

2000'Lİ YILLARDA TÜRKİYE'YE GELEN YABANCI ZİYARETÇİ PROFİLİ

Onur GÜLBAHAR*

Özet

Dünya turizmi, 20. yüzyılın ortalarından itibaren hızlı değişimlere ve gelişmelere sahne olmaktadır. Özellikle Bilgi Toplumuna geçişle birlikte eğitim ve bilinç düzeyi artan günümüz turistinin boş zamanını değerlendirme şekli ve bu konudaki beklentileri çeşitlilik göstermektedir. Çalışmada, bu kapsamda turizm endüstrisinde önemli gelişmelerin yaşandığı 2000'li yıllara gelindiğinde dünya turizm endüstrisindeki ve turist profilindeki gelişmeler, Türkiye'nin dış aktif turizmi, yabancıların ülkemize geliş amaçları ve tercih nedenleri, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerle ilgili birtakım bilgiler, resmi kurumların yayımladığı istatistiksel verilere dayanarak aktarılmaktadır. Çalışmada ayrıca, bu tür istatistiklerin elde edilmesinin önemi vurgulanmakta, bu verilerin etkin bir şekilde kullanılarak Türk turizmini geliştirme stratejilerinde değerlendirilmesi gereği ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: 2000'li Yıllar, Bilgi Toplumu, Türk Turizmi, Turist Profili, Turizm Politikası.

Profile of Foreign Visitors Towards Turkey In the Years 2000s

Abstract

Since mid 20th century, the world tourism has been through rapid change and innovation. Leisure-time assessment method and the expectations of today's tourist vary, as his education and awareness level increases particularly in the Information Society. In this study, the developments in the world tourism industry and tourist profiles, incoming tourism of Turkey, travelling objectives and preference reasons of foreigners towards our country, some information about incoming visitors to Turkey coming to the years 2000s, while the world tourism experienced significant improvements, are given based on statistical data published by the institutions. Also in this study, the importance of maintenance of these types of statistics is highlighted, and necessity of effective usage of these data in evaluation in Turkish tourism development strategies is expressed.

Keywords: The 2000s, Information Society, Turkish Tourism, Tourist Profile, Tourism Policy.

* Yrd. Doç. Dr. Okan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler YO, Turizm ve Otelcilik Böl., İstanbul.

GİRİŞ

Türkiye için turizm endüstrisi, günümüzde önemi kabul edilmiş ve geliştirilmesi için çaba sarf edilen, ödemeler dengesine önemli oranda pozitif katkı sağlayan bir ekonomik faaliyettir. Ancak turizm, ülkemiz ekonomik hayatında özellikle 1980’li yıllara kadar çok fazla yer bulamamıştır. Bu dönemde turistik arzı önemli ölçüde artırarak, gelen turist sayısını ve turizm gelirini katlamaya başlayan ülkemiz, 1990’lı yıllarda dünyada önemli bir destinasyon haline gelmiştir. Dünya turizminde ortaya çıkan eğilimlerin de yardımıyla, 2000’li yıllarda dünya turizm endüstrisinde Türkiye artık turist sayısı ve özellikle turizm geliri sırlamasında ilk on ülke arasında yerini almaktadır.

Türk turizminin gelişimini hızlandıran unsurlardan biri, 1980’lerden günümüze uluslararası turizmi teşvik eden yasal düzenlemelerin yapılması, bunun sayesinde yerli ve yabancı turistik yatırımların hızla artmasıdır. Türk turizminin gelişimini sağlayan bir başka unsur, uluslararası turizmde yaşanan değişimlerin yansımalarıdır. Özellikle 20. yüzyılın başlarından itibaren Amerika ve Avrupa ülkelerinde sanayileşme ve teknolojinin yardımıyla gerçekleştirilen alt ve üst yapı yatırımları sayesinde seyahat endüstrisi ilerleme kaydetmiştir. Genel olarak doğal güzelliklerin, tarihi ve kültürel değerlerin, yani hazır bir altyapının kullanıldığı kitle turizmi, ulaştırma teknolojilerinin ilerlemesi ve dolayısıyla bu tür giderlerin de ucuzlaması ile birlikte yüzyılın ikinci yarısında ivme kazanmıştır. Bu dönemde turistik ürün tüketicileri, “kaçış fonksiyonunu” yerine getirerek, yaşadıkları bölgelerden, iş ortamından, kentin ağır yaşam koşullarından, hava ve gürültü kirliliğinden, vs. bir süreliğine uzaklaşmak için, maddi olanakları ölçüsünde doğal güzelliklerin bulunduğu bölgelere seyahat etmekteydiler. 20. yüzyılın sonlarına doğru ortaya çıkan küreselleşme ve Sanayi Toplumundan Bilgi Toplumuna geçiş süreci, turist profilini ve talep yapısını değiştirmeye başlamıştır. Bu dönemde özellikle iletişim teknolojileri sayesinde bilgi seviyesi artan, çevreye duyarlı, gelir düzeyi yüksek, boş zamanı artmış olan ve ilgi alanları genişleyen tüketiciler, turistik ürün çeşitliliğini talep eder hale gelmiştir. Bu aşamada seyahat hareketlerinde “yöneliş fonksiyonu” devreye girmektedir. 1980’lerde gelişmeye başlayan Türk turizmi, bu dönemde uluslararası turizmin talep yapısına uygun şekilde kitle turizmine ağırlık vermiş, 1990’lı yıllardan itibaren yine dünyadaki gelişmelere uyum sağlama doğrultusunda turistik ürün çeşitliliğini, yani alternatif turizm çeşitlerini geliştirmeyi amaçlamıştır. 2000’li yıllarda ise, bu amaçlar kısmen gerçekleştirilmeye başlanmış, ülkemiz dünyada önem kazanan ve yüksek döviz getiren kongre turizmi, eko-turizm gibi turizm çeşitlerinde üst sıralara yükselmiştir. Bu açıdan 2000’li yıllar Türk turizmi için önem taşımaktadır.

Çalışmanın başında, uluslararası turizm endüstrisinde 20. yüzyıldan günümüze yaşanan gelişmelere kısaca değinilecek, bu değişimler doğrultusunda turist profilinin nasıl şekillendiğinden bahsedilecek, Türk turizminin durumu yansıtılmaya çalışılacaktır. Daha sonra, 2000’li yıllarda Türkiye’nin dış aktif turizmi ile ilgili genel bilgiler aktarılacaktır. Türkiye’nin yabancı turist profili ile ilgili bazı verilerin sunulmasının ardından, sonuç bölümünde konuyla ilgili genel

bir değerlendirme yapıp, bu veriler ışığında Türk turizminin nasıl geliştirilebileceği konusunda öneriler getirilmeye çalışılacaktır.

I. KÜRESEL SEYAHAT ENDÜSTRİSİ VE ULUSLARARASI TURİST PROFİLİ

Dünya genelinde 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren seyahat müthiş bir hızla, teknolojiyi de yanına alarak gelişmiştir (Burkart and Medlik, 1989: 24-25). II. Dünya Savaşı'nın ardından boşa kalan savaş uçaklarının sivil havacılığa yönlendirilmesi ile birlikte, ülkeler ve kıtalar arasında seyahat kolay hale gelmiştir. Ancak, düzenlenen uçaklı gezilerin demiryolu ile yapılan seyahatlerden iki kat pahalı olması nedeniyle, havayolu taşımacılığının Avrupa'da yaygınlaşması ancak 1970'li yıllarda başlamıştır (İçöz, 1988: 17). Bu dönemde havayollarının gelişmesi ve tatile çıkış sayısındaki artış, otelciliğin gelişmesi ve dinlenme düşüncesinin değişmesi, kitle turizminin çeşitli seyahat türlerini ortaya çıkarmıştır (Hacıoğlu, 1996: 5). B.M. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, 1950'de uluslararası turizme katılanların sayısı 25,3 milyon iken, bu sayı 1960 yılında 69,3 milyona, 1970'te 165,8 milyona, 1975 yılında ise 222,3 milyona ulaşmıştır. Uluslararası turizm harcamalarının aynı yıllardaki seyri ise, 1950 yılında 2,1 milyar Dolar, 1960'ta 6,9 milyar Dolar, 1970 yılında 17,9 milyar Dolar ve 1975'te 40,7 milyar Dolar şeklinde gerçekleşmiştir (WTO, 2005a; WTO, 2005b).

1980'li yıllarda Bilgi Toplumu olarak adlandırılan toplum yapısı, ekonomik faaliyetlerin yeniden düzenlenmesiyle kendini yoğun olarak göstermeye başlayan küreselleşme (Gököl, 1997: 25) olgusu içinde gelişmiştir. 1990'lı yıllardan itibaren, bu değişim sonucunda çoğu çalışan için işyerine gitmek zorunluluktan çıkmış, hatta bazı çalışanlar açısından evin işverenin bulunduğu ülkede olması gerekliliği bile ortadan kalkmıştır (McRae, 1996: 212-213). Küresel düzende ortaya çıkan boş zamanın değerlendirmesi turizmin önemini artırmıştır (Erkan, 1994: 122).

20.yüzyılın son dönemlerinden itibaren uluslararası turizmin gelişmesinde etkili olan bazı unsurlar; turist gönderen ülkelerde milli gelir ve harcanabilir gelirin yükselmesi, artan boş zamanla birlikte seyahate ayrılan zamanın artması, rekabet sonucunda uluslararası seyahatlerin ucuzlaması, organize paket turların çoğalması, teknolojiyle birlikte ulaştırma araçlarının kalite ve güvenliğinin artması, yaşam süresinin uzaması sonucunda emeklilik süresinin uzaması şeklinde sayılabilir (Kozak vd., 2001: 149-150).

Dünya turizm endüstrisinde 1980'den günümüze rakamsal gelişmeye bakıldığında; DTÖ'ye göre 1980 yılında uluslararası turizme katılanların sayısı 286,5 milyon ve turizm geliri 105,4 milyar Dolar iken, 1990 yılında turist sayısı 455,9 milyona, gelir 264,1 milyar Dolara yükselmiştir. Turist sayısı 1995'te 550,4 milyon iken, turizm geliri 404,6 milyar Dolara ulaşmıştır. Uluslararası turizme katılım 2000 yılında 687,3 milyon, 2002 yılında 702,6 milyon, 2004'te 763 milyon, 2006'da 846 milyon ve 2008'de 924 milyon kişiye ulaşmıştır. Turizm gelirleri ise

2000'de 473,4 milyar Dolar iken, 2004 yılında 623 milyar Dolara, 2006'da 733 milyar Dolara ve 2007 yılında 856 milyar Dolara kadar yükselmiştir (WTO, 2009).

Uzmanlara göre, 2000'li yıllarda tatil turizmi talebi yerine kültür, sağlık, kongre, yatçılık, eğlence ağırlıklı faaliyetler talep edilmeye başlamıştır. Turizm, ülkelerin bütününe ulaşmış, tatiller sezonluk olmaktan çıkıp tüm yıla yayılmaya başlamış ve uzun mesafeli deniz aşırı seyahatler artma eğilimi göstermiştir. Destinasyon seçimi ve seyahat organizasyonunda ise internetin önemi artmıştır (DPT, 2001: 3).

Küreselleşen dünyanın turistlerinin özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Daha kaliteli hizmet ile harcanan para ve zamanın karşılığını beklemektedirler.
- Daha fazla bilgi ve eğitim gerektiren turistik ürünleri tercih etmektedirler.
- Ulaştırma teknolojilerinin yardımıyla daha sık ve kısa süreli seyahatler gerçekleştirmektedirler.
- Turizme katılanlar arasında kadın turistlerin sayısı ve gelirleri artmaktadır.
- Harcanabilir gelirlerin daha fazla kısmını turizme ayırma eğilimi mevcuttur.
- Turistler artık eleştirilerini ve şikayetlerini daha kolay ifade edebilmektedirler.
- Ürün ve hizmet fiyatlarına daha duyarlı hareket etmektedirler.
- Maceralı ve hareketli tatiller çoğunlukla tercih edilmektedir.
- Kişisel özelliklere göre ürün talebi, çeşitlendirmeyi gerektirmektedir (Cooper and Lewis, 2001: 319).

Diğer yandan, Bilgi Toplumunun turistleri daha tecrübeli, çevresel konulara daha hassas yaklaşan, tatil programı açısından daha esnek ve bağımsızdırlar. Sanayi Toplumunun turistleri kitlesel turizme daha yatkınken, seyahatlerini önceden düzenlerlerken ve seyahat programının dışına çıkmazlarken; Bilgi Toplumunun turistleri, seyahat programlarında ani değişiklikler yapabilmekte, diğer turistlerden bağımsız hareket etmekte ve farklı ürün ve hizmetleri kendi zevklerine göre birleştirip satın alabilmektedirler (Poon, 1996: 9-10).

Ülkemiz açısından turizmin gelişimine bakıldığında ise; Türkiye'de genel itibarıyla 1980'li yıllara kadar turizm endüstrisi gözle görülür bir gelişme kaydetmemiş, gerek planlama ve gerekse uygulamada, 20. yüzyılda dünya turizminde çok büyük bir yere sahip olan kitle turizmine ağırlık verilmiştir (DPT, 2007: 6; 1963: 426-42; 1967: 593-601; 1973: 619-620; 1979: 431-432). Türk turizmi açısından asıl gelişmenin yaşandığı 1980'lerin hemen başında, 24 Ocak Kararları ile iç ve dış seyahat üzerindeki engelleri ortadan kaldırmaya yönelik olarak, yabancı sermaye ve döviz serbestisi ile Turizmi Teşvik Kanunu gibi mevzuat düzenlemeleri yapılmıştır (Öztaş ve Karabulut, 2006: 10-11).

Söz konusu gelişmelerin etkisiyle 1990'lı yıllara kadar geçen sürede gelen turist sayısı ve elde edilen turizm gelirinde hızlı bir artış yaşanmıştır. 1990'lı yılların başından itibaren ülkemizde kitle turizminin yanı sıra, alternatif bazı turizm çeşitleriyle ilgili önemli gelişmeler kaydedilmeye başlanmıştır.

Bu dönemde Türkiye yabancı tur operatörlerinin çokça tercih ettiği bir uluslararası turizm destinasyonu haline gelmiştir (Cooper and Özdil, 1992: 377).

Bazı görüşlere göre, 1990'lı yılların sonlarına doğru yaşanan turist artışlarında, öncelikle 1990'ların başlarında Akdeniz çanağındaki rakiplerle rekabet gücüne kavuşmak amacıyla uygulamaya başlanan ve 1998 yılından itibaren hızlı bir gelişim gösteren "herşey dahil" sistemin büyük payı vardır (Turizm Dünyası Dergisi, 2001: 30).

2000'li yıllara gelindiğinde ise, turizm yatırımlarına ve dış tanıtıma verilen önem sayesinde Türk turizm sektöründe önemli gelişmeler kaydedilmiş ve dünya turizm endüstrisinden alınan pay büyümüştür (DPT, 2007: 11).

Dünya Turizm Örgütü verilerine göre Türkiye uluslararası turist sayısı sıralamasında 2000 yılında 19. sırada yer alırken, 2001'de 17.sıraya yükselmiştir (WTO, 2005c). 2002 yılında ülkemiz turist sayısında 16. sırada, turizm gelirinde ise 12. sırada yer almıştır. 2003 yılında en fazla turizm geliri elde eden 9. ülke olmuş, turist sayısında 15.liği elde etmiştir (WTO, 2004). 2004 yılında gelir sıralamasında 8. sıraya yükselmiş, turist sayısında 12. sırayı elde etmiştir (WTO, 2005d). 2005 yılında ilk defa turist sayısında 9. sıra ile ilk 10 ülke arasına giren Türkiye, turizm geliri sıralamasında yine 8. sırayı elde etmiştir (WTO, 2006). 2006 yılında Türkiye, en fazla turizm geliri elde eden 9. ülke olmuş, turist sayısında ise 11. sıraya gerilemiştir (WTO, 2007). 2007 yılında turist sayısı bakımından 9. sıra, turizm geliri açısından ise 10. sıra Türkiye'nin olmuştur (WTO, 2008: 5).

II. TÜRKİYE'NİN DIŞ AKTİF TURİZMİ

Ülkemize gelen yabancı ziyaretçi profiline geçmeden önce, Türkiye'nin 2000'li yıllarda çektiği yabancı ziyaretçi sayısı, bu ziyaretçilerden elde edilen toplam döviz geliri ve ziyaretçilerin kişi başına yaptıkları ortalama harcamaların seyrine değinmek uygun olabilir.

Aşağıdaki Tablo 1'de, 2001-2008 yılları arasında ülkemizden çıkış yapan yabancı ziyaretçi sayısı ve bu ziyaretçilerden elde edilen turizm gelirlerinde yaşanan gelişim ile, kişi başına yapılan ortalama harcama görülmektedir. Tabloya göre, ziyaretçi sayısı ve turizm geliri 2006 yılı hariç sürekli artmış, ziyaretçi sayısı 11,3 milyondan 26,4 milyona, turizm geliri 7,4 milyar Dolar'dan 16,8 milyar Dolara çıkmıştır. Ziyaretçi başına ortalama harcama ise, 2001 yılında 655 Dolar'dan yükselerek 2004 yılında 705 Dolar olmuş, sonraki üç yıl azalarak 2007 yılında 608 Dolara gerilemiş ve 2008 yılında 635 Dolar seviyesinde gerçekleşmiştir.

Tablo 1: Çıkan Yabancı Ziyaretçi Sayısı, Turizm Geliri ve Kişi Başına Harcama (2001-2008)

Yıllar	Çıkan Yabancı Ziyaretçi	Turizm Geliri (\$)	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)
2001	11.276.531	7.386.246.291	655
2002	12.921.982	9.009.677.602	697
2003	13.701.419	9.676.623.408	706
2004	17.202.996	12.124.059.763	705
2005	20.522.621	13.929.298.878	679
2006	19.275.948	12.556.829.222	651
2007	23.017.081	13.989.952.725	608
2008 (*)	26.379.845	16.761.182.336	635

(*) Rakamlar geçicidir.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008; DIE, 2005: 6; TÜİK, 2007: 8; TÜİK, 2009a.

2007 yılı için Türkiye’de günlük ortalama kalış süreleri 8,4 gün olan yabancı ziyaretçilerin kişi başına günde 72,4 dolar harcadığı belirlenmiştir. Çeşitli iddialara göre, son yıllarda turist çekmeye yönelik “herşey dahil” gibi uygulamaların da etkisiyle fiyatların gerilemesi sonucu, Türkiye ucuzluğuyla yabancı turistler açısından son derece cazip bir destinasyon haline gelmiştir (Rota Haber, 2008a).

2008 yılı itibariyle yabancı ziyaretçi sayısı, turizm geliri ve kişi başına yapılan ortalama harcamanın aylık seyrine bakıldığında, çıkan ziyaretçi sayısının ve turizm gelirinin en fazla olduğu ayın Ağustos olduğu görülmektedir. Ziyaretçi başına ortalama harcama ise Ocak ayında 670 Dolar ile en yüksek, Nisan ayında 571 Dolar ile en düşük seviyededir (TÜİK, 2009a). Ocak ayındaki kişi başına harcamanın seviyesi, deniz-güneş-kum turizminin yapılamadığı bu aylarda gerçekleşen kültür ve kongre turizmi gibi faaliyetlerin getirisinin yüksek olduğu düşüncesini akla getirmektedir.

III. YABANCI ZİYARETÇİLERİN GELİŞ AMACI VE TÜRKİYE’Yİ TERCİH NEDENLERİ

2001-2008 yılları arasında, geliş amaçlarına göre çıkış yapan yabancı ziyaretçilerin oranları Tablo 2’de görülmektedir. Tabloya göre, son sekiz yılda gezi-eğlence amacıyla ülkemize gelen yabancıların oranı %44,3 ile %49,7 arasında değişmektedir. 2006 yılında özellikle Türk turizmini olumsuz etkileyen gelişmeler nedeniyle bu oran %44,3’e kadar düşmüştür. Bu veri, gezi-eğlence amacıyla ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin olumsuz haberlere karşı daha hassas olduklarının bir kanıtı sayılabilir. İkinci sırada bulunan yakınları ziyaret amacı, 2001 yılında gelen yabancıların %7’lik kısmının ülkeye gelmesini sağlamış, bu oran 2003 ve 2004 yıllarında azalsa da daha sonra yükselerek 2008 yılında %9,1’e ulaşmıştır.

Tablo 2: Geliş Amaçlarına Göre Çıkış Yapan Yabancılar (2001-2008) (%)

Yıl / Geliş Amacı	2008*	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001
Gezi, Eğlence	48.0	47.3	44.3	48.3	47.8	49.7	49.5	46.4
Kültür	5.2	5.0	5.2	6.4	6.5	7.3	7.9	8.1
Sportif ilişkiler	1.2	1.3	0.9	1.2	1.2	1.1	1.0	1.1
Yakınları ziyaret	9.1	9.0	7.6	7.2	6.1	6.1	7.6	7.0
Sağlık	0.6	0.7	0.8	0.8	0.8	0.8	0.6	0.9
Dini	0.4	0.6	0.5	0.5	0.4	0.4	0.5	0.3
Alışveriş	4.0	4.8	5.9	5.3	6.1	7.1	5.9	7.4
Toplantı, konferans, kurs, seminer	2.4	2.9	2.3	2.0	1.9	2.2	1.8	2.1
Görev	2.2	2.5	5.3	4.2	4.7	5.3	4.4	4.4
Ticari ilişkiler, Fuar	3.5	3.8	3.9	3.0	3.7	3.2	2.9	4.5
Eğitim	0.6	0.6	0.5	0.4	0.7	0.5	1.5	-
Transit	0.9	0.2	1.7	2.0	1.0	1.8	2.0	2.7
Diğer	4.1	5.1	3.9	3.0	3.4	2.9	0.9	3.8
Berberinde giden	17.8	16.4	14.8	15.7	15.8	11.4	13.5	11.3
Toplam**	26 380	23 017	19 276	20 523	17 203	13 701	12 922	11 277

* 2008 verileri TÜİK, 2009b'den derlenmiştir.

** Yabancı turist sayısı (x 1000 kişi)

Kaynak: TÜİK, 2009c: 399.

Kültürel amaçla Türkiye'ye gelen yabancıların oranı 2001'de %8,1 iken giderek azalmış ve 2008 yılında %5,2 olarak gerçekleşmiştir. Kültürel açıdan zengin bir çeşitliliğe sahip olan ülkemize, bu amaçla gelen yabancıların sayısı giderek azalmaktadır. Alışveriş yapmak amacıyla gelen ziyaretçilerin oranı da son yıllarda azalma eğilimindedir. 2001 yılında ülkemizi ziyaret eden yabancıların %7,4'ü alışveriş yapmayı amaçlarken, bu oran dalgalı ve azalan bir seyir izlemiş, 2008 yılında %4 olarak gerçekleşmiştir. Ticari ilişkiler ve fuar gibi amaçlar için gelen ziyaretçilerin oranı 2001'de %4,5 iken, daha sonra dalgalı bir seyir izleyerek 2008 yılında %3,5'a düşmüştür. Toplantı, konferans, kurs vb. faaliyetlere katılmak amacıyla ülkemizi ziyaret eden yabancılar 2001 yılında %2,1 iken, 2007 yılında %2,9'a kadar yükselmiş, 2008'de %2,4 olarak gerçekleşmiştir. Görevli gelenlerin oranı ise sekiz yıl içinde %4,4'ten %2,2'ye gerilemiştir. Türkiye'yi ziyaret amaçları bakımından çok küçük oranlarda bulunan sportif ve dinsel ziyaretler küçük miktarlarda artmış, eğitim ve sağlık çok küçük azalmalar göstermiştir.

2008 yılında yapılan bir "turist profili" araştırmasına göre, Türkiye denince yabancı turistlerin akıllarına ilk olarak (%12'lik oranla) güneş ve güneşlenmek gelmektedir. Söz konusu araştırmaya göre turistlerin %44,5'i Türkiye'ye ilk kez, %21,7'si ise en az dördüncü kez gelmiştir (ilk gelişi %44,5 - ikinci gelişi %22,7 - üçüncü gelişi % 11,1 - dördüncü ve üzeri % 21,7). Turistlerin Türkiye'ye geliş nedenleri ise %58,7 ile doğal güzellikler, %24,9 ile ucuzluk, %21,4 ile kültürel zenginlik ve %16,9 ile arkadaş tavsiyesi üst sıraları paylaşmaktadır. Yabancı ziyaretçilerin alışverişlerde %47,7 oranında tekstil ürünleri, %42,4 oranında hediyelik eşya aldıkları belirlenmiştir (Turizm Manşet, 2008).

IV. MİLLİYETLERİNE GÖRE YABANCI ZİYARETÇİLER VE TÜRKİYE'NİN TURİST PROFİLİ

2008 yılında ülkemizi ziyaret eden yabancıların milliyetlerine göre ilk 10'da bulunan ülkelerin 1998 ile 2008 yıllarını kapsayan 11 yıllık dönemdeki oransal gelişimine bakıldığında; yıllardır ilk sırada bulunan **Almanların** oranı, 1998'de %22,9 olarak gerçekleşmiştir. Alman turistlerin oranı 2002 yılında %26,26'lık düzeye yükselmiş, daha sonra her yıl azalarak 2008'de rakamsal olarak en üst düzeye çıkmasına rağmen %16,77'ye kadar gerilemiştir. 2002 yılına kadar İngilizlerin gerisinde yer alan **Rusların** oranı 2000 yılından itibaren her yıl artarak 2008 yılında %10,93'e yükselmiştir. Bu süreçte Rus turist sayısı 4 kattan fazla artmıştır. 21. yüzyıla sıralamada 2. olarak giren **İngiliz** turistler, 1999'da %10,88 oranında iken, 2001 yılında %7,28'e kadar gerilemiş, daha sonra yükselişe geçerek 2008 yılında 2 milyonu aşmış %8,24'lük bir pay elde etmişlerdir. 1998 yılında %2,51 gibi düşük bir orana sahip olan **Bulgar** turistler, 2003 yılından itibaren sıralamada 4. sıraya çıkmış, 2008 yılında %4,77'lik bir pay elde edebilmişlerdir. 1998 yılında **Hollandalı** ziyaretçilerin sayısı 328 bin, oranı %3,6 iken, 2004'te bu oran %6,8'e kadar yükselmiş, 2005'ten itibaren her yıl azalarak 2008 yılında %4,33'e düşmüştür. 1998 yılında 305 bin ziyaretçi sayısına ve %3,13'lük bir orana sahip **İranlı** turistler 2008 yılında 1 milyon 135 bin kişi ve %4,32'lik oranla 6. sırada yer almıştır. 1998 yılında %4,48'lik payla üst sıralarda yer alan **Fransız** turistler, sonraki yıllarda oransal bakımdan giderek azalmaya başlamış, 2008'de ise %3,36 ile 7. sırada yer almıştır. **Gürcistan**'dan ülkemizi ziyaret edenlerin oranı özellikle son 3 yılda hızla artmış, 2003 yılında %1,2 olan Gürcü turist oranı, 2008 yılında %3,15'e ulaşmıştır. Ardından gelen **Ukraynalı** turist oranı da aynı şekilde hızla artmış, 1998'deki %1,55'lik orana karşın 2008'de %2,77'ye çıkmıştır. 2008 yılında listenin 10. sırasında yer alan **Amerikalı** turistler 1998-2000 yılları arasında ilk 5'te ve payları %4,51 ile %5,28 arasında iken, 2003 yılında bu oran %1,59'a kadar gerilemiştir. Daha sonra yükselişe geçen bu oran 2008 yılında %2,58'lik bir seviyeye ulaşabilmiş ve 10. sırayı almıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009a).

Söz konusu 11 yıllık verilere göre, Marmara depremi ve özellikle Uzakdoğu ülkelerinden Rusya ve diğer ülkelere yayılan ekonomik krizin etkisiyle Türkiye'ye gelen turist sayısının %23 dolayında azaldığı 1999 yılında, Almanya, Rusya Federasyonu, Hollanda ve Fransa gibi ülkelere gelen turistlerin toplam rakam içindeki oranlarının azaldığı görülmektedir. Aynı yıl İngiliz, Bulgar, İranlı, Gürcü, Ukraynalı ve Amerikalı turistlerin oranında artışlar meydana gelmiştir. Yine Türkiye ve bulunduğu bölge açısından olumsuzluklarla geçen ve turist sayısının %9,4 azaldığı 2006 yılında Alman, Bulgar, Hollandalı ve İranlı turistlerin oranı azalırken, Fransızların oranı aynı kalmış, Rus, İngiliz, Gürcü, Ukraynalı ve Amerikalı ziyaretçilerin oranı artış göstermiştir. 2007 ve 2008 yıllarında toplam turist sayısında gerçekleşen %18 ve %13'lük artışlara karşın, Alman, Bulgar, Hollandalı, İranlı ve Amerikalı turistlerin oranı azalmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2008; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009a).

Side ve Manavgat bölgesinde yapılan bir araştırmaya göre, yabancı turistlerin seyahat satın alma yöntemleri sırasıyla seyahat acentası (%81), internet (%15), direkt otel rezervasyonu (%2), TV kanalı (%1) ve diğer (%1) şeklindedir (Erdoğan vd., 2008: 33).

Ülkemize gelen yabancı ziyaretçilerin ülkeye girerken kullandıkları taşıt araçlarının dağılımında meydana gelen değişmelere bakıldığında, 1980 yılında seyahat tercihleri sıralaması deniz yolu, hava yolu, kara yolu ve demir yolu şeklinde gerçekleşirken, 1985'ten itibaren deniz yolu sıralamada üçüncülüğe düşmüştür. Ülkemizi ziyaret eden yabancıların hava yolu tercihleri 2000 ile 2008 yılları arasında %70'ler düzeyindedir. 2008 yılı geçici sonuçlarına göre 26,3 milyonu aşan yabancı turistin %71,5'i havayolu, %20,5'i karayolu, %7,7'si denizyolu ve sadece %0,3'ü demiryolu ile ülkeyi ziyaret etmiştir (TÜİK, 2009c: 402; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009a).

Turistlerin cinsiyet dağılımına bakıldığında, 2001-2008 döneminde çıkış yapan yabancılar içinde erkeklerin oranı %59'dan %53,3'e düşmüş, kadınların oranı %41 iken %46,7'ye yükselmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009b).

Son sekiz yılda ülkemizden çıkış yapan yabancıların eğitim durumunu yansıtan Tablo 3'e göre, bir okul bitirmeyen okuryazar oranı 2001 yılında %1,8 iken, 2008 yılında %2,2'ye yükselmiştir. 5 yıllık ilköğretim mezunu oranı 2001'de %6,1 iken 2008 yılında %4,1'e inmiştir. 8 yıllık ilköğretim mezunları 2001 yılında %13,1 iken 2008 yılında bu oran %12,7 olarak gerçekleşmiştir. Lise ve dengi okullardan mezun olan yabancı ziyaretçilerin oranı 2001'de %31,9 iken, 2008 yılında %30,4 olmuştur. Tabloya göre, Fakülte veya yüksekokul mezunu turistler 2001 yılında %36,8 iken, 2008'de %38 oranıyla ilk sırada yer almışlardır. Lisansüstü eğitimi olan yabancı turistlerin oranı 2001'de %9 iken 2008 yılında %12,7'ye yükselmiştir.

Çıkış yapan yabancı turistlerin mesleki dağılımının yer aldığı Tablo 4'e göre, 2001 yılında sıralamada birinci olan profesyonel meslek mensuplarının oranı %29,2 iken, 2008'de de birinci sırayı korumuş ancak payı %23,3'e inmiştir. İşletme sahipleri, kanun yapıcılar, üst düzey yöneticiler vb. 2001 yılında %8,9 ile üçüncü sırada iken, 2008'de %15,5'lik pay ile ikinci sıraya yükselmişlerdir. Büro ve müşteri hizmetlerinde çalışanlar 2001'de %13,5 pay alırken 2008 yılına geldiğinde bu oran %9,8'e, sıralamadaki yeri üçüncülüğe gerilemiştir. Hizmet ve satış elemanları %7,3 ile beşinci iken, 2008 yılında %7,4 ile dördüncü sırayı almıştır. Yardımcı profesyonel meslek mensupları 2002'de %9,8 oranında iken 2008'de %5,9 oranına gerilemiştir.

Tablo 3: Çıkış Yapan Yabancı Ziyaretçilerin Eğitim Durumu (2001-2008) (x 1000 kişi)

EĞİTİM DURUMU	2008*		2007		2006		2005		2004		2003		2002		2001	
	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O
TOPLAM**	21684	100	19240	100	16431	100	17304	100	14482	100	12134	100	11179	100	10008	100
Okuryazar (bir okul bitirmede)	467	2,2	414	2,2	304	1,8	229	1,3	205	1,4	149	1,2	171	1,5	184	1,8
İlkokul (5 yıllık)	880	4,1	764	4,0	936	5,7	760	4,4	656	4,5	554	4,6	551	4,9	611	6,1
Ortaokul veya ilköğretim (8 yıllık)	2756	12,7	2591	13,5	1941	11,8	2183	12,6	1741	12,0	1462	12,0	1325	11,9	1308	13,1
Lise ve dengi okul	6583	30,4	6068	31,5	5000	30,4	5478	31,7	4620	31,9	4034	33,2	3867	34,6	3188	31,9
Fakülte veya yükseköğretim	8250	38,0	7102	36,9	6252	38,1	6599	38,1	5653	39,0	4767	39,3	4148	37,1	3682	36,8
Yüksek lisans veya doktora	2749	12,7	2301	12,0	1496	9,1	1692	9,8	1395	9,6	1068	8,8	1033	9,2	897	9,0
Diğer	--	--	--	--	502	3,1	364	2,1	212	1,5	102	0,8	84	0,8	139	1,4

Z.S. = Ziyaretçi Sayısı

O = Oran (%)

* 2008 verileri TÜİK, 2009b'den derlenmiştir.

** Beraberindeki kişi sayısı toplama dahil değildir.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009b.

Tablo 4: Çıkış Yapan Yabancı Ziyaretçilerin Mesleki Dağılımı (2001-2008) (x 1000 kişi)

MESLEKİ DURUM	2008*		2007		2006		2005		2004		2003		2002		2001	
	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O
Toplam**	21684	100	19240	100,0	16431	100	17304	100	14482	100	12134	100	11179	100	10008	100
Profesyonel meslek mensupları	5053	23,3	4224	22,0	4451	27,1	5041	29,1	4327	29,9	3621	29,8	3187	28,5	2927	29,2
İşletme sahipleri, kanun yapımcılar, üst düzey yöneticiler vb.	3353	15,5	2955	15,4	1327	8,1	1481	8,6	1268	8,8	1058	8,7	941	8,4	892	8,9
Büro ve müşteri hizmetlerinde çalışanlar	2126	9,8	2082	10,8	1776	10,8	2179	12,6	1909	13,2	1557	12,8	1607	14,4	1347	13,5
Hizmet ve satış elemanları	1615	7,4	1466	7,6	1016	6,2	1111	6,4	957	6,6	875	7,2	1026	9,2	734	7,3
Yardımcı profesyonel meslek mensupları	1272	5,9	1113	5,8	1124	6,8	1418	8,2	1204	8,3	1154	9,5	1094	9,8	867	8,7
Nitelik gerektirmeyen işlerde çalışanlar	1251	5,8	985	5,1	793	4,8	784	4,5	443	3,1	352	2,9	266	2,4	343	3,4
Sanatkarlar ve ilgili işlerde çalışanlar	979	4,5	939	4,9	943	5,7	1036	6,0	788	5,4	621	5,1	663	5,9	534	5,3
Tesis ve makine operatörleri ve montajcılar	551	2,5	564	2,9	423	2,6	434	2,5	377	2,6	268	2,2	284	2,5	273	2,7
Nitelikli tarım, hayvancılık, avcılık, ormancılık çalışanları	278	1,3	271	1,4	348	2,1	338	2,0	256	1,8	212	1,8	186	1,7	164	1,6
Silahlı kuvvetler	73	0,3	162	0,8	149	0,9	135	0,8	112	0,8	107	0,9	80	0,7	76	0,8
Diğer	5134	23,7	4479	23,3	4080	24,8	3347	19,3	2841	19,6	2308	19,0	1843	16,5	1850	18,5

Z.S. = Ziyaretçi Sayısı

O = Oran (%)

* 2008 verileri TÜİK, 2009b'den derlenmiştir. Silahlı kuvvetler kalemi 2008'in 3.döneminden itibaren diğer kaleminde yer almıştır.

** Beraberindeki kişi sayısı toplama dahil değildir.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009b.

Gelir düzeylerine ülkemize gelen yabancıların dağılımını yansıtan Tablo 5'e göre, düşük gelir düzeyine sahip turistler 2001 yılında %11,7 iken 2007'de %14,5'e kadar yükselmiştir. Orta gelir grubunun payı 2001'de %72,5 iken, 2002'de %74,2'ye çıkmış, 2008 yılında %67,3 seviyesine inmiştir. Yüksek gelir düzeyine sahip turistlerin oranı 2001 yılında %15,8 iken, 2006'da %13'e kadar gerilemiş, 2007 ve 2008'de %19,9 seviyesine ulaşmıştır.

2007 yılında yapılan Alanya Turist Profili Araştırmasının sonuçlarına göre, yılda 50.000 Dolar ve üzeri gelire sahip olan yabancı turistlerin %37,7'si Alman, %26,2'si İskandinav, %17,2'si Hollandalı, %4,1'i İngiliz'dir. Yıllık 20.000 ile 50.000 Dolar kazanan turistlerin yaklaşık %36'sı Alman, %24,2'si Hollandalı, %9'u İskandinav, %8,4'ü Rus'tur. Yılda 10.000-20.000 Dolar gelir elde eden yabancı ziyaretçilerin %28,8'i Rus, %22'si Alman, %9,8'i İskandinav ülkelerinin vatandaşlarıdır. Yıllık geliri 2.500 ile 10.000 Dolar arasında olan turistlerin %54,2'si Rus, %11,4'ü Hollandalı, %10,7'si ise Ukrayna vatandaşlarıdır. Yıllık geliri 2.500 Doları kadar olan çok düşük gelir grubuna dahil turistlerin %77,4'ü Rus, %13'ü İskandinav ülkelerinin vatandaşlarıdır. Yılda 1.000 Dolar ve altında kazancı olan turistlerin tamamı Ruslardan oluşmaktadır (Aktaş vd., 2007: 8).

Tablo 6, ülkeden çıkış yapan yabancı ziyaretçilerin harcama kalemlerini ve onlardan elde edilen turizm gelirlerini yansıtmaktadır. Tabloya göre, paket tur harcamaları 2001 yılında turizm gelirinin %29,1'ini oluştururken, bu oran 2005 yılında %30,6'ya kadar yükselmiş, daha sonra azalarak 2008 yılında %23,2 olarak gerçekleşmiştir. Turizm gelirlerinin büyük kısmını oluşturan (2008'de %76,8) kişisel harcamaların dağılımına bakıldığında ise, yeme-içme harcamaları 2001-2005 yılları arasında ikinci durumda iken, 2006 yılından itibaren ilk sıraya yerleşmiş ve oransal bakımdan artmaya devam etmiştir. Konaklama harcamaları 2003'te %35,6 ile ilk sırada yer alırken, 2006 yılından itibaren ikinci sıradadır. Alışveriş harcamaları arasında ise giyecek ve ayakkabı kalemi 2001'de %9,6'lık pay almış, 2003'de bu pay %16,9'a çıkmış, 2008 yılında ise %15,2 ile üçüncü sıradaki yerini korumuştur. 2008 yılında ulaştırma harcamaları %10,5 ile dördüncü sırayı almış, ardından hediyelik eşya, halı, kilim vb. harcamalar, sağlık, tur hizmetleri ve spor, eğitim, kültür harcamaları sıralanmıştır.

Turistlerin harcama alışkanlıklarıyla ilgili 2008 yılında yayınlanan bir araştırmaya göre, Kuzey Amerikalı, Alman ve Arap turistler iyi alışveriş yapıp iyi bahşiş bırakırken, İngiliz, Rus, İspanyol ve İsraililer fazla alışveriş yapmamakta ve bahşiş bırakmamaktadırlar. Araştırmada ayrıca Kuzey Amerika ve Avustralya'dan gelen turistlerin seyahatleri boyunca daha çok halı ve antika, Arap turistlerin ise daha çok mücevher satın aldıkları belirtilmiştir (Tüm Gazeteler, 2008). Aynı konuda, turistlerin yoğun olarak alışveriş yaptığı mağazalara ve rehberlerin verdiği bilgilere dayanılarak yapılan bir diğer araştırmaya göre, en fazla harcamayı ABD'li turistler yaparken, onları Japon turistler izlemektedir (Radikal, 2007).

Tablo 5: Çıkış Yapan Yabancı Ziyaretçilerin Gelir Düzeyi (2001-2008)

GELİR DÜZEYİ	2008*		2007		2006		2005		2004		2003		2002		2001	
	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O	Z.S.	O
TOPLAM**	21683774	100	19239925	100	16430816	100	17303829	100	14481821	100	12134199	100	11179149	100	10007515	100
Çok Düşük	445320	2,1	518501	2,7												
Düşük	2326599	10,7	2274636	11,8	2239319	13,6	2245882	13,0	1831214	12,6	1624620	13,4	1355042	12,1	1168994	11,7
Orta	14602896	67,3	12620567	65,6	12059254	73,4	12617262	72,9	10649411	73,5	8855293	73,0	8295814	74,2	7260276	72,5
Yüksek	3858211	17,8	3398839	17,7	2132243	13,0	2440685	14,1	2001195	13,8	1654286	13,6	1528293	13,7	1578245	15,8
Çok Yüksek	450749	2,1	427382	2,2												

Z.S. = Ziyaretçi Sayısı

O = Oran (%)

*2008 verileri TUIK, 2009b'den derlenmiştir.

** Beraberindeki kişi sayısı toplama dâhil değildir.

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009b.

Tablo 6: Çıkış Yapan Yabancı Ziyaretçilerin Harcamaları ve Turizm Geliri (2001-2008) (x 1000 \$)

Harcama türü	Yıllar		2008*		2007		2006		2005		2004		2003		2002		2001	
	\$	(%)	\$	(%)	\$	(%)	\$	(%)	\$	(%)	\$	(%)	\$	(%)	\$	(%)	\$	(%)
Kişisel harcama toplam	12880011	100	10847349	100	9531819	100	9667358	100	8533775	100	7016527	100	6560405	100	5234864	100		
Yeme-içme top.	3795367	29,5	3110229	28,7	2458546	25,8	2254899	23,3	1853434	21,7	1448999	20,6	1487323	22,7	1118792	21,4		
Konaklama top.	2579693	20	2349331	21,7	2063357	21,7	2404565	24,9	2262169	26,5	1863813	26,5	1682782	25,7	1419493	27,1		
Sağlık top.	281755	2,2	247782	2,3	192529	2	163879	1,7	126849	1,5	91814	1,3	61758	0,9	48831	0,9		
Ulaşım top.	1346756	10,5	1046097	9,6	859845	9	754158	7,8	624199	7,3	408034	5,8	398593	6,1	331749	6,3		
Spor, eğitim, kültür top.	147963	1,1	138285	1,3	147523	1,6	202647	2,1	184982	2,2	193722	2,8	185489	2,8	143825	2,7		
Tur Hizmetleri Top.	252414	2	212995	2	223024	2,3	266975	2,8	215340	2,5	149963	2,1	137854	2,1	101947	1,9		
Diğer mal ve hiz. top.	4476062	34,8	3742630	34,5	3586995	37,6	3620235	37,4	3266802	38,3	2860183	40,8	2606606	39,7	2070228	39,5		
Giycek ve ayakkabı	1952750	15,2	1608119	14,8	1451194	15,2	1415008	14,6	1228462	14,4	886507	12,6	779435	11,9	502563	9,6		
Hediye/lik eşya	1270682	9,9	1044872	9,6	944971	9,9	918907	9,5	785675	9,2	611680	8,7	488589	7,4	393144	7,5		
Halı, kıyım vb.	358029	2,8	304838	2,8	317880	3,3	351764	3,6	362465	4,2	259024	3,7	260099	4	257818	4,9		
Diğer harcamalar	894600	6,9	784802	7,2	872950	9,2	934556	9,7	890200	10,4	1102972	15,7	1078483	16,4	916703	17,5		
Turizm geliri	16761182	100	13989963	100	12556829	100	13929301	100	12124060	100	9676623	100	9009678	100	7386246	100		
Kişisel harcama toplam	12880011	76,8	10847349	77,5	9531819	75,9	9667358	69,4	8533775	70,4	7016527	72,5	6560405	72,8	5234864	70,9		
Paket tur toplamı (Ülkemize kalan pay)	3881172	23,2	3142604	22,5	3025010	24,1	4261943	30,6	3590285	29,6	2660096	27,5	2449273	27,2	2151382	29,1		

\$ = Dolar

*2008 verileri TUIK, 2009b'den derlenmiştir.

Kaynak: TUIK, 2009d.

Türkiye'de en az harcamayı ise Hollandalı ve İsraili turistler gerçekleştirmektedir. Tur rehberlerine göre, son yıllarda turistlerin harcamalarında bir düşüş yaşanmaktadır. Bunun sebeplerinden biri olarak turist gönderen ülkelerde yaşanan ekonomik sıkıntılar dile getirilmekte, bir diğer sebebin ise Türkiye'nin turistik ürünlerinin ucuz pazarlanması sonucu turist profilinin değişmesi olduğu ifade edilmektedir. Anadolu turlarına katılanların ekstra harcama yaptıkları, İstanbul'da bireysel turlara katılanların ucuzcu oldukları için transfer ve yemek haricinde alışverişe çok az pay ayırdıkları da belirtilmektedir (Radikal, 2007).

Aşağıda, bazı ülkelerin gönderdikleri turistlerle ilgili çeşitli araştırmalardan elde edilen sonuçlar yer almaktadır;

Tatil yapmanın en önemli ihtiyaçlardan biri ve statü göstergesi sayıldığı Almanya'dan yılda 47 milyon dolayında kişi yurt dışına çıkmaktadır. Türkiye'ye en fazla turist gönderen Almanya'nın ilk tercihi, yaklaşık 9 milyon kişiyle İspanya olurken, Türkiye dördüncü sırada yer almaktadır. Tatillerinde kişi başı ortalama 1143 Euro harcayan Almanların paket tur tercihlerinde Türkiye üçüncü sıradadır. Alman turistlerin sıcak sular, kumsallar, Akdeniz mutfağı, eğlence, SPA'lar ve alışveriş gibi taleplerini karşılaması bakımından Türkiye'de özellikle tatil köyleri ve otelleri tercih ettikleri belirtilmektedir (Rota Haber, 2008b). Almanların tatilde fazla bira tükettikleri, erken yatıp erken kalkma, otobüse ve uçağa tam zamanında gelme gibi oldukça disiplinli hareket ettikleri ifade edilmektedir (Zaman, 2008).

Yılda 29 milyon dolayında turist gönderen Rusya'nın en popüler tatil ülkesi Türkiye'dir. Ülkemizi Mısır, Çin, Fransa ve Dubai takip etmektedir. Ülkelerinin soğuk ikliminden deniz-güneş-kum turizmüne uygun yerlere gitmek isteyen ve ortalama 10-15 gün kalan Ruslar, tur paketi fiyatı, "herşey dahil" sistemin içeriği ve hizmet kalitesi, su parkları, disko ve animasyon gibi konulara dikkat etmektedirler. Genelde son dakika rezervasyon yapan Rus turistler, 2 veya 3 yıldızlı otelleri tercih etmekte, kişi başına bir haftalık ortalama 500 Dolar harcamaktadırlar. Tatil için en fazla tercih ettikleri yerler Antalya, Marmaris, Bodrum, Kuşadası ve İstanbul'dur.

Türkiye'ye gelen turist sıralamasında üçüncü olan İngilizler tatil için en fazla İspanya, Fransa, İrlanda, İtalya ve ABD'yi tercih ederken, Türkiye 10. sıradadır. Türkiye, paket tur tatillerinde ise İspanya ve Yunanistan'dan sonra üçüncü durumdadır. Deniz kıyısında dinlenmek, golf, yat ve sualtı dalış etkinlikleri, sağlık turizmi, sıcak iklim, kültür, tarih, doğal güzellikler ve uygun fiyatlar İngilizlerin tatillerini Türkiye'de geçirmelerini sağlayan faktörlerdir. Türkiye'yi Temmuz-Eylül arasında, Noel ve Paskalya tatillerinde ziyaret eden İngilizler %60 oranında Muğla, %15 İstanbul ve %12 oranında Antalya'yı tercih etmektedirler. Genelde paket turlarla gelip "herşey dahil" otellerde ortalama on gün konaklayan İngilizler, genel olarak kişi başı ortalama 940 Dolar harcarken, Türkiye'de 1187 Dolar harcamaktadırlar (Rota Haber, 2008b). Genç İngiliz turistlerin önceliği deniz-güneş-kum ve eğlence, yaşlıların ise 5 yıldızlı otellerdir (Tüm Gazeteler, 2008).

Türkiye'ye gelen turist sıralamasında üst sıralarda yer alan Hollanda'da Fransa, Almanya, İspanya, Avusturya, İtalya ve Yunanistan'ın ardından Türkiye ve İngiltere tatil için tercih edilmektedir. Bu ülkeden yurt dışına en fazla seyahat eden 55 yaş üstü kişiler ve çocuklu aileler, deniz-güneş-kum, güzel hava, ucuzluk ve misafirperverliği tercih etmekte, ancak siyasi gerginlikler ve sağlık sorunlarının yaşandığı ülkelere kaçınmaktadırlar. Türkiye'de genelde birinci sınıf tatil köyleri ile 4 ve 5 yıldızlı otellerde konaklayan Hollandalılar, İstanbul, Alanya, Side, Antalya, Bodrum ve Marmaris'i tercih etmektedirler. Yunanistan'da 910 Euro, Akdeniz ülkeleri genelinde 812 Euro, İspanya'da 763 Euro harcayan Hollandalılar Türkiye'de 802 Euro harcamaktadırlar (Rota Haber, 2008b).

Son yıllarda Türkiye'yi daha çok tercih eden İranlılar, yoğun olarak deniz ve inanç turizmi ile alışveriş için ziyaret etmektedirler. Kişi başı ortalama 2000

Euro harcayan İnanlıların en çok kaldıkları yerler, İstanbul, Antalya, Muğla, Konya ve Bursa şeklinde sıralanmaktadır (Taraf Gazetesi, 2008).

Fransız turistlerin tatil tercihleri arasında da Türkiye, İspanya, İtalya, Yunanistan, Fas, Tunus ve Mısır gibi ülkelerin ardında yer almaktadır. Ülkemize gelme nedenleri arasında deniz, kültür, inanç turizmi, kırsal turizm ve şehir turları sayılabilir. Genel olarak yaz aylarında iki haftalık tatilleri tercih eden Fransızlar, tatil köylerinde, 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde ve arkadaşlarında kalırken, yurt dışı tatillerinde ortalama 1000 Euro harcamaktadırlar. Türkiye’de ise Bodrum, İzmir, Antalya, İstanbul ve Kapadokya’yı tercih etmektedirler (Rota Haber, 2008b).

En fazla Türkiye, Mısır, İspanya, Tunus, Yunanistan ve Bulgaristan gibi ülkeleri tercih eden Ukraynalılar, son dakikada tatil kararı vermekte, bir hafta ile 15 gün arası tatil yapmaktadırlar. Deniz-güneş-kum amacıyla gelen Ukraynalılar, su parkları, disko, animasyon aktiviteleri olan ve “herşey dahil” sistem uygulayan 3, 4 ve 5 yıldızlı otellerde konaklamayı tercih etmektedirler. En fazla Kemer, Alanya, Marmaris, Bodrum ve İstanbul’a gelen Ukraynalılar, tatilleri sırasında kişi başı ortalama 800-900 Dolar harcamaktadırlar (Rota Haber, 2008b).

Turist sayısı açısından onuncu sırada olmasına rağmen ABD, turist profili ile Türkiye için önemli konumdadır. Yılda 30 milyon civarında deniz aşırı seyahat yapılan ABD’den en çok İngiltere, Fransa, İtalya, Almanya, Japonya ve Çin turist çekmektedir. Tarihi, kültürel zenginlikler, inanç turizmi, kruvaziyer turizm, alışveriş ve şehir turlarını tercih eden bu turistler, genellikle özel belgeli tesislerde ve 5 yıldızlı otellerde konaklarken, ortalama 1500 Dolar harcama yapmaktadırlar. Türkiye’de en fazla ziyaret ettikleri yerler İstanbul, Kapadokya, Kuşadası-Efes ve Antalya şeklinde sıralanabilir. Tatil kararlarını verirken en çok tüketici dergileri, gazete, TV ve internetten faydalanmaktadırlar (Rota Haber, 2008b).

Tatil anlayışları denize gitmek ve alışveriş yoğunluklu olan İsraililer, tatilde kişi başı ortalama 1350 Dolar harcamakta, ülkemizde Akdeniz ve Ege kıyıları ile Karadeniz’i tercih etmektedirler (Rota Haber, 2008b).

Akdeniz çanağında Türkiye’ye rakip ülkelerden biri olan İtalya’dan ülkemize gelen turistler, genellikle Bodrum, Antalya, İstanbul, Kapadokya ve Efes’i; bir diğer rakibimiz olan İspanya’dan gelenler ise Kapadokya ve İstanbul dışında, Ege ve Akdeniz bölgelerini tercih etmektedirler (Rota Haber, 2008b).

Tatil için Türkiye’yi tercih eden Belçikalılar, deniz ve kültürün yanı sıra kongre ve sağlık turizmi için; Kuzey Avrupa ülkelerinden gelen ziyaretçiler ise bozulmamış sahiller, güneş, yeni golf alanları ve şifalı kaplıcalar için gelmektedirler. Genelde komşu ülkeleri ve ABD’yi tercih eden Japonlar, Avrupa’da İspanya, Almanya ve İtalya’ya gitmektedirler. Yeni yerler görmek isteyen Japonlar için, zengin tarihi kalıntıları, doğal güzellikleri ile Türkiye de caziptir. Tatilde 2500 Dolar gibi yüksek bir harcama yapan ve güvenliğe çok dikkat eden Japonlar İstanbul ve Kapadokya’yı tercih etmektedirler. Grup halinde seyahat etmeyi, ünlü mekanlarda fotoğraf çekmeyi, müze ziyaretini ve alışverişini seven Çinli turistlerin sayısı da son yıllarda artmaktadır. Ayrıca Azerbaycan, Kazakistan, Özbekistan ve Türkmenistan’dan ülkemize dinlenme, bavul ticareti, kış turizmi,

fuvar, sergi, iş görüşmesi ve öğrenim gibi amaçlarla ziyaretler yapılmaktadır (Rota Haber, 2008b).

Arap ülkelerinden Türkiye'ye gelen turistler özellikle İstanbul, Bursa ve Konya'da inanç ve kültür turlarını tercih etmekte, sahil turizmi için ise Antalya'ya gitmektedirler. Son yıllarda Arap turist profili değişmekte, ev kiralamak yerine artık genelde 5 yıldızlı otellerde konaklamakta, bazı şirket yöneticileri toplantı yapmak üzere özellikle İstanbul'a gelmektedirler. Araplar ayrıca bol alışveriş yapıp iyi bahşış bırakmakta, birçok sektör temsilcisine göre özellikle körfez ülkelerinden gelenler Avrupalı turistten yaklaşık 10 katı harcama yapmaktadırlar. Bazı Arap ülkelerinin turist profiline bakılacak olursa; BAE'den gelen genelde otuz yaş üzeri zengin aileler, son dakika rezervasyon yaptırmakta, 4 ve 5 yıldızlı otellerde yaklaşık bir hafta kalmaktadırlar. Doğa, kültür ve alışveriş ilgi alanlarını oluşturmaktadır. Mısırlılar, tatil için genelde Arap ülkelerini tercih etmekte, ortalama turistten üzerinde harcama yapmaktadırlar. Suriyeliler en çok dini bayramlarda tatile çıkmakta, Suudi Arabistan'ın ardından ikinci olarak Türkiye'yi tercih etmektedirler (Taraf Gazetesi, 2008).

Çalışmada, Türkiye'ye yönelik yabancı turistler ile ilgili genel ve üst sıralardaki orijin ülkelerle ilgili bazı rakamsal veriler ve özellikler ile söz konusu orijin ülkelerden seyahate çıkan turistlerin eğilimleriyle ilgili bazı bilgilerin sunulmasının ardından, sonuç bölümünde bu bilgilerin ışığı altında bir değerlendirme yapılmaya, Türk turizmi açısından çeşitli öneriler getirilmeye çalışılacaktır.

SONUÇ

En önemli ekonomik faaliyetleri arasında turizmin yer aldığı ülkeler, bu sektördeki gelişmeleri yakından takip etmeyi, hatta sektörü yönlendirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu bakımdan, hem o ülkeye yönelik turizm talebinin, hem de genel olarak uluslararası turizm pazarının özellikleri belirleyici rol oynamaktadır.

Bir ülkenin belli bir zaman dilimindeki yabancı ziyaretçi profili, o ülkenin turistik arzının zenginliği ve özellikleri, hizmet kalitesi, pazarlara yakınlığı ve turistik yapısı gibi konularda önemli bir göstergedir. Ülke turizminin hangi turizm türlerinde daha gelişmiş ve turist tercihlerini etkileyebilir bir durumda olduğunu ve rakip ülkelere göre tercih edilme sebeplerini görmeye de olanak vermektedir.

Mevcut durumun tespiti, ülkenin turistik potansiyelinin hangi alanlarda ve ne oranda değerlendirilebildiğini görmeye de yardımcı olmaktadır. Turistik profilin ve bu profilin oluşumunu sağlayan olguların bilinmesi, ülke turizmini daha da geliştirmek için neler yapılması gerektiği konusunda, yetkililere rehberlik etmektedir. Yapılacak turistik yatırımlardan tanıtım politikasının belirlenmesine, hizmet kalitesinin yükseltilmesinden eğitim politikasına kadar birçok alanda belirlenecek hedef ve stratejiler için çok büyük önem taşımaktadır. Çünkü turist profili, pazara ulaşım olanaklarından ürün çeşidine ve ürün kalitesine kadar nelerin tercih sebebi olduğu, hangi gelir gruplarına, hangi sosyal ve mesleki gruplara hitap edilmekte olduğunu yansıtmaktadır.

Bu nedenle, öncelikle Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin genel özellikleri ve Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkelerin turist profili ile ilgili çalışmada yer alan veriler göz önüne alındığında;

- Uluslararası turizmde katılım oranının giderek azaldığı gezi-eğlence (deniz-güneş-kum) ağırlıklı ziyaretler ülkemizde halen %50'ye yakın bir oranda gerçekleşmektedir. Bu veri, Türk turizminin gezi-eğlence ağırlıklı turizm türlerinde daha ileri düzeyde olduğunu ve rekabet gücünün bulunduğunu göstermektedir. Tarihi ve kültürel altyapısı rakip ülkelere oranla daha güçlü olan ülkemiz, bu özelliğini avantaja dönüştürememiş, son yıllarda dünyada öne çıkan kültür turizmine katılmak amacıyla Türkiye'ye gelen turistlerin sayısı küçük bir artış gösterse de, oranı yıldan yıla düşmüştür. Ancak, diğer amaçlarla ülkemize gelen turistlerin bir bölümünün kültür turlarına katıldıkları da göz önüne alınmalıdır. Yine, dünyada son dönemde çokça talep gören toplantı, konferans gibi faaliyetlere katılım amacıyla ülkeye gelen yabancıların sayısı 2001-2008 yılları arasında yaklaşık 3 kat artmış, ancak oranı çok fazla yükselmemiştir. Bu tür amaçlarla ülkeye çok daha fazla turist çekilebilmesi ve rekabet gücü elde edilebilmesi için gerekli üst yapı ve tanıtım çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

- Yabancı turistlerin ülkemizi en fazla tercih etme nedeni olan doğal güzelliklerin korunması ve geliştirilerek sürdürülebilir bir turizm kalkınması için gelecek nesillere aktarılması gerekmektedir. Ülkemiz, birçok rakibine göre ucuz olması ve fiyat avantajı getiren herşey dahil sistemi yoğun olarak uygulaması nedeniyle çokça tercih edilmektedir. Ancak, bu avantajın kaliteden ödün verilmeden kullanılması ve herşey dahil sistemin turist başına harcamayı azaltıcı etkisinin telafi edilebilmesi amacıyla lüks turizmin de geliştirilmesi gerekmektedir. Bu şekilde yüksek oranda harcama yapan turistlerin yoğun olarak ülkeye çekilmesi mümkün olacaktır.

- Türkiye'ye en fazla turist gönderen Almanya, İngiltere, ABD gibi ülkelerin vatandaşlarının ilk tercihlerinin Türkiye olmadığı gerçeğinden hareketle, her bir ülkenin turist profili ve beklentileri göz önünde bulundurularak strateji belirlenmelidir. Özellikle gelişmiş ülkelerin vatandaşlarının ülkeye daha fazla çekilebilmesi için, altyapı ve çevre sorunları, hayvan hakları, terör olayları, alışverişte yüksek fiyat uygulaması gibi konulara dikkat edilmesi önerilmektedir.

Genel olarak 2000'li yıllarda uluslararası turizmin özellikleri ve turizme katılanların tercihleri göz önünde bulundurulacak olursa;

- Ağırlıklı olarak tercih edilen kültür, sağlık, kongre, yatçılık gibi turizm çeşitlerinin gerek yasal, gerek yapısal ve gerekse eğitimle ilgili düzenlemelerin yapılarak geliştirilmesi,
- Tatillerin tüm yıla yayılması kapsamında, kış turizmi, kayak turizmi, kongre turizmi, kültür turizmi, inanç turizmi, sağlık turizmi, eko-turizm, agro-turizm, dağ turizmi, golf turizmi, festival turları gibi faaliyetlerin geliştirilmesi ve tanıtımının etkin olarak yapılması,

- Uzun mesafeli deniz aşırı seyahatlerin ülkeye yönlendirilmesi amacıyla, kruvaziyer turizmin geliştirilmesi doğrultusunda gerekli yasal düzenlemelerin ve çalışmaların yapılması,
- Destinasyon seçimi ve seyahatlerin organize edilmesinde önemli rol oynayan internetin etkin bir şekilde kullanılması,
- Hem sürdürülebilir bir turizm anlayışı içinde, hem de Bilgi Toplumunun çevresel konulara duyarlı fertlerini ülkeye çekebilmek amacıyla, bu konuda belirlenmiş uluslararası (BM Çevre Programı gibi) ölçütlere uyan işletmelerin meydana getirilmesi ve hizmete sunulması,
- Seyahat işletmelerinin, bağımsız hareket etmek isteyen ve esnek seyahat programı tercih eden günümüz turistlerinin ihtiyaçlarına cevap verebilecek esnek ve değişken programlar hazırlayabilmeleri,
- Turizm işletmelerinin ürün ve hizmet kalitesine önem vermeleri, en üst düzeyde ve süreklilik gösteren bir hizmet anlayışı benimsemeleri,
- Turistik hizmet kalitesini yükseltmek amacıyla turizm eğitimine önem verilmesi,
- Turistlerin artık daha fazla bilgi gerektiren turistik ürünleri tercih etmelerinden hareketle, özel ilgi turlarının, macera turlarının çeşitlendirilmesi, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması,
- Günümüzde insanların daha sık ve kısa süreli seyahat etmeleri nedeniyle, bu kişileri ülkeye çekebilmek için ulaşım süresini ve ücretlerini makul seviyeye indirecek önlemlerin alınması, demiryolu ulaşımının geliştirilip Avrupa demiryolu ağına entegre edilmesi,
- Avrupa Birliği ve ABD gibi gelişmiş ülkelerden örnek alınarak, turistik tüketiciyi korumaya yönelik hukuki düzenlemelerin, yoruma açık olmayacak şekilde hayata geçirilmesi, Türk turizminin geliştirilmesi konusunda ilk akla gelebilecek öneriler arasındadır.

Günümüzde, birçok sanayi dalında üretimin kişiselleşmesi gibi, turistik ürün talebi de kişiden kişiye farklılık göstermekte, turistik hizmetlerde çeşitliliğin arttığı görülmektedir. Bu bakımdan, özellikle 2000'li yıllarda Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi profiline irdelenmesi önem arz etmektedir. Ülkemize gelen turistlerin demografik, sosyal, ekonomik özelliklerinin bilinmesi ve hem Türkiye'yi tercih nedenlerinin, hem de turistik ürün tercihlerinin bu özelliklere göre değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu tür çalışmalar, yabancıların gözünde ülkemizin turistik imajını ortaya çıkaracak, hangi turizm türlerinde Türkiye'nin daha fazla ilgi uyandırdığını, hangi turistik ürünlerimizin tanındığını ve talep oluşturduğunu gösterecektir. Bugüne kadar öne çıkmış olan turistik ürünlerin yanında, yurt dışında yeteri kadar tanınmayan ve uluslararası turizm sektöründe rakip ülkelere karşı avantaj sağlayacak değerlerin ve ürünlerin etkin bir şekilde tanıtılması, öne çıkarılması ve ürün çeşitliliğinin her türlü hazırlığın yapılarak sağlanması gerekmektedir. Bu da, tanıtım politikası, turistik yatırımların yönlendirilmesi, eğitim politikası ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi gibi hedeflere yönelik stratejilerin uygulanması sayesinde gerçekleştirilebilir.

KAYNAKÇA

- AKTAŞ, Ahmet vd.(2007), “Alanya Turist Profili Araştırması 2007”, İnternet Adresi:http://www.akdeniz.edu.tr/alanya/dokuman/turist_profili_arastirmasi2007.pdf, Erişim Tarihi: 09.02.2009.
- BURKART, A.J. ve S. MEDLIK (1989), *Tourism: Past, Present and Future*, 2. Edition, Heinemann Professional, Publishing Ltd, Great Britain.
- COOPER, C. ve J. LEWIS (2001), “Transformation and Trends in the Tourism Industry: Implications for Distribution Channels”, *Tourism Distribution Channels*, Continuum: London.
- COOPER, C.P. ve I. ÖZDİL (1992), “From Mass to Responsible Tourism: The Turkish Experience”, *Tourism Management*, Butterworth-Heinemann Ltd., London/ U.K.
- DİE, “Turizm İstatistikleri, 2001-2003”, İnternet Adresi: <http://www.die.gov.tr>, Erişim Tarihi: 05.08.2005.
- DPT (1963), Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1963-1967, Ankara.
- DPT (1967), İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1968-1972, Ankara.
- DPT (1973), Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1973-1977, Yay.No: DPT 1272, Ankara.
- DPT (1979), Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983, Yay.No: DPT 1664, Ankara.
- DPT (2001), “Sekizinci Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, İnternet Adresi: <http://ekutup.dpt.gov.tr/turizm/oik601.pdf>, Erişim Tarihi: 26.11.2006.
- DPT (2007), “Dokuzuncu Kalkınma Planı Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, İnternet Adresi: <http://ekutup.dpt.gov.tr/turizm/oik679.pdf>, Erişim Tarihi: 18.05.2008.
- ERDOĞAN, Ali vd. (2008), “Markalaşma Yolunda Side-Manavgat, Müşteri Analizi 2008”,İnternet Adresi: <http://www.akdeniz.edu.tr/manavgat/Side-Manavgat%20Musteri%20Analizi%202008.pdf>, Erişim Tarihi: 10.02.2009.
- ERKAN, Hüsnü (1994), *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*, 2.Baskı, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Yay No:326, İstanbul.
- GÖKAL, İsmail (1997), “Globalleşme,” *Dış Ticaret Dergisi*, Y.2, S.7.
- HACIOĞLU, Necdet (1996), *Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*, 4.Baskı, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Bursa.
- İÇÖZ, Orhan (1998), *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*, Genişletilmiş 2.Baskı, Turhan Kitabevi, Ankara.
- KOZAK, Nazmi vd. (2001), *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*, 5.Baskı, Detay Yayıncılık,Ankara.
- McRAE, Hamish (1996), *2020 Yılında Dünya, Anadolu Grubu Yayınları 2*, Çev: Zülfü Dicleli, İstanbul.

- ÖZTAŞ, Kadir ve Tahsin KARABULUT (2006), *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*, 2. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- POON, A. (1996), *Tourism, Technology and Competitive Strategies*, 3rd Edition, Cab International, Wallingford, UK.
- Radikal (2007), “Japon turist bonkör, İsraili cimri”, İnternet Adresi: <http://www.radikal.com.tr/haber.php?haberno=225681>, Erişim Tarihi: 09.02.2009.
- ROTA HABER (2008a), “Türkiye ucuz tatil ülkesi oldu”, İnternet Adresi: <http://www.rotahaber.com/haber/20080131/Turkiye-ucuz-tatil-ulkesi-oldu.php>, Erişim Tarihi: 09.02.2009.
- ROTA HABER (2008b), “Bu yüzden Türkiye’ye bayılıyorlar”, İnternet Adresi: <http://www.rotahaber.com/haber/20080725/Turistlerin-Turkiyeyi-tercihnedenleri.php>, Erişim Tarihi: 09.02.2009.
- TARAF GAZETESİ (2008), “Turizmcinin gözü Arap turistte”, İnternet Adresi: <http://www.taraf.com.tr/haber/17063.htm>, Erişim Tarihi: 09.02.2009.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2008), “Sınır Giriş-Çıkış İstatistikleri”, İnternet Adresi: <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CF2B81939FD5B60AFAFFDE13C621852F44>, Erişim Tarihi: 18.08.2008.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009a), “Giriş-Çıkış Yapan Yabancı ve Vatandaşlar – Aralık 2008”, Sayı:12, İnternet Adresi: <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF2B81939FD5B60AFAFFDE13C621852F44>, Erişim Tarihi: 28.02.2009.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009b), “Yabancı Ziyaretçiler ve Vatandaş Araştırması”, İnternet Adresi: <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF2B81939FD5B60AFA136DF7714D282500>, Erişim Tarihi: 22.01.2009.
- Turizm Dünyası (2001), “Türk Turizmde All-inclusive Olgusu,” Turizm Dünyası: Türkiye’nin Turizm Ekonomisi ve Yatırımları Dergisi, Sayı: 137, BileşimYayıncılık, İstanbul.
- Turizm Manşet (2008), “Efes’ten Turist Profili”, İnternet Adresi: <http://www.turizmmanset.com/efesten-turist-profil-haber.119.html>, Erişim Tarihi: 09.02.2009.
- TÜİK (2007), “Turizm İstatistikleri 2006”, İnternet Adresi: <http://www.tuik.gov.tr>, Erişim Tarihi: 18.08.2008.
- TÜİK (2009a), “Haber Bülteni”, Sayı:15, İnternet Adresi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=3993>, Erişim Tarihi: 29.01.2009.
- TÜİK (2009b), “Turizm İstatistikleri”, İnternet Adresi: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=51&ust_id=14, Erişim Tarihi: 29.01.2009.
- TÜİK (2009c), “İstatistik Göstergeler 1923-2007”, İnternet Adresi: http://www.tuik.gov.tr/yillik/Ist_gostergeler.pdf, Erişim Tarihi: 21.02.2009.

- TÜİK (2009d), “Çıkış Yapan Ziyaretçilerin Turizm Geliri, 2001 - 2007”, İnternet Adresi:http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?tb_id=51&ust_id=14, Erişim Tarihi:22.02.2009.
- Tüm Gazeteler (2008), “Alman ve Arap Turist Cömert, İngiliz ve Rus Turist Cimri”,İnternet Adresi: <http://www.tumgazeteler.com/?a=2818463>, Erişim Tarihi:09.02.2009.
- WTO (2004), “Tourism Highlights, Edition 2004”, İnternet Adresi: <http://www.worldtourism.org/facts/highlights/HIGHLIGHTS%20INGLES%2020041.pdf>, Erişim Tarihi:25.01.2005.
- WTO (2005a), “International Tourist Arrivals 1950-2002”, İnternet Adresi: <http://www.world-tourism.org/facts/trends/inbound/arrivals/1950-2002.pdf>, Erişim Tarihi: 15.05.2005.
- WTO (2005b), “International Tourism Receipts 1950-2002”, İnternet Adresi: [http://www.world-tourism.org/facts/trends/inbound/receipts/ITR\(1950-2002\).pdf](http://www.world-tourism.org/facts/trends/inbound/receipts/ITR(1950-2002).pdf), Erişim Tarihi: 15.05.2005.
- WTO (2005c), “Inbound Tourism – World’s Top Tourism Destinations”, İnternet Adresi:<http://www.world-tourism.org/facts/tmt.html>, Erişim Tarihi: 15.05.2005.
- WTO (2005d), “Tourism Highlights 2005 Edition”, İnternet Adresi: <http://www.world-tourism.org>, Erişim Tarihi: 21.12.2008.
- WTO (2006), “Tourism Highlights 2006 Edition”, İnternet Adresi: http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights_06_eng_hr.pdf, Erişim Tarihi: 21.12.2008.
- WTO (2007), Tourism Highlights 2007 Edition, İnternet Adresi: <http://unwto.org/facts/menu.html>, Erişim Tarihi: 12.04.2008.
- WTO (2008), Tourism Highlights 2008 Edition”, İnternet Adresi: http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_HR.pdf, Erişim Tarihi: 03.11.2008
- WTO (2009), “Facts & Figures”, İnternet Adresi: <http://unwto.org/facts/menu.html>,Erişim Tarihi: 22.03.2009.
- Zaman (2008), “Antalya’ya VIP turistler geliyor”, İnternet Adresi: <http://www.zaman.com.tr/haber.do?haberno=720362>, Erişim Tarihi: 10.02.2009.