

2021–2023 Türkiye Enflasyon Krizinin Bodrum Otelcilik Sektörüne Ekonomik Etkileri

Ela Karaca

12. sınıf öğrencisi, TED Bodrum Özel Anadolu Lisesi

29.09.2025

Yazar Notu

Okul e-posta adresi: ogrenci.ekaraca26@tedbodrum.k12.tr

Kişisel e-posta adresi: ela.elakaraca@gmail.com

Özet

Bu çalışma, 2021-2023 yılları arasında Türkiye’de yaşanan enflasyonist krizin Bodrum otelcilik sektörüne ekonomik etkilerini incelemektedir. Araştırma, BODER (Bodrum Otelciler Derneği) aracılığıyla Bodrum’da bulunan turizm işletmelerine yönelik yapılmıştır ve bu ankete 20 turizm işletmesi katılım sağlamıştır. Anket çalışmasında elde edilen bulgular; gider kalemlerinin artış türlerini, gider kalemlerinin artış oranlarını, oda fiyatlarının güncelleme sıklığını, müşteri sayılarındaki değişimi, devlet desteklerinin işletmeler tarafından kullanımını ve katılımcı görüşlerini kapsamaktadır. Katılımcıların açık uçlu yanıtları, enflasyon etkilerinin 2023-2025 turizm sezonlarında daha belirgin hissedildiğini ortaya koymaktadır. Bu çalışma, sektörün artan maliyet baskılarına karşı aldığı devlet desteklerinin önemini vurgulamakta ve gelecekte sürdürülebilir turizm için politika önerileri sunmaktadır.

Anahtar kelimeler: Bodrum, otelcilik sektörü, enflasyon, turizm ekonomisi, Türkiye, maliyet yönetimi, devlet destekleri

Giriş

Türkiye’de, 2021-2023 yılları arasında yüksek enflasyon, döviz kuru dalgalanmaları ve faiz politikalarındaki hızlı değişimler nedeniyle ciddi bir ekonomik kriz dönemi yaşanmıştır (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası, 2023). Bu makroekonomik koşullar, özellikle hizmet sektörü ve turizm alanında faaliyet gösteren işletmeleri doğrudan etkilemiştir. Enflasyonist baskılar, işletmelerin maliyet yönetimini, istihdam kararlarını ve fiyatlama stratejilerini değiştirme gereksinimine sebep olmuştur (World Tourism Organization, 2022).

Bodrum, Türkiye’nin önemli turizm merkezlerinden biridir. Ayrıca, resort oteller, butik oteller ve özel konaklama tesisleri ile ülke turizmine önemli katkılar sağlamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Ancak bu dönemde Bodrum’daki oteller, artan gıda ile enerji maliyetleri ve personel maaşları gibi ekonomik zorluklarla karşı karşıya kalmıştır. Öte yandan, otelde konaklayan müşteri sayısındaki yüzdelik değişimler ve devlet desteklerinden sınırlı ölçüde yararlanılması, işletmelerin kriz karşısında değişen ekonomik şartlara uyum sağlamasını zorlaştırmıştır.

Bu çalışma, 2021-2023 Türkiye enflasyon krizinin Bodrum otelcilik sektörü üzerindeki ekonomik etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada, sektörde yer alan otellere yönelik gerçekleştirilen anket ile otellerin maliyet artışları, fiyatlama stratejileri, müşteri sayısındaki değişimler ve kriz döneminde alınan önlemler incelenmiştir. Böylece, kriz sürecinde ve sonrasında Bodrum otelcilik sektörünün ekonomik uyum ve değişimi değerlendirilmiştir.

Yöntem

Bu çalışmada, 2021-2023 Türkiye enflasyon krizinin Bodrum otelcilik sektörü üzerindeki ekonomik etkileri, nicel ve nitel araştırma yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Anket, 2025 yılının

yaz sezonu sürecinde BODER (Bodrum Otelciler Derneği) aracılığıyla yapılmıştır. Araştırmanın temel veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Anket, Bodrum'daki farklı ölçek ve türdeki otel işletmecilerine uygulanmıştır. Anket, çoktan seçmeli soruların yanı sıra katılımcıların deneyimlerini ve beklentilerini ortaya koyan açık uçlu sorular da içermektedir.

Katılımcılar

Araştırmaya toplam 20 işletme katılmıştır. Katılımcı otellerinin büyüklük dağılımı şu şekildedir:

- 0-10 oda: %5
- 11-30 oda: %25
- 31-60 oda: %10
- 61+ oda: %60

Otel türü açısından, katılımcıların çoğunluğu resort oteller (%50) ile temsil edilmektedir. Diğer otel türleri ise butik otel (%15), tatil köyü (%15), apart otel (%5), özel konaklama tesisi (%5), oda kahvaltı (%5) ve pansiyon (%5) şeklindedir. Bu çeşitlilik, Bodrum otelcilik sektöründeki farklı işletme tiplerinin araştırmada temsil edilmesini sağlamaktadır.

Veri Analizi

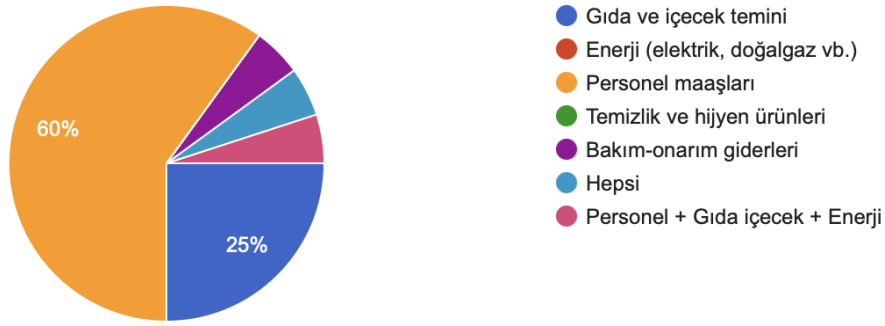
Elde edilen veriler, betimsel istatistikler kullanılarak analiz edilmiştir. Bulgular, yüzde dağılımları, tablolar ve grafikler ile gösterilmiştir. Gider kalemlerindeki artışlar, fiyat güncellemeleri, müşteri değişimleri ve devlet desteklerinden yararlanma durumu gibi ekonomik veriler detaylı olarak incelenmiştir. Ayrıca, açık uçlu sorular ile elde edilen nitel veriler, sektörün kriz dönemindeki ekonomik durumlarını yorumlamak amacıyla değerlendirilmiştir.

Bulgular

Araştırmaya katılan 20 işletmeden elde edilen veriler, 2021-2023 Türkiye enflasyon krizinin etkilerini ortaya koymaktadır.

1. Gider Kalemlerinin Artış Türleri

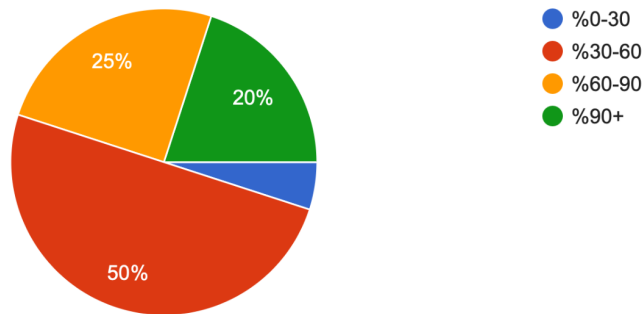
2021-2023 yılları arasında toplam giderlerde en çok artış yaşanan kalemler aşağıdaki grafikte gösterilmiştir:



Bu grafiğe göre, toplam giderlerde en çok artış personel maaşlarında görülürken, bu veriyi gıda ve içecek takip etmiştir.

2. Gider Kalemlerinin Artış Oranı

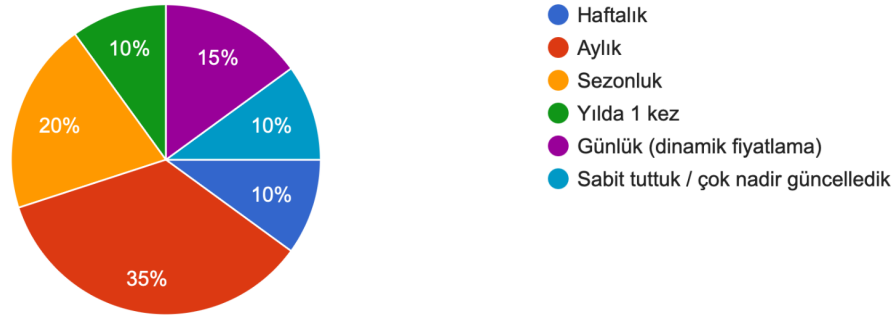
2021-2023 yılları arasında toplam giderlerde en çok artış yaşanan kalemlerin artış oranı aşağıdaki grafikte gösterilmiştir:



Bu grafiğe göre, gider kalemlerindeki artış oranının en çok %30-60 olduğu ve en az ise %0-30 olduğu anlaşılmaktadır.

3. Oda Fiyatlarının Güncellenme Sıklığı

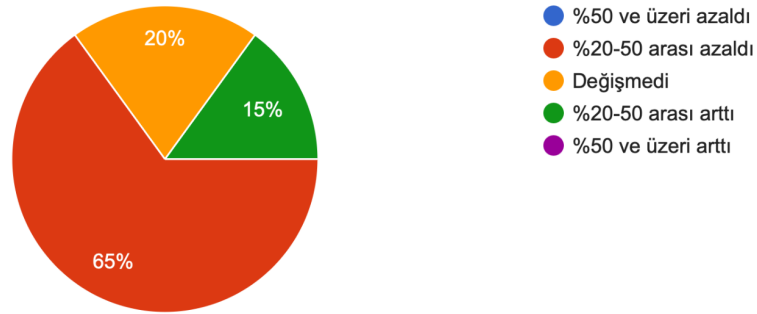
2021-2023 yılları arasında oda fiyatlarının güncellenme sıklığı aşağıdaki grafikte gösterilmiştir:



Bu grafiğe göre, en çok güncelleme sıklığı %35 ile aylık olmuştur. Öte yandan, en az güncelleme sıklıkları ise %10 ile yılda bir kez, haftalık ve çok nadir güncelleme şeklindedir.

4. Müşteri Sayılarındaki Değişim

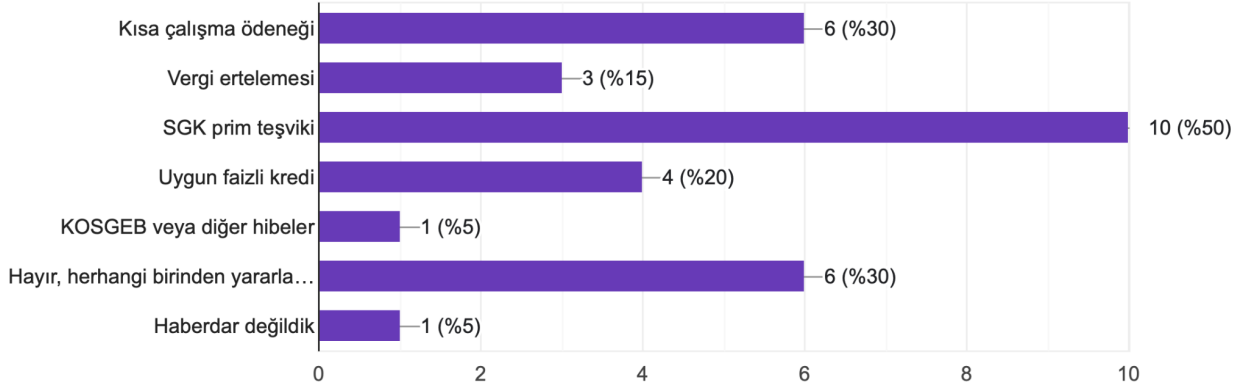
2021-2023 yılları arasında müşteri sayısında oluşan değişim aşağıdaki grafikte verilmiştir:



Bu grafiğe göre, müşteri sayılarındaki değişimin büyük çoğunluğu %20-50 arası azalmıştır.

5. Devlet Destekleri

2021-2023 yılları arasında yararlanılan devlet desteklerinin dağılımı aşağıdaki grafikte verilmiştir:



Bu grafiğe göre, en çok yararlanılan devlet desteği SGK prim teşviki olmuştur. Bu veriyi, kısa çalışma ödeneği ve devlet desteklerinden yararlanmama seçenekleri takip etmiştir.

6. Nitel Bulgular (Katılımcı Görüşleri)

- Katılımcıların bir kısmı, enflasyonun etkilerinin özellikle 2023-2025 yıllarında daha belirgin ve şiddetli hissedildiğini belirtmiştir.
- Bazı işletmeler, “asgari ücret artışından dolayı personel kayıpları yaşandığını” ve “enerji ile döviz kaynaklı maliyet baskılarının arttığını” vurgulamıştır.
- Katılımcıların bir bölümü, devlet desteklerinin yetersizliğine değinmiş ve “vergi indirimi, SGK desteği ve enerji teşvikleri” talep etmiştir.

Analiz

Bulgular, 2021- 2023 Türkiye enflasyon krizinin Bodrum otelcilik sektörüne mali açıdan önemli ölçüde etkiler yarattığını ortaya koymaktadır. Öncelikle, gider kalemlerindeki artış türleri incelendiğinde, personel maaşlarının ve gıda-içecek teminin en çok artış gösterdiği

görülmektedir. Bu durum, sektörde işgücü maliyetlerinin ve operasyonel giderlerin enflasyon karşısında hassas olduğunu göstermektedir. Personel maaşlarındaki artış, özellikle 2022-2023 yıllarında uygulanan asgari ücret zamları ve gıda fiyatlarındaki artıştan etkilenmiştir.

Gider kalemlerindeki artış oranlarının çoğunlukla %30-60 arasında olduğu gözlemlenmiştir. Geriye kalan kalem artışları ise %0-30 ve %60-90 arasında değişkenlik göstermiştir. Bu dağılım, otellerin farklı maliyet artış düzeylerine maruz kaldığını göstermektedir. Özellikle, büyük ölçekli resort oteller, personel ve enerji maliyetlerindeki yüksek artışlardan daha büyük oranda etkilenmiş olabilir.

Oda fiyatlarının güncelleme sıklığına ilişkin bulgular, otellerin maliyet artışlarına tepki olarak fiyatları sabit tutmak yerine aylık veya sezonluk fiyat güncellemeleri tercih ettiğini göstermektedir. Bu durum, otellerin yaşanan enflasyondan dolayı gerçekleşen artan maliyetlerin karşısında gelir-gider dengesini korumaya çalıştıklarının göstergesi olarak yorumlanabilir.

Müşteri sayısındaki değişimler incelendiğinde, katılımcıların %65'i müşteri sayısında %20-50 arası bir azalma olduğunu belirtmiştir. Bu veri, enflasyonun hem maliyetleri hem de talepleri olumsuz etkilediğini göstermektedir. Artan fiyatlar ve ekonomik belirsizlik nedeniyle turistlerin harcama davranışları ve otel tercihleri etkilenmiş olabilir.

Devlet desteklerinden yararlanma verileri, sektörün ekonomik dayanıklılığını arttırmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir. SGK prim teşviki en çok yararlanılan destek olarak görülürken, işletmelerin %30'u bu yardımlardan yararlanmamıştır. Bu durum, desteklerin dağıtılmasında veya bilgilendirmesinde eksiklikler olduğunu göstermektedir.

Nicel bulgular, 2021-2023 yılları arasında maliyetlerin büyük ölçüde arttığını belirtirken, katılımcıların açık uçlu sorulara olan yanıtları, bu etkilerin 2023-2025 yılları arasında daha belirgin hissedildiğini göstermektedir.

Son olarak, işletmelerin maliyet kontrolü, enerji tasarrufu ve personel optimizasyonu gibi önlemleri, sektörün krizlere uyum sağlama yeteneğini ortaya koymaktadır. Bulgular, 2021-2023 döneminde başlayan mali baskıların etkilerinin 2023-2025 sezonlarında daha belirgin hissedildiğini desteklemektedir. Bu durum, enflasyonist krizlerin sektörde birikimli ve zamana yayılan etkileri olduğunu göstermektedir.

Bu analiz, Bodrum otelcilik sektörünün, yüksek maliyet artışları, sınırlı fiyat esnekliği ve değişen müşteri talepleri gibi sorunlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir. Bunlara ek olarak, oteller devlet yardımı ile kendi çabalarıyla ekonomik istikrar göstermeye çalışmaktadır.

Makroekonomik Açıdan Analiz

Ankete katılan otellerin çoğu, toplam giderlerde büyük artışların personel maaşları ve gıda-içecek kalemlerinde yaşandığını belirtmiştir. Bu durum, klasik maliyet itişli enflasyon örneğini doğrular: İşletmeler, artan maliyetlerini karşılamak için fiyatlarını yükseltmek zorunda kalmıştır (Aktaş & Şen, 2022; TCMB, 2023).

Normalde Phillips eğrisi çerçevesinde yüksek enflasyon işsizlik oranlarını düşürür; ancak Bodrum'da oteller, maliyet baskıları nedeniyle bazı personelleri işten çıkarmak zorunda kalmıştır. Bu durum, yüksek enflasyon ve artan işsizlik gibi bir stagflasyon örneği sunmaktadır. Ankete katılan işletmelerin açık uçlu yanıtlarında, işten çıkarmaların maliyetleri dengelemek amacıyla yapıldığı ve çalışan kaybının operasyonel verimliliği etkilediği belirtilmiştir.

Ayrıca, döviz kurlarındaki dalgalanmalar otellerin ithal ettiği ürünlerin maliyetini artırmış, gıda başta olmak üzere temel gider kalemlerini artırmıştır. Talebin azalması ve döviz gelirlerindeki düşüş, sektör üzerinde çift yönlü bir baskı yaratmıştır.

Mikroekonomik Açıdan Analiz

Arz ve talep esnekliği nedeniyle, oteller maliyetlerindeki artışı fiyatlara yansıtmak zorunda kalmıştır. Bununla birlikte, turizm talebi esnek olduğundan, fiyat artışları müşteri sayısında önemli düşüslere (%20-50) sebep olmuştur. Bu, fiyat artışının geliri doğrudan artırmadığını ortaya koymaktadır. Özellikle butik ve apart oteller, müşteri kaybını önlemek için fiyatlarını aylık veya sezonluk olarak güncellemeyi tercih etmiştir.

Maliyet eğrilerinde artan giderler marjinal maliyetleri yükseltmiştir ve işletmelerin kâr marjını azaltmıştır. Enflasyonist dönemde normalde marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğu noktada üretim yapan oteller, marjinal gelirlerinin marjinal maliyetlerin altında kalması nedeniyle zarar riski ile karşı karşıya kalmıştır. Otel işletmeleri bu durum nedeniyle maliyetlerini azaltma ve fiyat politikalarını yeniden düzenleme yoluna yönelmiştir.

Rekabetçi ortamda, özellikle Bodrum'daki resort oteller, fiyat değişikliklerinde birbirlerini gözlemlemiş ve oyun teorisi açısından fiyat stratejilerini şekillendirmiştir. Bir otelin fiyat düşürmesi, diğer otellerin de müşteri kaybını önlemek için fiyatlarını düşürmesine neden olmuştur. Bu, sektörde düzensiz bir rekabet yaratmıştır.

Ayrıca, mikroekonomik açıdan tüketici davranışları da oldukça önemlidir. Enflasyon nedeniyle hane bütçeleri daralmıştır ve tatil gibi lüks tüketimlerden vazgeçilmiştir. Bu durum, müşteri sayısındaki düşüşü ve otellerin gelir kaybını doğrudan açıklamaktadır. Buna ek olarak, bazı oteller personel sayısını azaltma yoluna gitmiştir. Bu yüzden misafir memnuniyeti olumsuz etkilenmiştir ve müşteri şikayetlerine yol açmıştır. Dolayısıyla, tüketici davranışları ve işletmelerin maliyet yönetim stratejileri birbirini karşılıklı olarak etkilemiştir. Bu etkileşim ise sektörde gelir kaybını daha da derinleştirmiştir.

Sonuçlar

Bu araştırma, 2021-2023 yılları arasında Türkiye’de yaşanan enflasyonist krizin Bodrum otelcilik sektörüne etkilerini incelemiştir. Bulgular, özellikle personel maaşları ve gıda-içecek giderlerinde artışlar yaşandığını, bunun da işletmelerin maliyet dengelerini bozduğunu göstermektedir. Çoğu otel, artan maliyetlere karşılık oda fiyatlarını aylık ya da sabit aralıklarla güncellemiş, ancak bu yöntem müşteri kayıplarını tamamen engelleyememiştir. Katılımcıların büyük bir kısmı müşteri sayısında %20-50 arası azalma yaşandığını ifade etmiştir.

Oteller, SGK prim teşviki ve kısa çalışma ödeneği gibi devlet desteklerinden yararlanmamıştır. Bu durum, desteklerin daha kapsamlı ve kolay erişilebilir olması gerektiğini göstermektedir. Bununla birlikte, işletmelerin maliyet kontrolü, enerji tasarrufu ve personel optimizasyonu gibi önlemleri, sektörün kriz koşullarında esneklik geliştirme çabalarını göstermektedir.

Araştırmanın en önemli sonuçlarından biri, 2021-2023 yıllarında başlayan enflasyonist baskıların etkilerinin 2023-2025 yıllarında daha güçlü bir şekilde hissedildiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, turizm sektörünün kısa ve uzun vadeli şoklardan etkilendiğini göstermektedir. Dolayısıyla, sektörün bu tür krizlere karşı direnç oluşturmak için aldığı kısa vadeli önlemler uzun vadede yeterli değildir.

Bodrum otelcilik sektörünün benzer krizleri daha az hasarla atlatabilmesi için şu politika önerileri öne çıkmaktadır:

- Vergi ve SGK teşviklerinin kriz dönemlerinde daha kapsamlı ve erişilebilir hâle getirilmesi,
- Enerji maliyetlerini düşürmeye yönelik destekler (örneğin yenilenebilir enerji yatırımlarına sübvansiyonlar),

- Nitelikli iş gücüne yönelik uzun vadeli yatırımlar,
- Dinamik fiyatlama stratejilerinin yaygınlaştırılması için sektöre finansal ve teknolojik destek,
- Turizm vergilerinde düzenleme ve esneklik, özellikle kriz dönemlerinde finansal yüklerin hafifletilmesi.

Sonuç olarak, Bodrum otelcilik sektörü 2021-2023 krizinin görece dayanıklılıkla atlatmış olsa da, asıl etkilerin 2023-2025 döneminde daha şiddetli yaşanması, sektörün kırılganlığını açıkça göstermektedir. Bu nedenle, sektörün sürdürülebilirliği için uzun vadeli politika çerçeveleri ve kapsamlı devlet mekanizmaları kritik önem taşımaktadır.

Kaynakça

- Gössling, S., Scott, D., & 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>
- International Monetary Fund. (2023). *Türkiye: 2023 Article IV Consultation-Press Release; Staff Report*. IMF Country Report No. 23/65. <https://www.imf.org>
- International Monetary Fund. (2025, September 15). *World Economic Outlook – All Issues*.
<https://www.imf.org/en/Publications/WEO?>
- International Monetary Fund. (2022). *World economic outlook: Inflation pressures and policy responses*. International Monetary Fund. <https://www.imf.org>
- Karagöl, V. (2024). Rethinking the Phillips curve in Turkey: New evidence from the frequency domain. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(2), 107–114.
<https://doi.org/10.29106/fesa.1420002>
- Paapa, C., & Nguthi, S. K. (2025). *Crisis management and resilience in hospitality and tourism consulting*. African Journal of Tourism and Hospitality Management, 4(1), 246-259.
https://www.researchgate.net/publication/392973299_Crisis_Management_and_Resilience_in_Hospitality_and_Tourism_Consulting
- Rodrigues, P. M. M., & da Silva, E. M. (2023). Tourism market in turbulent times: Evidence of asymmetric connectedness. *Journal of Travel & Tourism Marketing*.
<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2023.2274904#abstract>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2022). *Turizm istatistikleri ve raporlar*. <https://www.ktb.gov.tr>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2023). *Turizm istatistikleri ve raporlar*. <https://www.ktb.gov.tr>
- Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası. (2023). *Enflasyon raporu 2023-I*. <https://www.tcmb.gov.tr>

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB). (2023). *Ziyaretçi sayıları 2023*.

<https://www.tursab.org.tr/ziyaretci-sayilari/ziyaretci-sayilari-2023>

World Tourism Organization. (2022). *UNWTO World Tourism Barometer*. <https://www.unwto.org>