

Turizm ve Konaklama Sektörü

Turizm ve Konaklama Sektörüne İlişkin
Öne Çıkan Başlıklar – 2025 Y1

Aralık 2025



The better the question. The better the answer. The better the world works.

Ziyaretçi Sayısı



2025/1Y	2024/1Y	Yıllık Değişim
25,53 m	25,11 m	↑ 1,7%

Turizm Gelirleri



2025/1Y	2024/1Y	Yıllık Değişim
US\$25,42 m	US\$ 23,66 m	↑ 7,4%

Kişi Başı Ortalama Harcama



2025/1Y	2024/1Y	Yıllık Değişim
US\$ 996	US\$ 942	↑ 5,6%

Doluluk Oranları



Türkiye: %57,83	Muğla: %65,61
İstanbul: %49,54	Antalya: %84,75

Haziran 2025 itibarıyla

Otel Arzı



	2025/1Y	2024/1Y	Yıllık Değişim
21.225 Otel	20.876 Otel		↑ 1,7%
873.541 Oda	876.868 Oda		↓ 0,4%
1.809.043 Yatak	1.811.743 Yatak		↓ 0,1%

Temmuz 2025 itibarıyla Temmuz 2024 itibarıyla

Turizm ve Konaklama Sektörüne İlişkin Öne Çıkan Başlıklar – 2025 1Y

Makro Görünüm

- 2024 yılının ilk yarısında %2,3 oranında büyüyen GSYH'nin, 2025 yılının aynı döneminde %4,8'lik bir artış kaydetmesi, ekonominin dayanıklılığını ortaya koyuyor. Bununla birlikte, makroekonomik riskler, turizm sektörü için çeşitli zorluklar oluşturmaya devam ediyor.
- Turizmin GSYH içindeki payı, 2024 yılının ilk yarısında %3,88 oranındayken, 2025 yılının ilk yarısında %3,51'e geriledi. Bu gelişme, sektörün büyüme hızının sınırlı kaldığına işaret ediyor.
- Siyasi ve ekonomik belirsizliklerin devam etmesi, Türkiye'ye yönelik yatırımcı güveni üzerinde baskı oluşturmaya devam ederken, ülkenin başlıca turizm destinasyonlarına yönelik uluslararası talebin istikrarlı seyrettiği gözlemleniyor.
- 2025 yılının ilk yarısında Türkiye'nin, 25 milyon 530 bin uluslararası ziyaretçi ağırladığı ve bu oranının bir önceki yılın aynı dönemine göre %1,7'lik bir artış kaydettiği görülüyor. Ziyaretçilerin yaklaşık %57'sinin Antalya'yı, %17'sinin İstanbul'u ve %11'inin Muğla'yı tercih etmesi, turizm hareketliliğinin ağırlıklı olarak bu üç ilde yoğunlaştığını gösteriyor.
- 2024'te yaklaşık 62 milyondan fazla olan uluslararası ziyaretçi sayısının, 2025 yılında 65 milyona yükselmesi bekleniyor.

Arz ve Talep

- 2025 yılının ilk yarısında turizm gelirleri 25,4 milyar ABD dolarına ulaşarak, 2024 yılının aynı dönemine göre %7,4 oranında artış gösterdi. Söz konusu artışta, kişi başına ortalama harcama düzeyindeki yükseliş temel belirleyici oldu.
- Türkiye, 2024 yılında 61,1 milyar ABD doları tutarında turizm geliri elde etti. 2025 yılı için toplam gelirin %4,7 artışla 64 milyar ABD dolarına ulaşması hedefleniyor.
- 2025 yılının ilk yarısında günlük kişi başına ortalama harcama 996 ABD dolarına ulaşarak %5,6 oranında artış gösterdi. Bu eğilim, geçmiş yıllara kıyasla daha yüksek harcama kapasitesine sahip turist segmentlerine doğru kademeli bir geçişe işaret ediyor.
- TÜİK tarafından açıklanan Haziran 2025 verilerine göre "Lokanta ve Oteller" grubunda yıllık fiyat artışı %35,59 olarak gerçekleşmiş ve hizmetler genelinde artış %50,34'e ulaşmıştır. Bu durum, Türkiye'nin fiyat seviyelerinin uluslararası standartlara yaklaştığını ve destinasyon olarak daha rekabetçi bir konuma doğru ilerlediğini gösteriyor.
- Yine son yıllarda Akdeniz bölgesi, uluslararası lüks otel ve konaklama markalarının gelmesiyle önemli bir destinasyon haline geldi. Almanya, Rusya ve diğer Avrupa ülkeleri, 2025'in ilk yarısında da Türkiye'nin başlıca kaynak pazarları olarak öne çıkıyor, bu durum ülkenin geleneksel turizm pazarlarındaki sürekliliğini ortaya koyuyor.
- Turizm gelirlerinde görülen %7,4 oranındaki artışa karşılık, otel sayısındaki %1,7'lik artış, otel işletmecileri arasında rekabeti artırarak farklılaşma stratejilerinin önemini yükseltiyor.

Turizm ve Konaklama Sektörüne İlişkin Öne Çıkan Başlıklar – 2025 1Y

Otel Yatırım Pazarı

- Yatırımcı ilgisi, Antalya ve Muğla gibi kıyı destinasyonlarında ve İstanbul gibi kentsel merkezlerde yoğunlaşmaya devam ediyor. Bu eğilim, süregelen seyahat talebinin yanı sıra MICE (Kongre turizmi) segmentindeki toparlanmanın etkisiyle destekleniyor.
- İstanbul ve Antalya, 130 otel projesi (19.038 oda) ile yeni yatırımların merkezi konumunda. İstanbul'da ise tek başına 49 proje ve 7.903 oda planlanıyor.
- Türkiye genelinde Temmuz 2025 itibarıyla otel sayısı artarken, toplam oda ve yatak kapasitesinde sınırlı bir düşüş olduğu görülüyor.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, Türkiye'deki işletme belgeli otellerin doluluk oranı, 2025 yılı haziran ayı itibarıyla, 2024'ün aynı dönemine göre 4,12 puan azalarak %61,95'ten %57,83'e geriledi. 2025 yılı haziran ayı itibarıyla doluluk oranları Antalya'da %84,35, İstanbul'da %49,54 ve Muğla'da ise %65,61 olarak gerçekleşti.
- Şubat 2025 itibarıyla geçtiğimiz 12 ay süresinde RevPAR'da (Revenue per Available Room) Türkiye'de %20, İstanbul'da ise %25'lik artış görüldü; bu artışın büyük ölçüde enflasyon ve döviz kuru kaynaklı olduğu söylenebilir.
- Lüks ve üst segment resort varlıkları, kişi başına harcamadaki artışın da desteğiyle uluslararası yatırımcılar açısından cazibesini koruyor.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın yayınlandığı il bazlı tesislerin toplam ziyaretçi verilerine göre, 2025 yılı ilk yarısında geçen senenin aynı dönemine kıyasla Nevşehir'de %60, Mardin'de %51, Çanakkale'de %23 ve Trabzon'da %17 oranında artış yaşanırken, Antalya'da %9 oranında düşüş kaydedildi. Bu eğilim, Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin deniz-kum-güneş turizmi ile birlikte kültürel miras, tarih ve yerel deneyimlere dayalı seyahatlere de yöneldiğini gösteriyor.
- Sürdürülebilirlik ve ESG standartları yatırım kararlarını giderek daha fazla şekillendirirken; enerji verimliliği ve yeşil sertifikasyonlar, yatırımcı ilgisini çeken önemli farklılaştırıcı unsurlar haline geliyor.
- Yüksek inşaat maliyetleri nedeniyle yenileme projeleri temel yatırım stratejisi haline geliyor.

Finansman Faaliyetleri

- Güçlü turizm gelirleri, sektörde nakit akışı istikrarını ve borç ödeme kapasitesini destekleyerek kredi dinamiklerini güçlendiriyor.
- Bununla birlikte, yüksek küresel faiz oranları ve kalıcı kur oynaklığı, yeni geliştirilen projeler için geleneksel borç finansmanının erişilebilirliğini sınırlandırıyor.
- Yerel bankaların, mevcut varlıkların renovasyon ve yenileme projelerine finansman sağlamayı, yeni otel geliştirme projelerine göre daha fazla tercih etmesi, artan inşaat maliyetleri ile birlikte yeni projeleri daha maliyetli hale getiriyor.
- Artan işletme maliyetleri, özellikle işçilik ve enerji giderleri ile birlikte, yüksek enflasyonun etkisi altında turizm sektöründeki kar marjlarını baskılıyor.
- Yatırımcılar giderek daha fazla alternatif finansman modellerine yöneliyor; özellikle ortak girişimler, özel sermaye fonları ve gelir paylaşımı anlaşmaları öne çıkıyor.
- Yabancı turistlere yönelik tatil bölgelerinde işletmeler, döviz kuru riskini azaltmak için döviz üzerinden fiyatlama yaparak, kur sabitleme gibi yöntemlerle gelirlerini güvence altına alıyor.

EY | Building a better working world

EY is building a better working world by creating new value for clients, people, society and the planet, while building trust in capital markets.

Enabled by data, AI and advanced technology, EY teams help clients shape the future with confidence and develop answers for the most pressing issues of today and tomorrow.

EY teams work across a full spectrum of services in assurance, consulting, tax, strategy and transactions. Fueled by sector insights, a globally connected, multidisciplinary network and diverse ecosystem partners, EY teams can provide services in more than 150 countries and territories.

All in to shape the future with confidence.

EY refers to the global organization, and may refer to one or more, of the member firms of Ernst & Young Global Limited, each of which is a separate legal entity. Ernst & Young Global Limited, a UK company limited by guarantee, does not provide services to clients. Information about how EY collects and uses personal data, and a description of the rights individuals have under data protection legislation are available via ey.com/privacy. EY member firms do not practice law where, prohibited by local laws. For more information about our organization, please visit ey.com.

EY-Parthenon

Our unique combination of transformative strategy, transactions and corporate finance delivers real-world value – solutions that work in practice, not just on paper.

Benefiting from EY's full spectrum of services, we've reimagined strategic consulting to work in a world of increasing complexity. With deep functional and sector expertise, paired with innovative AI-powered technology and an investor mindset, we partner with CEOs, boards, private equity and governments every step of the way – enabling you to shape your future with confidence.

EY-Parthenon is a brand under which a number of EY member firms across the globe provide strategy consulting services. For more information, please visit www.ey.com/parthenon.

© 2025 EY Türkiye
All Rights Reserved.

This material has been prepared for general informational purposes only and is not intended to be relied upon as accounting, tax, legal or other professional advice. Please refer to your advisors for specific advice.

ey.com/tr

linkedin.com/ernstandyoung
instagram.com/eyturkiye
x.com/EY_Turkiye
facebook.com/ErnstYoungTurkiye



Mehmet Küçükaya

Şirket Ortağı

Turizm Lideri, Türkiye

Mobil: +90 532 375 9959

E-mail: mehmet.kucukkaya@parthenon.ey.com



Gün Gökaya

Kıdemli Direktör

Ticari Gayrimenkul İşlemleri, Türkiye

Mobil: +90 532 375 9959

E-mail: gun.gokkaya@parthenon.ey.com



Pinar Şimşek Çalışkan

Kıdemli Müdür

Ticari Gayrimenkul İşlemleri, Türkiye

Mobil: +90 532 293 0509

E-mail: pinar.simsek@parthenon.ey.com



Melike Akkoyun

Kıdemli Uzman

Ticari Gayrimenkul İşlemleri, Türkiye

Mobil: +90 531 813 2656

E-mail: melike.akkoyun@parthenon.ey.com