



Türkiye Turizminin Geleceğinin Yapay Zekâ ile Tahminlemesi

Predicting the Future of Tourism in Turkey with Artificial Intelligence

İlker VURAL¹, Uğur CEYLAN²

Özet

Yapay zekâ teknolojileri, büyük veri analitiği ve makine öğrenmesi sayesinde farklı sektörlerde tahminleme ve stratejik karar alma süreçlerini kökten değiştirmektedir. Bu çalışma, yapay zekâ uygulamalarını kullanarak Türkiye'nin turizm sektöründeki gelecekteki potansiyelini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışma Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2019-2023 yılları arasında yayınlanan turizm gelir ve giderlerine ilişkin çeşitli verilerin analizine odaklanmaktadır. Araştırmada, aylara göre turizm geliri, ziyaretçi sayısı, kişi başı harcama, vatandaş giriş ve geceleme sayıları gibi istatistikler ve Turizm Teşvik Kanunu incelenerek Türkiye'nin 2030 yılı turizm potansiyeli oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu süreçte, yapay zekâ uygulamaları (Chat-GPT, Poe platformu üzerinden Genel Asistan, Claude-3.5, Llama, Gemini, Mistral, Command-R ve Mixtral) kullanılarak veriler analiz edilmiş ve bu analizlerden elde edilen sonuçlar birleştirilerek kapsamlı bir değerlendirme yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, Türkiye'nin turizm gelirlerinin 2030 yılına kadar yıllık ortalama %8 büyümeye göstererek 75-80 milyar dolara ulaşması beklenmektedir. Ayrıca, ziyaretçi sayısının 80-100 milyon seviyesine yükselmesi öngörülmektedir. Katma değerli turizm alanlarına (sağlık, spor, kültürel turizm) yönelik yatırımlar, kişi başı harcamaları 1.200-1.500 dolar seviyelerine çıkarma potansiyeline sahiptir. Özellikle sağlık turizmi, uluslararası rekabette Türkiye'nin önemli bir avantajı olarak öne çıkmaktadır. Elde edilen sonuçlar, Türkiye'nin 2030 yılına dair turizm hedeflerine yönelik önemli bir perspektif sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yapay Zekâ, Tahminleme

Abstract

Artificial intelligence technologies, big data analytics and machine learning are radically changing the forecasting and strategic decision-making processes in different sectors. This study aims to assess Turkey's future potential in the tourism sector by using artificial intelligence applications. The study focuses on analysing various data on tourism revenues and expenditures published by the Turkish Statistical Institute between 2019 and 2023. The study analyses statistics such as tourism revenue, number of visitors, per capita expenditure, number of citizen arrivals and overnight stays, and the Tourism Incentive Law by months to create Turkey's tourism potential for 2030. In this process, data were analysed using artificial intelligence applications (Chat-GPT, General Assistant via Poe platform, Claude-3.5, Llama, Gemini, Mistral, Command-R and Mixtral) and a comprehensive evaluation was made by combining the results obtained from these analyses. According to the results of the analyses, Turkey's tourism revenues are

¹Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Domaniç Hayme Ana MYO, Kütahya

²Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Tavşanlı Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Kütahya

ORCID:

İ.V.: 0000-0002-3357-7725

U.C.: 0000-0001-6078-8424

Corresponding Author:

İlker VURAL

Email:

ilker.vural@dpu.edu.tr

Citation: Vural, İ. ve Ceylan, U. (2025). Türkiye turizminin geleceğinin yapay zekâ ile tahminlemesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 15 (1), 170-183.

Submitted: 07.02.2025.

Accepted: 15.03.2025

expected to grow by 8% per annum on average until 2030, reaching USD 75-80 billion. In addition, the number of visitors is expected to increase to 80-100 million. Investments in value-added tourism areas (health, sports, cultural tourism) have the potential to increase per capita expenditure to USD 1,200-1,500. Especially health tourism stands out as an important advantage of Turkey in international competition. The study aims to demonstrate the potential of artificial intelligence technologies in analysing tourism data and making predictions for the future. The results obtained provide an important perspective for Turkey's tourism targets for 2030.

Keywords: *Tourism, Artificial Intelligence, Prediction*

1. GİRİŞ

Turizm sektörü, ülkelerin ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasında önemli bir yere sahiptir. Türkiye, turistik cazibesi, tarihi ve kültürel mirası ile dünya genelinde öne çıkan bir destinasyon olarak, turizm gelirlerini artırma ve sektörde sürdürülebilir bir büyüme sağlama hedefindedir. Zengin kültürel mirası, çeşitli manzaraları ve stratejik konumu ile Türkiye, turizm sektöründe küresel bir lider olma potansiyeline sahiptir. Bununla birlikte, bu potansiyele ulaşmak kapsamlı ve çok yönlü bir yaklaşım gerektirir.

Türkiye, Şangay İş birliği Örgütü ülkeleri ve Türk devletleri ile turizm ortaklıklarını aktif olarak genişletiyor. Bu strateji, özellikle antik İpek Yolu'nu canlandıran "Orta Koridor" planı gibi girişimlerle kültürel ve tarihi bağlardan yararlanmayı amaçlamaktadır. Rusya, Kazakistan, Kırgızistan, Tacikistan ve Özbekistan gibi ülkelerle iş birliğini teşvik ederek, Türkiye çok çeşitli turistleri çekebilir ve bölgesel turizm pazarındaki konumunu güçlendirebilir (Bedir, 2024).

Türkiye'nin küresel turizm pazarındaki rekabet gücü, Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi'nde belirlenen kilit faktörler ele alınarak artırılabilir. Bunlar arasında ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, konaklama kapasitesinin ve kalitesinin artırılması ve turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi yer alıyor (Sakal, 2021). Sürdürülebilir turizm uygulamaları, Türkiye'nin küresel pazardaki rekabet gücünü artırmak için kritik öneme sahiptir. Türkiye sürdürülebilir turizm stratejilerini benimseyerek çevreye duyarlı turistleri çekebilir ve turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilir (Aygün ve Baycan, 2020). Eski İpek Yolu'nu canlandırmayı amaçlayan "Orta Koridor" planı, Türk devletleri arasında kültürel ve ekonomik iş birliğini teşvik etmek için eşsiz bir fırsat sunuyor. Türkiye, bu girişimden yararlanarak tarihi ve kültürel deneyimlerle ilgilenen turistleri çekebilir ve böylece turizm sektörünü canlandırabilir (Bedir, 2024). Kırsal turizm, eko-turizm ve inanç turizmi gibi alternatif turizm türleri, Türkiye'nin turizm olanaklarını çeşitlendirmek için eşsiz bir fırsat sunuyor. Bu tür turizmi teşvik ederek, Türkiye daha geniş bir turist yelpazesini çekebilir ve geleneksel güneş-deniz turizmine bağımlılığını azaltabilir (Dursun vd., 2017).

Tüm bunların yanında Turizm Teşvik Kanunu Türkiye'deki turizm sektörünü desteklemek amacıyla oluşturulmuş bir çerçeve sunmaktadır. Bu kanun, yatırımcılar için çeşitli teşvikler ve kolaylıklar sağlamaktadır. Kanunun getirdiği avantajlar arasında, vergi muafiyetleri, düşük faizli krediler ve yatırım destekleri bulunmaktadır. Bu durum, özellikle büyük ölçekli turizm projelerinin hayata geçirilmesini teşvik etmekte ve sektördeki rekabetçiliği artırmaktadır.

Türkiye'nin 2030 yılına yönelik potansiyelinin belirlenmesi, sektörün stratejik planlama süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2019-2023 yılları arasında sağlanan veriler ve Turizm Teşvik Kanunu yapay zekâ tabanlı analiz yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Veriler; turizm geliri, ziyaretçi sayıları, kişi başı harcamalar ve harcama türleri gibi çeşitli başlıklarda derlenmiş ve Türkiye'nin 2030 yılı turizm potansiyeline yönelik bir perspektif oluşturulmuştur. Bu bağlamda, mevcut literatüre katkı sağlamak ve turizm stratejilerine yön göstermek hedeflenmiştir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Türkiye'nin turizm sektörüne yönelik geleceğe dönük vizyonu, ekonomik büyümeyi teşvik etmenin yanı sıra sürdürülebilirlik ve teknolojik entegrasyonu artırmayı amaçlayan çeşitli stratejileri içermektedir. Literatürde, bu vizyonun temel unsurları arasında gelişmiş tahmin modelleri, sürdürülebilir uygulamalar ve yüksek katma değerli turizm ürünlerinin önemi vurgulanmaktadır.

Türkiye'nin 2023 Turizm Stratejisi, ülkenin zengin kültürel mirası, doğal kaynakları ve stratejik coğrafi konumunu etkin bir şekilde değerlendirerek, Türkiye'yi dünyanın en önde gelen turizm destinasyonları arasına yerleştirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda, çevresel ve kültürel koruma ile toplum katılımına dayalı sürdürülebilir turizm uygulamalarına özel bir önem verilmektedir. Uzun vadeli sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için turizm sektörünün büyüme stratejilerinin, doğal ve kültürel varlıkların korunması ile dengelenmesi gerektiği belirtilmektedir (Tosun, 2020). Ancak, yapılan araştırmalar, turizm tesislerinin beyan ettikleri sürdürülebilirlik politikaları ile gerçek uygulamalar arasında önemli bir fark bulunduğunu göstermektedir. Pek çok tesis sürdürülebilirliği öncelik olarak belirttiği halde, yalnızca sınırlı sayıda işletmenin uluslararası sertifikalara sahip olduğu ve bu durumun ekoturizm ilkelerinin daha etkin uygulanması gerekliliğini ortaya koyduğu belirtilmektedir (Yurtseven, 2024).

Türkiye, geleneksel güneş ve deniz turizmine olan bağımlılığını azaltmak amacıyla turizm çeşitliliğini artırmaya yönelik stratejiler geliştirmektedir. Bu doğrultuda, kültür turizmi, sağlık ve wellness turizmi, gastronomi turizmi ve macera turizmi gibi alanların büyüme potansiyeline sahip olduğu ortaya konmaktadır. Örneğin, UNESCO Dünya Mirası Alanları, kaplıcalar ve Türk mutfağının tanıtımı, turizmde çeşitlendirme stratejilerinin öncelikli bileşenleri arasında yer almaktadır (Okumus vd., 2012).

Türkiye'nin beş yıllık kalkınma planlarının tarihsel analizi, sürdürülebilirlik, altyapı geliştirme ve turizm çeşitliliği üzerine tutarlı bir vurgu yapıldığını ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, modern turizm eğilimlerine uyum sağlamak amacıyla dijital teknolojilere ve inovatif çözümlere daha fazla yatırım yapılması gerektiği ifade edilmektedir (Karakan, 2023). Dijital teknolojilerin turizm sektörüne entegrasyonu, Türkiye'nin gelecek vizyonunun kritik bileşenlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Araştırmalar, e-turizm platformları, akıllı şehir uygulamaları ve veriye dayalı karar alma süreçlerinin turist deneyimini iyileştirme ve operasyonel verimliliği artırma konusundaki önemini vurgulamaktadır. İstanbul ve Antalya gibi şehirlerde geliştirilen akıllı turizm altyapılarının diğer bölgelere model teşkil edebileceği öne sürülmektedir (Buhalis ve Sinarta, 2019).

Türkiye, kendisini küresel çapta çeşitli ve yüksek kaliteli bir turizm destinasyonu olarak yeniden konumlandırmak amacıyla uluslararası pazarlama kampanyaları yürütmektedir. Bu doğrultuda, özellikle Çin ve Hindistan gibi gelişmekte olan pazarlardan turist çekmeye yönelik stratejilerin etkinliği incelenmiş ve dijital pazarlamanın küresel bir kitleye ulaşmadaki kritik rolü vurgulanmıştır (Kozak ve Baloğlu, 2010; Yolal vd., 2009).

Sağlık turizmi alanında Türkiye, uygun fiyatlı ve yüksek kaliteli tıbbi hizmetler sunarak lider destinasyonlardan biri haline gelmiştir. Yapılan projeksiyonlar, yabancı hastaların Türkiye'yi tercih etme eğiliminin, hizmet kalitesi ve sağlık profesyonellerinin uzmanlığı nedeniyle artarak devam edeceğini göstermektedir (Yılmaz, 2022).

COVID-19 pandemisi, turizm sektöründe etkili bir kriz yönetimi yaklaşımının gerekliliğini ortaya koymuştur. Türkiye'nin pandemiye yönelik müdahalelerine dair yapılan araştırmalar, sağlık ve güvenlik protokollerinin, turizm işletmelerine sağlanan mali desteklerin ve dijital dönüşümün sektörün dayanıklılığını artırmadaki önemine işaret etmektedir. Gelecekteki

çalışmaların, kriz yönetimi stratejilerinin geliştirilmesine odaklanması gerektiği vurgulanmaktadır (Gössling vd., 2021).

Türkiye'nin turizm vizyonunun bir diğer önemli boyutu, yerel toplulukların turizm gelişimine katılımıdır. Toplum temelli turizm girişimlerinin ekonomik ve sosyal faydaları, yerel kültürel değerlerin korunması ile bütünleştirilerek ele alınmaktadır. Bu doğrultuda, turizm gelirlerinin adil dağılımını teşvik eden kapsayıcı politikalara duyulan ihtiyaç, literatürde sıkça vurgulanmaktadır (Yuksel vd., 1999).

Gelecekteki turizm yatırımlarının, yüksek katma değerli ürün ve hizmetlere odaklanarak kârlılığı ve rekabetçiliği artırması beklenmektedir (Izgi, 2023). Bu çerçevede, turizm sektörünün dış ticaret dengesine olumlu katkı sağlamak amacıyla yüksek kaliteli turistik mal ve hizmetlerin geliştirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Karşılaştırmalı üstünlük teorisinin uygulanmasıyla, yüksek kaliteli turizm hizmetlerinin satışının turizm gelirlerini artırma potansiyeline sahip olduğu belirtilmektedir (Izgi, 2023). Özellikle Yapay Sinir Ağları (ANN) gibi gelişmiş tahmin tekniklerinin kullanımı, turizm gelirlerinin daha doğru tahmin edilmesi ve buna bağlı olarak ekonomik planlamanın daha etkin gerçekleştirilmesi açısından kritik bir öneme sahiptir (Gülay, 2024).

3. TÜRKİYE'DE TURİZMİN MEVCUT DURUMU

Pandemi öncesinde, Türkiye toplamda 42,85 milyar \$ turizm geliri elde etmiş ve yaklaşık 51,86 milyon ziyaretçi ağırlamıştır. Kişi başı harcama 826 \$ düzeyindedir. Pandemi nedeniyle gelirler %64 düşerek 15,17 milyar \$ seviyesine gerilemiştir. Ziyaretçi sayısı ise yalnızca 15,83 milyon olmuştur. Hızlı toparlanma sayesinde turizm gelirleri 55,87 milyar \$, ziyaretçi sayısı 57,07 milyon, kişi başı harcama ise 979 \$ düzeyine ulaşmıştır. 2023 yılında 2019'a kıyasla ziyaretçi sayısında toparlanma yaşanmış, ancak kişi başı harcama artışı sınırlı kalmıştır. Bu, turizmin hacim odaklı büyüdüğünü ancak harcama artışı bakımından katma değer eksikliği yaşadığını göstermektedir. Türkiye, pandemi sonrası özellikle Avrupa ve Rusya gibi yakın pazarlardan gelen turistlere odaklanmış; bu strateji etkili olmuştur. 2019 yılı itibarıyla kişisel harcamalar (30,9 milyar \$), toplam gelirin %72'sini oluşturmuştur. Paket tur gelirlerinin payı (11,9 milyar \$) ise %28'dir. 2023 yılı itibarıyla bu dağılım büyük ölçüde korunmuş, kişisel harcamaların oranı yine ağırlıklı olmuştur. Turizm gelirlerinin yaklaşık %20'si yeme-içme, %10'u konaklama hizmetlerinden sağlanmaktadır. Sağlık ve spor turizmi gelirlerinin toplam gelir içindeki payı halen düşük, ancak bu alanların büyüme potansiyeli yüksektir. En yüksek gelirler yaz aylarında (Temmuz-Eylül) sağlanmıştır. 2023'te bu dönemde 22,43 milyon ziyaretçi ve yaklaşık 22,34 milyar \$ gelir elde edilmiştir. Kış aylarında ve ilkbaharda gelirler düşük seyretmektedir. Antalya, İstanbul ve Kapadokya illeri en fazla ziyaretçi ağırlayan bölgeler olarak öne çıkmaktadır. Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgeleri turizmin daha az geliştiği bölgelerdir, ancak doğa ve kültür temalı turizm için büyük bir potansiyel barındırmaktadır.

Tablo 1'de 2019-2023 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı gösterilmektedir. 2020 yılında pandemi sebebiyle ziyaretçi sayısında büyük oranda düşüş yaşanmıştır. Daha sonra ki yıllarda yükseliş devam etmiş ve 2022 yılında pandemi öncesi döneme dönüş yaşanmıştır.

Tablo 1. Yıllara Göre Ziyaretçi Sayısı (2019-2023)

Yıllar	Ziyaretçi Sayısı
2019	51,86 milyon
2020	15,83 milyon
2021	29,36 milyon
2022	51,37 milyon
2023	57,07 milyon

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 1'e göre 2021-2022 yılları arasında ziyaretçi sayısı %74 artarken, 2022-2023 yılları arasında ziyaretçi sayısı %11 artmıştır. Türkiye'nin turizm sektörü, 2021'den itibaren hızla toparlanarak 2023 yılında 57 milyon ziyaretçiye ulaşmıştır.

Tablo 2. Yıllara Göre Turizm Geliri (2019-2023)

Yıllar	Gelir (\$)
2019	42,85 milyar \$
2020	15,17 milyar \$
2021	30,31 milyar \$
2022	49,86 milyar \$
2023	55,87 milyar \$

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 2'ye göre 2022-2023 yılları arasında gelir artışı %12'dir. 2021'den itibaren yıllık ortalama büyüme oranı %25 civarındadır.

Tablo 1 ve Tablo 2'ye göre 2019 yılında kişi başı harcama 826 \$ iken 2023 yılında kişi başı harcama 979 \$ seviyesine çıkmıştır. Veriler incelendiğinde yaz dönemi en yoğun dönem olurken kış ve bahar sezonları zayıf seyretmektedir. Ziyaretçilerin yoğun olduğu bölgeler: İstanbul, Antalya, Kapadokya ve Ege kıyıları. Az Gelişmiş Bölgeler ise Karadeniz ve Doğu Anadolu bölgeleri olarak belirlenmiştir. TÜİK verileri turistlerin önemli bir kısmının Avrupa'dan, özellikle Almanya, Rusya ve İngiltere'den geldiğini gösteriyor.

Tablo 3. Aylara Göre Turizm Geliri, Ziyaretçi Sayısı ve Kişi Başı Ortalama Harcama (2019-2023)

Yıllar	Turizm Geliri (Bin \$)	Ziyaretçi Sayısı	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)
2019	42 851 778	51 860 042	826
2020	15 169 371	15 826 266	958
2021	30 309 722	29 357 463	1 032
2022	49 857 030	51 369 026	971
2023	55 874 176	57 077 441	979

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 4. Aylara Göre Turizm Gideri, Ziyaretçi Sayısı ve Kişi Başı Ortalama Harcama (2019-2023)

Yıllar	Turizm Gideri (Bin \$)	Ziyaretçi Sayısı	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)
2019	4 655 848	9 653 380	482
2020	1 188 382	2 242 864	530
2021	2 203 157	2 738 340	805
2022	5 098 884	7 266 773	702
2023	8 429 980	11 067 359	762

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 3 ve Tablo 4'e göre Turizm gelirleri 2019'da 42,85 milyar dolar seviyesindeyken, 2020'de pandeminin etkisiyle 15,17 milyar dolara keskin bir düşüş göstermiştir. Sonraki yıllarda ise kademeli bir toparlanma gözlemlenerek 2023'te 55,87 milyar dolara ulaşmıştır. Turizm giderleri de benzer bir eğilim göstermiş, 2019'da 4,65 milyar dolar seviyesinden 2020'de 1,18 milyar dolara gerilemiş, ardından tekrar yükselerek 2023'te 8,43 milyar dolara ulaşmıştır. Kişi başı ortalama harcama turizm gelirleri açısından 2019'da 826 dolar iken, 2020'de 958 dolara çıkmıştır. Pandemi sonrası 2021'de 1.032 dolar ile en yüksek seviyeye ulaşmış, ancak 2023'te 979 dolar seviyesine gerilemiştir. Bu durum, turist başına harcamanın zaman içinde değişkenlik gösterdiğini ancak genel olarak yükseliş eğiliminde olduğunu göstermektedir. Turizm giderleri açısından kişi başı ortalama harcama 2019'da 482 dolar iken, 2021'de 805 dolara çıkmış, ancak 2023'te 762 dolara gerilemiştir.

Tablo 5. Çıkış Yapan Ziyaretçi Sayısı (2019-2023)

Yıllar	Çıkış Yapan Ziyaretçi Sayısı	
	Toplam	Vatandaş (Yurt Dışında İkamet Eden)
2019	51 860 042	7 147 072
2020	15 826 266	3 118 001
2021	29 357 463	5 417 442
2022	51 369 026	7 027 504
2023	57 077 440	7 730 473

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 5'e göre ziyaretçi sayısı, pandeminin etkisiyle 2019'daki 51,86 milyondan 2020'de 15,82 milyona düşmüştür. 2021 sonrası toparlanma sürecine girerek 2023'te 57,08 milyona ulaşmıştır. Çıkış yapan ziyaretçi sayıları, toplamda 2019'da 51,86 milyon iken, 2020'de 15,82 milyona gerilemiş, ardından 2023'te 57,08 milyona çıkmıştır. Yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının çıkış oranı, toplam ziyaretçi sayısı içindeki payını korumuş, 2019'da 7,14 milyon olan bu sayı, 2020'de 3,11 milyona düşmüş ancak 2023'te 7,73 milyona çıkmıştır.

Tablo 6. Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (2019-2023)

Yıl	Turizm Geliri (Bin \$)	Kişisel Harcamalar	Paket Tur Harcamaları (Ülkemize Kalan Pay)	Harcama Türü			
				Yeme İçme	Konaklama	Sağlık	Ulaştırma (Türkiye İçi)
2019	42 851 778	30 917 825	11 933 953	8 239 622	4 573 900	1 459 132	2 843 899
2020	15 169 371	12 814 866	2 354 505	3 581 956	1 554 044	1 371 189	1 083 201
2021	30 309 722	24 677 012	5 632 710	6 572 711	3 323 053	2 016 262	2 095 523
2022	49 857 030	36 970 443	12 886 587	9 171 670	5 174 466	2 206 750	3 166 292
2023	55 874 176	41 690 008	14 184 168	10 916 145	6 184 722	3 006 092	3 019 967

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 6. Harcama Türlerine Göre Turizm Geliri (2019-2023) (Devamı)

Yıl	Harcama Türü						
	Spor, Eğitim, Kültür	Tur Hizmetleri	Yerli Uluslararası Ulaştırma	Diğer Mal & Hizmetler	Giyecek & Ayakkabı	Hediyelik Eşya	Diğer Harcamalar
2019	490 445	175 529	5 256 467	7 878 831	4 787 698	1 660 303	1 430 830
2020	139 426	33 858	1 823 658	3 227 535	1 883 976	573 266	770 293
2021	215 907	92 095	3 537 878	6 823 582	3 868 570	1 314 434	1 640 578
2022	415 978	137 253	6 190 454	10 507 580	5 721 040	2 251 776	2 534 765
2023	740 612	145 647	7 514 074	10 162 748	5 819 695	1 906 477	2 436 576

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 7. Harcama Türlerine Göre Turizm Gideri (2019-2023)

Yıl	Turizm Gideri (Bin \$)	Kişisel Harcamalar	Paket Tur Harcamaları (Yurt Dışı Payı)	Harcama Türü				
				Yeme İçme	Konaklama	Sağlık	Ulaştırma (Yurt Dışı)	Spor, Eğitim, Kültür
2019	4 655 848	3 898 825	757 023	1 182 327	1 102 203	15 232	241 605	66 520
2020	1 188 382	1 032 800	155 582	310 038	239 288	11 403	54 628	27 297
2021	2 203 157	2 160 664	42 493	759 732	527 043	20 119	153 861	13 460
2022	5 098 884	4 511 360	587 523	1 610 637	1 315 967	26 537	312 537	18 807
2023	8 429 980	7 127 488	1 302 491	2 530 805	1 902 426	14 938	442 918	61 115

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 7. Harcama Türlerine Göre Turizm Gideri (2019-2023) (Devamı)

Yıl	Harcama Türü							
	Tur Hizmetleri	Yabancı Uluslararası Ulaştırma	Cep Telefonu Dolaşım Harcamaları	Diğer Mal & Hizmetler	Giyecek & Ayakkabı	Hediyelik Eşya	Halı, Kilim Vb.	Diğer Harcamalar
2019	5 237	217 324	88 125	980 252	181 000	352 842	4 856	441 554
2020	427	94 744	40 932	254 044	44 006	112 278	1 338	96 423
2021	202	185 868	50 472	449 907	107 154	90 256	983	251 513
2022	2 222	209 031	55 566	960 055	229 884	334 881	8 362	386 928
2023	1 267	449 435	72 607	1 651 977	290 288	710 520	5 866	645 303

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 6 ve Tablo 7'ye göre Turizm gelirleri içinde en büyük pay kişisel harcamalara aittir. 2019'da 30,92 milyar dolar olan kişisel harcamalar, 2020'de 12,81 milyara düşmüş, ancak 2023'te 41,69 milyar dolara yükselmiştir. Paket tur harcamaları da 2019'da 11,93 milyar dolarken 2023'te 14,18 milyar dolara ulaşmıştır. Yeme içme, konaklama ve ulaştırma en büyük gider kalemleridir. Yeme içme harcamaları 2019'da 8,23 milyar dolardan 2023'te 10,91 milyar dolara yükselmiştir. Ulaştırma harcamaları ise 2019'da 2,84 milyar dolar iken 2023'te 3,01 milyar dolara çıkmıştır. Turizm giderleri açısından ise 2023'te yeme içme 2,53 milyar dolar, konaklama 1,90 milyar dolar, ulaştırma 442 milyon dolar olarak kaydedilmiştir.

Tablo 8. Vatandaş Giriş Sayısı ve Kişi Başı Ortalama Geceleme (2019-2023)

Yıl	Kişi Sayısı (Türkiye'de İkamet Eden)	Ortalama Geceleme Sayısı
2019	9 653 380	9,7
2020	2 242 864	13,6
2021	2 738 340	22,7
2022	7 266 773	15,0
2023	11 067 359	13,3

Kaynak: (TÜİK, 2024)**Tablo 9.** Yurt Dışı İkametli Vatandaşların Turizm Geliri, Kişi Başı Ortalama Harcama, Gecelik Ortalama Harcama ve Ortalama Geceleme Süresi (2019-2023)

Yıl	Turizm Geliri (Bin \$)	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)	Gecelik Ortalama Harcama (\$)	Ortalama Geceleme Sayısı
2019	7 014 139	981	52	18,8
2020	3 317 861	1 064	43	25,0
2021	6 507 848	1 201	51	23,6
2022	7 454 442	1 061	54	19,7
2023	8 391 864	1 086	62	17,6

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Tablo 8 ve Tablo 9'a göre Türkiye'de ikamet eden vatandaşların ortalama geceleme süresi, 2019'da 9,7 gece iken 2020'de 13,6 geceye çıkmış, 2021'de 22,7 ile zirve yapmıştır. Ancak sonraki yıllarda düşüş eğilimi göstererek 2023'te 13,3 gece olmuştur. Yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının geceleme süresi 2019'da 18,8 gece iken, 2021'de 23,6 ile en yüksek seviyeye ulaşmış, 2023'te ise 17,6 geceye gerilemiştir.

Tablo 10. Turizm Geliri, Gideri ve Ziyaretçi Sayısı Değişim Oranları (2020-2023)

Yıl	Turizm Geliri Değişimi (%)	Turizm Gideri Değişimi (%)	Ziyaretçi Sayısı Değişimi (%)
2020	-64,60	-74,48	-69,48
2021	99,81	85,39	85,50
2022	64,49	131,44	74,98
2023	12,07	65,33	11,11

Kaynak: (TÜİK, 2024)

Veriler hakkında genel bir değerlendirme yapmamız gerekirse, pandeminin etkisi, 2020 yılında turizm gelirleri ve ziyaretçi sayılarında büyük bir düşüşe neden olmuş, ancak 2021’den itibaren toparlanma sürecine girilmiştir. Turizm gelirleri ve giderleri, yıllar içinde dalgalanma gösterse de genel olarak artış eğilimindedir. Harcama türleri, turizm gelirleri içinde kişisel harcamaların en büyük paya sahip olduğunu göstermektedir. Ziyaretçi sayılarında 2023 itibarıyla pandemi öncesi seviyelerin üstüne çıkmıştır, bu da Türkiye’nin turizmde güçlü bir toparlanma yaşadığını ortaya koymaktadır. Bu verilere göre, Türkiye’nin turizm sektörünün krizler karşısında dirençli olduğunu ve 2023 itibarıyla pandemi öncesi seviyelerin üzerine çıkarak büyümeye devam ettiğini göstermektedir.

4. AMAÇ

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ destekli tahminleme teknikleri kullanarak Türkiye'nin 2030 yılına yönelik turizm potansiyelini belirlemek ve sektöre yönelik stratejik planlamalara katkı sağlamaktır. Türkiye turizminin mevcut durumunu analiz etmek ve geleceğe yönelik öngörülerde bulunmak amacıyla, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2019-2023 yılları arasında yayımlanan turizm verileri ile 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu kapsamında sunulan politikalar değerlendirilmiştir.

Araştırmanın temel hedeflerinden biri, turizm sektöründe veri odaklı karar alma süreçlerine yapay zekânın katkısını incelemek ve bu teknolojilerin stratejik planlamada nasıl etkin şekilde kullanılabileceğini ortaya koymaktır. Ayrıca, çalışma kapsamında elde edilen tahminler, Türkiye’nin turizm alanındaki rekabet gücünü artırmaya yönelik öneriler geliştirilmesine de temel oluşturacaktır. Bu çalışma, turizm ekonomisine yönelik akademik literatüre katkı sağlamayı hedeflerken, aynı zamanda kamu politikaları, özel sektör yatırımları ve sürdürülebilir turizm uygulamalarına yönelik stratejik çıkarımlarda bulunmayı amaçlamaktadır.

5. YÖNTEM

Bu çalışmada TÜİK tarafından 2019-2023 yılları arasında yayınlanan aylara göre turizm geliri, ziyaretçi sayısı ve kişi başı ortalama harcama, aylara göre turizm gideri, ziyaretçi sayısı ve kişi başı ortalama harcama, çıkış yapan ziyaretçi sayısı, harcama türlerine göre turizm geliri, harcama türlerine göre turizm gideri, turizm geliri ve kişi başı ortalama harcama, turizm gideri ve kişi başı ortalama harcama, vatandaş giriş sayısı ve kişi başı ortalama geceleme, yurt dışı ikametli vatandaşların turizm geliri ve kişi başı ortalama harcama ve yurt dışı ikametli vatandaşların turizm geliri ve ortalama geceleme sayısı verilerinden yararlanılmıştır (TÜİK, 2024). Veriler 10.11.2024 tarihinde Türkiye İstatistik Kurumunun resmî web sitesinden elde edilmiştir. Bu veriler ile Türkiye’nin 2030 yılı turizm Potansiyeli analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada yapay zekâ uygulamaları olan Chat-GPT, Poe platformu üzerinden Genel Asistan, Claude-3.5, Llama, Gemini, Mistral, Command-R ve Mixtral uygulamaları aracılığıyla TÜİK tarafından oluşturulan verilerin ve 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanununun analiz edilmesiyle 2030 yılına ilişkin potansiyelini ortaya koyması istenmiştir. Yapay zekâ uygulamalarına “TÜİK verileri ışığında ve turizm teşvik kanununu da değerlendirerek Türkiye'nin 2030 yılındaki turizm potansiyelini ve geleceğini analiz eder misin?” sorusu sorulmuştur. Yapay zekâ programlarının Türkiye’nin 2030 yılı turizm

potansiyeline yönelik değerlendirmeleri aşağıdaki şekilde belirtmişlerdir. Bu görüşlerin verilen bilgiler ve programların veri tabanı araştırmaları ile sınırlıdır. Yapay zekâ uygulamaları tarafından elde edilen veriler birleştirilmiş ve Türkiye'nin 2030 yılı turizm potansiyeline ilişkin perspektif ortaya konmuştur.

6. BULGULAR

6.1. Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Yönelik Değerlendirmesi

Türkiye'nin 2030 yılına yönelik turizm potansiyelini değerlendirirken, birkaç anahtar faktör göz önünde bulundurulmalıdır. İstatistiksel verilerin analizi ve Turizm Teşvik Kanunu dikkate alındığında, Türkiye'nin 2030 yılına ilişkin turizm potansiyeli ve geleceği şu şekilde değerlendirilebilir:

Tablo 11. Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Yönelik Değerlendirmesi

Ana Başlıklar	Değerlendirmeler
Artan Turizm Geliri	Türkiye'nin turizm gelirinin 2030 yılına kadar yıllık ortalama %8 büyüme oranıyla 75-80 milyar dolara ulaşması bekleniyor. Bu büyüme, Türkiye'nin bir turizm destinasyonu olarak artan popülaritesi, yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesi ve hükümetin yatırım teşvikleri tarafından yönlendirilecektir. Gelirlerin 110 milyar doları aşması için, katma değerli turizm alanlarına (sağlık, lüks, spor, kongre turizmi) yatırım yapılmalıdır.
Ziyaretçi Sayısı	Ziyaretçi sayısının yılda 80-100 milyon seviyesine ulaşması beklenmektedir.
Kişi Başı Harcama Tutarı	Mevcut 979 \$ seviyesinden 1200-1500 \$ seviyesine çıkarılması hedeflenmelidir. Bu, turistlerin daha uzun süre kalmalarını teşvik eden paketler ve hizmet kalitesinin artırılmasıyla sağlanabilir. Paket tur gelirlerinin oranını artırarak seyahat acentelerinin Türkiye'ye daha fazla değer katması sağlanmalıdır.
Turizm Ürünlerinin Çeşitlendirilmesi	Türkiye, turizm tekliflerini çeşitlendirmek ve daha geniş bir turist yelpazesini çekmek için eko-turizm, kültürel turizm ve kruvaziyer turizmi gibi yeni turizm ürünleri geliştirmeye odaklanacaktır. Bu, ülkenin geleneksel güneş ve deniz turizmine olan bağımlılığını azaltmaya yardımcı olacaktır. Türkiye'nin zengin kültürel mirası, turizmde benzersiz bir avantaj sunmaktadır. Kültürel turizm, yerel halkın ekonomik kalkınmasına katkıda bulunabilir ve aynı zamanda uluslararası turistlerin ilgisini çekebilir. Bu bağlamda İstanbul, Antalya ve Kapadokya gibi popüler destinasyonların yanı sıra, Doğu Anadolu ve Karadeniz'in turizm payının artırılması gerekmektedir. Kış sporları, kültür turları ve kaplıca merkezleri gibi olanaklarla sezon dışı turizm teşvik edilmelidir. Sağlık turizmi (termal oteller, estetik cerrahi, fizyoterapi) ve spor turizmi (uluslararası turnuvalar, golf sahaları) teşvik edilerek bu segmentlerin gelir içindeki payı artırılmalıdır.
Turizm Altyapısına Yatırım	Hükümet, turist deneyimini geliştirmek ve ülkenin turizm kapasitesini artırmak amacıyla havaalanları, oteller ve ulaşım sistemleri de dahil olmak üzere turizm altyapısına yatırım yapmaya devam etmelidir. Türkiye, bu alanlardaki yatırımlarını artırarak daha fazla turist çekme potansiyelini artırmalıdır.
Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları	Global çapta artan çevresel kaygılar, turizmde sürdürülebilirlik kavramını ön plana çıkarmaktadır. Türkiye, doğal kaynaklarını koruyarak ve eko turizm gibi yeni alanlara yönelerek bu alanda önemli bir avantaj elde edebilir. Türkiye, turizmin çevre ve yerel topluluklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak amacıyla çevre dostu oteller, sorumlu turizm davranışları ve toplum temelli turizm girişimleri gibi sürdürülebilir turizm uygulamalarına vurgu yapacaktır. Karbon nötr tesisler ve yenilenebilir enerji kullanımı, uluslararası turizm trendlerine uyum sağlayacaktır.
İnsan Sermayesinin Geliştirilmesi	Hükümet, hizmet kalitesini artırmak ve genel turist deneyimini iyileştirmek amacıyla turizm profesyonelleri için eğitim programları da dahil olmak üzere insan sermayesinin geliştirilmesine yatırım yapacaktır.
Dijitalleşme ve Teknoloji	Dijitalleşme, turizm sektöründe müşteri deneyimini iyileştirmek ve operasyonel verimliliği artırmak için kritik bir rol oynamaktadır. Türkiye, dijital pazarlama stratejilerini geliştirerek ve teknoloji odaklı hizmetler sunarak rekabet gücünü artırabilir. Seyahat yönetimi, destinasyon pazarlaması ve turist deneyiminin iyileştirilmesi için dijital çözümler kritik önemdedir.

Tablo 11. Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Yönelik Değerlendirmesi (Devamı)

Ana Başlıklar	Değerlendirmeler
Pazar Çeşitliliği	Türkiye, yalnızca geleneksel pazarları değil, aynı zamanda yeni ve potansiyel pazarlara da yönelmelidir. Özellikle Asya ve Orta Doğu pazarları, Türkiye için büyük fırsatlar sunmaktadır.
Riskler ve Fırsatlar	Riskler: Pandemi benzeri küresel krizler ve bölgesel istikrarsızlıklar turizm potansiyelini olumsuz etkileyebilir. Fırsatlar: Doğal ve kültürel mirasın etkin tanıtımı, uluslararası standartlarda hizmet geliştirilmesi ve dijital turizm altyapılarının kurulması Türkiye'nin rekabet gücünü artıracaktır.

Kaynak: Yapay Zekâ Araçları ile Yazarlar Tarafından Derlenmiştir.

6.2. Yapay Zekânın, Türkiye'nin 2030 Yılı Potansiyeline Ulaşması İçin Önerileri

Aşağıda verilen önerilerin uygulanmasıyla Türkiye, turizm potansiyelinin tamamını açığa çıkarabilir ve 2030 hedeflerine ulaşarak dünyanın önde gelen turizm merkezlerinden biri haline gelebilir.

- Hükümet, turist deneyimini iyileştirmek ve ülkenin turizm kapasitesini artırmak için havaalanları, oteller ve ulaşım sistemleri de dahil olmak üzere turizm altyapısına yatırım yapmaya devam etmelidir.
- Türkiye'nin turizm olanaklarını çeşitlendirmek ve daha geniş yelpazede turist çekebilmek için eko-turizm, kültür turizmi, kruvaziyer turizmi gibi yeni turizm ürünlerinin geliştirilmesine odaklanması gerekiyor.
- Hükümet, turizmin çevre ve yerel topluluklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için çevre dostu oteller, sorumlu turizm davranışları ve toplum temelli turizm girişimleri gibi sürdürülebilir turizm uygulamalarına önem vermelidir.
- Hizmet kalitesini artırmak ve genel turist deneyimini iyileştirmek için turizm profesyonellerine yönelik eğitim programları da dahil olmak üzere insan sermayesinin geliştirilmesi bir öncelik olmalıdır.
- Hükümet, turizmin geliştirilmesine yönelik koordineli bir yaklaşım sağlamak ve sektörün karşı karşıya olduğu zorlukları ele almak amacıyla özel sektör ve sivil toplumla iş birliği içinde bir turizm geliştirme stratejisi oluşturmalıdır.
- Altyapı yatırımları artırılmalı, özellikle dijitalleşme ve sürdürülebilir turizm odaklı projeler desteklenmelidir.
- Uluslararası işbirlikleri geliştirilerek, yüksek harcama yapan turist gruplarına hitap eden hizmet kalitesi sağlanmalıdır.
- Yasalar ve teşvikler kapsamında yatırım süreçleri kolaylaştırılmalı, doğrudan yabancı yatırımlar artırılmalıdır.
- Yeni pazar açılımları: Türkiye, Hindistan ve Çin gibi hızlı büyüyen pazarlarda tanıtım faaliyetlerini artırmalı ve bu ülkelere özel ulaşım kolaylıkları sağlamalıdır.
- Turizm çeşitliliği: Gelen turistlerin yalnızca kıyı bölgelerine değil, iç bölgelere de yönlendirilmesi için kültür, doğa ve spor temalı turlar teşvik edilmelidir.
- Katma Değerli Turizm: Sağlık, kongre ve lüks turizm gibi kişi başı harcamanın yüksek olduğu alanlara daha fazla yatırım yapılmalıdır. Örneğin:
 - Sağlık turizmi: Estetik cerrahi, diş tedavisi ve fizik tedavi olanakları genişletilmeli.
 - Kongre turizmi: İstanbul ve Ankara gibi şehirlerde kongre merkezleri desteklenmeli.

- Lüks Hizmetler ve Temalı Tesisler: Ultra lüks oteller, golf sahaları ve gastronomi turları ile gelir artırılabilir. Özellikle zengin turistlere hitap eden özel hizmetler yaygınlaştırılmalıdır.
- Sezon dışı turizmin geliştirilmesi:
 - Kış turizmi: Erzurum, Kars ve Kayseri gibi şehirlerde kış sporlarına yönelik tesislerin kapasitesi artırılmalı.
 - Termal turizm: Afyon, Yalova ve Balıkesir gibi termal kaynakların olduğu bölgelerde turizm teşvik edilmelidir.
- Doğu ve Karadeniz'in potansiyeli:
 - Karadeniz'in yaylaları ve Doğu Anadolu'nun tarihî ve kültürel değerleri (ör. Ani Harabeleri, Van Gölü) uluslararası tanıtım kampanyalarına dahil edilmelidir.
 - Yeni ulaşım altyapısı (havalimanları, hızlı tren hatları) bu bölgelerde turizmi artırabilir.
- Özel Sektör Yatırımları:Büyük turizm markalarını çekmek için teşvik paketleri genişletilmeli.
 - Sürdürülebilir turizm yatırımları: Çevre dostu otel ve tesisler için vergi avantajları sağlanmalıdır.
- Kamu Altyapı Yatırımları:
 - Yeni havalimanları ve otoyollar ile turistik bölgelere erişim kolaylaştırılmalı.
 - Dijital altyapı (turist rehberi uygulamaları, dijital haritalar) güçlendirilmelidir.
 - Karbon Nötr Tesisler: 2030 yılına kadar karbon emisyonlarını azaltmaya yönelik otel ve turistik tesisler desteklenmelidir.Dijitalleşme: Akıllı turizm uygulamaları yaygınlaştırılmalı, dijital platformlarla turistlere erişim artırılmalıdır.
- Uluslararası İşbirlikleri: Dünya çapında marka tanıtımları yapılmalı ve uluslararası etkinlikler düzenlenmelidir.
- Yeni Destinasyonlar: Karadeniz yaylaları, Van Gölü çevresi ve Nemrut Dağı gibi alanların turizme entegrasyonu sağlanmalıdır.
- 2030 için Kanunun Rolü: Yasanın sunduğu yatırım kolaylıkları, yabancı sermayeyi çekmek ve uluslararası marka otellerin Türkiye'deki varlığını artırmak için daha fazla kullanılabilir. Turizm Teşvik Yasası, yatırım teşvikleri sağlayarak, sürdürülebilir turizm uygulamalarını teşvik ederek ve ülkenin turizm altyapısını iyileştirerek turizm sektörünü desteklemeyi amaçlamaktadır. Yasa, vergi muafiyetleri, yatırım sübvansiyonları ve basitleştirilmiş lisans prosedürleri dahil olmak üzere çeşitli avantajlar sunmaktadır. Yasa ayrıca kültürel ve tarihi turizm, eko-turizm ve kruvaziyer turizmini geliştirmeye odaklanmaktadır.
- Kültür ve Turizm Koruma Bölgeleri: Yeni turizm bölgelerinin belirlenmesi, yatırımların önünü açmıştır.
- Kamu-Özel İşbirliği: Özel sektör ile altyapı ve tesis yatırımları teşvik edilmektedir.
- Sağlık ve Eko-Turizm: 2030 yılına kadar, küresel trendler doğrultusunda sağlık, doğa ve spor turizmi yatırımları önceliklendirilmelidir.
- Deniz Turizmi: Türkiye'nin kıyı avantajları, yat limanları ve kruvaziyer limanlarının geliştirilmesiyle daha iyi değerlendirilebilir.

Hem turizm teşvik kanunun hem de TUİK tarafından açıklanan istatistiki veriler Türkiye'nin turizm potansiyelinin artarak devam edeceğine işaret etmektedir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, Türkiye'nin turizm sektöründeki 2019-2023 yıllarına ait istatistiki veriler ve 2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu kapsamında sunduğu fırsatlar ışığında, 2030 yılına yönelik potansiyelini ortaya koymayı amaçlamıştır. TÜİK verileri, Türkiye'nin pandemi öncesi dönemde önemli bir turizm merkezi olduğunu, pandemi sonrası süreçte ise hızlı bir toparlanma yaşadığını göstermektedir. 2023 yılında ulaşılan 57,07 milyon ziyaretçi ve 55,87 milyar dolarlık gelir, sektörün dayanıklılığını ve gelişim potansiyelini net bir şekilde ortaya koymaktadır. Türkiye'nin turizm gelirlerinin 2030 yılına kadar yıllık ortalama %8 oranında büyüyerek 75-80 milyar dolara ulaşacağı öngörülmüştür. Bu tahmin, 2019-2023 dönemindeki hızlı toparlanma süreci ve teşvik politikalarına dayanmaktadır. Literatürde, pandeminin etkilerinin azalmasıyla turizmin hızla toparlanacağı ve gelir artışının teknoloji destekli stratejilerle hızlanacağı vurgulanmaktadır (Şeker, 2023; Samara vd., 2020).

Analizler, Türkiye'nin mevcut turizm gelirlerinin büyük oranda yaz aylarında ve kıyı bölgelerinde yoğunlaştığını, kişi başı harcamaların ise sınırlı düzeyde arttığını göstermektedir. Turizm gelirlerinin yaklaşık %20'sinin yeme-içme ve %10'unun konaklama gibi temel ihtiyaçlardan elde edilmesi, sektörün daha fazla katma değerli turizm faaliyetlerine yönelme ihtiyacını ortaya koymaktadır. Özellikle sağlık, spor ve kültürel turizm gibi segmentlerin gelişim potansiyelinin yüksek olduğu ve bu alanlara yönelik yatırımların sektörün büyümesine katkı sağlayacağı açıktır. Yapay zekâ destekli tahminlemede sağlık, spor ve kültürel turizmin potansiyeli vurgulanmıştır. Literatürde, bu segmentlerin hem turist başına harcamayı artırdığı hem de sürdürülebilir turizmi desteklediği belirtilmektedir (Tussyadiah, 2020; Kumari vd., 2024). Özellikle, sağlık turizminin uluslararası rekabette Türkiye'yi öne çıkarabileceği ifade edilmektedir (Louati vd., 2024).

Turizm Teşvik Kanunu çerçevesinde geliştirilen politikalar, kültür ve turizm koruma bölgelerinin artırılması, kamu-özel sektör iş birliğiyle altyapı yatırımlarının desteklenmesi ve eko turizm gibi sürdürülebilir uygulamaların teşvik edilmesi gibi önemli avantajlar sunmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye'nin 2030 yılı için belirlenen hedeflere ulaşması mümkündür. Ziyaretçi sayısının 80-100 milyon seviyesine, kişi başı harcamanın ise 1.200-1.500 dolara çıkarılması, turizm gelirlerinin 110 milyar dolar gibi bir büyüklüğe ulaşmasını sağlayabilir.

Bu hedeflere ulaşılması, sektörel çeşitliliğin artırılması, dijitalleşme ve akıllı turizm uygulamalarının yaygınlaştırılması, sürdürülebilir turizm politikalarının benimsenmesi ve yeni pazarlara yönelik tanıtım faaliyetlerinin etkinleştirilmesi gibi stratejilerin uygulanmasına bağlıdır. Özellikle Doğu Anadolu ve Karadeniz gibi az gelişmiş bölgelerin turizme kazandırılması, turizmin coğrafi ve ekonomik olarak dengeli bir şekilde büyümesine katkı sağlayacaktır. Çalışmada, yapay zekâ destekli tahminlerin turizm planlaması ve stratejik karar alma süreçlerinde kullanılabileceği gösterilmiştir. Literatürde de yapay zekânın müşteri deneyimini geliştirme, talep tahmini ve operasyonel verimliliği artırmada etkili olduğu görülmektedir (Koo vd., 2021; Li vd., 2024). Çalışma, sürdürülebilir turizm politikalarının uygulanmasının önemine de dikkat çekmektedir. Bu, literatürde de geniş yer bulan bir konudur; çevresel sürdürülebilirlik stratejilerinin turizmin uzun vadeli başarısı için kritik olduğu vurgulanmaktadır (Kumari vd., 2024; Louati vd., 2024).

Yapay zekâ destekli yapılan tahminleme sonuçları incelendiğinde sektör yöneticileri, kamu kurumları ve akademisyenler için aşağıda bazı öneriler sunulmuştur.

Sektör ve Yöneticiler için öneriler;

- Yeni Ürün Çeşitlendirmesi: Sağlık, kış ve doğa turizmine yönelik ürünlerin geliştirilmesi,

- Hizmet Kalitesinin Artırılması: Otelcilik ve diğer turizm hizmetlerinde eğitim programlarına yatırım yaparak müşteri memnuniyetinin artırılması,
- Dijitalleşme ve Teknoloji Kullanımı: Turist deneyimlerini geliştirecek akıllı uygulamaların yaygınlaştırılması,

Kamu Kurumları için öneriler;

- Altyapı Geliştirmeleri: Özellikle az gelişmiş bölgelerde yeni havalimanları ve hızlı tren hatlarının inşa edilmesi,
- Sürdürülebilirlik Teşvikleri: Çevre dostu oteller ve karbon nötr tesislere yönelik vergi teşvikleri,
- Uluslararası Tanıtım: Türkiye'nin kültürel ve doğal mirasını küresel çapta tanıtan kampanyaların artırılması,

Akademisyenler için öneriler;

- Veri Tabanlı Araştırmalar: Yapay zekâ destekli analizlerin yaygınlaştırılması ve sektörel tahminlerin daha da hassaslaştırılması,
- Çok Disiplinli Çalışmalar: Ekonomi, çevre bilimi ve turizm politikaları gibi farklı alanlarla entegre araştırmalar yapılmalıdır.

Sonuç olarak, Türkiye'nin turizm sektöründeki rekabet gücünü artırmak ve 2030 hedeflerine ulaşmak için sürdürülebilirlik, kalite ve çeşitlilik odaklı bir yaklaşım benimsemesi gereklidir. Hükümetin altyapı ve teşvik politikalarına devam etmesi, özel sektörle iş birliğini artırması ve uluslararası standartlarda hizmet sunması, Türkiye'yi küresel bir turizm lideri haline getirme potansiyelini barındırmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aygün, A., ve Baycan, T. (2020). A Critical Analysis of Turkey's Tourism Strategy Plan (2023) Based on the key factors in mitigation and adaptation to climate change. *Journal of Tourism Leisure and Hospitality*, 2(2), 48-61.
- Bedir, Ö. (2024). Development of Cultural and Faith Tourism in SCO and Turkic States: Uzbekistan's Potential and the Exemplary Turkish Case. *Journal of Multidisciplinary Academic Tourism*, 9(2), 157-163.
- Buhalis, D., ve Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>
- Dursun, C., Demiral, M., Zengin, B., ve Batman, O. (2017). 2023 Türkiye Turizm Stratejisi Kapsamında Kırsal Turizmin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Kırsal Turizm ve Kalkınma Dergisi (IRTAD)* E-ISSN: 2602-4462, 1(1), 1-5.
- Gössling, S., Scott, D., ve Hall, C. M. (2021). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Gülay, B. K. (2024). Modeling and forecasting of tourism income: the case of turkey. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. <https://doi.org/10.18070/erciyesiibd.1581119>
- İzgi, M. T. (2023). The Vision of Growth with High Value-Added Products in the Tourism Sector of Turkey with the Approach of Comparative Advantage Theory. *International Conference on Eurasian Economies 2023*, 192-199. <https://doi.org/10.36880/c15.02799>
- Karakan, H. İ. (2023). Economic and Structural Development of Turkey's Tourism within Development Plans During a Century of The Republican Era. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22(Cumhuriyet'in 100. Yılı), 355-372. <https://doi.org/10.21547/jss.1360178>

- Koo, B., Curtis, C., ve Ryan, B. (2021). Examining the impact of artificial intelligence on hotel employees through job insecurity perspectives. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102763. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102763>
- Kozak, M., ve Baloglu, Ş. (2010). *Managing and marketing tourist destinations: Strategies to gain a competitive edge*. Routledge.
- Kumari, M., Guleria, S., ve Kumar, S. (2024). Sustainability in tourism and hospitality: Artificial intelligence role in eco-friendly practices in Indian hotels. *Journal of Tourism Theory and Research*, 10(2), 46–56. <https://doi.org/10.24288/jttr.1523976>
- Li, M., Sun, X., Hua, M., ve Qiu, H. (2024). Artificial intelligence features and their service outcomes: A meta-analysis. *Journal of Hospitality Marketing ve Management*. <https://doi.org/10.1080/19368623.2024.2391856>
- Louati, A., Louati, H., Alharbi, M., Kariri, E., Khawaji, T., Almubaddil, Y., ve Aldwsary, S. (2024). Machine learning and artificial intelligence for sustainable tourism: A case study on Saudi Arabia. *Information*, 15(9), 516. <https://doi.org/10.3390/info15090516>
- Okumus, F., Avci, U., Kilic, I., ve Walls, A. R. (2012). Cultural tourism in Turkey: A missed opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 638-658.
- Sakal, H. B. (2021). Türkiye turizminin uluslararası rekabetçiliği: Dünya Ekonomik Forumu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi'nde Türkiye'nin görünümü. *Cappadocia Journal of Area Studies (CJAS)*, *Cappadocia University*, 3(1), 126–149. <https://doi.org/10.38154/CJAS.2>
- Samara, D., Magnisalis, I., ve Peristeras, V. (2020). Artificial intelligence and big data in tourism: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(2), 343–367.
- Şeker, F. (2023). Combining the power of artificial intelligence and mathematical modelling: A hybrid technique for enhanced forecast of tourism receipts. *European Journal of Tourism Research*, 36, 3614. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v36i.3246>
- Tosun, C. (2020). Challenges of sustainable tourism development in the developing world: The case of Turkey. *Tourism Management*, 22(3), 289-303. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00060-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00060-1)
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the annals of tourism research curated collection on artificial intelligence and robotics in tourism. *Annals of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102883>
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2024). *İstatistik veri portalı: Eğitim, kültür, spor ve turizm*. Erişim adresi: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Egitim,-Kultur,-Spor-ve-Turizm-105>, Erişim Tarihi: 10.11.2024
- Yılmaz, N. (2022). Turkey's health tourism demand forecast: the arima model approach. *International Journal of Health Management and Tourism*. <https://doi.org/10.31201/ijhmt.1065460>
- Yolal, M., Çetinel, F., ve Uysal, M. (2009, November). An examination of festival motivation and perceived benefits relationship: Eskişehir International Festival. In *Journal of Convention & Event Touris* (Vol. 10, No. 4, pp. 276-291). Taylor & Francis Group.
- Yurtseven, Ç. (2024). Assessing Alignment Between Self-Reported Sustainability and Practices in Turkish Tourism. *RGSA: Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(6), e07973. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n6-196>
- Yuksel, F., Bramwell, B., & Yuksel, A. (1999). Stakeholder interviews and tourism planning at Pamukkale, Turkey. *Tourism management*, 20(3), 351-360.