



KPMG Perspektifinden Turizm Sektörüne Bakış

KPMG Türkiye

kpmg.com





İçindekiler

Küresel Turizm Ekosistemi: Stratejik Bakış ve 2026 Projeksiyonu	3
• Küresel Turizm Gelirleri	4
• Küresel Turist Sayıları	4
• Uluslararası Rekabet	5
Türkiye'nin Turizm Ekonomisi	7
• Türkiye Turizm Pazarı	8
• Yabancı Turist Profili	10
Turizm Trendleri	12
Turizm Sektöründe Yapay Zeka Kullanımı	13
Sürdürülebilir Turizm	14



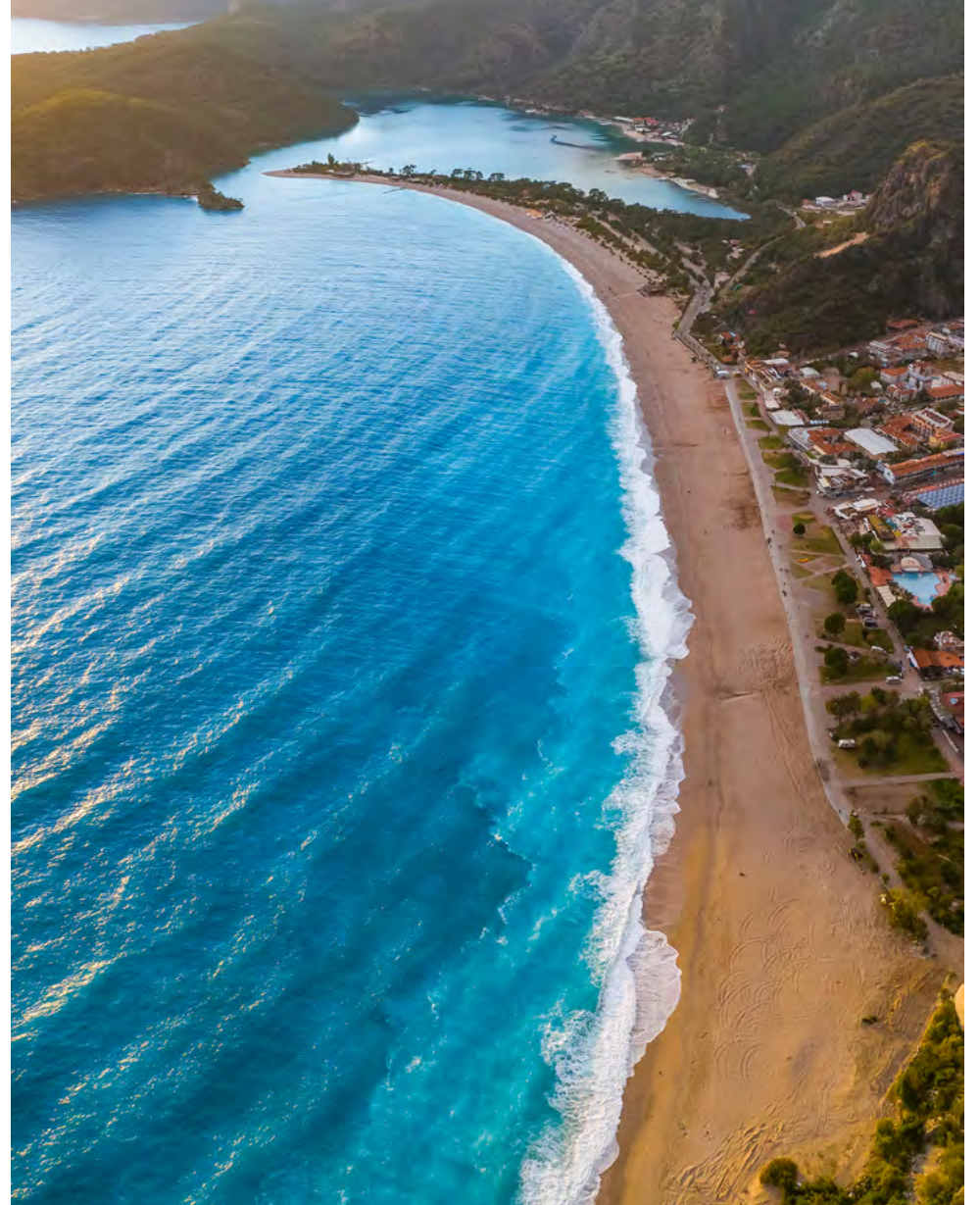
Küresel Turizm Ekosistemi: Stratejik Bakış ve 2026 Projeksiyonu

Küresel turizm ekosistemi, 2025 yılında sergilediği performansla pandemi sonrası toparlanma evresini geride bırakarak sürdürülebilir büyüme fazına geçmiştir. Yıl boyunca kaydedilen veriler, uluslararası ziyaretçi harcamalarının yıl genelinde önceki yıllara oranla yüksek seviyelerde gerçekleştiğini ortaya koymaktadır. Bu çerçevede uluslararası turizm gelirleri, 2025 yılında 1,8 trilyon dolarlık hacme ulaşarak büyüme grafiğini yukarı taşımaya devam etmiştir. Önceki yıla oranla kaydedilen %6'lık büyüme, seyahat iştahının küresel ölçekte canlılığını koruduğunu göstermektedir.

Bununla birlikte, 2026 yılına ilişkin değerlendirmelerde turizm sektöründeki belirleyici unsurun, derinleşen makro-politik belirsizlikler ve tırmanan bölgesel ihtilaflar olduğu görülmektedir. Mevcut konjonktürde, diplomatik kırılmalıkların yalnızca yerel ölçekte kalmadığı; küresel hava sahası güvenliği, uluslararası ulaşım koridorlarının sürekliliği ve enerji maliyetleri üzerinde doğrudan baskı oluşturduğu gözlemlenmektedir.

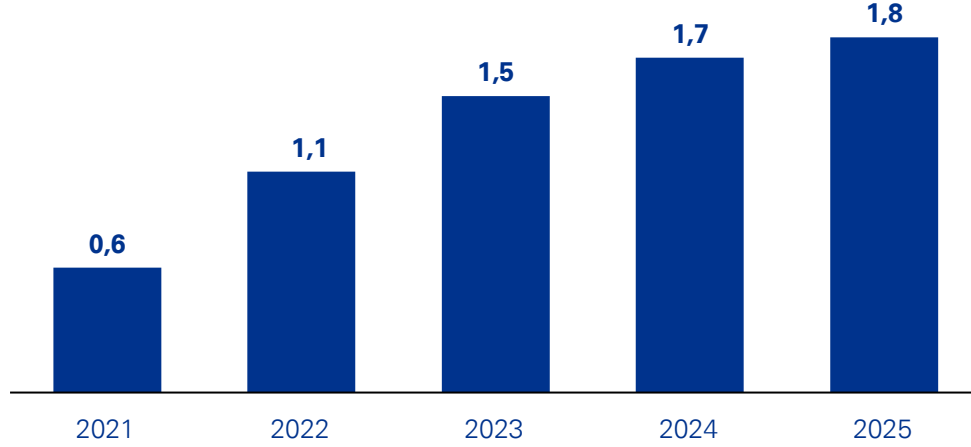
Özellikle stratejik bölgelerdeki istikrarsızlıkların tetiklediği rota değişiklikleri ve artan operasyonel maliyetler, sektör paydaşlarının kar marjlarını ve fiyatlama stratejilerini yeniden gözden geçirmesine neden olmaktadır. Tüketici güven endeksi üzerinde oluşan bu jeopolitik baskı, geleneksel rotaların yerini "güvenli liman" olarak tanımlanan alternatif destinasyonlara bırakmasına yol açarak küresel turizm haritasını yeniden şekillendirmektedir.

Sektör temsilcileri; değişken ekonomik parametrelerin yanı sıra, siyasi türbülansların oluşturduğu güvenlik hassasiyetlerinin ve tedarik zinciri kesintilerinin turizmin gelecekteki seyri üzerinde belirleyici olacağı konusunda birleşmektedir. Dolayısıyla, 2026 yılında turizmin başarısı, bu çok katmanlı krizlere karşı geliştirilecek adaptasyon kabiliyeti ve kriz yönetimi stratejilerinin etkinliğiyle doğrudan ilintili olacaktır.





Küresel Turizm Gelirleri (Trilyon USD)



Kaynak: UN Tourism

2025 yılı, küresel mobilite ekosisteminde tarihsel bir eşğin aşıldığı ve uluslararası turist sayısının 1,5 milyar barajını geride bıraktığı bir "altın yıl" olarak kayıtlara geçmiştir. Bir önceki yıla oranla kaydedilen yaklaşık 60 milyonluk net artış ve %4'lük organik büyüme, seyahat endüstrisinin pandemi sonrası dönemdeki en yüksek hacmine ulaştığını ve küresel turizm iştahının kurumsal bir istikrara kavuştuğunu teyit etmektedir.

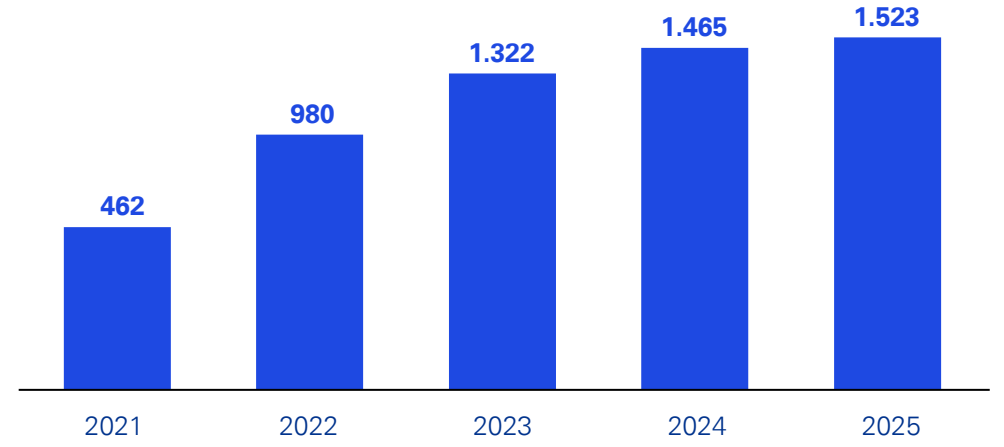
Bölgesel dağılım incelendiğinde, Avrupa kıtası yaklaşık 793 milyon ziyaretçi ile küresel turizmde en büyük destinasyon bölgesi olmayı sürdürmüş ve 2024 yılına kıyasla %4 daha fazla ziyaretçi ağırlamıştır. Amerika kıtası, yaklaşık 218 milyon uluslararası turist ile genel toplamda %1 oranında daha temkinli bir büyüme grafiği çizse de bu görünüm, ülkeler bazında farklılaşmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri önceki yıllarda yakaladığı yüksek turist sayılarının da etkisiyle doygun bir seyir izlerken, Meksika deneyim odaklı turizmin yükselişle kıtasal ortalamasının üzerinde bir ivme yakalamıştır.

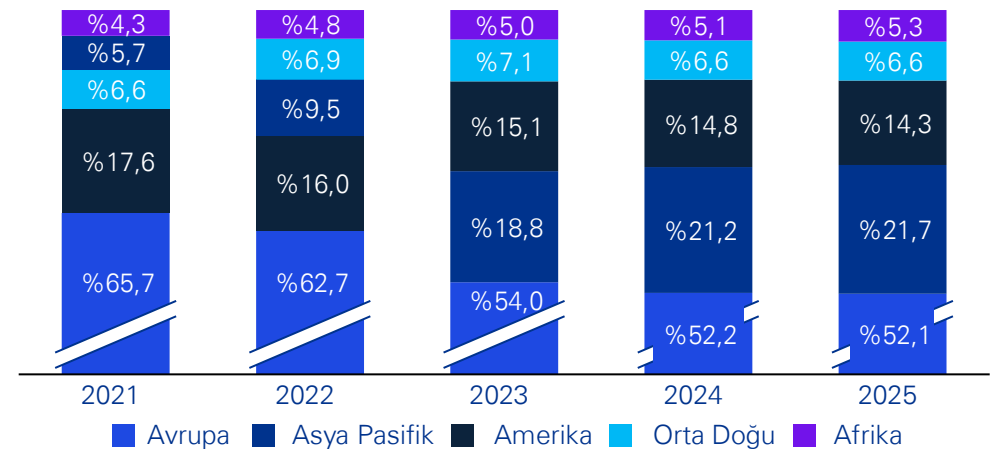
Afrika, özellikle Kuzey havzasındaki kültürel destinasyonların sunduğu güçlü cazibe merkezi etkisiyle 81 milyon ziyaretçiye ulaşarak %8'lik dikkat çekici bir büyüme kaydetmiştir. Orta Doğu ise 2025 yılında %3 büyüme kaydetmiştir.

Son olarak, 331 milyon ziyaretçi ve %6'lık büyüme performansı gösteren Asya-Pasifik bölgesi, her ne kadar pandemi öncesi değerlerine yaklaşırsa da, tam kapasiteye ulaşma yolundaki kademeli iyileşme sürecini 2026 projeksiyonlarına taşımıştır.

Küresel Turist Sayısı (Milyon kişi)



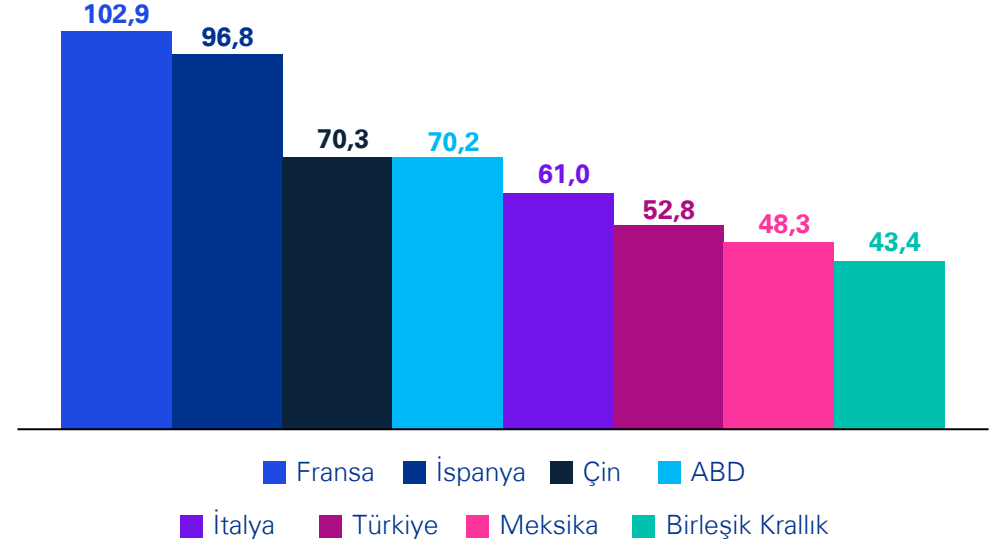
Küresel Turist Sayısının Bölgelere Göre Dağılımı (Ziyaretçi sayısı (%))



Kaynak: UN Tourism



2025 Yılında En Çok Ziyaret Edilen Ülkeler (Milyon kişi)



Kaynak: UNWTO, TÜİK

Uluslararası turist hareketliliği 2025 yılında belirli destinasyonlarda yoğunlaşmaya devam etmiştir. Fransa ve İspanya, "geleneksel destinasyon" algısını sürdürülebilir turizm modelleriyle birleştirerek zirvedeki yerlerini korumuştur. Avrupa'nın bu değişmez istikrarı, kültürel mirasın dijitalleşen ve deneyim odaklı hale gelen yeni nesil seyahat beklentileriyle başarılı bir şekilde harmanlanmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

2025'in en dikkat çekici gelişmelerinden bir tanesi, Çin'in pandemi döneminde dip seviyeleri gören yabancı ziyaretçi sayısında (2021 yılında yaklaşık 6 milyon ziyaretçi) kayda değer bir toparlanma sergilemesi ve 2025 yılı itibarıyla pandemi öncesi dönemin üzerine çıkması olmuştur. Bu durum, Asya-Pasifik pazarındaki kısıtlamaların tamamen kalktığını ve küresel mobilite dengesinin yeniden kurulduğunu göstermektedir.

Bu tabloda Türkiye, uluslararası ziyaretçi sayısı bakımından 6. sırada yer alarak dünyanın en çok ziyaret edilen destinasyonları arasındaki konumunu sürdürmüştür. Türkiye'nin ortaya koyduğu bu performans, yaz destinasyonu odağının ötesine geçerek; kültür, sağlık ve gastronomi gibi alanlarda sunduğu çeşitlilik sayesinde dünya ölçeğinde kalıcı bir "değer markası" olma yolunda ilerlediğini göstermektedir.



Türkiye'nin Rekabet Ettiği Başlıca Turizm Destinasyonları

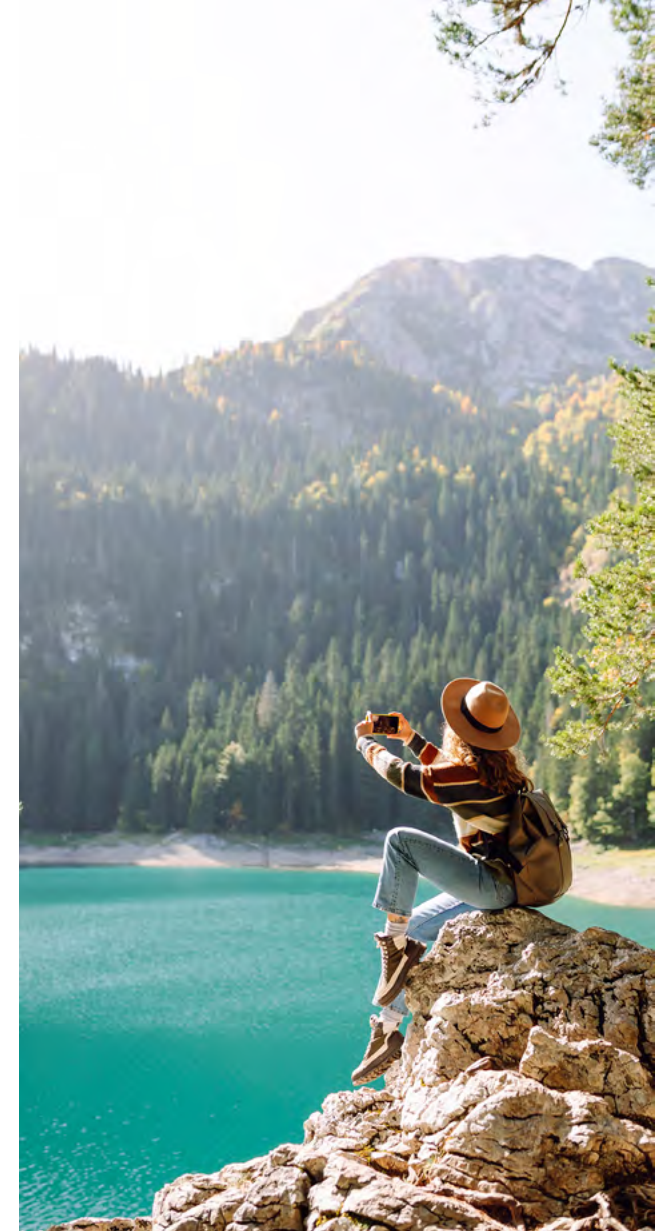
Ülkeler	Yabancı ziyaretçi (milyon)	Turizm geliri* (milyar USD)	Ziyaretçi başına harcama (USD)	Ortalama geceleme	Öne çıkan turizm türleri
	102,9	87,6	~851	7,2 gün	Kültürel Miras, Gastronomi, MICE (Kongre), Lüks Alışveriş
	96,8	152,2	~1572	5,3 gün	Deniz-Güneş, Spor Turizmi (Golf/Futbol), Eğlence Ekonomisi
	61,0	61,5	~1008	7,8 gün	Sanat ve Tarih, İnanç Turizmi, Agroturizm (Kırsal Turizm)
	37,2	26,7	~717	6,8 gün	Lüks Ada Turizmi, Arkeoloji, Kruvaziyer (Gemi) Turizmi
	52,8	64,4	~1008*	10,7 gün	Medikal (Sağlık), Gastronomi, Mavi Tur, Kültür Yolu Rotaları

Kaynak: UN Tourism, Eurostat, WTTC, TÜİK

Not: * Türkiye için ziyaretçi başına harcama hesaplamasında, yalnızca "yabancı ziyaretçi sayısı" değil, yurt dışında ikamet eden vatandaşlar da dahil edilerek toplam ziyaretçi baz alınmıştır.

2025 yılı verileri, küresel turizm ekosisteminde yalnızca "ziyaretçi sayısı" odaklı geleneksel büyüme modelinin yerini, harcama düzeyi ve deneyim merkezli bir "değer ekonomisine" bıraktığını göstermektedir. Bu stratejik dönüşümün en çarpıcı yansıması, Avrupa'nın iki dev pazarının performans kıyaslamasında izlenebilmektedir. Fransa 102 milyon ziyaretçiyle sayısal liderliğini sürdürürken, İspanya'nın 152 milyar dolara ulaşan toplam geliri, ziyaretçi başına düşen harcama kapasitesinin kritik bir başarı kriteri haline geldiğini ortaya koymaktadır. Bu süreçte İtalya ve Yunanistan gibi ülkeler geleneksel kültür ve ada turizmi modelleriyle istikrarlı bir seyir izlemektedir.

Türkiye ise bu küresel tabloda rakiplerinden pozitif ayrılarak, geleneksel "deniz turizmi" kimliğini sağlık, gastronomi ve kültür turları ile harmanlayıp stratejik bir dönüşüm gerçekleştirmektedir. 52,8 milyon turist ve 64,4 milyar dolarlık gelire hem sayısal hem de finansal hedeflerini gerçekleştiren Türkiye, özellikle 10,7 günlük ortalama geceleme süresiyle rakiplerine oranla ziyaretçilerin ülkede daha uzun kalmasını sağlamıştır. Türkiye, turizm gelirlerini yalnızca kıyı şeridine değil, geniş bir hizmet yelpazesine yayarak 2026 yılı için güçlü büyüme potansiyeline sahip bir ülke konumuna yükselmiştir.





Türkiye'nin Turizm Ekonomisi

Turizm sektörü, Türkiye ekonomisi açısından döviz kazandırıcı faaliyetler içinde stratejik önemini sürdürmektedir. 2025 yılında sektörün ekonomik değerinin gayri safi yurt içi hasıla (GSYH) içerisindeki payı %4 seviyesinde gerçekleşerek makroekonomik istikrarın temel sütunlarından biri olma özelliğini korumuştur.

Pandemi döneminde yaşanan daralmanın ardından turizm gelirleri toparlanma sürecine girmiştir. Türkiye'nin ziyaretçilerden elde ettiği turizm geliri 2025 yılında bir önceki yıla kıyasla %6,5 artış göstererek 64 milyar 448 milyon dolar seviyesine ulaşmıştır. Ziyaretçilerin turizm gelirinin yaklaşık %18'i, yurt dışında ikamet eden Türk vatandaşlarının gerçekleştirdiği ziyaretlerden oluşmuştur.

2025 yılı gelir kompozisyonu incelendiğinde, toplam gelirin 46 milyar 252 milyon dolarlık kısmını oluşturan kişisel harcamalar baskınlığını korumakla birlikte; 18 milyar 196 milyon dolara ulaşan paket tur harcamaları önceki yıllara oranla yüzdesel payını artırmıştır.

Paket turların toplam gelir içindeki ağırlığının artması, yerel turizm paydaşlarının ve acentelerin küresel pazarlama ağlarında daha etkin rol oynadığını ortaya koymaktadır.

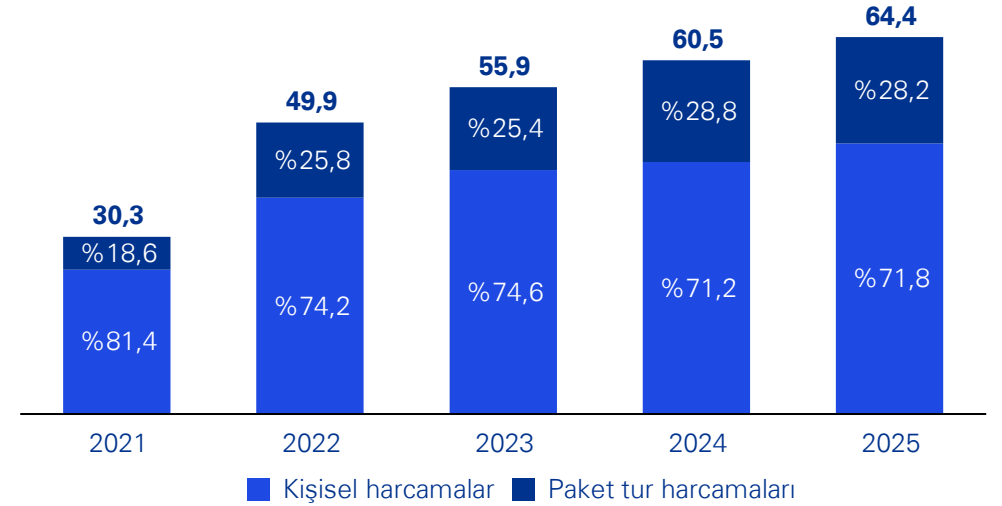
Bu gelişime paralel olarak, Türkiye turizm pazarında satış kanalları incelendiğinde, seyahat acentalarının özellikle uluslararası talebin yönlendirilmesinde belirleyici bir rol oynamaya devam ettiği görülmektedir.

Bununla birlikte, sektörde belirgin bir dijitalleşme eğilimi de öne çıkmaktadır. Online platformlar ve özellikle OTA'lar (online seyahat acentaları), sundukları fiyat karşılaştırma imkânı ve geniş erişim sayesinde büyüyerek pazar içindeki payını artırmaktadır. Bu dönüşümle birlikte, otel ve diğer hizmet sağlayıcıları da doğrudan satış kanallarını (web sitesi, mobil uygulama, çağrı merkezi vb.) güçlendirerek müşteri ilişkilerini daha doğrudan yönetmeye ve satış karmasını dengeli bir şekilde çeşitlendirmeye yönelik stratejilere odaklanmaktadır.

Orta Doğu'daki krizin etkisiyle, Türkiye turizminde erken rezervasyon döneminde talepte zayıflama olduğu ve rezervasyonlarda %20'ye varan düşüşler yaşandığı sektör profesyonelleri tarafından belirtilmektedir. Bu zayıflamaya paralel olarak rezervasyon iptallerinin arttığı ve toplam talepte daralmanın %25–30 seviyelerine ulaşabileceği riski ifade edilmektedir.

Aynı dönemde yükselen petrol fiyatlarının ulaşım maliyetlerini artırması, sektör genelinde maliyet baskısını yükseltirken talep tarafında fiyat hassasiyetini de artırmaktadır. Bu gelişmeler çerçevesinde, savaşın seyrine bağlı olarak 2026 yılında turist sayısı ve turizm gelirlerinin 2025 seviyelerinin altında kalma riski bulunmaktadır.

Harcama Türüne Göre Ziyaretçilerden Elde Edilen Turizm Gelirleri (Milyar USD)



Kaynak: TÜİK

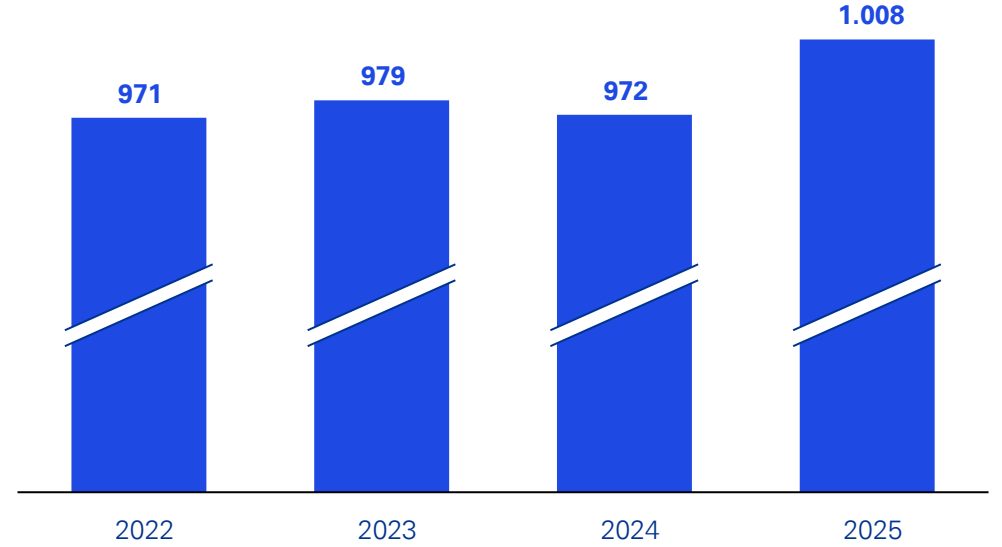
Kişisel harcamalar: Ziyaretçilerin seyahat süresince, paket tur kapsamı dışında kalan tüm bireysel harcamalarını ifade eder. Konaklama (paket dışı), yeme-içme, sağlık, ulaştırma, eğlence gibi kalemleri kapsar.

Paket tur harcamaları: Tur operatörleri veya seyahat acenteleri aracılığıyla satışı sunulan; ulaşım, konaklama, yeme-içme ve rehberlik gibi hizmetlerden en az ikisinin bir arada sunulduğu bütünlük hizmet bedelidir.





Ziyaretçilerin Kişi Başı Ortalama Harcamaları (USD)



Kaynak: TÜİK

Nitelikli Turizm Eğilimi Güçleniyor

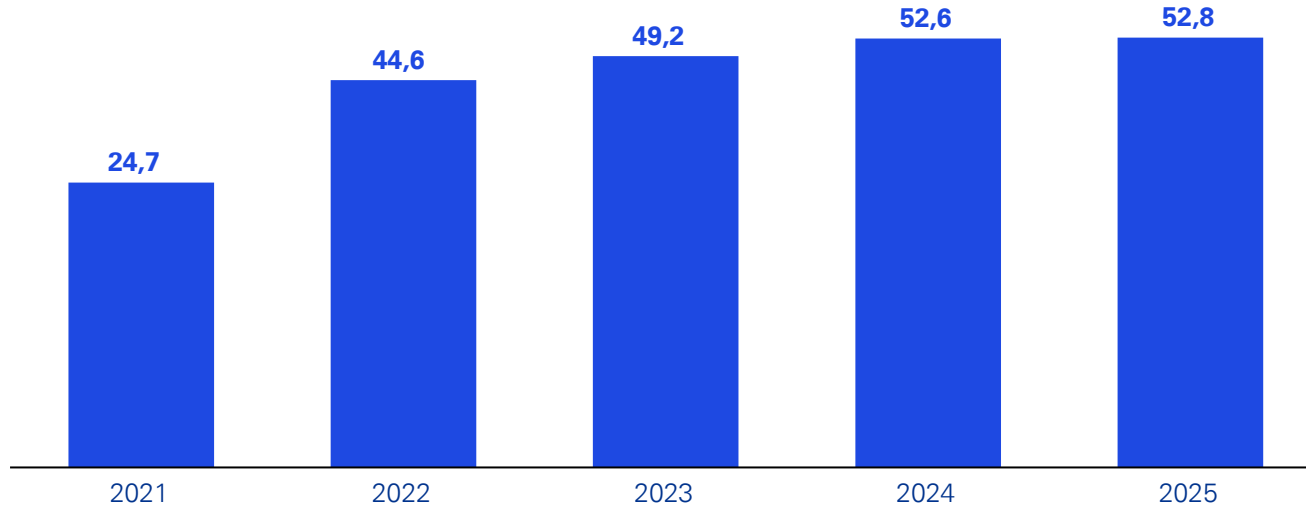
2025 yılı verileri, Türkiye turizminin büyüme grafiğinin ziyaretçi hacminin yanı sıra ziyaretçi başına harcama düzeyiyle de desteklendiğine işaret etmektedir.

Ziyaretçi başına düşen ortalama harcamanın önceki yıla oranla %3,7 artış göstererek 1008 dolara yükselmesi ve günlük harcama tutarının 100 dolar seviyesine ulaşması, sektörün yüksek segmentli harcama gruplarına olan erişim kapasitesini yansıtmaktadır.

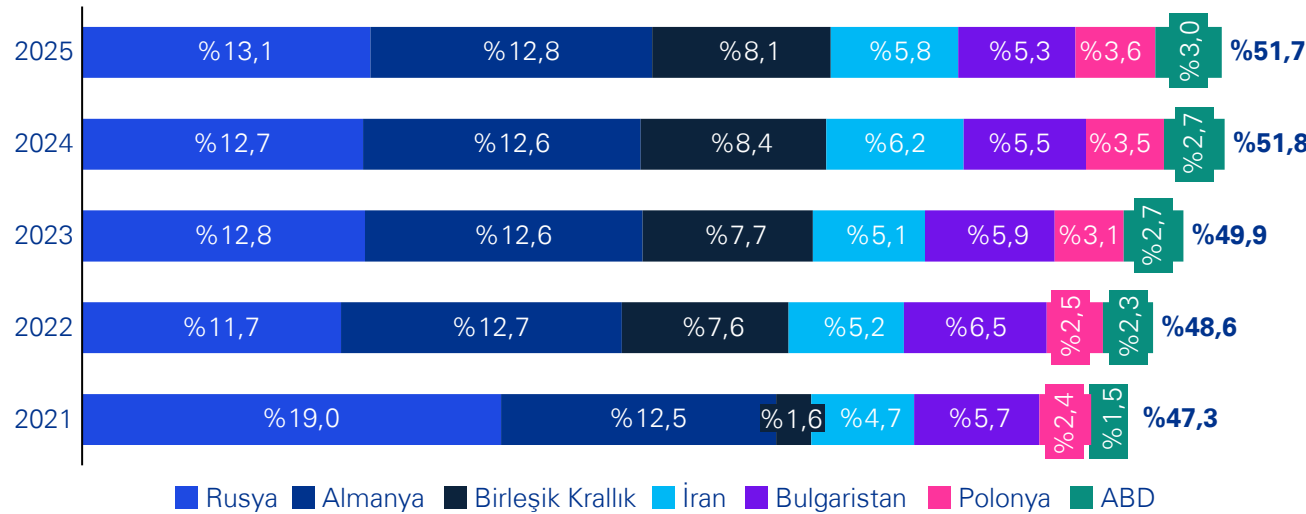
1000 dolarlık eşiğin geride bırakılması, Türkiye'nin sunduğu gastronomi, kültür ve sağlık turizmi gibi hizmetlerin ziyaretçi nezdinde kabul gördüğünü ve "deneyim odaklı" harcama eğiliminin güçlendiğini göstermektedir. Bu niteliksel gelişim, turizm gelirlerinin sadece sayısal artışla değil, sunulan hizmet çeşitliliğinin bir getirisi olarak yapısal bir dönüşüm içerisinde olduğunu ortaya koymaktadır.



Yabancı Ziyaretçi Sayısı (Milyon kişi)



Yabancı Ziyaretçilerin Ülke Bazında Dağılımları



Kaynak: TÜİK

Geleneksel Pazarların İstikrarı ve Yükselen Rotalar

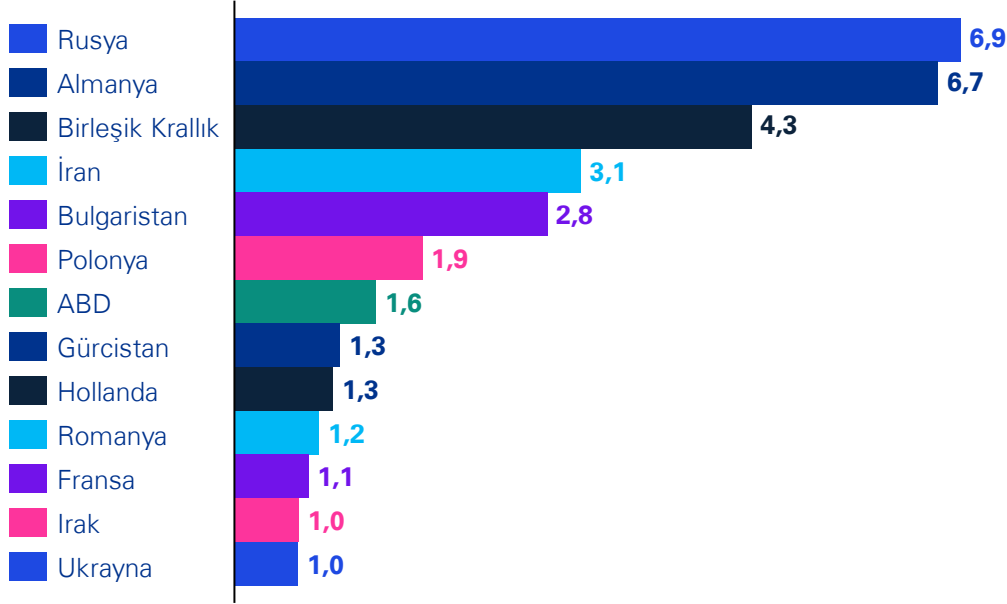
Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı pandemi sonrası dönemde toparlanma göstermiş ve 2025 yılında toplam 52,8 milyon olarak gerçekleşmiştir. Mevcut pazar yapısı incelendiğinde, Türkiye'nin ziyaretçi trafiğinin büyük ölçüde belirli geleneksel pazarlarda yoğunlaştığı görülmektedir. Nitekim, geçmiş 5 yıllık dönemde Türkiye'ye en fazla ziyaretçi gönderen ilk 7 ülkenin toplam ziyaretçi içindeki payı yüksek seviyesini korumuş; 2024 yılı itibarıyla ise bu oran %50'nin üzerine çıkmıştır. Pazarın ana lokomotifleri konumundaki Rusya (6,9 milyon) ve Almanya (6,7 milyon), Türkiye'nin bu bölgelerdeki köklü marka algısının ve operasyonel gücünün sürekliliğini kanıtlamaktadır. Bu güçlü zemini, Birleşik Krallık'ın (4,3 milyon) istikrarlı performansı desteklemeye devam etmektedir.

Küresel turizmdeki değişkenler ve jeopolitik riskler, Türkiye'nin bu sınırlı pazar konsantrasyonunu aşarak kaynak pazarlarını daha geniş bir yelpazeye yaymasını stratejik bir zorunluluk haline getirmektedir. Bu doğrultuda, Polonya (1,9 milyon) ve Amerika Birleşik Devletleri (1,6 milyon) gibi pazarlarda gözlemlenen artan talep, portföy çeşitlendirme yolunda atılan kritik adımlar olarak değerlendirilmelidir.

Türkiye için önümüzdeki dönemin temel vizyonu; sadece mevcut hacimli pazarlardaki konumunu korumak değil, aynı zamanda farklı harcama alışkanlıklarına sahip yeni kaynak pazarların sayısını artırarak turist profilini standardize etmek ve sektörel riskleri makro ölçekte dağıtmaktır. Bu "pazar derinleştirme" stratejisi, Türkiye'nin küresel turizm pastasından aldığı payı niteliksel olarak artırmasının anahtarı olacaktır.



2025 Yılında Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Sayısı -1 milyon üzerindeki ülkeler (Milyon kişi)



Kaynak: TÜİK

Pazar Çeşitliliği ve Stratejik Hedefler: "1 Milyon" Sınındaki Ülkeler

Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin ülke bazlı dağılımı, pazarın geleneksel odak noktalarındaki ağırlığını koruduğunu göstermektedir. Türkiye'ye en fazla ziyaretçi gönderen ilk 7 ülkenin toplam ziyaretçi sayısı içerisindeki payının yaklaşık %50 seviyesinde seyretmesi, toplam büyümeye rağmen pazarın belirli ülkelerde yoğunlaşmaya devam ettiğine işaret etmektedir.

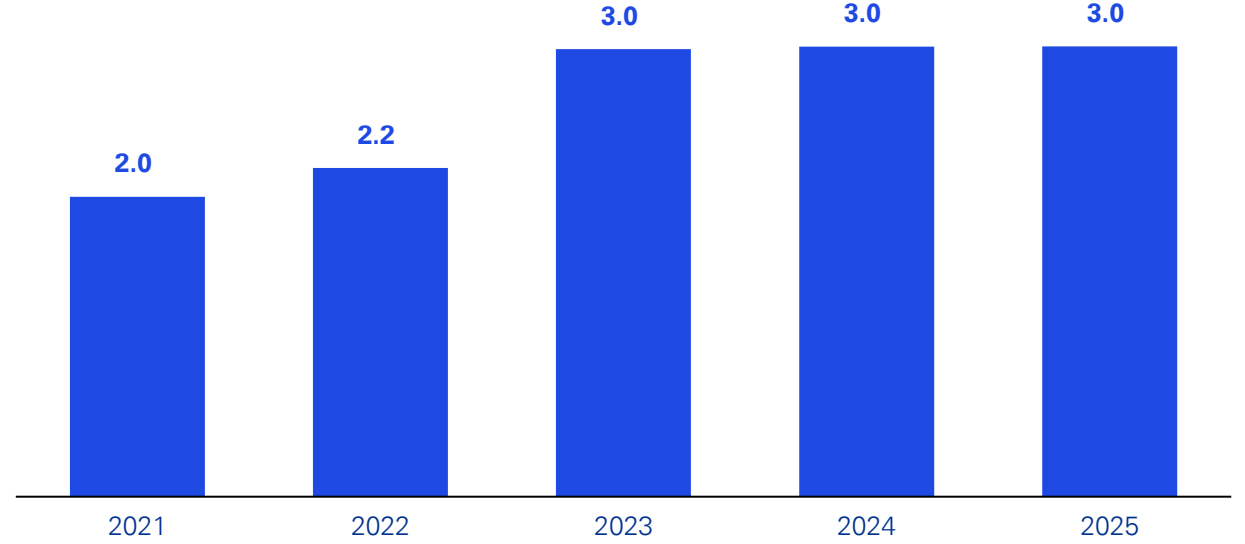
Bununla birlikte, 2025 yılı itibarıyla Türkiye'ye 1 milyonun üzerinde ziyaretçi gönderen ülke sayısının 13'e ulaşması, kaynak pazar tabanında genişleme yaşandığını göstermektedir. Üst segmentteki yoğunlaşma dikkate alındığında, Türkiye'nin turizmde sürdürülebilir büyümesini desteklemek adına, mevcut ana pazarlara olan bağımlılığı azaltacak şekilde ülke çeşitliliğinin artırılması ve yeni kaynak pazarların geliştirilmesi önem kazanmaktadır. Pazarın bu ölçekte genişlemesi, ziyaretçilerin daha spesifik ve yüksek harcama potansiyeline sahip alanlara yönlendirilmesi için uygun bir zemin hazırlayacaktır.

Bu alanların başında gelen medikal turizm, Türkiye'nin küresel rekabet gücünü sergilediği ve birim başına geliri yukarı çeken temel bir kaldıraç olarak değerlendirilmektedir. Sağlık turizmi amacıyla ülkeyi tercih eden ziyaretçilerin profilindeki gelişim, turizmin sadece sezonluk bir faaliyet olmaktan çıkıp 12 aya yayılmasına ve harcama hacminin artmasına imkan tanımaktadır. Türkiye'nin akredite sağlık altyapısı ve uzman kadrosuyla sunduğu bu hizmetler, genel turizm hareketliliğiyle birleştiğinde ülkeyi bölgesel bir şifa merkezi olarak konumlandırma fırsatını beraberinde getirmektedir.





Türkiye'ye Gelen Ziyaretçilerin Sağlık Harcamaları (Milyar USD)



Kaynak: TÜİK

Stratejik Bir Kaldıraç Olarak Medikal Turizm

Türkiye'nin turizm portföyündeki en stratejik ve yüksek gelir oluşturan alanlardan biri olan sağlık ve tıbbi turizm harcamaları, 2023 yılı itibarıyla 3 milyar USD eşliğini aşarak kritik bir hacme ulaşmıştır. Takip eden yıllarda bu seviyenin korunması ve istikrar kazanması, Türkiye'nin küresel medikal turizm pazarındaki payının artmasını ve dünya sıralamasında Meksika ve Amerika Birleşik Devletleri'nin ardından üçüncü sıraya yerleşmesini sağlamıştır. Türkiye'nin bu segmentteki rekabetçi üstünlüğü; özellikle medikal estetik, saç ekimi, diş sağlığı, oftalmoloji (göz cerrahisi) ve onkoloji gibi yüksek uzmanlık gerektiren branşlarda küresel bir "mükemmeliyet merkezi" haline gelmesinden kaynaklanmaktadır.

2025 yılında sağlık ve tıbbi turizm kapsamında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 1,4 milyon olarak gerçekleşmiştir. Genel turizm gelirlerinden alınan payın ötesinde, medikal turizmin sunduğu büyüme performansı, Türkiye'nin gelişmiş sağlık altyapısı ve uzmanlaşmış hizmet kapasitesinin uluslararası alanda karşılık bulduğunu göstermektedir. Birim başına harcama tutarı genel turizm ortalamasının oldukça üzerinde olan bu segment, uzun süreli konaklama ihtiyacı ve refakatçi faktörüyle otel doluluk oranlarını ve geceleme sürelerini yukarı çekmektedir. Tedavi, konaklama ve transfer süreçlerini kapsayan kompleks paket tur modelleri, yerel acentelerin ve hizmet sağlayıcıların küresel pazardaki operasyonel yetkinliğini artırmaktadır. Dolayısıyla medikal turizm, Türkiye'nin turizm gelirlerini nicelikten ziyade niteliksel olarak dönüştürmekte ve global pazardaki konumunu "nitelikli ve entegre sağlık destinasyonu" olarak pekiştirmektedir.



Turizm Trendleri

Türkiye'de Turizm Trendleri

Türkiye'de turizm sektörü, son yıllarda sadece ziyaretçi sayısına dayalı büyümenin ötesine geçerek daha katma değerli ve çeşitlendirilmiş bir yapıya evrilmektedir. Değişen tüketici beklentileri, dijitalleşme, sürdürülebilirlik odaklı yaklaşımlar ve sağlık/wellness gibi yeni segmentlerin yükselişi, sektörün dinamiklerini yeniden şekillendirmektedir. Bu dönüşüm, Türkiye'nin turizm gelirlerini artırma potansiyelini güçlendirirken, aynı zamanda ülkenin küresel pazarda daha rekabetçi ve farklılaşmış bir konuma ulaşmasına katkı sağlamaktadır. Aşağıda öne çıkan temel turizm trendleri, bu dönüşümün ana itici unsurlarını ortaya koymaktadır.



Kültürel / Bölgesel Keşif Odaklı Deneyimler

Turizm eğilimleri, klasik ve yoğun destinasyonlardan uzaklaşarak daha özgün, deneyim ve değer odaklı bir yapıya evrilmektedir. Bu dönüşüm; konaklama tesisleri, acentalar ve destinasyon yöneticileri için kültürel mirasın ön plana çıkarıldığı, yerel zanaatkarlar ve üreticilerle iş birliklerinin geliştirildiği, az bilinen destinasyonların ve yerel gastronominin entegre edildiği yeni ürün ve rota kurgularını beraberinde getirmektedir.

Bu yaklaşım, ziyaretçilere daha otantik ve derinlikli deneyimler sunarken, turizm gelirlerinin bölgesel olarak daha dengeli dağılmasını, yerel ekonominin güçlenmesini ve sürdürülebilir turizm modellerinin geliştirilmesini desteklemektedir.



Deneyim ve Wellness / Sağlık Odaklı Seyahatler

Sağlık ve iyi yaşam odaklı seyahatler, turizm paydaşları için stratejik bir büyüme alanı haline gelmiştir. Kısa süreli detoks programlarından kişisel dönüşüm ve içsel keşif temalı turlara kadar genişleyen bu segment; konaklama tesisleri, spa ve wellness merkezleri ile tur operatörlerine yüksek katma değerli ürünler geliştirme fırsatı sunmaktadır.

Yoga, meditasyon ve nefes kampları ile spa, termal ve detoks odaklı deneyimler; daha uzun konaklama süresi, sezon dışı talep ve sadık misafir profili yaratırken, destinasyonların sağlık, dinginlik ve bütüncül iyilik hali temalarıyla konumlandırılmasını da desteklemektedir. Bu eğilim, fiziksel ve zihinsel iyilik halini merkeze alan, sürdürülebilir ve deneyim odaklı turizm modellerinin kalıcı bir talep yapısına dönüştüğüne işaret etmektedir.



Sürdürülebilir ve Konfor Odaklı Seyahatler

Çevre dostu lüks konaklama anlayışı ve doğaya saygılı mimari yaklaşımlar, işletmeler için hem farklılaşma hem de uzun vadeli değer yaratma aracı haline gelirken, "quietcation" gibi sessizlik ve bireysel deneyime odaklanan yeni trendler daha nitelikli, kontrollü ve sürdürülebilir operasyon modellerini teşvik etmektedir.

Anlam ve deneyim odaklı lüks yaklaşımı, destinasyonların marka değerini güçlendirirken; uzun süreli konaklama ve uzaktan çalışma (bleisure) modelleri ise konaklama tesisleri ve turizm hizmet sağlayıcıları için daha dengeli doluluk, yeni gelir modelleri ve seyahat ile iş yaşamının entegre olduğu kalıcı bir talep yapısına işaret etmektedir.



Hayvan Dostu Otel

Hayvan dostu turizm, seyahat tercihlerinde giderek daha önemli bir kriter haline gelmektedir. Evcil hayvanlarıyla seyahat eden misafirler için uygun konaklama seçeneklerinin sunulması; oteller açısından farklılaşma ve yeni bir hedef kitleye erişim imkânı yaratırken, acentalar için de özel konseptli ürün ve paketlerin geliştirilmesini sağlamaktadır.

Hayvan dostu hizmet anlayışı; misafir memnuniyetini ve marka algısını güçlendirmenin yanı sıra, sürdürülebilir ve bilinçli turizm yaklaşımını destekleyerek sektörde kalıcı bir değer oluşturmaktadır.



Turizm Sektöründe Yapay Zeka Kullanımı

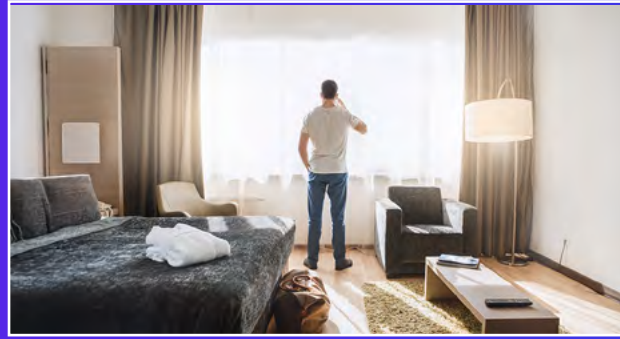
Turizm sektöründe yapay zekâ uygulamalarının kullanımı giderek yaygınlaşmakta; müşteri deneyimi, operasyonel verimlilik ve gelir yönetimi gibi temel alanlarda dönüşümü desteklemektedir. Yapay zekâ çözümleri, hem hizmet sağlayıcıların süreçlerini optimize etmesine hem de misafirlerin daha kişiselleştirilmiş bir seyahat deneyimi yaşamasına imkân tanımaktadır.

Bu kapsamda, turizm ekosistemindeki başlıca paydaşlar için öne çıkan kullanım alanları aşağıda listelenmiştir:



Otelciler İçin Yapay Zeka

- Mobil uygulama üzerinden oda servisi, housekeeping, teknik destek
- 7/24 hızlı ve temassız misafir iletişimi
- Talep, doluluk ve sezon verilerine göre otomatik fiyat optimizasyonu
- Gelir artışı ve kârlılık yönetimi
- Misafir tercihiğine göre oda, hizmet ve kampanya önerileri
- Sadakat ve tekrar konaklama artışı



Misafirler İçin Yapay Zeka

- Oda servisi siparişi, restoran ve spa rezervasyonu
- Otel içi ve seyahat boyunca anlık destek
- İlgili alanına göre destinasyon ve aktivite önerileri
- Özel teklifler ve bildirimler



Acentalar İçin Yapay Zeka

- Misafir ilgi alanlarına göre rota ve paket önerileri
- Hızlı ve doğru teklif hazırlama
- Chatbot ile 7/24 rezervasyon ve destek
- Çok dilli, anlık misafir iletişimi
- Popüler destinasyon ve dönem tahminleri
- Kampanya ve envanter planlaması



Sürdürülebilir Turizm

Sürdürülebilir Turizm: Küresel Dönüşüm Dinamikleri ve Türkiye Perspektifi

Turizm sektörü, küresel ölçekte ekonomik büyümenin önemli itici güçlerinden biri olmayı sürdürürken, doğal kaynak kullanımı ve çevresel etkileri nedeniyle sürdürülebilirlik ekseninde önemli bir dönüşüm sürecinden geçmektedir. Günümüzde sürdürülebilirlik, sektör için yalnızca çevresel bir sorumluluk alanı olmanın ötesine geçerek; rekabetçilik, yatırım çekiciliği ve uzun vadeli büyüme açısından belirleyici bir unsur haline gelmektedir.

Bu dönüşüm; artan regülasyonlar, yatırımcı beklentileri ve değişen tüketici tercihleri ile şekillenmektedir. Düşük karbonlu turizm uygulamaları, sürdürülebilir konaklama modelleri, döngüsel ekonomi yaklaşımları ve sosyal etki odaklı turizm anlayışı, sektörün temel dönüşüm alanlarını oluşturmaktadır.

Türkiye'de Sürdürülebilir Turizm Yaklaşımı

Türkiye, turizm sektöründe sürdürülebilirlik alanında kapsamlı bir dönüşüm sürecine girmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı öncülüğünde geliştirilen Türkiye Sürdürülebilir Turizm Programı, uluslararası standartlarla uyumlu yapısı ve kademeli dönüşüm modeli ile sektörde yapısal bir çerçeve sunmaktadır. Program; sürdürülebilir yönetim, çevresel etkiler, sosyo-ekonomik etkiler ve kültürel etkiler olmak üzere dört ana eksenle yapılandırılmıştır.

Tesislerin enerji ve su tüketimi ile karbon emisyonlarının izlenmesi ve sürdürülebilir tedarik zinciri uygulamalarının teşvik edilmesi, programın temel unsurları arasında yer almaktadır. 2024 yılı itibarıyla Türkiye'de 19.017 konaklama tesisi sürdürülebilir turizm belgesi almıştır. 2025 yılı itibarıyla ise özellikle üst seviye sertifikasyon (GSTC uyumlu Level 3) alanında önemli bir ivme yakalanmış olup, bu seviyeye ulaşan tesis sayısı 2.000'in üzerine çıkmıştır. Bu ölçek ve büyüme hızı, Türkiye'nin sürdürülebilir turizm uygulamalarında yalnızca yaygınlık değil, aynı zamanda derinlik (ileri seviye uyum) açısından da küresel ölçekte öncü ülkeler arasında konumlandığını ortaya koymaktadır.

Sürdürülebilir Konaklama ve Sertifikasyon

Konaklama sektöründe yaygınlaşan yeşil sertifikasyon sistemleri, sürdürülebilirlik performansının ölçülmesini ve karşılaştırılabilir hale gelmesini sağlamaktadır. GSTC, Green Key, LEED ve BREEAM gibi sistemler, işletmelerin çevresel ve sosyal etkilerini değerlendiren önemli referans noktalarıdır.

Bu sertifikasyonlar, hem misafir tercihleri hem de yatırım kararları üzerinde etkili olmakta; işletmeler için farklılaşma ve marka değeri yaratma imkânı sunmaktadır. Türkiye'nin bu alandaki sistematik yaklaşımı, sürdürülebilir konaklama dönüşümünün geniş bir tabana yayılmasını desteklemektedir.

Döngüsel Ekonomi ve Kaynak Verimliliği

Turizm sektöründe kaynakların daha verimli kullanılması ve atık oluşumunun azaltılması, sürdürülebilirlik dönüşümünün önemli bileşenlerinden biridir. Özellikle konaklama tesislerinde gıda atıklarının azaltılması, suyun yeniden kullanımı ve plastik tüketiminin azaltılmasına yönelik uygulamalar giderek yaygınlaşmaktadır.

Bu uygulamalar, çevresel etkinin azaltılmasının yanı sıra işletmeler açısından operasyonel verimlilik ve maliyet avantajı da sağlamaktadır. Türkiye'de yaygın olan her şey dahil sistem dikkate alındığında, gıda atığı yönetimi bu alandaki en kritik gelişim alanlarından biri olarak öne çıkmaktadır.





Sürdürülebilir Turizm

Topluluk Temelli Turizm ve Sosyal Etki

Sürdürülebilir turizm yaklaşımı, ekonomik faydaların daha geniş bir kesime yayılmasını ve yerel kalkınmanın desteklenmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda topluluk temelli turizm modelleri, yerel halkın turizm faaliyetlerine daha aktif katılımını teşvik etmektedir.

Yerel üreticilerle iş birlikleri, coğrafi işaretli ürünlerin turizme entegrasyonu ve kırsal turizm uygulamaları, destinasyonların uzun vadeli sürdürülebilirliğini desteklemektedir. Aynı zamanda turizm sektörü, kadın istihdamı açısından önemli bir rol oynayarak sosyal sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır.

Regülasyon ve Raporlama Eğilimleri

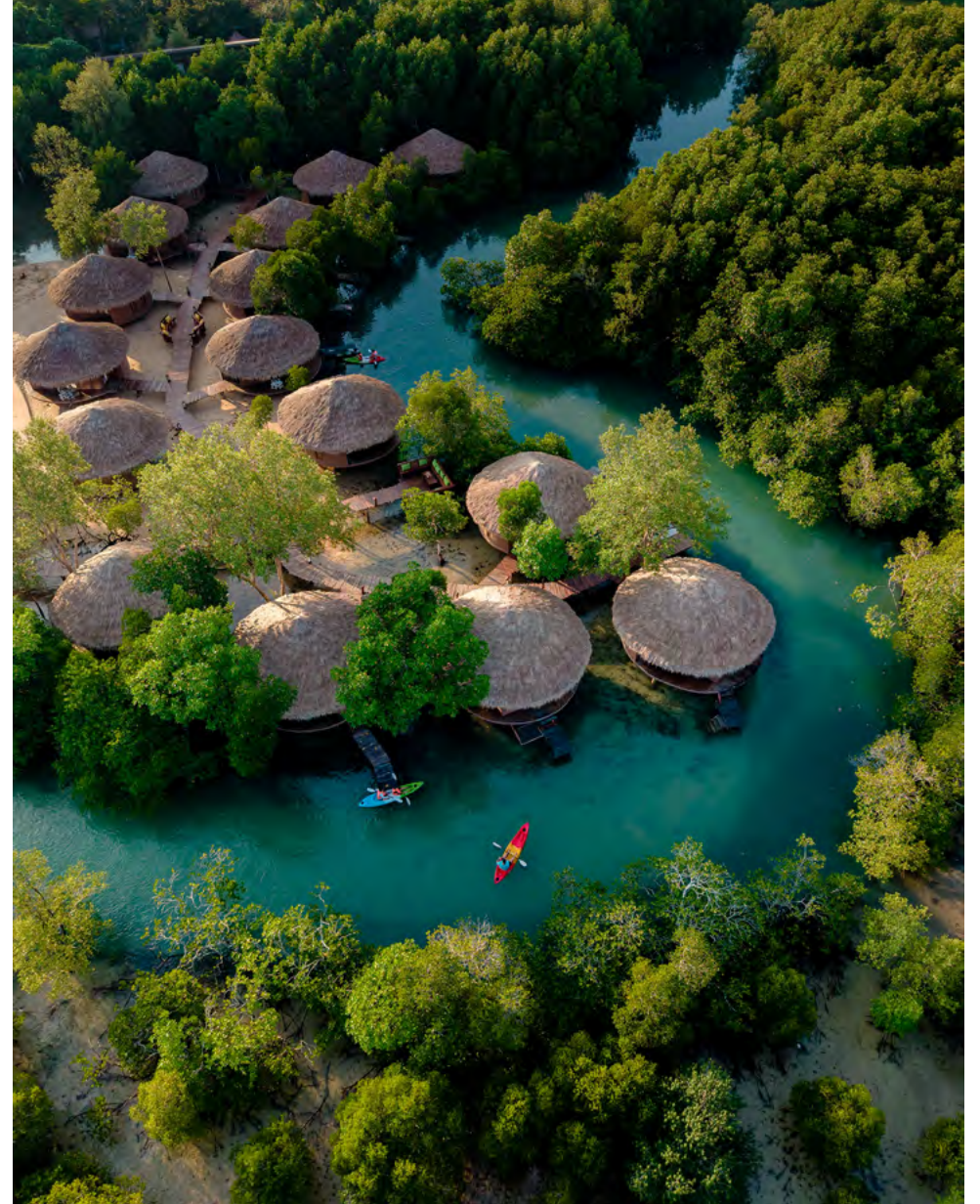
Sürdürülebilirlik alanında artan regülasyonlar ve raporlama beklentileri, turizm sektöründe daha sistematik ve ölçülebilir bir yaklaşımın benimsenmesini teşvik etmektedir.

Avrupa Birliği'nde yürürlüğe giren CSRD ve Türkiye'de uygulamaya alınan TSRS gibi çerçeveler, şirketlerin çevresel ve sosyal etkilerini daha kapsamlı şekilde ele almasını desteklemektedir. Bu gelişmeler doğrultusunda karbon ayak izi ölçümü, sürdürülebilirlik raporlaması ve tedarik zinciri şeffaflığı gibi alanlarda kapasite geliştirme çalışmaları önem kazanmaktadır.

COP31 İklim Zirvesi ve Türkiye İçin Fırsat Alanları

2026 yılında Antalya'da düzenlenecek COP31 İklim Zirvesi, Türkiye turizm sektörü açısından önemli bir görünürlük ve gelişim fırsatı sunmaktadır.

Zirvenin, sürdürülebilir turizm altyapısının gelişimini desteklemesi, yüksek harcama potansiyeline sahip ziyaretçi profili çekmesi ve uluslararası yatırımcı ilgisini artırması beklenmektedir. Aynı zamanda bu süreç, sürdürülebilirlik uygulamalarının daha geniş ölçekte benimsenmesini teşvik ederek Türkiye'nin sürdürülebilir destinasyon olarak konumlanmasına katkı sağlayacaktır.



İletişim



Ruhican Özen

Strateji ve Operasyonlar,
Direktör,
Turizm Sektör Lideri
ruhicanozen@kpmg.com

Detaylı bilgi için:

KPMG Türkiye
Clients & Markets
tr-fmmarkets@kpmg.com

İstanbul

İş Kuleleri Kule 3 Kat 1-9
34330 Levent İstanbul
T : +90 212 316 6000

Ankara

The Paragon İş Merkezi Kızılırmak
Mah. Ufuk Üniversitesi Cad. 1445
Sok. No:2 Kat:13 Çukurambar 06550
Ankara
T : +90 312 491 7231

İzmir

Folkart Towers Adalet Mah. Manas
Bulvarı No:39 B Kule Kat: 35 Bayraklı
35530 İzmir
T : +90 232 464 2045

Bursa

Odunluk Mahallesi, Liman Caddesi,
Efe Towers, No:11/B, 9-10
Nilüfer / Bursar
T : +90 232 464 2045

Antalya

Altınova Corner İş Merkezi B Blok,
6.Kat No:21-24 Altınova Sinan mah.
Ulu Sokak, No:3
Tel : +90 242 333 0909

Adana

Sunar Nuri Çomu İş Merkezi A Blok
No: 18 İç Kapı No:13 Seyhan
T : +90 322 450 2120
F : 322 450 2134

kpmg.com.tr
kpmgvergi.com



© 2026 KPMG Yönetim Danışmanlığı A.Ş., şirket üyelerinin sorumluluğu sundukları garantiyle sınırlı özel bir İngiliz şirketi olan KPMG International Limited ile ilişkili bağımsız şirketlerden oluşan KPMG küresel organizasyonuna üye bir Türk şirkettir. Tüm hakları saklıdır.

Bu dokümanda yer alan bilgiler genel içeriklidir ve herhangi bir gerçek veya tüzel kişinin özel durumuna hitap etmemektedir. Doğru ve zamanında bilgi sağlamak için çalışmamıza rağmen, bilginin alındığı tarihte doğru olduğu veya gelecekte olmaya devam edeceği garantisizdir. Hiç kimse özel durumuna uygun bir uzman görüşü almaksızın, bu dokümanda yer alan bilgilere dayanarak hareket etmemelidir. KPMG adı ve KPMG logosu, bağımsız üye şirketlerden oluşan KPMG küresel organizasyonun lisansı altında tescilli ticari markalardır. KPMG International Limited ve ilişkili kuruluşları müşterilere herhangi bir hizmet sunmamaktadır. © 2026 KPMG Bağımsız Denetim ve Serbest Muhasebeci Mali Müşavirlik A.Ş., şirket üyelerinin sorumluluğu sundukları garantiyle sınırlı özel bir İngiliz şirketi olan KPMG International Limited ile ilişkili bağımsız şirketlerden oluşan KPMG küresel organizasyonuna üye bir Türk şirkettir. Tüm hakları saklıdır.