

Turizmraporu

TUROFED TOURISM REPORT

2017



İÇİNDEKİLER / TABLE OF CONTENTS

1. BÖLÜM: DÜNYADA VE AVRUPA'DA TURİZM HAREKETLERİNİN GELİŞİMİ	4
CHAPTER 1: DEVELOPMENT OF TOURISM ACTIVITIES OF THE WORLD AND EUROPE	4
1.1. DÜNYADA VE AVRUPA'DA TURİZM HAREKETLERİ	4
1.1. TOURISM ACTIVITIES OF THE WORLD AND EUROPE	4
1.1.1. Dünyada Turizm Hareketleri	4
1.1.1. Tourism Activities of the World	4
1.1.2. Avrupa'da Turizm Hareketleri	11
1.1.2. Tourism Activities in Europe	11
1.1.3. Rusya Federasyonu Açısından Turizm Hareketleri	14
1.1.3. Tourism Activities of the Russian Federation	14
1.1.4. Almanya Açısından Turizm Hareketleri	16
1.1.4. Tourism Activities of Germany	16
1.1.5. Ülkemiz Açısından Turizm Hareketleri	18
1.1.5. Tourism Activities for Our Country	18
2. BÖLÜM: TÜRKİYE TURİZM VERİLERİ	20
CHAPTER 2: TOURISM DATA OF TURKEY	20
2.1. TÜRKİYE TURİZMİNİN SON 25 YILINA GENEL BAKIŞ	20
2.1. GENERAL OVERVIEW OF TURKEY IN THE LAST 25 YEARS	20
2.2. TÜRKİYE VE DÖRT İLİN 2017 YILI OCAK-HAZİRAN YILLARI VERİLERİ	22
2.2. THE DATA OF TURKEY AND FOUR PROVINCES FROM JANUARY TO JUNE 2017	22
2.3. MİLLİYETLERİNE GÖRE İSTANBUL'A GELEN YABANCILAR (OCAK-HAZİRAN 2017)	27
2.3. THE FOREIGN VISITORS OF ISTANBUL ACCORDING TO THEIR NATIONALITIES (JANUARY-JUNE 2017)	27
2.3.1. İstanbul'a Gelen Yabancı Ziyaretçi Verilerinin İncelenmesi (Ocak - Haziran 2016/2017)	27
2.3.1. Analysis of the Data of Foreign Visitors of Istanbul (January - June 2016/2017)	27
2.3.2. Antalya'ya Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere ve Yıllara Göre Dağılımı (Ocak-Haziran 2017)	32
2.3.2. Distribution of foreign visitors coming to Antalya in terms of nationalities and years (January-June)	32
2.3.3. Muğla'ya Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere ve Yıllara Göre Dağılımı (Ocak-Haziran 2017)	34
2.3.3. Distribution of Foreign Visitors Coming to Mugla in Terms of Nationalities and Years (January-June 2017)	34
2.3.4. İzmir'e Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere ve Yıllara Göre Dağılımı (Ocak-Haziran)	38
2.3.4. Distribution of Foreign Visitors of İzmir in Terms of Nationalities and Years (January-July)	38
2.3.5. Yurtiçinde İkamet Edenlere İlişkin Seyahat Verileri	43
2.3.5. The Travel Data of Domestic Residents	43
3. BÖLÜM: TÜRKİYE TURİZM GELİR VE GİDERLERİ	45
CHAPTER 3: THE TOURISM REVENUES AND EXPENSES OF TURKEY	45
3.1. TÜRKİYE TURİZM GELİRLERİ (2013-2017)	45
3.1. TOURISM REVENUES OF TURKEY (2013- 2017)	45
3.2. TÜRKİYE TURİZM GİDERLERİ VE DEĞİŞİM ORANLARI (2014- 2017)	47
3.2. THE TOURISM EXPENSES OF TURKEY AND CHANGE RATES (2014-2017)	47

TÜROFED / TUROFED
Turizm Raporu / Tourism Report
Yıl / Year: 7, Sayı / Issue: 12

Sahibi / Owner
TÜROFED Adına
On behalf of TUROFED
Osman AYIK

Yayın Kurulu
Prof. Dr. A. Akin Aksu
Prof. Dr. Mustafa Gülmez
Yrd.Doç. Dr. Özlem Güzel

Yayın Koordinatörü
Editorial Coordinator
Necip BOZ

Çeviri
Translation
Eda BOZOKLU

Sanat Yönetmeni
Art Director
Bahar SİNEMCE

Tasarım Uygulama
Design Application
Yedililetişim

Yazışma Adresi
Correspondence Address
JW Marriott Ankara Otel,
Kızılırmak Mah. Muhsin
Yazıcıoğlu Cad. No: 1 Ofis 34-35
Söğütözü Çankaya / Ankara

Tel : +90 312 287 70 66
Faks : +90 312 287 70 67
e-posta : info@turofed.org.tr

TÜROFED Turizm Raporu, Akdeniz
Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayın
Kurulu tarafından hazırlanmıştır.

TÜROFED Tourism Report has
been prepared by the Press
Committee of Akdeniz University
Tourism Faculty

4. BÖLÜM: 2017 YILINDA TÜRKİYE'DE VERİLEN TURİZM TEŞVİKLERİ VE İLLER İTİBARIYLA TESİS SAYILARINDA SON DURUM	48
CHAPTER 4:THE TOURISM INCENTIVES PROVIDED IN TURKEY DURING 2017 AND THE FINAL STATUS OF NUMBER OF TOURISM FACILITIES AS OF PROVINCES	48
5. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE EKOTURİZM: YEŞİL YILDIZLI VE MAVİ BAYRAKLI TESİSLER	50
CHAPTER 5: ECO-TOURISM IN TURKEY: THE FACILITIES WITH GREENSTAR AND BLUE FLAG	50
5.1. TÜRKİYE'DE YEŞİL YILDIZLI OTELLERDE SON DURUM	50
5.1. THE LATEST STATUS OF GREEN-STAR HOTELS IN TURKEY	50
5.2. TÜRKİYE VE DÜNYADAKİ MAVİ BAYRAKLI TESİS VERİLERİ	51
5.2. THE DATA OF BLUE FLAG FACILITIES IN TURKEY AND THE WORLD	51
6. BÖLÜM: DÜNYADA VE AVRUPA'DA KONGRE TURİZMİNİN GELİŞİMİ	55
CHAPTER 6: DEVELOPMENT OF CONGRESS TOURISM IN THE WORLD AND EUROPE	55
6. BÖLÜM: DÜNYADA VE AVRUPA'DA KONGRE TURİZMİNİN GELİŞİMİ	55
CHAPTER 6: DEVELOPMENT OF CONGRESS TOURISM IN THE WORLD AND EUROPE	55
7. BÖLÜM: KRUVAZİYER VE HAVAYOLU TURİZM VERİLERİ	58
CHAPTER 7:DATA OF CRUISE AND AIRLINE TOURISM	58
7.1. DÜNYADA VE AVRUPA'DA KRUVAZİYER TURİZMİ	58
7.1. CRUISE TOURISM IN THE WORLD AND IN EUROPE	58
7.2. ÜLKEMİZDE KRUVAZİYER TURİZMİ	60
7.2. CRUISE TOURISM IN OUR COUNTRY	60
8. BÖLÜM: TÜRKİYE GENELİ HAVALİMANLARI UÇAK, YOLCU VE YÜK TRAFİĞİ İSTATİSTİKLERİ	61
CHAPTER 8: THE FLIGHT, PASSENGER AND CARGO TRAFFIC STATISTICS OF THE AIRFIELDS OF TURKEY	61
9. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE SON YİRMİ YILDA KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞINDAN BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİNİN GELİŞİMİ	69
CHAPTER 9: DEVELOPMENT OF ACCOMODATION FACILITTES WHICH CERTIFICATED BY THE MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM IN THE LAST TWENTY YEARS IN TURKEY	69
9.1. TÜRKİYE'DE YİRMİ YILDA KONAKLAMA TESİSLERİNİN GELİŞİM SEYRİ	69
9.1. DEVELOPMENT OF ACCOMODATIPN FACILITITES IN TURKEY IN TWENTY YEARS	69
10. BÖLÜM: SAĞLIK TURİZMİNDE GELİŞMELER	75
CHAPTER 10: DEVELOPMENTS IN HEALTH TOURISM	75
10.1. DÜNYADA SAĞLIK TURİZMİ	75
10.1. HEALTH TOURISM IN THE WORLD	75
10.2. ÜLKEMİZDE SAĞLIK TURİZMİ	85
10.2. HEALTH TOURISM IN OUR COUNTRY	85
11. BÖLÜM GOLF TURİZMİ	92
CHAPTER 11: GOLF TOURISM	92
KAYNAKÇA	96
SOURCES	96

1. BÖLÜM: DÜNYADA VE AVRUPA'DA TURİZM HAREKETLERİNİN GELİŞİMİ

CHAPTER 1: DEVELOPMENT OF TOURISM ACTIVITIES OF THE WORLD AND EUROPE

1.1. DÜNYADA VE AVRUPA'DA TURİZM HAREKETLERİ

1.1. TOURISM ACTIVITIES OF THE WORLD AND EUROPE

1.1.1. Dünyada Turizm Hareketleri

1.1.1. Tourism Activities of the World

2016 yılında uluslararası turizm hareketleri genellikle ilgili tüm yaşanan sıkıntılara rağmen artış göstermiş ve 2009 yılından bu yana birbirini takip eden 7 yıl boyunca sürdürülebilir gelişme yaşanmıştır.2016 yılında uluslararası turizm hareketleri % 3.9 artarak 1 milyar 235 milyon kişiye ulaşmıştır (<http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>;Erişimtarihi:13.06.2017). Dünya genelinde turizm endüstrisinde 2017 yılı ve sonrası açısından etkileyici bir dönem beklenmektedir. Turizm endüstrisindeki tüm aktörler Amerika Birleşik Devletleri'ndeki yeni Trump yönetiminin alacağını kararların dünya ticaretine olası etkileri üzerine odaklanmakta, ayrıca Brexit etkisinin Avrupa Birliği ve İngiltere arasındaki ilişkileri ne düzeyde yönlendireceğini tartışmaktadırlar. Tüm bu belirsizliklere rağmen 2017 yılı için küresel turizm hareketlerinde gelişme trendinin devam etmesi beklenmektedir. Trump yönetiminin Amerika Birleşik Devletleri'nin işbirliği yaptığı taraflarla / ülkelerle olan ilişkilerde artan oranda korumacı yaklaşımının taraflar arasındaki ikili havayolu ve açık saha anlaşmalarını etkilemesi beklenmektedir. Brexit kararının uygulanmasının zaman alması beklenmekle birlikte özellikle havayolu, vize ve çalışma izinleri açısından Avrupa Birliği üyeleri ve İngiltere arasındaki anlaşmaların nasıl bir seyir izleyeceği ve belirsizliklerin nasıl çözüleceği merakla beklenmektedir. 2017 yılında petrol fiyatlarının az da olsa artması beklentisine karşılık ulaştırma endüstrisinde yolcu sayısında artış tahmin edilmektedir. Bu durumun özellikle hava, demir ve deniz yoluyla seyahatlere olan talepteki sürekli artıştan dolayı olduğu ifade edilebilir. Kruvaziyer turizmde Çin ve diğer Asya Ülkelerinin artan talepleri buna örnek olarak verilebilir (<http://europe.etbtravelnews.global/311739/tourism-trends-watch-2017>;Erişim Tarihi:13.06.2017).

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2017 yılında tüm bölgeler için büyüme beklentisine sahiptir. Bu bağlamda en fazla büyümenin Asya ve Pasifik bölgesi ile Afrika kıtasında olacağı (% 5-6 dolaylarında büyüme) tahmin edilmektedir. En az büyümenin ise % 2-3 düzeyinde olmak üzere Avrupa kıtasında olması projekte edilmektedir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 2017 kıtalar ve bölgeler için büyüme beklentisi ve 2016 yılında seyahat eden turist sayıları şu şekilde gösterilebilir;

Although all the problems on security issues, international tourism activities have increased in 2016 and during the 7 consecutive years after 2009, there have been sustainable developments. In 2016 international tourism activities has increased 3,9% and reached 1 billion and 235 million people. (<http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>;Erişimtarihi:13.06.2017). In worldwide tourism industry, an effective period is being waited for 2017 and after. All actors in tourism industry are focusing on possible effects of the decisions of new Trump management to the world trade and discussing about how Brexit will effect to relations between European Union and England. Despite all these uncertainties, it is expected for 2017 that the development trends on global tourism activities will continue. And it is also expected that increasingly protective approach of Trump management to the parties/countries which United States of America is in cooperation with, will affect the bilateral airway and open space agreements between them. It is anticipated that implementation of Brexit decision will take time but there is also a huge worry about how the agreements between European Union countries and England will last and how the ambiguities will be solved particularly interms of airlines, visas and work permits. In 2017, in spite of the expectation about even a little increase in oil prices, it is predicted that number of passengers will increae in transportation industry. It can be state that this situation caused from especially constant increase in demand of travel by airway, railway and seaway. Increasing demand of China and other Asian countires in cruise tourism can be shown as an example of this. (<http://europe.etbtravelnews.global/311739/tourism-trends-watch-2017>;Erişim Tarihi:13.06.2017).

United Nations World Tourism Organization (UNWTO), has an expectation of growth for all regions in 2017. In this context, it is expected that the biggest growth will be on Asia - Pacific Region and Africa and the fewest will be on Europe as 2-3%. Growth expectation of United Nations World Tourism Organization for continents and regions in 2017 and the number of tourists in 2016 can be shown as;

Tablo 1: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü 2017 Büyüme Beklentisi ve Turist Sayıları / Table 1: 2017 Growth Expectations of the United Nations World Tourism Organization and the Number of Tourists

Bölgeler Region	Turist sayısı (Milyon) Number of tourists (Million)	(%)	2017 Beklentisi 2017 Expectations
Avrupa/Europe	615	50	% + 2-3
Asya ve Pasifik/Asia-Pacific	309	25	% + 5-6
Amerika/America	200	16	% + 4-5
Afrika/Africa	58	5	% + 5-6
Orta Doğu/Middle East	54	4	% + 2-5
Dünya Geneli/Worldwide	1.236	100	% + 3-4

Kaynak: Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) World Tourism Barometer, cilt 15, Mart 2017, s.9./ www.wttc.org 09/07/2017
Source: United Nations World Tourism Organization (UNWTO) World Tourism Barometer, volume 15, March 2017, p.9./ www.wttc.org 09/07/2017

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi 2017 Raporuna göre 2016 yılında ülkemizde seyahat ve turizm endüstrisinin gayri safi hasılaya katkısı % 4.1 dolayında gerçekleşirken bu oranın 2017 yılında % 2 dolayında artması beklenmektedir. 2017-2027 döneminde ise artışın % 4.9 dolayında olacağı tahmin edilmektedir. İstihdam toplamı açısından seyahat ve turizm endüstrisinin % 12.5 dolayında (495.000 iş) olan katkısının 2027 yılında yaklaşık olarak % 5.1'lik artış göstereceği (797.000 iş) tahmin edilmektedir. 2016 yılında toplam ihracatın % 14.2'sini oluşturan seyahat ve turizm endüstrisinin ülkemizde 2017 yılı için % 0.7 ve 2017-2027 dönemi için ise % 6.5 dolayında artış göstermesi beklenmektedir (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 Turkey, s.1). 2016 yılı itibarıyla seyahat ve turizm endüstrisinin gayri safi hasıla içerisindeki payının % 84.1'ini tatil turizmi, % 15.9'unu iş turizmi harcamaları oluşturmaktadır. 2017 yılı için tatil turizminin payının %1 ve 2027 yılında ise % 4.4 dolayında artması beklenmekte iş turizminin payının ise 2017 yılında % 7.9 ve 2027 yılında ise % 4.4 dolayında artması tahmin edilmektedir. 2016 yılında doğrudan seyahat ve turizm harcamalarının % 50'si iç turizm hareketleriyle ilgili olurken, 2017 yılında bu oranın % 3.7 ve 2027 yılında % 2.7 düzeyinde artması beklenmektedir (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 Turkey, s.6).

Uluslararası turizm hareketleri açısından dünyada büyümenin ve değişimin yaşandığı bir döneme girilmiştir. Örneğin Amerika Birleşik Devletleri'nde tüketicilerin güvenlerinin tekrar kazanılması ve harcama güçlerinin de artması sonrasında gayri safi hasılanın da ötesinde tatil harcamalarında yaşanan artışların 2017 yılında da devam etmesi beklenmektedir. Marriott, Hilton ve Intercontinental gibi büyük otel zincirleri 2016 yılında doluluk oranları ve fiyatlar yönünden elde ettikleri başarılarının devam edeceğini, hatta ortalama günlük fiyatlar, odabaşına gelir gibi diğer performans göstergeleri açısından da görünümün olumlu olacağını belirtmektedirler. 2017 yılında otelcileri zorlayabilecek en önemli konulardan bir tanesi özel online taleplerinde sürdürülebilir büyümeyi sağlamak olacaktır. Otelcilerin bu değişime hazırlıklı olmaları ve gelen taleplere uygun arzı uzun süre sürdürebilmeleri gerekebilecektir.

According to 2017 World Travel and Tourism Council Report, while contribution of travel and tourism industry to gross national product was 4,1%, it is estimated that this rate will be 2% in 2017 and will be 4,9% in the period of 2017-2027. For total employment, contribution of travel and tourism industry is approximately 12,5% (495.000) now and it is predicted that this rate will be increase 5,1% (797.000). It is expected that in 2016 travel and tourism industry which constituted 14.2% of total export will increase approximately 6,5%. (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 Turkey, s.1). In 2016, 84,1% of share of travel and tourism industry in gross national product was holiday tourism, and 15,9% of it was tourism expenditures. It is predicted that the share of holiday tourism will increase 1% in 2017 and approximately 4,4% in 2027, the share of bussines tourism will increase 7,9% in 2017 and approximately 4,4% in 2027. In 2016, while 50% of direct travel and tourism expenditures was related domestic tourism activities, it is expected that this rate will increase 3,7% in 2017 and 2,7% in 2027. (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 Turkey, p.6).

In terms of international tourism activities, world is in a period that there is growth and change. For example, in United States of America after the regaining confidence of consumers and increasing their expenditure power, it is expected that increasing of holiday expenditures will last in 2017 beyond the gross national product. Big hotel chains like Marriott, Hilton and Intercontinental indicated that their successes in occupancy rates and prices will continue, even outlook will be positive in performance indicators like average daily prices, income from per room. In 2017, one of the most important issues which hoteliers can challenge will be providing sustainable growth on special online demand. Hoteliers should be prepared to this change and can last the proper supply to demands. In 2017 tourists will enjoy being

2017 yılında turistler gerçek anlamda mobil olabilmenin keyfini yaşayacaklardır. Şimdiye kadar otelciler ve havayolu şirketleri temel düzeyde ürün ve hizmet sunma tecrübesini elde etmişlerdir. Ancak bu yıldan itibaren teknolojideki son gelişmelerle birlikte daha hızlı bilgi işleme sözkonusu olup, seyahat ve konaklamayla ilgili yaşanan sorunların ötesine geçmek mümkün görünmektedir (<http://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/travel-hospitality-industry-outlook.html>; Erişimtarihi: 13.06.2017).

Seyahat ve turizm endüstrisi dünyada ekonomik gelişmede ve istihdam sağlamada ana bileşenlerdendir. 2016 yılında seyahat ve turizm endüstrisi dünya genelinde doğrudan 2.3 trilyon Amerikan Doları katkıda bulunmuş ve 109 milyon kişiye iş sağlamıştır. Dolaylı ve uyarılmış katkısı da dikkate alındığında endüstrinin katkısı 7.6 trilyon Amerikan Dolarını ve sağladığı iş imkanı da 292 milyonu bulmaktadır. Diğer bir ifadeyle seyahat ve turizm endüstrisi dünya gayri safi hasılasının % 10.2'sine ve her 10 iş'ten 1'ine denk gelmektedir. 2016 yılı verilerine göre tatil amaçlı seyahatler % 76.8 ve iş amaçlı seyahatler ise % 23.2 seviyesinde gerçekleşmiştir. İç turizm hareketleri gayri safi hasılasının % 72'sini oluşturmaktadır. Seyahat ve turizm endüstrisi dünya toplam ihracatının % 6.6'sını ve dünya hizmet ihracatının da % 30'unu oluşturmaktadır. 2017 yılında seyahat ve turizm endüstrisinin dünya ekonomisine katkısının % 3.5 düzeyinde artması beklenmektedir. Amerikan Dolarındaki artışın devam etmesi durumunda Amerika Birleşik Devletlerinden yurtdışına yapılacak seyahatlerde % 5.4'lük artış beklenmektedir. Bu durumdan Kanada, Meksika, Karayipler ve Akdeniz destinasyonlarının faydalanacağı tahmin edilmektedir. Takip eden 7 yıl % 20'nin üzerinde yıllık büyüme yaşayan Çin'in 2017 yılında % 12 düzeyinde büyüme gerçekleştirmesi beklenmektedir. İngiliz Sterlininde yaşanan değer kaybı sonrasında 2017 yılı açısından İngiltere'den yurtdışına seyahatlerde önemli ölçüde azalma beklenmektedir. 2016 yılında % 8 olarak gerçekleşen seyahat ve turizm harcamalarının 2017 yılında % 4.2 seviyesinde gerçekleşmesi beklenmektedir. Bu durum yakın mesafe açısından Avrupa Ülkelerini ve uzak mesafeli seyahatler açısından ise Amerika Birleşik Devletlerini etkileyecektir. (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2017-documents/global-economic-impact-and-issues-2017.pdf>; Erişimtarihi:13.06.2017).

mobile in real sense. Up to now, hoteliers and airlines have gained experience in providing basic level of products and services. But, from this year, in parallel with the developments on technology, faster data processing is available and it is possible that overcome the problems about travel and accommodation. (<http://www2.deloitte.com/us/en/pages/consumer-business/articles/travel-hospitality-industry-outlook.html>; Erişimtarihi:13.06.2017).

Travel and tourism industry are basic components on economic development and providing employment in the world. In 2016, travel and tourism industry contributed directly 2.3 trillion United States Dollars to general world and provided job for 109 million people. When its indirect and induced contribution took in consideration, total contribution of industry is 7,6 trillion US Dollars and employment is nearly 292 million. In other words, travel and tourism industry coming up to 10.2% of world gross national product and 1 out of every 10 jobs. According to 2016 data, travels for holiday were 76.8% and business travels were 23.2%. Domestic travel activities are 72% of gross national product. Travel and tourism industry is 6.6% of total export and 30% of world service export. It is expected that contribution of travel and tourism industry to world economy will increase as 3.5%. In case of increasing in US Dollars will continue, travels from the United States of America to foreign countries will increase. In that situation, it is predicted that Canada, Mexica, Caribbean and Mediterranean will take advantage of this. China which experienced annual 20% growth during following 7 years will show nearly 12% increase. It is also predicted that after the depreciation of British pound, travels from England will decrease significantly. It is expected that travel and tourism expenditures which has been 8% in 2016 will be 4.2% in 2017. This can affect the European countries in close distance and United States of America in long distance. (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2017-documents/global-economic-impact-and-issues-2017.pdf>; Erişimtarihi:13.06.2017).

2017 yılı açısından dünyada seyahat ve turizm endüstrisinde beklenen büyüme tahminleri bölgelere göre şu şekildedir (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9);

Predictions of growth on world travel and tourism industry according to regions for 2017 are as in the following (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9);

Tablo 2: Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Gayri Safi Hasılaya Doğrudan Katkısı

Table 2: Direct Contribution of Travel and Tourism Industry on Gross National Product

Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Gayri Safi Hasılaya Doğrudan Katkısı Direct Contribution of Travel and Tourism Industry on Gross National Product	2017 Büyüme Yüzdesi 2017 Growth %
Güney Doğu Asya / South East Asia	7.3
Güney Asya / South Asia	6.6
Kuzey Doğu Asya / North East Asia	5.9
Orta Doğu / Middle East	4.5
Sahra Altı Afrika / Sun Saharan Africa	4.4
Karayipler / Carribeans	4
Okyanusya Bölgesi / Oceania	3.9
Avrupa Birliği / European Union	2.9
Merkez Asya / Central Asia	2.9
Kuzey Amerika / North America	2.7
Kuzey Afrika / North Africa	2.6
Avrupa Diğer / Europe Other	2.1
Latin Amerika / Latin America	2

Kaynak: World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9.
Source: World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9..

Tablo 3: Seyahat ve Turizm Endüstrisinin İstihdama Doğrudan Katkısı

Table 3: Direct Contribution of Travel and Tourism Industry on Employment

Seyahat ve Turizm Endüstrisinin İstihdama Doğrudan Katkısı Direct Contribution of Travel and Tourism Industry on Employment	2017 Büyüme Yüzdesi 2017 Growth %
Güney Doğu Asya / South East Asia	4.1
Sahra Altı Afrika / Sub Saharan Africa	3.8
Karayipler / Carribeans	3.2
Latin Amerika / Latin America	3.1
Merkez Asya / Central Asia	2.9
Avrupa Birliği / European Union	2.8
Güney Asya / South Asia	2.2
Orta Doğu / Middle East	2.1
Kuzey Amerika / North America	1.7
Kuzey Doğu Asya / North East Asia	1
Avrupa Diğer / Europe Other	0.7
Kuzey Afrika / North Africa	-2.9
Okyanusya Bölgesi / Oceania	-3.3

Kaynak: World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9.
Source: World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9.

Tablo 4: Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Toplam Sermayeye Katkısı

Table 4: Contribution of Travel and Tourism Industry on Total Capital

Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Toplam Sermayeye Katkısı Contribution of Travel and Tourism Industry on Total Capital	2017 Büyüme Yüzdesi 2017 Growth %
Orta Doğu / Middle East	7.2
Kuzey Doğu Asya / North East Asia	6
Kuzey Afrika /North Africa	5.4
Güney Asya / South Asia	5
Merkez Asya / Central Asia	4.7
Güney Doğu Asya / South East Asia	4
Latin Amerika / Latin America	3.5
Avrupa Birliği / European Union	3.5
Kuzey Amerika / North America	2.6
Karayipler / Carribeans	2.5
Okyanusya Bölgesi / Oceania	2
Avrupa Diğer / Europe Other	1.9
Sahra Altı Afrika/ Sub Saharan Africa	0.7

Kaynak: World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9.
Source: World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 European Union LCU, s.9.

Uluslararası turizm hareketleri açısından 2017 yılında bazı gelişmelerin takip edilmesi önemli olabilecektir. Örneğin Çin ve Hindistan gibi gelişen pazarlardaki performans ile Rusya ve Brezilya'nın bu yılki performansları endüstrinin yılsonundaki konumunu etkileyebilecektir. Ayrıca her ne kadar 2015 ve 2016 yıllarına nazaran ekonomik açıdan dünya genelinde sıkıntılı bir durum görünmese de olası ekonomik veya jeopolitik bir krizin birtakım maliyetleri olabilecektir. Paris, İstanbul ve Brüksel örneklerinde olduğu gibi yaşanan terör saldırıları, Asya, Orta Doğu ve Afrika'daki büyük terör olayları, mülteci sorunları ve küresel salgın hastalıklar her zaman için seyahat ve turizm endüstrisinin gelişimine en büyük darbeyi vuran olası riskler arasındadır (http://www.vdr-service.de/fileadmin/der-verband/fachthemen/studien/cwt-gbta_global-travel-price-outlook-2017_engl.pdf; Erişim tarihi: 13.06.2017).

Uluslararası düzeyde yürütülen seyahat ve turizm rekabetçilik raporuna göre 2017 yılında en başarılı üç ülke; İspanya, Fransa ve Almanya'dır. Bu ülkeler seyahat ve turizm adına en uygun ortamı sağlayan, doğal ve kültürel değerlere önem veren ve kendilerini ziyaret eden turistlere unutulmaz deneyimler yaşatan ülkelerdir. 2017 yılı seyahat ve turizm rekabetçilik raporuna göre en başarılı 10 ülke ise şu şekildedir (<http://www.weforum.org/agenda/2017/04/which-are-the-most-tourist-friendly-countries/>; erişim tarihi: 13.06.2017);

It can be important that following some developments in international tourism activities in 2017. For instance, performance in developing markets like China and India and Russia and Brazil's this year performances can affect the year end position of industry. Although there are no bad situations in compare to 2015 and 2016, some possible economic or geopolitics crises can cause some costs. Like in Paris, İstanbul and Brussel examples, terrorist attacks, big terrorist incidents in Asia, Middle East and Africa, refugee issues and global epidemics are always possible risks for the development of travel and tourism industry. (http://www.vdr-service.de/fileadmin/der-verband/fachthemen/studien/cwt-gbta_global-travel-price-outlook-2017_engl.pdf; Erişim tarihi: 13.06.2017).

According to international travel and tourism competitiveness report, the most successful countries of 2017 are Spain, France and Germany. These countries are providing the most available environment, giving importance to natural and cultural values and providing unforgettable memories to their guests. Accordign to report the most successful countries are as in the following;

Tablo 5: Seyahat ve Turizm Rekabetçiliğinde İlk 10 Ülke (2017)

Table 5: The First Top 10 Country in Travel and Tourism Competitiveness (2017)

Ülkeler Countries	Küresel Sıralama Global Ranking
İspanya / Spain	1
Fransa / France	2
Almanya / Germany	3
Japonya / Japan	4
İngiltere / England	5
ABD / USA	6
Avustralya / Australia	7
İtalya / Italy	8
Kanada / Canada	9
İsviçre / Switzerland	10

Kaynak: <http://www.weforum.org/agenda/2017/04/which-are-the-most-tourist-friendly-countries/>; erişim tarihi: 13.06.2017
 Source: <http://www.weforum.org/agenda/2017/04/which-are-the-most-tourist-friendly-countries/>; access date: 13.06.2017

Rekabetçilik raporu sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde Avrupa ve Avrasya'nın yine tüm göstergeler açısından en güçlü olduğu, bu durumda özellikle sahip olunan kültürel değerlerden, turizm açısından çok iyi konumdaki alt yapılarından, uluslararası imkanlara açık olmalarından, Batı ve Güney Avrupa'da yaşanan birtakım güvenlikle ilgili sorunlara rağmen hala güvenli olarak algılanmalarından kaynaklandığı ifade edilebilir. İçinde ülkemizin de yer aldığı Güney Avrupa bölgesinin rekabetçilik sıralaması şu şekildedir (http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf; Erişim tarihi: 13.06.2017);

When the results of competitiveness report evaluated as general, it can be indicated that Europe and Eurasia are the most powerful in all indicators, and this is caused from their cultural values, very good infrastructure for tourism, being open to international opportunities and in spite of some security problems in East and South Europe they still seen as secure. Competitiveness ranking of South Europe region which also includes our country is as in the following (http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf; Erişim tarihi: 13.06.2017);

Tablo 6: Güney Avrupa (Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Raporu 2017)

Table 6: South Europe (Travel and Tourism Competitiveness Report 2017)

Ülkeler Countries	Küresel Sıralama Global Ranking
İspanya/ Spain	1
İtalya/ Italy	8
Portekiz/ Portugal	14
Yunanistan/ Greece	24
Hırvatistan/ Croatia	32
Malta/ Malta	36
Türkiye/ Turkey	44
G. Kıbrıs / South Cyprus	52

Kaynak: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf; Erişim tarihi: 13.06.2017
 Source: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf; Access Date: 13.06.2017

Seyahat ve turizm rekabetçilik raporunda en çok dikkat çeken noktalar arasında konunun gelişmekte olan ülkeler açısından yıllar itibarıyla giderek daha fazla oranda önemsendiği, bu bağlamda özellikle Asya-Pasifik bölgesinin önemli düzeyde gelişim gösterdiği görülmektedir. Ekonomik açıdan gelişim sağlandıkça, uluslararası talep artmakta bu da uluslararası konulara daha fazla açık olmayı ve konuları önemsemeyi beraberinde getirmektedir. Ayrıca rekabetçilik anlayışının gelişmesi ülkelerarası sınırlandırmaları ve bireylerarası duvarları

One of the most remarkable points of the travel and tourism competitiveness report are the issue has become increasingly important for developing countries over the years and in this context, especially Asia- Pacific region has developed at significant level. With the development of economy international demands increase and this brings with being more open to international issues and giving more importance to them. In addition, the development of competitiveness removes international restrictions and inter-personal walls and along with the forth industrial revolution,

kaldırmakta, dördüncü endüstriyel devrim ile birlikte her ülke için bağlantı kurmak olmazsa olmaz bir durum almaktadır. Tüm bu gelişmelere rağmen turizm ve seyahat endüstrisi özellikle sürdürülebilirlik noktasında hala bazı sıkıntılar da yaşamaktadır (http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf;Erişimtarihi:13.06.2017). Rekabetçilik açısından en iyi 10 ülkenin yanısıra geçmiş yıllara göre en çok ilerleme gösteren 15 ülke de şu şekilde verilebilir (<http://www.weforum.org/agenda/2017/04/which-are-the-most-tourist-friendly-countries/>;erişimtarihi:13.06.2017);

revolution, links become indispensable for each country. In spite of all these developments, travel and tourism industry still has some problems especially in the point of sustainable. (http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf;Erişimtarihi:13.06.2017).

In terms of competitiveness, the top 10 countries as well as the 15 countries that have made the most improved compared to previous years can be given as follows.

Tablo 7: En Çok İlerleme Gösteren 15 Ülke (Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Raporu 2017)

Table 7: The Most Developed 15 Countries (Travel And Tourism Competitiveness Report2017)

Ülke Country	Küresel Sıralama Global Ranking	Performans Değişimi Performance Change	Değişim Change
Japonya/ Japan	4	% 6.59	+ 5
Azerbaycan/ Azerbaijan	71	% 6.36	+ 13
Tacikistan/ Tajikistan	107	% 5.27	+ 12
Vietnam/ Vietnam	67	% 5.04	+ 8
İsrail/ Israel	61	% 5.03	+ 11
Cezayir/ Algeria	118	% 4.91	+ 5
Butan/ Butane	78	% 4.73	+ 9
Gabon/ Gabon	119	% 4.68	+ 5
Güney Kore/ South Korea	19	% 4.53	+ 10
Mısır/ Egypt	74	% 4.51	+ 9
Peru/ Peru	51	% 4.09	+ 7
Hindistan/ India	40	% 4.02	+ 12
Meksika/ Mexica	22	% 4.01	+ 8
Çad/ Chad	135	% 3.98	+ 6
Arnavutluk/ Albania	98	% 3.97	+ 8

Kaynak:<http://www.weforum.org/agenda/2017/04/which-are-the-most-tourist-friendly-countries/>;erişimtarihi:13.06.2017
Source: <http://www.weforum.org/agenda/2017/04/which-are-the-most-tourist-friendly-countries/>;Access Date:13.06.2017

2017 yılı için uluslararası seyahatlere damga vurması beklenen gelişmelere Y kuşağını (1980-2000 yılları arasında doğmuş olanlar), macera seyahatlerine katılanları, yalnız seyahat eden kadınları, gastronomi turizmini, sorumluluk turizmini, mobil fotoğraf çekimini, iş ve tatil turizmini de ilave etmekte fayda bulunmaktadır. Zira bu örneklerde yaşanacak değişimler uluslararası seyahat trend ve profillerinin değişimine de önemli ölçüde etki edeceklerdir. Y kuşağı seyahat tercihlerinde karar verici konumda olmak istemekte, yeni yılın trendlerini takip etmekte ve istediklerini elde etmede hiç de utangaç davranmamaktadırlar. fayda bulunmaktadır. Zira bu örneklerde yaşanacak değişimler uluslararası seyahat trend ve profillerinin değişimine de önemli ölçüde etki edeceklerdir. Y kuşağı seyahat tercihlerinde karar verici konumda olmak istemekte, yeni yılın trendlerini takip etmekte ve istediklerini elde etmede hiç de utangaç davranmamaktadırlar. Seyahatlerini planlarken online olarak araştırma yapmakta ve ulaşabildikleri tüm imkanları değerlendirmektedirler. Macera seyahatlerine katılanlar özellikle

It is beneficial that add the Y generation (those born between 1980- 2000), adventure travelers, alone women travelers, gastronomy tourism, responsible tourism, mobile photography, business and holiday tourism to the developments which are expected to mark international travels for 2017. Because, changing on these examples will have significant impact on the change of international travel trends and profiles. Y line wants to be decision maker for travel preferences, following new year trends and they are not shy about getting their requests. They are making online search while they are planning their travels and they are evaluating all the opportunities they can reach. Adventure travelers are interested in especially safari in Africa, swimming with sharks in Mexica or Australia

Afrika'da safari, Meksika veya Avustralya'da köpekbalıklarıyla yüzme veya İsviçre Alplerinde doğa yürüyüşleriyle ilgilenmektedirler. Öte yandan seyahat kararlarının % 80'i ister evli, ister bekar veya isterse boşanmış olsunlar kadınlar tarafından alınmaktadır. Dolayısıyla seyahat endüstrisi kadınlar tarafından yönlendirilmektedir. Günümüzde kadınlar cesur, bağımsız, yeni ve keşfedilmemiş şeyleri deneyimlemek istemekte ve buna göre seyahat için yöre, nasıl gidileceğini ve tek gidilip gidilmeyeceğini belirlemektedirler. Tüm bunların dışında gastronomi turizmi de son zamanlarda uzmanların oldukça dikkatini çeker hale gelmiştir. Gastronomi deneyiminin bölgesinin kültürüyle oldukça sıkı bir ilişkisi bulunmaktadır. Birçok turist açısından gittikleri yörenin hikayesi değer verdikleri bir konu olup, gastronomi turizmi bu bağlamda değerlendirilebilmektedir. Sorumluluk turizmi kapsamında giderek artan oranda gidilen lokasyonun çevreyi ne kadar koruduğu, seyahatlerin dünyaya olan çevresel etkileri ve sürdürülebilir turizm anlayışı ön plana çıkmaktadır. Bugünün turistleri karbon ayakzini azaltmak için yaşadıkları yerlere yakın bölgeleri tercih eder hale gelmişler, tur şirketleri de ekoturizm uygulamalarını arttırmışlardır (<http://www.treksoft.com/en/blog/7-travel-trends-for-2017-that-will-drive-the-global-tourism-industry>;Erişimtarihi:13.06.2017).

or hiking on the Alps of Switzerland. On the other hand, 80% of the travel decisions are take by the women no matter they are married, single or divorced. So, the travel industry is driven by the women. Nowadays, women are brave, free, want to experience unexplored things and they designate location, how to get there and whether they can go alone. Apart from these, gastronomy tourism has recently attracted attention of experts. Experience of gastronomy is highly related to the culture of location. For most of the tourists, the story of location is valuable issue and they may evaluate the gastronomy tourism in this context. Within the scope of responsible tourism, environmental protection of the location, the environmental effects of travels to the world and the understanding of sustainable tourism increasingly come to the forefront. Today's tourists prefer to travel destinations where closer their living countries in order to reduce carbon footprint and tour operators increased their ecotourism implementations. (<http://www.treksoft.com/en/blog/7-travel-trends-for-2017-that-will-drive-the-global-tourism-industry>;Access Date:13.06.2017).

1.1.2. Avrupa'da Turizm Hareketleri

1.1.2. Tourism Activities in Europe

2017 yılının ilk 2 ayı dikkate alındığında Avrupa açısından da konaklama endüstrisinde güçlü bir büyüme beklenmektedir. Her ne kadar ortalama oda ücretlerinde hafif bir azalma yaşansa da (% 0.3), doluluk oranları ve oda başına gelirlerde sırasıyla % 3.8'lik ve % 3.5'luk artışlar yaşanmıştır. Euro bölgesi açısından süregelen ekonomik toparlanmaya (Fransa ve Almanya'daki olumlu gelişmeler, Euro bölgesindeki işsizlik düzeyinin son 8 yıldaki en alt seviyeye düşmesi) (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/monthly-updates/wttc-monthly-report-may-2017.pdf>; Erişimtarihi:13.06.2017) karşılık güvenlikle ilgili yaşanan sıkıntılar (Londra, Stokholm ve Paris'teki saldırılar gibi) esen olumlu rüzgarları tersine çevirebilir([http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2017-trends-and-prospects-\(q1-2017\)](http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2017-trends-and-prospects-(q1-2017)); Erişimtarihi: 13.06.2017).

Avrupa Birliği üyesi ülkeler açısından değerlendirme yapıldığında, 2016 yılı itibariyle seyahat ve turizm endüstrisinin gayri safi hasılanın % 4.1'ini oluşturduğu görülmekte ve bu oranın 2017'de % 2.9 ve 2017-2027 yıllarında da % 2.3 oranında artacağı tahmin edilmektedir. İstihdam açısından ise seyahat ve turizm endüstrisi 2016 yılında toplam istihdamın % 5'ini oluştururken, bu oranın 2017 yılında % 2.8 ve 2027 yılında ise % 1.5 oranında artış göstermesi beklenmektedir (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017: s.1).

When the first 2 months of 2017 took into consideration, it is expected that accommodation industry will have a significant growth. Although there were a low decrease on average room prices (0,3%), occupancy rates and income from rooms increased 3,8% and 3,5%. Despite the ongoing economic recovery in Eurozone(positive developments in France and Germany, decreasing unemployment rate of Euro zone to the lowest level in the last 8 years) (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/monthly-updates/wttc-monthly-report-may-2017.pdf>;security problems (attacks in Paris and Stockholm) can reverse the positive winds. [http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2017-trends-and-prospects-\(q1-2017\)](http://www.etc-corporate.org/reports/european-tourism-2017-trends-and-prospects-(q1-2017)); Access Date: 13.06.2017).

In terms of European Union countries, it is observed that travel and tourism industry accounts for 4,1% of the gross domestic product and it is predicted that this rate will increase by 2,9% in 2017 and 2,3% between 2017-2027. In terms of employment, travel and tourism industry accounts for 5% of total employment, and it is predicted that this rate will increase by 2,8% in 2017 and 1,5% in 2027. (World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017: s.1).

2017 yılı itibariyle ülkeler açısından özellikle Portekiz, İspanya, Yunanistan ve İrlanda'da, şehir bazında ise Porto, Dublin, Budapeşte, Madrid, Lizbon, Prag ve Barselona açısından önemli artışlar beklenmektedir. Daha az da olsa Londra ve Paris'te de olumlu göstergelerin olacağı tahmin edilmektedir. 2017 ve hatta 2018 yılları için doluluk oranları açısından lider şehirler sıralamasında bir farklılık beklenmemektedir. Yine Dublin ve Londra'nın 2017 yılında en yüksek doluluğa sahip olacakları, 2018 yılında ise en yüksek doluluğa sahip üçüncü ve dördüncü şehirlerin ise sırasıyla Barselona ve Amsterdam olacağı tahmin edilmektedir. 2017 yılı itibariyle ortalama odabaşı ücretler açısından ilk 6 şehrin 2016 sıralamasını koruması beklenmektedir (Sırasıyla; Cenevre, Zürih, Paris, Londra, Roma ve Barselona). 2018 yılı için Dublin'in Barselona'yı 7.sıraya iteceği tahmin edilmektedir. Oda başına gelir açısından 2017 ve 2018 yılları için ilk sıraları Cenevre'nin, Zürih'in, Paris'in, Londra'nın ve Dublin'in alacağı ve ardında da Barselona'nın geleceği tahmin edilmektedir. (<http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Erişim tarihi: 13.06.2017). Odabaşına elde edilen gelirlerde büyüme açısından 2017 ve 2018 yılları için şehirlere göre dağılımın şu şekilde olması beklenmektedir;

As of 2017, significant increases are expected in terms of countries, particularly in Portugal, Spain, Greece and Ireland, and in the cities, Porto, Dublin, Budapest, Madrid, Lisbon, Prague and Barcelona. It is also expected that there will be a positive indicators for London and Paris at the least. No difference is expected for the ranking of leading countries in terms of occupancy rates. It is expected that Dublin and London will have the highest occupancy rates in 2017 and in 2018, third and fourth cities which have the highest occupancy rates will be Barcelona and Amsterdam respectively. In terms of the room prices, it is estimated that the first 6 cities will be remain same as in 2016. (Respectively; Geneva, Zurich, Paris, London, Rome and Barcelona). It is estimated that Dublin will push Barcelona to the 7th place for 2018. In terms of the room prices, it is estimated that Geneva, Zurich, Paris, London and Dublin will be in the first places and behind Barcelona for the 2017 and 2018. edilmektedir (<http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Access Date: 13.06.2017). In terms of growth in the income generated for the rooms, it is expected that the distribution according to cities for the years 2017 and 2018 will be as follows;

Tablo 8: Şehirlere Göre Oda Başına Gelirde Büyüme Sıralaması
Table 8: Growth in Rates as of Income per Room According to the Cities

2017	2017 Oda Başına Gelir 2017 Income per Room	2018	2018 Oda Başına Gelir 2018 Income per Room
Porto/ Porto	% 14.8	Porto/ Porto	% 12.8
Dublin/ Dublin	% 8.7	Budapeşte/Budapest	% 9.9
Budapeşte/ Budapest	% 6.8	Madrid/Madrid	% 8.2
Madrid/Madrid	% 5.9	Dublin/Dublin	% 7.4
Lizbon/ Lisbon	% 5.6	Lizbon/Lisbon	% 6.8
Prag/Prague	% 5.5	Paris/Paris	% 5.8
Barselona/Barcelona	% 5.4	Barselona/Barcelona	% 5.2
Frankfurt/ Frankfurt	% 4.5	Berlin/Berlin	% 3.1
Paris/Paris	% 3.6	Frankfurt/Frankfurt	% 3
Londra/London	% 3.3	Prag/Prague	% 2.6
Amsterdam/Amsterdam	% 2.1	Londra/London	% 2.5
Berlin/Berlin	% 2.1	Viyana/Vienna	% 2.4
Milano/ Milan	% 1.9	Amsterdam/Amsterdam	% 2.2
Viyana/ Vienna	% 1.3	Milano/Milan	% 1.7
Roma/Rome	% 1.1	Roma/Rome	% 1.2
Cenevre/Geneva	% -1.6	Cenevre/Geneva	% 0.1
Zürih/Zurich	% -2.8	Zürih/Zurich	% -2.3

Kaynak: <http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Erişim tarihi: 13.06.2017
Source: <http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Access Date : 13.06.2017

Tablo 9: Şehirlere Doluluk Oranları Sıralaması
Table 9: Ranking of Occupancy Rates in Cities

2016	2016 Sıralaması 2016 Ranking	2017 (Tahmini) (Estimated)	2017 Sıralaması (Thm) 2017 Ranking	2018 (Tahmini) (Estimated)	2018 Sıralaması (Thm) 2018 Ranking
Dublin/Dublin (%82.5)	1	Dublin/Dublin (%83)	1	Dublin/Dublin (%83.8)	1
Londra/London (%81.3)	2	Londra/London (%82)	2	Londra/London (%82.4)	2
Amsterdam/Amsterdam (%78)	3	Amsterdam/Amsterdam (%78.3)	3	Barselona/Barcelona (%79.8)	3
Berlin/Berlin (%77.1)	4	Prag/Prague (%78.2)	4	Amsterdam/Amsterdam (%78.9)	4
Prag/Prague (%76.9)	5	Barselona/Barcelona (%77.9)	5	Prag/Prague (%78.5)	5
Barselona/Barcelona (%76.6)	6	Berlin/Berlin (%77.5)	6	Berlin/Berlin (%78.4)	6
Budapeşte/Budapest (%75.1)	7	Budapeşte/Budapest (%75.8)	7	Budapeşte/Budapest (%77.7)	7
Viyana/Vienna (%74.7)	8	Porto/ Porto (%75.7)	8	Porto/ Porto (%77.6)	8
Lizbon/Lisbon (%74.2)	9	Lizbon/Lisbon (%75)	9	Lizbon/Lisbon (%76.1)	9
Porto/ Porto (%73.5)	10	Viyana/Vienna (%74.8)	10	Viyana/Vienna (%75.5)	10
Zurih/Zurich (%73.3)	11	Zurih/Zurich (%73.5)	11	Madrid/Madrid (%75.4)	11
Madrid/Madrid (%70.5)	12	Madrid/Madrid (%72.7)	12	Paris/Paris (%74.2)	12
Frankfurt/Frankfurt (%69.8)	13	Paris/Paris (%72.1)	13	Zurih/Zurich (%73.6)	13
Paris/Paris (%69.4)	14	Frankfurt/Frankfurt (%70.8)	14	Frankfurt/Frankfurt (%71.6)	14
Roma/Rome (%69.3)	15	Roma/Rome (%69.7)	15	Roma/Rome (%70.1)	15
Cenevre/Geneva (%67.3)	16	Cenevre/Geneva (%67.2)	16	Cenevre/Geneva (%67.8)	16
Milano/Milan (%65.5)	17	Milano/Milan (%65.7)	17	Milano/Milan (%66.2)	17

Kaynak: <http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Erişim tarihi: 13.06.2017
 Source: <http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Access Date: 13.06.2017

Konaklama endüstrisinde doluluk oranları kadar önemli olan bir diğer gösterge de oda başına elde edilen gelirdir. Oda başına elde edilen gelirler açısından Avrupa'nın en gözde şehirlerine ait 2017 ve 2018 tahminleri şu şekilde verilebilir.

The other important indicator which is as important as the occupancy rates in accommodation industry is income of per room. Estimates for 2017 and 2018 for the top cities of Europe in terms of income of per room can be given as following;

Tablo 10: Oda Başına Elde Edilen Gelir Sıralaması (Euro)
Table 10: Ranking of Incomes for per Room (Euro)

2016	2016	2017 (Estimated)	2017 Sıralaması (Tahmini)	2018 (Estimated)	2018 Sıralaması (Tahmini)
Cenevre/Geneva (201.1 Euro)	Cenevre/Geneva (201.1 Euro)	Cenevre/Geneva (201.8 Euro)	1	Cenevre/Geneva (201.9 Euro)	1
Zurih/Zurich (181.6 Euro)	Zurih/Zurich (181.6 Euro)	Zurih/Zurich (180 Euro)	2	Zurih/Zurich (175.6 Euro)	2
Paris/Paris (159.3 Euro)	Paris/Paris (159.3 Euro)	Paris/Paris (165 Euro)	3	Paris/Paris (174.7 Euro)	3
Londra/London (130.1 Euro)	Londra/London (130.1 Euro)	Londra/London (134.5 Euro)	4	Londra/London (138.9 Euro)	4
Dublin/Dublin (105.4 Euro)	Dublin/Dublin (105.4 Euro)	Dublin/Dublin (114.7 Euro)	5	Dublin/Dublin (123.2 Euro)	5
Amsterdam/Amsterdam (105.4 Euro)	Amsterdam/Amsterdam (105.4 Euro)	Barselona/Barcelona (110.4 Euro)	6	Barselona/Barcelona (116.2 Euro)	6
Barselona/Barcelona (104.7 Euro)	Barselona/Barcelona (104.7 Euro)	Amsterdam/Amsterdam (107.6 Euro)	7	Amsterdam/Amsterdam (110 Euro)	7
Roma/Rome (102.2 Euro)	Roma/Rome (102.2 Euro)	Roma/Rome (103.3 Euro)	8	Roma/Rome (104.6 Euro)	8
Milano/Milan (88.9 Euro)	Milano/Milan (88.9 Euro)	Milano/Milan (90.6 Euro)	9	Frankfurt/Frankfurt (93 Euro)	9
Frankfurt/Frankfurt (86.4 Euro)	Frankfurt/Frankfurt (86.4 Euro)	Frankfurt/Frankfurt (90.3 Euro)	10	Milano/Milan (92.1 Euro)	10
Berlin/Berlin (73.7 Euro)	Berlin/Berlin (73.7 Euro)	Lizbon/Lisbon (76.7 Euro)	11	Lizbon/Lisbon (82 Euro)	11
Viyana/Vienna (73.1 Euro)	Viyana/Vienna (73.1 Euro)	Berlin/Berlin (75.3 Euro)	12	Madrid/Madrid (79.1 Euro)	12
Lizbon/Lisbon (72.6 Euro)	Lizbon/Lisbon (72.6 Euro)	Viyana/Vienna (74 Euro)	13	Berlin/Berlin (77.6 Euro)	13
Madrid/Madrid (68.9 Euro)	Madrid/Madrid (68.9 Euro)	Madrid/Madrid (73 Euro)	14	Porto/ Porto (77.4 Euro)	14
Prag/Prague (61.7 Euro)	Prag/Prague (61.7 Euro)	Porto/ Porto (68.4 Euro)	15	Viyana/Vienna (75.8 Euro)	15
Porto/ Porto (59.4 Euro)	Porto/ Porto (59.4 Euro)	Prag/Prague (66.6 Euro)	16	Prag/Prague (69.4 Euro)	16
Budapeşte/Budapest (56.3 Euro)	Budapeşte/Budapest (56.3 Euro)	Budapeşte/Budapest (60.1 Euro)	17	Budapeşte/Budapest (66.2 Euro)	17

Kaynak: <http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Erişim tarihi: 13.06.2017
 Source: <http://www.pwc.com/gx/en/hospitality-leisure/assets/european-hotels-forecast-report-2017-2018-web.pdf>; Access Date: 13.06.2017

1.1.3. Rusya Federasyonu Açısından Turizm Hareketleri

1.1.3. Tourism Activities of the Russian Federation

Ülkemiz açısından 2 ana pazardan biri olan Rusya'da ekonomik gelişmeler gözlemlendiğinde durağanlık yaşanan 2 yıldan sonra 2017 yılında ekonomik açıdan toparlanma beklenmektedir. Uzmanlar 2017 yılı için enflasyonda azalma, ticarete ve Rus Rublesinde artış beklemekte, aynı zamanda Rusya'dan yurtdışına yapılacak seyahatlerde de sayıca artış tahmin etmektedirler. 2016 yılı ilk 9 ayı dikkate alındığında İspanya Rusların en çok tercih ettiği destinasyonların başında yer almıştır. İspanya'yı takiben Tayland ve Kıbrıs en çok talep gören yerler olmuştur (<http://www.brics-info.org/spain-becomes-most-popular-foreign-destination-for-russian-tourists/>Erişimtarihi:20.06.2017). Bunların dışında örneğin Phuket'i 2016 yılında 524.073 Rus Turist ziyaret etmiştir. Phuket'i tercih edenler arasında en fazla oranı % 65 ile çocuklu Rus aileler oluşturmakta ve genellikle 4 yıldızlı otelleri talep etmektedirler (<http://www.thepuketnews.com/phuket-lures-more-russian-tourists-than-rest-of-thailand-combined-61383.php#G3Rdv03YeVs5fPHL.97>:Erişimtarihi:20.06.2017).

ITB Berlin çalışmasına göre 2017 yılında Rusya'dan yurt dışına yapılan seyahatlerdeki artış oranının % 2 dolayında olması beklenmekle birlikte, Rusya tur operatörleri 2016/2017 sezonu için artışın % 10 dolayında olacağını tahmin etmektedir. (<http://monitor.icef.com/2017/01/russia-education-agents-optimistic-economy-strengthens-2017/>:Erişimtarihi:13.06.2017).

Seyahatlerdeki artışın muhtemel nedenleri arasında içerisinde ulaşım, konaklama, geziler ve transferlerin de olduğu paket turların sayılarının artması, tüm yıl gidilebilecek yeni yol güzergahlarının devreye girmesi ve 2014 yılından bu yana neredeyse 6 milyon kişiye ulaşan kayak turizminin ve Kırım'da içerecek şekilde Moskova'nın batısı ve güneyine arabayla yapılan seyahatlerin gelişimi sayılabilir (<http://tass.com/sp/947446>:Erişimtarihi:20.06.2017).

2016 yılı ve sonrasında Rus turizm talebinin seyri genel olarak dikkate alındığında yurtiçi seyahatlere olan talebin özellikle 2016 yılı için artış gösterdiği (Soçi, Anapa, Kırım, Karelya yarımadasına olan talepler), Ruslar tarafından online olarak en çok talep edilen dünyadaki 20 şehir arasında 9 tanesinin Rus şehri olduğu, özellikle Rusya'ya yakın komşu ülkelere olan talebin artış gösterdiği (Abhazy bölgesi, Azerbaycan, Gürcistan, Estonya ve Kazakistan gibi), ucuz seyahatlerin tercih edildiği, online seyahatlerde 3 yıldızlı otel tercihlerinin ön plana çıktığı, Rus turistlerin önemli ölçüde seyahat planlamalarını kendilerinin yapmaya başladıkları, paket turların % 4 dolayında azalmaya başladığı ve online alınan uçak biletlerinin ise % 2 dolayında artış gösterdiği, 6-8 kişilik gruplar oluşturduklarında veya özel bir amaçla (sergiye katılmak, kültürel etkinliğe iştirak etmek gibi) seyahat edeceklerinde seyahat paketlerinin her bir bileşenini online olarak (örneğin uçak, otel, araba kiralama gibi) ayrı ayrı satın aldıkları, sadece sıkıntı yaşadıklarında veya uzun mesafeli seyahatlerde seyahat acentelerini tercih etmeye başladıkları görülmektedir (<http://www.compass-consulting.ru/en/zal/russian-tourism-and-mice-trends-2017/>Erişimtarihi:20.06.2017).

When the economic developments of Russia which one of the 2 main markets for our country are observed it is expected that there will be a recovery 2 years stability. Experts are estimated that there will be a decrease in inflation in 2017, increasing in trade and Russian rubles, and also an increase in travels from Russia to abroad. When the first 9 months of 2016 took in consideration, Spain was the most preferred countries by Russians. Following the Spain, Thailand and Cyprus became the most preferred countries.(<http://www.brics-info.org/spain-becomes-most-popular-foreign-destination-for-russian-tourists/>Access Date:20.06.2017). In addition to that for example, 524.073 Russian people have visited to Phuket. Russian families with kids composed the highest rate of the people who preferred Phuket with 65% and generally preferred 4 stars hotels. (<http://www.thepuketnews.com/phuket-lures-more-russian-tourists-than-rest-of-thailand-combined-61383.php#G3Rdv03YeVs5fPHL.97>:Access Date:20.06.2017).

According to the ITB Berlin report, it is expected that increasing in travels from Russia to abroad will be 2% and Russian Tour Operators estimated that increasing for the 2016/2017 season will be approximately 10%. <http://monitor.icef.com/2017/01/russia-education-agents-optimistic-economy-strengthens-2017/>:AccessDate:13.06.2017). Some of the possible increase of travels is increase in number of package tours which includes transportation, accommodation, tours and transfers, new roads which can travel all year and ski tourism which have reached nearly 6 million people from 2014 and travels to the West and South of the Moscow, including Crimea by car. (<http://tass.com/sp/947446>:Erişimtarihi:20.06.2017).

When the demand of Russian tourism is generally took into consideration, it is observed that demands to domestic travels increased for 2016 (demand to Sochi, Anapa, Crimea and Karelia peninsula), 9 of the 20 cities which are most preferred by the Russian tourists are Russian cities, especially demand for closer countries to Russia has increase (like Abkhazya Region, Azerbaijan, Georgia, Estonia and Kazakhstan), cheap travels are preferred, in online reservations 3 stars hotels are highly preferred, Russian tourists have started to make their own travel organizations considerably, package tours has decrease nearly by 4% and online flight tickets has increase nearly by 2%, when they created groups of 6-8 people or when they travel for a specific reason (joining an exhibition or a cultural event) purchasing online each components of travel separately (for example flight, hotel, rent a car), and preferring travel agents only when there is a difficulty or for long distances. (<http://www.compass-consulting.ru/en/zal/russian-tourism-and-mice-trends-2017/>Erişimtarihi:20.06.2017).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi 2017 raporuna göre; Rusya Federasyonu açısından seyahat ve turizm endüstrisinin katkısının genel bir analizi şu şekilde yapılabilir; Seyahat ve turizm endüstrisinin gayri safi hasılaya doğrudan katkısı 2016 yılında % 1.3 dolayında iken, 2017 yılında bu katkının % 0.7 oranında, 2017-2027 yılları arasında ise % 2.9 oranında artması beklenmektedir. İstihdam açısından ise seyahat ve turizm endüstrisi 2016 yılında toplam istihdamın % 1.2 sini oluştururken (869.500 iş), 2017 yılında bu oranın % 1.3 seviyesinde düşmesi ve 2027 yılında ise % 1.9 dolayında artması (toplam istihdamın % 1.6'sına ulaşması) beklenmektedir. Ziyaretçi ihracatının toplam ihracat içindeki payı 2016 yılında % 3.5 seviyesinde iken, 2017 yılında bu oranın % 1 ve 2017-2027 yılları arasında ise % 5.4 dolayında artması beklenmektedir. (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/russianfederation2017.pdf>;Erişimtarihi:13.06.2017).

Rusya sahip olduğu yüzölçümü, politik ve ekonomik gücü ile seyahate yönelik tercihleriyle özellikle Doğu Avrupa açısından büyük önem arz etmektedir. Gelecek 4 yıl açısından turizmde harcamalar yönünden Rusya'nın büyüme göstermesi beklenmektedir. Rusya Federasyonu açısından iç turizm önemli bir kaynak konumunda olup, Rus vatandaşlarının tatillerini ülke içerisinde yapmaları önerilmekte, halen yürütülen seyahat kampanyalarında Moskova, St.Petersburg şehirleri ayrıca Volga, Don ve Moskva nehirleri nehir seyahatleri için teşvik edilmektedir. 2018 yılı için Rusya'nın iç turizm hareketlerini 40 milyon kişiye çıkarma hedefine 2018 yılından da önce ulaşabileceği tahmin edilmektedir. (<http://www.phocuswright.com/Travel-Research-and-Eastern-Europe-Spotlight-2017>;Erişimtarihi:13.06.2017).

Yurtdışından Rusya'ya olan seyahatlerde 2016 yılı oldukça başarılı geçmiştir. Örneğin, St.Petersburg'u 2016 yılında 7 milyon kişi ziyaret etmiştir. Bu sayının 4.7 milyonunu Ruslar, 2.3 milyonunu ise yabancı turistler oluşturmaktadır. Rusya'nın ünlü Hermitage Müzesini 4 milyon kişi ziyaret etmiştir (Bu sayı St.Petersburg'un 9 milyon olan nüfusunun neredeyse yarısına yakındır) (<http://guidetopetersburg.com/st-petersburg-tourism-statistics-2016/>; Erişimtarihi:20.06.2017).

Rusya Federasyonu dış turizmi geliştirmek için Çin de dahil olmak üzere Asya Pasifik Bölgesiyle ilişkileri arttırmaya çalışmaktadır. Avrupa Kıtası halen en önemli pazar konumunu sürdürmektedir. Ukrayna krizinin dışında 2018 yılında FIFA Dünya Kupasına evsahipliği yapılacak olmasının uluslararası talebi, alt ve üst yapı yatırımlarının hızlanmasını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Ayrıca otelcilik endüstrisi açısından da olumlu bir ortamın bulunması sayesinde uluslararası otel zincirlerinin Rusya'ya yapılacak yatırımlara hız vermeleri de tahmin edilmektedir. (<http://www.pr-inside.com/russia-tourism-report-q2-2017-new-market-report-r4591190.htm>; Erişimtarihi:13.06.2017).

According to the World Travel and Tourism Council Report 2017, in terms of Russian Federation, the general analysis of contribution of travel and tourism industry can be made as following;

When the direct contribution of travel and tourism industry to the gross domestic product was nearly 1,3% in 2016, in 2017 this contribution is expected to rise by 0,7% and 2,9% between 2017-2027. In terms of employment, travel and tourism industry composed to 1,2% of total employment in 2016 (869.500 jobs), in 2017 this rate is expected to decrease by 1,3% and increase nearly by 1,9% in 2027 (1,6% of total employment). (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries-2017/russianfederation2017.pdf>;AccessDate:13.06.2017).

Russia has great importance especially in terms of Eastern Europe with its surface area, political and economic power and preferences for traveling. It is expected that Russia will have growth in terms of tourism expenditures for the next 4 years. Domestic tourism is an important source for Russian Federation and it is suggested that Russian citizens should their holidays in Russia and they were encouraged for travel to Moskow and St Petersburg and Volga, Don and Moskva rivers in current travel campaigns. It is estimated that Russia can reach its goal of increasing its domestic tourism activities to the 40 million people by 2018, even before 2018. (<http://www.phocuswright.com/Travel-Research-and-Eastern-Europe-Spotlight-2017>;AccessDate:13.06.2017).

2016 was very successful in terms of travel to Russia from abroad. For example, 7 million people have visited to St. Petersburg in 2016. 4.7 million of this number are Russians and 2.3 of it was foreign tourists. Russia's famous Hermitage Museum was visited by 4 million people. (This number is close to almost half of the St. Petersburg's 9 million populations. (<http://guidetopetersburg.com/st-petersburg-tourism-statistics-2016/>; AccessDate:20.06.2017).

Russia is trying to develop its relations to all Asia- Pacific regions including China in order to develop its foreign tourism. Europe is still the most important market. In addition to crisis of Ukrain, it is expected that hosting the FIFA World Cup in 218 will affect international demands, fastening of infrastructure and superstructure investments positively. Thanks to the possible environment of Russia in terms of hotel industry, it is also predicted that international hotel chains will accelerate investments in Russia. (<http://www.pr-inside.com/russia-tourism-report-q2-2017-new-market-report-r4591190.htm>; AccessDate:13.06.2017).

Oda sayısı açısından Rusya, Polonya ve Ukrayna'nın mevcut oda sayılarında % 18'lik bir artış kaydetmeleri beklenmektedir (32.700 oda). Diğer bir deyişle bahsi geçen bu 3 ülke Doğu Avrupa'nın gelecekte inşa edeceği toplam oda sayısının % 46'sına sahip olacaklardır. Doğu Avrupa'da halen en fazla oda Rusya'da bulunmakta (103.000 oda), onu Bulgaristan takip etmekte (62.000 oda), üçüncü sırada Çek Cumhuriyeti (58.000 oda) ve dördüncü sırada ise Polonya (56.000 oda) gelmektedir. 2008 yılından bu yana Rusya yıllık büyüme oranı olarak yaklaşık % 4,8'lik büyüme başarısını göstermektedir (www.strglobal.com/news/hotel-data-blog/eastern-europe-room-supply-poised-for-growth;Erişimtarihi:13.06.2017).

Rusya Tur Operatörleri Birliği'ne (ATOR) göre 2017 yılı için Türkiye satışlarında erken rezervasyonlarda önemli gelişmeler görülmektedir. Bu durum için Ruble'nin artan değerinin ve erken rezervasyonlarda sağlanan önemli indirimlerin etkisinin olduğu tahmin edilmektedir. Rus turistler açısından Türkiye'nin dışında Yunanistan, Bulgaristan ve İspanya'ya talepte yoğunlaşma sözkonusudur. TUI Rusya'ya göre Türkiye rezervasyonları genellikle mayıs, haziran ve temmuz ayları için yoğunlaşırken 2017 yılı için bu ayların dışında eylül ve ekim ayları da oldukça talep görmektedir (<http://ftnnews.com/news-from-turkey/31457-russian-tourists-miss-turkey.html>;Erişimtarihi:20.06.2017).

Türkiye ve Rusya arasındaki iyi ilişkiler, sunulan hizmet kalitesi, mevcut rezervasyonlar ve cazip fiyatlar dikkate alındığında 2017 yılı için Türkiye'yi 3,5 -4 milyon civarında Rus turistin ziyaret etmesi beklenmektedir.

In terms of number of rooms, increasing by 18% in recent room numbers of Russia, Poland ve Ukrain is expected (32.700 rooms). In other words, these 3 countries will have 46% of total future room number of East Europe. Rusya still have the highest room number in East Europe (103.000 rooms), Bulgaira is following it (62.000 rooms), Czech Republic is in the third place (58.000) and, Poland is in the forth place (56.000 rooms). Since 2008, Russia has achieved 4,8% annual growth. (www.strglobal.com/news/hotel-data-blog/eastern-europe-room-supply-poised-for-growth;AccessDate:13.06.2017)

According to the Association of Tour Operators of Russian (ATOR), important developments in early bookings in the sales of Turkey are observed for 2017. It is estimated that increasing value of Rubles and important discounts on early bookings has effects on this situation. In terms of Russian tourists there is concentration in demand to Greece, Bulgaria and Spain as well as Turkey. According to the TUI Russia, reservation for Turkey are especially concentrate for may, june and july, but for 2017 in addition to these months september and october have also high demands. (<http://ftnnews.com/news-from-turkey/31457-russian-tourists-miss-turkey.html>;Access Date:20.06.2017).

When good relations between Turkey and Russia, quality of service, recent reservations and charming prices took into consideration, it is expected that approximately 3,5 -4 million tourists will visit to Turkey in 2017.

1.1.4. Almanya Açısından Turizm Hareketleri

1.1.4. Tourism Activivities of Germany

Ülkemiz açısından diğer ana pazar olan Almanya'daki ekonomik gelişmeler gözlemlendiğinde 2016 yılında Almanya'nın % 1,9'luk ekonomik büyüme gösterdiği ve 2017 yılında da ticaret açısından göstergelerin olumlu olduğu ifade edilebilir (<http://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Pressemitteilungen/Wirtschaftliche%20Lage/2017/20170112-die-wirtschaftliche-lage-in-deutschland-im-januar-2017.html>; Erişimtarihi:20.06.2017). 2016 yılında seyahat ve turizm endüstrisinin gayri safi hasılaya doğrudan katkısı % 4 iken, 2017 yılında bu oranın % 1,3 ve 2017-2027 yılları arasında ise % 2 dolayında artması beklenmektedir. 2016 yılında seyahat ve turizm endüstrisinin doğrudan istihdama katkısı % 7,1 dolayında gerçekleşmiştir (3.085.000 iş). Bu katkının 2017 yılında % 1,9 ve 2027 yılında ise % 1 dolayında artış göstereceği tahmin edilmektedir. 2016 yılında toplam ihracat içerisinde ziyaretçilerin payı % 2,9 olarak gerçekleşmiştir. Bu oranın 2017 yılında % 3,5 ve 2017-2027 yılları arasında ise % 3,3 dolayında artması beklenmektedir (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries2017/russianfederation2017.pdf>; Erişimtarihi:13.06.2017).

When the economic development in Germany which is the other main market for our country, was observed, it can be state that Germany's economic growth was 1.9% in 2016 and indicators are positive in terms of trade in 2017. (<http://www.bmwi.de/Redaktion/EN/Pressemitteilungen/Wirtschaftliche%20Lage/2017/20170112-die-wirtschaftliche-lage-in-deutschland-im-januar-2017.html>; Erişimtarihi:20.06.2017).

Direct contribution of travel and toursm industry to the gross domestic product was 4% in 2016, but is is expected that this rate will increase by 1,3% in 2017 and by 2% between 2017-2027. Travel and tourism indutry's direct contribution to the employment was nearly 7,1% (3.085.000 jobs). And it is expected that this contribution will increase nearly by 1,9% in 2017 and by 1% in 2027. In 2016 rate of visitors in the total export was 2,9%. It is expected that this rate increase nearly by 3,5% in 2017 and 3,3% between 2017-2027. (<http://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/countries2017/russianfederation2017.pdf> : AccessDate: 13.06.2017).

2016 yılında Alman otel endüstrisi gecelerler açısından çok iyi bir dönem geçirmiş ve oda başına elde edilebilir gelirlerde % 3.4'lük bir artış yakalamıştır. Bu durum ise henüz Almanya'da faaliyette bulunmayan uluslararası otel gruplarının dikkatini çekmiştir. Çinli grup "New Century" ve İngiliz otel zinciri "PremierInn" buna örnek verilebilir. 2017 yılında da bu ilginin farklı otel gruplarıncı da (Japon "Toyokolnn" gibi)devam ettirileceği tahmin edilmektedir. Almanya'nın mevcut performansını görebilmek için otelcilik endüstrisi açısından başı çeken Berlin, Münih, Frankfurt, Hamburg, Köln ve Düsseldorf'taki 2016 yılında yaşanan gelişmeler ve 2017 beklentileri analiz edilebilir(<http://www.christie.com/christieMediaLibraries/christie/PDFsPublications/Hotels/ChristieCo-Market-Snapshot-Germany-2017.pdf?ext=.pdf;Erişimtarihi:13.06.2017>);

Alman turistlerin profili ve Almanya'daki turizm hareketleri incelendiğinde; 2015 yılında önceden rezerve edilmiş seyahatlere 58.7 Milyar Euro ödenirken, 2016 yılında 59.8 Milyar Euro ödendiği görülmektedir. 2016 yılında 5 gün ve üzeri gerçekleştirilen seyahatler toplam olarak 68.7 milyon seyahate ulaşmış, bu seyahatlerin % 30'u Almanya'da, % 70'i ise yurtdışında gerçekleştirilmiştir.

Yurtdışına gerçekleştirilen seyahatlerin % 36.5'i Akdeniz Ülkelerine, % 11.9'u Batı Avrupa'ya, % 6.8'i Doğu Avrupa'ya, % 3.3'ü İskandinavya'ya ve % 7.8'i uzun mesafeli yerlere gerçekleştirilmiştir. 2016 yılında 5 gün ve üzeri seyahatler açısından en fazla tercih edilen ülkeler sırasıyla; İspanya (% 14.8), İtalya (%8.2), Türkiye (%5.6), Avusturya (%4.6), Yunanistan (% 3.5), Hırvatistan (% 3.2), Fransa (% 2.6), Hollanda (% 2.6), Polonya (52) ve Danimarka (% 1.7) olmuştur. 2005-2016 yılları arasında Alman turistlerin seyahat harcamaları 2005 yılında 58.4 Milyar Euro, 2010 yılında 58.9 Milyar Euro, 2015 yılında 69.9 Milyar Euro ve 2016 yılında ise 72 Milyar Euro olarak gerçekleşirken, Almanya'nın 2005-2016 yılları arasında turizm gelirleri ise; 2005 yılında 23.5 Milyar Euro, 2010 yılında 23.5 Milyar Euro, 2015 yılında 33.2 Milyar Euro ve 2016 yılında (tahmini) 33.3 Milyar Euro düzeyinde gerçekleşmiştir. Almanların 1983-2016 yılları arasındaki ortalama kalış süreleri ise şu şekildedir; 1983'te 17.4 gün, 1998'de 15.1 gün, 2008'de 13.4 gün, 2010'da 13.2 gün, 2015'te 13.1 gün ve 2016'da 13.2 gün'dür (DRV German Travel Association, TheGerman Travel Market Figures and Facts 2016, s.1-19).

Yurtdışına seyahatlerde bu yıl Almanların ağırlıklı olarak İspanya; Balear Adaları, Kanarya Adaları, Portekiz, Yunanistan ve Bulgaristan'ı tercih etmeleri, buna karşılık Türkiye, Mısır, Tunus ve Fransa'yı daha az sayıda talep etmeleri beklenmektedir. Rusya'da olduğu gibi Almanya'da da özellikle güvenlik sebebiyle kısa mesafeli, hatta arabayla seyahatlerin artışının devam edeceği tahmin edilmektedir. Euro'nun değer kaybetmesi nedeniyle daha pahalı hale gelen Amerika, Tayland, Hindistan, Karayipler gibi uzun mesafeli seyahatlerin bu yıl daha az talep edilmesi beklenmektedir. 2017 yılı için Alman turistlerin bireysel seyahatleritercih etmeleri ve güvenlik algılaması açısından kendilerini daha güvende hissedebilecekleri destinasyonlara yönelecekleri ifade edilebilir (<http://www.driv.de/en/press/news-1/detail/travel-expenses-rise-to-eur-60billion.html;Erişimtarihi:20.06.2017>).

In 2016, German hotel industry had a very good period in terms of overnights and achieved by 3,4% in income from per room.This has caught the attention of international hotel groups that have not yet to operate in Germany. Chinese group "New Century" and British hotel chain "PremierInn" can be shown as axamples of this. Is is estimated that this interest will last by the other hotel groups (like Japnese "Toyokolnn") in 2017. Developments of 2016 in Berlın, Munich, Frankfurt, Hamburg, Koln and Dusseldorf which are the top cities for hotel industry and expectations about 2017 can be analyzed in order to undertand of current performance of Germany. (<http://www.christie.com/christieMediaLibraries/christie/PDFsPublications/Hotels/ChristieCo-Market-Snapshot-Germany-2017.pdf?ext=.pdf;Erişimtarihi:13.06.2017>);

When the profiles of German tourists and tourism activities in Germany are examined, it can be seen that in 2015 58.7 billion Euro have been paid to travels that previously reserved and 59,8 billion Euro have been paid in 2016. In 2016, travels which lasted 5 days and more reached to 68.7 million travels, 30% of these travels were in Germany and 70% of them were in abroad. 36.5% of overseas journeys to Mediterranean Countries, 11.9% to West Europe, 6.8% to East Europe, 3.3% to Scandinavian and 7.8% to long distance destinations. The most preffered countries for 5 days and more travels in 2016 were respectively; Spain (% 14.8), Italy (%8.2), Turkey (%5.6), Austria (%4.6),Greece (% 3.5), Croatia (% 3.2), France (% 2.6), Holland (% 2.6), Poland (52) ve Denmark (% 1.7). Travel expenditures of German tourists between 2005 and 2016 amounted to 58.4 billion Euro in 2005, 58.9 billion Euro in 2010, 69.9 billion Euros in 2015 and 72 billion Euro in 2016,while tourism incomes of Germany between 2005 and 2016 were; 23.5 billion Euro in 2005, 23.5 billion Euro in 2010, 33.2 billion Euro in 2015 and 33.3 billion Euro in 2016 (estimated). Average days of stay of Germans between 1983-2016 were; 17.4 days in 1983, 15.1 days in 1998, 13.4 days in 2008, 13.2 days in 2010, 13.1 days in 2015 and 13.2 days in 2016 (DRV German Travel Association, TheGerman Travel Market Figuresand Facts 2016, s.1-19)

It is estimated thatin terms overseas journeys, Germans will highly preffer to Spain, Balearic Islands, Canary Islands, Portugal, Greece and Bulgaria whereas Turkey, Egypt, Tunisia and France will have less demands. It is estimated that, like in Russia, especially for the security reasons, increase in short-distance and even car travels will continue in Germany. Long distance travels like America, Thailand, India, Caribbeans which became more expensive as a result of depreciaton of Euro, are expected to have less demands. It can be expressed that German tourists will prefer individual travels and destinations where they can feel more secure. (<http://www.driv.de/en/press/news-1/detail/travel-expenses-rise-to-eur-60billion.html;AccessDate:20.06.2017>).

1.1.5. Ülkemiz Açısından Turizm Hareketleri

1.1.5. Tourism Activities for Our Country

Seyahat ve Turizm endüstrisinin ülkelerin gayrisafi hasılasına, istihdamına belirli oranlarda katkıları bulunmaktadır. Tablo 16, 17 ve 18'de bu oranlar yer almaktadır. Tablo 16'da görüldüğü üzere 2016 yılında Seyahat ve Turizm endüstrisinin dünya genelinde gayrisafi hasılaya doğrudan katkısında %3.3 artış yaşanmıştır. Ülke bağlamında ise Malta'nın 2016 yılında büyüme oranı yüksek bir artışla %5.1 iken, Türkiye'nin büyüme oranı ise yalnızca %0.2'dir. Seyahat ve turizm endüstrisinin istihdama doğrudan katkısı incelendiğinde ise 2016 yılında dünya genelinde %1.9 oranında bir artış olduğu, ülke bağlamında en yüksek artışın %4.1 ile Malta'da gerçekleştiği görülmektedir. Türkiye'de ki büyüme oranı ise maalesef ki Tablo 17'de görüldüğü üzere %0.2 oranında gerilemiştir. Yine Kıbrıs, Mısır, Tunus, seyahat ve turizm endüstrisinin istihdama doğrudan katkısı hususunda gerileme yaşayan ülkeler olmuştur. Tablo 18'de görüldüğü üzere, seyahat ve turizm endüstrisinin gayrisafi hasılaya toplam katkısı incelendiğinde ise 2016 yılında dünya genelinde ki büyüme oranının %3.5 olduğu görülmektedir. Lübnan, Malta, Kıbrıs, İspanya'nın toplam katkı oranlarında da artışlar gözlemlenmektedir. Türkiye'de ki oran ise %1.1. olarak tabloya yansımıştır.

Travel and tourism industry have contributes to gross domestic products and employment of countries at certain rates. Table 16, 17 and 18 are including this rates. As seen in the Table 11, the direct contribution of travel and tourism industry to gross domestic products of countries in worldwide increased by 3.3% in 2016. In the context of the country, Malta's growth rate is 5.1% in 2016, while Turkey's growth rate is only 0.2%. When the direct contribution of travel and tourism industry to the employment is examined, it is observed that in 2016, worldwide increase was 1,9% and in terms of country highest increase was in Malta as 4,1%. Unfortunately, the growth rate in Turkey, as seen in the Table 18, decreased by 0,2. The other countries which experienced a decrease in terms of travel and tourism industry's contribution to the employment are Cyprus, Egypt and Tunisia. As seen in the Table 18, when the total contribution of travel and tourism industry to the gross product, the worldwide growth rate was 3,5% in 2016. Increase in total contribution rates of Lebanon, Malta, Cyprus and Spain is observed. Rate in the Turkey is 1,1% as in the table.

Tablo 11: Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Gayrisafi Hasılaya Doğrudan Katkısı
Table 11: Direct Contribution of Travel and Tourism Industry to the Gross Product

Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Gayrisafi Hasılaya Doğrudan Katkısı	Direct Contribution of Travel and Tourism Industry to the Gross Product	2016 % Büyüme 2016 % Growth
Malta	Malta	5.1
Lübnan	Lebanon	4.8
Kıbrıs	Cyprus	4.3
İspanya	Spain	3.4
DÜNYA	WORLD	3.3
AVRUPA	EUROPE	2.9
Fransa	France	2.9
İtalya	Italy	2.1
Fas	Morocco	2.0
Mısır	Egypt	0.7
Türkiye	Turkey	0.2
Yunanistan	Greece	-0.5
Tunus	Tunisia	-1.0

Tablo 12: Seyahat ve Turizm Endüstrisinin İstihdama Doğrudan Katkısı
Table 12: Direct Contribution of Travel and Tourism Industry to the Employment

Seyahat ve Turizm Endüstrisinin İstihdama Doğrudan Katkısı	Direct Contribution of Travel and Tourism Industry to Employment	2016 % Büyüme 2016 % Growth
Lübnan	Lebanon	4.1
Malta	Malta	2.6
İspanya	Spain	2.6
İtalya	Italy	2.0
DÜNYA	WORLD	1.9
AVRUPA	EUROPE	1.8

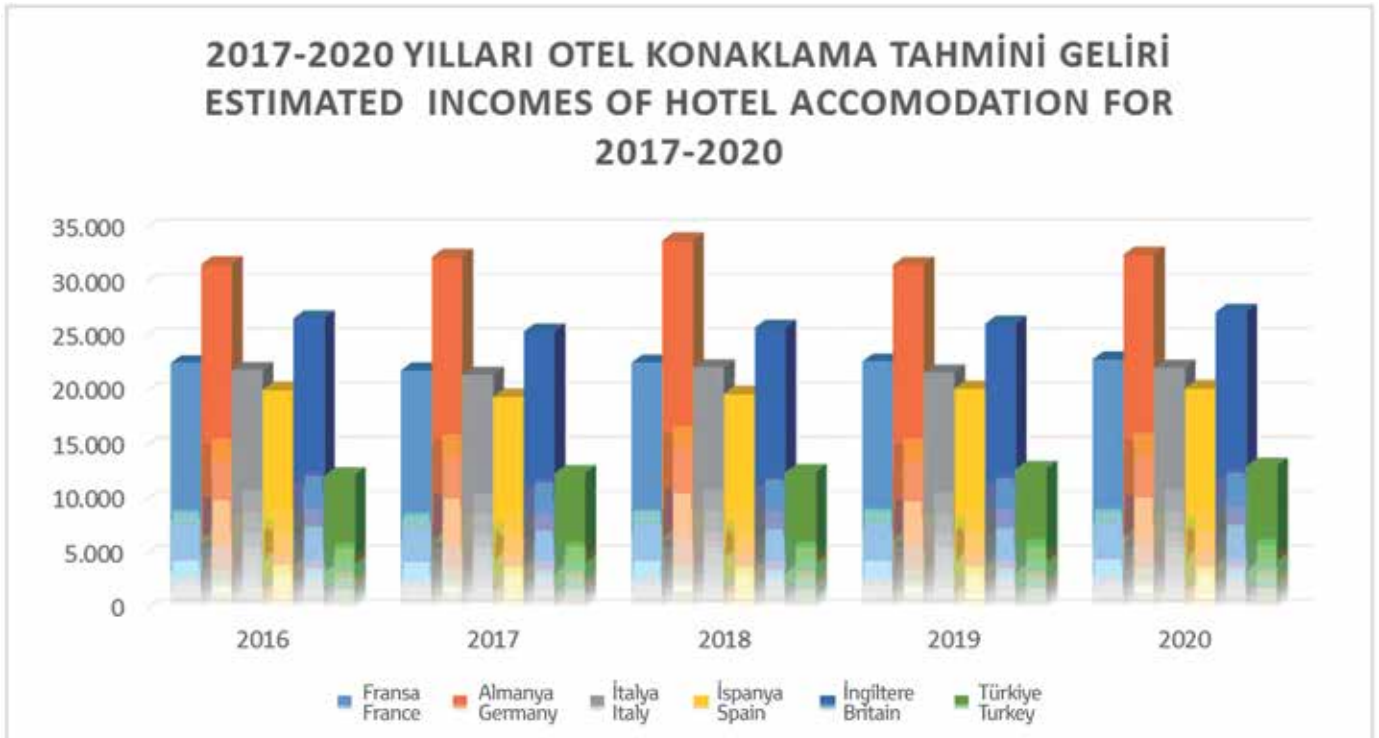
Yunanistan	Greece	0.6
Fas	Morocco	0.4
Kıbrıs	Cyprus	-0.1
Türkiye	Turkey	-0.2
Mısır	Egypt	-0.9
Tunus	Tunisia	-1.3

Tablo 13: Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Gayrisafi Hasılaya Toplam Katkısı
Table 13: Direct Contribution of Travel and Tourism Industry to Gross Product

Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Gayrisafi Hasılaya Toplam Katkısı	Direct Contribution of Travel and Tourism Industry to Gross Product	2016 % Büyüme 2016 % Growth
Lübnan	Lebanon	5.3
Malta	Malta	4.4
Kıbrıs	Cyprus	4.4
DÜNYA	WORLD	3.5
İspanya	Spain	3.5
AVRUPA	EUROPE	2.9
Fas	Morocco	2.0
İtalya	Italy	1.9
Türkiye	Turkey	1.1
Mısır	Egypt	1.0
Tunus	Tunisia	-0.9
Yunanistan	Greece	-1.8

Kaynak: World Travel & Tourism Council Travel & Tourism Economic Impact 2016 Turkey raporundan derlenmiştir (1-14 arası)
 Source: Compiled from World Travel & Tourism Council Travel & Tourism Economic Impact 2016 Turkey (between 1-14)

Grafik 1: 2017-2020 Yılları Otel Konaklama Tahmini Geliri
Graph 1: Estimated Incomes of Hotel Accommodation for 2017-2020



2. BÖLÜM: TÜRKİYE TURİZM VERİLERİ

CHAPTER 2: TOURISM DATA OF TURKEY

2.1. TÜRKİYE TURİZMİNİN SON 25 YILINA GENEL BAKIŞ

2.1. GENERAL OVERVIEW OF TURKEY IN THE LAST 25 YEARS

Tablo 14: Türkiye'nin Son 25 Yıldaki Turist Sayıları (Aylara Göre Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları)

Table 14: The Number of Tourists of Turkey in the Last 25 Years (The Number of Tourists of Turkey in Terms of Months)

YILLAR YEARS	OCAK JANUARY	ŞUBAT FEBRUARY	MART MARCH	NİSAN APRİL	MAYIS MAY	HAZİRAN JUNE
1992	208 740	255 040	337 582	579 022	739 918	727 002
1993	211 573	273 666	343 780	578 292	797 637	682 401
1994	267 658	301 811	394 107	468 550	644 589	671 333
1995	274 680	302 407	368 195	535 462	732 394	810 419
1996	283 616	324 910	537 452	556 109	874 942	902 015
1997	300 872	314 306	555 204	639 819	1 020 894	1 045 987
1998	346 183	371 526	476 756	642 332	986 237	1 062 961
1999	359 046	371 727	409 483	426 558	691 313	784 642
2000	333 915	354 487	435 158	721 128	986 376	1 079 148
2001	359 320	404 653	547 365	884 805	1 231 562	1 387 955
2002	306 597	426 405	675 687	852 930	1 325 752	1 457 615
2003	363 983	481 252	499 663	669 288	1 146 309	1 510 951
2004	533 694	607 854	784 107	1 104 270	1 799 130	1 898 435
2005	700 469	696 643	1 107 348	1 348 264	2 302 389	2 402 912
2006	667 337	626 565	921 892	1 372 922	1 918 809	2 368 628
2007	714 425	787 048	1 099 960	1 520 954	2 287 645	2 774 076
2008	782 786	896 482	1 305 297	1 647 903	2 748 564	3 305 832
2009	751 817	898 927	1 207 729	1 750 281	2 718 788	3 263 089
2010	809 974	953 848	1 414 616	1 744 628	3 148 337	3 500 024
2011	975 723	1 079 505	1 617 782	2 290 722	3 283 125	3 780 637
2012	981 611	997 571	1 460 563	2 168 715	3 232 926	3 882 592
2013	1 104 754	1 268 440	1 841 154	2 451 031	3 810 236	4 073 906
2014	1 146 815	1 352 184	1 851 980	2 652 071	3 900 096	4 335 075
2015	1 250 941	1 383 343	1 895 940	2 437 263	3 804 158	4 123 109
2016	2 438 293	2 485 411	1 753 045	1 652 511	1 240 633	1 170 333
2017	3.486.940	2 889 873	2 070 322	1 587 007	1 159 833	1 055 474

Turizm, tüm dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de sürekli gelişim gösteren bir endüstri olma özelliğini korumaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığının verileri incelendiği zaman Türkiye'nin turizm alanında son çeyrek asırda hangi noktalara geldiği görülmektedir. Turizm endüstrisinin başladığı doksanlı yıllarda ülke geneline turistik amaçlı gelen ziyaretçilerin sayısı 5.3 milyon

As for the entire world, tourism maintains its characteristic to be a continuously developing industry in Turkey. If the data of the Ministry of Culture and Tourism is analyzed, the point where Turkey has achieved in tourism in the last twenty-five years can be seen. While, the number of visitors with touristic purposes used to visit our country in the nineties when the

iken 2000'li yıllarda bu rakam 10 milyonları geçmiştir.2010'lu yıllara gelindiğinde artık dünya pazarında önemli bir yer elde etmiş ve 30 milyon rakamlarını geçmiştir. Son gelinen noktada Türkiye, turistlerin destinasyon (tatil yeri) olarak tercih ettikleri ülkeler kategorisinde dünya sıralamasında 6.sıraya yerleşmiştir. Bu istikrar ile devam etmesi ve alternatif turizm kaynakları ile alternatif destinasyonlar üretmek ülkemiz 2020'li yıllarda ziyaretçi sayısı ile dünya sıralamasında ilk 5 ülke arasında olacaktır. Türkiye Cumhuriyetin 100. Yılında 2023 hedeflerinde 50 milyon turist 50 milyar ABD Doları turizm geliri hedeflemektedir Avrupa, Asya ve Afrika gibi üç kıtanın tam ortasında kalan bir konuma sahip olan Türkiye 5 saatlik uçuş mesafesi ile bu üç kıtaya hakim konumdadır. Türkiye önümüzdeki yıllarda yeni havalimanları ve diğer yatırımlarının sonuçlanması

tourism industry began was 5.3 millions, this figure exceeded 10 millions in 2000s and has exceeded 30 millions in 2010s and come to a position which has an important place in world market.At the latest point, Turkey has taken the 6th place with regards to the most preferred touristic destination of the tourists all around the world. If, our country proceeds through that stability and generates alternative tourism resources and alternative destinations, it will easily be among the first 5 countries of the world with its number of visitors. Turkey aims 50 millions of tourists and 50 billions of United States Dollars tourism income in its 2023 objectives as the 100th anniversary of the Republic.Turkey with a location in the center of three continents as Europe, Asia and Africa is dominant over these three continents with 5 hours of flight distance. Turkey will be at a more advantageous position in compare to its competitors by

TEMMUZ JULY	AĞUSTOS AUGUST	EYLÜL SEPTEMBER	EKİM OCTOBER	KASIM NOVEMBER	ARALIK	TOPLAM
970 394	992 640	861 166	697 642	370 878	336 072	7 076 096
743 819	784 532	692 967	699 415	382 736	309 820	6 500 638
820 386	899 189	773 954	695 471	392 040	341 530	6 670 618
1 008 709	1 070 234	1 054 871	836 025	393 023	340 467	7 726 886
1 106 242	1 153 755	1 117 429	909 397	452 325	395 893	8 614 085
1 206 226	1 404 876	1 297 455	947 462	538 368	417 535	9 689 004
1 288 439	1 460 075	1 209 256	1 035 237	502 638	371 057	9 752 697
931 895	1 079 249	876 261	800 513	435 790	320 808	7 487 285
1 525 718	1 419 244	1 368 538	1 178 481	602 396	423 564	10 428 153
1 776 821	1 601 331	1 440 365	1 065 825	520 962	398 005	11 618 969
1 897 112	1 900 120	1 770 566	1 420 386	662 985	559 873	13 256 028
2 130 949	2 275 055	1 874 329	1 657 726	776 181	643 872	14 029 558
2 591 140	2 492 794	2 125 025	1 842 277	948 815	789 367	17 516 908
3 180 802	2 861 141	2 502 123	2 108 398	1 052 561	861 836	21 124 886
3 109 727	2 905 817	2 267 146	1 713 916	1 020 106	926 968	19 819 833
3 624 156	3 384 065	2 799 276	2 152 908	1 177 475	1 018 923	23 340 911
4 084 764	3 762 136	2 981 044	2 462 497	1 267 996	1 091 376	26 336 677
4 343 025	3 760 372	3 136 010	2 617 193	1 403 740	1 226 143	27 077 114
4 358 275	3 719 180	3 486 319	2 840 095	1 491 005	1 165 903	28 632 204
4 597 475	4 076 783	3 923 546	3 039 754	1 596 295	1 194 729	31 456 076
4 571 389	4 470 202	3 991 415	3 050 981	1 631 647	1 343 220	31 782 832
4 593 511	4 945 999	4 266 133	3 402 460	1 709 479	1 442 995	34 910 098
5214519	5283333	4352429	3439554	1729803	1580041	36 837 900
5480502	5130967	4251870	3301194	1720554	1464791	36 244 632
3 468 202	1 302 157	1 353 280	2 449 948	2 855 397	3 183 003	25 352 213
						12.249.449

Kaynak: <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>Erişim tarihi: 02/07/2017
Source :<http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>AccessDate: 02/07/2017

ile rakiplerine göre daha avantajlı bir konuma yükselecek ve yabancı ziyaretçi bakımında önemli artışlar gösterecektir. Her ne kadar 2016 yılı turizm açısından kayıp yıl olarak nitelendirilse de Rusya ile düzelen ilişkiler ve yeni pazarlar sayesinde önümüzdeki yıllar turizm açısından daha fazla ziyaretçi ve daha fazla turizm geliri anlamına gelecektir.

new airports to be established and finalizing other investments in near future and these will cause important increases in the number of visitors. Even, 2016 is considered as a lost year in respect of tourism, the improving relations between Turkey and Russia and new markets will mean more tourists and more tourism income for next years.

2.2. TÜRKİYE VE DÖRT İLİN 2017 YILI OCAK-HAZİRAN AYLARI VERİLERİ

2.2. THE DATA OF TURKEY AND FOUR PROVINCES FROM JANUARY TO JUNE 2017

2017 yılı Ocak-Haziran döneminde ülkemizi ziyaret eden yabancı sayısının aylara göre dağılımı Tablo 15'te yer almaktadır. Genel olarak değerlendirildiğinde; Ocak, Şubat ve Mart aylarında geçen yıla göre azalışlar görülmektedir. 2017 yılında Ocak ayı gelişlerinde %9,81 oranında, Şubat ayı gelişlerinde ise %6,51 oranında ve Mart ayı gelişlerinde ise %3,96 oranında azalışlar görülmektedir. 2017 yılı Nisan ve Mayıs aylarında ise geçen yıla oranla artışlar görülmektedir. Geçen yıla kıyasla Nisan ayında %18,10 artış gözlenirken, Mayıs ayında ise %16,27 oranında artış gerçekleşmiştir. Haziran ayında ise geçen yılın aynı ayına göre %43,01 oranında artış gerçekleşmiştir. 2017 yılında Ocak - Haziran ayları arasında toplamda 12.249,449 ziyaretçi gelmiştir.

The number of foreign visitors of our country during the January - June period in 2017 can be seen in Table 15. When it is generally examined, decreases are observed in January-February and March period in compare to the previous year. In 2017, decreases are seen by 9,81% in January visits, 6,51% in February visits and 3,96 % in March visits. In April and March period of 2017 decreases are seen. In compare to the previous year, in April 18,10 %, in May 16,27% and in June 43,01% increases are seen. In 2017, between January and June, 12.249,449 tourists have visited our country.

Tablo 15: Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Yıllara ve Aylara Göre Dağılımı 2017
Table 15: Distribution of Foreign Tourists Visited Turkey as of Years and Months 2017

AYLAR	MONTHS	YILLAR YEARS			% DEĞİŞİM ORANI RATE OF CHANGE %	
		2015	2016	2017*	2016/2015	2017/2016
OCAK	JANUARY	1 250 941	1 170 333	1 055 474	-6,44	-9,81
ŞUBAT	FEBRUARY	1 383 343	1 240 633	1 159 833	-10,32	-6,51
MART	MARCH	1 895 940	1 652 511	1 587 007	-12,84	-3,96
NİSAN	APRIL	2 437 263	1 753 045	2 070 322	-28,07	18,10
MAYIS	MAY	3 804 158	2 485 411	2 889 873	-34,67	16,27
HAZİRAN	JUNE	4 123 109	2 438 293	3.486,940	-40,86	43,01
TEMMUZ	JULY	5 480 502	3 468 202		-36,72	
AĞUSTOS	AUGUST	5 130 967	3 183 003		-37,96	
EYLÜL	SEPTEMBER	4 251 870	2 855 397		-32,84	
EKİM	OCTOBER	3 301 194	2 449 948		-25,79	
KASIM	NOVEMBER	1 720 554	1 353 280		-21,35	
ARALIK	DECEMBER	1 464 791	1 302 157		-11,10	
TOPLAM	TOTAL	36 244 632	25 352 213		-30,05	
6 AYLIK TOPLAM	6 MONTHS TOTAL	10 771 645	8 301 933	12 249 449	-22,93	14,05

Kaynak: <http://yigm.kultur-turizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, 30.06.2017.
Source: <http://yigm.kultur-turizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, 30.06.2017.

2017 yılı Ocak - Haziran döneminde ülkemize en çok ziyaretçi gönderen ülke sıralamasında Rusya Federasyonu %13,81 (1.692,103) ile birinci, Almanya %10,18 (1.246,744) ile ikinci, Gürcistan %8,76 (1.073,271) ile üçüncü sıradadır. Gürcistan'ı İran ve Bulgaristan izlemektedir.

In the January-June 2017 period, in the ranking of the countries with the highest number of tourists visiting Turkey, Russian Federation comes first with 13,81 % (1.692,103) tourists, Germany comes second with 10,18% (1.246,744) tourists and Georgia comes third with 8,76% (1.073,271). Iran and Bulgaria are following Georgia.

Tablo 16: 2015-2017(*) Yılları Ocak-Haziran Ayında Ülkemize Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere Göre Dağılımı - İlk 5 Ülke
Table 16: The Distribution of Foreign Visitors of Our Country in 2015-2017(*) January-June / The first 5 Countries of Months

MİLLİYET	NATIONALITY	YILLAR / YEARS			MİLLİYET PAYI (%) SHARE OF NATIONALITY (%)		
		2015	2016	2017*	2015	2016	2017*
Rusya Fed.	Russian Federation	1 454 618	183 828	1 692 103	9,77	1,71	13,81
Almanya	Germany	2 109 763	1 502 949	1 246 744	14,16	13,99	10,18
Gürcistan	Georgia	825 378	1 038 228	1 073 271	5,54	9,67	8,76
İran	Iran	809 790	859 954	1 006 481	5,44	8,01	8,22
Bulgaristan	Bulgaria	828 418	783 429	799 279	5,56	7,29	6,53
Diğer	Other	8 866 787	6 371 838	6 431 571	59,5	59,33	52,5
GENEL	GENERAL	14 894 754	10 740 226	12 249 449	100	100	100

(*): Veriler geçicidir. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html05/08/2017>

(*) Temporary data: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html05/08/2017>

Tablo 17 ve Tablo 18'e göre: 2017 yılı Ocak - Haziran döneminde ülkemize giriş yapan vatandaş ziyaretçi sayısında geçen yılın aynı ayına göre %2,44 (6.616.614) değer ile bir artış kaydedilmiştir. Çıkış yapan vatandaş ziyaretçi sayısında ise %2,49 değerinde (6.462.373) bir artış kaydedilmiştir.

According to the Table 17 and Table 18: there has been 2,44 % (6.616.614 tourists) increase in the number of Turkish citizen tourists visiting our country during the January-June 2017 period in compared with the same period of the previous year. The number of departing foreign visitors increased by 2,49% (6.462.373).

Tablo 17: Ocak-Haziran Aylarında Ulaşım Yoluna Göre Ülkemize Giriş Yapan Ziyaretçiler (2015-2017*)
Table 17: The Foreign Visitors of Our Country in January-June According to Transportation Way

		TOPLAM/ TOTAL			Değişim Oranı % Change Rate % 2017/2016	Yabancı/ Foreigns			Değişim Oranı % Change Rate % 2017/2016	Vatandaş (Yurtiçi + Yurtdışı İkametli) Citizen (Domestic + Abroad Residents)			Değişim Oranı % Change Rate % 2017/2016
		2015	2016	2017*		2015	2016	2017*		2015	2016	2017*	
Ziyaretçi Visitor	DENİZ/SEA	1 005 291	603 919	513 132	-15,03	797 235	398 272	273 296	-31,38	208 056	205 647	239 836	16,63
	HAVA/ AIR	15 262 269	12 004 958	13 271 591	10,55	10 985 078	7 455 821	8 734 219	17,15	4 277 191	4 549 137	4 537 372	-0,26
	KARA/ ROAD	5 101 506	4 586 730	5 075 632	10,66	3 100 577	2 883 635	3 238 117	12,29	2 000 929	1 703 095	1 837 515	7,89
	TREN/TRAIN	13 134	3 527	5 708	61,84	11 864	2 498	3 817	52,80	1 270	1 029	1 891	83,77
	TOPLAM/TOTAL	21 382 200	17 199 134	18 866 063	9,69	14 894 754	10 740 226	12 249 449	14,05	6 487 446	6 458 908	6 616 614	2,44
Günübirlikçi Day Tripper	DENİZ/SEA	581 252	276 417	142 211		580 156	275 633	141 891		1 096	784	320	
	HAVA/ AIR												
	KARA/ ROAD												
	TREN/TRAIN												
	TOPLAM/TOTAL	581 252	276 417	142 211		580 156	275 633	141 891		1 096	784	320	

Tablo 18: Ocak-Haziran Aylarında Ulaşım Yoluna Göre Ülkemizden Çıkış Yapan Ziyaretçiler (2015-2017*)
Table 18: Departed Visitors from Our Country between January-June According to Transportation Way (2015-2017*)

		TOPLAM/ TOTAL			Değişim Oranı % Change Rate % 2017/2016	Yabancı/ Foreigns			Değişim Oranı % Change Rate % 2017/2016	Vatandaş (Yurtiçi + Yurtdışı İkametli) Citizen (Domestic + Abroad Residents)			Değişim Oranı % Change Rate % 2017/2016
		2015	2016	2017*		2015	2016	2017*		2015	2016	2017*	
Ziyaretçi Visitor	DENİZ/SEA	996 821	606 266	514 974	-15,06	792 512	402 729	277 893	-31,00	204 309	203 537	237 081	16,48
	HAVA/ AIR	14 367 735	11 589 496	12 410 400	7,08	10 240 035	7 160 380	8 008 374	11,84	4 127 700	4 429 116	4 402 026	-0,61
	KARA/ ROAD	5 072 869	4 521 947	5 130 004	13,45	3 087 969	2 849 456	3 307 944	16,09	1 984 900	1 672 491	1 822 060	8,94
	TREN/TRAIN	9 760	2 680	4 554	69,93	9 211	2 453	3 348	36,49	549	227	1 206	431,28
	TOPLAM/TOTAL	20 447 185	16 720 389	18 059 932	8,01	14 129 727	10 415 018	11 597 559	11,35	6 317 458	6 305 371	6 462 373	2,49
Günübirlikçi Day Tripper	DENİZ/SEA	581 252	276 417	142 211		580 156	275 633	141 891		1 096	784	320	
	HAVA/ AIR												
	KARA/ ROAD												
	TREN/TRAIN												
	TOPLAM/TOTAL	581 252	276 417	142 211		580 156	275 633	141 891		1 096	784	320	

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, 05.08.2017 Source: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, 05.08.2017.

Tablo 19'da Türkiye'ye Ocak- Haziran ayları arasında gelen turistlerin milliyetleri bazında 2015, 2016 ve 2017 yıllarının karşılaştırması yer almaktadır. Tabloya göre Ocak-Haziran döneminde ülkemizi ziyaret eden yabancı ziyaretçi sayısı geçen yılın aynı dönemine göre %14,05 artış göstermiştir. Avrupa'dan gelen ziyaretçi sayısında geçen yıla göre %12,75'lik azalış olmuştur. Rusya Federasyonundan gelen ziyaretçi sayısında %820,48 oranında artış olduğu görülmektedir. 2017 yılının ilk 6 ayında Rusya Federasyonu'ndan ülkemize gelen ziyaretçi sayısı, 2015 yılının ilk 6 aylık rakamını geçmiştir.

The comparison of the tourists who have visited our country between January-June in 2015, 2016 and 2017 in terms of nationalities is given in Table 19. According to this table, it is observed that the number of visitors have increased by 14,05% in comparison with the same period of the previous year. The number of European visitors have decreased by 12,75% and the number of Russian tourists have increased 20,48%. In the first 6 months of 2017, the number of Russian tourists has exceed the number of the first 6 months of 2016.

Tablo 19: Yabancıların Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması (Ocak-Haziran 2017)

Table 19: Comparison of Foreign Tourists According to Their Nationalities (January-June 2017)

-2017 (*) YILLARINDA ÜLKEMİZE GELEN YABANCI ZİYARETÇİLERİN MİLLİYETLERİNE GÖRE KARŞILAŞTIRILMASI (OCAK-HAZİRAN)

COMPARISON OF FOREIGN VISITORS OF OUR COUNTRY IN 2015-2017 (*) ACCORDING TO THEIR NATIONALITIES (JANUARY- JUNE)

MİLLİYET	NATIONALITY	YILLAR YEARS			MİLLİYET PAYI % RATE OF NATIONALITY %			% DEĞİŞİM ORANI CHANGE RATE %	
		2015	2016	2017*	2015	2016	2017*	2016/2015	2017/2016
Cezayir	Algeria	69 883	73 255	79 199	0,47	0,68	0,65	4,83	8,11
Fas	Morocco	45 585	40 529	41 394	0,31	0,38	0,34	-11,09	2,13
Güney Afrika Cumhuriyeti	Republic of South Africa	21 670	14 095	13 218	0,15	0,13	0,11	-34,96	-6,22
Libya	Libya	129 177	32 349	37 502	0,87	0,30	0,31	-74,96	15,93
Mısır	Egypt	46 255	45 781	42 394	0,31	0,43	0,35	-1,02	-7,40
Sudan	Sudan	5 456	5 136	5 033	0,04	0,05	0,04	-5,87	-2,01
Tunus	Tunisia	50 688	50 363	47 959	0,34	0,47	0,39	-0,64	-4,77
Diğ. AFRIKA ÜLKELERİ	OTHER AFRICAN COUNTRIES	46 987	44 486	44 822	0,32	0,41	0,37	-5,32	0,76
TOPLAM AFRIKA	TOTAL AFRICA	415 701	305 994	311 521	2,79	2,85	2,54	-26,39	1,81
Arjantin	Argentina	35 039	36 656	20 396	0,24	0,34	0,17	4,61	-44,36
Brezilya	Brasil	41 230	19 830	19 110	0,28	0,18	0,16	-51,90	-3,63
Kolombiya	Colombia	12 395	8 945	10 268	0,08	0,08	0,08	-27,83	14,79
Şili	Chile	11 226	6 118	3 782	0,08	0,06	0,03	-45,50	-38,18
Venezuela	Venezuela	2 786	2 156	2 527	0,02	0,02	0,02	-22,61	17,21
Diğ. GÜNEY AMERİKA ÜLKELERİ	OTHER SOUTH AMERICA COUNTRIES	9 449	6 586	6 377	0,06	0,06	0,05	-30,30	-3,17
TOPLAM GÜNEY AMERİKA	TOTAL SOUTH AMERICA	112 125	80 291	62 460	0,75	0,75	0,51	-28,39	-22,21
TOPLAM KUZEY AMERİKA	TOTAL NORTH AMERICA	7 712	6 841	6 507	0,05	0,06	0,05	-11,29	-4,88
TOPLAM ORTA AMERİKA	TOTAL CENTER AMERICA	4 277	3 230	3 611	0,03	0,03	0,03	-24,48	11,80
TOPLAM AMERİKA	TOTAL AMERICA	124 114	90 362	72 578	0,83	0,84	0,59	-27,19	-19,68
Bahreyn	Bahrain	13 824	18 186	23 980	0,09	0,17	0,20	31,55	31,86
Birleşik Arap Emirlikleri	The United Arab Emirates	21 334	16 856	18 518	0,14	0,16	0,15	-20,99	9,86
Irak	Iraq	397 802	156 855	317 578	2,67	1,46	2,59	-60,57	102,47
İsrail	Israel	71 421	91 783	137 176	0,48	0,85	1,12	28,51	49,46
Katar	Qatar	15 577	14 548	17 656	0,10	0,14	0,14	-6,61	21,36
Kuveyt	Kuwait	71 766	67 123	94 667	0,48	0,62	0,77	-6,47	41,04

		YILLAR YEARS			MİLLİYET PAYI % RATE OF NATIONALITY %			% DEĞİŞİM ORANI CHANGE RATE %	
		2015	2016	2017*	2015	2016	2017*	2016/2015	2017/2016
MİLLİYET	NATIONALITY								
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti	Turkish Republic of Northern Cyprus	103 562	100 765	101 778	0,70	0,94	0,83	-2,70	1,01
Lübnan	Lebanon	64 148	67 879	73 201	0,43	0,63	0,60	5,82	7,84
Suudi Arabistan	Saudi Arabia	179 377	168 821	205 790	1,20	1,57	1,68	-5,88	21,90
Ürdün	Jordan	54 362	63 182	87 898	0,36	0,59	0,72	16,22	39,12
Yemen	Yemen	10 795	9 317	11 598	0,07	0,09	0,09	-13,69	24,48
Diğ. BATI ASYA ÜLKELERİ	OTHER WEST ASIA COUNTRIES	353 635	140 376	136 825	2,37	1,31	1,12	-60,30	-2,53
TOPLAM BATI ASYA	TOTAL	1 357 603	915 691	1 226 665	9,11	8,53	10,01	-32,55	33,96
Bangladeş	Bangladesh	5 736	5 033	4 376	0,04	0,05	0,04	-12,26	-13,05
Çin Halk Cumhuriyeti	People's Republic of China	144 798	86 058	98 603	0,97	0,80	0,80	-40,57	14,58
Endonezya	Indonesia	29 336	24 714	45 733	0,20	0,23	0,37	-15,76	85,05
Filipinler	Philippines	35 424	27 802	26 615	0,24	0,26	0,22	-21,52	-4,27
Hindistan	India	63 759	46 878	34 190	0,43	0,44	0,28	-26,48	-27,07
İran	Iran	809 790	859 954	1 006 481	5,44	8,01	8,22	6,19	17,04
Malezya	Malaysia	36 738	27 425	23 952	0,25	0,26	0,20	-25,35	-12,66
Pakistan	Pakistan	25 183	23 536	25 631	0,17	0,22	0,21	-6,54	8,90
Singapur	Singapore	12 525	8 491	6 075	0,08	0,08	0,05	-32,21	-28,45
Tayland	Thailand	14 018	5 876	10 915	0,09	0,05	0,09	-58,08	85,76
Diğ. GÜNEY ASYA ÜLKELERİ	OTHER SOUTH ASIA COUNTRIES	53 582	64 181	60 026	0,36	0,60	0,49	19,78	-6,47
TOPLAM GÜNEY ASYA	TOTAL SOUTH ASIA	1 230 889	1 179 948	1 342 597	8,26	10,99	10,96	-4,14	13,78
TOPLAM ASYA	TOTAL ASIA	2 588 492	2 095 639	2 569 262	17,38	19,51	20,97	-19,04	22,60
Almanya	Germany	2 109 763	1 502 949	1 246 744	14,16	13,99	10,18	-28,76	-17,05
Avusturya	Austria	164 228	108 244	86 038	1,10	1,01	0,70	-34,09	-20,51
Belçika	Belgium	222 814	150 167	138 046	1,50	1,40	1,13	-32,60	-8,07
Çek Cumhuriyeti	Czech Republic	74 622	33 314	36 561	0,50	0,31	0,30	-55,36	9,75
Danimarka	Denmark	158 943	141 917	96 765	1,07	1,32	0,79	-10,71	-31,82
Finlandiya	Finland	104 009	65 902	40 465	0,70	0,61	0,33	-36,64	-38,60
Fransa	France	327 789	218 950	188 857	2,20	2,04	1,54	-33,20	-13,74
Hollanda	Netherlands	483 121	364 466	263 370	3,24	3,39	2,15	-24,56	-27,74
İngiltere (Birleşik Krallık)	England(United Kingdoms)	950 313	693 081	607 272	6,38	6,45	4,96	-27,07	-12,38
İrlanda	Ireland	43 959	25 533	19 654	0,30	0,24	0,16	-41,92	-23,03
İspanya	Spain	108 924	52 447	41 118	0,73	0,49	0,34	-51,85	-21,60
İsveç	Sweedden	280 285	153 236	112 137	1,88	1,43	0,92	-45,33	-26,82
İsviçre	Switzerland	141 048	88 110	69 306	0,95	0,82	0,57	-37,53	-21,34
İtalya	Italy	216 440	109 207	82 150	1,45	1,02	0,67	-49,54	-24,78
İzlanda	Iceland	3 847	1 985	1 029	0,03	0,02	0,01	-48,40	-48,16
Lüksemburg	Luxemburg	4 800	2 122	1 753	0,03	0,02	0,01	-55,79	-17,39
Macaristan	Hungary	51 710	28 438	26 172	0,35	0,26	0,21	-45,00	-7,97
Norveç	Norway	122 216	74 674	46 281	0,82	0,70	0,38	-38,90	-38,02
Polonya	Poland	184 738	85 969	98 773	1,24	0,80	0,81	-53,46	14,89

		YILLAR YEARS			MİLLİYET PAYI % RATE OF NATIONALITY %			% DEĞİŞİM ORANI CHANGE RATE %	
		2015	2016	2017*	2015	2016	2017*	2016/2015	2017/2016
MİLLİYET	NATIONALITY								
Portekiz	Portugal	23 976	13 491	10 002	0,16	0,13	0,08	-43,73	-25,86
Slovakya	Slovakia	46 970	19 748	25 572	0,32	0,18	0,21	-57,96	29,49
Yunanistan	Greece	358 581	283 415	251 327	2,41	2,64	2,05	-20,96	-11,32
Diğ. AVRUPA OECD ÜLKELERİ	OTHER EUROPEAN OECD COUNTRIES			1			0,00		
TOPLAM AVRUPA OECD	TOTAL EUROPE OECD	6 183 096	4 217 365	3 489 393	41,51	39,27	28,49	-31,79	-17,26
Arnavutluk	Albania	32 757	33 448	36 799	0,22	0,31	0,30	2,11	10,02
Bosna Hersek	Bosnia Herzegovina	37 275	29 066	32 883	0,25	0,27	0,27	-22,02	13,13
Bulgaristan	Bulgaria	828 418	783 429	799 279	5,56	7,29	6,53	-5,43	2,02
Estonya	Estonia	27 886	18 907	18 826	0,19	0,18	0,15	-32,20	-0,43
Güney Kıbrıs Rum Kesimi	South Cyprus	3 742	3 404	3 410	0,03	0,03	0,03	-9,03	0,18
Hırvatistan	Croatia	21 049	11 744	9 900	0,14	0,11	0,08	-44,21	-15,70
Karadağ	Montenegro	9 681	8 585	8 216	0,06	0,08	0,07	-11,32	-4,30
Kosova	Kosovo	42 844	45 722	46 431	0,29	0,43	0,38	6,72	1,55
Letonya	Letonia	25 478	15 844	16 214	0,17	0,15	0,13	-37,81	2,34
Litvanya	Litvania	48 065	49 980	54 427	0,32	0,47	0,44	3,98	8,90
Makedonya	Macedonia	76 312	65 905	68 010	0,51	0,61	0,56	-13,64	3,19
Malta	Malta	3 449	2 628	1 861	0,02	0,02	0,02	-23,80	-29,19
Romanya	Romania	187 768	163 309	160 305	1,26	1,52	1,31	-13,03	-1,84
Sırbistan	Serbia	73 612	52 917	55 487	0,49	0,49	0,45	-28,11	4,86
Slovenya	Slovenia	18 669	9 851	8 040	0,13	0,09	0,07	-47,23	-18,38
Diğ. AVRUPA OECD DIŞI ÜLKELERİ	OTHER EUROPEAN COUNTRIES (OUT OF OECD)	935	578	510	0,01	0,01	0,00	-38,18	-11,76
TOPLAM AVRUPA OECD DIŞI	TOTAL EUROPE (OUT OF OECD)	1 437 940	1 295 317	1 320 598	9,65	12,06	10,78	-9,92	1,95
TOPLAM AVRUPA	TOTAL EUROPE	7 621 036	5 512 682	4 809 991	51,17	51,33	39,27	-27,66	-12,75
Azerbaycan	Azerbaijan	265 639	238 619	306 644	1,78	2,22	2,50	-10,17	28,51
Beyaz Rusya (Belarus)	Belarus	81 601	37 080	81 841	0,55	0,35	0,67	-54,56	120,71
Ermenistan	Armenia	18 524	15 650	18 290	0,12	0,15	0,15	-15,52	16,87
Gürcistan	Georgia	825 378	1 038 228	1 073 271	5,54	9,67	8,76	25,79	3,38
Kazakistan	Khazakhstan	175 678	86 324	150 995	1,18	0,80	1,23	-50,86	74,92
Kırgızistan	Kirgizstan	45 834	44 367	51 284	0,31	0,41	0,42	-3,20	15,59
Moldova	Moldova	65 088	59 975	71 027	0,44	0,56	0,58	-7,86	18,43
Özbekistan	Uzbekistan	67 833	56 289	79 884	0,46	0,52	0,65	-17,02	41,92
Rusya Fed.	Russian Fed.	1 454 618	183 828	1 692 103	9,77	1,71	13,81	-87,36	820,48
Tacikistan	Tajikistan	16 169	11 013	13 061	0,11	0,10	0,11	-31,89	18,60
Türkmenistan	Turkmenistan	77 471	70 908	98 397	0,52	0,66	0,80	-8,47	38,77
Ukrayna	Ukrain	284 663	414 994	530 258	1,91	3,86	4,33	45,78	27,77
TOPLAM B.D.T.	TOTAL C.A.C	3 378 496	2 257 275	4 167 055	22,68	21,02	34,02	-33,19	84,61
Amerika Birleşik Devletleri	United States of America	346 691	254 701	152 497	2,33	2,37	1,24	-26,53	-40,13
Avustralya	Australia	109 291	49 634	27 953	0,73	0,46	0,23	-54,59	-43,68

		YILLAR YEARS			MİLLİYET PAYI % RATE OF NATIONALITY %			% DEĞİŞİM ORANI CHANGE RATE %	
		2015	2016	2017*	2015	2016	2017*	2016/2015	2017/2016
MİLLİYET	NATIONALITY								
Güney Kore	South Korea	126 244	62 397	55 852	0,85	0,58	0,46	-50,57	-10,49
Japonya	Japan	54 962	24 744	19 431	0,37	0,23	0,16	-54,98	-21,47
Kanada	Canada	76 187	53 753	33 528	0,51	0,50	0,27	-29,45	-37,63
Meksika	Mexica	16 993	10 133	6 952	0,11	0,09	0,06	-40,37	-31,39
Yeni Zelanda	New Zeland	16 030	7 915	4 474	0,11	0,07	0,04	-50,62	-43,47
TOPLAM DİĞER OECD	TOTAL OTHER OECD	746 398	463 277	300 687	5,01	4,31	2,45	-37,93	-35,10
TOPLAM MİLLİYETSİZ	TOTAL UNPATRIOTIC	20 364	14 651	18 206	0,14	0,14	0,15	-28,05	24,26
TOPLAM OKYANUSYA	TOTAL OCEANIA	153	346	149	0,00	0,00	0,00	126,14	-56,94
YABANCI TO- PLAM	TOTAL FOREIGN	14 894 754	10 740 226	12 249 449	100,00	100,00	100,00	-27,89	14,05

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, 29.06.2017. Source: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html>, 29.06.2017.

2.3. MİLLİYETLERİNE GÖRE İSTANBUL'A GELEN YABANCILAR (OCAK-HAZİRAN 2017)

2.3. THE FOREIGN VISITORS OF ISTANBUL ACCORDING TO THEIR NATIONALITIES (JANUARY-JUNE 2017)

2.3.1. İstanbul'a Gelen Yabancı Ziyaretçi Verilerinin İncelenmesi (Ocak - Haziran 2016/2017)

2.3.1. Analysis of the Data of Foreign Visitors of Istanbul (January - June 2016/2017)

İstanbul İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün Atatürk ve Sabiha Gökçen Havalimanları ile Haydarpaşa, Pendik, Tuzla, Zeytinburnu, Ambarlı ve Karaköy limanlarından elde ettiği verilere göre 2016-2017 yılları 6 aylık veriler bağlamında İstanbul'a gelen yabancı sayıları aşağıdaki Tablo 20'de görülmektedir. (<http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627, Temmuz-2017pdf.pdf?0, 26.06.2017>.)

According to the information obtained from the Provincial Directorate of Culture and Tourism of Istanbul and the data obtained from Atatürk and Sabiha Gokcen Airports and Haydarpaşa, Pendik, Tuzla, Zeytinburnu, Ambarliand Karakoy ports, in terms of the 6 months of 2016-2017, the number of foreign visitors of İstanbul is seen in the following table. (<http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627, Temmuz-2017pdf.pdf?0, 26.06.2017>.)

Tablo 20: İstanbul'a Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları (2016-2017)

Table 20: Foreign Visitors of Istanbul (2016-2017)

	TÜRKİYE / TURKEY		İSTANBUL		2016'ya Göre Değişim Oranı (Aylık) The Rate of Change by 2016 (monthly)	2016'ya Göre Değişim Oranı (Kümülatif) The Rate of Change by 2016 (cumulative)
	2016	2017	2016	2017		
Ocak / January	1.170.333	1.055.474	692.172	559.372	-19,2	-19,2
Şubat / February	1.240.633	1.159.833	674.465	590.175	-12,5	-15,9
Mart / March	1.652.511	1.587.007	783.164	742.479	-5,2	-12,0
Nisan / April	1.753.045	2.070.322	715.161	835.614	16,8	-4,8
Mayıs / May	2.485.411	2.889.873	869.446	830.019	-4,5	-4,7
Haziran / June	2.438.493	3.489.940	707.050	827.494	17,0	-1,3
Toplam / Total	10.740.226	12.249.36	4.441.458	4.385.153		

Kaynak: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0, 26.06.2017>. Source: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0, 26.06.2017>.

Tablo 21'de İstanbul iline 2016 ve 2017 yıllarında tüm milliyetlerin geliş sayıları görülmektedir. Tabloya göre 2016 yılında Almanlar bir önceki yıla göre yaklaşık %13 oranında, İranlılar %5,5, İngilizler %19, Fransızlar %17 oranında azalış gösterirken, Iraklılarda %73,5 oranında ve Ruslarda ise %55,2 oranında bir artış görülmektedir.

In Table 21, the number of visitors from all nationalities to İstanbul in 2016 and 2017 are seen. According to the table, while there is a decrease in Germans approximately 13%, Iran 5,5%, English 19% and French 17%, there is an increase in Iraqis 73,5% and Russians 55,2%

Tablo 21. İstanbul'a Gelen Yabancılar Tüm Milliyetler (2016-2017)
Table 21.: The Foreign Visitors of Istanbul From All Nationalities (2016-2017)

No	ÜLKE İSMİ	NAME OF COUNTRY	2017 Gelen/ 2017 Arrived	2016 Gelen/ 2016 Arrived	Değişim % Change %	No	ÜLKE İSMİ	NAME OF COUNTRY	2017 Gelen/ 2017 Arrived	2016 Gelen/ 2016 Arrived
1	ALMANYA	GERMANY	403.235	463.014	-12,9	56	KATAR	QATAR	17.082	13.899
2	İRAN	IRAN	337.259	356.841	-5,5	57	BREZİLYA	BRAZIL	16.720	15.916
3	RUSYA FEDERASYONU	RUSSIAN FEDERATION	201.293	129.698	55,2	58	JAPONYA	JAPAN	16.709	21.776
4	SUUDİ ARABİSTAN	SAUDI ARABIA	186.875	155.025	20,5	59	BOSNA HERSEK	BOSNIA HERZEGOVINA	16.459	16.175
5	IRAK	IRAQ	185.308	106.801	73,5	60	FİLİPİNLER	PHILIPPINES	14.913	16.147
6	İNGİLTERE	ENGLAND	151.890	187.739	-19,1	61	AFGANİSTAN	AFGHANISTAN	14.485	17.948
7	UKRAYNA	UKRAIN	147.885	150.878	-2	62	HAYMATLOS	STATELESS	13.928	11.510
8	FRANSA	FRANCE	146.440	176.613	-17,1	63	BEYAZ RUSYA	BELARUS	13.541	12.536
9	ABD	USA	127.855	180.391	-29,1	64	FİNLANDİYA	FINLAND	12.788	18.080
10	HOLLANDA	NETHERLANDS	109.971	129.001	-14,8	65	GÜNEY AFRİKA	SOUTH AFRICA	12.192	12.473
11	KUVEYT	KUWAIT	93.468	66.481	40,6	66	TACİKİSTAN	TAJIKISTAN	11.782	10.461
12	TÜRKMENİSTAN	TURKMENISTAN	92.846	65.803	41,1	67	MACARİSTAN	HUNGARY	11.755	16.155
13	AZERBEYCAN	AZERBAIJAN	92.328	86.885	6,3	68	ÇEK CUM.	CZEHC REPUBLIC	11.456	16.226
14	ÇİN	CHINA	88.405	80.321	10,1	69	MAKEDONYA	MACEDONIA	11.355	12.262
15	CEZAYİR	ALGERIA	78.052	71.859	8,6	70	NİJERYA	NIGERIA	11.337	11.954
16	ÖZBEKİSTAN	UZBEKISTAN	75.075	53.302	40,8	71	YEMEN	YEMEN	11.058	8.930
17	İTALYA	ITALY	70.101	94.306	-25,7	72	İRLANDA	IRELAND	10.449	13.928
18	KAZAKİSTAN	KAZAKHSTAN	67.035	48.522	38,2	73	TAYLAND	THAILAND	9.190	4.971
19	LÜBNAN	LEBANON	63.782	60.843	4,8	74	KOLOMBİYA	COLOMBIA	9.022	7.153
20	İSVEÇ	SWEDEN	63.064	65.152	-3,2	75	LİTVANYA	LITHUANIA	8.888	10.638
21	ÜRDÜN	JORDAN	61.073	51.923	17,6	76	FİLİSTİN	PALESTINE	8.300	5.476
22	AVUSTURYA	AUSTRIA	54.862	60.836	-9,8	77	ERMENİSTAN	ARMENIA	7.938	6.996
23	İSRAIL	ISRAEL	54.757	43.972	24,5	78	PORTAKİZ	PORTUGAL	7.521	10.805
24	BELÇİKA	BELGIUM	54.706	57.213	-4,4	79	HRİVATİSTAN	CROATIA	6.912	7.907
25	GÜNEY KORE	SOUTH KOREA	50.228	58.058	-13,5	80	SLOVAKYA	SLOVAKIA	6.827	7.706
26	KIRGİZİSTAN	KIRGHIZISTAN	46.594	41.835	11,4	81	UMMAN	OMAN	6.202	5.808
27	TUNUS	TUNISIA	46.583	49.415	-5,7	82	MOĞOLİSTAN	MONGOLIA	6.057	5.450
28	KKTC	TRNC	43.809	47.890	-8,5	83	SLOVENYA	SLOVENIA	5.908	7.109
29	ENDENOZYA	INDONESIA	42.884	22.502	90,6	84	MEKSİKA	MEXICO	5.578	6.887
30	İSVİÇRE	SWITZERLAND	42.352	51.068	-17,1	85	ESTONYA	ESTHONIA	5.523	7.713
31	SURİYE	SYRIA	41.713	49.042	-14,9	86	LETONYA	LATVIA	5.323	6.591
32	MISIR	EGYPT	40.942	44.486	-8	87	KARADAĞ	MONTENEGRO	4.754	5.357
33	ROMANYA	ROMANIA	40.418	45.837	-11,8	88	SUDAN	SUDAN	4.721	4.871
34	FAS	MOROCCO	38.707	38.103	1,6	89	SİNGAPUR	SINGAPORE	4.641	6.836
35	LİBYA	LIBYA	36.924	31.807	16,1	90	BANGLADEŞ	BANGLADESH	4.106	4.811
36	BULGARİSTAN	BULGARIA	35.351	39.794	-11,2	91	YENİ ZELENDA	NEW ZELAND	3.425	5.255
37	İSPANYA	SPAIN	34.885	44.724	-22	92	ŞİLİ	CHILE	3.321	4.462
38	DANİMARKA	DENMARK	34.151	40.256	-15,2	93	KONGO	THE DEMOCRATIC REP. OF CONGO	2.805	2.656
39	YUNANİSTAN	GREECE	34.020	48.129	-29,3	94	ETİYOPYA	ETHIOPIA	2.574	2.218
40	GÜRCİSTAN	GEROGIA	29.832	31.125	-4,2	95	SENEGAL	SENEGAL	2.573	2.788
41	HİNDİSTAN	INDIA	28.762	38.675	-25,6	96	HONKONG	HONG KONG	2.564	3.696
42	KANADA	CANADA	28.725	38.385	-25,2	97	KAMERUN	CAMEROON	2.450	2.515
43	TAYVAN	TAIWAN	26.201	26.843	-2,4	98	KIBRIS RUM	GREEK CYPRIOT STATE	2.283	2.458
44	KOSOVA	KOSOVA	25.556	25.271	1,1	99	VENEZUELLA	VENEZUELA	2.273	1.719
45	BAHREYN	BAHRAIN	23.764	18.018	31,9	100	NEPAL	NEPAL	2.158	1.780

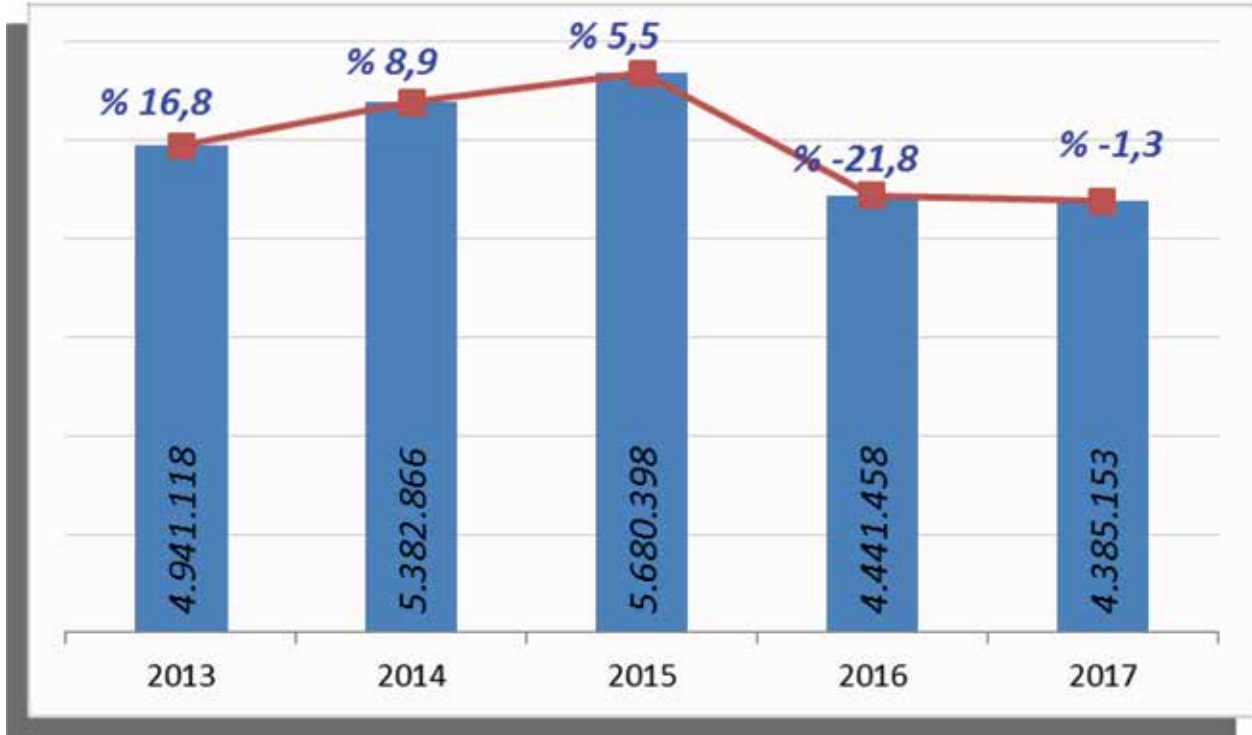
No	ÜLKE İSMİ	NAME OF COUNTRY	2017 Gelen/ 2017 Arrived	2016 Gelen/ 2016 Arrived	Değişim % Change %	No	ÜLKE İSMİ	NAME OF COUNTRY	2017 Gelen/ 2017 Arrived	2016 Gelen/ 2016 Arrived
46	PAKİSTAN	PAKISTAN	23.364	21.694	7,7	101	BİR. MİL.ÖRG.	UNITED NATIONS ORGANIZATIONS	2.026	2.666
47	MALAZYA	MALAYSIA	21.612	26.222	-17,6	102	EKVATOR	EQUATOR	1.922	1.462
48	AVUSTRALYA	AUSTRALIA	20.287	30.859	-34,3	103	KENYA	KENYA	1.912	2.687
49	NORVEÇ	NORWAY	19.461	18.951	2,7	104	PERU	PERU	1.674	1.849
50	MOLDOVA CM.	REPUBLIC OF MOLDOVA	18.864	18.531	1,8	105	GANA	GANA	1.670	1.556
51	ARJANTİN	ARGENTINA	18.827	34.348	-45,2	106	SOMALİ	SOMALI	1.614	1.455
52	ARNAVUTLUK	ALBANIA	18.448	17.926	2,9	107	MALTA	MALTA	1.587	2.321
53	BİRL. ARAP EMİR.	UNITED ARAB EMIRATES	17.967	16.616	8,1	108	UGANDA	UGANDA	1.374	1.317
54	SİRBİSTAN	SERBIA	17.665	18.957	-6,8	109	VİETNAM	VIETNAM	1.367	1.019
55	POLONYA	POLAND	17.341	21.766	-20,3	110	DİĞER	OTHER	24.359	25.500

Kaynak: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0>, 26.06.2017.
Source: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0>, 26.06.2017.

Grafik 2'de Ocak-Haziran aylarında gelen ziyaretçi sayıları karşılaştırılmaktadır. Grafiğe göre 2017 yılında 2016'ya kıyasla %4 oranında gerileme gerçekleşmiştir ve toplamda 2.727.640 turist İstanbul'a gelmiştir.

In the Graphic 2, there is a comparison of number of visitors in January- June. According to the graph, in 2017, in comparison with 2016 there is a decrease by 1,3% and in total, 4.385,153 tourist have visited to İstanbul.

Grafik 2: İstanbul'a Geliş Sayılarının Karşılaştırması (2013, 2014, 2015, 2016, 2017)
Graph 2: The Comparison of the Number of the Arrivals to İstanbul (2013, 2014, 2015, 2016, 2017)

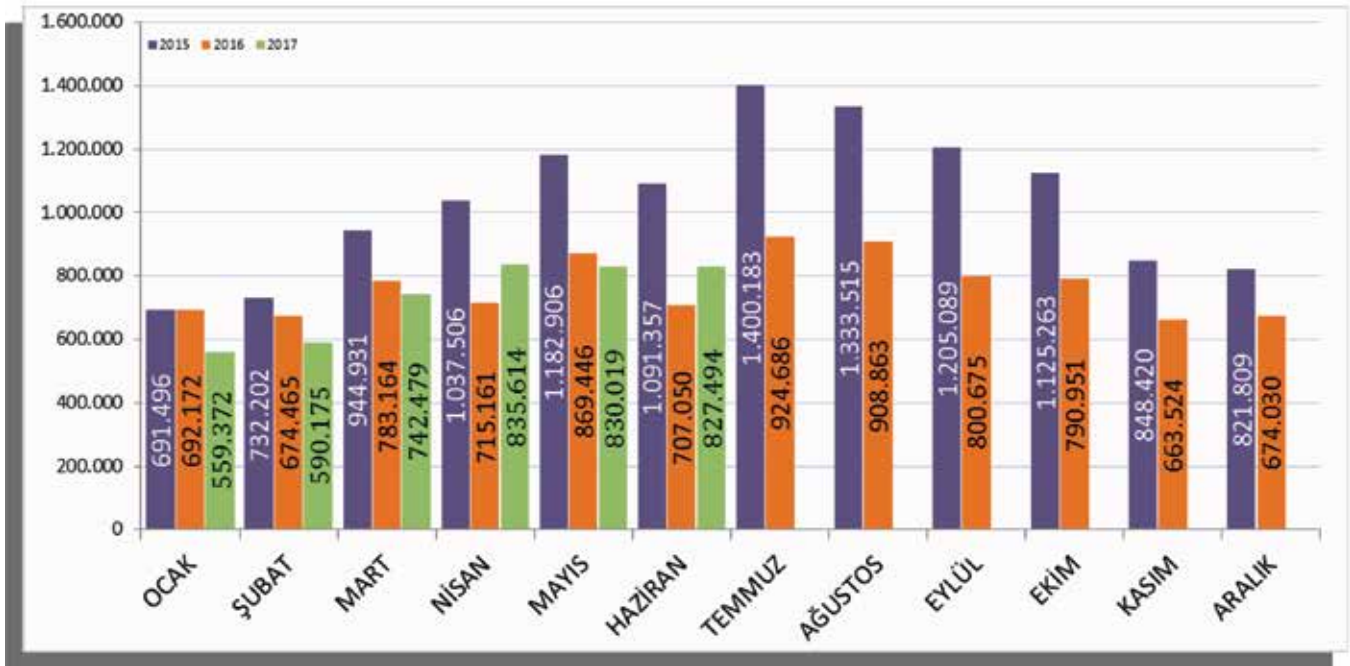


Kaynak: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,haziran-2017pdf.pdf?0>, 05.08.2017.
Source: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,haziran-2017pdf.pdf?0>, 05.08.2017.

Grafik 3'te, 2015, 2016 ve 2017 yılları arasında ay bazında ziyaretçi rakamları yer almaktadır. Aylık bazda incelendiğinde 2016 yılında Ocak ayı hariç diğer tüm aylarda 2015 yılına kıyasla aylık turist geliş sayılarında düşüşler yaşanmıştır. 2017 yılında Ocak, Şubat ve Mart aylarındaki düşüş yüzdeleri Tablo 20'de detaylı görülmektedir. 2017 yılının Haziran ayında İstanbul'a gelen yabancı sayısı 2016 ile karşılaştırıldığında %17,03 oranında bir artış olduğu görülmektedir. Mayıs ayında 830.019 kişi İstanbul'u ziyaret ederken bu rakam Haziran ayında 827.494 olarak gerçekleşmiştir.

The number of visitors in terms of monthly visitors of 2015, 2016 and 2017 are in the graph 3. When it is examined as monthly, it is seen that, in all months, except January of 2016, there are decreases in tourist arrivals in comparison with 2015. Percentage of decline can be seen in the Table 20 as detailed. When the number of visitors of İstanbul is compared to 2016, it is seen that there have been 17,03% increased. In May, 830.019 and in June 827.494 tourists have visited to İstanbul.

Grafik 3: 2015-2017 Yılları İstanbul'a Gelen Aylık Ziyaretçi Sayısı
Graph 3: The Number of Monthly Visitors of İstanbul 2015-2017



Kaynak: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,95965/izmir-turizm-konseyinin-ilk-toplantisi-vali-mustafa-top-.html> Erişim tarihi: 2701/2016
Source: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,95965/izmir-turizm-konseyinin-ilk-toplantisi-vali-mustafa-top-.html> Access date: 2701/2016

Turistlerin İstanbul'a giriş noktaları incelendiğinde ise Tablo 22'de görüldüğü üzere 2017 yılında en çok turist giriş noktası Atatürk Havalimanı olmuştur. Atatürk havalimanını Sabiha Gökçen Havalimanı takip ederken, tabloda Karaköy limanından ziyaretçi girişi olmadığı görülmektedir.

When the arrival points of tourists to İstanbul are examined, as seen in the Table 22, Atatürk Airport have the highest number of arrival. Sabiha Gökçen Airport is following it and it is seen that there are no arrival from the Karaköy port.

Tablo 22: Geliş Noktalarına Göre Gelen Yabancı Ziyaretçi Sayıları
Table 22: The Number of Foreign Visitors According to Arrival Points

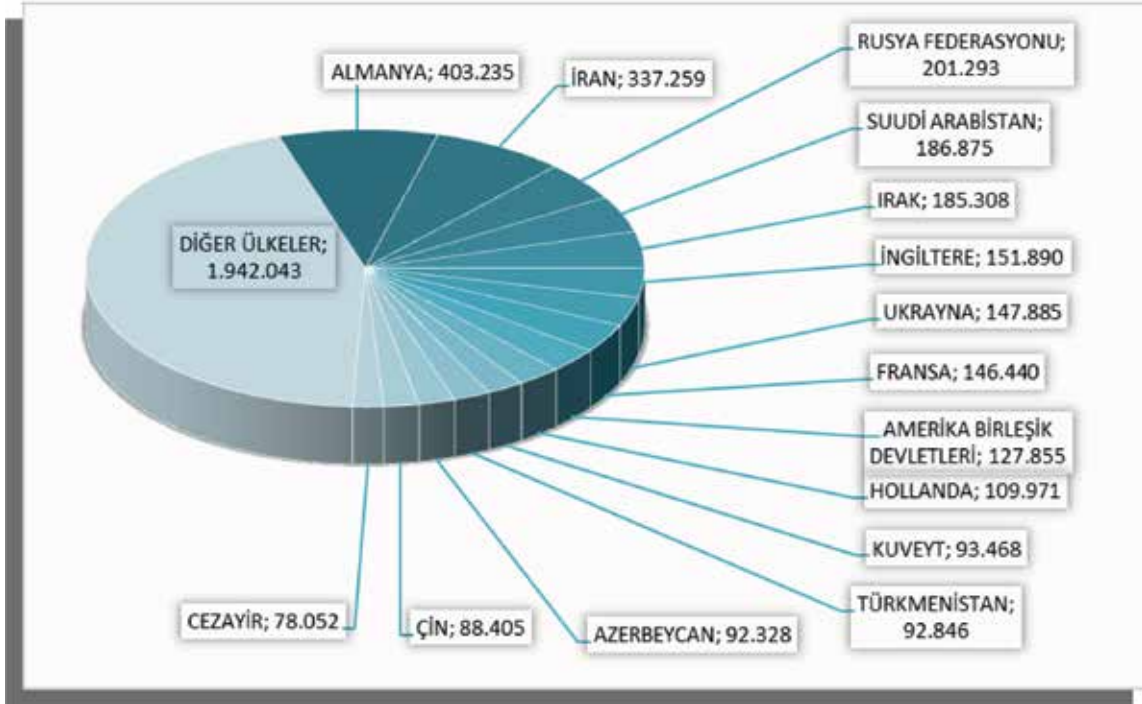
2017	Atatürk Havalimanı/ Atatürk Airport	Sabiha Gökçen Havalimanı/ Sabiha Gökçen Airport	H.paşa Limanı/ H.paşa Port	Karaköy Limanı/ Karaköy Port	Karaköy Transit/ Karaköy Transit	Pendik + Tuzla Limanı/ Pendik + Tuzla Port	Zeytinburnu + Ambarlı Limanı/ Zeytinburnu + Ambarlı Port	Toplam Total
Ocak/ January	447.826	109.430	195	11	0	1.073	837	559.372
Şubat/February	471.059	117.330	230	0	0	819	737	590.175
Mart/March	595.484	144.716	246	26	0	934	1.073	742.479
Nisan / April	659.687	173.539	240	0	0	1.117	1.031	835.614
Mayıs/ May	664.518	163.017	277	0	0	1.183	1.024	830.019
Haziran/ June	641.623	183.170	424	320	0	1.132	825	827.494
Toplam/ Total	3.480.197	891.202	1.612	357	0	6.258	5.527	4.385.153

Kaynak: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,haziran-2017pdf.pdf?0, 05.08.2017>. Source: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0, 05.08.2017>.

2017 yılında İstanbul'a Ocak ve Haziran ayları arasında en çok gelen ülke vatandaşlarının rakamları Grafik 4'te yer almaktadır.

The number of countries which have the highest arrivals to İstanbul between January and June are shown in the Graph 4,

Grafik 4: Milliyetlerine Göre İstanbul'a En Çok Gelen Ülkeler (2017, Ocak-Haziran)
Graph 4: Foreign Tourists of İstanbul according to their Nationalities (2017, January- June)



Kaynak: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0, 05.08.2017./>
Source: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0, 05.08.2017./>

Tablo 23'te son üç yılın Ocak ve Haziran ayları arasında, Arap Ülkelerinden gelen ziyaretçi sayıları görülmektedir. 2017 yılında toplamda 2016'ya oranla Arap ülkelerinden geliş rakamlarında %21 artış gerçekleşmiştir. 2016 yılında 2015 yılına kıyasla Kuveyt, Irak, Suudi Arabistan, Lübnan, Ürdün, Yemen, Bahreyn, Katar ve Birleşik Arap Emirlikleri'nden geliş rakamlarında yüzdelik olarak artışlar görülürken, Suriye, Mısır, Tunus ve Sudan'dan geliş oranlarından azalışların olduğu görülmektedir.

The number of visitors from the Arab Countries between January and April in the last 3 years is seen in the Table 23. The number of arrivals from Arab Countries has increased by 14% in 2016 in comparison with 2015. While it is seen that the number of arrivals from Kuwait, Iraq, Saudi Arabia, Lebanon, Jordan, Yemen, Bahrain, Qatar and United Arab Emirates have increased as percentage, arrivals from Syria, Egypt, Tunisia and Sudan have decreased.

Tablo 23: Son Üç Yılda Arap Ülkelerinden İstanbul'a Gelen Ziyaretçiler (Ocak-Haziran 2017)
Table 23: Visitors from Arab Countries to İstanbul in the Last 3 Years (January- June 2017)

ÜLKE	COUNTRY	2015	2016	2017	2016-2017 Değişim %/ Change of 2016-2017 %
SUUDİ ARABİSTAN	SAUDI ARABIA	167.676	155.025	192.272	24,0
İRAK	IRAQ	144.955	106.801	181.920	70,3
KUVEYT	KUWAIT	71.197	66.481	97.473	46,6
CEZAYİR	ALGERIA	68.073	71.859	77.212	7,4
LÜBNAN	LEBANON	57.900	60.843	62.961	3,5
ÜRDÜN	JORDAN	47.224	51.923	60.763	17,0
TUNUS	TUNUSIA	49.461	49.415	47.126	-4,6
SURİYE	SYRIA	125.379	49.042	41.895	-14,6
MISIR	EGYPT	45.191	44.486	41.367	-7,0

ÜLKE	COUNTRY	2015	2016	2017	2016-2017 Değişim %/ Change of 2016-2017 %
FAS	MOROCCO	42.147	38.103	38.186	0,2
LİBYA	LIBYA	127.732	31.807	36.522	14,8
BAHREYN	BAHRAIN	13.617	18.018	25.147	39,6
KATAR	QATAR	14.956	13.899	18.699	34,5
B.A.E	U.A.E.	21.066	16.616	17.959	8,1
YEMEN	YEMEN	10.443	8.328	11.301	35,7
FİLİSTİN	PALESTINE	5.287	5.701	8.119	42,4
UMMAN	OMAN	7.634	5.460	6.335	16,0
SUDAN	SUDAN	5.213	4.744	4.623	-2,6
TOPLAM	TOTAL	1.025.151	798.551	969.880	21,5

Kaynak: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,haziran-2017pdf.pdf?0,05.08.2017>.
Source: <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,haziran-2017pdf.pdf?0,05.08.2017>.

Tablo 24'de İstanbul'a gelen toplam ziyaretçi sayısı, Arap ülkelerinden gelen ziyaretçi sayısı ve bunların oranı görülmektedir. Toplamda geçen yıla oranla %21 artış gerçekleşmiştir.

The number of total visitor, visitors from Arab countries and the rates are seen in the Table 24. In total, there is 21 % increase in comparison with the previous year.

Tablo 24. Arap Ülkelerinden Gelişlerin Toplam Geliş Sayısına Oranları (2012-2017)

Table 24: Rate of Arrivals From Arab Countries to Total Arrivals (2012- 2017)

	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
İSTANBUL'A GELEN ZİYARETÇİ SAYISI THE NUMBER OF VISITOR OF İSTANBUL	5.680.398	4.441.458	4.385.153	-22%	-1%
ARAP ÜLKELERİNDEN GELENLERİN SAYISI VISITORS FROM ARAB COUNTRIES	1.025.151	798.551	969.880	-22%	21%
PAY RATE	18,05%	17,98%	22,12%		

Kaynak: TÜROFED Turizm Bülteni - Haziran 2017
Source: TÜROFED Tourism Journal - June 2017

* 2017 yılı Ocak-haziran ayı verisidir.

* Data of 2017 January- June

2.3.2. Antalya'ya Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere ve Yıllara Göre Dağılımı (Ocak-Haziran 2017)

2.3.2 Distribution of foreign visitors coming to Antalya in terms of nationalities and years (January-June)

Antalya İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nden alınan veriler ışığında Antalya ilinin ziyaretçi sayıları ve ülkesel dağılımları Tablo 25'te yer almaktadır. Tablo incelendiğinde Ocak ve Haziran ayları arasında 2015 yılında 4.111,121 olan turist geliş sayısı, 2016 yılında 2.186,697 ve 2017 yılında ise 3.385,615 olmuştur. Milliyetler bazında ise incelendiğinde 2015 yılında 1.077,318 olan Rus turist sayısı 2016 yılında 33.387'ye düşmüştür. Ancak sevindirici bir şekilde 2017 yılında ise Rus turist geliş sayıları 2015 ve 2016 yılını geçerek 1.321,052 olmuştur. 2017 yılının Ocak ve Haziran ayları arasında Rusya'dan gelen turistler, Antalya'ya gelen turistlerin % 39'unu oluşturmaktadır.

According to the Provincial Directorate of Culture and Tourism of Antalya, the number of visitors of Antalya and national distribution are seen in the Table 25. When the table is examined, it is seen that tourist arrivals between January and June were 4.111.121 in 2015, 2.186.697 in 2016 and 3.385.615 in 2017. In terms of nationalities, while the numbers of Russian tourists were 1.077.318 in 2015 have decreased to 33.387 in 2016. But gladsomely, arrivals of Russian tourists have exceeded 2015 and 2016 and reached to 1.321,052 in 2017. Russian tourists are equal to 39 % of the total tourist number of Antalya between January and June of 2017. When the Germans

Antalya'nın önemli bir pazarı olan Almanlar incelendiğinde ise, 2015 yılında Ocak ve Haziran ayları arasında Almanya'dan gelen turist sayısı 1.152,590 iken 2016 yılında düşerek 787,078 olmuştur. Ancak 2017 yılında Almanların geliş rakamları bir önceki yıla oranla %26 azalarak 579,718 olmuştur. İngiltere'den gelen turist sayısı ise 2017 yılında bir önceki yıla kıyasla % 4 oranında bir azalış göstererek 131,732 olmuştur. Hollanda'dan gelen turist sayısında ise 2017 yılında ciddi bir oranda düşüş görülmektedir.%35 azalış gösteren Hollandalı turistlerin Antalya'ya geliş sayısı ise 82.163 olmuştur.

which are an important market for Antalya are examined, it is seen that the number of tourists from Germany were 1.152,590 in January - June of 2015 and decreased to 787.078 in 2016. But, the numbers of Germans arrivals have decreased 26% in comparison with the previous year and became 579.718. The number of British tourists have decreased as 4 % in 2017, in comparison with the previous year and became 131.732. There is a significant decrease in the number of tourists from Netherlands which have decreased by 35% and became 82.163.

Tablo 25: Antalya'ya Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere ve Yıllara Göre Dağılımı (Ocak- Haziran)
Table 25: Distribution Of Foreign Visitors Coming To Antalya In Terms Of Nationalities And Years (January- June)

MİLLİYETİ	NATIONALITY	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
RUSYA	RUSSIAN FEDERATION	1.077.318	33.387	1.321.052	-97%	3857%
ALMANYA	GERMANY	1.152.590	787.078	579.718	-32%	-26%
UKRAYNA	UKRAIN	108.511	196.262	282.112	81%	44%
İNGİLTERE	ENGLAND	173.282	137.309	131.732	-21%	-4%
HOLLANDA	NETHERLANDS	186.080	125.777	82.163	-32%	-35%
İSRAİL	ISRAEL	28.108	43.885	60.108	56%	37%
BELARUS	BELARUS	52.955	18.765	56.186	-65%	199%
POLONYA	POLAND	82.357	35.931	51.854	-56%	44%
İRAN	IRAN	54.360	55.384	48.734	2%	-12%
DANİMARKA	DENMARK	68.459	56.184	42.885	-18%	-24%
BELÇİKA	BELGIUM	87.589	50.711	41.881	-42%	-17%
LİTVANYA	LITHUANIA	27.278	29.854	35.039	9%	17%
İSVEÇ	SWEEDEN	134.463	64.061	33.744	-52%	-47%
NORVEÇ	NORWAY	73.096	41.256	20.579	-44%	-50%
ÇEK CUMHURİYETİ	CZECH REPUBLIC	43.051	13.151	20.082	-69%	53%
İSVİÇRE	SWITZERLAND	53.156	27.722	18.983	-48%	-32%
SLOVAKYA	SLOVAKIA	31.017	9.589	16.533	-69%	72%
FRANSA	FRANCE	37.849	14.800	15.493	-61%	5%
FİNLANDİYA	FINLAND	58.101	33.345	14.749	-43%	-56%
AVUSTURYA	AUSTRIA	65.524	29.170	12.472	-55%	-57%
MACARİSTAN	HUNGARY	16.210	7.005	9.461	-57%	35%
K.K.T.C.	NORTH CYPRUS	5.434	5.985	7.225	10%	21%
İTALYA	ITALY	10.999	3.912	3.450	-64%	-12%
SLOVENYA	SLOVENIA	5.740	2.210	1.542	-61%	-30%
DİĞER	OTHER	295.697	189.619	271.531	-36%	43%
TÜRKİYE	TURKEY	181.897	174.345	206.307	-4%	18%
TOPLAM	TOTAL	4.111.121	2.186.697	3.385.615	-47%	55%

Kaynak: Antalya Valiliği Havalimanı Mülki İdare Amirliği Haziran-2017 verilerinden derlenmiştir.
Source: It was compiled from the of Antalya Governorship Airport Administrative Authority.

2.3.3. Muğla'ya Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere ve Yıllara Göre Dağılımı (Ocak-Haziran 2017)

2.3.3. Distribution of Foreign Visitors Coming to Mugla in Terms of Nationalities and Years (January-June 2017)

2017 yılı aylara ve milliyetlerine göre Muğla hudut kapılarından ülkemize giriş yapan turistlerin dağılımları Tablo 26'da yer almaktadır. 2017 yılında Ocak ve Haziran ayları arasında Muğla giriş noktalarından toplamda 690.939 turist giriş yapmıştır. Bu rakamın 56.275'i yerli turistlere aittir.

The distribution of the tourists which arrived to our country from Mugla entry point in 2017 according to the years and nationalities are shown in the Table 26. In total, 690.939 tourists have arrived from the Mugla entry points between January and May of 2017. 56.275 of this number were local tourists.

Tablo 26:Gelen Ziyaretçilerin Ülkelerine Göre Dağılımı (Ocak-Haziran 2017)
Table 26: Distribution of Visitors According to Their Countries (January - June 2017)

MİLLİYETİ	NATIONALITY	2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016
ALMANYA	GERMANY	68.816	93.616	60.609	53.957	36%	-35%	-11%
AMERİKA	AMERICA	10.003	5.994	5.834	2.191	-40%	-3%	-62%
AVUSTRALYA	AUSTRALIA	2.756	3.020	2.484	943	10%	-18%	-62%
AVUSTURYA	AUSTRIA	4.362	4.005	2.070	1.332	-8%	-48%	-36%
AZERBEYCAN	AZERBAIJAN	1.842	1.355	1.175	1.723	-26%	-13%	47%
BELÇİKA	BELGIUM	38.390	34.954	17.047	13.274	-9%	-51%	-22%
BEYAZRUSYA	BELARUS	4.549	3.202	937	4.019	-30%	-71%	329%
BULGARİSTAN	BULGARIA	4.280	4.352	2.829	1.988	2%	-35%	-30%
ÇEK CUMHU.	CZHECH REPUBLIC	5.258	5.085	1.268	2.026	-3%	-75%	60%
DANİMARKA	DENMARK	16.677	15.285	15.732	6.880	-8%	3%	-56%
FİNLANDİYA	FINLAND	9.132	8.190	3.606	926	-10%	-56%	-74%
FRANSA	FRANCE	53.593	29.165	8.681	6.654	-46%	-70%	-23%
G.AFİRİKA C.	R. OF S. AFRICA	674	713	370	375	6%	-48%	1%
HOLLANDA	NETHERLANDS	85.227	78.453	50.151	29.060	-8%	-36%	-42%
İNGİLTERE	ENGLAND	484.368	444.216	297.379	272.070	-8%	-33%	-9%
İRAN	IRAN	1.045	448	1.349	854	-57%	201%	-37%
İRLANDA	IRELAND	7.669	7.506	4.549	2.437	-2%	-39%	-46%
İSPANYA	SPAIN	1.393	1.721	624	590	24%	-64%	-5%
İSRAİL	ISRAEL	1.519	1.494	2.068	20.961	-2%	38%	914%
İSVEÇ	SWEEDEN	24.859	22.496	9.308	4.219	-10%	-59%	-55%
İSVİÇRE	SWITZERLAND	2.182	2.896	2.297	1.914	33%	-21%	-17%
İTALYA	ITALY	6.838	6.758	3.204	2.169	-1%	-53%	-32%
İZLANDA	ICELAND	918	1.526	135	127	66%	-91%	-6%
JAPONYA	JAPAN	303	260	94	216	-14%	-64%	130%
KANADA	CANADA	1.530	1.611	1.766	747	5%	10%	-58%
KAZAKİSTAN	KAZAKHSTAN	993	1.015	88	1.243	2%	-91%	1313%
LETONYA	LATVIA	944	637	552	511	-33%	-13%	-7%
LİTVANYA	LITHUANIA	5.063	4.609	5.193	4.429	-9%	13%	-15%
LÜBNAN	LEBONEN	1.106	953	928	2.585	-14%	-3%	179%
LÜKSEMBURG	LUXEMBURG	175	190	148	89	9%	-22%	-40%

MİLLİYETİ	NATIONALITY	2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016
MACARİSTAN	HUNGARY	815	1.126	360	345	38%	-68%	-4%
MISIR	EGYPT	196	82	82	108	-58%	0%	32%
NORVEÇ	NORWAY	6.196	4.848	2.911	747	-22%	-40%	-74%
POLONYA	POLAND	46.339	48.123	16.585	17.213	4%	-66%	4%
PORTEKİZ	PORTUGAL	660	708	406	342	7%	-43%	-16%
ROMANYA	ROMANIA	3.712	3.783	2.850	2.771	2%	-25%	-3%
RUSYA FED.	RUSSAIA FEDERATION	99.998	82.177	1.284	106.281	-18%	-98%	8177%
SİRBİSTAN	SERBIA	3.469	1.461	199	495	-58%	-86%	149%
SLOVAKYA	SLOVAKIA	791	1.015	222	329	28%	-78%	48%
SLOVENYA	SLOVENIA	230	198	52	93	-14%	-74%	79%
SUUDİ ARABİSTAN	SAUDI ARAB.	383	237	127	156	-38%	-46%	23%
UKRAYNA	UKRAIN	14.880	14.842	30.167	46.762	0%	103%	55%
ÜRDÜN	JORDAN	4.027	3.385	1.604	3.887	-16%	-53%	142%
YENİ ZELANDA	NEW ZELAND	749	849	517	356	13%	-39%	-31%
YUNANİSTAN	GREECE	8.284	7.287	6.415	6.565	-12%	-12%	2%
DİĞER	OTHER	13.517	18.855	6.837	7.729	39%	-64%	13%
YABANCI TURİST	FOREIGN VISITORS	1.050.710	974.701	573.093	634.688	-7%	-41%	11%
YERLİ TURİST	NATIONAL VISITORS	37.590	41.289	40.830	56.275	10%	-1%	38%
GENEL TOPLAM	GENERAL TOTAL	1.088.300	1.015.990	613.923	690.963	-7%	-40%	13%

Kaynak: <http://www.muglakulturizm.gov.tr/TR,154776/aylik-istatistikler-2017.html>, 25.07.2017.
Source: <http://www.muglakulturizm.gov.tr/TR,154776/aylik-istatistikler-2017.html>, 25.07.2017.

Tablo 27’de 2017 yılında Muğla hudut kapılarından giriş yapan ilk beş ülkenin dağılımına bakıldığında ise, en çok İngiltere vatandaşlarının giriş yaptığı görülmektedir. Toplamda 272.070 İngiliz turist Muğla’ya gelmiştir. İngilizleri ise Ruslar takip etmektedir. 2017 yılının ilk altı ayı içinde toplamda 106.281 Rus turist Muğla’ya giriş yapmıştır.

When the distribution of the first five countries which have used entry points in 2017 is examined, it is seen in Table 27 that the UK citizens have the highest number of arrivals. Totally, 272.070 British tourists have visited to Muğla. Russian tourists are following British citizens. In the first 6 months of 2017, 106.281 Russian tourists have visited to Muğla.

Tablo 27. Milliyetlerine Göre Muğla’ya En Çok Gelen Ülkeler (Ocak-Haziran-2017)
Table 27: Foreign Tourists of Mugla According to Their Nationalities (January- June 2017)

Milliyetler	Nationalities	Toplam/ Total
İngiltere	England	272.070
Rusya Federasyonu	Russian Federation	106.281
Almanya	Germany	53.957
Ukrayna	Ukrain	46.762
Hollanda	Netherlands	29.060
Diğer	Other	182.833
Toplam	Total	690.963

Kaynak: <http://www.muglakulturizm.gov.tr/TR,154776/aylik-istatistikler-2017.html>, 25.07.2017.
Source: <http://www.muglakulturizm.gov.tr/TR,154776/aylik-istatistikler-2017.html>, 25.07.2017.

2017 yılı Ocak ve Haziran ayları arasında Muğla gümrük kapılarından ülkemize giriş yapan turistlerin aylara ve hudut kapılarına göre dağılımı Tablo 28'de yer almaktadır. En çok giriş yapılan ay Haziran ayı olmuştur. Haziran ayında en çok giriş önce Dalaman havalimanından sonrada Milas-Bodrum Havalimanından gerçekleşmiştir. Şubat ayı en düşük girişin yaşandığı ay olmuştur. Şubat ayında toplamda 5.361 turist Muğla hudutlarından giriş yapmıştır.

The distribution of the number of tourists which have used Mugla customs gates between January and June of 2017 are shown in the Table 28. The highest number of arrivals has been in June. In June, the highest number of arrivals have been from Dalaman airport and then Milas- Bodrum Airport. The lowest number of arrivals have been in February with 5.361 tourists.

Havalimanı Airport	Liman Port											Aylık	Aylık Artış %	Ayların Toplamı	Toplam Genel Artış % Total General Increase %
	Dalaman	Milas- Bodrum	Marmaris	Bozburun	Bodrum	Mantarbu	Fethiye	Datça	Güllük	Tur- gütreis	Yalı Kavak				
Ocak/January	830	1.541	394	0	1.770	733	57	3	240	12	0	5.580	-3%	5.580	-3%
Şubat/February	515	26	2.392	0	1.650	502	30	21	212	11	2	5.361	-36%	10.941	-22%
Mart/March	3.270	366	3.590	0	2.127	786	89	56	275	2	0	10.561	-45%	21.502	-36%
Nisan/April	43.078	13.823	9.166	0	4.463	5.398	708	210	293	15	26	77.180	9%	98.682	-5%
Mayıs/May	148.052	50.067	14.425	595	16.341	15.159	1.507	648	331	2.324	282	249.731	6%	348.413	2%
Haziran/June	199.205	85.166	13.381	2.598	13.492	16.849	2.608	892	261	7.043	1.031	342.526	25%	690.963	13%
TOPLAM	394.950	150.989	43.348	3.193	39.843	39.427	394.950	150.989	43.348	3.193	39.843				

Kaynak: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77298/2013-yili-istatistikleri.html> Erişim Tarihi 23.01.2016 / Source: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,77298/2013-yili-istatistikleri.html>
Access Date: 23.01.2016

2017 yılı Ocak-Haziran ayı Muğla hudut kapılarından giriş yapan turistlerin milliyetlerine ve hudut kapılarına göre dağılımları Tablo 29'da yer almaktadır. Tabloya göre Almanlar, İngilizler, İsraililer, Ruslar ve Ukraynalılar en çok Dalaman Havalimanından, Hollandalılar ve Polonyalılar Bodrum havalimanından giriş yapmıştır.

2017 yılında en çok yabancı turist girişi Dalaman Havalimanından gerçekleşmiştir. Dalaman havalimanından 535.984 yabancı turist, Bodrum havalimanından 145.711 yabancı turist, limanlardan ise 98.704 yabancı turist giriş yapmıştır. 2017 yılından yapılan girişler 2016 yılına kıyaslandığında Dalaman Havalimanının girişlerin yaklaşık %27 arttığı görülürken, Bodrum Havalimanından girişlerde % 8 ve limanlardan girişlerden %7 azalış olduğu görülmektedir. Yerli turistlerin girişlerine bakıldığında ise 4.677 kişi Dalaman Havalimanından, 5.278 kişi Bodrum havalimanından ve 46.320 kişi ise limanlardan giriş yapmıştır.

Distribution of the tourists who have used the entry points of Muğla between January- June of 2017 according to their nationalities and entry points are shown in the Table 29. According to the table, Germans, English, Israelis, Russians and Ukrainians have mostly used Dalaman Airport and Netherlanders and Polands have mostly used the Bodrum Airport.

The distribution of tourists who have arrived to Mugla via air way or sea way between January and June of 2017 according to countries are shown in the Table 29. The highest number of foreign arrivals has been from Dalaman Airport in 2017. 535.984 foreign tourists from Dalaman Airport, 145.711 foreign tourists from Bodrum Airport, 98.704 tourists from ports have been arrived. It is seen that while arrivals from Dalaman Airports increased nearly by 27%, arrivals from Bodrum Airport decreased by 8% and arrivals from ports decreased by 7% in 2017 in comparison to 2016. When the arrivals of local tourists are examined, it is seen that 4.677 people from Dalaman Airport, 5.278 people from Bodrum Airport and 46.320 people from port have been arrived.

Tablo 29: Muğla'ya giriş yapan turistlerin milliyetlerine ve hudut kapılarına göre dağılımları (2017, Ocak-Haziran)
Table 29: Distribution of Tourists of Muğla According to Nationalities and Border Gates (January- June 2017)

	Ülkeler	Countries	Havalimanı		Liman									Toplam
			Airports		Ports									Total
			Dalaman	Bodrum	Marmaris	Bozburun	Bodrum	Mantar Burnu	Fethiye	Datça	Güllük	Turgut Reis	Yalıkavak	
1	Almanya	Germany	15.241	9.952	9.825	194	5.248	12.562	251	111	1	567	5	53.957
2	Amerika	America	363	347	407	113	342	269	91	52	0	162	45	2.191
3	Avustralya	Australia	219	101	227	54	141	74	48	20	0	45	14	943
4	Avusturya	Austria	327	164	176	44	266	289	31	16	0	18	1	1.332
5	Azerbeycan	Azerbaijan	195	1.486	16	0	4	3	9	0	6	1	3	1.723
6	Belçika	Belgium	2.799	7.890	737	26	1.066	656	16	13	2	67	2	13.274
7	Beyaz Rusya	Belarus	2.512	1.422	31	0	16	23	1	2	0	12	0	4.019
8	Bulgaristan	Bulgaria	101	1.213	188	11	192	209	22	1	0	31	20	1.988
9	Çek Cum.	Czech Republic	737	981	33	8	151	50	6	0	0	59	1	2.026
10	Danimarka	Denmark	3.403	2.634	416	9	219	163	4	11	0	20	1	6.880
11	Finlandiya	Finland	179	52	385	16	176	107	3	0	0	6	2	926
12	Fransa	France	476	1.781	1.172	89	2.051	740	53	49	3	233	7	6.654
13	G.Afrika C.	R. of S. Africa	102	65	44	30	30	33	29	5	0	16	21	375
14	Hollanda	Netherlands	10.717	12.132	677	147	3.568	1.552	64	55	0	141	7	29.060
15	İngiltere	England	210.031	42.847	9.074	191	3.738	4.275	1.206	138	0	474	96	272.070
16	İran	Iran	470	332	18	0	14	16	1	0	0	3	0	854
17	İrlanda	Ireland	1.388	556	136	5	237	74	21	4	0	13	3	2.437
18	İspanya	Spain	136	134	68	56	81	61	3	5	0	28	18	590
19	İsrail	Israel	9.300	7.346	2.854	169	293	845	43	54	0	51	6	20.961
20	İsveç	Sweedeen	1.224	1.638	422	34	511	335	14	5	0	36	0	4.219
21	İsviçre	Switzerland	68	670	231	43	359	445	17	36	0	43	2	1.914
22	İtalya	Italy	340	291	233	81	710	361	54	23	2	63	11	2.169
23	İzlanda	Iceland	90	19	4	0	8	1	5	0	0	0	0	127
24	Japonya	Japan	12	8	25	0	21	137	7	0	0	6	0	216
25	Kanada	Canada	309	64	127	32	85	47	21	25	0	33	4	747
26	Kazakistan	Kazakhstan	284	910	7	0	5	20	10	0	0	7	0	1.243
27	Letonya	Latvia	367	78	22	12	17	8	4	0	0	3	0	511
28	Litvanya	Lithuania	1.830	2.009	178	0	43	272	18	0	0	79	0	4.429
29	Lübnan	Lebonen	1.992	487	46	11	16	1	20	0	0	0	12	2.585
30	Lüksemburg	Luxemburg	16	15	22	0	13	21	0	0	0	2	0	89
31	Macaristan	Hungary	134	63	54	7	30	46	3	3	0	5	0	345
32	Mısır	Egypt	9	26	12	1	7	41	11	1	0	0	0	108
33	Norveç	Norway	116	96	355	1	110	54	11	0	0	4	0	747
34	Polonya	Poland	2.271	10.655	355	1	2.139	1.447	16	5	1	320	3	17.213
35	Portekiz	Portugal	149	73	32	1	29	40	3	0	0	9	6	342
36	Romanya	Romania	314	1.353	488	1	150	335	11	1	5	105	8	2.771
37	Rusya Fed.	Russaian Federation	82.382	21.844	938	7	509	345	153	11	3	75	14	106.281
38	Sırbistan	Serbia	48	266	36	0	50	83	1	0	0	9	2	495

	Ülkeler	Countries	Havalimanı		Liman									Toplam
			Airports		Ports									Total
			Dalaman	Bodrum	Marmaris	Bozburun	Bodrum	Mantar Burnu	Fethiye	Datça	Güllük	Turgut Reis	Yalıkavak	
39	Slovakya	Slovakia	130	82	23	0	50	35	1	0	0	7	1	329
40	Slovenya	Slovenia	12	8	11	13	16	31	1	0	0	0	1	93
41	S. Arabistan	Saudi Arab.	34	109	0	0	5	3	3	0	0	1	1	156
42	Ukrayna	Ukrain	34.459	11.004	448	22	232	338	122	9	17	89	22	46.762
43	Ürdün	Jordan	2.965	905	1	0	3	0	2	0	0	3	8	3.887
44	Yeni Zelanda	New Zeland	129	40	38	8	42	34	22	9	0	16	18	356
45	Yunanistan	Greece	65	63	1.850	14	2.787	583	455	431	3	248	66	6.565
46	Diğer	Other	1.828	1.500	713	66	666	2.549	120	27	46	137	77	7.729
	Yabancı Turist	Foreign Visitors	390.273	145.711	33.155	1.517	26.446	29.613	3.007	1.122	89	3.247	508	634.688
	Yerli Turist	National Visitors	4.677	5.278	10.193	1.676	13.397	9.814	2.016	708	1.523	6.160	833	56.275
	Genel Toplamı	General Total	394.950	150.989	43.348	3.193	39.843	39.427	5.023	1.830	1.612	9.407	1.341	690.963
	2016 Toplamı	2016 General Total	927.794	471.342	112.877	10.693	100.391	132.951	18.573	7.613	2.634	30.179	7.730	1.822.777

2.3.4. İzmir'e Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlere ve Yıllara Göre Dağılımı (Ocak-Haziran 2017)

2.3.4. Distribution of Foreign Visitors of İzmir in Terms of Nationalities and Years (January-July 2017)

İzmir'e Ocak ve Haziran ayları arasında 2015 yılında toplamda 279.392 turist, 2016 yılında 176.480 turist gelirken, Tablo 30'ya göre 2017 yılında 252.532 turist gelmiştir. 2016 yılının ilk 6 ayında geçen yılın aynı dönemine göre toplam turist geliş sayısında %41,30 azalış görülürken, 2017 yılı ilk 6 ayında 2016 yılına göre %1,13 artış gerçekleşmiştir.

While 279.392 tourists in 2015, 176.480 tourists in 2016 have visited to İzmir between January and June, according to the Table 30, 252.532 tourists have visited in 2017. While it is seen that there have been 41,30% decrease in the total tourist number of the first 6 months of 2016 in comparison with the same period the previous year, there have been 1,13% increase in the first six month of 2017 in comparison with the 2016.

Tablo 30: İzmir'e Gelen Yabancıların Karşılaştırması (Ocak-Haziran 2017)
Table 30 : Comparison of Foreign Visitors of İzmir (January- June 2017)

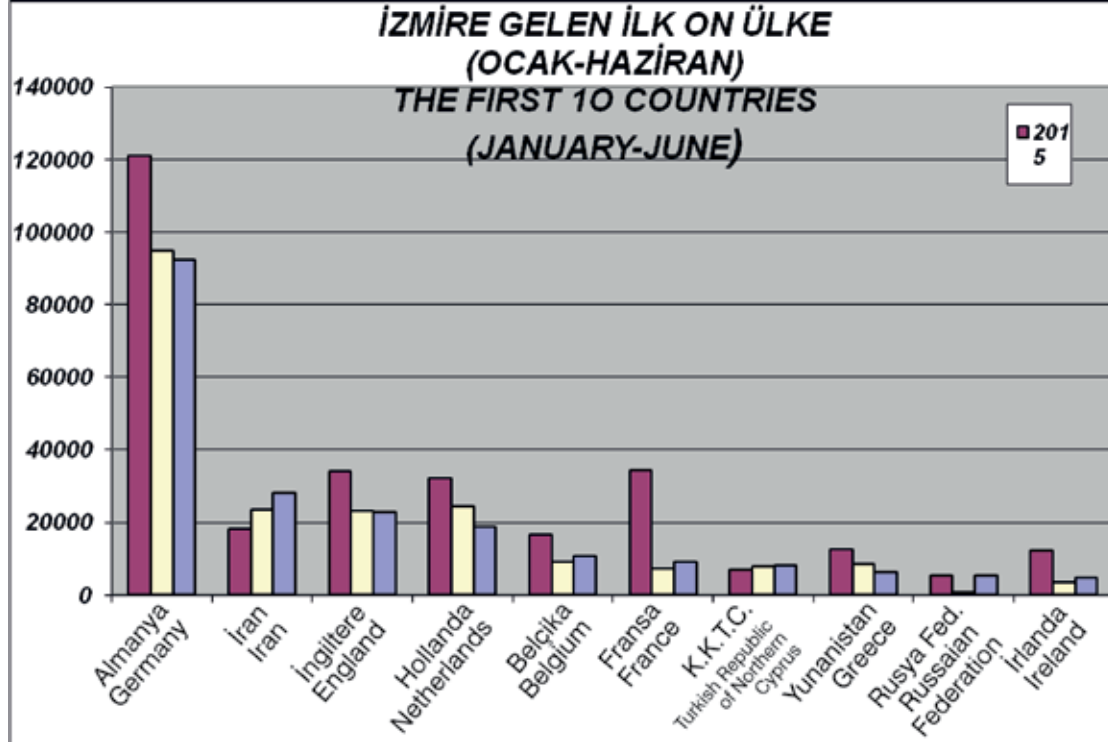
Aylar Months	YILLAR / YEARS			% DEĞİŞİM ORANI / % CHANGE RATE	
	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2016
Ocak/ January	17 851	16 397	13 330	-8,15	-18,70
Şubat / February	25 147	18 989	16 442	-24,49	-13,41
Mart/ March	36 269	37 154	27 846	2,44	-25,05
Nisan / April	71 371	37 925	43 211	-46,86	13,94
Mayıs / May	128 754	66 015	57 378	-48,73	-13,08
Haziran/ June	145 968	73 226	94 325	-49,83	28,81
6 Aylık Toplam/ Total of 6 Months	425 360	249 706	252 532	-41,30	1,13
Genel Toplam/ General Total	1 201 921	672 299	158 207	-44,06	-

Kaynak: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 25.07.2017. Source: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 25.07.2017.

2017 yılının ilk 6 ayının milliyet bazında rakamları incelendiğinde ilk altı ay içinde en çok turist girişi yapan ülkeler aşağıdaki grafikte görülmektedir;

When the numbers of the first six months of 2017 are examined in terms of nationality, the top countries according to arrivals of the six months are seen in the following graph;

Grafik 5: İzmir'e Son 5 Ayda Gelen Turist Sayısı (2017)
Graph 5: The Number of Tourists of İzmir in the Last 5 months (2017)



2014, 2015, 2016 ve 2017 yıllarının ilk altı ayında İzmir'e gelen ziyaretçilerin milliyetlerine göre dağılımı Tablo 31'de belirtilmiştir. Tablo 31'e göre İzmir'e gelen yabancı ziyaretçilerin rakamları incelendiğinde; 2017 yılının ilk altı ayında en çok ziyaretçi gönderen ilk 5 ülke sırasıyla; Almanya, İran, İngiltere, Hollanda ve Belçika'dır. Yılın ilk altı ayında İzmir'e gelen ziyaretçi sayısının yaklaşık % 48'ini yabancı ziyaretçiler oluşturmuştur. Geçen yılın Haziran ayına göre gelen yabancı ziyaretçi sayısında % 28,8 oranında artış olmuştur.

The distribution of the number of tourists of İzmir in the first six months of 2014, 2015, 2016 and 2017 according to the nationalities are shown in the Table 31. According to the Table 31, when the number of foreign visitors of İzmir are examined, it is seen that the first 5 countries which have the highest number of visitors respectively are; Germany, Iran, England, Netherlands and Belgium. Approximately the 48 % of the total visitors of İzmir were foreign visitors. The number of the foreign visitors have increased by 28,8 % in comparison with the previous year.

Tablo 31. Gelen Ziyaretçilerin Ülkelerine Göre Dağılımı (Ocak-Haziran 2017)
Table 31: The Distribution of Visitors According to the Nationalities (January- June 2017)

		2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016
A.B.D.	U.S.A.	9.444	6.839	2.604	3.279	-28%	-62%	26%
ALMANYA	Germany	125.283	121.013	94.914	92.288	-3%	-22%	-3%
ARJANTİN	Argentina	946	939	106	178	-1%	-89%	68%
ARNAVUTLUK	Albania	184	184	105	208	0%	-43%	98%
AVUSTRALYA	Australia	2.753	4.805	419	773	75%	-91%	84%
AVUSTURYA	Austria	10.441	7.687	4.025	4.596	-26%	-48%	14%
AZERBAJCAN	Azerbaijan	1.084	951	857	884	-12%	-10%	3%

		2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016
B.A.EMİRLİĞİ	U.A. Emirates	17	50	9	4	194%	-82%	-56%
BAHREYN	Bahrain	9	10	4	4	11%	-60%	0%
BANGLADEŞ	Bangladesh	9	9	8	5	0%	-11%	-38%
BEYAZ RUSYA	Belarus	9.564	8.013	2.306	3.882	-16%	-71%	68%
BELÇİKA	Belgium	22.969	16.531	9.201	10.722	-28%	-44%	17%
BOSNA HERSEK	Bosnia-Herzegovina	233	342	135	141	47%	-61%	4%
BREZİLYA	Brazil	1.971	1.615	162	270	-18%	-90%	67%
BULGARİSTAN	Bulgaria	1.490	1.613	1.379	1.852	8%	-15%	34%
CEZAYİR	Algeria	361	158	25	44	-56%	-84%	76%
ÇEK CUM.	Czech Republic	1.450	2.633	582	836	82%	-78%	44%
ÇİN HALK CUM.	P. Republic of China	1.372	1.579	276	175	15%	-83%	-37%
DANİMARKA	Denmark	2.821	5.758	5.195	1.908	104%	-10%	-63%
ENDONEZYA	Indonesia	75	196	115	64	161%	-41%	-44%
ERMENİSTAN	Armenia	61	24	3	24	-61%	-88%	700%
ESTONYA	Estonia	54	54	42	66	0%	-22%	57%
FAS	Morocco	512	448	242	261	-13%	-46%	8%
FİLİPİNLER	Philippines	537	1.213	762	593	126%	-37%	-22%
FİNLANDIYA	Finland	1.690	1.834	1.252	1.637	9%	-32%	31%
FRANSA	France	53.413	34.294	7.357	8.959	-36%	-79%	22%
G. KIBRIS RUM YÖN.	Greek Cypriot Admi. of Southern Cyprus	267	224	227	253	-16%	1%	11%
G. KORE	South Korea	4.092	2.562	619	234	-37%	-76%	-62%
GÜNEY AFRİKA CUM.	R. of South Africa	1.106	574	79	69	-48%	-86%	-13%
GÜRCİSTAN	Georgia	401	244	103	147	-39%	-58%	43%
HIRVATİSTAN	Croatia	717	735	161	193	3%	-78%	20%
HİNDİSTAN	India	457	948	361	291	107%	-62%	-19%
HOLLANDA	Netherlands	38.902	32.186	24.391	18.722	-17%	-24%	-23%
IRAK	Latvia	260	131	41	119	-50%	-69%	190%
İNGİLTERE	England	38.312	34.050	23.214	22.787	-11%	-32%	-2%
İRAN	Iran	13.380	17.998	23.554	28.046	35%	31%	19%
İRLANDA	Ireland	12.915	12.290	3.606	4.785	-5%	-71%	33%
İSPANYA	Spain	3.688	3.493	509	632	-5%	-85%	24%
İSRAİL	Israel	263	149	119	76	-43%	-20%	-36%
İSVEÇ	Sweden	4.849	12.158	5.085	2.583	151%	-58%	-49%
İSVİÇRE	Switzerland	9.295	8.519	4.587	3.628	-8%	-46%	-21%
İTALYA	Italy	47.201	24.646	1.656	1.808	-48%	-93%	9%
İZLANDA	Iceland	41	61	28	11	49%	-54%	-61%
JAPONYA	Japan	1.111	1.291	232	215	16%	-82%	-7%
K.K.T.C.	T.R.N.C	7.722	7.039	7.979	8.291	-9%	13%	4%
KANADA	Canada	2.737	1.592	725	856	-42%	-54%	18%
KARADAĞ	Montenegro	76	55	19	70	-28%	-65%	268%

		2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016
KAZAKİSTAN	Kazakhstan	105	222	103	134	111%	-54%	30%
KIRGIZİSTAN	Kirghizstan	41	262	32	60	539%	-88%	88%
KOLOMBİYA	Colombia	211	147	75	325	-30%	-49%	333%
KOSOVA	Kosovo	201	205	166	179	2%	-19%	8%
KUVEYT	Kuwait	61	18	14	131	-70%	-22%	836%
LETONYA	Latvia	164	287	108	159	75%	-62%	47%
LİBYA	Libya	25	86	17	13	244%	-80%	-24%
LİTVANYA	Lithuania	376	548	258	385	46%	-53%	49%
LÜBNAN	Lebanon	186	154	240	126	-17%	56%	-48%
LÜKSEMBURG	Luxemburg	551	334	37	37	-39%	-89%	0%
MACARİSTAN	Hungary	782	1.346	218	180	72%	-84%	-17%
MAKEDONYA	Macedonia	182	223	158	195	23%	-29%	23%
MALEZYA	Malaysia	179	84	32	40	-53%	-62%	25%
MALTA	Malta	76	28	1	6	-63%	-96%	500%
MEKSİKA	Mexico	1.277	544	90	630	-57%	-83%	600%
MISIR	Egypt	78	80	78	56	3%	-3%	-28%
MİLLİYETSİZ	Unpatriotic	666	219	105	151	-67%	-52%	44%
MOLDOVA CUM.	Moldova	111	96	50	1.214	-14%	-48%	2328%
NORVEÇ	Norway	3.619	1.938	1.809	939	-46%	-7%	-48%
ÖZBEKİSTAN	Uzbekistan	58	24	26	32	-59%	8%	23%
PAKİSTAN	Pakistan	40	88	40	63	120%	-55%	58%
POLONYA	Poland	8.722	11.168	2.491	2.997	28%	-78%	20%
PORTEKİZ	Portugal	1.748	1.457	241	302	-17%	-83%	25%
ROMANYA	Romania	997	1.027	432	651	3%	-58%	51%
RUSYA FED.	Russian Federation	9.937	5.332	552	5.452	-46%	-90%	888%
S.ARABİSTAN	Saudi Arab.	69	22	100	46	-68%	355%	-54%
SİNGAPUR	Singapore	78	121	25	31	55%	-79%	24%
SLOVAKYA	Slovakia	1.008	2.033	535	490	102%	-74%	-8%
SLOVENYA	Slovenia	1.072	612	104	67	-43%	-83%	-36%
SUDAN	Sudan	1	3	4	3	200%	33%	-25%
SURİYE	Syria	406	434	1.871	41	7%	331%	-98%
ŞİLİ	Chile	346	332	29	73	-4%	-91%	152%
TACİKİSTAN	Tajikistan	6	11	9	94	83%	-18%	944%
TAYLAND	Thailand	139	141	83	77	1%	-41%	-7%
TUNUS	Tunisia	272	259	77	211	-5%	-70%	174%
TÜRKMENİSTAN	Turkmenistan	45	37	35	63	-18%	-5%	80%
UKRAYNA	Ukrain	1.080	1.095	734	2.086	1%	-33%	184%
ÜRDÜN	Jordan	38	37	52	139	-3%	41%	167%
VENEZÜELLA	Venezuela	150	149	13	15	-1%	-91%	15%
YEMEN	Yemen	8	8	5	3	0%	-38%	-40%
YENİ ZELANDA	New Zeland	367	291	93	96	-21%	-68%	3%
YUNANİSTAN	Greece	11.586	12.407	8.467	6.222	7%	-32%	-27%

		2014	2015	2016	2017	2015/2014	2016/2015	2017/2016
DiĞER	Other	1.731	1.714	674	840	-1%	-61%	25%
YABANCI TOPLAM	Total Foreign	485.343	425.360	249.706	252.532	-12%	-41%	1%
TÜRKİYE	Total Turkish Citizens	244.001	247.585	251.316	273.713	1%	2%	9%
GENEL TOPLAM	General Total	729.344	672.945	501.022	526.245	-8%	-26%	5%

Kaynak: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 20.07.2017.
Source: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 20.07.2017.

Tablo 32'de İzmir'e en çok giriş yapan ilk dört ülkenin 2015-2016 ve 2017 yılları arasında Ocak ve Haziran ayları arasında karşılaştırması yer almaktadır. Rakamlara göre Hollanda, Almanya ve İngiltere'de 2016 yılına kıyasla azalışlar söz konusudur. Hollanda 2016 yılına kıyasla % 23,2, Almanya %2,7 ve İngiltere % 1,84 azalırken İran'da bir önceki yıla göre %19,07 artış gerçekleşmiştir.

The comparison of the first four countries which have the most arrivals to İzmir between January and June of 2015-2016 and 2017 is shown in the Table 32. According to the numbers, there are decreases in Netherlands, Germany and England in comparison to 2016. While Netherlands have decreased by 23,2% Germany 2,7%, England 1,84%, Iran have increased by 19,07% in comparison with the previous year.

Tablo 32: En Çok Giriş Yapan Dört Ülkenin Karşılaştırması (2015-2017)
Table 32: The Comparison of the First Four Countries (2015-2017)

ÜLKELER	COUNTRIES	2015	2016	2017	16/15 (%)	17/16 (%)
Almanya	Germany	121.013	94.914	92.288	-21,57	-2,77
İran	Iran	17.998	23.554	28.046	30,87	19,07
İngiltere	England	34.050	23.214	22.787	-31,82	-1,84
Hollanda	Netherlands	32.186	24.391	18.722	-24,22	-23,24

Kaynak: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 20.07.2017.
Source: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 20.07.2017.

Tablo 33'te 2015-2016-2017 yılları Haziran ayı turizm hareketleri ulaşım türüne göre verilmiştir. Tabloya göre, 2017 Haziran ayında havayolu girişlerinde 2016 yılına göre %28,63 artış, denizyolu girişlerinde ise %32,03 oranında artış olduğu görülmektedir.

The tourism activities of June of 2015-2016-2017 are shown in the Table 33 according to transportation ways. In June 2017, in comparison to 2016, airway arrivals have increased by 28,63%, seaway arrivals have increased by 32,03%.

Tablo 33: 2015-2017 Yılları Haziran Ayı Hava-Deniz Yolu Turizm Hareketleri
Table 33: Airway- Seaway Tourism Activities of June of 2015-2017

	2015	%	2016	%	2017	%
Havayolu Airway	112.330	-4,87	69.301	-38,31	89.143	28,63
Denizyolu Seaway	33.638	-17,53	3.925	-88,33	5.182	32,03
Toplam Total	145.968	-8,12	73.226	-49,83	94.325	28,81

Kaynak: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 25.07.2017.
Source: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 25.07.2017.

İzmir önemli kruvaziyer destinasyonlarından birisidir. Yıllar itibariyle İzmir'e gelen kruvaziyer rakamlarına bakıldığında ise 2005 yılından sonra artışların olduğu görülmektedir. Tablo 34'e göre en yüksek sefer sayısı 286 ile 2012 yılında gerçekleşirken, 2016 yılında İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğünden alınan verilere göre hiç sefer yapılmamıştır. 2017 yılında ise toplamda ilk çeyrekte toplamda 9 sefer geliş gerçekleşmiştir. Bu bağlamda İzmir'in kruvaziyer turizmi kapsamında ciddi kayıplar yaşadığı görülmektedir.

İzmir is one of the important cruise destinations. When the number of cruises which arrived to İzmir in terms of years, it is seen that increased have experienced after 2005. According to the Table 34, the highest number of cruise travel has been in 2012 as 286 journeys and according to the data of İzmir Provincial Culture and Tourism Directorate there were no journey in 2016. In 2017, in the first quarter, 9 cruise arrivals have experienced. In this context, it is seen that İzmir have significant loses on cruise tourism

Tablo 34: İzmir'e Gelen Kruvaziyer Gemi Sefer Sayıları
Table 34: The Number of Cruises which Came to İzmir

Yıllar	Sefer Sayısı	Yıllar	Sefer Sayısı	Yıllar	Sefer Sayısı
Years	Number of Journey	Years	Number of Journey	Years	Number of Journey
2003	5	2008	128	2013	198
2004	32	2009	127	2014	136
2005	26	2010	141	2015	114
2006	94	2011	272	2016	0
2007	122	2012	286	2017	12

Kaynak: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 25.07.2017.
 Source: <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 25.07.2017.

2.3.5. Yurtiçinde İkamet Edenlere İlişkin Seyahat Verileri

2.3.5 The Travel Data of Domestic Residents

Hanehalkı Yurtiçi Turizm, I. Çeyrek: Ocak - Mart, 2017

Households Domestic Tourism, 1. Quarter January- March, 2017

Ocak, Şubat ve Mart aylarından oluşan I. çeyrekte, yurt içinde ikamet eden 10 milyon 227 bin kişi seyahate çıktı. Seyahate çıkanların bir ve daha fazla geceleme kaydı ile ülke içinde yaptıkları toplam seyahat sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %0,2 azalarak 12 milyon 662 bin seyahat olarak gerçekleşti. Bu çeyrekte seyahate çıkanlar 104 milyon 848 bin geceleme yaptı. Ortalama geceleme sayısı 8,3 gece, seyahat başına yapılan ortalama harcama ise 398 TL olmuştur.

Yerli turistlerin, yurt içinde yaptıkları seyahat harcamaları 2017 yılının I. çeyreğinde bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %20 artarak 5 milyar 43 milyon 936 bin TL olarak gerçekleştirmiştir.

Seyahat harcamaları, kişisel veya paket tur harcamaları olarak yapıldı. Bu harcamaların %95,6'sını 4 milyar 823 milyon 399 bin TL ile kişisel harcamalar, %4,4'ünü ise 220 milyon 538 bin TL ile paket tur harcamaları oluşturmuştur.

During the first quarter consisting of January, February and March, 10 millions 227 thousands of domestic residents have travelled. Total number of travels of the travelers with one or more overnight stays has decreased 0,2% compared to the same quarter of the previous year and become 12 millions 662 thousands of travels.

The travelers of this quarter have done 104 millions 848 thousands of overnight stays. Average number of overnight stays has been 8,3 stays per person while the average expenditure per traveler has been 398 TL.

The travel expenditure of domestic tourists made in Turkey has increased 20% in the 1st quarter of 2017 compared to the same quarter of the previous year and become 5 billions 43 millions and 936 thousands of Turkish Liras. The travel expenses are made through personal expenditure or package tours. 95.6% (4 billions 823 millions and 399 thousands of TL) of the domestic tourism expenditure has been related with personal and 4.4% (220 millions and 538 thousands of TL) has been related with package tours.

Tablo 35: Yurt içinde seyahate çıkan kişi, geceleme sayısı ve harcamalar, I. Çeyrek: Ocak-Mart, 2017

Table 35: Number Of Domestic Travelers, Number Of Overnight Stays And Expenses, 1St Quarter: January - March, 2017

Yıl/Year	Çeyrek/Quarter	Seyahate çıkan kişi sayısı (Bin) The Number of Travelers (+000)	Seyahat Sayısı (Bin) The Number of Travel (+000)	Geceleme Sayısı (Bin) The Number of Overnight (+000)	Ortalama Geceleme Sayısı The Number of Average Overnight	Harcama / Expenditure			
						Toplam Harcama (Bin TL) Total Expenditure (+000 TL)	Paket Tur Harcaması (Bin TL) Expenditure of Package Tour (+000 TL)	Kişisel Harcama (Bin TL) Personal Expenditure (+000 TL)	Seyahat Başına Ort. Harcama(TL) The average expenditure per travel (TL)
2016	Yıllık/Yearly	(1)	68.450	605.608	8,8	28.033.083	2.490.316	25.542.766	410
	I	10.393	12.690	98.162	7,7	4.204.011	144.716	4.059.295	331
	II	9.683	12.085	83.437	6,9	4.500.403	404.551	4.095.851	372
	III	24.014	32.987	349.223	10,6	15.360.556	1.779.938	13.580.618	466
	IV	8.467	10.688	74.786	7,0	3.968.113	161.111	3.807.002	371
2017	I	10.227	12.662	104.848	8,3	5.043.936	220.538	4.823.399	398

TÜİK verilerine göre yurt içinde ikamet eden ve yurt içi seyahat yapan vatandaşların rakamları Tablo 35' te görüldüğü üzere giderek artmaktadır. 2016 yılında 605.608 geceleme;8,8 ortalama geceleme sayısı ve 410 TL ortalama harcama gerçekleşmiştir. Önümüzdeki yıllarda tatil kültürü ve erken rezervasyonların yaygınlaşmasıyla birlikte yurt içinde seyahat eden yurtiçi seyahatçilerin artacağı düşünülmektedir.

According to the data of Turkish Statistical Institute, the numbers of citizens who reside in Turkey and travel in the country are increasing as seen in the Table 35. In 2016, 605.608 overnights, 8,8 average number of overnights and 410 TL average expenditure was realized. It is expected that in the next years, with the spreading of holiday culture and early reservations, the number of domestic travelers will increase. Incentive certificates issued by the Ministry of Finance for 2015.

Tablo 36: Yurtiçinde İkamet Edenlerden Yurtiçi Seyahat Yapanların Seyahat ve Geceleme Sayısı ile Harcamaları, 2009-2016
Table 36: Number of Domestic Travelers Who Resides in Turkey, th Number of Overnight Stays and Expenses, 2009- 2016

Yıllar Years	Seyahat sayısı (Bin) Number of Travel (Thousands)	Geceleme sayısı (Bin) Number of Overnights (Thousands)	Ortalama geceleme sayısı Average number of overnight	Seyahat harcaması (Bin TL) Travel Expenditures (Thousands TL)	Ortalama harcama (TL) Average Expenditures (TL)
2009	60 888	510 961	8,4	12 216 339	201
2010	68 373	555 145	8,1	13 843 504	202
2011	65 854	558 270	8,5	15 641 262	238
2012	64 922	556 803	8,6	16 725 035	258
2013	68 452	557 459	8,1	18 416 817	269
2014	70 894	575 871	8,1	22 601 201	319
2015	71 251	588 786	8,3	24 409 560	343
2016	68 450	605 608	8,8	28 033 083	410

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Yurt içi Turizm Araştırması / Source: TSI Research of Households Domestic Tourism

TÜİK'ten alınan bilgiler ışığında 2010 ve 2015 yılları arasında yurtdışına yapılan seyahat rakamlarının arttığı görülmektedir. 2015 yılında yurt dışına toplamda 9.256.486 kişi çeşitli amaçlara seyahat etmiştir. Tablo 37'de görüldüğü üzere 2015 yılında en çok gidilen ülkeler Gürcistan, Yunanistan, Bulgaristan, Almanya, İtalya, ABD ve Azerbaycan'dır. 1 milyon 143 bin 377 kişi ile Gürcistan'a, 898 bin 919 kişi ile Yunanistan'a, 659 bin 140 kişi ile Bulgaristan'a ve 477 bin 927 kişi ile Almanya'ya seyahat etmiştir. Türkiye ikametli yurtdışına giden vatandaşların beraberindeki (0-14 yaş grubundaki) kişi sayısı toplama dahildir. "Güney Doğu Asya ülkeleri" "Diğer ülkeler" içinde verilmiştir. TÜİK verilerine göre Türk vatandaşlarının en önemli yurtdışına çıkış nedenini "gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyet" amaçlı çıkışlar oluşturdu.

According to the information obtained from TUIK, it is observed that the foreign travel figures between 2010 and 2015 have been increasing. In 2015, 9.256.486 people have visited abroad due to various reasons. As it is seen from Table 37, the most visited countries of 2015 are Georgia, Greece, Bulgaria, Germany, Italy, the USA and Azerbaijan. 1 million, 143 thousands and 377 people have visited Georgia, 898 thousands and 919 people have visited Greece, 659 thousands and 140 people have visited Bulgaria and 477 thousands and 927 people have visited Germany. The number of people accompanying the Turkish nationals residing in Turkey and visiting foreign countries (the 0-14 age group) is included in this total. "The Southeastern Asia countries" are included within the scope of "Other Countries". According to the data stated by TUIK, the most important foreign travel reasons of Turkish nationals are "trip, entertainment, sportive and cultural activities."

Tablo 37: Gidilen Ülkelere Göre Yurt dışına Giden Vatandaşlar 2010-2016

Table 37: Turkish Citizens Visited Foreign Countries 2010-2016

Citizens Visiting Abroad by Destination Countries, 2010-2016

Ülke Country	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Toplam - Total	6 887 489	6 751 006	6 273 993	8 011 654	8 363 966	9 256 486	8 062 065
A.B.D. - USA	235 389	234 228	150 960	103 753	119 206	251 903	313 654
Almanya - Germany	549 198	425 428	383 472	315 384	493 592	477 927	531 933
Avustralya - Australia	6 681	12 366	12 594	9 066	5 985	4 983	10 619
Avusturya - Austria	74 449	75 511	72 423	51 387	75 229	59 078	81 899
Azerbaycan - Azerbaijan	335 995	394 132	437 657	365 167	235 736	212 308	212 274
Belçika - Belgium	48 549	52 959	38 170	8 279	18 673	34 735	43 672

Bulgaristan - Bulgaria	988 616	714 360	664 946	653 640	620 896	659 140	782 997
Danimarka - Denmark	6 342	7 115	6 145	4 557	7 944	1 882	14 286
Fransa - France	92 981	87 408	87 207	23 025	73 138	91 901	136 130
Gürcistan - Georgia	450 212	430 238	580 184	1 164 100	1 231 691	1 143 377	1 173 182
Hollanda - Netherlands	68 508	78 414	29 856	18 513	31 777	94 441	87 792
İngiltere - United Kingdom	95 328	59 614	66 182	24 963	22 937	53 533	51 937
İran - Iran	301 581	293 683	258 072	203 039	161 610	163 500	243 559
İspanya - Spain	24 871	39 928	21 596	31 223	32 477	74 867	110 873
İsrail - Israel	12 099	4 860	5 099	20 016	13 482	27 327	16 855
İsveç - Sweden	4 610	6 088	2 446	3 714	7 514	8 265	13 485
İsviçre - Switzerland	50 328	73 471	40 117	23 053	54 112	44 639	61 779
İtalya - Italy	138 271	191 415	247 927	232 030	196 359	271 064	215 390
Japonya - Japan	1 953	1 704	415	3 696	1 083	7 621	1 394
Kanada - Canada	14 506	9 390	15 404	17 674	13 993	18 677	34 962
Rusya Federasyonu - Russian Federation	189 827	118 563	110 359	114 966	143 448	169 302	83 375
Suriye - Syria	653 370	1 002 779	473 862	1 880	654	634	-
Tunus - Tunisia	4 066	-	1 100	533	4 637	8 472	13 143
Ukrayna - Ukraine	105 231	83 151	66 813	89 474	59 163	91 210	114 593
Yunanistan - Greece	428 721	345 653	447 908	598 936	741 037	898 919	785 905
Afrika ülkeleri African countries	161 233	99 184	114 152	141 913	157 666	95 962	151 853
Amerika ülkeleri American countries	15 265	10 108	6 258	7 058	13 378	7 832	22 004
Bağımsız Devletler Topluluğu Com. Of Independent States	95 583	118 898	158 192	137 814	217 128	145 940	123 627
Batı Asya ülkeleri West Asian countries	1 081 075	1 058 620	956 568	2 476 282	2 451 877	2 678 507	1 580 512
Diğer Avrupa ülkeleri Other European countries	163 205	162 183	235 223	400 301	345 650	620 250	287 100
Doğu Asya ülkeleri East Asian countries	33 630	13 977	23 800	6 166	14 894	31 091	26 798
Güney Asya ülkeleri South Asian countries	51 724	66 790	123 217	75 853	117 547	65 727	69 752
OECD ülkeleri(Diğer) OECD countries(other)	86 280	75 150	109 243	101 964	113 690	143 589	130 629
Diğer ülkeler-Other countries	23 811	34 009	20 912	14 995	50 323	56 043	86 972
Berberindeki kişi sayısı Accompanying persons	294 000	369 628	305 516	567 240	515 440	541 840	447 128

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, 22.07.2016 Türkiye ikametli yurt dışına giden vatandaşların beraberindeki(0-14 yaş grubundaki) kişi sayısı toplama dahildir.
Source: TurkStat Arriving Citizens Survey The number of people accompanying the Turkish nationals residing in Turkey and visiting foreign countries (the 0-14 age group) is included in this total

3.BÖLÜM: TÜRKİYE TURİZM GELİR VE GİDERLERİ CHAPTER 3: THE TOURISM REVENUES AND EXPENSES OF TURKEY

3.1. TÜRKİYE TURİZM GELİRLERİ (2013-2017) 3.1. TOURISM REVENUES OF TURKEY (2013- 2017)

2017 yılının ilk yarısına ait turizm geliri 8,78 milyar ABD Doları olarak gerçekleşmiştir. Bu gelirin 6,78 milyar ABD Doları yabancı ziyaretçilerden elde edilmiştir. Tablo 38'te görüldüğü üzere, kişi başı ortalama harcama 654 ABD Doları, ortalama geceleme sayısı 11,4'tür.

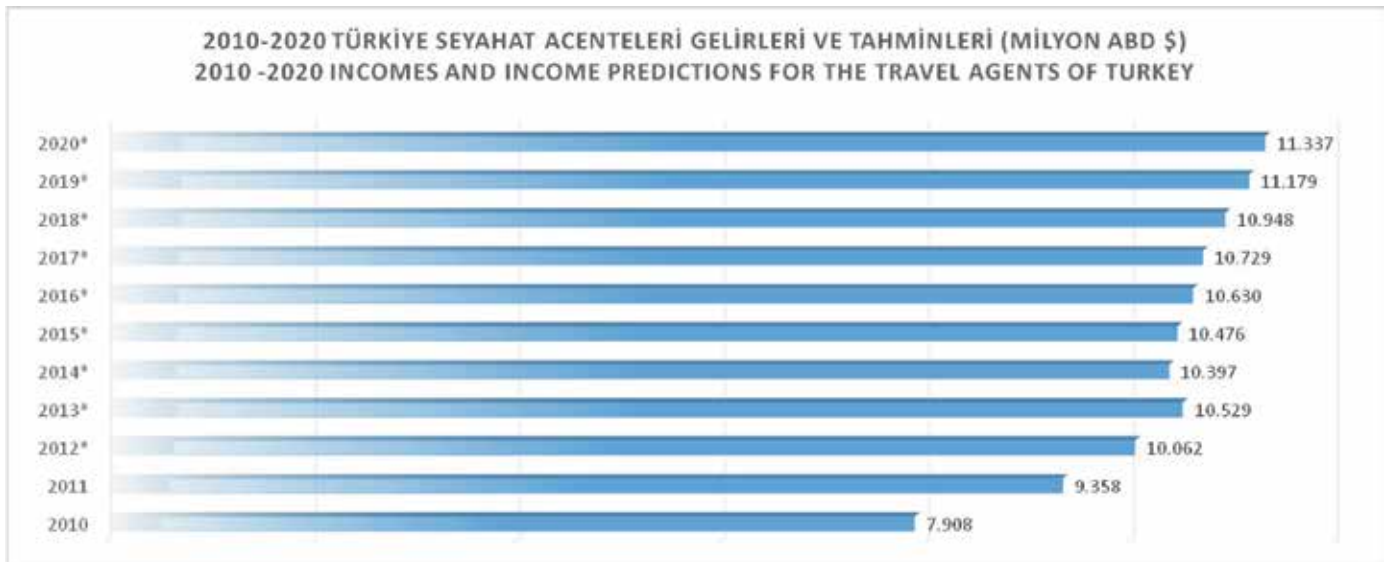
The tourism income of the first half of 2017 have been 8,78 billion US Dollars. 6,78 billion US Dollars of this income is gained from the foreign visitors. It is seen from the Table 38 that the average expenditure for per person is 654 US Dollars and average overnight is 11,4.

Tablo 38: TÜRKİYE TURİZM GELİRLERİ (Yabancı+Vatandaşlar)
Table 38: TOURISM REVENUES OF TURKEY (FOREIGNS + CITIZENS)

Yıl Year	Yıllık-Annual Çeyrek-Quarter	Toplam - Total				Yabancılar - Foreigners				Vatandaşlar - Citizens			
		Turizm geliri-Tourism income (000 \$)	Ziyaretçi sayısı Number of departing visitors	Kişi başı ortalama harcama Average expenses per capita (\$)	Ortalama geceleme sayısı Average number of overnights	Turizm geliri Tourism income (000 \$)	Yurt dışından ikamet eden yabancı ziyaretçi sayısı / The number of foreign visitor who resides in abroad	Kişi başı ortalama harcama Average expenses per capita (\$)	Ortalama geceleme sayısı Average number of overnights	Turizm geliri Tourism Income	Yurt dışından ikamet eden vatandaş ziyaretçi sayısı / The number of citizens who resides in abroad	Kişi başı ortalama harcama Average expenses per capita	Ortalama geceleme sayısı Average number of overnights
2013	Yıllık - Annual	32 308 991	39 226 226	824	10,2	25 322 291	33 827 474	749	8,6	6 760 180	5 398 752	1 252	19,7
2014	Yıllık - Annual	34 305 904	41 415 070	828	10,0	27 778 026	35 850 286	775	8,6	6 289 260	5 564 784	1 130	18,5
	I	4 807 836	5 065 759	949	11,3	3 632 382	4 140 524	877	9,9	1 137 621	925 235	1 230	17,7
	II	8 975 976	10 967 100	818	8,8	7 534 385	9 926 316	759	8,0	1 379 104	1 040 784	1 325	15,5
	III	12 854 373	17 084 013	752	9,2	10 438 971	14 664 611	712	8,0	2 328 819	2 419 402	963	15,8
	IV	7 667 719	8 298 198	924	12,4	6 172 289	7 118 835	867	9,8	1 443 716	1 179 363	1 224	27,1
2015	Yıllık - Annual	31 464 777	41 617 530	756	10,1	25 438 923	35 592 160	715	8,7	5 843 074	6 025 370	970	17,5
	I	4 868 890	5 344 575	911	10,9	3 814 817	4 314 332	884	9,8	1 024 308	1 030 243	994	15,5
	II	7 733 677	10 751 351	719	8,4	6 662 826	9 637 458	691	7,8	1 025 871	1 113 893	921	13,1
	III	12 294 189	17 408 994	706	9,7	9 893 997	14 761 540	670	8,5	2 333 483	2 647 454	881	16,4
	IV	6 568 022	8 112 611	810	12,4	5 067 284	6 878 830	737	9,9	1 459 412	1 233 781	1 183	25,8
2016	Yıllık - Annual	22 107 440	31 365 330	705	11,4	15 991 381	25 265 406	633	9,8	5 964 853	6 099 924	978	17,4
	I	4 066 384	5 107 553	796	11,9	2 880 256	4 014 546	717	10,7	1 157 915	1 093 007	1 059	16,0
	II	4 981 318	7 495 035	665	9,4	3 809 413	6 330 571	602	8,8	1 132 473	1 164 464	973	12,6
	III	8 277 009	12 063 311	686	11,1	5 887 775	9 466 509	622	9,7	2 339 500	2 596 802	901	16,3
	IV	4 782 729	6 699 430	714	13,5	3 413 938	5 453 780	626	10,7	1 334 965	1 245 650	1 072	25,7
2017	İlk Yarıyıl First Half	8 782 801	13 708 152	654	11,4	6 780 429	11 447 325	604	10,6	1 948 137	2 260 827	863	15,6
	I	3 369 753	4 844 761	696	13,1	2 404 603	3 772 293	637	12,2	943 919	1 072 468	880	16,2
	II	5 413 048	8 863 391	611	9,7	4 375 826	7 675 032	570	8,9	1 004 218	1 188 359	845	14,9

Grafik 6: Türkiye Seyahat Acenteleri Gelirleri ve Tahminleri (2010-2020)

Graphic 6: Incomes and Income Estimates for the Travel Agencies of Turkey (2010-2020)



3.2. TÜRKİYE TURİZM GİDERLERİ VE DEĞİŞİM ORANLARI (2014- 2017)

3.2. THE TOURISM EXPENSES OF TURKEY AND CHANGE RATES (2014-2017)

Tablo 39: Türkiye Turizm Giderleri ve Değişim Oranları (2014- 2017 Yılları)

Table 39: The Tourism Expenses of Turkey and Change Rates (2014-2017)

Türkiye'nin turizm gideri, 2017 yılının ilk 6 ayında 2,24 milyar ABD Doları olarak gerçekleşerek geçen yılın aynı dönemine göre %26,4 azalma göstermiştir.

Tablo 39'da turizm giderimizin aylara ve yıllara göre dağılımı aktarılmıştır.

The tourism expenditures of Turkey have decreased by 26,4% in comparison with the same period of the previous year and have been 2,24 billion US Dollars in the first 6 months of 2017.

The distribution of the tourism expenditures in terms of months and year are shown in the Table 39.

		2014	2015	2016	2017	2015/14	2016/15	2017/2016
OCAK	JANUARY	394,4	410,8	481,0	275,2	4,2	17,1	-42,8
ŞUBAT	FEBRUARY	493,4	430,7	531,4	277,4	-12,7	23,4	-47,8
MART	MARCH	478,0	441,0	525,2	303,2	-7,7	19,1	-42,3
NİSAN	APRIL	403,4	478,9	475,1	428,9	18,7	-0,8	-9,7
MAYIS	MAY	481,3	554,9	555,1	499,3	15,3	0,0	-10,1
HAZİRAN	JUNE	518,1	509,0	479,5	458,2	-1,8	-5,8	-4,4
6 AYLIK TOPLAM	6 MONTHS TOTAL	2 768,6	2 825,3	3 047,3	2 242,2	2,0	7,9	-26,4
TEMMUZ	JULY	426,4	496,7	436,8		16,5	-12,1	
AĞUSTOS	AUGUST	416,0	445,1	327,6		7,0	-26,4	
EYLÜL	SEPTEMBER	335,7	402,8	367,4		20,0	-8,8	
EKİM	OCTOBER	587,9	551,7	313,3		-6,2	-43,2	
KASIM	NOVEMBER	456,7	481,0	272,0		5,3	-43,5	
ARALIK	DECEMBER	479,1	495,7	285,4		3,5	-42,4	
12 AYLIK TOPLAM	12 MONTHS TOTAL	5 470,4	5 698,3	5 049,8		4,2	-11,4	

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, 22.07.2016 Türkiye ikametli yurt dışına giden vatandaşların beraberindeki(0-14 yaş grubundaki) kişi sayısı toplama dahildir.

Source: TurkStat Arriving Citizens Survey The number of people accompanying the Turkish nationals residing in Turkey and visiting foreign countries (the 0-14 age group) is included in this total

Tablo 40: Son 5 Yıldaki Turizm Giderleri (2012-2017)

Table 40: Tourism Expenses of Last 5 years (2012-2017)

Yıllar Years	Dönem	Period	Turizm gideri Tourism Expenses (000 \$)	Türkiye'de ikamet eden yurt dışını ziyaret eden vatandaş sayısı Citizens who live in Turkey and visit abroad	Kişi başı ortalama harc.(\$) Average spend per person (\$)	Ortalama geceleme sayısı Average number of stay
2012	Yıllık	Annual	4 593 390	5 802 950	792	12,5
2013	Yıllık	Annual	5 253 565	7 525 869	698	13,1
2014	Yıllık	Annual	5 470 481	7 982 264	685	12,9
	Ocak-Mart	January- March	1 365 770	1 728 284	790	13,6
	Nisan-Haziran	April- June	1 402 783	2 042 086	687	16,3
	Temmuz-Eylül	July- September	1 178 170	2 283 278	516	11,6
	Ekim-Aralık	October- December	1 523 759	1 928 616	790	10,2
2015	Yıllık	Annual	5 698 423	8 750 851	651	11,9
	Ocak-Mart	January- March	1 282 504	1 865 059	688	13,4
	Nisan-Haziran	April- June	1 542 832	2 462 510	627	14,8
	Temmuz-Eylül	July- September	1 344 630	2 571 810	523	10,1
	Ekim-Aralık	October- December	1 528 457	1 851 472	826	9,2

Yıl	Yıllık	Annual	5 049 793	7 891 909	640	11,0
	2016	Ocak-Mart	January- March	1 537 627	1 825 187	842
Nisan-Haziran		April- June	1 509 693	2 035 818	742	11,9
Temmuz-Eylül		July- September	1 131 773	2 234 774	506	10,4
Ekim-Aralık		October- December	870 700	1 796 130	485	10,5
2017	İlk Yarıyıl	First Half	2 242 148	4 192 142	528	10,3
	Ocak-Mart	January- March	855 786	1 897 554	451	10,6
	Nisan- Haziran	April- June	1 386 362	2 294 588	604	9,9

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist>, 22.07.2016 Türkiye ikametli yurt dışına giden vatandaşların beraberindeki(0-14 yaş grubundaki) kişi sayısı toplama dahildir.
Source: TurkStat Arriving Citizens Survey The number of people accompanying the Turkish nationals residing in Turkey and visiting foreign countries (the 0-14 age group) is included in this total

4. BÖLÜM: 2017 YILINDA TÜRKİYE'DE VERİLEN TURİZM TEŞVİKLERİ VE İLLER İTİBARIYLA TESİS SAYILARINDA SON DURUM

CHAPTER 4: THE TOURISM INCENTIVES PROVIDED IN TURKEY DURING 2017 AND THE FINAL STATUS OF NUMBER OF TOURISM FACILITIES AS OF PROVINCES

Aşağıdaki Tablo 41'de 2017 yılında Ekonomi Bakanlığı'ndan teşvik belgeli turistik yatırımların sayılarını göstermektedir.

The following table shows the number of touristic investments with incentive certificates issued by the Ministry of Finance for 2017.

Tablo 41: Türkiye'de Turizm Teşvik Belgeli Tesisler (2017)
Table 41: The Facilities of Turkey with Tourism Incentive Certificate (2017)

Şehir City	5*	4*	3*	2*	1*	Butik Otel Boutique Hotels	Tatil Köyü Holiday Village	Özel Kon. Tes Accommo- daton Facilities	Toplam Tesis Sayısı Total Nm of Facilities	Toplam Oda Total Nm of Rooms	Toplam Yatak Total Nm of Beds
Adana		1							1	78	156
Afyon		1							1	70	140
Ağrı		1							1	91	182
Adıyaman									0		
Aksaray									0		
Ankara		4	2			1			7	422	845
Antalya	5	5	4			1			15	2840	5681
Ardahan						1			1	36	72
Artvin									0		
Aydın		1							1	81	162
Balıkesir		1	2	1					4	143	286
Batman									0		
Bolu									0		
Bursa		2	3						5	450	900
Çanakkale		2	1					1	4	265	531
Çankırı			2						2	47	94
Denizli			2					1	3	152	304

Diyarbakır		3						3	247	494
Düzce			1					1	13	27
Elazığ								0		
Erzurum			1					1	69	138
Eskişehir			2					2	130	261
Gaziantep		1						1	55	110
Giresun					1			1	10	20
Gümüşhane								0		
Hatay		1						1	385	770
Iğdır			1					1	40	80
Isparta		1						1	108	216
İstanbul	6	3	2				1	12	2002	4004
İzmir	2	3	1		3			9	818	1637
K.Maraş								0		
Karabük		1	1				1	3	159	318
Karaman			1					1	39	77
Kars								0		
Kastamonu			1					1	67	134
Kayseri							1	1	63	127
Kırıkkale								0		
Kırklareli								0		
Kocaeli		1						1	88	176
Konya								0		
Kütahya								0		
Malatya								0		
Manisa		1	1					2	175	351
Mardin								0		
Mersin		1						1	60	120
Muğla	4		5		2			11	1597	3195
Muş								0		
Nevşehir								0		
Niğde								0		
Ordu		1	1					2	111	223
Osmaniye			1					1	21	42
Rize		1	1				1	3	109	219
Sakarya								0		
Samsun	1		3					4	178	359
Sivas			2				1	3	160	320
Şanlıurfa								0		
Şırnak								0		
Tekirdağ			1					1	64	128
Tokat			1					1	25	50
Trabzon	2	1	3	1	1			8	558	1177
Tunceli			1					1	20	40
Uşak								0		
Van								0		

Yalova									0		
Yozgat									0		
Zonguldak		1							1	169	338
Genel Toplam General Total	20	38	47	2	0	10	0	7	124	12215	24504

Kaynak: Resmi Gazetelerin ilgili sayıları. / Source: Related issues of the Official Gazette

5. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE EKOTURİZM: YEŞİL YILDIZLI VE MAVİ BAYRAKLI TESİSLER

CHAPTER 5: ECO-TOURISM IN TURKEY: THE FACILITIES WITH GREENSTAR AND BLUE FLAG

5.1. TÜRKİYE'DE YEŞİL YILDIZLI OTELLERDE SON DURUM 5.1. THE LATEST STATUS OF GREEN-STAR HOTELS IN TURKEY

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından "Genel Yönetim", "Çevresel Eğitimler", "Oda Düzenlemeleri", "Çevreye Uyum Sağlama", "Enerji Yönetimi", "Su Yönetimi", "Tehlikeli Kimyasal Madde Yönetimi" ve "Diğer Hizmetler" konu başlıkları çerçevesinde belirlenen 122 kriter doğrultusunda otellerin yeşil yıldız uygulamaları kontrol edilmektedir. Yine bakanlık tarafından 2008 yılından bu yana Turizm İşletme Belgesi tesislere yeşil çevre uygulamaları doğrultusunda uyum sağlayan ve ait olduğu otel grubu bazında yeterli puanı elde ederek söz konusu belgeyi almayı hak kazanan konaklama tesislerinin buldukları iller ve tesis sayılarının güncel listesi 30.06.2017 tarihi itibarıyla aşağıdaki gibidir. (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr>)

The green star practices of hotels are controlled by the Ministry of Culture and Tourism in the frame of these titles; "General Management", "Environmental Trainings", "Room Arrangements", "Accommodation to the Environment", "Energy Management", "Water Management", "Management of Hazardous Chemical Materials" and "Other Services". Also, the current list of the provinces where accommodation facilities with Tourism Operation Certificate accommodated to the green environment practices and deserved to get the aforementioned certificate by getting enough score at the related hotel group basis in accordance with specific green environment practices since 2008 and the number of these facilities which has been issued in 30.06.2017 is as below. (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr>)

Tablo 42: İller Temelinde Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisleri (Yeşil Yıldız Belgesi Tesisleri)

Table 42: Environmentally Conscious Accommodation Facilities by Provinces (Facilities with Green Star Certification)

Sıra No	İLLER PROVINCES	TESİS SAYILARI / NUMBER OF FACILITIES		
		2015	2016	(Oc.-Hzr) 2017 (Jan- Jun) 2017
1	Adana	1	3	3
2	Afyon	3	3	4
3	Ankara	9	11	20
4	Antalya	159	177	201
5	Aydın	4	5	5
6	Bolu	1	1	1
7	Bursa	2	5	6
8	Çanakkale	-	1	1
9	Denizli	2	2	2
10	Erzurum	2	2	2
11	Eskişehir	1	2	3

12	Gaziantep	3	3	4
13	Giresun	1	1	1
14	Hatay	4	4	4
15	İstanbul	45	48	56
16	İzmir	15	19	27
17	Kayseri	1	1	1
18	Kocaeli	2	2	2
19	Konya	2	3	3
20	Kütahya	1	2	1
21	Malatya	1	1	1
22	Mardin	1	1	1
23	Mersin	1	1	2
24	Muğla	24	33	37
25	Nevşehir	3	2	3
26	Ordu	4	3	3
27	Sakarya	1	1	1
28	Sinop	1	1	1
29	Şanlıurfa	3	3	3
30	Tekirdağ	-	-	1
31	Trabzon	1	1	1
32	Yalova	1	1	1
33	Zonguldak	1	1	1
TOPLAM		300	344	396

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/ErişimTarihi: 09/07/2017>. Source: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/AccessDate: 09/07/2017>.

Yukarıdaki tabloda da görüleceği üzere 2015 yılındaki Çevreye Duyarlı Konaklama Tesislerinin (Yeşil Yıldız Belgesi Tesislerin) sayısı 300 iken, bu sayı 2016 yılı Temmuz sonu itibariyle 344'e 2017'de ise Ocak Haziran itibariyle 396'ya yükselmiştir. Başka bir ifadeyle Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisleri geçen bir yıla nazaran 2017 yılında 6 altı aylık sürede yaklaşık %15'lik bir artış olmuştur.

As it can be seen from the Table 42 above, while the number of environmentfriendly facilities in 2015 (facilities with green-star certification) has been 300, this has increased up to 344 as of the end of July 2016 and in January- June period of 2017 to 396. In other words, there has been an approximately 15% increase in number of these facilities in the first six months of 2017.

5.2. TÜRKİYE VE DÜNYADAKİ MAVİ BAYRAKLI TESİS VERİLERİ

5.2. THE DATA OF BLUE FLAG FACILITIES IN TURKEY AND THE WORLD

Avrupa Topluluğu, kendi ülkelerinde yüzmeye amacı ile kullanılacak göl ve deniz suları için gerekli su kalitelerini belirleyen mikrobiyolojik parametreleri, yol gösterici ve uyulması zorunlu hükümler olarak ortaya koymuştur. Bu çalışmalar 1987 yılında Avrupa Çevre Eğitim Vakfı (FEEE) tarafından yürütülen Mavi Bayrak Kampanyası adı altında birleştirilmiş önce 11 Avrupa Topluluğu ülkesi daha sonra 22 ülkede başarı ile uygulanmıştır. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11569/mavi-bayrak.html>

Mavi Bayrak Programı Bakanlığımızın öncülüğünde 1993 yılında kurulan Türkiye Çevre Eğitim Vakfı'nın (TÜRÇEV) eşgüdümünde yürütülmektedir. 2016 yılında Uluslararası Çevre Eğitim

European Community has established the parameters which determines the necessary water quality for the lakes and sea water that can use for swimming as mandatory provisions. These workings was combined under the Blue Flag Campaign that is carried out by Foundation for Environmental education in Europe (FEEE) and firstly implemented by the 11 European Community countries and then in 22 countries successfully.

The Blue Flag Program is executed at the helm of the Ministry of Culture and Tourism in cooperation with the Environmental Education Foundation of Turkey (TURCEV) which has been established in 1993. As a result of the evaluations by the

Vakfı'nca yapılan değerlendirmeler sonucunda **ülkemiz 50 ülke içinde plaj sıralamasında 454 plaj ile 3. sırada yer aldı.** Birinci sırada ise 578 plaj ile İspanya bulunuyor. Ayrıca, ülkemizde 22 marina ve 13 yatın da Mavi Bayrak ile ödüllendirilmesi uygun görülmüştür. Kıyıların korunması, çevre bilincinin gelişmesinde ve turizm pazarlanmasında Mavi Bayrak Projesinin önemli bir yeri bulunmaktadır. Esasen bir çevre ödülü olmakla birlikte, uluslararası standart özelliği taşıması ve uygulama alanının kıyıları olması nedeni ile turizm sektörü açısından büyük bir öneme sahiptir. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,50827/uluslararası-mavi-bayrak-istatistikleri.html>

As of 2015, Turkey takes the second place with 436 blue-flag facilities after Spain. The statistics of the blue-flag facilities and marinas in Turkey and the World are shown in the following Tables 35 and 36 and Figures 14 and 15. Environmental Education Foundation in 2016, our country takes the 2nd place with 444 beaches among 50 countries. Spain is in the first place with 588 beaches. Furthermore, it has been considered appropriate to award 21 marinas and 12 yachts of our country with Blue Flag. The Blue Flag Project has an important place in protecting environment, improving environmental consciousness and tourism marketing. It is actually an award for environment and it is extremely important for tourism sector as it has become an international standard and its field of application is coastlines. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11569/mavi-bayrak.html>



Kaynak: <http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx#02/07/2017>. Source: <http://www.mavibayrak.org.tr/tr/Default.aspx#02/07/2017>.

Türkiye, 2016 yılı itibariyle 444 mavi bayraklı tesislere sahipken 2017 yılı Temmuz ayı itibariyle mavi bayraklı tesis sayısı, dünyada da İspanya ve Yunanistan'ın ardından üçüncü sıradadır. Aşağıdaki tablolar ve şekiller Türkiye ve dünyadaki mavi bayraklı tesis ve marinaların istatistiklerini göstermektedir.

While, Turkey had 444 Blue Flag facilities in 2017, it is in the third place after Spain and Greece with 444 blue flag facilities as of July 2017. The following tables and figures show the statistics of the blue flag facilities and marinas of Turkey and the world.

Grafik 7: 2017 Yılı Uluslararası Mavi Bayrak Sayıları (Plajlar)
Graphic 7: The Number of International Blue-Flag of 2017 (Beaches)



Tablo 43: Türkiye ve Dünyadaki Mavi Bayraklı Tesis İstatistikleri
Table 43: The Statistics of Blue-Flag Facilities in Turkey and the World

2017 Yılı Uluslararası Plaj Sayıları The Number of International Beach inn 2017		
1. İspanya	1. Spain	578
2. Yunanistan	2. Greece	486
3. Türkiye	3. Turkey	454
4. Fransa	4. France	390
5. İtalya	5. Italy	342
6. Portekiz	6. Portugal	320
7. Danimarka	7. Denmark	227
8. Hırvatistan	8. Croatia	101
9. İrlanda	9. Ireland	81
10. İngiltere	10. England	68
Diğer 40 ülke toplam	Total of other 40 countries	527
Genel Toplam	General Total	3574

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,50827/uluslararasi-mavi-bayrak-istatistikleri.html>
Source: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,50827/uluslararasi-mavi-bayrak-istatistikleri.html>

Tablo 44: Son 10 yıldaki Mavi Bayrak Sayısı Bakımından Dünya Sıralamasındaki Yerimiz
Table 44: Our Place in the World with Regards to the Number of Blue Flag Facilities in the Last 10 Years

YILLAR / YEARS	MAVİ BAYRAK	BLUE FLAG	TOPLAM/ TOTAL	ULUSLARARASI SIRALAMA (TR) / INTERNATIONAL RANKING (TR)
2008	PLAJ	BEACH	258	3
	MARİNA	MARINA	13	11
	YAT	YACHT	4	
2009	PLAJ	BEACH	286	4
	MARİNA	MARINA	14	11
	YAT	YACHT	6	
2010	PLAJ	BEACH	314	4
	MARİNA	MARINA	14	9
	YAT	YACHT	9	
2011	PLAJ	BEACH	324	4
	MARİNA	MARINA	17	9
	YAT	YACHT	12	
2012	PLAJ	BEACH	355	4
	MARİNA	MARINA	19	8
	YAT	YACHT	13	
2013	PLAJ	BEACH	383	3
	MARİNA	MARINA	21	7
	YAT	YACHT	13	
2014	PLAJ	BEACH	397	3
	MARİNA	MARINA	22	7
	YAT	YACHT	12	
2015	PLAJ	BEACH	436	2
	MARİNA	MARINA	22	7
	YAT	YACHT	14	

2016	PLAJ	BEACH	444	2
	MARİNA	MARINA	21	7
	YAT	YACHT	12	
2017	PLAJ	BEACH	454	3
	MARİNA	MARINA	22	7
	YAT	YACHT	13	

Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11569/mavi-bayrak.html>
Source: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11569/mavi-bayrak.html>

Mavi Bayrak, tatil programı yapanların ve tur operatörlerinin aradığı, dünya çapında halk nezdinde en çok tanınan ve bilinen eko-etikettir. Bu özelliği ile ülkemizin turizm sektöründe ve uluslararası turizm pazarında ayrı bir yeri vardır. Bayrak sayısının çok olması, aynı zamanda plajlarımızın mikrobiyolojik açıdan temiz ve çevre yönetimi yönünden duyarlı olduğunun bir belgesidir. http://www.mavibayrak.org.tr/tr/haberDetay.aspx?haber_refno=183

Blue Flag is the most acknowledged and recognized eco-label all over the world by the people who organize a holiday and by tour operators. With this speciality, it has a special place in our country's tourism sector and international tourism market. The large number of flag is also an indicator that our beaches are clean in terms of microbiological and sensitive in terms of environmental management. http://www.mavibayrak.org.tr/tr/haberDetay.aspx?haber_refno=183

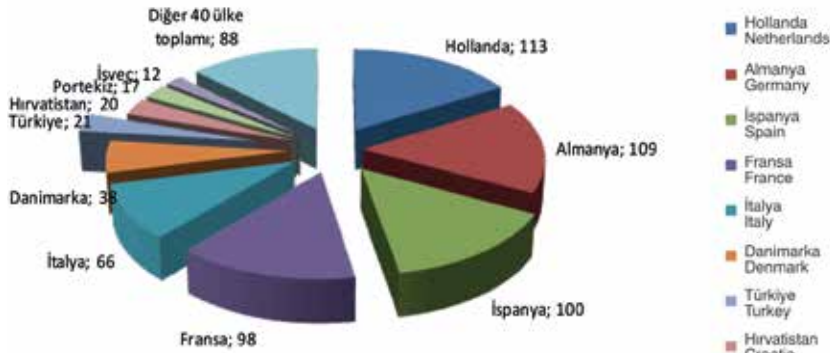
Grafik 8: Yıllara Göre Mavi Bayrak Sayıları
Graph 8: The Number of Blue Flag According to Years



	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
PLAJ	6	5	15	25	45	64	78	99	127	140	151	174	192	235	258	286	314	324	355	383	397	436	444	454	
MARİNA	9	9	8	6	10	11	12	11	12	11	12	12	14	14	13	14	14	17	19	21	22	22	21	22	
YATLAR																4	6	9	12	13	13	12	14	12	13

<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11585/ulkemizde-yillara-gore-mavi-bayrak-sayilari.html>

Grafik 9: 2016 Yılı Uluslararası Marina Sayıları
Graphic 9: The Number of International Marinas in 2016



Kaynak: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,50827/uluslararasi-mavi-bayrak-istatistikleri.html> erişim Tarihi 27.01.2016
Source: <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,50827/uluslararasi-mavi-bayrak-istatistikleri.html> erişim Tarihi 27.01.2016

6. BÖLÜM: DÜNYADA VE AVRUPA'DA KONGRE TURİZMİNİN GELİŞİMİ

CHAPTER 6: DEVELOPMENT OF CONGRESS TOURISM IN THE WORLD AND EUROPE

Özellikle ekonomik katkısı, lobi gücü ve uluslararası arenada tanıtım yönleri değerlendirildiğinde bugün için birçok ülkenin geliştirmek istediği ve genellikle uzun vadede geri dönüşlerin alındığı kongre turizmi krizler haricinde dünya genelinde büyüme göstermeye devam etmektedir. En son yayımlanan ICCA 2016 raporuna göre dünyada kongre turizminde en fazla talep gören ilk 10 ülke sırasıyla; Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, İngiltere, Fransa, İspanya, İtalya, Çin Halk Cumhuriyeti ve Japonya, Hollanda ve Kanada'dır. Türkiye 103 toplantı ile 37.sırada yer almıştır. 2016 yılı itibarıyla dünyada ilk 10 ülkenin ev sahipliği yaptıkları kongre sayısına göre sıralamaları şu şekildedir;

Especially when the economic contribution, lobbying power and promotional aspects in international arena are evaluated, the congress tourism which many countries want to develop today and generally getting comebacks in long terms, is going on its growth, except crises, in all around the world.

Tablo 45: Dünyada Kongre Turizmde En Fazla Talep Gören İlk 10 Ülke (Evsahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table 45: The First 20 Country in World Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Ülke	Country	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	ABD	USA	934
2	Almanya	Germany	689
3	İngiltere	England	582
4	Fransa	France	545
5	İspanya	Spain	533
6	İtalya	Italy	468
7	Çin Halk Cumhuriyeti	People's Replibc of China	410
8	Japonya	Japan	410
9	Hollanda	Netherlands	368
10	Kanada	Canada	287

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.5. / Source : ICCA 2016 Report, s.5.

Tablo 46: Küresel Kongre Turizmde En Fazla Talep Gören İlk 10 Şehir (Evsahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table46: The First 20 Cities in Global Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Şehir	City	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	Paris	Paris	196
2	Viyana	Vienna	186
3	Barselona	Barcelona	181
4	Berlin	Berlin	176
5	Londra	London	153
6	Singapur	Singapore	151
7	Amsterdam	Amsterdam	144
8	Madrid	Madrid	144
9	Lizbon	Lisbon	138
10	Seul	Seoul	137

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.8. / Source : ICCA 2016 Report, s.8.

Şehirler sıralamasında İstanbul 62 toplantı ile 39.sırada, Antalya 13 toplantı ile 203.sırada, İzmir 12 toplantı ile 216.sırada ve Ankara 5 toplantı ile 392.sırada yer almıştır (ICCA 2016 raporu, s.8-17).

In the ranking of cities, İstanbul is in the 39th place with 2 meetings, Antalya is in the 203rd place with 13 meetings and Ankara is in the 392nd place with 5 meetings. (ICCA 2016 report, s.8-17).

Tablo 47: Kongre Turizminde İlk 10 Avrupa Ülkesi (Evsahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table 47: The First 20 European Countries in Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Ülke	Country	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	Almanya	Germany	689
2	İngiltere	England	582
3	Fransa	France	545
4	İspanya	Spain	533
5	İtalya	Italy	468
6	Hollanda	Netherlands	368
7	Portekiz	Portugal	287
8	Avusturya	Austria	268
9	İsveç	Sweeden	260
10	Polonya	Poland	195

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.19. / Source:ICCA 2016 Report, s.19

Türkiye bu sıralamada 103 toplantı ile 20.sırada yer almıştır.

Turkey is in the 20th place with 103 meeting in this ranking.

Tablo 48: Kongre Turizminde İlk 10 Avrupa Şehirleri (Ev sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table 48: The First 10 European Cities in Congress tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Şehir	City	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	Paris	Paris	196
2	Viyana	Vienna	186
3	Barselona	Barcelona	181
4	Berlin	Berlin	176
5	Londra	London	153
6	Amsterdam	Amsterdam	144
7	Madrid	Madrid	144
8	Lizbon	Lisbon	138
9	Prag	Prague	126
10	Dublin	Dublin	118

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.20.

Ülkemizden İstanbul 62 toplantı ile bu sıralamada 23.sırada, Antalya 13 toplantı ile 109.sırada, İzmir 12 toplantı ile 116.sırada ve Ankara 5 toplantı ile 201.sırada yer almıştır (ICCA 2016 Raporu, s. 20-25).

İstanbul is in the 23rd place with 62 meeting, Antalya 109th place with 13 meetings, İzmir 116th place with 12 meeting and Ankara 201st place with 5 meetings. (ICCA 2016 Report, s. 20-25).

Tablo 49: Kongre Turizminde Asya Pasifik ve Orta Doğu'da İlk 10 Ülke (Ev sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)

Table 49: The first 10 Asia- Pacific and Middle East Countries in Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Ülke	Country	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	Çin Halk Cumhuriyeti	People's Republic of China	410
2	Japonya	Japan	410
3	G.Kore	South Korea	267
4	Avustralya	Australia	211
5	Tayland	Thailand	174
6	Singapur	Singapore	151
7	Hindistan	India	143
8	Tayvan	Taiwan	141
9	Malezya	Malaysia	115
10	Hong Kong (PRC)	Hong Kong (PRC)	99

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.26.

Tablo 50: Kongre Turizminde Asya Pasifik ve Orta Doğu'da İlk 10 Şehir (Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table 50: The first 10 Asia- Pacific and Middle East Cities in Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Şehir	City	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	Singapur	Singapore	151
2	Seul	Seoul	137
3	Bangkok	Bangkok	121
4	Pekin	Beijing	113
5	Hong Kong	Hong Kong	99
6	Tokyo	Tokio	95
7	Tayvan	Taiwan	83
8	Şangay	Shanghai	79
9	Kuala Lumpur	Kuala Lumpur	68
10	Sidney	Sydney	61

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.27. / Source: ICCA 2016 Report, s.27.

Tablo 51: Kongre Turizminde Latin ve Kuzey Amerika'da İlk 10 Ülke (Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table 51: The first 10 Latin and North America Countries in Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Ülke	Country	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	ABD	USA	934
2	Kanada	Canada	287
3	Brezilya	Brasil	244
4	Arjantin	Argentina	188
5	Meksika	Mexica	182
6	Kolombiya	Colombia	147
7	Şili	Chile	104
8	Peru	Peru	98
9	Uruguay	Uruguay	69
10	Panama	Panama	45

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.30. / Source: ICCA 2016 Report, s.30

Tablo 52: Kongre Turizminde Afrika'da İlk 10 Ülke (Evsahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table 52: The first 10 African Countries in Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Ülke	Country	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	Güney Afrika	South Africa	125
2	Fas	Morocco	37
3	Mısır	Egypt	18
4	Kenya	Kenya	18
5	Ruanda	Rwanda	18
6	Gana	Ghana	13
7	Etiyopya	Ethiopia	12
8	Nijerya	Nigeria	11
9	Tanzanya	Tanzania	10
10	Uganda	Uganda	10

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.34 / Source: ICCA 2016 Report, s.34

Tablo 53: Kongre Turizminde Afrika'da İlk 10 Şehir (Evsahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Açısından)
Table 53: The first 10 African Cities in Congress Tourism (According to the Number of Meetings Hosted)

Sıralama Ranking	Şehir	City	Ev Sahipliği Yapılan Toplantı Sayısı Number of Meetings Hosted
1	Cape Town	Cape Town	62
2	Marakeş	Marrakech	19
3	Kigali	Kigali	18
4	Durban	Durban	16
5	Yohanesburg	Johannesburg	14
6	Nairobi	Nairobi	13
7	Adisababa	Adisababa	12
8	Stellenbosch	Stellenbosch	12
9	Akra	Akra	11
10	Kahire	Cairo	10

Kaynak: ICCA 2016 Raporu, s.35. / Source: ICCA 2016 Report, s.35.

7. BÖLÜM: KRUVAZİYER VE HAVAYOLU TURİZM VERİLERİ CHAPTER 7.DATA OF CRUISE AND AIRLINE TOURISM

7.1. DÜNYADA VE AVRUPA'DA KRUVAZİYER TURİZMİ 7.1. CRUISE TOURISM IN THE WORLD AND IN EUROPE

2016 yılı itibariyle küresel kruvaziyer seyahatlerine katılan kişi sayısı 24.2 milyon yolcu olmuştur. Bu sayı 2015 yılında 23.2 milyon yolcu olarak (Sadece 12 milyonu Kuzey Amerika'dan olmak üzere) gerçekleşmiştir. 2016 yılındaki yolcu sayısındaki artış 2015 yılına göre % 4 civarındadır. 2016 yılı itibariyle kruvaziyer seyahatlerinin küresel dağılımı şu şekildedir (<http://www.f-cca.com/downloads/2017-Cruise-Industry-Overview-Cruise-Line-Statistics.pdf>;Erişimtarihi: 14.06.2017);

By 2016, there has been 24.20 million passengers who attended the cruise tourism. This number was 23.2 in 2015 (12 million of it was from North America). Increase in the number of passengers in 2016 is nearly 4%. Distribiton of cruise travels by 2016 is as following; (<http://www.f-cca.com/downloads/2017-Cruise-Industry-Overview-Cruise-Line-Statistics.pdf>;AccessDate: 14.06.2017);

Tablo 54: Bölgeler İtibariyle Kruvaziyer Turizm Dağılımı
Table 54: Distribution of Cruise Tourism in Terms of Regions

Bölgeler	Regions	2016 Dağılımı
Karayipler / Bahamalar	Carribeans/ Bahamas	% 33.7
Akdeniz	Mediterranean	% 18.7
Avrupa (Akdeniz Hariç)	Europe /except Mediterranean	% 11.7
Asya	Asia	% 9.2
Avustralya / Yeni Zellanda/ Güney Pasifik	Australia/ New Zeland/ South Pacific	% 6.1
Alaska	Alaska	% 4.1
Güney Amerika	South America	% 2.7
Diğer Pazarlar	Other Markets	% 13.8

Kaynak: <http://www.f-cca.com/downloads/2017-Cruise-Industry-Overview-Cruise-Line-Statistics.pdf>; Erişim tarihi: 14.06.2017
 Source: <http://www.f-cca.com/downloads/2017-Cruise-Industry-Overview-Cruise-Line-Statistics.pdf>; Access Date: 14.06.2017

Küresel kruvaziyer endüstrisinin % 95'inden fazlasını temsil eden CLIA'nın 2017 raporuna göre 2017 yılında dünyada kruvaziyer seyahatine katılacakların sayısının 25.8 milyon yolcu olması beklenmektedir. Artan talebi karşılamak üzere Aralık 2016 dönemi itibariyle siparişi verilen yeni gemi sayısı ise 26'dır. 2017-2026 dönemi için siparişi verilen yeni gemi dağılımları şu şekildedir;

According to the 2017 report of the Cruise Lines International Association (CLIA) which represents more than 95% of global cruise industry, it is estimated that the number of people to participate in cruise tourism in 2017 is 25.8 millions. In order to meet increased demand, the number of ordered cruise liners in December 2016 is 26. Distribution of ordered cruise liners for 2017-2026 period is as following;

Tablo 55: Yeni Sipariş Edilen Gemilerin Yıllara Göre Dağılımı
Table 55: New Ordered Ship Liners According to the Years

Yıl Years	Okyanus Ocean	Nehir River	Sipariş Sayısı Number of Order
2017	13	13	26
2018	15	2	17
2019	20	2	22
2020-2026	32	0	32
Toplam/Total	80	17	97

Kaynak: <http://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=4>. Erişim tarihi: 14.06.2017.
 Source: <http://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=4>. Access Date: 14.06.2017.

2017 yılında siparişi verilen gemilerin yatırım miktarı 6.8 milyar Amerikan Dolarından fazladır. 2005-2015 yılları arasında kruvaziyer turizmine olan talep % 62 oranında artış göstermiştir. CLIA üyesi şirketlerin nehirde seyahat eden 184 gemisi bulunmakta, 2017 yılında ise % 7'lik artışa olanak sağlayacak şekilde 13 yeni gemi siparişi verilmiştir (<http://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=4>. Erişim tarihi: 14.06.2017).

Investment quantity of the new ordered cruise liners is more than 6.8 billion American Dollars. Between 2005 and 2015, demand of cruise tourism increased by 62%. There are 184 cruise liners of CLIA member companies which travel in the lakes and for the 2017 in order to meet the 7% increase 13 cruise liners were ordered. (<http://www.cruising.org/docs/default-source/research/clia-2017-state-of-the-industry.pdf?sfvrsn=4>. Access Date: 14.06.2017).

Kruvaziyer turizmi tatil turizmi kategorisinde en fazla büyüyen endüstridir. 1980 yılından bu yana yıllık ortalama % 7'lik büyüme göstermektedir. 2005 - 2015 yılları arasında talep % 62 artış göstermiştir. CLIA'nın 2017 kruvaziyer seyahat raporuna göre özetle (<http://www.f-cca.com/downloads/2017-Cruise-Industry-Overview-Cruise-Line-Statistics.pdf>; Erişim tarihi: 14.06.2017);

Cruise tourism is the most developed industry in the category of holiday tourism. Since 1980, its annual average growth rate has been 7%. Demand has increased by 62% between 2005-2015. In brief, according to the 2017 cruise travel report of CLIA; <http://www.f-cca.com/downloads/2017-Cruise-Industry-Overview-Cruise-Line-Statistics.pdf>; Access Date: 14.06.2017);

*Kruvaziyer seyahatlerine katılanların % 92'si bir sonraki seyahatlerinde de büyük bir ihtimalle/kesin olarak tekrar kruvaziyer seyahatlerini tercih edeceklerini belirtmektedir.

*Kruvaziyer seyahatleri özellikle çocukları 18 yaşın altında olan ailelerce tercih edilmekte ve çocukların kruvaziyer seyahat kararlarında önemli etkileri olmaktadır.

*X ve Y kuşağındakiler kruvaziyer seyahatleri karada yapılan tatillere, her şey dahil tesislere, turlara oranla daha fazla beğenmektedirler.

** 92% of the attendants of cruise travels are indicating that they will likely/certainly prefer cruise travels in their next travel*

** Cruise travels are mostly preferred by the families who has children under the age of 18 and children have big effects on cruise travel decisions*

** X and Y generations like cruise travels more than holiday in the lands, all inclusive hotels and tours.*

7.2. ÜLKEMİZDE KRUVAZİYER TURİZMİ 7.2. CRUISE TOURISM IN OUR COUNTRY

Ülke olarak 3 tarafımızın denizlerle çevrili olmasına, her geçen yıl artan liman sayısı ve kapasitelerine, ılıman iklimimize ve kruvaziyer pazarında halen keşfedilmemiş destinasyon konumunda olmamıza rağmen, yaşanan bir takım sıkıntılar nedeniyle 2016 ve 2017 yılları açısından kruvaziyer turizmde nitelik ve nicelik olarak önemli düzeyde kayıplar yaşanmaktadır. 2017 yılı ilk 5 ay toplamı itibariyle ülkemize gelen kruvaziyer gemi ve yolcu sayısı şu şekilde verilebilir;

In spite of 3 sides of our country surrounded by seas, the number and capacity of ports increasing every year, mild climate and still unexplored destination for cruise market, as a result of some problems, in terms of 2016 and 2017 there are significant loses in terms of quality an quantity. The number of cruise liners and passenger visited our cuntry in the first 5 months of 2017 can be given as follows;

Tablo 56: Liman Başkanlıkları Bazında Kruvaziyer Gemi ve Yolcu İstatistikleri (2017 İlk 5 Ay Toplamı)
Table 56: Statistics Of Cruise Liners And Passenger In Terms Of Port Authorities (Total Of First Moths Of 2017)

LİMAN BAŞKANLIĞI PORT AUTHORITY	KRUVAZİYER GEMİ CRUISE SHIP		DİĞER GEMİ www OTHER SHIPS	TOPLAM www TOTAL	KRUVAZİYER YOLCU www CRUISE PASSENGER			TOPLAM TOTAL
	KRUVAZİYER TİPİ YOLCU GEMİSİ CRUISE TYPE OF PASSENGER SHIP	YOLCU GEMİSİ PASSENGER SHIP			GELEN YOLCU www ARRIVING PASSENGERS	GİDEN YOLCU DEPARTING PASSENGERS	TRANSİT YOLCU TRANSIT PASSENGERS	
ALANYA	11	0	0	11	4	0	13712	13716
ANTALYA	9	0	0	9	17836	18056	2555	38447
BODRUM	7	0	0	7	8	0	7284	7292
ÇANAKKALE	2	0	0	2	0	0	556	556
ÇEŞME	8	0	0	8	196	512	1652	2360
GÖCEK	2	0	0	2	0	0	226	226
İZMİR	12	0	0	12	691	464	3180	4335
KUŞADASI	70	0	0	70	2257	3325	48205	53787
MARMARİS	12	0	0	12	18	3	17869	17890
TOPLAM	133	0	0	133	21010	22360	95239	138609

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü-Planlama ve İstatistik Dairesi Başkanlığı Websitesinden 2017 Yılı İlk 5 Ay Toplamı Olarak Derlenmiştir.
Compiled from website of General Directorate of Sea Trade- the Head Department of Planning and Statistics: Access date as total of the first 5 months of 2017

Ayrıca 2017 yılı ilk 6 ay itibariyle acente istatistikleri ise şu şekildedir;

Agency statistics for the first 6 months of 2017 are as follows;

Tablo 57: Acente İstatistikleri (2017 İlk 6 Ay)
Table 57: Agency Statistics (the first 6 months of 2017)

Yetki Belgesi Talebinde Bulunan Acente Sayısı The Number of Agencies Applied for License	1025
Yetkilendirilen Acente Sayısı Number of Licensed Agencies	917
İşlemi Devam Eden Acente Sayısı Number of Agencies in Process	45
Belgesi Askıya Alınan Acente Sayısı Number of Suspended Agencies	150
Yetki Belgesi İptal Edilen Acente Sayısı Number of Cancelled Agencies	63
Yetkilendirilen Acente Şubesi Sayısı Number of Branches of the Licensed Agencies	268
Yetkilendirilen Acente Personeli Sayısı Number of Personnel of the Licensed Agencies	2988

Deniz Ticareti Genel Müdürlüğü-Planlama ve İstatistik Dairesi Başkanlığı 23.06.2017 tarihli acenta istatistikleri
General Directorate of Sea Trade- the Head Department of Planning and Statistics 23.06.2017 agency statistics

8. BÖLÜM: TÜRKİYE GENELİ HAVALİMANLARI UÇAK, YOLCU VE YÜK TRAFİĞİ İSTATİSTİKLERİ

CHAPTER 8: THE FLIGHT, PASSENGER AND CARGO TRAFFIC STATISTICS OF THE AIRFIELDS OF TURKEY

Tablo 58: Tüm Uçak Trafiği

Table 58: All Flights Traffic

Havalimanları Airports	2016 YILI HAZİRAN SONU END OF JUNE 2016			2017 YILI HAZİRAN SONU (Kesin Olmayan) END OF JUNE 2017 (Indefinite)			2017/2016 (%)		
	İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights		İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights	Toplam Total	İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights	Toplam Total
İstanbul Atatürk	69.381	160.795	230.176	67.023	150.014	217.037	-3	-7	-6
İstanbul Sabiha Gökç. (*)	71.534	41.969	113.503	66.508	38.003	104.511	-7	-9	-8
Ankara Esenboğa	43.746	7.715	51.461	44.840	8.167	53.007	3	6	3
İzmir Adnan Menderes	33.728	6.965	40.693	34.895	6.537	41.432	3	-6	2
Antalya	24.077	27.012	51.089	24.085	36.833	60.918	0,03	36	19
Gazipaşa Alanya (*)	1.697	954	2.651	1.796	748	2.544	6	-22	-4
Muğla Dalaman	5.686	3.874	9.560	5.508	4.570	10.078	-3	18	5
Muğla Milas-Bodrum	8.102	2.512	10.614	7.758	2.361	10.119	-4	-6	-5
Adana	19.957	4.139	24.096	19.254	3.264	22.518	-4	-21	-7
Trabzon	11.076	974	12.050	11.845	1.071	12.916	7	10	7
Erzurum	4.241	85	4.326	4.449	99	4.548	5	16	5
Gaziantep	7.764	787	8.551	7.949	865	8.814	2	10	3
Adıyaman	876	24	900	891	10	901	2	-58	0,1
Ağrı Ahmed-i Hani	905	3	908	1.049	2	1.051	16	-33	16
Amasya Merzifon	478	26	504	741	39	780	55	50	55
Aydın Çıldır (*)	9.094		9.094	10.477		10.477	15		15
Balıkesir Koca Seyit	9.800	61	9.861	10.348	45	10.393	6	-26	5

Balıkesir Merkez	66		66	42		42	-36		-36
Batman	1.556	10	1.566	1.582	18	1.600	2	80	2
Bingöl	659	11	670	678	6	684	3	-45	2
Bursa Yenişehir	3.591	192	3.783	3.371	206	3.577	-6	7	-5
Çanakkale	2.830	20	2.850	2.354	27	2.381	-17	35	-16
Çanakkale Gökçeada	82		82	104		104	27		27
Denizli Çardak	3.061	32	3.093	3.117	267	3.384	2	734	9
Diyarbakır	6.666	190	6.856	6.109	284	6.393	-8	49	-7
Elazığ	3.395	71	3.466	3.393	64	3.457	-0,1	-10	-0,3
Erzincan	1.431	18	1.449	1.467	8	1.475	3	-56	2
Eskişehir Hasan Polatkan(*)	2.963	170	3.133	2.069	219	2.288	-30	29	-27
Hakkari Yüksekova S.E.				529		529			
Hatay	3.500	1.087	4.587	3.360	1.090	4.450	-4	0,3	-3
Iğdır Şehit Bülent Aydın	741	2	743	720		720	-3	-100	-3
Isparta Süleyman Demirel	10.416	549	10.965	11.939	235	12.174	15	-57	11
Kahramanmaraş	1.218		1.218	1.206	19	1.225	-1		0,6
Kars Harakani	1.953	6	1.959	1.954		1.954	0,1	-100	-0,3
Kastamonu	504	4	508	329	9	338	-35	125	-33
Kayseri	6.729	589	7.318	6.453	712	7.165	-4	21	-2
Kocaeli Cengiz Topel	672	15	687	597	8	605	-11	-47	-12
Konya	4.093	422	4.515	4.035	319	4.354	-1	-24	-4
Malatya	3.446	36	3.482	3.504	45	3.549	2	25	2
Mardin	2.922	20	2.942	1.964	11	1.975	-33	-45	-33
Muş	1.240	1	1.241	1.284		1.284	4		3
Kapadokya	2.392	19	2.411	1.570	14	1.584	-34	-26	-34
Ordu-Giresun	2.802	16	2.818	3.733	205	3.938	33	1.181	40
Samsun Çarşamba	9.467	369	9.836	7.720	325	8.045	-18	-12	-18
Siirt	764		764	352		352	-54		-54
Sinop	468	4	472	414	3	417	-12	-25	-12
Sivas Nuri Demirağ	2.016	46	2.062	1.914	36	1.950	-5	-22	-5
Şanlıurfa Gap	2.816	104	2.920	2.866	96	2.962	2	-8	1
Şırnak Şerafettin Elçi	1.304	1	1.305	1.066		1.066	-18	-100	-18
Tekirdağ Çorlu	12.773	639	13.412	16.692	205	16.897	31	-68	26
Tokat	523		523	299		299	-43		-43
Uşak	655		655	584	5	589	-11		-10
Van Ferit Melen	5.686	134	5.820	5.993	42	6.035	5	-69	4
Zafer(*)	385	73	458	374	61	435	-3	-16	-5
Zonguldak Çaycuma(*)	150	93	243	130	72	202	-13	-23	-17
DHMİ TOPLAMI TOTAL OF STATE AIRPORTS AUTHORITY	342.254	219.579	561.833	343.929	218.136	562.065	0,5	-0,7	0,04
DHMİ TOPLAMI TOTAL OF STATE AIRPORTS AUTHORITY	342.254	219.579	561.833	343.929	218.136	562.065	0,5	-0,7	0,04
TÜRKİYE GENELİ TURKEY GENERAL	428.077	262.838	690.915	425.283	257.239	682.522	-0,7	-2,1	-1,2
OVERFLIGHT			172.881			188.331	8,9		

TÜRKİYE GENELİ OVERFLIGHT DAHİL TURKEY GENERAL INCLUDING OVERFLIGHTS			863.796			870.853			0,8
---	--	--	---------	--	--	---------	--	--	-----

(*) İşaretli havalimanlarından Zonguldak Çaycuma, Gazipaşa Alanya, Zafer ve Aydın Çıldır Havalimanları DHMİ denetimli özel şirket tarafından işletilmektedir. İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı Savunma Sanayi Müsteşarlığı denetiminde özel şirket tarafından, Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı, Eskişehir Anadolu Üniversitesi SHYO tarafından işletilmekte olduğundan DHMİ toplamında hariç tutulmuştur. Zonguldak, Çaycuma, Gazipaşa Alanya, Zafer and Aydın Çıldır Airports from the (*) marked ones are operated by a private company supervised by the General Directorate of State Airports Operations. İstanbul Sabiha Gökçen Airport is operated by a private company under supervision of the Undersecretariat of the Defense Industry and Eskişehir Hasan Polatkan Airport is operated by the Civil Aviation College of Eskişehir Anatolia University so these airports are excluded from the total of the General Directorate of State Airports Operations.

Tablo 59: Yolcu Trafiği (Gelen-Giden)
Table 59: Passenger Traffic (Incoming-Departin)

Havalimanları Airports	2016 YILI HAZİRAN SONU END OF JUNE 2016			2017 YILI HAZİRAN SONU (Kesin Olmayan) END OF JUNE 2017 (Indefinite)			2017/2016 (%)		
	İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights		İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights	Toplam Total	İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights	Toplam Total
İstanbul Atatürk	9.398.070	19.819.256	29.217.326	9.001.197	19.683.909	28.685.106	-4	-1	-2
İstanbul Sabiha Gökçen(*)	9.691.654	4.471.557	14.163.211	9.758.800	4.640.687	14.399.487	1	4	2
Ankara Esenboğa	5.512.554	667.083	6.179.637	5.905.994	835.257	6.741.251	7	25	9
İzmir Adnan Menderes	4.899.258	809.591	5.708.849	4.939.717	827.526	5.767.243	1	2	1
Antalya	3.328.700	3.911.974	7.240.674	3.389.513	5.951.816	9.341.329	1,8	52	29
Gazipaşa Alanya(*)	182.544	109.434	291.978	217.401	108.307	325.708	19	-1	12
Muğla Dalaman	476.723	565.294	1.042.017	543.536	720.973	1.264.509	14	28	21
Muğla Milas-Bodrum	832.942	290.539	1.123.481	943.451	264.707	1.208.158	13	-9	8
Adana	2.396.785	325.932	2.722.717	2.360.291	298.488	2.658.779	-2	-8	-2
Trabzon	1.654.695	24.114	1.678.809	1.733.397	38.290	1.771.687	5	59	6
Erzurum	575.831	3.747	579.578	611.858	4.708	616.566	6	26	6
Gaziantep	1.031.325	91.097	1.122.422	1.323.733	141.738	1.465.471	28	56	31
Adıyaman	120.221	2.153	122.374	112.941	1.189	114.130	-6	-45	-7
Ağrı Ahmed-i Hani	102.933		102.933	136.973	104	137.077	33		33
Amasya Merzifon	61.862	2.295	64.157	100.989	4.934	105.923	63	115	65
Aydın Çıldır(*)									
Balıkesir Koca Seyit	131.662	3.904	135.566	134.251	3.097	137.348	2	-21	1
Balıkesir Merkez									
Batman	218.218	1.033	219.251	225.873	1.634	227.507	4	58	4
Bingöl	78.004	312	78.316	77.783	541	78.324	-0,3	73	0,01
Bursa Yenişehir	130.162	12.369	142.531	99.685	15.302	114.987	-23	24	-19
Çanakkale	93.044	1.705	94.749	87.627	1.612	89.239	-6	-5	-6
Çanakkale Gökçeada									
Denizli Çardak	269.527	3.440	272.967	290.413	36.161	326.574	8	951	20
Diyarbakır	947.738	14.858	962.596	924.413	29.580	953.993	-2	99	-1
Elazığ	467.521	6.531	474.052	473.484	6.472	479.956	1	-1	1
Erzincan	163.396	957	164.353	187.090	243	187.333	15	-75	14
Eskişehir Hasan Polatkan(*)	1.057	19.520	20.577	1.688	21.918	23.606	60	12	15
Hakkari Yüksekova S.E.				56.480		56.480			
Hatay	442.526	123.214	565.740	472.783	131.707	604.490	7	7	7

İğdır Şehit Bülent Aydın	107.671		107.671	92.986		92.986	-14		-14
Isparta Süleyman Demirel	36.779	78.219	114.998	40.992	40.035	81.027	11	-49	-30
Kahramanmaraş	127.893		127.893	136.242	705	136.947	7		7
Kars Harakani	254.715		254.715	270.885		270.885	6		6
Kastamonu	52.019	252	52.271	33.440	991	34.431	-36	293	-34
Kayseri	875.900	65.825	941.725	893.208	81.230	974.438	2,0	23	3
Kocaeli Cengiz Topel	28.151	715	28.866	21.133	493	21.626	-25	-31	-25
Konya	520.797	42.331	563.128	524.230	38.950	563.180	1	-8	0,01
Malatya	407.038	1.716	408.754	410.493	1.815	412.308	1	6	1
Mardin	319.659	1.027	320.686	309.453	1.350	310.803	-3	31	-3
Muş	183.669		183.669	191.868		191.868	4		4
Kapadokya	179.638	797	180.435	87.194	425	87.619	-51	-47	-51
Ordu-Giresun	341.917	2.392	344.309	468.686	22.607	491.293	37	845	43
Samsun Çarşamba	845.924	27.004	872.928	729.705	21.374	751.079	-14	-21	-14
Siirt	45.533		45.533	18.195	4.489	22.684	-60		-50
Sinop	44.694	318	45.012	48.725	306	49.031	9	-4	9
Sivas Nuri Demirağ	264.889	3.716	268.605	266.449	2.602	269.051	0,6	-30	0,2
Şanlıurfa Gap	371.775	11.309	383.084	383.037	10.510	393.547	3	-7	3
Şırnak Şerafettin Elçi	85.083		85.083	146.366		146.366	72		72
Tekirdağ Çorlu	38.038	2.209	40.247	38.964	836	39.800	2	-62	-1
Tokat	24.826		24.826	13.084		13.084	-47		-47
Uşak	8.883		8.883				-100		-100
Van Ferit Melen	729.919	2.505	732.424	749.539	714	750.253	3	-71	2
Zafer(*)	33.994	8.367	42.361	38.773	6.366	45.139	14	-24	7
Zonguldak Çaycuma(*)		7.039	7.039		7.333	7.333		4,2	4,2
DHMİ TOPLAMI TOTAL OF STATE AIRPORTS AUTHORITY	39.229.107	26.921.733	66.150.840	40.008.346	29.229.420	69.237.766	2,0	8,6	4,7
TÜRKİYE GENELİ TURKEY GENERAL	49.138.356	31.537.650	80.676.006	50.025.008	34.014.031	84.039.039	1,8	7,9	4,2
DHMİ DİREKT TRANSİT STATE AIRPORTS DIRECT TRANSIT			124.200			129.933			4,6
DİĞER DİREKT TRANSİT OTHER DIRECT TRANSIT			47.124			28.604			-39,3
TÜRKİYE GENELİ DİREKT TRANSİT TURKEY GENERAL DIRECT TRANSIT			171.324			158.537			-7,5
TÜRKİYE GENELİ DİREKT TRANSİT DAHİL TURKEY GENERAL INCLUDING DIRECT TRANSIT			80.847.330			84.197.576			4,1

(*)İşaretili havalimanlarından Zonguldak Çaycuma, Gazipaşa Alanya, Zafer ve Aydın Çıldır Havalimanları DHMİ denetimli özel şirket tarafından işletilmektedir. İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı Savunma Sanayi Müsteşarlığı denetiminde özel şirket tarafından, Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı, Eskişehir Anadolu Üniversitesi SHYO tarafından işletilmekte olduğundan DHMİ toplamında hariç tutulmuştur.

Zonguldak, Çaycuma, Gazipaşa Alanya, Zafer and Aydın Çıldır Airports from the (*) marked ones are operated by a private company supervised by the General Directorate of State Airports Operations. Istanbul Sabiha Gokcen Airport is operated by a private company under supervision of the Undersecretariat of the Defense Industry and Eskişehir Hasan Polatkan Airport is operated by the Civil Aviation College of Eskişehir Anatolia University so these airports are excluded from the total of the General Directorate of State Airports Operations

Tablo 60: YÜK TRAFİĞİ (Bagaj+Kargo+Posta) (TON)
Table 60: CARGO TRAFFIC (Luggage+Cargo+ Post) (Ton)

Havalimanları Airports	2016 YILI HAZİRAN SONU END OF JUNE 2016			2017 YILI HAZİRAN SONU (Kesin Olmayan) END OF JUNE 2017 (Indefinite)			2017/2016 (%)		
	İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights		İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights	Toplam Total	İç Hat Domestic Flights	Dış Hat International Flights	Toplam Total
İstanbul Atatürk	95.669	792.075	887.745	90.917	867.942	958.859	-5	10	8
İstanbul Sabiha Gökçen(*)	64.387	96.177	160.565	61.681	97.662	159.343	-4	2	-1
Ankara Esenboğa	39.434	11.913	51.347	40.722	13.775	54.497	3	16	6
İzmir Adnan Menderes	39.243	15.140	54.383	37.642	19.421	57.063	-4	28	5
Antalya	28.791	59.311	88.101	29.993	75.381	105.373	4	27	20
Gazipaşa Alanya(*)	1.589	1.449	3.037	1.932	1.254	3.186	22	-13	5
Muğla Dalaman	3.964	7.830	11.793	4.350	9.167	13.517	10	17	15
Muğla Milas-Bodrum	6.138	3.961	10.100	6.922	3.344	10.266	13	-16	2
Adana	18.340	4.885	23.225	17.778	4.150	21.927	-3	-15	-6
Trabzon	12.326	530	12.856	13.137	816	13.952	7	54	9
Erzurum	4.504	120	4.624	4.457	170	4.626	-1	41	0,04
Gaziantep	8.098	1.330	9.428	10.656	2.047	12.704	32	54	35
Adıyaman	862	47	909	860	23	883	-0,2	-51	-3
Ağrı Ahmed-i Hani	950		950	1.250		1.250	32		32
Amasya Merzifon	465	49	514	700	99	799	51	104	56
Aydın Çıldır(*)									
Balıkesir Koca Seyit	823	88	911	861	70	932	5	-20	2
Balıkesir Merkez									
Batman	1.913	22	1.936	2.142	37	2.179	12	65	13
Bingöl	681	6	687	677	8	685	-1	34	-0,3
Bursa Yenişehir	1.219	284	1.503	886	304	1.190	-27	7	-21
Çanakkale	397	32	429	417	34	452	5	8	5
Çanakkale Gökçeada				32		32			
Denizli Çardak	2.011	76	2.087	2.268	644	2.911	13	751	40
Diyarbakır	6.701	224	6.926	6.497	407	6.904	-3	81	-0,3
Elazığ	3.658	154	3.811	3.731	154	3.886	2	0,4	2
Erzincan	1.348	42	1.390	1.480	4	1.484	10	-90	7
Eskişehir Hasan Polatkan(*)	9	381	389	21	466	488	148	23	25
Hakkari Yüksekova S.E.				501		501			
Hatay	3.870	1.967	5.837	4.093	2.040	6.132	6	4	5
İğdir Şehit Bülent Aydın	1.178		1.178	982		982	-17		-17
Isparta Süleyman Demirel	300	1.183	1.483	319	618	937	6	-48	-37
Kahramanmaraş	1.088		1.088	1.113	18	1.131	2		4
Kars Harakani	2.378		2.378	2.526		2.526	6		6
Kastamonu	346	6	351	226	23	249	-35	290	-29
Kayseri	6.892	1.577	8.469	6.782	1.873	8.655	-2	19	2
Kocaeli Cengiz Topel	241	15	256	182	12	194	-24	-20	-24

Konya	3.790	950	4.740	3.858	904	4.762	2	-5	0,5
Malatya	3.203	43	3.246	3.094	27	3.121	-3	-37	-4
Mardin	2.903	24	2.927	2.681	2	2.682	-8	-93	-8
Muş	1.623		1.623	1.545		1.545	-5		-5
Kapadokya	1.381	16	1.397	668	11	679	-52	-31	-51
Ordu-Giresun	2.407	57	2.464	3.224	304	3.528	34	437	43
Samsun Çarşamba	6.477	653	7.130	4.496	664	5.160	-31	2	-28
Siirt	383		383	181		181	-53		-53
Sinop	362	7	370	404	5	409	12	-30	11
Sivas Nuri Demirağ	1.994	86	2.079	1.986	60	2.045	-0,4	-31	-2
Şanlıurfa Gap	2.641	259	2.900	2.814	230	3.044	7	-11	5
Şırnak Şerafettin Elçi	1.038		1.038	1.384		1.384	33		33
Tekirdağ Çorlu	216	1.404	1.620	222	280	502	3	-80	-69
Tokat	174		174	88		88	-49		-49
Uşak	66		66				-100		-100
Van Ferit Melen	6.310	45	6.356	6.103	15	6.117	-3	-67	-4
Zafer(*)	290	188	477	306	150	455	5	-20	-5
Zonguldak Çaycuma(*)		159	159		165	165		4	4
DHİMİ TOPLAMI TOTAL OF STATE AIRPORTS AUTHORITY	328.796	906.410	1.235.206	327.848	1.005.079	1.332.927	-0,3	10,9	7,9
TÜRKİYE GENELİ TURKEY GENERAL	395.070	1.004.764	1.399.834	391.788	1.104.776	1.496.564	-0,8	10,0	6,9

(*) İşaretili havalimanlarından Zonguldak Çaycuma, Gazipaşa Alanya, Zafer ve Aydın Çıldır Havalimanları DHİMİ denetimli özel şirket tarafından işletilmektedir. İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı Savunma Sanayi Müsteşarlığı denetiminde özel şirket tarafından, Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı, Eskişehir Anadolu Üniversitesi SHYO tarafından işletilmekte olduğundan DHİMİ toplamında hariç tutulmuştur. Zonguldak, Çaycuma, Gazipaşa Alanya, Zafer and Aydın Çıldır Airports from the (*) marked ones are operated by a private company supervised by the General Directorate of State Airports Operations. İstanbul Sabiha Gökçen Airport is operated by a private company under supervision of the Undersecretariat of the Defense Industry and Eskişehir Hasan Polatkan Airport is operated by the Civil Aviation College of Eskişehir Anatolia University so these airports are excluded from the total of the General Directorate of State Airports Operations

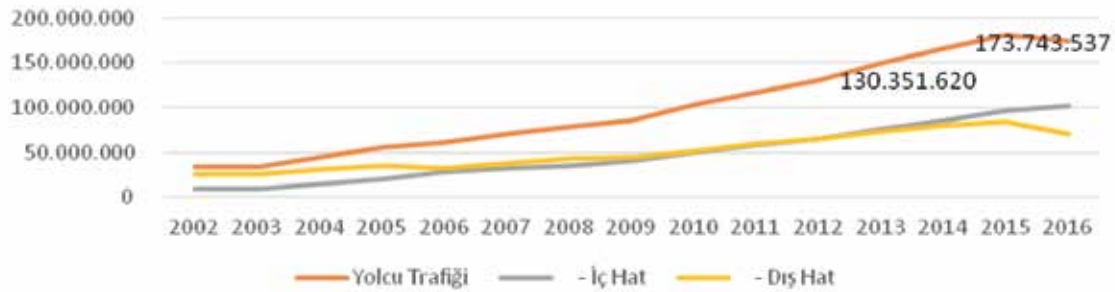
Tablo 61: Türkiye Geneli Havalimanları Uçak, Yolcu Ve Yük Trafik İstatistikleri (2008-2017(2))

Table 61: Statistics and Estimates of Turkey General Airports Flights, Passenger and Cargo Traffic 2008-2017(2)

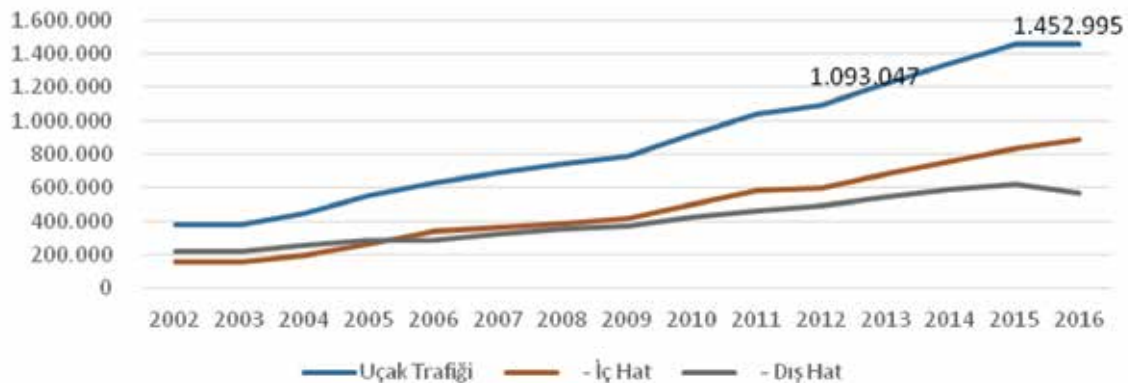
YILLAR YEARS	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	(2016/2015)	2017	2018 (T)	2019 (T)
Yolcu Trafik (Direk Transit Dahil) Passenger Traffic (Including Direct Transit)	86.001.343	103.536.513	118.292.000	131.029.516	149.995.868	166.181.339	181.437.004	174.153.146	-4,0%	189.014.731	200.951.468	224.669.754
Yolcu Trafik Passenger Traffic	85.508.508	102.800.392	117.620.469	130.351.620	149.430.421	165.720.234	181.074.531	173.743.537	-4,0%	188.575.864	200.483.343	224.172.372
- İç Hat Domestic Flights	41.226.959	50.575.426	58.258.324	64.721.316	76.148.526	85.416.166	97.041.210	102.499.358	5,6%	104.340.800	108.082.000	112.176.800
- Dış Hat International Flights	44.281.549	52.224.966	59.362.145	65.630.304	73.281.895	80.304.068	84.033.321	71.244.179	-15,2%	84.235.064	92.401.343	111.995.572
Direk Transit Direct Transit Passenger	492.835	736.121	671.531	677.896	565.447	461.105	362.473	409.609	13,0%	438.867	468.125	497.382
Tüm Uçak (Overflight Dahil) All Flights (Including Overflights)	1.066.053	1.213.125	1.335.185	1.376.486	1.504.973	1.678.971	1.814.958	1.829.908	0,8%	1.890.872	1.956.787	2.081.192

Uçak Trafikği Flight Traffic	788.469	919.411	1.042.369	1.093.047	1.223.795	1.345.954	1.456.673	1.452.995	-0,3%	1.498.112	1.548.240	1.656.857
- İç Hat Domestic Flights	419.422	497.862	579.488	600.818	682.685	754.259	832.958	886.228	6,4%	906.478	931.739	952.171
- Dış Hat International Flights	369.047	421.549	462.881	492.229	541.110	591.695	623.715	566.767	-9,1%	591.634	616.501	704.686
Overflight Uçak Trafikği Overflight Flight Traffic	277.584	293.714	292.816	283.439	281.178	333.017	358.285	376.913	5,2%	392.760	408.547	424.335
Yük Trafikği (Kargo+Posta+Bagaj) (Ton) Cargo Traffic (Cargo+Post+Luggage)(Ton)	1.726.345	2.021.076	2.249.473	2.249.133	2.595.317	2.893.000	3.072.831	3.076.914	0,1%	3.420.546	3.733.354	4.198.528
- İç Hat Domestic Flights	484.833	554.710	617.835	633.076	744.028	810.858	871.327	857.335	-1,6%	868.895	872.035	1.015.312
- Dış Hat International Flights	1.241.512	1.466.366	1.631.639	1.616.057	1.851.289	2.082.142	2.201.504	2.219.579	0,8%	2.551.651	2.861.319	3.183.216
Kargo Trafikği Cargo Traffic	425.228	541.357	584.475	624.058	731.962	842.241	904.762	1.032.943	14,2%	1.119.528	1.223.423	1.556.903
- İç Hat Domestic Flights	64.518	71.216	76.269	84.431	100.097	104.941	101.447	81.587	-19,6%	94.253	107.911	138.472
- Dış Hat International Flights	360.710	470.141	508.206	539.627	631.865	737.300	803.314	951.356	18,4%	1.025.275	1.115.512	1.418.432

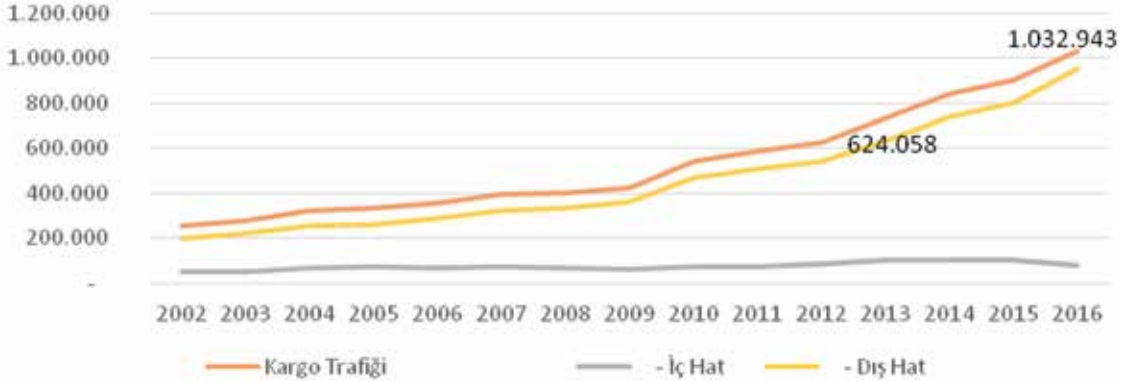
Grafik 10: Son On Yıllık Türkiye Geneli Havalimanları Yolcu Grafik (2007-2016)
Graphic 10: Passenger Graphic of the Airports of Turkey for the Last Ten Years (2007- 2016)



Grafik 11: Son On Yıllık Türkiye Geneli Havalimanları Uçak Grafik (2007-2016)
Graphic 11: Airplane Graphic of the Airports of Turkey for the Last Ten Years (2006-2015)



Grafik 12: Son On Yıllık Türkiye Geneli Havalimanları Kargo Grafiği
Graphic 12: Cargo Graphic of the Airports of Turkey for the Last Ten Years (2006-2015)



Açıklama 1: İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı, Savunma Sanayi Müsteşarlığı denetiminde özel şirket tarafından işletilmektedir. Zonguldak Çaycuma, Gazipaşa Alanya, Zafer ve Aydın ÇILDIR Havalimanları, DHMİ denetimli özel şirket tarafından işletilmektedir. Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksek Okulu tarafından işletilmektedir.

Açıklama 2: Türkiye Geneli Yolcu serisi 2010 yılından itibaren. Önceki Yıllar DHMİ işletimindeki havalimanları ile İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı toplamını belirtmektedir.

Açıklama 3: Türkiye Geneli Havalimanları İstatistikleri Serisine : Zonguldak Çaycuma Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi: 2007) ve Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi: 1989) 2007 yılında, Amasya Merzifon Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi: 2008) 2008 yılında, Batman Havalimanı (DHMİ Teşkilatında yer alma tarihi: 2010) 2010 yılında, Gazipaşa Alanya Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi : 2009) 2009 yılında, Zafer Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi : 2012) 2012 yılında, Bingöl Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi : 2013) ve Şırnak Şerafettin Elçi Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi: 2013) ve Kastamonu Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi : 2013) 2013 yılında, Aydın ÇILDIR Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi : 2013) 2014 yılında , Hakkari Yüksekova Selahaddin Eyyubi Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi : 2015) ve Ordu-Giresun Havalimanı (Hizmete Giriş Tarihi : 2015) 2015 yılında dahil olmuştur.

Kaynak : Devlet Hava Meydanları <http://www.dhmi.gov.tr/istatistik.aspx> Erişim tarihi: 09/07/2017.

Description 1: Istanbul Sabiha Gokcen Airport is operated by a private company under supervision of the Undersecretariat of Defense Industry. Zonguldak, Caycuma, Gazipasa Alanya, Zafer and Aydın Cildir Airports are operated by a private company supervised by the General Directorate of State Airports Operations. Eskişehir Hasan Polatkan Airport is operated by the Civil Aviation College of Eskişehir Anataolia University so these airports are excluded from the total of the General Directorate of State Airports Operations

Description 2: The passenger series for overall Turkey begins from 2010. The previous years indicate the total of the airfields operated by the General Directorate of State Airports Authority and Istanbul Sabiha Gokcen Airport.

Description 3: Zonguldak Caycuma Airports (Opening Date: 2007) and Eskişehir Hasan Polatkan (Opening Date 1989) in 2007, Amasya Merzifon Airport (opening Date: 2008) in 2008, Batman airport (Date of being in Directorate General of State Airports Authority:2010) in 2010, Gazipasa Alanya (Opening Date: 2009) in 2009, Zafer Airfield (Opening Date: 2012)in 2012 Bingöl Airport (Opening Date: 2013), Şırnak Şerafettin Elçi Airport (Opening Date: 2013) and Kastamonu Airport (Opening Date: 2013)in 2013, Aydın ÇILDIR Airport (Opening Date: 2013) in 2014, Hakkari Yüksekova Selahaddin Eyyubi Airport (Opening Date: 2015) and Ordu-Giresun Airport (Opening Date: 2015) in 2015 have been added to the series of Turkey General Aisport Statistics.

Source: State Airports Authority <http://www.dhmi.gov.tr/istatistik.aspx> Erişim tarihi: 09/07/2017.

9. BÖLÜM: TÜRKİYE'DE SON YİRMİ YILDA KÜLTÜR VE TURİZM BAKANLIĞINDAN BELGELİ KONAKLAMA TESİSLERİNİN GELİŞİMİ

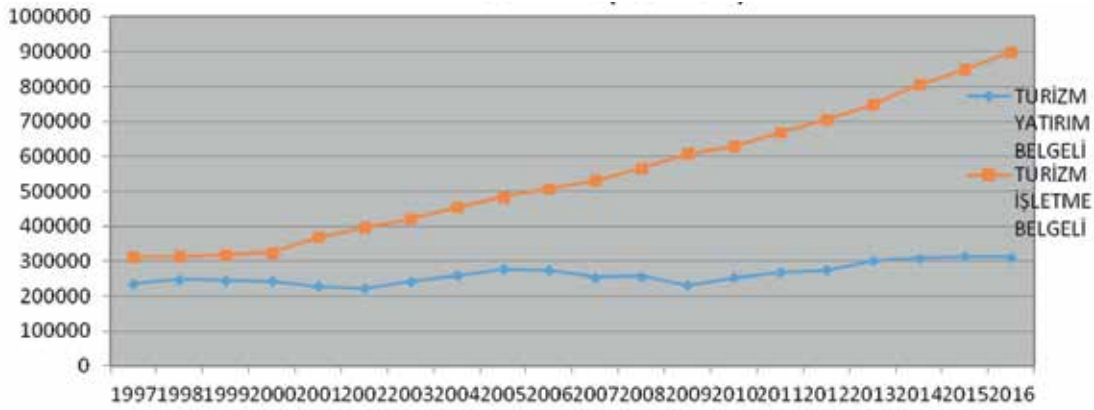
CHAPTER 9: DEVELOPMENT OF ACCOMODATION FACILITITES WHICH CERTIFICATED BY THE MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM IN THE LAST TWENTY YEARS IN TURKEY

9.1. TÜRKİYE'DE YİRMİ YILDA KONAKLAMA TESİSLERİNİN GELİŞİM SEYRİ

9.1. DEVELOPMENT OF ACCOMODATIPN FACILITITES IN TURKEY IN TWENTY YEARS

Grafik 13: Yıllara Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Yatak Sayısı (1997-2016)

Graph 13: The Number of Beds of Tourism Certificated Acomodatipn Facilities in Terms of Years (1997- 2016)

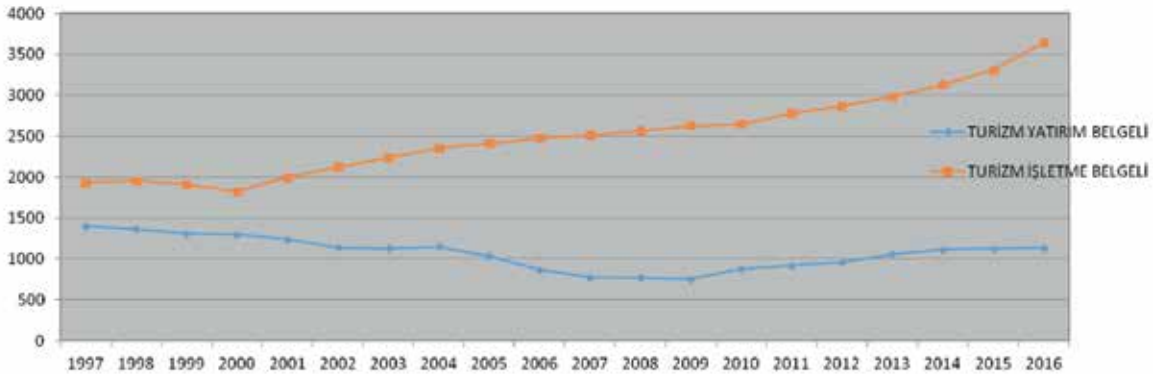


Grafikte de görüldüğü üzere 1997 senesinde ülkemizdeki konaklama tesislerindeki toplam yatak sayısı yaklaşık 300 binden 20 zarfında 3 katı kadar artarak 900 bine ulaşmıştır. Bu da turizm sektöründeki konaklama tesislerinin sayısının ve kapasitesinin düzenli yüzdelerle arttığını göstermektedir.

As seen in the graph, total number of beds of accommodation facilities in our country has increased apptoximately by 3 times and reached from 300 thousands to 900 thousands. This shows that the number and the capacity of accomodation facilities increase regularly.

Grafik 14: Yıllara Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı (1997-2016)

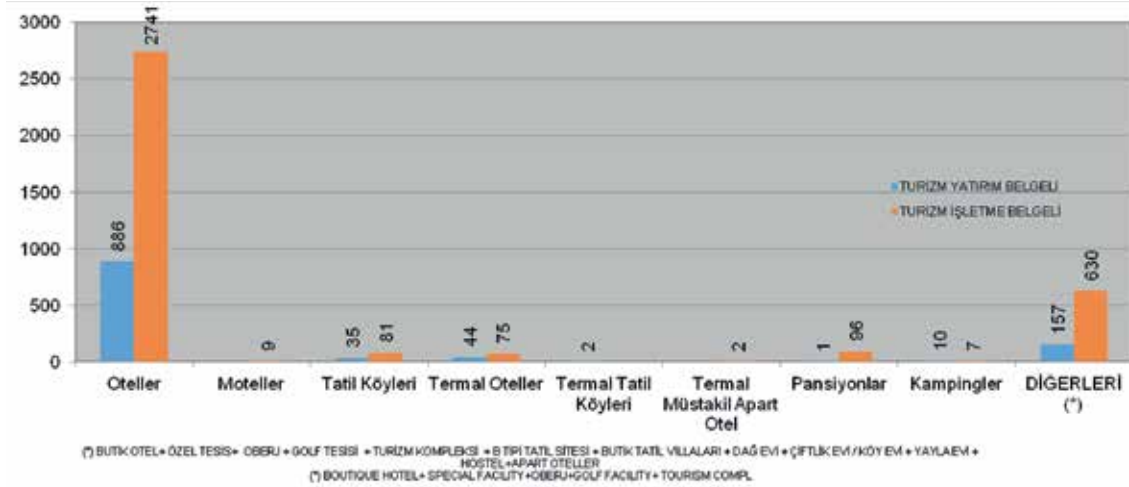
Graph 14: The Number of Tourism Certificated Acomodatipn Facilities in Terms of Years (1997-2016)



Yıllara göre turizm belgeli konaklama tesislerini sayısı incelendiğinde grafikte de görüldüğü üzere ülkemizdeki konaklama sayısı son 20 yılda yaklaşık 2000 tesisten neredeyse 4000 tesise ulaşmış durumdadır. 1997 yılından 2016 yılına kadar turizm işletme belgesi tesislerde artışlar düzenli olarak yükselirken, turizm yatırım belgeli tesislerinin bazı yıl aralıklarından düştüğü gözlenmektedir. Grafikte görüldüğü üzere 2007 ve 2009 yılları arasında turizm yatırım belgeli konaklama tesisleri ciddi bir düşüş yaşarken, turizm işletme belgeli tesisler ise giderek artmıştır.

When the number of accommodation facilities with investment certfcates issued by the Ministry of Culture and Tourism are examined, as seen in the graph, accommodation facilities in our country have increased from 2.000 to 4.000 in the last 20 years. As seen in the graph, between 2007 and 2009, while the number of tourism investments certificated facilities have decreased, the number of tourism operation certificated facilittes have gradually increased.

Grafik 15: Türlerine Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı 2016
Graph 15: The Number of Tourism Certificated Accommodation Facilities in Terms of Types 2016



2016 yılına ait istatistiklerde türlerine göre turizm belgeli konaklama tesisleri incelendiğinde 2.741 turizm işletme belgeli otel işletmesi varken, turizm yatırım belgeli otel işletmesi sayısı 886'dır. Grafik özetlendiğinde 2016 yılı içinde toplamda 9 adet turizm işletme belgeli motel, 81 adet yatırım işletme belgeli tatil köyü, 35 adet turizm yatırım belgeli tatil köyü, 75 adet turizm işletme belgeli termal otel, 44 adet yatırım belgeli termal otel, 2 adet yatırım belgeli termal tatil köyü, 96 adet turizm işletme belgeli pansiyon, 10 adet turizm yatırım belgeli kamping bulunduğu görülmektedir.

2016 yılında Türkiye genelinde toplamda 1.135 turizm yatırım belgeli konaklama tesisi ve 312.912 yatak kapasitesi bulunduğu Tablo 62'de görülmektedir. Yine Türkiye'de 3641 turizm işletme belgeli konaklama tesisi ve 899.881 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Turizm yatırım ve işletme belgeli tesislerin Ege Bölgesi, Akdeniz Bölgesi ve İstanbul'da yoğunlaştığı görülmektedir. Turizm yatırım belgeli tesislerin Ege bölgesindeki sayısı 263 iken, toplamda Ege Bölgesindeki yatak kapasitesi ise 78.380'dir

Akdeniz Bölgesinde toplamda 237 turizm yatırım belgeli tesis ve 978 turizm işletme belgeli tesis yer almaktadır. İl bazında bakıldığında ise Antalya ili en çok tesis ve yatak kapasitesine sahip olan ildir. Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin İl Bazında incelendiğinde İstanbul'da toplam 200 adet turizm yatırım belgeli konaklama işletmesi ve 45.399 yatak kapasitesi bulunmaktadır. Yine İstanbul'da toplamda 531 turizm işletme belgeli tesis ve 103.835 yatak kapasitesi yer almaktadır. İl bazında incelendiğinde en çok turizm yatırım belgeli tesis sayısı sırasıyla İstanbul, Antalya ve Muğla'da yer alırken, turizm işletme belgeli tesis sayısı ise sırasıyla Antalya, İstanbul ve Muğla'da yer almaktadır. Diğer bölgeler ve illere yönelik rakamlar Tablo 62'de yer almaktadır.

When the number of accommodation facilities with tourism certificates are examined in the statistics of 2016, while there have been 2.741 tourism certificated hotel facilities, the number of tourism investment certificated hotel have been 886. When the graph is examined, it is seen that there have been 9 tourism operation certificated motels, 81 investment certificated holiday villages, 35 tourism investment certificated holiday villages, 75 tourism operation certificated thermal hotel, 44 investment certificated thermal hotel, 2 investment certificated thermal holiday villages, 96 tourism operation certificated hostels and 10 tourism investment certificated camping in 2016.

In the statistics of 2016, when the tourism certificated accommodation facilities are examined, there are 2.741 tourism operation certificated facilities and 886 tourism investment certificated facilities. When the graph was summarized, it is seen that there are 9 tourism operation certificated motels, 81 investment operation certificated holiday holiday villages, 35 tourism investment certificated holiday villages, 75 tourism operation certificated thermal hotels, 44 investment certificated thermal hotels, 2 investment certificated thermal holiday villages, 96 tourism operation certificated hostel and 10 tourism investment certificated camping.

As seen in the Table 62, there are 1.135 tourism investment certificated accommodation facilities in all around Turkey in 2016. There are also 3.641 tourism operation certificated accommodation facilities and 899.881 bed capacity. It is seen that the facilities with tourism investment and operation certificates are concentrated in Aegean Region, Mediterranean Region and Istanbul. The number of tourism investment certificated accommodation facilities in the Aegean Region are 263, the bed capacity of the Aegean Region is 78.830. In the Mediterranean Region there are 237 tourism investment certificated and 978 tourism operation certificated facilities. In terms of provinces, Antalya has the highest number of facility and bed capacity. When the tourism certificated accommodation facilities examined in terms of province, there are 200 tourism investment certificated accommodation facilities and 45.399 beds. İstanbul also have the 531 tourism operation certificated facilities and 103.835 bed capacity. In terms of provinces, while İstanbul, Antalya and Muğla have the highest number of tourism investment certificated facilities, the highest number of tourism operation certificated facilities are in Antalya, İstanbul and Muğla respectively. The number of the other provinces are shown in the Table 62.

Tablo 62: Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin İl Bazında Tür Ve Sınıflara Göre Dağılımı 2016

Table 62: Distribution of Tourism Certificated Accommodation Facilities in Terms of Types and Classes in Terms of Province 2016

		TURİZM YATIRIM BELGELİ THE FACILITIES WITH TOURISM INVESTMENT CERTIFICATE			TURİZM İŞLETME BELGELİ THE FACILITIES WITH TOURISM OPERATING CERTIFICATED		
		TESİS FACILITY	ODA ROOM	YATAK BED	TESİS FACILITY	ODA ROOM	YATAK BED
Türkiye Turkey		1135	144616	312912	3641	426981	899881
İstanbul	Toplam/ Total	200	21832	45399	531	51483	103835
	İstanbul	200	21832	45399	531	51483	103835
Batı Marmara West Marmara	Toplam/ Total	65	4247	8843	204	10733	21615
	Balıkesir	25	1935	4029	83	4620	9379
	Edirne	4	142	286	25	1142	2224
	Kırklareli	6	611	1248	6	432	859
	Tekirdağ	5	401	904	22	1480	2915
	Çanakkale	25	1158	2376	68	3059	6238
Ege Aegean	Toplam/ Total	263	34696	78380	761	90082	189011
	Afyonkarahisar	14	6215	14182	19	3147	6511
	Aydın	25	5891	12883	84	12728	26234
	Denizli	19	1451	2959	33	3366	6735
	Kütahya	4	282	531	12	622	1249
	Manisa	6	448	900	23	1267	2550
	Muğla	109	13547	30757	397	51146	109238
	Uşak	3	584	1368	11	515	1021
	İzmir	83	6278	14800	182	17291	35473
Doğu Marmara East Marmara	Toplam/ Total	87	9968	21436	211	14732	29976
	Bilecik	1	11	22	6	320	607
	Bolu	8	1089	2402	22	1651	3475
	Bursa	29	3200	6645	66	5095	10394
	Düzce	5	281	574	13	636	1308
	Eskişehir	9	605	1247	32	2138	4233
	Kocaeli	14	1455	2886	49	3574	7220
	Sakarya	15	2107	4424	14	778	1571
	Yalova	6	1220	3236	9	540	1168
Batı Anadolu West Anatolia	Toplam/ Total	38	4959	10373	218	16506	33127
	Ankara	26	2375	4870	175	13318	26733
	Karaman	1	120	205	7	370	752
	Konya	11	2464	5298	36	2818	5642
Akdeniz Mediterranean	Toplam/ Total	237	49940	109951	978	206279	444231
	Adana	11	904	1852	48	3598	7253
	Antalya	154	40020	89123	755	193506	418395
	Burdur	3	112	258	10	281	495
	Hatay	14	2004	4224	46	2251	4562
	Isparta	2	185	370	16	762	1542
	Kahramanmaraş	8	599	1202	46	1625	3183

	Mersin	42	5885	12456	54	4043	8388
	Osmaniye	3	231	466	3	213	413
Orta Anadolu Middle Anatolia	Toplam/ Total	40	4517	9367	154	8055	16828
	Aksaray	4	250	502	15	714	1416
	Kayseri	7	678	1426	22	1640	3290
	Kırıkkale				1	32	64
	Kırşehir				5	446	925
	Nevşehir	17	1934	3923	89	4012	8607
	Niğde	4	502	1193	3	187	387
	Sivas	7	740	1467	9	402	807
	Yozgat	1	413	856	10	622	1332
Batı Karadeniz West Blacksea	Toplam/ Total	31	1857	3799	147	5887	11636
	Amasya	3	73	144	18	589	1178
	Bartın	2	106	244	8	350	696
	Karabük	6	306	634	26	498	917
	Kastamonu	3	89	153	18	502	997
	Samsun	5	417	842	26	1694	3407
	Sinop	3	262	532	10	314	624
	Tokat	4	281	568	13	414	803
	Zonguldak	3	262	560	12	747	1513
	Çankırı	2	61	122	7	264	507
	Çorum				9	515	994
Doğu Karadeniz East Blacksea	Toplam/ Total	53	3360	6875	141	6392	12929
	Artvin	3	80	162	12	604	1199
	Giresun	4	318	678	27	779	1519
	Gümüşhane	2	130	276	5	159	306
	Ordu	16	872	1757	31	1285	2607
	Rize	6	408	823	13	554	1114
	Trabzon	22	1552	3179	53	3011	6184
Kuzeydoğu Anadolu Northeast Anatolia	Toplam/ Total	20	1612	3312	89	4027	7869
	Ardahan				10	298	520
	Ağrı	5	263	532	20	755	1432
	Bayburt	1	56	121	1	54	101
	Erzincan	3	87	141	11	513	990
	Erzurum	4	854	1788	19	1289	2592
	İğdır	1	55	110	3	149	270
	Kars	6	297	620	25	969	1964
Ortadoğu Anadolu Middle East Anatolia	Toplam/ Total	34	1685	3244	77	4211	8550
	Bingöl				5	248	508
	Bitlis	3	179	333	9	431	871
	Elazığ	3	191	390	16	892	1811
	Hakkari	2	100	190	4	154	299
	Malatya	1	60	120	15	1171	2331
	Muş	9	297	558	8	259	544
	Tunceli	7	137	329	4	131	262
	Van	9	721	1324	16	925	1924

Güneydoğu Anadolu Southeast Anatolia	Toplam/ Total	67	5943	11933	130	8594	20274
	Adıyaman	9	591	1188	9	519	1030
	Batman	1	200	428	8	551	1095
	Diyarbakır	13	1390	2649	25	1604	3158
	Gaziantep	22	2184	4409	44	3232	9613
	Kilis				1	46	86
	Mardin	16	1107	2258	23	963	1924
	Siirt				2	187	374
	Şanlıurfa	5	332	685	16	1156	2320
	Şırnak	1	139	316	2	336	674

2016 yılına ait türlerine ve sınıflarına göre turizm belgeli konaklama tesislerinin sayılarına yönelik istatistikler Tablo 63'te yer almaktadır. Otel bazında 5 yıldızlı 204 tane otel işletmesi, 4 yıldızlı 296 tane turizm yatırım belgeli otel işletmesi, 3 yıldızlı 301 tane turizm yatırım belgeli otel işletmesi, 2 yıldızlı 37 tane turizm yatırım belgeli otel işletmesi ve 1 yıldızlı 48 tane turizm yatırım belgeli otel işletmesi bulunmaktadır.

Turizm işletme belgeli otel rakamlarına bakıldığında ise 570 adet 5 yıldızlı turizm işletme belgeli otel işletmesi, 751 adet 4 yıldızlı turizm işletme belgeli otel işletmesi, 960 adet 3 yıldızlı turizm işletme belgeli otel işletmesi, 405 adet 2 yıldızlı turizm işletme belgeli otel işletmesi ve 55 adet 1 yıldızlı turizm işletme belgeli otel işletmesi olduğu görülmektedir. Motellere bakıldığında turizm yatırım belgeli motel bulunmazken, toplamda 9 adet turizm işletme belgeli motel bulunmaktadır. Turizm yatırım belgeli tatil köyü sayısı toplamda 35 iken, turizm işletme belgeli tatil köyü sayısı ise toplamda 81'dir. Yine toplamda 44 adet turizm yatırım belgeli termal otel varken, 2 adet de termal tatil köyü bulunmaktadır. Turizm işletme belgeli termal otel sayısı ise toplamda 75 iken, hiç işletme belgeli termal tatil köyü bulunmadığı görülmektedir.

The statistics about the number of tourism certificated accomodation facilities according to types and classes of 2016 are shown in the Table 63. In terms of hotels, there are 204 hotel facilities with 5 stars, 296 tourism investment certificated hotel facilities with 4 stars, 301 tourism investment certificated hotel facilities with 3 stars, 37 tourism investment certificated hotel facilities with 2 stars and 48 tourism investment certificated hotel facilities with 1 star.

When the number of tourism operation certificated hotel facilities are examined, it is seen that there are 570 tourism operation certificated hotel facilities with 5 stars, 751 tourism operation certificated hotel facilities with 4 stars, 960 tourism operation certificated hotel facilities with 3 stars, 405 tourism operation certificated hotel facilities with 2 stars and 55 tourism operation certificated hotel facilities with 1 star. While there is no tourism investment certificated motel facilities, in total, there are 9 tourism operation certificated motel facilities. While the number of the tourism investment certificated holiday villages are 35, the number of the tourism operation certificated holiday villages are 81. In total there are 44 tourism investment certificated thermal hotel and 2 thermal holiday villages. Tourism operation certificated thermal hotels are 75 and it is seen that there is no operation certificated thermal holiday village.

Tablo 63: Türlerine Ve Sınıflarına Göre Turizm Belgeli Konaklama Tesislerinin Sayısı (31.12.2016)

Table 63: The number of Tourism Certificated Accomodation Facilities In Terms of Types and Classes (31.12.2016)

		TURİZM YATIRIM BELGELİ THE FACILITIES WITH TOURISM INVESTMENT CERTIFICATE				TURİZM İŞLETME BELGELİ THE FACILITIES WITH TOURISM OPERATING CERTIFICATED		
TÜRÜ Types	SINIFI CLASS	TESİS FACILITY	ODA ROOM	YATAK BED	TESİS FACILITY	ODA ROOM	YATAK BED	
Otelles Hotels	5 Yıldızlı	5 Stars	204	59935	129868	570	182345	390576
	4 Yıldızlı	3 Stars	296	39565	84607	751	106196	220440
	3 Yıldızlı	3 Stars	301	16528	33670	960	54002	108586
	2 Yıldızlı	2 Stars	37	1134	2521	405	14586	28602
	1 Yıldızlı	1 Stars	48	948	1924	55	1656	3222
	Toplam	Total	886	118110	252590	2741	358785	751426

Moteller Motels	2. Sınıf	2. Class				1	65	134
	Motel	Motel				8	217	433
	Toplam	Total				9	282	567
Tatil Köyleri Holiday Villages	1. Sınıf	1. Class	19	4390	9602	67	25910	57709
	2. Sınıf	2. Class	16	4058	9820	14	2579	5446
	Toplam	Total	35	8448	19422	81	28489	63155
Termal Oteller Thermal Hotels	5 Yıldızlı	5 Stars	17	7356	16231	34	8601	18315
	4 Yıldızlı	4 Stars	21	2695	5730	23	2265	4720
	3 Yıldızlı	3 Stars	6	549	1257	18	1113	2318
	Toplam	Total	44	10600	23218	75	11979	25353
Termal Tatil Köyleri Thermal Holiday Villages	5 Yıldızlı	5 Stars	1	129	310			
	4 Yıldızlı	4 Stars	1	99	198			
	Toplam	Total	2	228	508			
Termal Müstakil Apart Otel Thermal Self Contained Apart Hotel						2	81	171
Pansiyonlar Pansions			1	20	40	96	1206	2423
Kampinger Campings			10	523	1439	7	771	2425
Oberjler Oberjs						3	408	890
Apart Oteller Apart Hotels			1	128	256	171	6798	15453
Özel Tesis Special Facility			28	702	1437	344	10510	21492
Golf Tesisleri Golf Facilities			1	60	228	3	578	1442
Turizm Kompleksi Tourism Complex			3	1568	4148	4	3164	6668
Butik Otel Boutique Hotel			109	3644	7536	88	3290	6662
B Tipi Tatil Sitesi B Type Holiday Site			1	298	1526	3	266	984
Butik Tatil Villaları Boutique Holiday Villas						1	70	140
Dağ Evi Mountain House			3	124	238	2	98	272
Çiftlik Evi / Köy Evi Fram House/ Village House			6	74	148	8	53	102
Yayla Evi Mountain House			3	62	124	2	30	90
Hostel Hostel			2	27	54	1	123	166
Toplam Total			1135	144616	312912	3641	426981	899881

Kaynak: www.turizm.gov.tr / Source: www.turizm.gov.tr

Tablo 64: Tür Ve Sınıflarına Göre Turizm Belgeli Diğer Tesisler (31.12.2016)
Table 64: The Other Tourism Certificated Facilities In terms of Types and Classes

				TURİZM YATIRIM BELGELİ THE FACILITIES WITH TOURISM INVESTMENT CERTIFICATE	TURİZM İŞLETME BELGELİ THE FACILITIES WITH TOURISM OPERATING CERTIFICATED
TÜRÜ	TYPE	SINIFI	CLASS	TESİS	
Golf	Golf			5	10
Yüzme Havuzu	Swimming Pool				2
Kış Sporları ve Kayak Merkezleri Mekanik Tesisleri	Mechanic Facilities of Winter Sports and Ski Resorts			1	2
Kongre ve Sergi Merkezi	Congress and Exhibiton Center			10	5
Temalı Park	Theme Park			1	1
Spor Tesisleri	Sport Complex			2	
Özel Tesis	Facility	Sema Gösterisi ve Kültürel Etkinlikler Merkezi	Sema Ceremony and Cultural Events Center		
		Kongre Merkezi	Congress Center		1
		Hamam	Hamam	1	8
		Sauna	Sauna		2
		Sağlık Merkezi	Health Center		1
		Terminal Hizmetleri Tesisleri	Terminal Services Facility		3
		Özel Tesis	Facility		1
		Akvaryum	Aquarium		3
Toplam	Total		Total	1	20
Toplam	Total			20	40

10. BÖLÜM: SAĞLIK TURİZMİNDE GELİŞMELER

CHAPTER 10: DEVELOPMENTS IN HEALTH TOURISM

10.1. DÜNYADA SAĞLIK TURİZMİ

10.1 HEALTH TOURISM IN THE WORLD

Sağlık turizmi yakından incelendiğinde hem turizm hem de sağlık endüstrileriyle yakından ilgili bir faaliyet olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu iki endüstrideki gelişmeler birbirlerini sürekli etkileyecek konumdadır (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 67). Sağlık turizmi bünyesinde alınan hizmetler değerlendirildiğinde örneğin ileri yaşta kişiler için gezi turları, meşguliyet terapileri, yaşlılar açısından bakım evlerinde rehabilitasyon imkanları, engelliler için özel bakım ve geziler, termal turizme katılanlar açısından kaplıca tedavileri ve fizyoterapiler, talassoterapiler, hidroterapiler ve ilgili egzersizler, balneo terapiler ve peloidoterapiler, klimaterapiler, medikal turizme katılanlar açısından ise ileri boyutta

When the health tourism is examined closely, it is seen that it is related to the tourism and health industries closely. So, these two industries have always effects on each other. (Barca, M. vd., 2013, "Analyses of Tourism Sector in Turkey and Strategy Suggestions", Journal of Business Researches: 67). When the services under the health tourism is evaluated, for example, tours for older ages, occupation therapy, rehabilitation opportunities in terms of older people, special cares and tours in terms of disabled people, spa treatments and physiotherapies, thalassotherapies, hydrotherapies and related exercises, alneotherapies and peloidotherapies, climatotherapies in terms of attendants of thermal tourism; advanced treatments, cardiovascular surgery, radiotherapy, cyberknife,

tedaviler kardiyovasküler cerrahi, radyoterapi, cyberknife, transplantasyon, tüp bebek uygulamaları, estetik cerrahi, göz, diş, diyaliz tedavileri düşünülebilir. Son yıllarda gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru olmak üzere sağlık turizm amaçlı seyahatler yoğunluk kazanmış, dünya nüfusu yaşlanmış, sürekli görülen hastalıkların hastalık yükü içerisinde ağırlıkları artmış ve tedavi masrafları kişileri hatta ülkeleri maliyeti daha az olan ülkelere alınacak sağlık hizmetlerine yöneltmiştir. Bu yönelimi arttıran diğer faktörler ise başta küreselleşmenin etkisi olmakla birlikte, ülkelerarasındaki ulaşım imkanlarının artması, enformasyon teknolojilerinin gelişmesi, sağlıklı ilgili olarak küresel çapta detaylı, güncel ve doğru bilgiye ulaşmanın kolay hale gelmesi olarak ifade edilebilir.

Nüfus ve yaşlanma konusu dünya genelinde incelendiğinde 2011'de dünya nüfusunun 7 milyar kişiye ulaştığı, nüfusun % 60'ının Asya Kıtasında yer aldığı ve 2050 yılı için projeksiyon yapıldığında Asya Kıtasındaki nüfusun 5.2 milyar kişiye ulaşmasının beklendiği görülmektedir. Nüfustaki artışın dışında dünya genelinde yaşanan bir nüfusun varlığından da bahsetmek yerinde olacaktır; Dünyada 60 yaş ve üstü insan nüfusunun 2015 yılı itibarıyla 700 milyon kişiye ulaştığı, 2050 yılında ise bu sayının 2 milyar kişiye ulaşacağı, 60 yaş üzeri nüfusun dünya nüfusunun %10'una denk geldiği ve bu oranın 2050'de % 22'sine ulaşması beklenmektedir.

Dünya Sağlık Örgütüne göre dünya yaş ortalaması 1990 yılında 64 iken, 2050 yılında hayatta kalma beklentisinin 76 yılı geçeceği tahmin edilmektedir. Doğuşta hayatta kalma beklentisi OECD Ülkelerinde 2005 yılında 78.6 iken, 2010 yılında ortalama olarak 79.8'e ulaşmıştır. OECD Ülkeleri arasında doğuşta hayatta kalma beklentisi en yüksek olan ülke 83 yıl ile Japonya, en düşük ülke ise 74.3 yıl ile Türkiye'dir. (Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Sağlık Hizmetlerinin Etkinliğinin Artırılması ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu 2023: 3).

Dünyada özellikle Avrupa'da sağlık hizmetleri uygulamaları ve sağlık hizmetine duyulan ihtiyaç dikkate alındığında ekonomik anlamda kişilere sağlanan maddi kolaylıkların birçok ülkede yeterli olmadığı, dolayısıyla sağlık hizmetine ihtiyaç duyanların maliyeti daha az ve bekleme süresi daha kısa olan ülkelere yöneldikleri görülmektedir. Bu durumun tersine çevrilmesi büyük ölçüde devlet desteği gerektirmekte ancak mevcut mali koşullar içerisinde bunun da gerçekleşmesi genellikle pek mümkün görünmemektedir. Sağlık turisti sadece maliyet farklılığını dikkate almakla kalmamakta yabancı bir ülkeye gitme kararını alırken psikolojik faktörlerden de etkilenebilmektedir. Sağlık hizmetini almak adına eğer bulunduğu ülkeyle gitmek istediği ülke arasındaki maliyet farklılığı psikolojik açıdan buna

transplantation, tube baby implamantaions, plastic surgery and treatment of eyes, tooth, dialysis in terms of attendant of medical tourism can be thought. (Access Date: 26.10.2015). In recent years, travels for health tourism have increased from developed countries to developing countries, world population has grown old, weight of the frequent diseases has increased in the difficulties of diseases and treatment expenses have directed people and even countries to the countries where the costs of health services are lower. The other factors that increase this tendency can be expressed as, notably effects of the globalization, increase of international transportation opportunities, developments in information technologies, easier access to the, current and right informations about health globally. (<http://www.dap.gov.tr/yeniDosyalar/Kaynaklar/odop/11.pdf>:Access Date:08.12.2015).

When the population and aging is examined in general world, it is observed that in 2011, world population have reached to 7 billion people, 60% of total world population is in the Asia continent and it is expected that population of Asia will reach to 5.2 billion people in 2050. Besides the increase in population, it should be emphasized that there isan existence of an aging population in general world.

Population of people over the age of 60 have reached to the 700 million people and it is expected that this number will increased to 2 billion, population of people over the age of 60 is equal to the 10% of total world population and it is also expected that this rate will reach to 22% in 2050. (<http://www.tkhk.gov.tr/Dosyalar/eb507dd12bb34ca59cc3aeca0cbf60.pdf>: Access Date :10.12.2015).

According to the World Health Organization, the world average age was 64 in 1990 while it is expected that expectation of surviving wil exceed 76 years. While expectation of surviving in OECD countries was 78.6 in 2005, it reached to 79.8 in 2010. While Japan have the highest expectation of surviving with 83 years between the OECD countries, Turkey have the lowest expectation with 74.3 years. (10th Development Plan 2014-2018 Report of the Specialization Commission of Increasing the Effectiveness of Helat Cares and Fiscal Sustainability 2023: 3).

In the world, especially in the Europe, when the needs to health service took into consideration, financial comfort that was provided to the people are not enough in many countries, so people who need to the healt services directs to the countries where the costs and waiting times are less. The reversal of this situation requires a great government support but, generally it is not feasible in the current financial conditions. The health tourist take into consideration psychological factors as well as the cost differences when take a decision to go to a foreign country. In order to receive

değecek kadar fazlaysa o zaman gitme kararını vermektedir (Lautier, M. 2014, "International Trade of Health Services: Global Trends and Local Impact", HealthPolicy 118 (1): 113-114).

Dünyada sağlık turizminin hızla yayılması ve niş pazar olarak tanımlanan pazarda sağlık turistinin aldığı hizmetlerin çeşitli olması uluslararası platformda seyahat organize edenlerin de dikkatini çekmektedir. Özellikle son yıllarda maliyet odaklı olarak ülkeler arasında sağlık turizmine katılanların sayılarının önemli ölçüde artışı ulaşım masraflarının da nispeten daha karşılanabilir olmasıyla desteklenmiştir. Bu anlamda daha ucuza sağlık hizmeti veren ülkelerin en son teknolojiye yatırım yapmaları, internetin bilgiye erişimi hızlandırması, sadece sağlık uzmanı olmayıp aynı zamanda uluslararası hastalarla hastaneler arasında aracılık yapan firmaların da pazardaki yerlerini almaları da talebin daha da artmasına yardımcı olmuştur. Bir değişim olarak kamuda alınan sağlık hizmetleri taleplerinin özel sektöre doğru eğilim göstermesi de tecrübe edilmektedir (Connell, J. 2006, "Medical Tourism: Sea, Sun, Sand...Surgery", Tourism Management, 27: 1094).

Sağlık turizmi bileşenleri kongre turizmi veya geleneksel spa bileşenleri gibi stratejik ürünler olarak konumlandırılmaktadır (http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tourism-business-portal/documents/business/internationalisation/hungary_country_report.pdf; Erişim Tarihi:10.12.2015).

Sağlık turizmi, günümüzde özellikle gelişmekte olan ülkelerin önem verdiği bir pazar konumundadır. Stratejik ürün konumlanmasında sağlıkla ilgili ürün ve hizmetlerini çeşitlendiren, uluslararası sağlık turistlerini çekmeye çalışan ve her geçen yıl Dünyada sayısı artan yeni ülkelerin bu pazara girdikleri görülmektedir (Han, 2013, "The Healthcare Hotel: Distinctive Attributes For International Medical Travelers", Tourism Management 36: 257).

Sağlık turizmine katılacak kişilerin karar vermede mantıksal bir sıra takip ettikleri, karar vermenin aciliyeti, alternatifler, sunulan ürün ve hizmetlerin neler olduğu, gidilecek yer, kalite ve güvenlik algısı gibi birçok faktörü gözününe aldıkları ifade edilebilir. Sağlık turistinin yaşadığı ülkede veya farklı bir ülkede sağlık hizmeti almasına karar verme aşamaları şu şekilde gösterilebilir;

health care, if the cost difference between the countries which he/she lives and /he/she wants to go is psychologically worth it then he/she decided to go. (Lautier, M. 2014, "International Trade of Health Services: Global Trends and Local Impact", HealthPolicy 118 (1): 113-114).

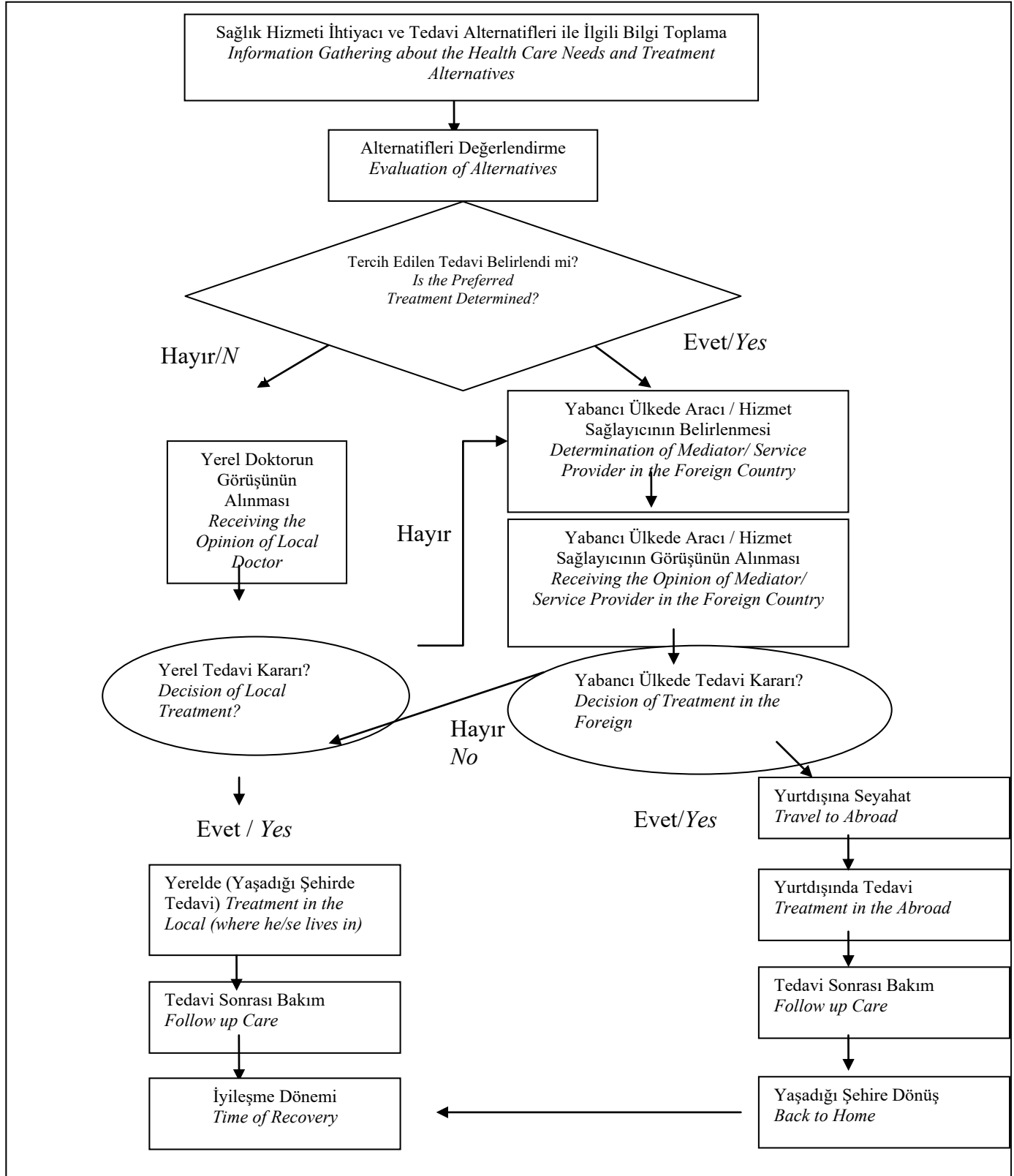
Fast development of health tourism in the world and the diversity of health services which health tourists benefits from in the market which are defined as a niche market, attracted attention of the who organize a travel in international platform. Especially in recent years, significant increase in the attendants of health tourism among countries as cost-oriented has been supported by the relatively affordable transportation costs. In this case, investment of countries which have lower health services to the latest technology, fastening of data excess by the internet and the companies that are not only health expert but also mediators between international patients and hospitals also helped to increase the demand. It is also experienced as a change that the health services that provided by public sector has a tendency to the private sector. Connell, J. 2006, "Medical Tourism: Sea, Sun, Sand...Surgery", Tourism Management, 27: 1094).

The components of the health tourism are positioned as strategic products like congress tourism or traditional spas. (http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tourism-business-portal/documents/business/internationalisation/hungary_country_report.pdf; Access Date: 10.12.2015).

Health tourism is a market that especially developing countries give importance. It is seen that the countries which diversified their health products and services in terms of positioning of strategic product, tried to gain international health tourists and increase in every year in the world have been entering to this market. (Han, 2013, "The Healthcare Hotel: Distinctive Attributes For International Medical Travelers", Tourism Management 36: 257).

It can be stated that people who will attend the health tourism follow a logical sequence and take into consideration urgency of making decision, provided products and services, where to go, quality and security perceptions. Stages of making decision about receiving health care in their own country or in a different country of health tourists can be shown as following:

Şekil 1: Sağlık Turistinin Karar Verme Aşamaları Kaynak: Runnels, V. ve Carrera, P.M. 2012, "Why Do Patients Engage in Medical Tourism", Maturitas 73: 300-301.
1: Stages of Making Decision of Health Tourists Source: Runnels, V. ve Carrera, P.M. 2012, "Why Do Patients Engage in Medical Tourism", Maturitas 73: 300-301.



Özellikle sürekli yaşanan yerin dışında bir başka şehir veya ülkede sağlık hizmeti alma kararı aşamasında detaylı bir araştırmanın yapılması sözkonusu olabilmektedir. Kişiler sağlık hizmetinin alınması kesinleştiğinde konuyla ilgili tanıtım ve dağıtım kanallarını incelemekte, bu bağlamda sağlık turizmi hizmeti veren seyahat acentalarından, aile ve yakın dostlarının tavsiyelerinden, gitmeyi düşündükleri sağlık kuruluşuyla ilgili aldıkları bilgilerden, internet ve medya'dan elde ettikleri bilgilerden faydalanmakta, gidecekleri ülkeyi belirlerken ülkenin ekonomik, politik koşullarına, yasal düzenlemelerine, çekicilik faktörlerine, uzaklığına ve havayolu masraflarına bakmakta, hizmet alınacak sağlık kuruluşunu belirlemede toplam maliyeti, kuruluşun akredite olup olmadığını, referanslarını, akademik kadrosunu incelemekte, ilgili doktoru belirlerken doktorun uzmanlık alanına, ününe ve tavsiye edilebilirliğine bakmakta ve bunlara göre talepte bulunmaktadır. Bu bağlamda sağlık turizminin arz tarafı açısından bakıldığında ise gidilecek şehir veya ülkenin sağlık kuruluşları, klinikler, özel ve kamu açısından alt yapı ve üst yapı olanaklarının yeterliliği, tutundurma ile ilgili olarak yürütülen pazarlama stratejileri, sağlık bakanlıklarının ve varsa sağlık kurullarının kararları, yurtdışına dönük düzenlemeler, turizm ile ilgili tarafların uygulamaları, kıtalararası gerçekleştirilen uygulamalar, yürütülen ulusal kampanyalar, kalite açısından sahip olunan akreditasyon ve sertifikasyonlar, iletişim açısından ise dil ve internet imkanlarının varlığı önemli olmaktadır (Heung, V.C.S. vd., 2011, "Medical Tourism Development in Hong Kong: An Assessment of the Barriers", Tourism Management, 32: 997).

Dünya genelinde sağlık turizminin gelişiminin yaratmış olduğu olumlu ve olumsuz sonuçlardan bahsetmek mümkündür. Ekonomik açıdan incelendiğinde; az gelire sahip ülkelerin yerel yiyecek üretimlerini özellikle ilaç üretimiyle bağlantılı olarak arttırdıkları görülebilirken, ihtimal olarak daha yüksek gelire sahip ülkelerin bu durumdan daha fazla yararlandıkları düşünülebilir. Rekabet avantajını kullanarak bazı ülkelerde daha ucuz olan yiyecek ve sağlıkla ilgili diğer temel ürünlerinin üretimi sayesinde ilgili ülkede yeni iş imkanları oluşabilirken, ihtimal olarak sunulan ürünlerin kalite kontrollerinin sağlanmasında, uzun süren taşıma süreçleri sonunda çevreye zarar verilmesi de mümkün olabilmektedir. Öte yandan, sağlık hizmetlerinde görülen rekabet neticesinde gerek ulusal ve gerekse uluslararası arz sahipleri açısından hizmet kalitesinin artması mümkün olabilmekte buna karşılık hükümetlerin giderek azalan oranda sağlık sistemlerini desteklemeleri sonucunda etkilerinin azalması riskinin varlığı da düşünülebilir. Kültürel açıdan bakıldığında az gelire sahip ülkelerin arama motorlarına ulaşım imkanları ve ürünlere ulaşım imkanları artarken, az gelimli ülkelerde obezite, kalp hastalıkları, diyabet ve yaralanmalı trafik kazaları oranlarında artışlar görülebilmektedir.

A detailed research can be in question particularly during the decision stage of receiving health service in another country. When the health service is finalized, people examine the promotion and distribution channels about the issue, benefit from the suggestions of travel agents which have health tourism service, families', close friends', informations about the healthcare organizations they want to go, internet and media and when they finalized the country they go, take into consideration the economy of country, political conditions, legal regulations, attraction factors, distance and airline costs and in the definition of healthcare they examine the total cost, accreditation of organization, references, academic staff and while they determine the doctor patients examine the profession, reputation and advisability of the doctor and make request according to all of these. In this context, in terms of supply side of health tourism, healthcare organization of the city or country where to go, clinics; in terms of public and private, sufficiency of infrastructure and superstructure, marketing strategies about promotion, decisions of Ministry of Health and if any, health commissions, regulations towards abroad, implementations of tourism parties, intercontinental implementations, national campaigns, accreditation and certifications in terms of quality; and in terms of communication, language and possibility of internet have importance. (Heung, V.C.S. vd., 2011, "Medical Tourism Development in Hong Kong: An Assessment of the Barriers", Tourism Management, 32: 997).

It is possible to mention about the positive and negative results of development of health tourism in worldwide. When it is examined in terms of economy, it can be seen that while low-income countries increase their local food production significantly related to the medicine production, it can be thought that higher income countries have more benefits from this situation. By using the competitive advantage, while under the favour of production of the lower food and other health-related essential products in some countries, new job opportunities come into existence in the related country, quality controls of the products which provided as possibility, as a results of long transportation times it is possible to damage the environment. On the other hand, as a result of competition in the health services, in terms of both national and international suppliers increase of service quality could be possible and on the contrary as a result of gradually decrease of government supports to the healthcare systems, decrease in their effects can be though as a risk. From a cultural perspective, while the opportunity of accessing to the search engines and opportunity of accessing to the products increase, in the low-income countries, increase in the rate of obesity, heart diseases, diabetes and injured traffic accidents. While the development of health tourism, more

Sağlık turizmi gelişimiyle birlikte insanlar arasında daha fazla tolerans, diğer ülke ve kültürleri anlama, yabancı paraların daha kolay giriş imkanları ve sağlık hizmetlerine daha hızlı erişim sağlanabilirken, farklı ülkeleri ziyaret eden sağlık turistleriyle birlikte enfeksiyonların da ülkelerarasında yayılması, taşımacılıktan kaynaklanan çevreye olan olası zararlar da gündeme gelebilmektedir. Öte yandan daha sofistike yüksek düzeyde teknolojiye kavuşma imkanı sağlanabilmekte, hastalık dönemlerinde gerekli sağlık düzenlemeleri daha hızlı ele alınmakta, buna karşılık sağlık harcamaları daha fazla oranda desteklenmeyi gerektirebilmektedir. Sağlıkla ilgili uygulamalarda teknoloji destekli müdahaleler sayesinde uzak mesafede bulunan hastalara ulaşmak ve daha az maliyetle tedavi etmek mümkün olabilirken, verilen hizmetlerin yoksullara ulaşmasında zaman zaman sıkıntıların yaşanabilmesi de sözkonusu olabilmektedir (Kjellström, T. vd. 2007, "Globalisation and Public Health-Introduction and Overview", Scandinavian Journal of Public Health, 35 (Supply 70): 9).

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) dünya genelinde ülkeler için bölge ve gelir durumuna göre gruplandırma yapmıştır. Buna göre (World Health Organization, World Health Statistics, 2015, s. 160,161);

Dünya Sağlık Örgütü Afrika Bölgesi:

Cezayir, Angola, Benin, Botsvana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Kamerun, Merkezi Afrika Cumhuriyeti, Çad, Komoros, Kongo, Fildişi Sahili, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Ekvator Ginesi, Eritrea, Etopya, Gabon, Gambiya, Gana, Gine, Gine Bisav, Kenya, Lesoto, Liberya, Madagaskar, Malavi, Mali, Moritanya, Morityus, Mozambik, Namibiya, Nijer, Nijerya, Ruanda, Demokratik Sao tome ve Principe Cumhuriyeti, Senegal, Seyşel, Sierra Leone, Güney Afrika, Güney Sudan, Svaziland, Togo, Uganda, Birleşik Tanzanya Cumhuriyeti, Zambiya, Zimbabve.

Dünya Sağlık Örgütü Amerika Bölgesi:

Antigua ve Barbuda, Arjantin, Bahama, Barbados, Belize, Bolivya, Brezilya, Kanada, Şili, Kolombiya, Kosta Rika, Küba, Dominik, Dominik Cumhuriyeti, Ekvador, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haiti, Honduras, Jamaika, Meksika, Nikaragua, Panama, Paraguay, Peru, Saint Kitts ve Nevis, Saint Lucia, Saint Vincent ve Grenadinler, Surinam, Trinidad ve Tobago, Amerika Birleşik Devletleri, Uruguay, Venezuela.

Dünya Sağlık Örgütü Doğu Asya Bölgesi:

Bangladeş, Butan, Kore Cumhuriyeti, Hindistan, Endonezya, Maldivler, Myanmar, Nepal, Sri Lanka, Tayland, Timor-Leste.

Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Bölgesi:

Arnavutluk, Andorra, Ermenistan, Avusturya, Azerbeycan, Beyaz Rusya, Belçika, Bosna Hersek, Bulgaristan, Hırvatistan, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Estonya, Finlandiya, Fransa,

olerance among people, understanding of other countries and cultures, easier access to foreign money and faster access to health services can be ensured, with the health tourist who visit different countries, spreading infections among countries and environmental damages because of transportation can be in a question. On the other hand, opportunity of accessing to the higher level technology can be provided, in the period of disease, necessary health regulations can be handled faster, on the contrary the healthcare expenses can necessitate higher rate of support. In the health-related implementations, while with the technology supported interventions, it can be possible that access to the patients who are in the long distance and treat with lower costs, some problems can occurred in terms of provided services reach the poor people. Kjellström, T. vd. 2007, "Globalisation and Public Health-Introduction and Overview", Scandinavian Journal of Public Health, 35 (Supply 70): 9).

World Health Organization has grouped the countries according to their regions and incomes. According to this (World Health Organization, World Health Statistics, 2015, s. 160,161);

World Health Organization African Region:

Algeria, Angola, Benin, Botswana, Burkina Faso, Burundi, Cabo Verde, Cameroon, Central African Republic, Chad, Comoros, Congo, Ivory Coast, Democratic Republic of the Congo, Equatorial Guinean, Eritrea, Ethiopia, Gabon, Gambia, Ghana, Guinea, Guinea, Bisana, Kenya, Lesotho, Liberia, Madagascar, Malavi, Mali, Mauritania, Mauritius, Mozambique, Namibia, Niger, Nigeria, Rwanda, Democratic Sao tome and Principe Republic, Senegal, Seychelles, Sierra Leone, South Africa, South Sudan, Swaziland, Togo, Uganda, United Republic of Tanzania, Zambia, Zimbabwe.

World Health Organization America Region:

Antigua and Barbuda, Argentina, Bahamas, Barbados, Belize, Bolivia, Brazil, Canada, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominican, Dominican Republic, Ecuador, El Salvador, Granada, Guatemala, Guyana, Haiti, Honduras, Jamaica, Mexico, Nicaragua, Panama, Paraguay, Peru, Saint Kitts and Nevis, Saint Lucia, Saint Vincent and the Grenadines, Suriname, Trinidad and Tobago, United States, Uruguay, Venezuela.

World Health Organization East Asia Region:

Bangladesh, Bhutan, Korea Republic, India, Indonesia, Maldives, Myanmar, Nepal, Sri Lanka, Thailand, Timor-Leste.

World Health Organization Europe Region:

Albania, Andorra, Armenia, Austria, Azerbaijan, Belarus, Belgium, Bosnia Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Cyprus, Czech Republic, Denmark, Estonia, Finland, France, Georgia, Germany, Greece,

Gürcistan, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İzlanda, İrlanda, İsrail, İtalya, Kazakistan, Kırgızistan, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Monako, Karadağ, Hollanda, Norveç, Polonya, Portekiz, Moldova Cumhuriyeti, Romanya, Rusya Federasyonu, San Marino, Sırbistan, Slovakya, Slovenya, İspanya, İsveç, İsviçre, Tacikistan, Makedonya Cumhuriyeti, Türkiye, Türkmenistan, Ukrayna, İngiltere, Özbekistan.

Dünya Sağlık Örgütü Doğu Akdeniz Bölgesi:

Afganistan, Bahreyn, Cibuti, Mısır, İran, Irak, Ürdün, Kuveyt, Lübnan, Libya, Fas, Umman, Pakistan, Katar, Suudi Arabistan, Somali, Sudan, Suriye, Tunus, Birleşik Arap Emirlikleri, Yemen.

Dünya Sağlık Örgütü Batı Pasifik Bölgesi:

Avustralya, Brunei Sultanlığı, Kamboçya, Çin, Cook Adaları, Fiji, Japonya, Kiribati, Lao Cumhuriyeti, Malezya, Marshall Adaları, Mikronezya Federal Devletleri, Moğolistan, Nauru, Yeni Zelanda, Niue, Palau, Papua Yeni Gine, Filipinler, Kore Cumhuriyeti, Samoa, Singapur, Solomon Adaları, Tonga, Tuvalu, Vanuatu, Vietnam.

Hungary, Iceland, Ireland, Israel, Italy, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Malta, Monaco, Montenegro, Netherlands, Norway, Poland, Portugal, Republic of Moldova, Romania, Russian Federation, San Marino, Serbia, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Tajikistan, Macedonia, Turkey, Turkmenistan, Ukraine, United Kingdom, Uzbekistan.

World Health Organization East Mediterranean Region:

Afghanistan, Bahrain, Djibouti, Egypt, Iran, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Morocco, Oman, Pakistan, Qatar, Saudi Arabia, Somalia, Sudan, Syria, Tunisia, United Arab Emirates, Yemen.

World Health Organization West Pacific Region:

Australia, Brunei Darussalam, Cambodia, China, Cook Islands, Federated States of Micronesia, Fiji, Japan, Kiribati, Lao Republic, Malaysia, Marshall Islands, Mauritius, Mongolia, Nauru, New Zealand, Niue, Palau, Papua New Guinea, Philippines, Republic of Korea, Samoa, Singapore, Solomon Islands, Tonga, Tuvalu, Vanuatu, Vietnam.

DÜNYA SAĞLIK ÖRGÜTÜ GELİR GRUPLAMASI: WORLD HEALTH ORGANIZATION INCOME GROUPING:

Az Gelir Grubu:

Afganistan, Bangladeş, Benin, Burkina Faso, Burundi, Kamboçya, Merkezi Afrika Cumhuriyeti, Cad, Komoros, Kore Cumhuriyeti, Kongo, Eritrea, Etopya, Gambiya, Gine, Gine-Bisav, Haiti, Kenya, Liberya, Madagaskar, Malavi, Mali, Mozambik, Myanmar, Nepal, Nijerya, Ruanda, Sierra Leone, Somali, Tacikistan, Togo, Uganda, Tanzanya Birleşik Cumhuriyeti, Zimbabve.

Az-Orta Gelir Grubu:

Ermenistan, Butan, Bolivya, Cabo Verde, Kamerun, Kongo, Fildişi Sahili, Cibuti, Mısır, El Salvador, Gürcistan, Gana, Guatemala, Guyana, Honduras, Hindistan, Endonezya, Kiribati, Kırgızistan, Lao Demokratik Halk Cumhuriyeti, Lesoto, Moritanya, Mikronezya, Moğolistan, Fas, Nikaragua, Nijerya, Pakistan, Papua Yeni Gine, Paraguay, Filipinler, Moldova, Samoa, Sao Tome ve Principe, Senegal, Solomon Adaları, Güney Sudan, Sri Lanka, Sudan, Swaziland, Suriye, Timor-Leste, Ukrayna, Özbekistan, Vanuatu, Vietnam, Yemen, Zambiya.

Yüksek-Orta Gelir Grubu:

Arnavutluk, Cezayir, Angola, Arjantin, Azerbeycan, Belarus, Belize, Saraybosna, Botswana, Brezilya, Bulgaristan, Çina, Kolombiya, Cook Adaları, Kosta Rika, Küba, Dominik, Dominik Cumhuriyeti, Ekvator, Fiji, Gabon, Grenada, Macaristan, İran, Irak, Jamaika, Ürdün, Kazakistan, Lübnan, Libya, Malezya, Maldivler, Marshall Adaları, Morityus, Meksika, Karadağ,

Low-Income Group:

Afghanistan, Bangladesh, Benin, Burkina Faso, Burundi, Cambodia, Central African Republic, Cad, Comoros, Republic of Korea, Congo, Eritrea, Ethiopia, Gambia, Guinea, Guinea-Bissau, Haiti, Kenya, Liberia, Madagascar, Mozambique, Myanmar, Nepal, Nigeria, Rwanda, Sierra Leone, Somalia, Tajikistan, Togo, Uganda, United Republic of Tanzania, Zimbabwe.

Low-Medium Income Group:

Armenia, Bhutan, Bolivia, Cabo Verde, Cameroon, Congo, Ivory Coast, Djibouti, Egypt, El Salvador, Georgia, Ghana, Guatemala, Guyana, Honduras, India, Indonesia, Kiribati, Kyrgyzstan, Lao People's Democratic Republic, Lesotho, Mauritania, Micronesia, Mongolia, Morocco, Nicaragua, Nigeria, Pakistan, Papua New Guinea, Paraguay, Philippines, Moldova, Samoa, Sao Tome and Principe, Senegal, Solomon Islands, South Sudan, Sri Lanka, Sudan, Swaziland, Syria, Timor-Leste, Ukraine, Uzbekistan, Vanuatu, Vietnam, Yemen, Zambia.

High-Medium Income Group:

Albania, Algeria, Argentina, Azerbaijan, Belize, Sarajevo, Botswana, Brazil, Bulgaria, Cina, Colombia, Cook Islands, Costa Rica, Cuba, Dominican Republic, Ecuador, Fiji, Gabon, Grenada, Iran, Iraq, Jamaica, Jordan, Kazakhstan, Lebanon, Libya, Malaysia, Maldives, Marshall Islands, Morityus, Mexico, Montenegro, Namibia, Nauru, Niue, Palau, Panama, Peru, Romania, Saint Lucia,

Nambiya, Nauru, Niue, Palau, Panama, Peru, Romanya, Saint Lucia, Saint Vincent ve Grenadinler, Sirbistan, Seyşeller, Güney Afrika, Suriname, Tayland, Makedonya, Tonga, Tunus, Türkiye, Türkmenistan, Tuvalu, Venezuela.

Yüksek Gelir Grubu:

Andora, Antigua ve Barbuda, Avustralya, Avusturya, Bahamalar, Bahreyn, Barbados, Belçika, Brunei, Kanada, Şili, Hırvatistan, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Ekvator Ginesi, Estonya, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, İzlanda, İrlanda, İsrail, İtalya, Japonya, Kuveyt, Letonya, Litvanya, Lüksemburg, Malta, Monako, Hollanda, Yeni Zelanda, Norveç, Umman, Polonya, Portekiz, Katar, Kore Cumhuriyeti, Rusya Federasyonu, Saint Kitts ve Nevis, San Marino, Suudi Arabistan, Singapur, Slovakya, Slovenya, İspanya, İsveç, İsviçre, Trinidad ve Tobago, Birleşik Arap Emirlikleri, İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri, Uruguay.

Ülkelerin sağlık turizmiyle ilgili izleyecekleri stratejilerin belirlenmesinde Dünya Sağlık Örgütü'nün bölgelere ve gelir düzeylerine göre yaptığı ayrımı dikkate almak oldukça önem arz etmektedir. Sağlık turizminde kişiler hem tıbbi bakım ve hizmet alabilmekte hem de gittikleri destinasyonların tatille ilgili olanaklarından da faydalanmaktadırlar. Özellikle 90'lı yıllardan başlayarak dünyada hızla gelişen sağlık turizminde en çok tercih edilen ülkeler arasında; Hindistan, Küba, Kostarika, Tayland, Singapur, Kolombiya ve Malezya gelmektedir (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 68). Ayrıca Brunei, Hong Kong, Macaristan, İsrail, Ürdün, Litvanya, Filipinler ve Birleşik Arap Emirlikleri de son yıllarda sağlık turizminde önemli yere sahip olan destinasyonlar olarak görülürken, özellikle kozmetik alanında Arjantin, Bolivya, Brezilya, Kostarika, Meksika ve Türkiye çekici ülkeler arasında yerlerini almaya başlamışlardır (Heung, V.C.S. vd., 2011, "Medical Tourism Development in Hong Kong: An Assessment of the Barriers", Tourism Management, 32: 995).

Kalp ve damar ile ilgili hastalıklar Avrupa'da yaşanan ölümlerin başında gelmekte ve 16.7 milyon kişi bu nedenle hayatını yitirmektedir. Bu durum doktorların özellikle bu alanla ilgilenmeleri sonucunu doğurmaktadır. Kalp ve damar hastalıklarıyla ilgili Dünya genelinde ön plana çıkan ülkeler arasında Meksika, Hindistan, Malezya, Tayvan, Singapur, Türkiye, Tayland ve Kore sayılabilir. Kalp ve damar hastalıklarından sonra ölüm nedenleri arasında ikinci sırada kanser vakaları gelmekte ve bu hastalığın tedavisi genellikle pahalı olmaktadır. Kanser ile ilgili sağlık hizmeti almak adına tercih edilen ülkeler arasında Türkiye, Singapur, Güney Kore, Brezilya, Kostarika, Hindistan, İsrail, Malezya, Meksika ve Tayvan sayılabilir. Tüp bebek ile ilgili en çok İsrail, Hindistan, Malezya, Tayland ve Birleşik Arap Emirlikleri, zayıflama ile ilgili ise Malezya, Brezilya, Kostarika, Hindistan, Tayvan, Meksika ve Tayland tercih edilmektedir (<http://www.mhealthtalk.com/medical-tourism-is-a-growing-trend/>; Erişim Tarihi: 17.12.2015).

Esasen genel olarak incelendiğinde; küresel anlamda sağlık turistlerinin farklı ülkeler arasında dolaştıkları görülmektedir. Ruslar ve Körfez ülkeleri tedavi amaçlı Almanyaya giderken, gelir düzeyi yüksek olan Afrikalılar Fransa'ya, Latin Amerikalılar ise

Saint Vincent and the Grenadines, Serbia, Seychelles, South Africa, Suriname, Thailand, Macedonia, Tonga, Tunisia, Turkey, Turkmenistan, Tuvalu, Venezuela.

High-Income Group:

Andorra, Antigua and Barbuda, Austria, Bahamas, Bahrain, Barbados, Belgium, Brunei, Canada, Chile, Croatia, Cyprus, Czech Republic, Denmark, Ecuador Ginesi, Estonia, Finland, France, Germany, Greece, Iceland, Ireland, Israel, Italy, Japan, Kuwait, Latvia, Lithuania, Luxembourg, Malta, Monaco, Netherlands, New Zealand, Norway, Oman, Poland, Portugal, Qatar, Korea Republic, Russian Federation, Saint Kitts and Nevis, San Marino, Saudi Arabia, Singapore, Slovakia, Slovenia, Spain, Sweden, Switzerland, Trinidad and Tobago, United Arab Emirates, United Kingdom, United States, Uruguay.

In the determination of strategies that countries will implement about health tourism, World Tourism Organization's grouping according to the regions and income levels have great importance. People in the health tourism are not only able to receive healthcare and services, but also benefits from the holiday possibilities of destination. Significantly, most preferred countries in the health tourism which have been developing fastly from the 90's in the world are, India, Cuba, Costa Rica, Thailand, Singapore, Colombia and Malaysia. (Barca, M. vd., 2013, "Analyzes of Tourism Sector in Turkey and Strategy Suggestions", Journal of Business Researches: 68). While, Brunei, Hong Kong, Hungary, Israel, Jordan, Lithuania, the Philippines and the United Arab Emirates have also seen as great importance in the health tourism in recent years, especially in terms of cosmetic, Argentina, Bolivia, Brasil, Costa Rica, Mexico and Turkey have been started to have places between the attractive countries. (Heung, V.C.S. vd., 2011, "Medical Tourism Development in Hong Kong: An Assessment of the Barriers", Tourism Management, 32: 995).

Cardiovascular diseases are the leading reasons of death in Europe and 16.7 million people lose their lives for this reason. As a result of this doctors are particularly interested in that area. The countries that are in the forefront about the cardiovascular diseases in the worldwide can be shown as Mexico, India, Malaysia, Taiwan, Singapore, Turkey, Thailand and Korea. The cancer is the second disease that mostly caused deaths and cost of treatment of cancer is generally expensive. The most preferred countries for the cancer treatments are Turkey, Singapore, South Korea, Brazil, Costa Rica, India, Israel, Malaysia, Mexico, and Taiwan. Israel, India, Malaysia, Thailand and United Arab Emirates for tube baby and Malaysia, Brazil, Costa Rica, India, Taiwan, Mexico and Thailand for weight - loss are preferred mostly. (<http://www.mhealthtalk.com/medical-tourism-is-a-growing-trend/>; Access Date: 17.12.2015).

Essentially, when examined in general, it is seen that health tourists travel between different countries in terms of global. While Russians and Gulf Countries go to Germany, low-income Africans go to France and Latin American go to Miami. (Iordache,

Miami'ye gitmektedirler (Iordache, C. Vd., 2013, "Medical Tourism-Between the Content and Socio-Economic Development Goals. Development Strategies", Romanian Journal of Marketing 1: 31)

Kıtalararası sağlık turistleri hareketlerinde Asya Kıtası Amerika Kıtasını mükemmel bir merkez olması ve ileri düzeyde tıbbi teknolojiye sahip olması nedenleriyle tercih edebilirken, Afrika Kıtası Avrupa Kıtasını ileri düzeyde tıbbi teknolojiye sahip olması ve esnek sağlık hizmeti verebilmesi nedenleriyle tercih edebilmekte, yine Afrika Kıtası Asya Kıtasını ileri düzeyde tıbbi teknoloji imkanı sebebiyle talep edebilmektedir. Okyanusya Bölgesi maliyetlerin az olması ve ileri düzeyde tıbbi teknoloji nedeniyle tercih edebilirken, Amerika Kıtası Asya Kıtasını düşük fiyatlar nedeniyle, Latin Amerika'yı sigorta anlaşmaları ve düşük fiyatlar nedeniyle tercih etmektedir. Kanada Amerika'yı daha kısa bekleme süreleri nedeniyle tercih edebilirken, daha esnek sağlık hizmetleri ve düşük fiyatlar nedeniyle Latin Amerika'yı talep edebilmektedir. (<http://forum.worldtourismforum.net/reports.html>. Erişim Tarihi: 03.11.2015).

Sağlık turizminde genel eğilim ABD, İngiltere ve Avustralya gibi gelişmiş ülkelerden Kostarika, Hindistan, Macaristan ve Tayland gibi gelişmekte olan ülkelere doğru talebin yönlenmesidir (Yeoh, E. vd., 2013, "Understanding Medical Tourists: Word-of-Mouth and Viral Marketing as Potent Marketing Tools", Tourism Management 34: 196). Gelişmiş ülkelerden çoğunlukla daha az maliyetler nedeniyle gelişmekte olan ülkelere gidenler tedavi giderlerine ulaşım giderlerini bile dahil ettiklerinde yine de ülkelere oranla % 75 daha az giderlerle sağlık sorunlarını giderme imkanına sahip olmaktadır (Gan, L. ve Frederick, J.R. 2015, "Medical Tourism: Consumer's Concerns Over Risk and Social Challenges", Journal of Travel & Tourism Marketing, 32: 503).

Gelişmekte olan ülkeler sağlık turizmini kar elde edilen sektör olarak değerlendirmektedirler (Han, 2013, "The Healthcare Hotel: Distinctive Attributes For International Medical Travelers", Tourism Management 36: 257). Ülkeler açısından sağlık turizminde ilerleme kaydedebilmek karmaşık bir süreç olup, kamu ve özel sektörün birlikte hareket etmesini gerektirmektedir. Zira sağlık turizminin gelişebilmesi adına uluslararası düzeyde akreditasyona sahip olmak, ürün ve hizmetlerle ilgili kalite güvencesi sunabilmek, özellikle yabancı ülkelere sağlık turizmi kapsamında gelen turistlerin harcamaları ve sayıları hakkında açık ve net bilgiye sahip olmak, sağlık turizminde varsa maliyet tasarruf imkanlarına kavuşmak, turizm alanında mükemmel altyapıya sahip olmak,

klirik hizmetlerinde sürdürülebilir üne kavuşmak, sağlıkla ilgili hizmetlerde inovasyon ve elde edilen başarılarla ilgili bir geçmişe sahip olmak gerekmektedir. Ayrıca verilebilecek en iyi sağlık hizmetinin kişiye özgü uygulamalarla desteklenmesi, uluslararası düzeyde eğitim almış ve deneyimli sağlık personelinin de kadroda bulunmaları son derece önemlidir (<http://www.patientsbeyondborders.com/medical-tourism-statistics-facts>: Erişim Tarihi: 08.11.2015).

Bu kapsamda farklı ülkelerde uygulanan tedavi maliyetleri şu şekilde verilebilir (www.medicaltourism.com/Forms/price-comparison.aspx: Erişim Tarihi: 14.06.2017);

C. Vd., 2013, "Medical Tourism-Between the Content and Socio-Economic Development Goals. Development Strategies", Romanian Journal of Marketing 1: 31)

In the intercontinental health tourist movements, Asia prefer America because of it is a great center and have advanced level of medical technology, Africa prefer Europe because of have advanced level of medical technology and flexible health service and Africa prefer Asia advanced level of medical technology. While Oceania may be preferred because of lower costs and advanced level of medical technology, America prefer Asia because of lower prices and prefer Latin America because of insurance agreements and lower prices. Canada prefer America because of shorter waiting times and prefer Latin America because of more flexible health services and lower prices. (Access Date: 03.11.2015).

The general tendency in the health tourism is demans from developed countries like USA, England and Australia towards Costa Rica, India, Hungary and Thailand. Yeoh, E. vd., 2013, "Understanding Medical Tourists: Word-of-Mouth and Viral Marketing as Potent Marketing Tools", Tourism Management 34: 196). People who go to developing countries because of the lower treatment cost have the opportunity to resolve their health problems 75% less than their own countries even when they include the transportation costs to treatment costs. Gan, L. ve Frederick, J.R. 2015, "Medical Tourism: Consumer's Concerns Over Risk and Social Challenges", Journal of Travel & Tourism Marketing, 32: 503).

Developing countries are evaluating health tourism as a profitable sector. (Han, 2013, "The Healthcare Hotel: Distinctive Attributes For International Medical Travelers", Tourism Management 36: 257). Making progress in health tourism is a complicated process in trms of countries and requires public and private sectors take joint action. Because, having international accreditation in order to develop tourism, providing quality assurance about products and services, having clear information about expenditures and numbers of tourists coming from foreign countries within the scope of health tourism, having cost saving opportunities in health tourism, having perfect infrastructure in tourism, getting sustainable reputation in clinical services, having successful history about innovation and success in health-related services. Additionally, it is really important that the best possible health services are supported with the

personel implementations and having health staff who internationally trained and experienced. (<http://www.patientsbeyondborders.com/medical-tourism-statistics-facts>: Access Date: 08.11.2015). I

n this context, treatment costs in differenc countries can be givewn as following;

(www.medicaltourism.com/Forms/price-comparison.aspx: Access date: 14.06.2017);

Tablo 65: Bazı Ülkelerdeki Tedavi Maliyetleri.
Table 65: Treatment Costs in Some Countries

Tıbbi tedavi	Medical Treatment	ABD/USA	Kosta Rika/ Costa Rica	Kolombiya/ Colombia	Hindistan/ India	Ürdün/ Jordan	G.Kore/ South Korea	Meksika/ Mexico	İsrail/ Israel	Tayland/ Thailand	Vietnam/ Vietnam	Malezya/ Malaysia	Polonya/ Poland	Singapur/ Singapore	Türkiye/ Turkey
Kalp bypass	Heart Bypass	\$123,000	\$27,000	\$14,800	\$7,900	\$14,400	\$26,000	\$27,000	\$23,000	\$15,000		\$12,100	\$14,000	\$17,200	\$13,900
Anjiyoplasti	Angioplasty	\$28,200	\$13,800	\$7,100	\$5,700	\$5,000	\$17,700	\$10,400	\$7,500	\$4,200		\$8,000	\$5,300	\$13,400	\$4,800
Kalp kapak değişimi	Heart Valve Replacement	\$170,000	\$30,000	\$10,450	\$9,500	\$14,400	\$39,900	\$28,200	\$28,500	\$17,200		\$13,500	\$19,000	\$16,900	\$17,200
Kalça protezi	Hip Replacement	\$40,364	\$13,600	\$8,400	\$7,200	\$8,000	\$21,000	\$13,500	\$36,000	\$17,000	\$9,250	\$8,000	\$5,500	\$13,900	\$13,900
Kalça yüzey yenileme	Hip Resurfacing	\$28,000	\$13,200	\$10,500	\$9,700	\$9,000	\$19,500	\$12,500	\$20,100	\$13,500		\$12,500	\$9,200	\$16,350	\$10,100
Diz protezi	Knee Replacement	\$35,000	\$12,500	\$7,200	\$6,600	\$9,500	\$17,500	\$12,900	\$25,000	\$14,000	\$8,000	\$7,700	\$8,200	\$16,000	\$10,400
Spinal füzyon	Spinal Fusion	\$110,000	\$15,700	\$14,500	\$10,300	\$10,000	\$16,900	\$15,400	\$33,500	\$9,500	\$6,150	\$6,000	\$6,200	\$12,800	\$16,800
Diş implantı	Dental Implant	\$2,500	\$800	\$1,200	\$900	\$900	\$1,350	\$900	\$1,200	\$1,720		\$1,500	\$925	\$2,700	\$1,100
Mide kelepçe	Lap Band	\$14,000	\$9,450	\$8,500	\$7,300	\$7,000	\$10,200	\$6,500	\$17,300	\$11,500		\$8,150	\$6,700	\$9,200	\$8,600
Tüp mide ameliyatı	Gastric Sleeve	\$16,500	\$11,500	\$11,200	\$6,000	\$7,500	\$9,950	\$8,900	\$20,000	\$9,900		\$8,400	\$9,400	\$11,500	\$12,900
Gastrik bypass	Gastric Bypass	\$25,000	\$12,900	\$12,200	\$7,000	\$7,500	\$10,900	\$11,500	\$24,000	\$16,800		\$9,900	\$9,750	\$13,700	\$13,800
Histerektomi	Hysterectomy	\$15,400	\$6,900	\$2,900	\$3,200	\$6,600	\$10,400	\$4,500	\$14,500	\$3,650		\$4,200	\$2,200	\$10,400	\$7,000
Meme implant	Breast Implants	\$6,400	\$3,500	\$2,500	\$3,000	\$4,000	\$3,800	\$3,800	\$3,800	\$3,500	\$4,000	\$3,800	\$3,900	\$8,400	\$4,500
Burun estetiği	Rhinoplasty	\$6,500	\$3,800	\$4,500	\$2,400	\$2,900	\$3,980	\$3,800	\$4,600	\$3,300	\$2,100	\$2,200	\$2,500	\$2,200	\$3,100
Yüz germe	Face Lift	\$11,000	\$4,500	\$4,000	\$3,500	\$3,950	\$6,000	\$4,900	\$6,800	\$3,950	\$4,150	\$3,550	\$4,000	\$440	\$6,700
Yağ alma	Liposuction	\$5,500	\$2,800	\$2,500	\$2,800	\$1,400	\$2,900	\$3,000	\$2,500	\$2,500	\$3,000	\$2,500	\$1,800	\$2,900	\$3,000
Karın germe	Tummy Tuck	\$9,000	\$5,000	\$3,500	\$3,500	\$4,200	\$5,000	\$4,500	\$10,900	\$5,300	\$3,000	\$3,900	\$3,550	\$4,650	\$4,000
Lasik (iki göz)	Lasik (both eyes)	\$4,000	\$2,400	\$2,400	\$1,000	\$4,900	\$1,700	\$1,900	\$3,800	\$2,310	\$1,720	\$3,450	\$1,850	\$3,800	\$1,700
Kornea (Tek göz)	Cornea (per eye)	\$17,500	\$9,800	N/A	\$2,800	\$5,000	N/A	N/A	N/A	\$3,600		N/A	N/A	\$9,000	\$7,000
Katarakt ameliyatı (Tek göz)	Cataract surgery (per eye)	\$3,500	\$1,700	\$1,600	\$1,500	\$2,400		\$2,100	\$3,700	\$1,800		\$3,000	\$750	\$3,250	\$1,600
Tüp bebek tedavisi	IVF Treatment	\$12,400	N/A	\$5,450	\$2,500	\$5,000	\$7,900	\$5,000	\$5,500	\$4,100		\$6,900	\$4,900	\$14,900	\$5,200

10.2. ÜLKEMİZDE SAĞLIK TURİZMİ

10.2. HEALTH TOURISM IN OUR COUNTRY

Ülkemiz sağlık turizminde sahip olduğu potansiyel itibarıyla dünyada sayılı sağlık turizmi destinasyonlarından bir tanesi olabilme imkanına sahiptir. Akredite edilmiş sağlık kuruluşları, dünya çapında gelişme kaydetmiş uluslararası turizm hareketleri performansı, daha az maliyetlerle daha üstün sağlık hizmeti sunabilme potansiyeli, iyi eğitilmiş sağlık personeli, teknolojik açıdan modern altyapısı, coğrafik ve iklimsel açıdan stratejik konumu, doğal güzellikleri ve tarihi zenginlikleri, kamu ve özel sektörün sahip oldukları iç dinamikler örnek olarak verilebilir (http://www.deik.org.tr/Konseylcerik/3164/Haber_Kaynaklar%C4%B1.html; Erişim Tarihi: 30.12.2015). TÜRSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) raporuna göre 2013 yılında ülkemizin sağlık turizminden elde ettiği gelir 2.5 milyar Amerikan Dolarıdır. 2002 yılında 75.000 sağlık turistine hizmet veren ülkemiz gerek estetik operasyonlarla ve gerekse sağlıkla ilgili hizmetlerle 2014 yılında 500.000 kişiye ulaşmıştır. Bu başarıda ülkemizde verilen yüksek kalitede hizmetin, kolay ulaşım imkanlarının ve uygun fiyatlı hizmetlerin payı büyüktür. İstanbul'da 3.Havalimanı da hizmete girdiğinde ülkemizde sağlık turizminin önemli ölçüde artması beklenmektedir.

Sağlık turizmiyle ilgili olarak özellikle Almanya'dan ülkemize yönelik önemli düzeyde talep söz konusudur. Ayrıca onkoloji bölümleri en çok tercih edilen hizmet alanları arasında geçmektedir. Sağlık turizmi kapsamında Almanya'dan ülkemize gelenlerin yanısıra Rusya'dan, Orta Doğu Ülkelerinden, Hollanda'dan, Libya'dan, İngiltere'den ve Irak'tan talep gelmektedir. Ortadoğu Ülkeleri bölgesel güvenlik ortamı, estetik cerrahi ve saç ekimi nedenleriyle ülkemizi tercih etmekteyken, İngiltere, Hollanda ve Almanya'dan gelenler ise göz hastalıkları ve cerrahi işlem gerektiren diğer hastalıklar için tedavi hizmetlerini almaktadırlar (<http://www.dailysabah.com/health/2015/05/13/500000-tourists-visited-turkey-for-health-tourism-last-year>; Erişim Tarihi: 03.11.2015). Karaciğer naklinde Avrupa'da birinci konumda bulunan ülkemiz Avrupa'da giderek yaşlanan kişilere yüksek düzeyde nitelikli sağlık hizmeti sunma potansiyeline sahiptir. Sağlık turizmini arttırabilmek amacıyla Sağlık Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı ve Türk Hava Yolları ülkemize gelecek yabancılara % 50 ulaşım indirimi sağlayacak protokolü imzalamıştır (<http://www.turizmhaberleri.com/Haberayrinti.asp?ID=29621>; Erişim Tarihi: 30.12.2015). Ülkemizde Pfizer, Glaxo Smith Kline, Johnson & Johnson, Sanofi-Aventis, Merck, Novartis, Roche ve Astra Zeneca gibi neredeyse tüm bilinen eczacılıkla ilgilenen şirketlerin bölge müdürlüklerinin bulunması avantajının yanısıra kan ihtiyacını güvenle ve gerekli hijyen şartlarında karşılayabilen ve JCI tarafından akredite edilmiş Kızılay'ın varlığı ülkemizin sağlık turizminde diğer ülkelerle rekabet edebilmesini sağlamaktadır (http://www.turkishhealthcaretravelcouncil.org/index.php?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=133; Erişim Tarihi: 03.11.2015).

Our country has the opportunity to become one of the best health tourism destinations in the world due to its potential in health tourism. Accredited healthcare organizations which, performance of international tourism movements which developed in worldwide, potential of providing advanced health services with lower costs, well trained health staff, technologically modern infrastructure, geographically and climatically strategic location, natural beauties and historical riches, domestic dynamics of public and private sectors can be given as examples. (http://www.deik.org.tr/Konseylcerik/3164/Haber_Kaynaklar%C4%B1.html; Acces date: 30.12.2015). According to the TÜRSAB (Association of Turkish Travel Agencies) 2013 report, in 2013, our country gained 2,5 billion American Dollars. In 2002, our country has served 75.000 health tourist and reached to 500.000 people in 2014 with both plastic surgeries and health-related services. Our high quality service, easy transportation and well-priced services have a big share in this success. When the 3rd airport is in service, it is expected that health tourism will increased significantly.

There is a high demand to our country, especially from Germany for health tourism. Oncology departments are one of the most preferred services. In addition to the demand from Germany, our country has also demands from Russia, Middle East Countries, Netherlands, Libya, England and Iraq. While Middle East countries prefer our country because of the regional security environment, plastic surgery and hair transplantation; tourists from England, Netherlands and Germany receive treatments for eye diseases and other diseases which requires surgical operations. (<http://www.dailysabah.com/health/2015/05/13/500000-tourists-visited-turkey-for-health-tourism-last-year>; Access date: 03.11.2015). Our country which in the first place in terms of liver transplant in Europe, has potential for providing high quality healthcare services to the increasingly aging population of Europe. Ministry of Health, Ministry of Economy and Turkish Airlines have signed a protocol which provides 50% transportation sale to foreigners in order to increase health tourism. (<http://www.turizmhaberleri.com/Haberayrinti.asp?ID=29621>; Erişim Tarihi: 30.12.2015). In our country, the presence of regional directorates of nearly all known pharmaceutical companies like Pfizer, Glaxo Smith Kline, Johnson & Johnson, Sanofi-Aventis, Merck, Novartis, Roche ve Astra Zeneca and the presence of Red Crescent which accredited by JCI and capable of meeting the blood requirements with confidence and in the necessary hygiene conditions, enables our country to compete with other countries in health tourism. (http://www.turkishhealthcaretravelcouncil.org/index.php?option=com_content&view=article&id=112&Itemid=133; Access date: 03.11.2015).

Ülkemiz bölge olarak Avrupa ve Asya'yı birbirine bağlayan, mesafe açısından çok yakınında Bulgaristan, Yunanistan, Gürcistan, Ermenistan, Azerbaycan, İran, Irak ve Suriye bulunan bir ülke konumundadır. Bahsi geçen komşu ülkelere ve hatta daha uzak mesafedeki ülke/şehirlere (Amerika; Şikago, New York uçuş bağlantıları gibi) rahatlıkla sağlık hizmetini daha kaliteli ve daha ucuza sunabilecek alt ve üst yapıya sahiptir (<http://www.medicaltourismco.com/medical-tourism-in-turkey/>; Erişim Tarihi: 03.11.2015). JCI tarafından akredite edilmiş toplam 32 sağlık kuruluşu ülkemizde bulunmaktadır. Bu kuruluşların çoğunluğu İstanbul'da, geriye kalanı Bursa, Ankara, Antalya, İzmir, Adana ve Kocaeli'nde yer almaktadır. Ayrıca ülkemizdeki bazı hastanelerin en iyi Amerikan hastaneleriyle (Harvard Tıp Merkezi ve Johns Hopkins gibi) ortaklıkları bulunmakta, sağlık personeli İngilizce konuşabilen, yüksek düzeyde ve kaliteli hizmet verebilen, eğitimini genellikle batıda almış kişilerden oluşmakta, sağlık turistlerine ve refakatçilerine 5 yıldızlı otel konforunda sağlık hizmetleri verilmektedir (<http://medicaltourism.com/Forms/Country/Turkey.aspx?cid=225>; Erişim tarihi: 10.11.2015).

Ülkemizde Adana, Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir ve Kayseri'de termal spa hizmetlerinden, tüp bebek, göz, diş estetik cerrahiye kadar çok çeşitli alanlarda sağlık hizmeti sunulmaktadır (file:///C:/Users/user/Downloads/MWT_Turkey_Dec2010.pdf; Erişim Tarihi: 30.12.2015). Son 5 yılda gelen sağlık turisti sayısını 5 katına ulaştıran ülkemiz Arap Ülkeleri, Balkanlar ve Kafkaslar'dan da talep görmektedir. Coğrafi açıdan Avrupa ile Asya arasında köprü konumunda bulunmasının yanısıra Balkanlar, Orta Doğu ve Kuzey Afrika açısından da merkezi konumda bulunan ülkemizde 2023 yılında 2 milyon sağlık turisti ile 20 Milyar Amerikan Doları seviyesinde gelirin elde edilmesi hedeflenmektedir. Diğer ülkelerde de sunulabilen estetik cerrahi, diş veya kısırlık tedavisinin yanında ülkemizde daha yüksek düzeyde tedavi riski taşıyan kolon kanseri, beyin tümörleri, kök hücre tedavisi ve organ nakli gibi hizmetlerin yanı sıra robotik uygulamalar da mevcut olup, sağlık turistlerinin bahsi geçen tedaviler için ortalama olarak 8.000 Amerikan Doları düzeyinde harcama yaptıkları ifade edilebilir (<http://www.imtj.com/news/why-every-turkish-figure-medical-tourism-different/>; Erişim Tarihi: 31.12.2015).

Ülkemizin sağlık turizmi potansiyeli kapsamında FÜTZ (Fırsatlar, Üstünlükler, Tehditler, Zayıflıklar) analizi şu şekilde yapılabilir;

Fırsatlar:

- Dünya genelinde eskiye oranla daha fazla sayıda yapılan özel sağlık sigortaları sayesinde sağlık hizmeti alabilme imkanlarının artması (Deloitte, Haziran 2012, "Türkiye Sağlık Raporu", Yased Uluslararası Yatırımcılar Derneği: 41).
- Sağlık turizminde tanı bazlı yaklaşımların yanında tedavi bazlı sağlık hizmetlerinin artması (Deloitte, Haziran 2012, "Türkiye Sağlık Raporu", Yased Uluslararası Yatırımcılar Derneği: 41).

Our country connects Europe and Asia and so close to Bulgaria, Greece, Georgia, Armenia, Azerbaijan, Iran, Iraq and Syria and have infrastructure and superstructure that can comfortably provide higher quality and lower price services to these countries and even farther countries/cities (like America, Chicago and New York). (<http://www.medicaltourismco.com/medical-tourism-in-turkey/>; Access Date: 03.11.2015). There are 32 healthcare organizations which accredited by JCI in our country. Most of them are in İstanbul, others are in Bursa, Ankara, Antalya, İzmir, Adana and Kocaeli. In addition, some hospitals in our country have agreements with the best American hospitals (like Harvard medical center and Johns Hopkins), health staffs are able to speak English, generally trained in the West and hospitals can provide healthcare service in the comfort of 5 stars hotels. (<http://medicaltourism.com/Forms/Country/Turkey.aspx?cid=225>; Access date 10.11.2015).

In our country, health service offered in a wide range of fields, form thermal spa services to tube baby, eye, teeth and plastic surgery in Adana, Ankara, Antalya, İstanbul, İzmir and Kayseri. (file:///C:/Users/user/Downloads/MWT_Turkey_Dec2010.pdf; Access date: 30.12.2015). Our country which has increased 5 times its health tourist number has also demands from Arab Countries, the Balkans and the Caucasus. In addition to its geographic location which connects Europe and Asia, 20 billion American Dollars income and 2 million health tourists are expected for 2023 in our country which also in a central location in terms of the Balkans, Middle East and North Africa. In addition to the plastic surgery, dental or infertility treatments which can also be offered in other countries, the robotic implementations are also available in our country as well as colon cancer, brain tumors, stem cell treatments and organ transplantation which have higher treatment risk and it can be state that health tourists spend average 8.000 American Dollars for that treatments. (<http://www.imtj.com/news/why-every-turkish-figure-medical-tourism-different/>; Access Date: 31.12.2015).

In terms of health tourism potential, analyses of OSTW (Opportunities, Superiorities, Threats and Weaknesses) of our country can be done as following;

Opportunities:

- Through the increase in the private health insurances which are made more than before in worldwide, increase in the opportunities for healthcare services (Deloitte, Haziran 2012, "Health Report of Turkey, Yased International Investors": 41).
- Increase in treatment based health services in addition to the diagnosis based approaches (Deloitte, Haziran 2012, "Health Report of Turkey, Yased International Investors": 41).

- Gerek uluslararası (özellikle Arap Ülkeleri ve ABD) ve gerekse ulusal düzeyde yatırımcı şirketlerin sağlık hizmeti sunumuna giderek artan düzeyde ilgi göstermeleri.
- Sağlık turizmi kapsamında aracılık hizmeti veren şirketlerin ülkemize Arap Ülkelerinden daha fazla sayıda sağlık turistini yönlendirmeye başlamaları.
- Genel olarak insanların sağlıklarına daha fazla özen göstermeleri, hayatta kalma sürelerindeki artış, özellikle plastik cerrahide denizaşırı ülkelere olan talepteki artış (www.saglikturizmi.org.tr/tr/saglik-turizmi/genel-bilgi:Erişim Tarihi: 26.10.2015).
- *Küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle dünya genelinde sağlık hizmeti veren kuruluşlara kolayca ve hızlı bir şekilde erişim imkanının bulunması (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 83).
- Nüfusu yavaşlamakta olan ülkelerden (ABD, İngiltere, AB Ülkeleri gibi) giderek artan sayıda sağlık hizmeti talebinin olması.
- *Sağlık hizmeti alt yapısı yeterince gelişmemiş ülkelerin sağlık hizmeti taleplerinde artış olması (Manhas, S. ve Ramjit, 2015, "Marketing Analysis of Medical Tourism in India", Enlightening Tourism A Pathmaking Journal: 22).
- Özellikle gelişmiş ülkelerde hasta bekleme sürelerinin ve tedavi maliyetlerinin artması nedeniyle kaliteli sağlık hizmetini daha ucuza sunabilen gelişmekte olan ülkelere yönelik sağlık turizmi talebindeki artış.
- AB fonlarından ve Kalkınma Ajansı (BAKA gibi) projelerinden yararlanmak suretiyle sağlık turizmi pazarına yönelik eğitimler verme, pazar araştırmaları yapma ve altyapıyı güçlendirme imkanlarının varlığı.

Üstün Yönler:

- Ülkemizin komşu ülkelerle yaptığı ticari anlaşmalar ve vize muafiyeti gibi uygulamalar sonucunda daha fazla uluslararası bağlantı ve hareketlilik sağlanması ve buna bağlı olarak karşılıklı sağlık turizmi taleplerindeki artışlar.
- Sağlık turizmine aracılık hizmeti veren şirketler ve sağlık turistleri açısından ülkemizin sunulacak sağlık hizmet paketinin maliyetini azaltan ve alacakları birçok hizmeti birarada sunan "Herşey Dahil" sistemini başarıyla uygulayan, bu anlamda "fiyat-kalite" dengesini sağlayan bir ülke olarak tanınmış olması.
- Ülkemizde Onuncu Kalkınma Planı ve sonrasında farklı hacim, istek ve ihtiyaçları karşılayacak olan sağlık turizmiyle ilgili plan ve yatırımlarının halen devam ediyor olması.

- *Increasing interest of both international (especially Arab Countries and USA) and investor companies at national level to health service delivery.*
 - *Beginning of the companies which provide intermediary services within the scope of health tourism, direct more health tourists from Arab countries.*
 - *Generally, people take more care of their health, increase in survival time and increase in the demand to overseas countries especially in plastic surgery Access Date: 26.10.2015).*
 - *Presence of opportunity to access the healthcare organizations all over the world by using globalization and data information technologies easily and fastly. (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 83).*
 - *Increasing demand from the countries (like USA, England, EU Countries) which have slowing population*
 - *Increase in demand of health services of countries which have underdeveloped health service infrastructure (Manhas, S. ve Ramjit, 2015, "Marketing Analysis of Medical Tourism in India", Enlightening Tourism A Pathmaking Journal: 22).*
 - *Increase in demand of health tourism towards developing countries which can provide higher quality health services with lower prices especially as a result of increase in patient waiting time and treatment costs in developed countries.*
 - *The presence of opportunities to train, market researches and strengthen to infrastructure by using EU funds and Development Agency (like BAKA) projects.*
- Superiorities:**
- *Providing more international connection and dynamisms a result of trade agreements with neighbouring countries and the implementations like visa exemption and in related to that increase in the demand of health tourism*
 - *In terms of the intermediary companies and health tourist, known as a country that successfully implementing "All-Inclusive" system which reduce the costs of the health service package that will be offered and in this sense providing "price-quality" balance*
 - *Health tourism-related plans and investments which will meet different volumes, requests and needs in our country in the 10th Development Plan and afterwards, are still lasting.*

- Gamma knife (uzay neşteri), PET-CT (pozitron emisyon tomografi-bilgisayarlı tomografi), robotik cerrahi, IGRT (görüntü kılavuzluğunda radyoterapi) ve benzeri ileri teknoloji gerektiren sistemlerin ülkemizde oldukça iyi durumda olması.
- Ülke olarak sahip olduğumuz sağlık turizmi alt ve üst yapısının yanı sıra sağlık turistlerine ve refakatçilerine eşsiz doğal, tarihi ve kültürel değerlerimizi sunmamız.
- İstanbul'un ve Antalya'nın sağlık turizminde çok önemli potansiyelinin bulunması ve aynı zamanda uluslararası arena da önemli yerlerinin olması.
- Önemli otel zincirlerinin ve de uluslararası ilaç firmalarının ülkemizde var olmaları.
- Konaklama imkanları açısından her bütçeye uygun işletmenin ülkemizde faaliyet göstermesi.
*Avrupa veya dünyanın en uzak destinasyonlarından ülkemize kolayca ulaşım imkanının olması (BMI Research, 2015, "Turkey Tourism Report", 9).
*Ülkemizde know-how'ı yüksek olan araştırma hastanelerinin var olması (Deloitte, Haziran 2012, "Türkiye Sağlık Raporu", Yased Uluslararası Yatırımcılar Derneği: 41).
- Ülke olarak yüz nakli ve diğer organ nakillerinde dünya çapında üne sahip olmamız.
*Ulusal havayolumuz olan THY'nin sağlık turistlerine indirim imkanları sunacak olması (Yılmaz, E. 2013, "Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi", Sağlık Turizmi Paneli, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, 16).
- *Ülke olarak sağlık turizmine ulusal politika düzeyinde destek veriliyor olması. Bu bağlamda Sağlık Bakanlığı bünyesinde Sağlık Turizmi Bölümünün kurulmuş olması, kamu hastanelerinde Yabancı Hasta Birimlerinin organize edilmesi, Kültür ve Turizm Bakanlığının Tıp Turizmi Alt Komitesini oluşturması, Ekonomi Bakanlığının tanıtım, belgelendirme desteklerini vermesi, Maliye Bakanlığının % 50 vergi muafiyeti imkanı sağlaması, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu'nun www.healthinturkey.org websitesini hizmete sunması (Yılmaz, E. 2013, "Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi", Sağlık Turizmi Paneli, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, 24).
- JCI'dan akredite olmuş sağlık kuruluşları sayısı açısından ülkemizin 3.sırada olması ve kaliteli hizmeti daha uygun maliyetle sunmasından dolayı Almanya, Hollanda, İngiltere, Rusya, Azerbaycan, Libya ve Irak'tan sağlık turistlerinin ülkemizi seçmiş olmaları ([www.deik.org.tr/Konseyicerik/6215/Turkey_A-partner in health_care.html](http://www.deik.org.tr/Konseyicerik/6215/Turkey_A-partner_in_health_care.html): Erişim Tarihi: 26.10.2015).

- *The Systems which requires advanced technologies like Gamma knife, PET- CT (positron emission tomography-computed tomography), robotic surgery, IGRT (Image - Guided Radiation Therapy) are quite good in our country.*
- *Our country provide natural, historical and cultural values as well as its infrastructure and upper structure for health tourism*
- *İstanbul and Antalya have great potential fo health tourism and have important place in international arena*
- *The presence of the important hotel cahins anf medical firms in our country*
- *The presence of the facilities which are affordable for everyone in terms of accommodation opportunities in our country*
- *Easy transportation to our country form Europe and the farthest destination of the world (BMI Research, 2015, "Turkey Tourism Report", 9).*
- *The presence of the research hospitals which have high know-how(Deloitte, Haziran 2012, " Health Report of Turkey, Yased International Investors": 41).*
- *Our country have reputation in face transplant and other transplantations*
- *Sales oportunitites that will offered by Turkish Airlines which is our national airlines (Yılmaz, E. 2013, "Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi", Sağlık Turizmi Paneli, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, 16).*
- *Support to the health tourism at national level in our country. In this context, Department of Health Tourism was established within the Ministry of Health, Department of Foreign Patients was organized in public hospitals, Subcommittee of Medical Tourism was established within the Ministry of Culture and Tourism, promotion and certijfcaiton support of Ministry of Economy, 50% tax immunity opportunity of Ministry of Finance, www.healthinturkey.org website of Foreign Economic Relations Board (Yılmaz, E. 2013, "Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi", Sağlık Turizmi Paneli, İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, 24).*
- *Because of it is in the 3rd place in terms of healthcare organizations which accredited byJCI and provide quality service with lower prices, helth tourists from Germany, Netherlands, England, Russia, Azerbaijan, Libya and Iraq prefer our country ([www.deik.org.tr/Konseyicerik/6215/ Turkey_A-partner in](http://www.deik.org.tr/Konseyicerik/6215/Turkey_A-partner in)*

• Sağlık turizminin ülkemizde daha da gelişebilmesi adına özellikle Sağlık Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığın arasındaki uyumlu çalışma (sağlık turizmi, spa&wellness ve yaşlı bakımı konularında) imkanının varlığı (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11492/saglik-ve-termal-turizmi-tanimi.html>; erişim tarihi: 26.10.2013).

• Ülkemizde birçok hastanede onkolojik tedaviler, kardiyovasküler cerrahi, çocuk, beyin, estetik cerrahi, göz ve diş sağlığında gelişmiş düzeyde sağlık hizmetlerinin mümkün olması ve Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Dairesinde 7/24 saat Arapça, İngilizce, Almanca ve Rusça dillerinde yabancı hastalara hizmet veriliyor olması (www.saglikturizmi.org.tr/saglik-turizmi/genel-bilgi; Erişim Tarihi: 26.10.2015).

*Ekonomi Bakanlığının sağlık hizmetleri sektörüne araştırma, yurtdışında ofis açma ve tanıtım desteği vermesi (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 83,84).

*Ülkemizde sağlıkta dönüşüm programının başarıya ulaşmış olması ve serbest sağlık bölgelerinin kurulmasına olanak sağlanması (Sağlık Bakanlığı, 2012, "Stratejik Plan 2013-2017":58-60), serbest sağlık bölgelerinin sayılarının 2023 yılına kadar 10' a çıkarılmasının planlanması (Deloitte, January 2014, "Healthcare Industry in Turkey", Republic of Turkey Prime Ministry Investment Support and Promotion Agency: 85)

*Ülkemizin potansiyel olarak sahip olduğu termal kaynaklar açısından Avrupa'da 1.sırada ve dünyada ise 7.sırada olması (Özsarı, S.H. ve Karatana, Ö. 2013, "Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu", J Kartal TR, 24 (2): 142).

*Ülkemizde genel sağlık sigortası sisteminin olması (Sağlık Bakanlığı, "Stratejik Plan 2010-2014"): 39).

• Kaliteli sağlık hizmetinin diğer ülkelere göre çok daha uygun maliyetlerle sunulabilmesi.

Tehditler:

• Dünyada sağlık turizminde rekabet halinde olduğumuz lider destinasyonların ülkemize oranla sağlık turizmi adına daha fazla bütçe ayırmaya başlamaları.

• Bulduğumuz coğrafyada ekonomik, sosyal veya siyasal anlamda ülkemiz veya komşu ülkeler açısından yakın veya orta vadede karışıklıkların olma ihtimalinin bulunması ve yaşanan terör saldırılarının yurtdışındaki yansımaları.

• Uluslararası sağlık turizmi pazarında rekabet eden kuruluşlarımızın rekabeti "hizmet" yerine "fiyat" temelli yaparak daha "ucuza" yönelmelerinin gelecekte sağlık turizmi pazarı açısından getirebileceği sorunların varlığı.

health_care.html: Access Date: 26.10.2015).

• *In terms of higher development of health tourism in our country, coordination between the Ministry of Health and Ministry of Culture and Tourism (sağlık turizmi, spa&wellness ve yaşlı bakımı konularında) imkanının varlığı (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11492/saglik-ve-termal-turizmi-tanimi.html>; access date: 26.10.2013).*

• *The possibilities of advanced health services in oncologic treatments, cardiovascular surgery, child, brain, plastic surgery, eye and dental health in many hospitals and there are services for foreign patients in Arabic, English, German and Russian. (www.saglikturizmi.org.tr/saglik-turizmi/genel-bilgi; Access date :26.10.2015).*

• *Support of the Ministry of Economy to healthcare services industry for research, offices in te abroad and promotion (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 83,84).*

• *The success of health transformation programme and the establishments of the free health zones in our country (The Ministry of Health 2012, "Strategic Plan 2013-2017":58-60), plans about to increase the number of health zones to 10 before 2023 (Deloitte, January 2014, "Healthcare Industry in Turkey", Republic of Turkey Prime Ministry Investment Support and Promotion Agency: 85)*

• *In terms of the thermal source, our country is in the first place in Europe and in the 7th place in the world. (Özsarı, S.H. ve Karatana, Ö. 2013, "Turkey' Situation in Terms of Helth Tourism", J Kartal TR, 24 (2): 142).*

• *The presence of the general health insurance in our country (The Ministry of Health, "Strategic Plan 2010-2014"): 39).*

• *Providing of quality healt services with lower prices in compare to the other countries*

Threats:

• *Leading destinations which our country is competing in health tourism are starting to allocate more budgets for health tourism than our country.*

• *Possibility of confusions in our geographical region in terms of neighboring countries in the near or medium term in the sense of economic, social and political and the reflections of the terrorist attacks in abroad.*

• *The existence of possible problems as a result of our competitive organizations in the international health tourism market are competing as "price" based instead of "quality" and tending towards "cheaper".*

- Gerek turizm hareketleri ve gerekse sağlık turizmi pazarında önemli potansiyeli bulunan Rusya ile ülkemiz arasında yaşanan krizin sağlık turizmini olumsuz etkileme ihtimalinin bulunması.
- Tıbbi hizmet ve ilgili teknolojilerin artan fiyatlarının finansman gücünü doğurabilmesi ve/veya şirketleri dış kaynak kullanımına (outsourcing) yönelterek şirketlerin zaman zaman hizmet kalitesi sorunu yaşamalarına neden olması (Deloitte, Haziran 2012, "Türkiye Sağlık Raporu", Yased Uluslararası Yatırımcılar Derneği: 41).
- Ekonomik açıdan gelişmiş ve özellikle nüfusu yaşlanan ülkelerin artan doktor ihtiyaçları nedeniyle ülkemizden bahsi geçen bu ülkelere beyin göçünün hızlanabilmesi ihtimalinin bulunması (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 84).
- İlaç sektöründe tekelleşmeye gidilmesi ve ülkemizin bu anlamda dışa bağımlılığının olması (Sağlık Bakanlığı, "Stratejik Plan 2010-2014": 40).

Zayıf Yönler:

- Yurtdışına kıyasla ülkemizde uygulanmakta olan tedavi başarılarının reklam amaçlı yeterince duyurulmaması, tedavi sonuçlarının akademik makale veya toplantılarda paylaşılmasıyla yetinilmesi.
- Ülke olarak tanıtıma ayırdığımız bütçenin ve içerisinde sağlık turizmi potansiyelimizin tanıtımı için ayrılan payın sağlık turizmindeki rakip ülkelere göre yetersiz olması.
- Ülkemizde sağlık turizmine yönelik alt ve üst yapısı tamamlanmış şehirlerimizin sayıca az olması, bu şehirlerin tamamında gerek sağlık turistlerine ve gerekse refakatçilerine tam anlamıyla sağlık turizmi paketi bileşenlerinin sunulamıyor olması.
- Ülke olarak henüz sağlık turizminin faydaları konusunda toplumumuzda yeterli bilincin oluşmamış olması, sağlık turizmiyle ilgili olarak tanıtım, bütçe oluşturma, pazarlama, sağlık turizmi paketi bileşenlerini oluşturma, sağlık turistlerinin beklentileri, yurtdışına sağlık turizmi paketleriyle ilgili teklif verme gibi birçok konuda gerek kurs, sertifika düzeyinde gerekse ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyinde eğitimlerin yetersiz olması.
- Ülkemizde sağlık turizmiyle ilgili tutulan istatistiklerin yeterli, güncel ve detaylı olmaması ve bu durumun sağlık turizmiyle ilgili vizyon oluşturmada, sağlık turizmi yatırımlarını yönlendirmede gereken verilere istenen zamanda ve detayda ulaşılamamasına yol açması.

- *The existence of the possibility of crisis between Russia which have important potential in both tourism movements and in health tourism market and our country can affect health tourism negatively.*
- *Increasing costs of medical service and related technologies can lead to financial difficulties and/or can direct companies to outsourcing and resulting in experiencing quality service problems olması (Deloitte, Haziran 2012, "Health Report of Turkey, Yased International Investors": 41).*
- *The existence of possibility of brain drain from our country to the countries that because of the increasing doctor needs of the economically developed and especially aged population countries (Barca, M. vd., 2013, "Türkiye'de Sağlık Turizm Sektörünün Analizi ve Strateji Önerileri", İşletme Araştırmaları Dergisi: 84).*
- *Becoming monopolized in the pharmaceutical sector and our country has external dependence in this sense. (The Ministry of Health, "Strategic Plan 2010-2014"): 40).*

Weaknesses:

- *The treatment successes which are being applied in our country can not promote sufficiently in comparison with abroad and results of treatments are shared only in the academic essays or in the meetings.*
- *The budget of our country for promotion and the share of promotion of the health tourism potential in the budget are insufficient in comparison with the competitor countries.*
- *The number of the cities which completed infra and upper structures in terms of health tourism are low and in these cities, health tourism package components are not provided properly to the health tourists and the companions.*
- *There is no sufficient awareness about the benefits of health tourism in our country and the educations at the level of both course, certificate and associate, bachelor and master degree about the promotion, setting budget, marketing, setting components of health tourism package, expectations of health tourists, bidding for health tourism packages in abroad are insufficient.*
- *The statistics about health tourism are not sufficient, actual and detailed and this leads to the inability to reach the required data in right time and as detailed in order to create a vision and guide to the health tourism investments.*

- Ülkemizde faaliyet gösteren ve sağlık turizminde aracılık hizmeti veren şirketlerin sayıca az olması ve mevcut şirketlerin uzmanlaşma yerine dağınık çalışarak farklı tedaviler için farklı teklif vermeleri.
- Uluslararası sağlık turizmi pazarını yönlendiren veya akredite hizmeti veren kuruluşların yayın organlarında ülkemizin aktif olarak sağlık turizmi amaçlı tanıtımın yapılmaması, bu tür kuruluşların etkinliklerine sponsor olunmaması, ülkemizde gerçekleştirilmiş olan ve dünya/Avrupa çapında etkisi olan tedavilere veya cerrahi operasyonlara ait yabancı dilde hazırlanmış haberlerin yurtdışında yayımlanan sağlık turizmi pazarına yönelik dergilerde ve basın-yayın organlarında yeterince yer almaması.
- Sağlık turizmiyle ilgili araştırmaların ülkemizde yeterince desteklenmemiş olması, sağlık kuruluşlarımızın (kamu + özel) sağlık turizmüne dönük çalışmalarının yeterince teşvik edilmemesi.
- Ülkemizin sağlık turizmi adına sahip olduğu imkanlarının özellikle yurtdışındaki elçiliklerimiz, ulusal havayolumuz gibi mekanizmalardan yararlanarak tanıtımında aktif strateji gütmememiz. Bu bağlamda örneğin THY uçaklarına ülkemizdeki sağlık turizmi potansiyelini anlatan sloganlar yazılabilir, resimler konabilir, elçiliklerimiz vasıtasıyla ülkemizde elde edilen başarıların tanıtım posterleri dağıtılabilir.
- Ülkemizi tercih eden sağlık turistlerinin beklenti ve tatmin düzeylerini yeterince ölçmediğimiz gibi, uluslararası sağlık turizmi pazarında yakın ve orta vadedeki değişimleri, beklentileri ülke genelinde, sağlık kuruluşları nezdinde yeterince takip etmiyor ve sonuçları kamuoyuyla paylaşmıyor olmamız.
- Ülkemizde örneğin obezite, kanser tedavisi veya yüz nakli konusunda çok başarılı olmamıza rağmen ülkemizin yurtdışında sağlık turizminde belirli branşlarda odaklanabilme potansiyelinin yeterince duyurulmaması veya bununla ilgili gerekli algının sağlık turistlerinde yerleşmemiş olması.
- Ülkemizdeki sağlık kuruluşlarının yatırım aşamasında kapasitelerini belirlemede yeterli fizibilite etütleri, sağlık turizmi pazarı araştırmaları yapmamaları, sağlık turisti sayılarını, geliş sıklıklarını ve beklentilerini gereken düzeyde dikkate almamaları.
- Mükemmel düzeyde çeviri veya İngilizce dışında yeni gelişen pazarlara ait dillerde çeviri ve iletişim konularında yetişmiş personel sıkıntımızın bulunması.
- Ülkemizin sağlık turizmi kapasitesini duyuracak, sağlık kuruluşlarımızın dünya çapında veya Avrupa ölçeğindeki referanslarını paylaşacak ve sağlık turizmi talebi geldiği zaman merkezi rezervasyon sistemine sahip olan yurtdışında sağlık turizmi tanıtım ve satış ofislerimizin eksikliği.

- *The number of mediatory companies which operate in our country are low and the current companies are working disorderly and giving different offers instead of specialization*
- *There is no active promotions about health tourism of our country in the media organs of organizations which lead the international tourism market and have accreditation services, there is no sponsorship to the events of this organizations and news in foregin languages about treatments or surgeries which have effects across the world/Europe and were applied in our country does not take part in the media organs which are related to the health tourism sufficiently.*
- *Researches about health tourism are not supported sufficiently in our country and healthcare organizations' (public+private) workings about health tourism are not encouraged enough.*
- *There is no active promotion about the opportunities of our country in terms of health tourism by using especially the Turkish embassies in abroad and national airlines. For example; slogans can be written to the planes of Turkish airlines, photos can be used or promotion posters of successes of our country can de distributed via our embassies.*
- *We can not evaluate the expectations and satisfaction level of health tourists who prefer our country and even we do not follow the changes and expectations in the near and medium term across the country and in terms of healthcare organiations sufficiently.*
- *Though our country is very successful in obesite, cancer treatment of face transplantation, the potential of our country to focus on specific branches are not announced sufficiently or necessary percept is not given to the health tourists*
- *The healthcare organizaitons in our country do not enough feasibility studies and health tourism market researches in the investment stage, and do not consider the nuöber of health tourists, the frequency of arrivals and expectations*
- *The existence of the problems about staff who trained in advanced level translation and translation in the languages of new developing markets, except English, and in communication issues.*
- *The lack of the promotion and sale offices in the abroad which can promote the health tourism capacity of our country, share the global of European scale references of our healthcare organizations and have central reservation system for the demands for health tourism*

- Yabancı sağlık turistlerinin havayolu ile direkt uçmayı ve tarifeli seferleri tercih etmeleri, buna karşılık ülkemizde halen özellikle kış dönemlerinde yurtdışından geliş ve gidişlerde ağırlıklı olarak İstanbul üzerinden aktarmaların yapılıyor olmasının yarattığı sorunlar.
- Sağlık kuruluşlarımızın websitelerinde ağırlıklı olarak sağlık turizmi pazarına dönük ürün ve hizmetlerini tanıtmaları, ülkemizin doğal, tarihi ve kültürel değerlerine fazla yer vermemeleri.
- Uluslararası sağlık turizmi pazarındaki büyük sağlık kuruluşlarını ve/veya aracı kuruluşları birtakım teşvikler sunarak henüz yatırımcı veya işletmeciler olarak ülkemize çekememiş olmamız.
- Tıbbi cihaz üretiminde ülkemizin büyük ölçüde (% 85 oranında) dışa bağımlı olması ve gerekli durumlarda ithalat yapmak zorunda kalması, ayrıca birçok sektörde olduğu üzere ülkemizin sağlık sektöründe de ilgili mevzuat ve yönetmeliklerini AB ile uyumlaştırma çalışmalarının henüz tamamlanmamış olması (Deloitte,Haziran 2012, "Türkiye Sağlık Raporu", Yased Uluslararası Yatırımcılar Derneği: 48,49).
- Ülkemizde mevcut mevzuat sağlık turizmini yeterince destekleyememekte, işlemlerde birden fazla bakanlığın onay ve koordinasyonu gerekebilmektedir (Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Maliye Bakanlığı gibi) (Aydın, A. 2013, "Sağlık Turizmi Paneli", İstanbul Medeniyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, 35).
- Ülkemizde hizmet veren sağlık personelinin özellikle Avrupa Sağlık Mevzuatı ve Sağlık Turisti Hakları konularında yeterince bilgi sahibi olmaması (Özsarı, S.H. ve Karatana, Ö. 2013, "Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu", J Kartal TR, 24 (2): 143).
- Ülkemizde aynı tedavi veya cerrahi işlemin farklı ülke vatandaşlarına farklı fiyatlandırılabilirdiği örneklerin bulunması.
- Sağlık personeli sayısının sağlık turizmindeki talebi yeterince karşılayamaması, ayrıca Sağlık Bakanlığının iş yükünün fazla olması (Sağlık Bakanlığı, "Stratejik Plan 2010-2014"39)

NOT: (Sağlık Turizminde Gelişmeler: 10.Bölüm Akın Aksu vd, (2015-2016),"Sağlık Turizminde Keşfedildikçe Büyüyen Ülke Türkiye: Pazar Analizi ve İzlenmesi Gereken Stratejiler" TYD Barlas Küntay Turizm Araştırma Yarışması Birincilik Ödülü Projesinden derlenerek hazırlanmıştır,s.17-65)

- *Foreign health tourist prefer the direct flights and scheduled flights, but in the contrary, in our country especially in winter season flights, layovers are mainly from İstanbul*
- *The healthcare organizations are promoting mainly health tourism related products and services in their websites and do not give place the natural, historical and cultural values of our country.*
- *Our country have not attracted the major healthcare organizations and/or mediatory organizations as investor or operator yet by providing some encouragements*
- *Our country is mainly foreign-dependent in the production of medical devices (85%) and have to import in necessary situations and as it is in many sectors, the efforts to align the relevant legislations and regulations with the EU in the health sector have not been completed yet. (Deloitte,Haziran 2012, "Türkiye Sağlık Raporu", Yased Uluslararası Yatırımcılar Derneği: 48,49).*
- *Current legislation in our country can not adequately support health tourism and approval and coordination of multiple ministries may be required. (like Ministry of Health, Ministry of culture and Tourism and Ministry of Economy) (Aydın, A. 2013, "Health Tourism Panel", Tourism Faculty, İstanbul Civilization University, 35).*
- *Health staff in our country has no enough information about especially The European Health Legislation and the Rights of Health Tourist (Özsarı, S.H. ve Karatana, Ö. 2013, "The Situation of Turkey in terms of the Health Tourism", J Kartal TR, 24 (2): 143).*
- *There some examples in our country that the same treatment or surgical procedure can be priced differently for the citizens of different countries*
- *The number of health staff can not meet enough the demand in health tourism and the workload of the Ministry of Health is too high. (the Ministry of Health "Strategic Plan 2010-2014"39)*

P.S. : It is compiled from the Winner Project of the TYD Barlas Küntay Tourism Research Competition, Development in Health Tourism: Part 10 Akın Aksu vd, (2015-2016),"Sağlık Turizminde Keşfedildikçe Büyüyen Ülke Türkiye: Pazar Analizi ve İzlenmesi Gereken Stratejiler"

11. BÖLÜM GOLF TURİZMİ

CHAPTER 11: GOLF TOURISM

Tablo 66: Son Beş Yılda Ülkelerine Göre Golf Oyun Sayılarının Karşılaştırması (2012-2016)
Table 66: The Comparison of the Golf Game Numbers in Terms of Countries in the Last 5 Years

Milliyeti	Nationality	2016			2015			2014			2013			2012		
		Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place
ABD	USA	81	0,03%	41	208	0,05%	30	3193	0,63%	15	1247	0,25%	21	1579	0,34%	16
Almanya	Germany	112361	36,80%	1	167840	36,88%	1	181596	35,97%	1	173268	35,00%	1	176849	38,17%	1
Arnavutluk	Albania	83	0,03%	40	44	0,01%	46	95	0,02%	34	0	0,00%	54	13	0,00%	54
Avustralya	Australia	166	0,05%	30	439	0,10%	23	766	0,15%	22	376	0,08%	31	185	0,04%	35
Avusturya	Austria	6386	2,09%	9	8955	1,97%	10	14060	2,78%	8	13566	2,74%	8	11791	2,54%	9
Azerbaycan	Azerbaijan	2	0,00%	51	20	0,00%	51	10	0,00%	49	6	0,00%	49	23	0,00%	51
Beyaz Rusya	Belarus	10	0,00%	48	32	0,01%	48	11	0,00%	45	10	0,00%	46	50	0,01%	44
Belçika	Belgium	1814	0,59%	15	3949	0,87%	12	5524	1,09%	12	3181	0,64%	14	3757	0,81%	14
Bosna Hersek	Bosnia and Herzegovina	91	0,03%	37	49	0,01%	44	7	0,00%	52	4	0,00%	51	13	0,00%	55
Brezilya	Brazil	0	0,00%	53	0	0,00%	56	0	0,00%	57	10	0,00%	47	0	0,00%	59
Bulgaristan	Bulgaria	284	0,09%	23	266	0,06%	28	47	0,01%	39	25	0,01%	42	70	0,02%	41
Çin	China	220	0,07%	27	81	0,02%	39	223	0,04%	29	343	0,07%	32	208	0,04%	33
Çek Cum.	Czech Republic	6685	2,19%	8	9483	2,08%	9	10515	2,08%	11	11930	2,41%	9	8635	1,86%	11
Danimarka	Denmark	13450	4,41%	4	12077	2,65%	7	16744	3,32%	6	10087	2,04%	12	9704	2,09%	10
Estonya	Estonia	320	0,10%	21	358	0,08%	26	176	0,03%	31	282	0,06%	34	423	0,09%	27
Fas	Morocco	0	0,00%	54	0	0,00%	57	0	0,00%	58	0	0,00%	55	14	0,00%	53
Finlandiya	Finland	10338	3,39%	5	18687	4,11%	5	17692	3,50%	5	24658	4,98%	5	18940	4,09%	5
Fransa	France	6364	2,08%	10	22060	4,85%	4	28939	5,73%	4	33144	6,69%	3	23397	5,05%	4
G.Kore	S. Korea	235	0,08%	24	157	0,03%	33	66	0,01%	36	1258	0,25%	20	270	0,06%	31
Gürcistan	Georgia	0	0,00%	55	0	0,00%	58	8	0,00%	51	7	0,00%	48	0	0,00%	60
G.Afrika	S. Africa	31	0,01%	46	64	0,01%	41	18	0,00%	43	32	0,01%	41	25	0,01%	49
Hırvatistan	Croatia	437	0,14%	18	566	0,12%	19	676	0,13%	25	147	0,03%	35	277	0,06%	30
Hindistan	India	44	0,01%	43	55	0,01%	43	38	0,01%	40	19	0,00%	45	52	0,01%	43
Hollanda	Netherlands	9903	3,24%	6	13960	3,07%	6	14597	2,89%	7	17550	3,54%	6	14890	3,21%	6
Irak	Iraq	0	0,00%	56	1250	0,27%	17	3	0,00%	55	0	0,00%	56	0	0,00%	61
İngiltere	England	94602	30,99%	2	128494	28,24%	2	135149	26,77%	2	118957	24,03%	2	114039	24,61%	2
İran	Iran	8	0,00%	49	30	0,01%	50	30	0,01%	42	36	0,01%	40	42	0,01%	46
İrlanda	Ireland	115	0,04%	34	238	0,05%	29	312	0,06%	28	1532	0,31%	19	1337	0,29%	18
İskoçya	Scotland	230	0,08%	25	96	0,02%	38	51	0,01%	38	1174	0,24%	22	961	0,21%	21
İspanya	Spain	86	0,03%	39	155	0,03%	34	171	0,03%	32	310	0,06%	33	177	0,04%	36
İsrail	Israel	0	0,00%	57	0	0,00%	59	0	0,00%	59	2	0,00%	53	10	0,00%	56
İsveç	Sweeden	14545	4,76%	3	28579	6,28%	3	30730	6,09%	3	27050	5,46%	4	30680	6,62%	3
İsviçre	Switzerland	7421	2,43%	7	11293	2,48%	8	11485	2,27%	9	13778	2,78%	7	12493	2,70%	8
İtalya	Italy	110	0,04%	36	480	0,11%	22	1789	0,35%	17	2104	0,42%	16	1154	0,25%	19
İzlanda	Iceland	162	0,05%	31	409	0,09%	25	85	0,02%	35	98	0,02%	37	532	0,11%	23
Japonya	Japan	325	0,11%	20	496	0,11%	21	699	0,14%	23	667	0,13%	24	445	0,10%	25
K.K.T.C.	T.R.N.C.	65	0,02%	42	79	0,02%	40	62	0,01%	37	78	0,02%	38	24	0,01%	50
Kırgızistan	Kirghistan	114	0,04%	35	2	0,00%	54	6	0,00%	53	24	0,00%	43	195	0,04%	34
Kazakistan	Kazakhstan	90	0,03%	38	151	0,03%	35	156	0,03%	33	512	0,10%	27	433	0,09%	26
Kanada	Canada	42	0,01%	44	58	0,01%	42	364	0,07%	26	1691	0,34%	18	485	0,10%	24
Letonya	Latvia	162	0,05%	32	187	0,04%	31	11	0,00%	46	23	0,00%	44	92	0,02%	38

Milliyeti	Nationality	2016			2015			2014			2013			2012		
		Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place	Sayı Number	Oran % Rate %	Sıra Place
Litvanya	Lithuania	202	0,07%	28	107	0,02%	37	38	0,01%	41	403	0,08%	29	62	0,01%	42
Lüksemburg	Luxemburg	180	0,06%	29	550	0,12%	20	893	0,18%	20	633	0,13%	26	339	0,07%	29
Malta	Malta	0	0,00%	58	0	0,00%	60	0	0,00%	60	0	0,00%	57	145	0,03%	37
Macaristan	Hungary	291	0,10%	22	339	0,07%	27	357	0,07%	27	42	0,01%	39	81	0,02%	39
Mısır	Egypt	0	0,00%	59	3	0,00%	53	0	0,00%	61	0	0,00%	58	44	0,01%	45
Moldova	Moldova	2	0,00%	52	0	0,00%	61	9	0,00%	50	6	0,00%	50	6	0,00%	57
Norveç	Norway	5385	1,76%	11	8481	1,86%	11	11038	2,19%	10	11341	2,29%	10	12596	2,72%	7
Özbekistan	Uzbekistan	0	0,00%	60	2	0,00%	55	0	0,00%	62	0	0,00%	59	0	0,00%	62
Polonya	Poland	363	0,12%	19	771	0,17%	18	1770	0,35%	18	1841	0,37%	17	1503	0,32%	17
Portekiz	Portugal	34	0,01%	45	40	0,01%	47	11	0,00%	47	398	0,08%	30	864	0,19%	22
Romanya	Romania	229	0,08%	26	159	0,03%	32	197	0,04%	30	129	0,03%	36	265	0,06%	32
Rusya Fed.	Russian F.	1849	0,61%	14	3806	0,84%	14	4785	0,95%	13	5722	1,16%	13	4281	0,92%	13
S. Arabistan	Saudi Arabia	3	0,00%	50	32	0,01%	49	11	0,00%	48	0	0,00%	60	5	0,00%	58
Sırbistan	Serbia	146	0,05%	33	116	0,03%	36	805	0,16%	21	438	0,09%	28	71	0,02%	40
Slovakya	Slovakia	4547	1,49%	12	1955	0,43%	16	3706	0,73%	14	2415	0,49%	15	2734	0,59%	15
Suriye	Syria	0	0,00%	61	0	0,00%	62	5	0,00%	54	0	0,00%	61	26	0,01%	48
Slovenya	Slovenia	1769	0,58%	16	2992	0,66%	15	1578	0,31%	19	817	0,17%	23	1131	0,24%	20
Türkmenistan	Turkmenistan	0	0,00%	62	0	0,00%	63	0	0,00%	63	0	0,00%	62	0	0,00%	63
Tunus	Tunusia	14	0,00%	47	7	0,00%	52	1	0,00%	56	3	0,00%	52	28	0,01%	47
Ukrayna	Ukrain	925	0,30%	17	411	0,09%	24	695	0,14%	24	653	0,13%	25	388	0,08%	28
Yunanistan	Greece	0	0,00%	63	45	0,01%	45	18	0,00%	44	0	0,00%	63	23	0,00%	52
Belirlenemeyen	Unidentified	1976	0,65%	13	3922	0,86%	13	2851	0,56%	16	11076	2,24%	11	4473	0,97%	12
Yab. Ziyaretc.	Foreign Visitors	305297	97,08%		455085	98,26%		504872	98,37%		495103	98,69%		463329	98,49%	
Yerli Ziyaretçi	Native Visitors	9185	2,92%		8077	1,74%		8344	1,63%		6581	1,31%		7097	1,51%	
Genel Top.	General Total	314482			463162			513216			501684			470426		

Tablo 67: Belek Turizm Merkezi Kümülatif Golf Oyun Sayıları (2007-2017)
Table 67: The Belek Tourism Center Cumulative Golf Game Number (2007-2017)

AYLAR	MONTHS	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	TOPLAM/ TOPLAM
OCAK	JANUARY	12.504	22.179	21.684	25.647	31.600	29.359	28.167	28.171	28.789	22.593	315.043
SUBAT	FEBRUARY	26.684	41.770	40.807	48.804	52.589	46.507	47.434	47.553	50.190	38.869	562.309
MART	MARCH	46.645	64.593	79.582	82.342	94.963	77.575	76.047	80.089	74.050	56.582	941.852
NİSAN	APRIL	38.752	54.660	61.347	58.225	80.866	61.876	72.747	77.683	67.429	47.969	782.626
MAYIS	MAY	24.966	33.331	34.848	49.858	55.998	50.667	61.378	61.448	56.295	44.181	576.196
HAZİRAN	JUNE	9.895	11.139	13.865	14.302	16.082	15.984	18.135	18.721	16.822	11.556	193.876
TEMMUZ	JULY	6.219	7.451	7.007	7.175	7.017	7.568	6.576	6.544	6.562	4.822	95.268
AGUSTOS	AUGUST	6.808	7.552	7.297	7.072	7.557	6.808	6.409	6.787	6.358	3.422	103.023
EYLÜL	SEPTEMBER	16.747	19.213	22.903	24.922	24.118	27.480	30.122	32.919	29.825	16.657	316.794
EKİM	OCTOBER	40.998	51.428	58.078	67.555	62.476	58.689	61.047	57.353	54.678	26.202	725.705
KASIM	NOVEMBER	49.075	51.592	62.312	65.741	65.778	56.960	63.464	63.926	42.322	24.526	756.783
ARALIK	DECEMBER	18.049	21.741	25.718	31.894	30.239	30.953	30.158	32.022	29.725	17.103	340.683
TOPLAM	TOTAL	297.342	386.649	435.448	483.537	529.283	470.426	501.684	513.216	463.045	314.482	5.815.179

* Tat golf tesisinden alınan 4 yıllık (1998-2001) oyun sayıları aylık verileri içermediğinden yıl sonu toplamlarına eklenmiştir
* The number of game of Tat for 4 years (1998-2001) do not include the monthly data, so it is added to the year-end total

Tablo 68: Belek Bölgesi 2016 Yılı Golf Oyun Sayıları Tablosu
Table 68: The Golf Game Number of Belek Region in 2016

TESİS ADI		OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	TEMMUZ	AĞUSTOS	EYLÜL	EKİM	KASIM	ARALIK	TOPLAM
FACILITY NAME		JANUARY	FEBRUARY	MARCH	APRIL	MAY	JUNE	JULY	AUGUST	SEPTEMBER	OCTOBER	NOVEMBER	DECEMBER	TOTAL
TİTANİC GOLF CLUB	27	1.163	2.410	5.195	3.298	1.943	499	246	243	868	2.068	1.813	1.543	21.289
NATIONAL GOLF CL	18+9	1.356	2.433	3.634	3.126	3.678	1.033	535	443	1.887	2.135	2.407	3.080	25.747
ANTALYA GOLF CL	36	2.442	4.400	6.189	6.282	6.002	952	309	184	2.538	3.028	2.998	821	36.145
KAYA PALAZZO GOLF	18	1.053	2.685	3.621	3.485	1.879	440	253	181	369	2.175	2.331	1.023	19.495
CARYA GOLF CLUB	18	1.656	3.402	5.281	4.030	5.006	1.185	0	0	1.547	1.700	2.295	3.616	29.718
SUENO GOLF CLUB	36	5.572	6.961	6.902	4.592	6.445	1.851	860	523	2.846	3.065	1.951	2.055	43.623
CORNELİA GOLF C.	27	3.067	5.164	8.520	6.922	4.151	1.382	363	246	1.598	2.400	2.914	982	37.709
THE MONTGOMERIE MAXX ROYAL GOLF	18	2.622	3.614	6.315	5.548	4.386	1.169	534	395	793	3.622	2.288	884	32.170
GLORIA GOLF CLUB	45	2.152	5.228	7.264	6.977	6.746	1.532	864	532	3.116	3.691	3.165	1.474	42.741
NOBİLİS GOLF CLUB	18	1.510	2.572	3.661	3.709	3.945	1.513	858	675	1.095	2.318	2.364	1.625	25.845
2016 TOPLAM 2016 TOTAL		22.593	38.869	56.582	47.969	44.181	11.556	4.822	3.422	16.657	26.202	24.526	17.103	314.482
2015 TOPLAM 2015 TOTAL		28.789	50.190	74.050	67.429	56.295	16.822	6.562	6.358	29.825	54.678	42.322	29.725	463.045
2009-2015 ORT. 2009-2015 AVERAGE		27.631	47.698	80.664	68.596	52.927	16.273	6.921	6.898	27.470	59.982	60.072	30.101	485.234
Değişim Oranı 2015 Change Rate 2015		-22%	-23%	-24%	-29%	-22%	-31%	-27%	-46%	-44%	-52%	-42%	-42%	-32%
Değişim Oranı Genel Change Rate in General		-18%	-19%	-30%	-30%	-17%	-29%	-30%	-50%	-39%	-56%	-59%	-43%	-35%

Tablo 69: Belek Bölgesi 2017 Yılı Golf Oyun Sayıları Tablosu (Ocak-Haziran)
Table 69: The Golf Game Number of Belek Region in 2017 (January- June)

TESİS ADI		OCAK	ŞUBAT	MART	NİSAN	MAYIS	HAZİRAN	TOPLAM
FACILITY NAME		JANUARY	FEBRUARY	MARCH	APRIL	MAY	JUNE	TOTAL
TİTANİC GOLF CLUB	27	804	1.556	2.167	2.679	2.259	699	10.164
NATIONAL GOLF CLUB	18+9	2.958	5.282	2.947	3.603	2.796	992	18.578
ANTALYA GOLF CLUB	36	791	3.405	5.029	4.570	5.212	1.044	20.051
KAYA PALAZZO GOLF	18	918	1.879	2.343	2.873	1.740	539	10.292
CARYA GOLF CLUB	18	3.271	5.524	3.640	4.400	3.655	954	21.444
SUENO GOLF CLUB	36	1.485	3.139	3.479	2.615	3.968	1.784	16.470
CORNELİA GOLF CLUB	27	672	2.706	6.411	4.419	2.570	979	17.757
THE MONTGOMERIE MAXX ROYAL GOLF C.	18	1.221	2.092	2.493	2.698	2.933	978	12.415
GLORIA GOLF CLUB	45	1.650	3.653	3.853	6.261	5.134	1.336	21.887
NOBİLİS GOLF CLUB	18	1.217	3.446	2.388	2.717	2.778	913	13.459
2017 TOPLAM/2017 TOTAL		14.987	32.682	34.750	36.835	33.045	10.218	162.517
2016 TOPLAM/2016 TOTAL		22.593	38.869	56.582	47.969	44.181	11.556	314.482
2015 TOPLAM/2015 TOTAL		28.789	50.190	74.050	67.429	56.295	16.822	463.045
2009-2016 ORT./ 2009-2016 AVERAGE		27.001	46.594	77.654	66.018	51.834	15.683	463.890
2017-2016 Değişim Oranı 2017-2016 Change Rate		-34%	-16%	-39%	-23%	-25%	-12%	
2017-2015 Değişim Oranı 2017-2015 Change Rate		-48%	-35%	-53%	-45%	-41%	-39%	
Değişim Oranı Genel Change Rate in General		-44%	-30%	-55%	-44%	-36%	-35%	

Kaynakça / Sources

- Boros, K.(2015). "EU Tourism Policy Priorities", Destination Europe Summit, 1-7
- European Travel Commission (ETC) .(2015). "The Chinese Traveler Brochure": 1-6
- Eurostat newsrelease, December 2015
- <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015>:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://theeconomist.com/article/international-tourism-hits-record-1.2-billion-in-2015%3A-report>:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://www.ectaa.org/files/cms/tourism-for-growth-and-jobs-manifesto.pdf>:Erişim Tarihi:21.01.2016
- <http://www.pwc.com/gx/en/industries/hospitality-leisure/room-for-growth-european-cities-hotel-forecast-2015-and-2016.html>:Erişim Tarihi:21.01.2016
- <http://www.iata.org/publications/Documents/Highlights%202015-Global-Passenger-Survey-Final.pdf>:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://www.euromonitor.com/russia/country-factfile>:26.01.2016
- <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=6&sid=9be55dab-0c22-426d-8d3f-4597817c993b%40sessionmgr198&hid=122>:Erişim Tarihi:20.01.2016
- <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/detail?vid=13&sid=9be55dab-0c22-426d-8d3f-4597817c993b%40sessionmgr198&hid=122&bdata=Jmxhbm9dHlmc210ZT1lZHMtG12ZQ%3d%3d#AN=111569008&db=bwh>:Erişim tarihi:20.01.2016).
- http://www.fastmr.com/prod/1082799_russia_tourism_report_q1_2016.aspx:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://news.hiltonworldwide.com/index.cfm/newsroom/detail/14658>:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://www.tourismtoday.net/rusya-krizinin-faturasi-11-milyar-dolar-42843h.htm>:Erişim Tarihi:25.01.2016
- http://www.realclearworld.com/articles/2016/01/13/an_expensive_fight_for_russia_and_turkey_111655.html:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://www.theguardian.com/travel/2016/jan/03/tourists-spain-avoid-terror-threat-egypt-tunisia>:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://www.themoscowtimes.com/...usiness/article/555879.html>:Erişim tarihi:20.01.2016
- <http://www.euromonitor.com/germany/country-factfile>:26.01.2016
- <http://www.euromonitor.com/travel-in-germany/report>:Erişim tarihi:21.01.2016
- <http://www.oecd.org/economy/germany-economic-forecast-summary.htm>:Erişim tarihi:26.01.2016
- <http://www.euromonitor.com/germany-country-profile/report>:Erişim tarihi:21.01.2016
- http://www.marketreportsonline.com/441817.html#utm_source=whatech&utm_content=whatech.com/123050:Erişim tarihi:21.01.2016.
- ICCA .(2014). "Statistics Report" : 1-51.
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21530>, 02.02.2016.
- <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21532> 04.08.2016
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,11569/mavi-bayrak.html>
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,72942/turizm-gelir-gider-ve-ortalama-harcama.html>
- <http://www.antalyakulturturizm.gov.tr/07.08.2017>.
- <http://www.istanbulkulturturizm.gov.tr/Eklenti/52627,nisan-2017pdf.pdf?0>, 26.06.2017.
- <http://www.izmirkulturturizm.gov.tr/TR,173403/2017-yili-istatistikleri.html>, 26.06.2017.
- <http://www.muglakulturturizm.gov.tr/TR,154776/aylik-istatistikler-2017.html>, 27.06.2017.
- http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072, 27.06.2017.
- <http://europe.etbtravelnews.global/311739/tourism-trends-watch-2017>: Erişim Tarihi: 13.06.2017).
- ITB .(2015/2016). "World Travel Trends Report": 1-38
- Pwc.(2015). "Room for Growth": 1-55
- UNWTO World Tourism Barometer (2015)
- UNWTO Tourism Highlights, (2015)
- World Economic Forum .(2015). "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 Growing Through Shocks": 1-11
- World Travel & Tourism Council .(2015). "Russia Benchmarking Report 2015": 1-5
- WTTC .(2015). "Travel & Tourism Economic Impact 2015 Germany": 1-18
- World Travel & Tourism Council, Travel & Tourism Economic Impact 2017 Turkey.



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ TURİZM FAKÜLTESİ
AKDENİZ UNIVERSITY FACULTY OF TOURISM

HAZIRLAYANLAR
PREPARED BY

Prof. Dr. A. Akin AKSU
Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ
Doç. Dr. F. Özlem GÜZE

İmzanızı atmak için yeriniz hazır.



Türkiye içinde
13 farklı şehre

aktarmasız

49,99*

TL'den başlayan
fiyatlarla

*tek yön... tüm vergi ve harçlar dahildir.



sunexpress.com



SunExpress