26): 71-85.
- Emekli, G., İbrahimov, A. ve Soykan, F. (2006). Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15: 1-16.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017). <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9851/turizm-istatistikleri.html> Son erişim 10 Haziran 2017.
- Özgüç, N. (2007). Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Özgüç, N. (2015). Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- Sievänen, T., Pouta, E. ve Neuvonen, M. (2007). Recreational Home users-potential Clients for Countryside Tourism?, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(3): 223-242.
- Somuncu, M. (2016). İklim Değişikliğinin Dünya ve Türkiye Turizm Etkileri. M. Somuncu (Ed.) *Küresel İklim Değişikliği ve Etkileri*. (s. 157-182). Ankara: Türkiye Çevre Vakfı Yayını.
- Su, S. Wan, C. Hu, Y. ve Cai, Z. (2016). Characterizing Geographical Preferences of International Tourists and the Local Influential Factors in China Using Geo-tagged Photos on Social Media, *Applied Geography* 73: 26-37.
- Telfer, D.J. (2002). The Evolution of Tourism and Development Theory. R. Sharpley and D. J., Telfer (Eds.) *Tourism and Development Concept and Issues* (p. 35-78). Channel View Publications.
- Thurnell-Read, T. (2012). Tourism Place and Space: British Stag Tourism in Poland, *Annals of Tourism Research*, 39(2): 801-819.
- Umunç, H. (2016). Anzaklar ve Çanakkale: Anzak Günlüklerindeki Gerçekler, *Hacettepe Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 33(1): 169-181.
- UNWTO (2016). <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145> Son erişim: 5

Ekim 2017.

Vinod, S., Sirakaya, E. ve Kerstetter, D. (2002). Developing Countries and Tourism Ecolabels. *Tourism Management*, 23: 161-174.

