

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**TÜRKİYE'NİN SON KRİZ ÇERÇEVESİNDE, TURİZM SEKTÖRÜNDE
OLUŞAN EKONOMİK AÇIĞIN KAPATILMASI İLE İLGİLİ ALINACAK
TEDBİRLER**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
OYA POLAT

GAZİANTEP-2017

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**TÜRKİYE’NİN SON KRİZ ÇERÇEVESİNDE, TURİZM SEKTÖRÜNDE
OLUŞAN EKONOMİK AÇIĞIN KAPATILMASI İLE İLGİLİ ALINACAK
TEDBİRLER**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

HAZIRLAYAN
OYA POLAT

TEZ DANIŞMANI
Prof. Dr. İBRAHİM KANYILMAZ

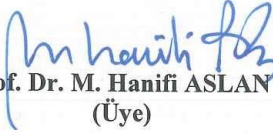
GAZİANTEP – 2017

KABUL VE ONAY

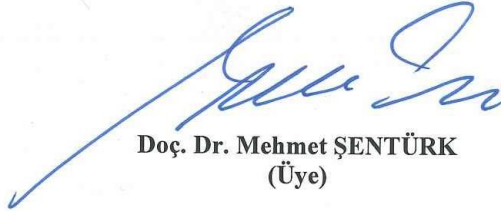
Oya POLAT tarafından hazırlanan “Türkiye’nin Son Kriz Çerçevesinde, Turizm Sektöründe Oluşan Ekonomik Açığın Kapatılması ile ilgili Alınacak Tedbirler” başlıklı bu çalışma 13/10/2017 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.



Prof. Dr. İbrahim KANYILMAZ
(Başkan)



Prof. Dr. M. Hanifi ASLAN
(Üye)



Doç. Dr. Mehmet ŞENTÜRK
(Üye)

Onay

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım. 13/10/2017

Doç. Dr. Mazlum ÇELİK
Enstitü Müdürü

TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “**Türkiye’nin Son Kriz Çerçevesinde, Turizm Sektöründe Oluşan Ekonomik Açığın Kapatılması İle İlgili Alınacak Tedbirler**” başlıklı çalışmanın tarafımda, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.
13/10/2017.

Oya POLAT

ÖNSÖZ

2010 yılında Tunuslu üniversite mezunu seyyar satıcının kendini yakması ile başlayan Arap uyanışı hareketi, oradan orta doğudaki Mısır, Libya ve Yemen'i etkisi altına alarak ortaya çıkan bir halk hareketlenmesidir. Bu hareketlenmeler sonucunda Arap ülkeleri iç karışıklık yaşamaya başlamış ve devlet başkanlarını baştan indirerek görevlerini bırakmak zorunda kalmışlardır. Yaşanan bu olaylar sonucunda halk ayaklanması tüm Arap ülkelerini etkisi altına alarak iç savaşların çıkmasına sebep olmuştur. Bu yaşanan olaylarda Suriye'de kendine düşen payı alarak iç savaşın içerisine girmiştir. Suriye'nin sınır komşusu olan Türkiye de halk ayaklanmasını destekleyerek ülkenin iç işlerine müdahale de bulunmuştur. Yaşanan bu olaylar sonucunda Türkiye'de çıkan terör olayları ülkeyi etkisi altına alarak sosyal yaşamı ve ekonomiyi olumsuz yönde etkilemiştir. Türkiye'de yaşanan terör olayları sonucunda, cari açığı kapatmada en önemli gelir kaynakları arasında yer alan turizm sektörü de bu olaylardan payını alarak düşüşe geçmiştir.

İlgili araştırmanın tamamında bu yüksek lisans eğitimim de tecrübesi ve donanımı ile yol gösteren, benden hiçbir zaman yardımını ve desteğini esirgemeyen değerli tez danışmanım Prof. Dr. İbrahim KANYILMAZ'a göstermiş olduğu sabır ve hoşgöründen dolayı teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimim süresince desteğini her zaman hissettiğim değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Yusuf BOZGEYİK'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım. Son olarak bugünlere ulaşmamda haklarını hiçbir zaman göz ardı edemeyeceğim, hayatımın her anında yanımda olan maddi ve manevi desteğini esirgemeyen aileme ve özellikle değerli arkadaşım Harun Reşit GÜNDOĞAN'a teşekkürlerimi sunarım. Çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

Gaziantep,2017

Oya POLAT

ÖZET

Turizm sektörü son yıllarda gösterdiği gelişim ile dünyanın en büyük sektörleri arasında gösterilmektedir. Turizm sektörü diğer sektörler ile kıyaslandığında daha dengeli ve güvenilir döviz rezervini artırma özelliği ile gelişmekte olan ülkelerin dikkatini üzerinde toplamaktadır. Son yıllarda krizlerin sayısı oldukça artmıştır, artan krizlerden dolayı turizm sektörü de bu durumdan olumsuz etkilenmesine rağmen, ülkemizde ilgili literatürde bu konu hakkında fazla çalışma yapılmadığı tespit edilmiştir. Turizmin ekonomik etkileri dikkate alındığında tespit edilen bu eksiklik tez konusu seçimimin nedenini oluşturmuştur. Bu çalışma 2010-2016 yılları da dahil olmak üzere yaşanan krizlerin turizm sektörüne olan etkilerini kriz yönetimi açısından inceleyerek ekonomik etkilerini ortaya koymayı hedeflemiştir. Bunun ile ilgili olarak Türkiye sektördeki kayıpları telafi etmeye yönelik ekonomi alanında ve turizm sektöründe politikalar geliştirecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, turizm ve ekonomi, turizm ve kriz.

ABSTRACT

The tourism sector has been shown to be one of the largest sectors in the world with its recent development. The tourism sector compares the attention of developing countries with the ability to increase more balanced and reliable foreign exchange reserves compared to other sectors. Although the number of crises has increased considerably in recent years, the tourism sector has also been adversely affected by the increasing crises. This shortcoming, which was determined when the economic effects of tourism were taken into consideration, constituted the reason for my thesis topic. This study aimed to reveal the economic effects of the crises, including the years 2010-2016, by examining the effects of the crisis on the tourism sector in terms of crisis management. Regarding this, Turkey will develop policies in the economic and tourism sectors to compensate the sectoral losses.

Key Words: Tourism, tourism and economy, tourism and crisis.

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

ÖNSÖZ	i
ÖZET	ii
ABSTRACT	iii
İÇİNDEKİLER	iv
TABLolar LİSTESİ	viii
ŞEKİLLER LİSTESİ	ix
KISALTMALAR	x
BİRİNCİ BÖLÜM	
GİRİŞ	1
İKİNCİ BÖLÜM	
TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZMİN EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ	
2.1.Turizm ve Turizm Sektörü Kavramları	3
2.1.1. Turizmin Tarihsel Gelişimi ve Turizm Çeşitleri	4
2.1.2. Deniz Turizmi	6
2.1.3. Yayla Turizmi	6
2.1.4. Kongre Turizmi	7
2.1.5. Kültür Turizmi	8
2.1.6. Sağlık Turizmi	9
2.1.7. İnanç Turizmi	9

2.1.8. Mağara Turizmi	10
2.1.9. Av Turizmi	10
2.1.10. Yat Turizmi	11
2.1.11. Dağ ve Kış Turizmi	11
2.2. Turizm Sektörünün Ekonomi Üzerindeki Etkileri	12
2.2.1. Turizmin Moneter (Parasal) Karakterli Ekonomik Etkileri	12
2.2.1.1. Turizmin GSMH Üzerindeki Etkisi	12
2.2.1.2. Turizmin Dış Ödemelere Dengesine Etkisi	14
2.2.1.3. Turistik Yatırımların Gelir Etkisi	15
2.2.1.4. Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalara Etkisi	16
2.2.2. Turizmin Reel Karakterli Ekonomik Etkileri	17
2.2.2.1. Turizmin İstihdam Etkisi	17
2.2.2.2. Turizmin Sektörler Üzerine Olan Etkisi	19
2.2.2.3. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi	19
2.2.2.4. Turizmin Bölgelerarası Dengesizliği Giderici Etkisi	20

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KRİZLERİN TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNE OLAN ETKİLERİ

3.1. Kriz Kavramı	22
3.1.1. Turizm Sektöründe Kriz Kavramı ve Önemi	23
3.1.2. Turizm Sektöründe Krize Yol Açan Temel Faktörler	24
3.1.2.1. Doğal Afetler	24
3.1.2.2. Salgın Hastalıklar	25

3.1.2.3. Terör ve Güvenlik Sorunları	26
3.1.2.4. Ekonomik Krizler	27
3.2. Turizm Sektöründe Yaşanan Krizlerin Meydana Getirdiği Sonuçlar	28
3.2.1. Olumlu Sonuçlar	28
3.2.2. Olumsuz Sonuçlar	29
3.3. Turizmde Krizlerin Aşılabilmesi için Uygulanabilecek Stratejiler	30
3.3.1. İç Çevre Faktörü	31
3.3.2. Dış Çevre Faktörü	32

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE’DE YAŞANAN SON KRİZ, TURİZM GELİRLERİ VE AÇIĞIN KAPATILMASI İÇİN ALINACAK TEDBİRLER

4.1. Son Krizin Ortaya Çıkışı, Gelişmesi ve Türkiye Üzerine Olan Etkileri	35
4.2. Yaşanan Son Krizin Turizm Üzerine Olan Etkileri	39
4.2.1. Gelen Turist Sayısı Üzerine Olan Etkileri	39
4.2.2. Turizm Geliri Üzerine Olan Doğrudan Etkisi	43
4.2.3. Turizm Geliri Üzerine Olan Dolaylı Etkisi	44
4.3. Son Krizin Türkiye Üzerine Olan Ekonomik Etkileri	45
4.3.1. G.S.M.H. ve Büyüme Üzerine Olan Etkisi	46
4.3.2. İşsizlik ve İstihdam Üzerine Olan Etkisi	48
4.3.3. Cari Açığın Kapatılması Üzerine Olan Etkisi	49
4.4. Açığın Kapatılması İçin Alınacak Tedbirler.....	51

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER 53

KAYNAKÇA 58



TABLÖLAR LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Türkiye’de Kongre Turistinin Harcama Oranları	8
Tablo 2. Türkiye’de Dış Ticaret Açığı ve Turizm Gelirleri	15
Tablo 3. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı (2010-2012).....	40
Tablo 4. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı (2013-2016).....	41
Tablo 5. Türkiye’ye Gelen Turistlerin Aylara ve Yıllara Göre Dağılımı	42
Tablo 6. 2010-2016 Dönemi Turist Sayısı, Turizm Geliri ve Kişi Başı Harcamaları	44
Tablo 7. GSYH’ nın Yıllara Göre Dağılımı ve Büyüme Oranları	47
Tablo 8. İşsizlik ve İstihdamın Yıllara Göre Dağılımı 2010-2016	48
Tablo 9. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Karşılama Oranı (2010-2016)	49
Tablo 10. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı 2010-2016)	50

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

Şekil 1. Türkiye’de Turizmin GSMH İçindeki Payı 13



KISALTMALAR LİSTESİ

GSMH	:	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	:	Gayri Safi Yurtiçi Hasıla
KİK	:	Körfez İşbirliği Konseyi
NATO	:	Kuzey Atlantik Paktı
UNWTO	:	Dünya Turizm Örgütü
TC	:	Türkiye Cumhuriyeti
TÜİK	:	Türkiye İstatistik Kurumu
TURSAB	:	Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

İnsanlar ilk çağlardan itibaren gezip-görmek, çeşitli aktivitelere katılmak ve şifa bulmak amacıyla turizm hareketlerine katılmışlardır. Fakat dünya üzerindeki turizm faaliyetleri 2. Dünya savaşıdan sonra gelişim göstermeye başlamıştır. Ekonomik açıdan ülkelerin gelişmesi ve yoğun iş temposu nedeniyle tatil yapma anlayışının artması ve özellikle ulaşım araçlarının gelişmesi ve teknolojinin gelişmesi ile dünyanın çeşitli yerlerindeki tarihi ve doğal güzelliklerin tanıtılması neticesinde dünya çapında turizmin gelişmesinde önemli etkenlerdir (Tüfekçi, 2010: 1).

Turizm sektörü, dünya çapında 1945 yılından itibaren hızlı bir gelişim göstermiştir. 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren ise Türkiye'de hızlı bir büyüme göstermiştir. Bu hızlı gelişme sonrası turizm sektöründeki, turizm işletmelerinin sayısının artışına da neden olmuştur (Topuz, 2009: 1). Turizm sektörü yaygın bir biçimde, yeni iş olanaklarına, istihdam sağlanmasına ve bulunduğu bölgenin ulusal ekonomik gelişmelere katkıda bulunmada önemli rol oynamaktadır.

Turizm sektörünün sahip olduğu ekonomik etkinliği, her geçen gün daha da artmaktadır. 2015 yılı Dünya Turizm Örgütü verilerine göre, 1 milyar 184 milyon kişi, uluslararası turizm hareketlerine katılmış olup bir önceki yıla göre, %4 daha büyüme göstermiştir (UNWTO, 2015: 14). 2016 yılında ise, 2015 yılına oranla %3,9 artışla 1 milyar 235 milyon kişi turizm hareketine katılmıştır (UNWTO, 2017: 8).

Ancak son yıllarda meydana gelen krizlerin, turizm alanında faaliyet gösteren işletmeleri olumsuz etkilediği görülmektedir. Krizler, çok çeşitli nedenlerle ortaya çıkmakta ve işletmeleri olumsuz etkilemektedir. Kriz dönemlerinde, krizlere karşı önlem alınması işletmeyi daha az zararla karşı karşıya bırakmaktadır. Olumsuz bir durum ile karşılaşmamak için, kriz ortaya çıkmadan önce krize yol açabilecek stratejiler belirlenmeli ve analiz ederek önlemler alınmalıdır.

Yapılan bu araştırmada, Türkiye'de 2010 ve 2016 yılları arasında yaşanan krizlerin ülke turizmine etkisi ile oluşan ekonomik açığın kapatılması ile ilgili alınacak tedbirlere odaklanılacaktır. Alınacak tedbirlerden bazıları, Türkiye'nin turizm sektörüne ilişkin kısa ve orta düzeyde yatırımlarını artırması, istihdam oluşturabilecek ekonomi politikaları geliştirmesi, turizm sektöründe rekabeti ön plana çıkaracak devlet politikaları uygulaması,

dünya da oluşabilecek krizlere karşı pazar çeşitlendirmesi diye devam ediyor. Araştırmanın amacı kapsamında, birinci bölüm araştırmanın girişi niteliğinde olup bu bölümde araştırmalar hakkında önemli bilgiler verilmektedir.

İkinci bölümde; Turizm ve turizmin ekonomi üzerindeki etkisine değinilecektir. İlk önce turizm ve turizm sektörü kavramlarının tanımı yapılarak turizm çeşitlerine yer verilecektir. Ayrıca turizm sektörünün ekonomi üzerindeki moneter (parasal) ve reel etkileri ele alınacaktır.

Üçüncü bölümde; Krizlerin turizm sektörü üzerine olan etkileri kriz kavramının tanımı, önemi, sonuçları ve krizlerin aşılabilmesi için uygulanabilecek stratejiler ele alınacaktır.

Dördüncü bölümde; Türkiye de yaşanan son kriz ve turizm gelirleri ele alınarak krizin turizm üzerine olan etkileri ve Türkiye üzerine olan ekonomik etkileri ele alınacaktır.

Beşinci bölümde; Türkiye'nin turizm politikalarına yer verilecektir.

Altıncı bölümde; araştırmanın amacı, önemi, varsayımları, kapsamı ve sınırlılıkları, yöntemi açıklanarak, araştırma bulguları ve sonuç değerlendirmelerine yer verilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜ VE TURİZMİN EKONOMİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

2.1. Turizm ve Turizm Sektörü Kavramları

Turizm, sürekli ikamet edilen yerin dışına kısa süreliğine ve hiçbir ekonomik gelir elde etmeksizin, konaklamak amacıyla yapılan seyahat etme şekline denir (Akat, 2000: 3; Sezgin, 2016: 16).

Ayrıca turizm, yerleşmeden ve ekonomik anlamda gelir elde etmeden dinlenme, eğlenme, spor, sağlık, merak, kongre ve seminerlere katılma gibi nedenlerle kişisel ya da toplu olarak yapılan seyahatler ve gittikleri yerlerde en az bir gece konaklama ve turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri tüketmelerinden ortaya çıkan iş ve ilişkiler bütünüdür (Garet ve Allen, 2004: 22).

Dünya Turizm Örgütü'ne (UNWTO) göre bir seyahatin turizm faaliyet sayılabilmesi için belirli şartlar gerekmektedir. Bunlar (www.wto.org.tr ,2016, Sezgin, 2016: 17);

- Seyahat amacı ile yapılan gezinin sürekli kalışa dönüşmemesi
- Gezi sırasında gelir getirici hiçbir ekonomik uğraşta bulunulmaması.

Ülke içi seyahatler en fazla 6 ay, ülke dışı seyahatler en fazla 12 ay'ı geçmemesi gerekmektedir (www.kultur.gov.tr., Sezgin, 2016: 17).

Bu tanımlamalar çerçevesinde turizm, dinlenme, eğlenme, spor, sağlık, kongre vb. etkinliklerde bulunmak amacıyla ikamet ettikleri yerler dışına seyahat etmeleri, bu seyahatler esnasında gittikleri yerlerde ülke içinde 6 ay, ülke dışında 12 ay'ı geçmemek şartıyla konaklamaları ve buldukları yerlerde turistik ürün satın almaları faaliyetlerinin tümüdür.

Turizm sektörünün tanımı ise, seyahate çıkan birey ya da grupların taleplerini ve gereksinimlerini karşılayan, turizm sektörü ile doğrudan ya da dolaylı olarak ilgili olan tüm kişileri, ticari işletmeleri, örgütleri, kamu kurumlarını ve bunlarla ilgili kişi ve kuruluşların turistik mal ve hizmet, üretim ve tüketim faaliyetlerini kapsamaktadır (Durgun ve Gövdere, 2011: 143).

Bu tanımdan yola çıkarak, kısacası turizm sektörü, seyahate çıkan kişilerin ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla üretilen ürün ve hizmetlerin gelişimi, üretimi ve pazarlanmasında rol alan, kamu ya da özel işletmelerin bileşimi olarak ifade edilmektedir.

Turizm sektörü geçmiş yıllarda önemli bir faaliyet alanı olarak görülmezken, günümüzde bu sektörün ulaştığı boyutlar sayesinde, sanayi ve uluslararası ticaret gibi önemli bir sektör haline gelmiştir. Hizmet sektörünün bir parçası olan turizm ulusal ve uluslar arası alanda kazandığı büyük ekonomik boyutlarla yapılan yatırımları ve iş hacmini geliştiren, gelir yaratan, döviz sağlayan ve yüksek istihdam yaratan, sosyal ve kültürel hayatı etkileyen, çevreyi koruyan bir kapsam kazanmıştır (Usta, 2008: 2; Sezgin, 2016: 18).

Turizm sektörü, turizm hareketlerinin döviz arzını artırarak dış ödemeler dengesine olumlu etki sağlamaktadır, turizm gelirlerinin tekrar dağılımı ile ekonomi canlılık kazanmaktadır. Ayrıca turizm, devlet gelirlerini artırmaya yardımcı olur, iç fiyatlara etki eder ve en önemlisi istihdama olumlu etkileri bulunmaktadır. Bunun yanı sıra sanayi, tarım ve hizmet sektörüne canlılık katar (Yıldırım, 2008: 47; Sezgin, 2016: 20). Kısaca turizm sektörünün ülke ekonomisine katkıları şöyledir (Akın vd., 2012: 79; Sezgin, 2016: 20);

- Ülkeye döviz girdisi sağlar.
- Turizme yapılan yatırımlar ülke ekonomisini canlı tutar.
- Ülkedeki istihdam oluşumuna katkı sağlar. İşsizlik azalır.
- Ülke vatandaşlarının gelir seviyesinde artma sağlar.
- Kültürel etkileşimin oluşmasına neden olur.

Günümüzdeki turizm sektörü, yüksek dış ticaret açığına sahip gelişmekte olan ülkeler tarafından çokça tercih edilmektedir ve bu ülkeler için son derece önemli bir yere sahiptir. Çünkü turizm sektörü; bölgeler arası ekonomik dengesizlikleri ortadan kaldıran, emek yoğun bir sektör olduğu için istihdam oluşumu ile işsizliğin azalmasına olumlu katkısının yanı sıra, döviz girdisi sağlayan ve ülke ekonomisine katkıda bulunan önemli ekonomik faaliyettir (www.tuik.gov.tr,2016, Sezgin, 2016: 20-21).

2.1.1.Turizmin Tarihsel Gelişimi ve Turizm Çeşitleri

Değişik kaynaklara göre insanlar ilk çağdan itibaren ticaret, spor, inanç ve sağlık başta olmak üzere çeşitli amaçlarla seyahat etmişlerdir (Hussein ve Saç 2008:1; Giritlioğlu ve Karakan 2016: 35).

İlk çağda turizm, ilk çağlarda insanların yiyecek ihtiyaçlarını karşılamak ve farklı yiyecek türleri elde etmek için seyahat ettikleri saptanmıştır. Daha sonra yeni yerler görme isteği, sağlığı koruma isteği, tedavi ihtiyaçları ve dini motifler insanların geçmişten beri

süregelen seyahat nedenleri olarak ifade edilebilir (Hussein ve Saç 2008:1; Giritlioğlu ve Karakan, 2016: 35). Tarihin ilk dönemlerinden itibaren insanlar açlıktan ve karşılaşabilecekleri tehlikelerden dolayı göç etmişlerdir (Giritlioğlu ve Karakan, 2016: 35).

Orta çağda turizm, feodalitenin hâkim olduğu ortaçağda Avrupa en karanlık dönemlerini yaşamıştır. Grek ve Roma devrinin yaratıcı kültür ve eğitim anlayışı, yerini dogmatik bir din anlayışına bırakmıştır. Bu dönemde insanlar din adamlarının büyük baskısı altında kalmışlar ve bunun sonucunda insanlar daha çok inanç turizmine yönelmiş ve kutsal yerlere ziyaretler artmıştır. İnanç turizmi bu doğrultuda gelişme göstermiştir (Usta, 2008: 32; Giritlioğlu ve Karakan, 2016: 39).

Yeniçağda Rönesans hareketlerinden dolayı İtalya'ya gerçekleştirilen yoğun seyahat ve turizm faaliyetleri, kültür turizmini ortaya çıkarmıştır. Sanayi devrimi, sosyoekonomik yapılarda dikkat çeken değişiklere neden olmuştur. Bu çağda nüfusun artması, gelir düzeyinin artışı, kentleşmenin oluşması ile turizmde büyüme meydana gelmiştir. Seyahatlerin önceden planlanmaya başlanması “seyahat acentelerinin” kurulmasını sağlamıştır. İngiltere'nin ilk seyahat acentesini kuran Thomas Cook, gerçekte alkolün zararları konusunda bilgilendirme yapmıştır. Cook, 1841 senesinde İngiltere'nin Leichester-Loughborough şehirleri arasında, trenle 570 kişiyi Loughborough'da toplanacak olan “Anti alkolizm” kongresine taşıyarak tur düzenleme olayını tarihte ilk gerçekleştiren kişidir (<http://hbogm.meb.gov.tr.>, Erişim tarihi: 21.08.2016, Giritlioğlu, 2015: 44). Düzenlenen turda kişi başına aldığı sabit bir ücretle, grubu kongrenin toplandığı yere trenle götürüp getirmek koşuluyla bu işe adım atmıştır (Öztaş, 2002:4; Usta, 2008: 33; Giritlioğlu ve Karakan, 2016: 44).

Yakın çağ olarak bilinen dönem turizmin farklı bir ivme kazandığı ve gelişim gösterdiği dönemdir (Giritlioğlu ve Karakan, 2015: 44). Burjuva sınıfının farklı ülkeleri gezme, görme ve tanıma istekleri ortaya çıkmıştır. Bunun doğal sonucu olarak turizm hareketi gelişme göstermiş ve turizmi bu dönemde en fazla etkileyen faktör, ulaşım sektöründeki yatırımlar olmuştur (Öztaş, 2002:4; Kozak vd., 2013:10; Giritlioğlu ve Karakan, 2016: 44).

Günümüzde var olan turizm çeşitlerine baktığımızda ise ülkemizde yaygın olarak deniz, yayla, kongre, kültür, sağlık, inanç, eğitim, av, yat, dağ ve kış turizmi görülmektedir. Zaman içerisinde yaşam standartlarının değişmesi, gelişmesi, kişi başı düşen gelirin artması ve iş yaşamının getirmiş olduğu sıkıntı ve stresin bir sonucu olarak insanların turizm faaliyetlerindeki beklentileri, istek ve tercihlerinde büyük bir değişiklik yaşanmıştır (Öztürk

ve Yazıcıoğlu, 2002: 191; Köroğlu, 2016: 120). Bu durum karşısında ülkeler buldukları jeopolitik konum itibarı ile alternatif turizm türlerini etkinleştirme yoluna gitmeye başlamışlardır (Çiçek ve Avderen, 2013: 25; Köroğlu, 2016: 120). Buradaki amaç farklı turizm türleri ile insanların turizme katkılarını sağlamaktır (Kozak vd., 2012: 18; Köroğlu, 2016: 120). İnsanlar çok çeşitli amaçlarla turizm faaliyetlerine katılmaktadırlar.

1995 yılında Turizm Bakanlığı'nın konu ile ilgili yaptığı bir araştırma sonucu Türkiye'de gelişmesi düşünülen ve potansiyeli olan turizm çeşitleriyle ilgili açıklamalara aşağıda ayrıntılı olarak yer verilmektedir (<http://www.tourism.bilkent.edu.tr> Erişim tarihi: 12.05.2016, Tüfekçi, 2010: 17).

2023 yılında ise, Turizm Bakanlığı' nın geliştirmekte olduğu turizm stratejilerinden; turizm ürününü çeşitlendirerek, turizm sezonunu bütün bir yıla yayılmasını planlanmaktadır. Bu turizm çeşitleri ile ilgili kısma aşağıda yer verilmektedir.

2.1.2. Deniz Turizmi

Türkiye'de talebin en fazla olduğu turizm türüdür. Deniz-kum-güneş üçlüsü, soğuk iklim koşullarında yaşayan yabancıların özellikle talep ettiği turizm çeşididir (<http://www.tursab.org.tr>, Erişim tarihi: 18.08.2016, Tüfekçi, 2010: 18). Kişilerin deniz-kum-güneş üçlüsü olarak değerlendirilen deniz ya da kıyı turizminden yararlanılması olarak ortaya çıkar (Kozak vd., 2012: 18; Köroğlu, 2016: 120). Türkiye'de deniz turizmi için gerekli olan; uzun kıyılar, uygun iklim koşulları, doğal ve tarihi güzelliklere sahip olması nedeniyle bu turizm türü ilk sırada yer almıştır. Türkiye'de deniz turizmi sadece kıyı ve plajlardan yararlanılarak gerçekleşmektedir. Bunun sonucunda sadece turistlerden 4-5 ay kadar deniz-kum-güneş üçlüsü için fayda sağlanabilmektedir. Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin yaklaşık %90'nı deniz turizmine yönelik seyahatlerini gerçekleştirmektedir (Kozak vd., 2012:18; Köroğlu, 2016: 121).

2.1.3. Yayla Turizmi

Yayla kelimesi, dağ tepelerindeki düzlüklere verilen isimden gelmektedir. Doğu Karadeniz bölgesinin en belirgin özelliği, yaylalara sahip olması ve bunun oluşmasını sağlayan neden, iklim koşulları bol yağış alması ve hayvancılığa elverişli bitki örtüsüne sahip

olmasıdır. Bu nedenle yayla kelimesi “otlak” ve “mera” sözcükleriyle de eş anlamlı kullanılmaktadır (Kozak vd., 2012: 24; Köroğlu, 2016: 155; Ulutürk, 1998: 112; Tüfekçi, 2010: 25).

Yayla turizmi, “tatillerini şehir dışı yaşam koşullarında geçirmek isteyen insanların, bu amaçla belirli iklim ve doğal özellikleri olan yaylalara yaptıkları seyahatlerdir” şeklinde tanımlanmaktadır (Usta, 2008: 12; Köroğlu, 2016: 155).

Yayla turizmi yeni bir turizm çeşidi olmakla beraber, yaylalara yapılan seyahatler çok eskidir ve geçmişten günümüze gelen kültürel bir değerdir. Özellikle yaylacılıkla uğraşan kesimler ekonomik nedenlerle yaylalara göç etmişlerdir. Yaylacılık göçlerinin ritüellerle yapılması ona doğal olduğu kadar kültürel bir anlam da yüklemektedir (Kozak ve Bahçe, 2009: 186; Köroğlu, 2016: 155).

Günümüzde kalabalık şehirlerde yaşayan insanların şehrin gürültüsünden ve en önemlisi kirliliğinden kaçarak, fabrikaların az olduğu hatta neredeyse hiç olmadığı doğal güzelliklere sahip sessiz alanları tercih etmelerinin doğal bir sonucu olarak, özellikle Akdeniz ve ege bölgelerinin kıyı şeridindeki tatil yörelerinin sıcak ve nemli havasına karşılık yaylaların çok çeşitli bitki örtüsüne sahip olması, ormanları, krater gölleri, ırmakları, dereleri, tarih, kültürel ve arkeolojik değerleri, dağ ve doğa yürüyüşleri, salcılık, kış sporları, av ve spor olta balıkçılığı, çim kayağı, şifalı suları, yayla şenlikleri ve el sanatları gibi değerleri taşıması nedeniyle bu bölgelerin turizm çekim merkezi olmalarına olanak sağlamaktadır.

2.1.4. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, "ulusal ve uluslararası niteliğe sahip kuruluşların, mesleki örgütlerin belirli zamanlarda düzenledikleri kongre, seminer, sempozyum, konferans, yuvarlak masa, genel kurul vb. faaliyetlere katılmaları sonucu ortaya çıkan turizm çeşidi" olarak tanımlanmaktadır (Usta, 2008: 13; Köroğlu, 2016: 127). Kongre turizmi, dünyada son yıllarda gelişmekte olan önemli bir turizm çeşididir. Turizm çeşitleri arasında %20'nin üzerinde bir ciroya sahip olan kongre turizmi, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere Hong Kong, Tayland, Singapur gibi ülkelerin ana turizm kaynaklarını teşkil etmektedir (Tüfekçi, 2010: 19).

Kongre turizmi, turizm sektörünün öne çıkan bölümlerinin başında gelmektedir. Bunun nedeni ise, kongreye katılan katılımcıların, konaklamaları, yiyecek-içecek, ulaşım ve çeşitli harcamaları aracılığıyla ev sahibi bölge/ülke için ekonomik yararlar sağlaması, kısa

süre konaklaması ve diğer turist tiplerine göre daha fazla harcama yapmasıdır (Yüncü ve Kozak, 2010: 109; Köroğlu, 2016: 127). Türkiye'deki önemli kongre merkezleri; İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara'da yer almaktadır. Türkiye 2023 yılı için ise kongre turizmi adına yaptığı çalışmalarda İstanbul, Antalya, İzmir ve Ankara dışında ayrıca, Bursa, Konya ve Mersin illerinde de kongre turizminin gelişmesi için gerekli örgütlenmenin kurulmasının sağlanacağını ifade etmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007: 70).

Tablo 1. Türkiye'de Kongre Turistinin Harcama Tutarları

		Harcama (\$)
Kıyı Turisti Ortalama Harcama	Toplam	800
Kongre Turisti Ortalama Harcama	Toplam	2.500

Kaynak: TÜRSAB, 2016.

Türkiye'de kıyı turizminde kişi başına düşen harcama miktarı 800 dolar iken, bu rakam kongre turizminde konaklama, ulaşım, yiyecek içecek, gezi ve eğlence için yapılan harcamaların kişi başına düşen sonucu 2000-2500 dolar seviyesinde olması bu turizm çeşidinin ne kadar cazip olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda kongre turizmi potansiyel bir turizm çeşidi olarak gelişme göstermektedir (Türsab, 2016).

2.1.5. Kültür Turizmi

Kültür turizmi, farklı kültürlerin birbirini yerinde, görmek, tanımak amacıyla, seyahat eden turistlerin dâhil olduğu turizmdir (Öter ve Özdoğan, 2005: 128; Köroğlu, 2016: 159). Kültür turizmi, kültürler arasındaki farklılıklardan doğmaktadır. İnsanların kültür mirasına ilgileri sonucu ortaya çıkmıştır. Kültür turizmi; çok önce yaşayan topluluklardan kalan tarihsel yerlerin, müzelerin, kalıntıların ziyaret edilmesi ile başlamıştır. Daha sonra ise turistlerin zamanla değişen talepleri sonucu geleneksel mimari, müzik-dans türleri, fuarlar ve festivaller önem kazanmaya başlamıştır (Özdemir, 2011: 131; Köroğlu, 2016: 159). Farklı kültürleri tanıma isteği tarih boyunca insanları seyahat etmeye itmiştir. Özellikle kültürel seyahate katılanlar, kırsal yerleşim yerlerine giderek yaşayan halkın yemeklerini tatmak, halk

gösterilerini izlemek, festivallere katılmak ve eski el sanatlarını görmek, yaşam tarzlarını ve tarihlerini öğrenmek, boş zamanlarda neler ile uğraştıklarını bilmek istemektedirler (Kozak ve Bahçe, 2009:149; Avcıkurt, 2015: 21; Köroğlu, 2016: 160).

2.1.6. Sağlık Turizmi

Sağlık turizmi, sağlığın korunması ve geliştirilmesi, hastalıkların tedavi edilmesi amacıyla ikamet edilen yerden başka bir yere seyahat edilmesine, gidilen yerde en az 24 saat kalmak suretiyle sağlık ve turizm olanaklarından yararlanılmasıdır. Sağlık turizmi adı altında yapılan seyahatlerdeki turiste "sağlık turisti" denir (Kaya, 2013: 18).

Sağlık hizmetinin ikamet edilen yerde pahalı olması ve en önemlisi tedavi etmek için yeterli düzeyde olmaması sağlık turizminin gelişme göstermesine olanak sağlamıştır. Kısa sürede daha kaliteli sağlık hizmeti alma isteği de buna dâhildir (BAKA, 2013: 4; Köroğlu, 2016: 130).

Türkiye'nin diğer kıtalar ile olan stratejik konumu, ulaşım kolaylıkları, termal kaynakları, zengin medikal alt yapısı, uluslararası düzeyde akredite hastaneleri ve sağlık işletmeleri, yetkin hekimler ve diğer kaynakları ile birçok ülkeden hasta çeken bir sağlık turizmi destinasyonu konumundadır (Öztürk ve Bayat, 2011: 137; Köroğlu, 2016:131).

2.1.7. İnanç Turizmi

İnanç turizmi, kutsal sayılan yerleri ziyaret etmek, hac gibi dinsel görevleri yerine getirmek, ünlü mabetleri görmek, dinsel toplantı ve törenlere katılmak amacıyla yapılan ve önemli boyutlara ulaşan seyahatlerin ve konaklamaların oluşturduğu turizm hareketidir (Köroğlu, 2016: 152; Hazar, 2010: 68, Maviş, vd., 2002:25).

Dünya Turizm Örgütü'nün son verilerine göre yaklaşık 300 milyon kişi inanç turizmi kapsamında seyahat etmektedir. Yapılan harcama ise 20 milyar dolara yaklaşmış durumdadır. Dünya'da her yıl ortalama 5,5 milyon Müslüman dini görevlerini yerine getirmek için kutsal topraklara gitmektedir (<http://www.tursab.org.tr>, Köroğlu, 2016: 153).

2.1.8. Mağara Turizmi

Mağara, yer altında bulunan geniş boşluklardır ve doğal süreçler içinde oluşmaktadırlar. Mağara turizmi, “sağlık ve merak amacıyla mağaralara yapılan” seyahatlerdir (Usta, 2008: 12; Köroğlu, 2016: 141; Tüfekçi, 2010: 21). Turistik amaçlı mağara ziyaretleri gün geçtikçe artmakta ve herkesin görmek istediği gizemli görünüşlü mağaralar, turistik geziler için tercih edilmeye başlanmaktadır (Yücel, 2008: 25; Köroğlu, 2016: 142). Türkiye’de turizmin sadece yaz aylarında ve bazı bölgelerde sınırlı kalmayarak, diğer ayları ve bölgeleri de değerlendirmek adına önemli bir aşama kaydetmiş turizm çeşididir.

Türkiye’de halen açılmamış mağaraların varlığını koruması gelecek yıllarda mağara turizminin daha fazla gelişeceğini göstermektedir (Tüfekçi, 2010: 21).

Türkiye’de turizm amaçlı kullanılan mağaralar ise; İnsuyu mağarası (Burdur-Antalya), Damlataş mağarası (Antalya), Cennet – Cehennem mağarası (Silifke Narlıkuyu), Eshabı-Keyf (Yedi uyurlar) mağarası (Tarsus), Karain mağarasıdır (Antalya) (Tüfekçi, 2010: 21).

Turizme açılmış mağaraların bazıları ise aziz ve ermiş kişilerin ibadet, sığınak ve barınak olarak kullandıkları düşünülen kutsal yerler olarak günümüzde yerini almıştır. Örneğin, Karain mağarası (Antalya), Merdivenli mağarası (Hatay), Pirun mağarası (Adıyaman), İmrenler mağarasıdır (Konya) (Demir, 2009: 68; Köroğlu, 2016:143).

Mağaralar sadece turistik gezi ve inanç turizmi amacıyla olmayıp sağlık içinde tercih edilebilmektedir (Arpacı vd., 2012: 62; Köroğlu, 2016: 143). Speleoterapi, (mağara tedavisi) “mağara ortamından yararlanılarak yapılan tedavi türüdür” (Köroğlu, 2016:143).

2.1.9. Av Turizmi

Av turizmi, avcı niteliğine sahip kişilerin avlanma amaçlarını gerçekleştirmek için belirlenmiş ilkelerle yaptıkları etkinliklerdir (Köroğlu, 2016: 149).

Av turizmi, avlanmak üzere seyahat eden insanlara yönelik hizmet vermektedir. Av turizmi, bilinçli ve gerekli eğitim alınarak, doğaya zarar vermeden yapılan ve belli olgunluğa erişmiş hayvanların avlanması olayıdır (Tüfekçi, 2010: 22; Köroğlu,2016: 149).

Bilinçli ve kurallara uygun yapıldığı zaman bir yandan yaban hayatı korurken bir yandan da ülkenin önemli gelir kaynağını oluşturmaktadır. Bu turizm türü genellikle maddi durumu iyi olan kesimin tercih ettiği turizm türüdür. Av turizminin önemsendiği ülkelerde av hayvanlarının sayısı artmakta, çevreye ve yaban hayata özen gösterme duygusu gelişmektedir ve usulsüz avlanma olayının önüne geçilmektedir (Kozak, 2012: 22; Köroğlu, 2016: 149; Tüfekçi, 2010: 23).

2.1.10. Yat Turizmi

Yat turizmi, ülkelerinden yatları ile gelen ve ziyaret ettikleri ülkelerden hizmet alan yatçıların ya da başka araçlar ile gelip, kaldıkları süre içinde yat kiralayan turistlerin ortaya çıkardığı turizm çeşididir (Usta, 2008: 16; Köroğlu, 2016: 138).

Yatçılık; “gezi, dinlenme, eğlence, spor amacıyla yapılan özel ve ticari teknelerle yapılan turistik bir faaliyettir” (Köroğlu, 2016: 139; Küçükaslan, 2007:216).

Türkiye'nin kıyıları yat turizmine uygunluğu bakımından oldukça tercih edilmektedir. Özellikle Antalya-Kuşadası arasındaki yoğunlaşmanın nedeni doğal koylar olmasıdır (Tüfekçi, 2010: 20).

2.1.11. Dağ ve Kış Turizmi

Dağ turizmi, giderek kirlenen şehirlerin yaşanmaz hale gelmesi sonucu, insanların dağlara yönelmesine neden olmuştur. İnsan ve doğal yaşamın bir arada olmasını sağlayan dağ turizmi, dağların güzel ve temiz havasından faydalanmak üzere yürüyüş ve tırmanma faaliyetleri ile daha sağlıklı bir hal almıştır (Olalı, 1984: 103; Tüfekçi, 2010: 22).

Türkiye dağ ve kış turizmi bakımından zengin kaynaklara sahiptir. Doğa ile mücadele etmeyi ve macerayı sevenlere yönelik mükemmel bir turizm çeşididir (Kozak ve Bahçe, 2009: 178; Köroğlu, 2016: 143; İncekara, 1998:4).

Dağcılık ise eğitim gerektiren, kaya, kar ve buz tırmanışları olmak üzere çeşitlere ayrılan bir spor dalıdır (Köroğlu,2016: 149). Kış turizmi, kayak sporunun merkezinde yapılır ve belirli bir yükseklik gerektirir. Bu yüzden kış turizmi, belirli bir yüksekliği olan dağlarda ve dünyada önemli bir spor olarak gelişen kayak sporu ile özdeşleşmiştir (İlban ve Kaşlı, 2011: 321; Köroğlu, 2016: 143).

2.2.Turizm Sektörünün Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Turizm sektörünü, belirli bir sektör içine almak mümkün değildir. Turizm sektörü, genel olarak hizmet sektörünün içindedir. Turizm sektörü diğer sektörlerden yararlanır, girdi alır ve çıktı olarak ortaya koyar (Ünlüönen vd., 2015: 33).

Daha geniş bir tanım ile turizm sektörü; ulusal ve uluslararası düzeyde turizm tanımındaki fonksiyonları; hizmetler sektöründen geniş ölçüde, tarım ve sanayi sektöründen belli ölçüde yararlanarak yerine getiren girişimlerin, serbest malları da değerlendiren bir turizm endüstrisi oluşturmak için genel ekonominin belli bir kesiminde ortaya çıkan yatırım, tedbir, planlama ve uygulama faaliyetlerinin bütünüdür (Ünlüönen vd., 2015: 33).

Turizm sektörü; Türkiye açısından, ekonominin önemli bir ayağı haline gelmiştir. Ülkede yarattığı ekonomik gelir, istihdam ve bunun doğrultusunda yatırım olanaklarının artması doğrudan ve dolaylı olarak Türkiye ekonomisine katkı sağlamaktadır. Turizm endüstrinin gelişmesi, kişi başına gelir seviyesinin artmasına ve insanların boş zamanlarının çoğalmasına olanak sunmaktadır. Bunun sonucunda; Turizm sektörüne de insanların ticari, dini ve askeri amaçlarla yaptıkları seyahatlerden çok farklı bir şekil vermiş yaşadığımız yüzyılın sosyal ve ekonomik olayı niteliğini kazanmıştır (Topuz, 2009: 62). Turizm sektörünün, Ekonomi üzerinde moneter ve reel olmak üzere etkileri bulunmaktadır.

2.2.1. Turizmin Moneter (Parasal) Karakterli Ekonomik Etkileri

Turistik hareketlerin döviz arzını arttırması, ödemeler bilançosundaki dengesizliğin azaltılması, milli paranın değerinin artması, turizm gelirlerinin tekrar dağılım yoluyla ekonomiye canlılık verilmesi, yatırımların artması, devlet gelir ve harcamalarına etkisi moneter karakterli bir etkidir (Öztaş, 2002: 59; Ünlüönen vd., 2015: 142). Moneter karakterli ekonomik etkinin yarattığı sonuçlar; aşağıda detaylı olarak ele alınacaktır.

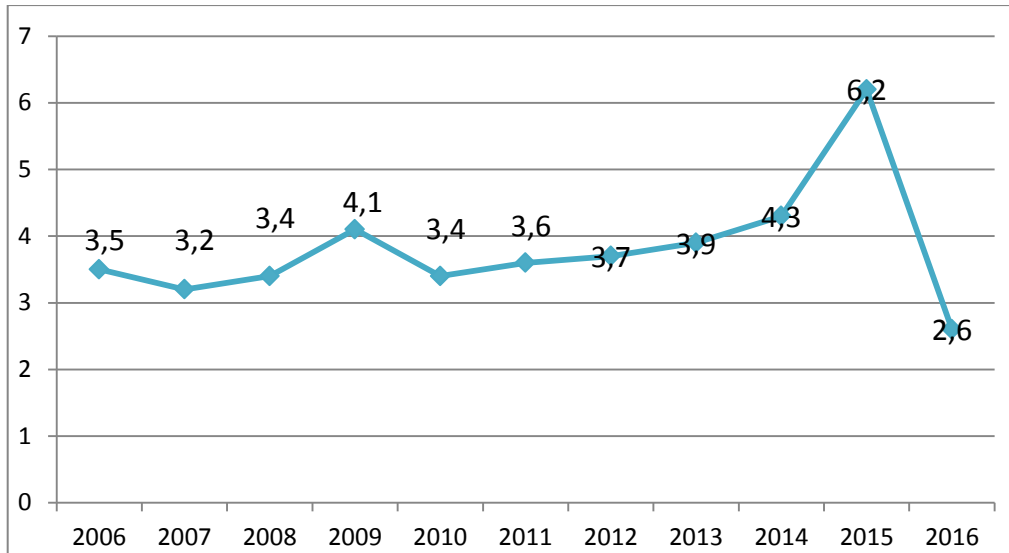
2.2.1.1. Turizmin GSMH Üzerindeki Etkisi

GSMH ülke vatandaşlarının verilen bir yıl için ürettikleri toplam mal ve hizmetlerin belli bir para birimi karşılığındaki değerinin toplamıdır. GSMH sabit ve cari fiyatlar olmak üzere iki şekilde hesaplanır. Sabit fiyatlarla GSMH, ekonomide bir yıl içinde üretilen mal ve hizmetlerin seçilmiş belli bir yılın fiyatları ile çarpımı sonucu ulaşılan toplam piyasa değeridir. Cari fiyatlar ile GSMH, ekonomide bir yıl içinde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin cari fiyatlarla ölçümüdür (Yavaş, 2004: 59).

Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı değerlendirilirken şu hususlar dikkate alınmalıdır;

- Turizmin GSMH içindeki payına ait gelişmeler her seferinde turizm gelirlerinin artmasından kaynaklanmayabilir. Turizm gelirlerinin azaldığı bir zamanda GSMH’da bir önceki yıla göre meydana gelecek bir daralma, turizmin GSMH içindeki bir payının yükselmesine neden olur. Bu olayın tersi de geçerlidir.
- Turizmin GSMH içindeki paylarını başka ülkelere ait verilerle karşılaştırarak Değerlendirme yapılması mümkün olmakla beraber, GSMH yöntemlerinin değişiklik arz etmemesi gerekir.

Turizm gelirlerinin, GSMH içindeki yıllara göre aldığı durum aşağıdaki grafikte gösterilmektedir.



Şekil 1. Türkiye’de Turizmin GSMH içindeki payı (%)

Kaynak: TÜRSAB, 2016.

Yıllara göre GSMH içindeki turizmin payı dalgalanmalar göstermiştir. 2009-2014 yıllarında %4 üzerinde bir oran yakalamış, en yüksek oranı 2015 itibarı ile %6,2 ye yükselerek en büyük paya ulaşmıştır. Diğer yıllarda ise %3 dolaylarında seyir göstermiştir. Son olarak en küçük oran ise %2,6 ile 2016 yılı olmuştur.

2.2.1.2.Turizmin Dış Ödemeler Dengesine Etkisi

Dış ödemeler dengesi, belli bir dönem boyunca bir ülkede yaşayan yerleşik halkın yabancı ülkeler ile yaptıkları tüm ekonomik işlemlerini gösteren bir tablodur (Şahbaz, 2016: 230; Yavaş 2004: 56).

Bu ekonomik işlemler sonucunda elde edilen gelirler, yapılan toplam ödemelerden fazla ise ödemeler dengesi için ülkenin lehine olduğunu, az ise ülke aleyhine olduğunu gösterir, dolayısıyla ödemeler dengesinin açık verdiği ifade edilir (Ünlüönen vd., 2015: 142; Yavaş, 2004: 56).

Hizmet hareketleri, mallar gibi görünmediğinden ve hesaplanamadığından hizmetin ithalatına ve ihracatına ‘‘görünmeyen kalem’’ adı verilmektedir.

Uluslar arası turizm hareketlilikleri turist kabul eden ülkeler için döviz arzını turist gönderen ülkeler için ise döviz talebini artırıcı bir etkide bulunmaktadır. Turizm sayesinde elde edilen döviz gelirleri ihracat gelirleri içerisinde yer almakta ve ‘Görünmeyen ihracat kalemi’ olarak ifade edilmektedir. Turizm sektörünün dış ödemeler dengesi üzerindeki olumlu etkilerinin ortaya çıkması için bazı şartlar sağlanması gerekmektedir (Yavaş, 2004: 57; Şahbaz, 2016: 230).

- Kazanılan dövizler için yapılan döviz harcamaları ile döviz gelirleri oranının 1’in altında olması,
- Kazanılan bir birimlik döviz gelirinun milli para cinsinden değerinin 1’den büyük olması, turizm sayesinde elde edilen yabancı paralar cinsinden gelirin, söz konusu geliri elde etmek için ülke parası ile yapılan toplam harcamalardan fazla olmasıdır (Şahbaz, 2016: 231).

Turizm sektöründe, tüketici satın almak istediği ürünü bulunduğu ülkeden veya şehirden almak için, ürünün bulunduğu yere ziyaret gerçekleştirmek durumundadır. Söz konusu kişinin yapacağı harcama o ülkenin ödemeler dengesi üzerinde olumlu etki yaratacaktır (Yavaş, 2004: 57).

Tablo 2. Türkiye’de Turizm Dış Ticaret Açığı ve Turizm Gelirleri

YILLAR	Dış Ticaret Açığı (DTA) (\$)	Turizm Geliri (\$)	Turizm Gelirlerinin DTA’nı Karşılama Oranı (%)
2010	71.661.113	33.027.943	46.09
2011	105.934.807	36.151.328	34.13
2012	84.066.659	36.776.645	43.75
2013	99.858.613	32.308.991	32.35
2014	84.508.918	34.305.903	40.59
2015	63.268.398	31.464.777	49.73
2016	55.995.686	22.107.440	39.48

Kaynak: TÜRSAB, 2016.

Türkiye’de 2010-2016 yılları arası turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatma payı yıllara göre tablo 2’de verilmiştir. Tabloya göre turizmin dış ticaret açığını kapatma payı 2011-2013 ve 2016 yılları dışında %40’ın altına hiç düşmemiştir. 2010-2016 yılları arasında dalgalı bir seyir izleyen bu oran 2010 ve 2015 yıllarında %50’ye yaklaşmış ve turizm gelirleri dış ticaret açığının yaklaşık olarak %50’sini karşılamıştır. 2016 yılında ise, 2015 yılının sonlarında Rusya ile yaşanan olumsuz olaylar sonucunda dış ticaret açığında ve turizm gelirlerinde düşüşler görülmektedir. Bunun sonucunda turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatmada ki payı yaklaşık olarak %40’a düşmüştür.

2.2.1.3. Turistik Yatırımların Gelir Etkisi

Bir ülkeye veya bir bölgeye yönelik turizm talebindeki artış beraberinde kamu ve özel teşebbüslerinin yeni yatırımlar yaparak artan turizm talebinin ihtiyaçlarını karşılamak isterler. Kamu sektörü alt yapı yatırımlarını üstlenirken, özel sektör üst yapı yatırımlarına ağırlık vererek, çalışmalara başlamakta ve turizm sektörünün özelliklerini de dikkate alarak yatırımlarını gerçekleştirmektedirler. Turizm talebinin artması; sadece turizm sektörünün değil, diğer sektörlerdeki yatırım miktarlarını da etkilemektedir. Turistik tesislerin inşası sırasında işçilik ve malzeme alımı için yapılan harcamalar toplumda gelir etkisi ve istihdam etkisi yaratmaktadır.

Ekonomiye yapılan her yatırım gibi, turizm sektörüne yapılan yatırımlarda gelir yaratıcı etkiye sahiptir. Sektöre yapılan her bir yatırım tedricen ekonomiye yansır ve sonuç olarak gelir akımı yaratır. Turistik yatırımların miktarı kadar gelir artışı da söz konusudur, geliri elde edenler bu gelirin bir kısmını harcarlarken diğer bir kısmını ise tasarruf etmektedirler.

Turizm yatırımlarına bağlı olarak devam eden ikinci derecedeki bu gelirleri elde edenler ise kazandıklarının bir kısmını tasarruf ettikten sonra kalanını harcarlar. Bu durum para her el değiştiğinde tekrarlanarak devam eder (Olahı, Timur, 1998: 125; Ünlüönen vd., 2015: 159).

2.2.1.4.Turizmin Devlet Gelir ve Harcamalarına Etkisi

Turizm sektörü gün geçtikçe devlet açısından da önemli bir gelir kaynağı haline gelmektedir ve bunun sonucunda kamu harcamaları yapılmasını da gerekli kılmaktadır. Turizmin devlet gelir ve harcamalarına olan etkisi ise aşağıda ayrıntılı olarak incelenmektedir.

Turistik yatırımların gelişmesine paralel olarak vergi gelirlerinde de artış olur. Turizm hareketlerinin oluşturduğu gelirin, ülkeyi ziyaret eden yabancı turistlerin harcamalarının vergilendirilmesi, ülke dışına çıkan vatandaşlardan dış seyahat vergisi alınması, turizm ile ilgili faaliyette bulunan işletmelerden vergi, harç, resim alınması devlet gelirleri üzerinde artış olmasını sağlar. Bunun sonucunda turizmin gelişmesi ve turistik dövizlerin artması için devletinde bir takım harcamalarda bulunması gerekmektedir. Turistik tüketim harcamalarının devletin gelirlerini arttırıcı etkisinin yanı sıra devletin turizmi teşvik etmesi, turizm için alt yapıyı oluşturması diğer kamu yatırımları ve havaalanları gibi ulaştırma için gerekli yatırımları yapması gerekmektedir (Ünlüönen vd., 2015: 161; Öztaş, 2002: 63).

Devlet aynı zamanda turizm sektörünün finansal desteğini de oluşturur. Devlet turizm sektörü üzerinden sağladığı geliri, tekrar turizm sektörünün gelişmesi için harcamaktadır. Böylece turizm sektörünün devlet harcamalarına etkisi ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 1995: 274; Ünlüönen vd., 2015: 161).

Devletin turizm sektörü için yaptığı harcamalar şunlardır:

- Devletin kendisinin işlettiği müzeler, milli parklar vb. yerler içi yapmış oldukları yatırımlar ve işletme giderleri.
- Alt ve üst yapı giderleri,

- Turizm için yapılan idari harcamalar
- Turizmin geliştirilmesi için tahsisat, teşvik ve muafiyet tedbirlerinin getirilmesinden ötürü uğramış olduğu kayıplar.

Yukarıdan da anlaşılacağı üzere devlet, turizmden genelde vergi yolu ile gelir etmektedir. Vergi yoluyla elde edilen geliri tam olarak hesaplamak oldukça zordur. Nedeni ise devlet turizm sektörünün geliştirmek için çoğu kez kendi iradesi ile bu gelirleri almaktan tamamen veya kısmen vazgeçmektedir. Bu gelirlerin sağlıklı olarak hesaplanamamasının nedeni ise alt yapı yatırımlarının hangi oranlarda turistik amaçlı olarak kullanılmasındaki güçlüktür.

Devletin, turizmden elde etmiş olduğu net geliri bulabilmek için turizminden elde edilen geliri, turizm için harcanan giderden çıkarmak tam sonuca ulaştırmayacak ve bu hesaplamayı yaparken alternatif maliyetleri de göz önünde bulundurmak gerekecektir (Ünlüönen vd., 2015: 162; Öztaş, 2002: 64).

2.2.2. Turizmin Reel Karakterli Ekonomik Etkileri

Turizmin moneter etkilerinin dışında ekonomiyi etkileyen reel etkilerde mevcuttur. Bunlar; emek- yoğun üretim şekli olan istihdam etkisi, alt yapı ve üst yapı etkisi ve bölgelerarası dengesizliği giderici etkileridir. Reel karakterli ekonomik etkinin yarattığı sonuçlar; aşağıda detaylı olarak ele alınacaktır (Ünlüönen vd., 2015: 164).

2.2.2.1. Turizmin İstihdam Etkisi

Turizm emek yoğun bir sektördür. Doğrudan ve dolaylı istihdam yaratmaktadır. Yatırım olanaklarının sınırlı olduğu, nüfus artış hızının fazla ve genç nüfusun toplam nüfus içindeki payının fazla olduğu ülkelerde işsizlik çok önemli bir sorun haline gelmektedir (Şahbaz, 2016: 231; Yavaş, 2004: 61).

Turizm sektörü özellikle bu durumdaki ülkelerde istihdam yaratma açısından son derece önem arz etmektedir. Doğrudan ortaya çıkan istihdamın yanı sıra turizmin etkileşim içinde bulunduğu sektörlerde de dolaylı istihdam etkisi de ülkeler açısından büyük önem taşımaktadır (Şahbaz, 2016: 231; Yavaş, 2004: 62).

Doğrudan istihdam; yiyecek-içecek işletmeleri, konaklama işletmeleri, seyahat acenteleri, tur operatörleri vd. turizm işletmelerinin oluşturduğu turizm istihdamdır.

Dolaylı istihdam ise; turizm sektörünün hizmet sağlamak adına gereksinim duyduğu ürünleri satın aldığı firmalar ile kurduğu bağlantıdır. Tarım, su ürünleri, inşaat sektörü, bankacılık ve imalat sektörleri gibi turizmin gelişiminden fayda sağlayan sektörlerdeki istihdam bu grupta yer almaktadır.

Turizm sektörünün, doğrudan istihdam sağladığı alanlar;

- Yiyecek-içecek işletmeleri,
- Konaklama işletmeleri,
- Seyahat acenteleri,
- Tur operatörleri,

Turist harcamaları ile bu tesislerde yaratılan doğrudan istihdamdır. Turizm sektöründe, turizm faaliyeti sayesinde ülke için artırılan istihdamın yarattığı sonuçlar;

- Turistik harcamaların doğrudan gerçekleşmediği durumlarda turizm sektörü ile ilgili olduğundan turizm arzı içinde yer alan, sektöre girdi veren diğer sektörlerde oluşan dolaylı istihdam.
- Yerleşik halkın turizmden elde ettiği gelirleri tekrar harcaması sonucu meydana gelen ek istihdam.
- Turizm sektöründe, direkt turizme bağlı yiyecek-içecek işletmelerinden, konaklama işletmelerinden gelen turistik harcamaların yarattığı doğrudan istihdam (Shoyunchap, 2008: 39; Yavaş, 2004: 61).

Turizm harcamalarının istihdam etkisi, turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Turizmin gelişmesine paralel olarak turizm tesislerinin yatırımlarının artması sonucu doğal olarak iş gücü talebi ortaya çıkacak ve turizmin mevsimlik özelliğinden kaynaklı turistik işletmeler iş gücü talebini arttıracaktır.

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin 2015 raporuna göre turizm sektörü dünya genelinde doğrudan ve dolaylı olarak %7,2 milyon kişiye istihdam yarattı. Sektördeki istihdam oranı %2,6 artarak çalışan sayısı 284 milyona ulaştı. Her 11 çalışandan 1'i turizm ve seyahat sektöründe istihdam edildi. Yine bu raporuna göre 184 ülkeden 127'sinde sektörel büyüme yaşandı. Son 10 yıllık dönemde düzenli olarak sektörde en hızlı büyüyen bölge ise Asya kıtası oldu. Öte yandan, 2026 yılına kadar turizm ve seyahat sektöründe çalışan

sayısının 360 milyona ulaşması, her 9 istihdamdan 1'inin sektörden olması öngörülüyor. Gelecek 10 yıl içerisinde sektörün ortalama büyümesinin %4'e ulaşması bekleniyor.

2.2.2.2. Turizmin Sektörler Üzerine Olan Etkisi

Turizm sektörü, hizmetler sektörü kapsamında yer alan ve kendine özgü nitelikleriyle diğer sektörler ile sıkı bir ilişki içinde bulunmaktadır. Turistik ihtiyaçların giderilmesi için diğer sektörlerden yararlanmakta ve bazı sanayi kollarını içine almakta, bazılarını kendi ihtiyaçları doğrultusunda şekillendirmekte, bazılarını ise yeniden meydana getirmektedir.

Bir ekonomide turizmin gelişmesi çeşitli aşamalardan geçerken, her aşama ile birlikte ekonominin diğer sektörleri üzerindeki etkisi de farklılaşır.

- İlk olarak turizm olağan bir tüketim tipi düzeyinde olduğundan, insanların genel ihtiyaçlarının karşılanmasındaki özellikleri taşır.
- İkincisi ise inşaat ve yapı alanlarında, konut üretimine yönelik sanat, donatım ve hizmetlerinde canlılık görülür.
- Üçüncü aşama ise, rahatlığın ön planda olacağı, yüksek maliyetli hizmetlerin, işlenmiş gıda ürünlerinin, ihtiyaçların giderilmesini kolaylaştırıcı çeşitli üretimleri ve hizmetleri etkileyip bu alanda harekete geçmek.
- Dördüncü aşamada, turistin güvencesi korunmaya çalışılır. Bu doğrultuda, sağlık donanımı, bankalar, sigorta hizmetleri ve emniyet teşkilatı turizmden etkilenir.
- Beşinci aşama, lüks turizme geçilir. Sektöre mal ve hizmet veren kuruluşların üretimlerinde artış meydana gelir (Öztaş, 2002: 65; Ünlüöner vd., 2015: 170).

2.2.2.3. Turizmin Alt ve Üst Yapıya Etkisi

Bir ülkenin, bölgenin veya yörenin turizme açılabilmesi için alt yapı, ulaştırma ve yerel hizmetlerin tamamlanmış olması gerekmektedir. Bu nedenle, gelişmekte olan ülkeler açısından alt yapının yeterli olması ile turizmin gelişmesi birbiri ile sıkı bir ilişki içindedir (Şahin, 1990: 62; Öztaş, 2002: 66).

Turizmin alt yapı üzerine olan etkilerini belirlemek oldukça zordur. Çünkü yatırım yapılan alt yapının ne oranda turizm ile ilgili olduğunu belirlemek mümkün değildir. Fakat turizmin gelişmesine paralel olarak alt yapının iyileştirilmesi gerekmektedir (Kozak vd.,

1997: 69-70, Ünlüönen vd., 2015: 173).Turizmin altyapı etkisini fiziksel etkisi ve kurumsal etkisi olmak üzere iki başlık altında incelemek mümkündür.

Fiziksel alt yapı, turizm bölgesinde yol, su, kanalizasyon, elektrik, haberleşme, oto parklar, ağaçlandırma, terminaller, spor ve rekreasyon tesisleri, müzeler, hayvanat bahçesi, plajlar, büfeler vb. alt yapı yatırımları turizm arzının oluşmasına imkan sağladığı gibi, bunların iyileştirilmesi ve turizmin aradığı yüksek standartlara ulaştırılması gerekir (Olalı ve Timur, 1988: 163; Ünlüönen vd., 2015: 173-174).

Kurumsal altyapısı ise, kamu idarelerinin turizm olayı nede ile yaptıkları tüm faaliyetlerdir. Ürettikleri mal ve hizmetler, üretimde bulunan araçlar ve tesislerde kurumsal altyapıyı oluşturur. Turizm danışman büroları, turizm polisi, turizm personeli yetiştiren kurumlar da bu altyapıda yer almaktadır (Öztaş, 2002: 67).

Üst yapıda en az altyapı kadar turizm için önemlidir. Üst yapı, turizm sektörüne daha bağımlıdır. Çünkü alt yapı sadece turizm sektörüne değil tüm kamuya hizmet vermektedir. Konaklama tesisleri, yiyecek-içecek işletmeleri, eğlence ve alışveriş merkezleri turizmin birincil üst yapısını oluşturur. Turistik ihtiyaçların karşılanması amacıyla oluşan turistik üst yapı farklı şekillerde meydana gelmektedir. Konaklama hizmeti veren işletmelerde çeşitlilikler göze çarpmakta, otel, motel, pansiyon, oberj, tatil köyü ve farklı hizmet içeren işletmeler ortaya çıkmaktadır. Turistin konaklamaya devam etmesi ihtiyaçlarının karşılanmasına bağlı olarak birincil olarak üst yapıya bağlıdır, daha sonra alt yapının tamamlanmış olması turistin kalmaya devam etme süresini uzatmaktadır (Ünlüönen vd., 2015: 174).

2.2.2.4. Turizmin Bölgelerarası Dengesizliği Giderici Etkisi

Ülke sınırları içinde yer alan bölgelerin farklı olanaklara sahip olması, verimli toprakları, sanayi yatırımı için cazip yerlerinin bulunması, bazı bölgelerin ise tarım ve sanayi için gerekli olanaklara sahip olmamasını göstermektedir. Bu durumda bölge insanının yaşam kalitesi diğer bölge insanının yaşam kalitesi ile karşılaştırıldığında daha düşük seviyede olacaktır. Sınırlı istihdam sonucu ortaya olumsuz sonuçlar çıkarak, bölge dışına göçler, artan suç oranları, toplumsal barışta yaşanan erozyon gibi sonuçlar meydana gelecektir. Dünya’da gelişmiş ülkeler de dâhil olmak üzere; her ülkede farklı boyutlarda bölgelerarası gelişmişlik farkları mevcut olacaktır (Şahbaz, 2016: 234).

Bölgesel dengesizlikler üç grupta incelenmektedir; (Şahbaz, 2016: 235)

- Doğal ve coğrafi dengesizlik, doğal kaynakların her bölgede yeterli miktarda olup kalkınmayı sağlayacak boyutta olmaması.
- İktisadi ve fonksiyonel dengesizlik, aynı üretim faktörlerinin, pazarların özelliklerinden dolayı farklı bölgelerde farklı kazançlara sahip olması.
- Sosyal ve kültürel dengesizlik, insanların tutum ve davranışlarından kaynaklanan, eğitim düzeyinin farklı olması, özellikle yüksek eğitilmiş kişilerin sosyal statüleri, değer yargıları, giyim tarzlarının farklı olması.

Bunların sonucunda, turizm bir çıkış kapısı olarak gözükmemektedir. Turizm sayesinde ekonomik olarak değerlendirilemeyen doğal çekicilikler, tarihi güzellikler, kültürel zenginlikler meydana gelmektedir. Bu olumlu gelişmeler sonucunda, turizm diğer sektörlerin üzerindeki etkiler ile değerlendirildiğinde bölgelerin gelişmişlik farklılıklarının azaltılması noktasında etkisi ortaya çıkmaktadır (Şahbaz, 2016: 235).

Bu yaklaşımla az gelişmiş bölgelerde turizm sektörü önemli bir rol oynamaktadır ve ekonomik bir faaliyet olarak gelişme göstermektedir. Böylece zengin bölgelerdeki kaynaklar az gelişmiş bölgelerde harcanır ve bölgelerin refah seviyesi artış gösterir (Dinçer, 1993: 84; Ünlüöner vd., 2015: 176).

Turizm sektöründe genellikle üzerinde durulan kriter, ülkelerin ve bölgelerin gelişmiş ya da az gelişmiş olmasından dolayı oluşan ortalama gelir seviyeleri olmaktadır. Gelir seviyeleri ölçü olarak kabul edilmekte olup ülkenin gelir seviyesinin üstünde olan bölgeler gelişmiş, gelir seviyesi ülke ortalamasının altında olan bölgeler ise az gelişmiş ülkeler olarak kabul edilmektedir. Böylece gelişmemiş bölgelerin diğer bölgelerle ekonomik ve sosyal gelişmişlik açısından dengelenmesinde turizm önemli bir araç olmaktadır. Ancak uygulamada, turizm hala gelişmiş bölgelerde ortaya çıkmaktadır. Çünkü alt yapı ve üst yapıya ihtiyaç duymaktadır. Kısa ve orta sürede ise bu durum mümkün olmamaktadır (Ünlüöner vd., 2015: 177).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

KRİZLERİN TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNE OLAN ETKİLERİ

3.1. Kriz Kavramı

Kriz kavramı antik Yunancada “karar, hüküm ve hastalığın dönüm noktası” anlamlarına gelen “krisis” kelimesinden doğan “kriz,” dilimize Fransızca olan “crise” kelimesinden uyarlanmıştır (Aktan ve Şen, 2001:1; Sarı, 2010: 5).

Kriz, çoğu zaman beklenmedik bir anda meydana gelen olumsuz gelişmelerdir. Zor zamanların, tehlikenin veya gelecek hakkındaki endişelerin görüldüğü zaman olmakla beraber hızlı değişim gerektiren ve beraberinde gerilim meydana getiren bir süreçtir (Hornby, 1977: 206; Kesimli, 2010: 6).

Krizin önceden beklenilmeyen ve sezilmeyen bir durumda ortaya çıkması en belirgin özelliğidir. Kamu ya da özel sektör tarafından hızlı yanıt verilmesi gereken, kurumların önleme ve uyum mekanizmalarını faydasız hale getirerek, mevcut potansiyelini, hedeflerini ve olasılıklarını zor durumda bırakan gerilim durumudur. Stres, endişe, panik vb. gibi kavramlar da kriz döneminde yaşanan duyguların ifadesidir demek daha doğru olacaktır (Tağraf ve Arslan 2003: 150; Çiğdem, 2012: 3).

Krizin bir diğer özelliği ise; kişileri ve örgütü tehdit eden olumsuz sonucu dışında aynı zamanda yeni fırsatlar yaratarak yeni oluşumlarda sunmasıdır. Bu anlamda kriz düşünüldüğü gibi sürekli negatif özellikli bir kavram değildir. Krizler kısa ve uzun süreli olarak değişir. Krizin uzun sürmesi örgütün yeterli şekilde önlem almaması ya da krize karşı aldığı önlemi doğru uygulamamasıdır. Kriz için yeterli önlem alınmazsa iletişim içinde buldukları tüm sektörlere de bulaşıcı etki gösterebilmektedir (Yılmaz, 2004: 2; Aktan ve Şen, 2001: 2).

Türk Dil Kurumu’na, tıp terimi olarak, “Bir organda birdenbire meydana gelen fizyolojik bozukluk, akse” olarak tanımlanırken, iktisat teriminde “buhran” kelimesiyle eş anlamlı şekilde karşımıza çıkmaktadır (TDK, Büyük Türkçe Sözlük, 2009; Sarı, 2010: 5).

Bir toplumbilimi terimi olarak ise “olayların belirli bir düzende ilerlerken beklenen ya da beklenmeyen şekilde görülen herhangi bir bozulma göstermesi” ve “alışkanlıkların ya da değerlerin değişen durumlara uygun düşmemesi sonucu bireyin, toplumun yeni koşullara uygun alışkanlıklar ve değerler oluşturması zorunluluğunun ortaya çıkması” şeklinde tanımlanmıştır (Sarı, 2010: 5).

Daha geniş bir tanımla kriz, beklenmeyen ve önceden fark edilmeyen fakat cevap verilmesi gereken, örgütlerin önleme, uyum mekanizmalarını etkisiz hale getirerek mevcut değerlerini, amaçlarını ve işleyiş düzenini tehdit eden gerilim durumudur, istikrarsız ve belirsiz bir süreçtir (Dinçer, 1992: 314; Yılmaz, 2004: 2).

Buraya kadar yapılan açıklamalar doğrultusunda kriz kavramını şu şekilde tanımlamamız mümkündür. Kriz, “tüm sektörlerde aniden ve beklenmedik bir şekilde ortaya çıkan makro açıdan ülke ekonomisini, mikro açıdan ise firmaları ciddi anlamda sıkıntıya sokacak sorunlardır” (Aktan ve Şen, 2001: 4).

3.1.1. Turizm Sektöründe Kriz Kavramı ve Önemi

Turizm sektöründe kriz kavramı beklenmedik bir anda ortaya çıkan, bir ürünün, işletmenin, ülkenin veya bölgenin imajını olumsuz yönde etkileyen kavramdır. Turizm sektöründeki krizler en fazla turizm ürününe olan talebi olumsuz etkilemektedir. Bu açıdan bakıldığında ise, sektörde yaşanan krizlerin şiddetini anlamak için farklı olarak değerlendirmek gerekmektedir. Bunlar; krizin turizm talebine yapılan etkinin şiddeti, coğrafi alana yayılmasının ve etkisinin süresidir (Yılmaz, 2004:7; Dalleryan, 2006: 25).

Turizm krizlerinin oluşturabileceği potansiyel etkiler, turizm sektöründeki talebe odaklanılıp incelendiğinde krizlerin “şiddet”, “alanı” ve “süresi” örnek alınarak değerlendirilebilir (Pizam, 1999: 9; Sarı 2010: 31).

Turizm sektörü açısından, kriz kavramının çeşitli tanımları şu şekildedir;

- Olağan gidişi tehdit eden, düzenin aksamasına neden olan,
- Turistik tüketicilerin olayı olumsuz yönde algılamalarına yol açan, çekicilik, konfor ve güvenlik konularında turistik bölge imajına zarar veren,
- Yerel ekonomileri güç durumda bırakan ve tehdit eden,
- Turizm faaliyetlerin sürekliliğini aksatan,
- Turist sayısı ve turizm gelirlerinde azalmalara yol açan olaylar olarak tanımlanmaktadır (Sönmez, 1998: 441; Yılmaz, 2004: 71,72).

Meydana getirdiği şiddete göre krizler; etkisiz, az şiddetli, şiddetli, çok şiddetli ve hatta turizm ziyaretlerini tamamen durma noktasına getirecek derecede gerçekleşebilmektedir (Sarı, 2010: 31).

Coğrafi etki alanları üzerinde yapılan incelemede turizm krizlerinin bir bölgeyle sınırlandığı, ya da tüm şehre yayıldığı, hatta ülkeler topluluğunda etkili olduğu görülebilmektedir. 11 Eylül'de Amerika Birleşik Devletlerinde gerçekleşen ikiz kuleler saldırısı tüm havayolu şirketlerine olan güveni zedelemiş, rezervasyonlar geri çekilmiş ve biletler iptal edilmiştir, aynı zamanda ulaşım ve turizm sektöründe hareketlerin daralmasıyla kendini göstermektedir (Dallaryan, 2006: 25; Sarı, 2010: 31-32). Bunun sonucunda sebep olduğu sonuçlar şunlardır:

- Sektörde yer alan tüm işletmelerin bir önceki yıla oranla düşüşlerin yaşanması,
- Turizm sektöründeki normal talebin devam ettirilememesi,
- Turizm gelirinde söz konusu olan ülkenin turizm pazar payının düşmesi,
- Sektörde yer alan işletmelerin karlılık düzeyinin gerilemesi,
- Sektörde yaşanan kriz nedeniyle yerli, yabancı sermayenin duraklaması,
- Krizin sonucuna bağlı hizmet niteliğinin düşmesi, istihdamın azalması,

Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan 2023 turizm stratejisinde, turizm sektöründe etkin kriz yönetiminin temellerinin atılması ve oluşabilecek olumsuz sonuçlar için alternatif stratejiler hedeflenmiştir (Türkiye Turizm Stratejisi, 2023: 56).

3.1.2. Turizm Sektöründe Krize Yol Açan Temel Faktörler

Diğer sektörlerde dâhil görülebilecek tüm kriz şekillerini turizm sektöründe de görmek mümkünken; sektörün yapısal özelliklerinden dolayı doğal afetler başta olmak üzere salgın hastalıklar, ekonomik istikrarsızlık, terör ve güvenlik açısından yaşanan sıkıntılar talepte yüksek oranda düşüşe yol açarak, turizm sektörünü krize sürükleyen temel faktörler olarak adlandırılabilir (Dallaryan, 2006: 25; Sarı, 2010: 32).

3.1.2.1. Doğal Afetler

Doğal çevreyle ilgili beklenmedik değişimlerdir. Doğal afetler, doğa olaylarının deprem, yangın, sel, hortum, çığ, volkanik patlama ve tsunami gibi uç noktalarda yaşanması sonucu oluşan yıkıcı olaylardır ve bu olaylar karşısında insanoğlunun yapabilecekleri sınırlıdır, bu olumsuz olaylar krize zemin hazırlamaktadır. Son yıllarda artan bu durumlar; haberleşme, ulaşım ve altyapıya zarar vermektedir. Bunun neticesinde yaşam ve ekonomi

üzerindeki etkilerine karşı koymayı engelleyerek toplumu derinden etkilemektedir (Dallaryan, 2006: 28, Tüz, 2008: 5).

Yarattıkları yıkıcı etkinin büyüklüğü nedeniyle bazı doğal afetler; Vezüv yanardağının patlaması (M.S. 79), San Fransisco depremi (1906), Tayland ve diğer adalarda tsunami felaketi (2005), Amerika Birleşik Devletleri'ndeki Katerina ve Rita kasırgaları, Endonezya Sumatra Adası'nda 2004 yılında yaşanan deprem sonucu meydana gelen tsunami iki kıtada 12 ülkenin bu felaketten etkilenmesine neden olmuştur. Dünyanın ve turizm sektörünün yaşadığı en büyük doğal felaket krizlerinden olmuştur (Henderson, 2007: 93; Sarı, 2010: 33; Dallaryan, 2006: 28).

Dünya üzerinde turistik açıdan önem taşıyan birçok bölge deprem bölgesi üzerine hatta yakınına konumlanmıştır. Gerekli şekilde eğitim verilip, önlemler alındığı sürece en azından yaşanan doğa olaylarından deprem ve yangının yıkıcı etkisini azaltmak mümkün olabilmektedir, fakat sıfır kayıpla kurtulabilmek mümkün olmamaktadır (Topuz, 2009: 69).

3.1.2.2. Salgın Hastalıklar

Herhangi bir ülkede baş gösteren salgın hastalıklar uluslararası yapılan seyahatin yönünü etkileyebilmektedir. Tıpta ve hastalıkların yayılmasında uygulanan kontrol mekanizmalarının gelişmişlik seviyesi, bulunduğumuz yüzyılda salgın hastalıklardan kaynaklanan krizlerin yaşanma sıklığını düşürmektedir (Sarı, 2010: 34).

2003 yılında yaşanan SARS virüsü nedeniyle uluslar arası seyahatler bu durumdan olumsuz etkilenmiştir. Hong Kong, Singapur gibi uzak doğu için yapılacak turların iptal edilmesine neden olmuştur. Aynı zamanda hava yolu şirketlerini etkileyen SARS virüsü yalnızca Endonezya da bir ay içerisinde taşımacılık şirketlerindeki bilet satışlarında %20 düşüşün yaşanmasına yol açmıştır (Dallaryan, 2006: 33).

2004 yılında dünyanın birçok bölgesine göçmen kuşların taşıdığı H5N1 virüsü yani kuş gribi olarak da adlandırılan salgın bir hastalık yayılmış ve 2005 yılında ülkemizi de etkisi altına almıştır. İstatistiklere bakıldığında 2005 yılının özellikle ilk üç ayı Antalya'ya gelen yabancı sayısı 686.776 iken bu sayı 2006 yılının ilk kısmında 492.900'e gerilemiştir. Turizm sektörünü de olumsuz etkileyen kuş gribi dünya genelinde ve Avrupa pazarında turizm hareketlerinde %10'luk bir daralma meydana getirmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Basın ve Halkla İlişkiler Müşavirliği, 2006: 3).

2009 yılında ise, büyük çapta yaşanan son salgın hastalık olan H1N1 virüsü açıklanan verilere göre 214 ülkede toplam olarak 17919 kişinin yaşamını yitirmesi ile sonuçlanmıştır (WHO, 2010a). Dünya Turizm Örgütü Genel Sekreteri Taleb Rifai, H1N1 virüsünün de şiddetlendirdiği küresel ekonomik krizin, 2009 yılının turizm sektörü açısından da oldukça zor günler geçireceğini belirtmiştir (Sarı, 2010: 35). Bunun sonucunda uluslar arası turist ziyaretlerinde 2009 yılından, 2008 yılına oranla %4 azalış göstererek 880 milyona düşmüştür (UNWTO, 2010: 17).

3.1.2.3. Terör ve Güvenlik Sorunları

Terör ve güvenlik sorunları, terör saldırıları tarafından ortaya çıkan korku ve can kayıpları ile sosyal ve siyasi yaşamı oldukça derinden sarsmakta ekonomiyi de olumsuz etkilemektedir (Frey vd., 2004: 2). İdeolojik, dini ve politik amaçlarla yapılan, tehdit ve telkin etmek suretiyle sivillere, resmi ve genel yönetimlere karşı oluşturulan terör olgusu, günümüzün en büyük problemleri arasında yer almaktadır (Altay vd., 2013: 269).

Planlı ve politik amaçlı yapılan, genellikle silahsız sivil ve masum insanları hedef alan şiddet içeren olayların bütünü terörizm olarak adlandırılır. Turizm sektörünün ve turistik aktivitelerin terörün faaliyetlerine araç olarak kullanılmak istenmesinin çeşitli nedenleri vardır. Terör örgütü için turistler kolay hedeftir ve olası yaşanan olayların sonucunda teröristler için memnuniyet verici sonuçlar yaşanmaktadır. Özellikle ekonomisi turizme dayalı bölgeler için ciddi zararların meydana gelmesine neden olacaktır.

Terörizmin turizm sektörü üzerindeki etkilerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- Turistlerin sayısında yaşanan azalma sonucunda turizm gelirinin azalması,
- Ziyaret edilecek bölgede yaşanan güvenlik sorunu,
- Ülke genelinde yapılan yatırımlarda düşüş yaşanması,

Terör faaliyeti sonucunda ilk yaşanan olumsuzluk rezervasyon iptalleridir, transit konumunda yer alan bir ülke olsa dahi destinasyona ulaşım için belirlenen rota bile değiştirilebilir.

Ziyaretçiler kısa sürede terörizm olaylarını untabilmekte ve terör olaylarının durması sonucunda belli bir zaman sonrası turistler tekrar destinasyon için belirledikleri noktalara seyahatlerini gerçekleştirebilmektedirler. Fakat yatırımcılar için aynı davranış söz konusu bile

değildir. Yatırımcılar olayları unutamamakta ve yatırım kararlarını bu düşünce doğrultusunda sürdürmektedir (Dallaryan, 2006: 31).

Terör örgütlerince; turizmin ulusal ekonomilere sağladığı faydaların önüne geçilmek istenmesi ilk sırada yer almaktadır. Ulusal çaptaki büyük ekonomilerin zarar görmesi hedeflenmektedir. Turizmin medya bağlantılı sektör olması da bu durumun propaganda bazlı çalışan terör örgütlerine imkân yaratmasına olanak sağlamıştır (Tarlow, 2006: 44).

Ülkelerin imajlarını, tarihlerini, milli kültürlerinin tanıtımını engellemek isteyen terör organlarını harekete geçirmektedir. Tüm bunlara ek olarak, kitlelere zarar verme olanağının olması turizm sektörünü, terörizm için hedef sektörler arasına sokmaktadır (Tarlow, 2006: 44).

Bu yaşanan olaylar başta olmak üzere, daha birçok benzer nedenden dolayı her yıl çok fazla sayıda terör eylemleri turizm sektörüne yönelik yapılmaktadır. İdeolojik, dini, politik ve ekonomi için yapılan terör olayları turizm destinasyonlarını oldukça etkilemektedir. Terör olaylarının ardından gelen güven kaybı söz konusu destinasyonların kısa zamanda ekonomik kayıplar yaşamasına neden olmaktadır (Sarı, 2010: 36).

3.1.2.4. Ekonomik Krizler

Ekonomi, turizm sektörünün arz ve talep yapısını belirleyen temel etkidir. Ekonomik düzeyde gelişmiş ülkeler, turist portföylerini ve harcama yapılarını şekillendirip turist akışını hızlandırabilirken, bu durumun aksine karşılaşılan ekonomik sorunlar ise sektörde kriz yaratabilmektedir (Sarı, 2010: 37; Karadeveci, 2004: 9).

Ekonomik krizleri minimum düzeyde tutmak hatta önlemek için devletlerin aldıkları mali tedbirlere bağlı olarak turizm sektörünün etkilenme yönü de olumlu ya da olumsuz değişebilmektedir.

1997 yılında Güneydoğu Asya merkezli başlayan ve küresel bir krize dönüşen Asya finansal krizi örneğinde yaşandığı gibi kriz karşısında ulusal paranın devalüe edilmesi (değerinin düşmesi) ve benzeri yöntemler; krizlerden etkilenmeyen ülkelere turistlerin gelmesiyle inbound (çağrı alan) turizmde artış yaşatırken, yurtiçi turizm faaliyetlerinin olumsuz yönde ilerlemesine neden olabilmektedir (Henderson, 2007: 28).

Yaşanan ekonomik krizlerin doğrudan ve dolaylı etkilerini şu şekilde sıralayabiliriz (Sarı, 2010: 37);

- Turist sayılarındaki düşüş,
- Turizm gelirlerindeki azalma,
- Piyasadaki istikrarsızlık,
- Güvensizlik ortamı,
- Nakit akışındaki yavaşlama,

Ve daha birçok sorundan dolayı turizm yatırımlarının durdurulmasıyla daha uzun vadeli sorunlar yaratabilmektedir.

3.2.Turizm Sektöründe Yaşanan Krizlerin Meydana Getirdiği Sonuçlar

Yaşanan kriz evrelerinde turizm sektörünün gösterdiği performans nasıl olursa olsun, karakteristik özelliği gereği krizler aniden ve beklenmedik bir anda ortaya çıkmaktadır. Turizm işletmelerinin yaşam döngüsü üzerinde doğrudan etkili olan bu krizler sektörde önemli sonuçlar meydana getirmektedir. Turizm sektöründe yaşanan krizlerin meydana getirdiği sonuçlar olumlu ve olumsuz bakımdan etkiler doğurmaktadır.

3.2.1.Olumlu Sonuçlar

Öteden beri bilinenin aksine krizler, sektörleri tehdit eden olumsuz bir unsur haline gelmiştir. Çoğunluk krizlerin ortaya çıkış nedenleri, şekilleri ve zamanları tam olarak bilinmemektedir. Bu durum ise sektörü zor bir durum ile karşı karşıya bırakmaktadır. Fakat krizler aynı zamanda sektörleri olumsuz yönden etkilerken bazen de olumlu yönden etkileyebilmekte ve bu bağlamda krizler bir kargaşa halini almaktadır. Turizm sektörü açısından baktığımızda, karşılaştığımız krizlere karşı alınacak önlemler doğrultusunda olumlu yan etkilerde söz konusudur (Ataman, 2001: 253). Bunlar;

- Krizler, turizm sektörünün güçlü ve zayıf yönlerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır.
- Krizler, sektörün kendini yeniden gözden geçirmesine olanak sağlamaktadır.
- Krizler, yeni rekabet ortamları ve ekonomik imkânlar için fırsatlar oluşturmaktadır.
- Krizler, sık sık kendini tekrar eden yönetim tekniklerinden kurtulup, hızlı bir değişim oluşturmaya imkân sağlamaktadır.
- Krizler, sektörün daha donanımlı bir hale gelmesine ve tedbirler alınmasına olanak

tanımaktadır.

- Krizler, sektörün aynı zamanda kendi deneyiminin artmasını da sağlamaktadır.

Aydemir ve Demirci'ye göre (2005: 68), krizlerin yarattığı olumlu etkiler şu şekildedir:

- Krizler, turizm sektörüne değişim fırsatları sunarlar.
- Krizler, sektöre öğrenme fırsatları sunarlar.
- Krizler, sektöre büyüme fırsatları sunarlar.
- Krizler, sektöre uluslararasılaşma fırsatları sunarlar.

Bu tür farklılıklardan korkmayan turizm sektörü daha sağlıklı kararlar alarak krizi en az zararla atlatabilmektedir. Krizler sürekli tehlikeli sonuçlar oluşturmayıp krizi fırsata çevirme olanağını da beraberinde getirmektedir. Değişimin yönünü iyi tespit edebilen, gelişime açık farklılık yaratabilen turizm sektörü, krizin olumsuz etkilerini iyi bir planlama ile turizm sektörü için fırsata dönüştürülebilir.

3.2.2. Olumsuz Sonuçlar

Krizler, turizm sektörünü birçok yönden olumsuz etki ve sonuçlar ile karşı karşıya bırakmaktadır (Özden, 2009: 21). Kriz sırasında ortaya çıkan belirsizlik ve bu belirsizlik sırasında yaşanan kaos ortamı sektörü, aynı bir hastalığın insan organizmasının bağışıklık sistemini zayıflatıp hastalığa karşı direnç gösterememesine benzetilebilmektedir ve aynı zamanda sektörün uyum kabiliyetini de zayıflatarak iç ve dış çevrede oluşan tehditlere karşı sektörün yaşamını sürdürmesi ve mücadele etmesini zorlaştırmaktadır (Akıncı, 2010: 77).

Turizm sektörü, ekonominin içinde bulunduğu dalgalanma ve belirsizlikten dolayı en fazla etkilenen sektörlerin başında yer almaktadır. Nedeni ise, turizm harcamalarının ihtiyari (zorunlu olmayan) harcamalar olmasıdır.

Turizm sektöründe yaşanan krizler sonrasında, genel ekonomik belirsizlik ve dalgalanmalar, arz ve talep dengelerinin bozulması, ülkelerin ödemeler dengesindeki bozulmaları, ihracat ve ithalattaki değişimler, ekonomik nedenlerden dolayı halkın satın alma gücünün azalması, değişken enflasyon oranları, grev ve lokavt gibi olumsuzlukların artmasına, belirsizlik ve istikrarsızlığın artmasına neden olmaktadır. Yaşanılan kriz dönemlerinde turistlerin de gelirlerinin düşeceğini varsayarsak tatil planlarını iptal edecekler veya erteleyeceklerdir. Dolayısıyla kitlesel turizm hareketleri azalacaktır. Yaşanan bu

olumsuz süreç içinde turizmin arz kaynakları değerlendirilemeyip, yenilerinin söz konusu olması bile düşünülmemektedir (Göral, 2014: 405).

Yasal düzenlemeler ve kısıtlamalara karşı olan turizm sektörü bu konu da oldukça hassastır. Çıkarılan yasal düzenleme ile olumsuz bir karar verilerek sektörün faaliyet alanlarına yönelik yapılan bir uygulama, örneğin, casinoların kapatılması bu faaliyet alanında yatırım yapan yatırımcıların kötü etkilenmesine ve bu pazara yönelik tur düzenleyen seyahat acentelerinin, bu insanları taşıyan hava yolu şirketlerinin zor durumda kalmasına neden olmaktadır (Tüz, 2001: 92; Baltaş, 2002: 12; Akıncı, 2010: 78).

Bütün bunların sonucunda ise, ortaya çıkan turizm gelirlerinde kayıplar yaşanması, olumsuz etki olarak ta ödemeler bilançosunun düzgün işleyişini bozmasına ve tesislerin kapanmasına, devamında ise yeni tesislerin açılmaması doğrultusunda işsiz sayısının artmasına neden olmaktadır.

3.3. Turizmde Krizlerin Aşılabilmesi İçin Uygulanabilecek Stratejiler

Turizm sektörü, hızla büyüyen ve rekabetin hızla arttığı dünya turizminde Türkiye kendi stratejisini acilen belirlemelidir. Turizm de krizlere yönelik uygulanabilecek stratejiler genel anlamda ele alındığında; kriz döneminde uygulanabilecek olan stratejileri belirlemeden önce durum analizi yaparak stratejilere yön vermelidir. Sektörün de bütün krizleri önleme şansına sahip olmaması ile birlikte, olası krizlerin etkilerinin önceden hesaplanabilmesi ve gerekli önlemlerin alınabilmesi açısından kriz stratejilerinin geliştirilmesi gerekmektedir (Akıncı, 2010: 256; Yılmaz, 2004: 125).

Stratejik yönetim yaklaşımı doğrultusunda, kriz yönetimini uygulayan turizm sektörü, yaşanabilecek olası iç ve dış çevre kaynaklı krizlere karşı bir dizi strateji ve taktik geliştirmektedir. Turizm sektöründe yaşanan içsel ve dışsal kaynaklı krizlerin oluşumuna, krizlerin süresine ve etki derecesine bağlı olarak farklılık gösteren bu stratejiler sektör üzerinde çeşitlilik göstermektedir (Yılmaz, 2004: 125).

Turizmde krizlerin aşılabilmesi için uygulanabilecek stratejiler iki ana başlık altında incelenebilmektedir. Bunlar; iç çevre faktörü ve dış çevre faktörüdür.

3.3.1. İç Çevre Faktörü

Turizm sektörü, iç çevre faktörü açısından kaynaklanan krizleri önlemek için bazı stratejiler uygulamaktadır (Yılmaz, 2004: 124). İçsel kaynaklı krizlere karşı uygulanabilecek stratejiler;

- Ülke tanıtımına asgari 150 milyon USD kaynak ayrılmalıdır.
- Ülke tanıtımı için yapılan harcamaları, Devlet Planlama Teşkilatı yatırım olarak kabul etmeli ve kaynak ayrılmalıdır.
- Turizm sektöründeki yüksek KDV'ler düşürülerek, ülkeyi ziyaret eden turistlerin sayısının artması sağlanmalıdır.
- Turizm sektöründe ki yatırımcılarımızın, yurtdışından sağladığı krediler için yatırımın ipoteği karşılığı, teminat mektubu olanağı sağlanmalıdır.
- Rakip olan Avrupa ülkelerinin tur operatörlerini desteklemek için alan vergileri ve ayakbaşı parası olarak ta bilinen vergilerde indirimde gidilmeli ve Türkiye de bu duruma seyirci kalmamalıdır.
- Kur farkı kayıplarının giderilmesi için gerekli önlemler alınmalıdır.
- Turizm sektöründe karşılaşılan sosyoekonomik sorunlar yöresel gerginlikler, sık sık değişen politikalara karşı hassas bir yapıda olan turizm sektörü kırılabilirlik göstermektedir. Buradan hareketle turizm ve terörizm arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Yaşanan terör olayları turizm sektörünü olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Özellikle niçin turizme darbe vurduğu değerlendirilebilir.
- Turizm sektörünü daha az tartışmalı bir konu haline getirip, ülkemizi ziyaret eden turistler için, ülke içinde yaşanan terörizme karşı ilk kez oldu demeden derhal müdahalede bulunulmalıdır.
- Türkiye'nin siyasi kimliğini, demokrasi, insan hakları, laiklik, sosyal adalet ve barış konularındaki tutumunu dış ülkelere karşı anlatmak ve benimsetmek, siyasi imajını netleştirmek gerekir (Aymankuy, 2001: 114).

Turizm bakanlığımız bünyesinde gerekli tanıtımlar için acil kriz masaları oluşturulmalıdır. Amaç ise ülkemiz aleyhinde beklenmedik anda meydana gelen krizlere karşı tanıtım uygulayabilecek düzende bir birimin oluşturulmasıdır. Krizlere karşı paket programlar oluşturulmalıdır. Değişim programları kamuoyuna en son teknoloji ile anında sunulmalıdır. Bunun için ise bütçede ön görülmeyen kriz harcama kalemi oluşturulmalıdır (Aymankuy, 2001: 115).

Sonuç olarak; turizm sektöründe meydana gelen krizleri yönetebilmek ve krizlerin olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için hazır ve her durumda kullanılacak formüllerin net olarak bulunmadığı anlaşılmaktadır. Yukarıda belirtilen stratejilere ek olarak turizm sektöründe kriz döneminde ürün çeşitlendirme, yoğun tanıtım, küçülme veya işletme faaliyetlerini geçici bir süre durdurma stratejileri de kullanılabilir. Sektör tüm krizleri önleme şansına sahip değildir. Fakat stratejiler geliştirilerek kriz esnasında oluşabilecek zararların en aza indirilmesi sağlanabilir. Bu da kriz stratejilerinin geliştirilmesinin önemini ayrıca vurgulamaktadır.

3.3.2. Dış Çevre Faktörü

Dış kaynaklı krizler, iç kaynaklı krizlere oranla Turizm sektörü üzerinde daha büyük sorunlar oluşmasına neden olmaktadır. Bu doğrultuda dış çevrede meydana gelecek her türlü değişim ve gelişim turizm sektörü için hem potansiyel fırsatları hem de krize neden olabilecek tehditleri içinde barındırmaktadır. Sektör sürekli değişen dinamik bir çevrede yaşamaktadır. Dış kaynaklı krizlerin oluşmasına neden olan etkenler, sektörün kontrol düzeyinin düşük olması, krizlerin baş gösterdiği dönemde krizi kontrol etme olasılığını düşürmektedir (Tuna, 1997: 72; Yılmaz, 2004: 120). Turizm sektöründe dış çevre faktörüne karşı uygulanabilecek stratejileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- Uluslar arası çevrede yaşanan olumlu ve olumsuz gelişmeler turizm sektörünü etkilemektedir. Orta doğuda ki ülkelerde yaşanan iç karışıklıklar ve akabinde gelişen terör olayları sonrasında turistlerin rezervasyon iptali yapması ve destinasyon noktası ise yine gidilecek rotayı başka yöne çevirmesine neden olmaktadır. Bu aşamada güvenliğin sağlanması önemli hale gelmektedir (Çiğdem, 2012:6; Yılmaz, 2004: 120).
- Dünya ülkelerinde genel ekonomik belirsizlik ve dalgalanma, sektörü kriz dönemine sürükleyen bir diğer ekonomik etkidir. Turizm sektörünün faaliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle dış ülkelerde yaşanan piyasadaki dalgalanmalar, döviz bazlı fiyatlar, enflasyon vb. etkenler sektörde faaliyet gösteren turizm sektörünü de ekonomik krizlere sürüklemektedir. Turistlerin turizm faaliyeti gerçekleştirebilmeleri için maddi ve manevi anlamda ortamların hazır olması gerekmektedir. Bu durumda; ekonomik nedenlerle ortaya çıkabilecek bir krizi

engellemek için, yerli turistlere hitap ederek, yerel para birimi bazlı satış yapma stratejisi uygulanabilmektedir (Yılmaz, 2004: 120; Yılmaz, 2010: 12-13).

- Politik ve hukuksal etkenlerden kaynaklı krizlerde, turizm sektörü kontrol seviyesinin düşmesi, yapılan düzenlemelere kesinlikle uyum sağlama zorunluluğunun bulunması, turizm faaliyetlerini etkilemektedir. Bu tarz krizlerde genellikle, yeni ideoloji ve düzenlemelerin gerektirdiği pazar ve ürün farklılaştırılması stratejileri kullanılmaktadır. Politik ve yasal düzenlemeler, ülkeye, bölgeye ve destinasyon alanına olan talebi ve talebin yönünü belirlemektedir. Dolayısıyla bu durum turizm sektörünü zora koymaktadır. Örneğin, kumarhaneler yasası kapsamındaki kumar faaliyetlerinin durmasıyla, sektör de bulunan yatırımcılar zor durumda kalarak batma tehlikesi ile karşı karşıya gelmektedir. Benzer şekilde turistik amaçlı işletilen eğlence yerlerinin erken vakitte kapatılması, alkol ruhsatları alınması, alınan kararlar ve yapılan düzenlemeler neticesinde turizm sektörüne olan talep azalmaktadır. Politik ve yasal düzenlemeler gözden geçirilmelidir (Yılmaz, 2004: 121; Yılmaz, 2010: 15; Göral, 2014: 407).
- Teknolojinin ilerlemesiyle birlikte, üretimde yeni ekipmanların ve yeni sistemin kullanılması ile sektörde verimlilik artırılması düşünülürken, sosyal medya aracılığı ile ülke içinde yaşanan krizlerin dış ülkeler tarafından ülkenin her yerinde terör olayı yaşanıyor gibi gösterilmesi, ülkeyi ziyaret edecek olan turistlerin rezervasyonlarını iptal ettirmesi, turizm sektörünü zor bir sürece koymuştur. Teknolojik gelişmeler ile birlikte insanların ziyaret etmek istedikleri turizm destinasyonlarına gitmeden önce o destinasyon hakkında olumlu veya olumsuz görüşlerin yazıldığı web siteleri sayesinde bilgiler edinebilmeleri sağlanmalıdır. Bu bilgilere ulaşımın kolay olması kişilerin destinasyon hakkında sağlıklı bilgiler edinmesini sağlayabilir. Alınan bu bilgiler sayesinde ziyaret edilmek istenen farklı destinasyonlar karşılaştırılabilir ve kişileri kendine uygun olan destinasyonları seçmelerine yardımcı olunabilmektedir. Turizm sektörü daha fazla geliştirilmek isteniyorsa destinasyonları ziyaret eden kişilerin memnun olarak ayrılmalarını sağlayarak bu platformda yer alan rakiplerinden farklı hizmetler sunarak ziyaretçilerin destinasyon noktası olarak tercih etmesi sağlanmalıdır. Turizm sektöründe mal ve hizmet üretimini kolaylaştıran ve birçok sektörün uyguladığı bilgisayar ve araç gereçler teknolojik gelişmeye ayak uydurabilecek biçimde tutulması için gereken stratejilerin hazırlanması, sektörü teknolojik etkenlerden

kaynaklanabilecek sorunlardan uzak tutacaktır (Yılmaz, 2004: 122; Yılmaz, 2010: 13).

- Doğal felaketler çevreden kaynaklanan, doğada meydana gelen karmaşık olayların, zararlı sonuçlarını ifade etmektedir. Küresel ısınma, deprem, sel, yanardağ patlamaları, nükleer sızıntılar gibi olaylar insanlar için kolaylıkla felakete dönüşen olaylar olmaktadır. Turizm sektörü için felaketler olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Doğal felaketler turistik destinasyonu imajını olumsuz olarak etkilemektedirler. Fakat yaşanan doğal felaketler sonucunda yeni bir turizm çeşidi oluşturulmuştur ve felaket turizmi adı altında turistlerin tercihi halini almıştır. Örneğin, 2012 yılında yaşanan İtalyan kurvaziyer gemisi Costa Concordia, Toskana açıklarında Giglio adası yakınlarında bir resife çarpıp kısmen batmıştır. Yaşanan bu doğal felakette 32 kişi hayatını kaybederken, 4 bin kişi tahliye edilmiştir. Olay sonrasında Giglio adasında turist patlaması yaşanmaktadır. Turizm sektörü bu olay sonucu yüksek karlar elde etmektedir. Ancak sektör alabileceklere önlemlerle bu olaylarda en az zararla kurtulmayı da hedeflemektedir (Yılmaz, 2004: 122; Yılmaz, 2010: 16; Göral, 2014: 407).

Sonuç olarak, turizm sektöründe krizlerin aşılabilmesi için maksimum derecede önlem alınmalı ve yaşanacak krizin en az hasarla atlatılması sağlanmalıdır. Dış çevre faktörlü alınması gereken stratejik önlemler, doğal çevreden kaynaklı olaylar, genel ekonomik belirsizlik ve dalgalanma, teknolojik etmenler, yoğun rekabet, uluslararası çevre, politik ve hukuksal etkenler vb. bu süreçte takip edilmeli, değişikliklerin giderilmesi ve gelişmeleri izleyip örgütün yönünü bunlara göre ayarlaması gerekmektedir. Aksi takdirde kaçınılmaz son olan krizle karşı karşıya kalınması son derece kuvvetli bir ihtimal olacaktır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE YAŞANAN SON KRİZ, TURİZM GELİRLERİ VE UYGULANMASI GEREKLİ POLİTİKALAR

4.1. Son Krizin Ortaya Çıkışı, Gelişmesi ve Türkiye Üzerine Olan Etkileri

Arap dünyasında, Arap baharı olarak 2011 yılı itibarı ile başlayan otoriter ve iktidar düzene karşı oluşturulan bir halk ayaklanmasıdır, tek adam rejimine karşı başlamış ve siyasi bir dönüşüm içine girmiştir.

Arap halkı ekonomik hak ve özgürlüklerini ve demokratik taleplerini meydanlarda yürüyüşler yaparak dile getirmeye, demokratik olmayan otoriter iktidar düzene itirazlarını ifade etmeye çalışmıştır.

Tek adam rejimine, sıkıyönetim uygulamalarına ve aile yönetimlerine başkaldıran Arap toplumunun talep ettikleri reformlar dört başlık altında değerlendirilebilir. Bunlar (Sandıklı ve Semin, 2012: 196);

- İnsan haklarının korunması ve gözetilmesi,
- Siyasi özgürlüklerin sağlanması ve güvenliğin etkinliği,
- Gelir dağılımının adaletli olması, hak ve hukuka uygunluğu,
- İşsizliğin giderilmesi için değişimlerin yapılmasını istemektedirler.

Halkın reform taleplerinin seslendirildiği gösteri yürüyüşleri neticesinde başka ülkelerde silahlı isyan hareketlerine dönüşen Arap uyanışı, Tunus, Mısır, Libya ve Yemen'de iktidarların devrilmesi sonucunu doğurmuştur.

Arap uyanışı hareketi 17 Aralık 2010 yılında Tunus'ta üniversite mezunu seyyar satıcı Muhammed El-Buazizi'in kendini yakması ile başlayan gösteri yürüyüşleri neticesinde ortaya çıktığı ileri sürülmektedir. Bu hareket sonucu Tunus'ta Devlet Başkanı olan Zeynel Abidin Bin Ali 14 Ocak 2011 tarihinde 23 yıl süren İktidarlığını bırakmak zorunda kalmıştır. Mısır'da yaşayan halkın ise Kahire'de Tahrir Meydanı'ndaki gösterileri ile 30 yıl Mısır'ı yöneten Hüsnü Mübarek, 11 Şubat 2011'de istifasını duyurmuştur. Libya da başlayan halk hareketi ise silahlı isyana dönüşmüş ve NATO öncülüğündeki uluslararası koalisyona güçlerinin müdahalesi neticesinde Muammer Kaddafi Ekim 2011'de devrilmiştir. Son olarak Yemen'de yaşanan halk isyanı sonucunda ise Devlet Başkanı Ali Abdullah Salih'i 23 Kasım 2011'de

Körfez İşbirliği Konseyi'nin (KİK) barış çerçevesi doğrultusunda Riyad'da yetkilerini bırakmaya mecbur bırakılmıştır (Sandıklı ve Semin, 2012: 193,194).

Orta doğu' da yaşanan bu halk hareketi sonucunda, demokratikleşme sürecinde müspet bir gelişme olarak değerlendirilen ve çoğunlukla “Arap Baharı” olarak da ifade edilen bu süreç aynı zamanda orta doğuda yaşanan bu istikrarsız sürece dinamikler oluşturmuştur.

Din, mezhep ve etnik farklılıkların temelinde beliren bu dinamikler, bölgede yeni olumsuz olaylara zemin hazırlarken bölge dışı ülkelerinde Orta Doğu'daki gelişmeleri de yönlendirebilecekleri bir konjonktür meydana getirmiştir. Tunus ve Mısır'da ki bu olumlu süreçlerin tersine Arap devriminin çıkmaza girdiği Suriye krizi bu açıdan kritik bir örnektir. Rusya'nın Akdeniz'deki tek askeri üssüne ev sahipliği yapan, İran'ın Arap dünyasındaki tek müttefiki olan Suriye'deki süreç Türkiye'yi de yakından ilgilendirmektedir (Sandıklı ve Semin, 2012: 194).

Suriye'de Baas rejimine karşı gelişen halk hareketi, halkın reform talebi ve kitlesel yürüyüşleri ile başlamış, iktidarın muhalefet olan halkı şiddetle püskürtmeye gitmesiyle ise olaylar silahlı isyana dönüşmüştür. Beşşar Esed iktidarının muhalefet halka uyguladığı şiddet ve devamında yerleşim yerlerini bombalaması sonucunda 10 binlerce Suriye vatandaşının ölümüne ve 100 binlerce Suriye vatandaşının ülkeyi terk etmesine yol açmıştır. Esed'e bağlı güvenlik güçlerinin varlığı ve Özgür Suriye Ordusunun kurulması sonucunda yaşanan kriz bir iç savaş halini almıştır (Sandıklı ve Semin, 2012: 194).

Suriye'de yaşanan bu krize gerek Esed tarafından gerekse muhalefet tarafından müdahil olan dış aktörler ülke çapında bir sıcak çatışma doğururken, Suriye üzerinde bölgesel ve küresel bir nüfus hareketi başlatmıştır.

Esed yönetimi Arap ülkelerinde yaşanan halk hareketlerinin ortaya çıktığı ilk dönemde yaşanacak olan değişimin Suriye'yi bu denli etkileyebileceğini hesap etmemiştir. Beşşar Esed, 31 Ocak 2011 tarihinde Wall Street Journal gazetesine yaptığı röportajda Mısır, Tunus ve Yemen' de çıkan halk ayaklanmalarının Orta Doğu'da 'yeni bir çağa öncülük' ettiğini ve Arap yöneticilerinin halkın siyasi ve ekonomik taleplerine kulak vermesinin faydalı olabileceğini ifade etmiştir. Ancak halk yürüyüşlerinin 2011 yılının şubat ayında Der'a şehrinde başlaması ve 15 Mart itibarı ile ülkenin diğer şehirlerine yayılmasına yani Arap uyanışı sürecinin Suriye'yi de etkisi altına aldığını göstermiştir (Sandıklı ve Semin, 2012: 195).

Esed iktidarına bağılı güvenlik güçlerinin silahsız gösteri yapan muhalefet kesimi halka, silahlı saldırıda bulunmuş ve kriz büyümüştür. Güvenlik güçlerinin silahsız muhaliflere karşı şiddet ve baskı ile yaklaşımları halk hareketinin Şam, Halep, Hama ve Humus gibi Suriye'nin diğerkentlerine yayılmasına neden olmuştur.

Suriye halkını sokaklarda yürüyüş eylemleri yapmaya iten nedenler, Esed yönetiminden beklenen reformlardı. Suriye halkının talep ettiği reformlar dört başlık altında sıralanabilir (Sandıklı ve Semin, 2012: 196; www.middle-east-online.com, Erişim tarihi: 25.09.2017).

- 8 Mart 1963 yılından beri süregelen olağanüstü halin kaldırılması,
- İçişleri bakanlığı başta olmak üzere, çeşitli hükümet kurumlarının sivilleştirilmesi, güvenlik birimlerinin görev alanlarının yeniden tanımlanması, yasama, yürütme ve yargı organlarının yeniden yapılandırılması ve yargının bağımsızlaştırılması,
- Bireysel hakların tanımlanması (Suriye kimliği olmayan Kürtlere vatandaşlık hakkı tanınması) ve ülkedeki gelir dağılımında adalet tesis edilmesi,
- Siyasi partiler yasasında değişiklik yapılması ve iktidardaki Baas Partisi'nin gücünün sınırlandırılması.

Bu talepler doğrultusunda Esed yönetimi gerekli reformlara gitmeye başlamıştır. Fakat sadece muhaliflerin talep ettikleri reformlar yasal düzenlemede gerçekleşse de bu reformlar hayata geçirilmemiştir. Esed yönetiminin ayakta kalması için gerekli tedbirler alınmaya başlanmıştır.

Türkiye ve Suriye sınırı 910 km'dir ve Türkiye'nin en uzun sınır hattına sahip komşusu Suriye'dir. İki ülke arasındaki sınır doğuda Dicle nehrinden batıda Akdeniz'e kadar uzanır. Türkiye'nin doğuda Şırnak'tan batıda Hatay'a kadar altı ilinde Suriye'ye sınırı vardır. İki ülke arasındaki yakınlık sebebi ile ekonomik ve güvenlik açısından karşılıklı bağıllık söz konusudur (Sandıklı ve Semin, 2012: 231).

Türkiye ve Suriye ilişkilerinin oldukça iyi olduğu bir dönemde, Orta Doğu'da Arap uyanışı süreci baş göstermiştir. Türkiye Arap ülkelerinde demokratik, hak ve özgürlüklere destek vermesi, Türk dış politikasının halk hareketleri lehinde duruşu, Suriye yönetimi tarafından problemlili bir zeminle karşılaşmıştır. Bunun sonucunda, Esed rejimine ters düşen duruşu ile güney sınırında ciddi bir sınav ile karşı karşıya bırakmıştır. Kriz Türkiye'nin güvenliğini tehdit etmekte, Ankara'nın bölge ülkeleri ile olan ilişkilerini Orta Doğu'daki

siyasi ve ekonomik alanlarda tesis ettiği iş birliği süreçlerini olumsuz etkilemiştir (Sandıklı ve Semin, 2012: 234).

Suriye’de yaşanan bu kriz ülke sınırlarının ötesinde sonuçlar doğurmaya başlamıştır. Orta Doğu’da bölgesel düzeyde bir anlaşmazlığa ve nüfuz mücadelesine dönüşmüştür. Türkiye’nin güvenliğini tehdit eden bu kriz Türkiye’yi zora sokmaktadır. Esed rejiminin Türkiye topraklarına yönelik kaza olarak değerlendirilen saldırıları, PKK/KCK terör örgütüne ülkenin kuzeyinde hareket alanı açması ve Suriye’nin parçalanma ihtimalinin artması Ankara’yı tehdit etmektedir.

Yaşanan bu olumsuz gelişmeler karşısında, Esed rejimine karşı, Türkiye desteğini Suriye’de ayaklanan muhalif halkın yanında yer alarak göstermiştir. Tam destek vererek gerek siyasi gerekse ekonomik ve toplumsal anlamda tarafını netleştirmiştir. Esed yönetimi bu durumu kabul etmeyip, 2012 yılının Ocak-Şubat döneminde Arap milletlerinin BM’ye taşınan Suriye krizinin küresel bir anlaşmazlığa dönüştüğü anlaşılmış ve Türkiye bu süreçte Beşşar Esed’in iktidarı bırakması yönünde ısrarını göstermiştir. Beşşar Esed yönetimi, güvenlik güçlerine karşı gerçekleştirilen eylemlerde Suudi Arabistan ve Katar’ın yanında Türkiye’yi de suçlamaya başlamıştır (Sandıklı ve Semin, 2012: 237).

Bu dönemde Türkiye ise iç savaştan etkilenen Suriye halkına Türkiye’nin güneyinde tampon bölge oluşturarak sığınmacı halka destek vermeye devam etmiştir. Esed yönetimindeki güvenlik güçleri, Suriye ordusuna ait topçu birliklerinden 3 Ekim 2012 tarihinde atılan top mermilerinin Türkiye sınırları içinde Akçakale’ye düşmesi sonucunda 5 Türk vatandaşı hayatını kaybetmiş, 10 kişi ise yaralanmıştır. Türkiye yaşanan bu olumsuz olay neticesinde Suriye yönetimine karşı aynı mukabele ile yanıt vererek, güvenliğini korumaya devam etmiştir. Suriye yönetiminin tavrına karşı, Türkiye, NATO’dan gerekli savunma aracı olan patriot füzeyi talep etmiştir.

Suriye krizinin yol açtığı olayların etkisiyle, Türkiye terör olaylarının içine de sürüklenmeye başlamıştır. Bu olumsuz olayların devamında bombalı saldırılar ile binlerce insan sınıra yakın şehirlerde hayatlarını kaybetmeye devam etmiştir (Sandıklı ve Semin, 2012: 237).

Bunun yanı sıra, Rus uçağı 24 Kasım 2015 tarihinde Türkiye’nin Suriye sınırı yakınında kurallar çerçevesinde olmayıp sınır ihlali gerekçesi ile Rus uçağını düşürmesiyle, diğer yaşanan olayların ardından Rus uçağı krizi de meydana gelmiştir. İki ülke arasında ekonomik gerginlikler zirve yapmıştır. Neticesinde Rus yetkililer Türkiye’ye yönelik bir dizi

yaptırım kararı aldıklarını açıklamışlardır. Türkiye önceki krizlerin yanı sıra üzerine Rus uçağı krizi ile de turizm sektörünü fazlasıyla güç duruma sokmuştur (Demir, 2015: 1).

Suriye krizi sonucunda, sığınmacılar sorunu Türkiye’de sosyolojik (sağlık, eğitim, kültürel, ekonomik), terör (İşid ve diğer), asayiş ve güvenlik (terör, canlı bomba, kaçakçılık), toplumsal düzensizlik ve emlak sorunları yaşanırken, devamında Rus uçağı krizi ile de ülkemizi ziyaret eden turist sayısında gerileme yaşanması, taşımacılık sektörü ve diğer sektörlerde ekonomik sorunlar baş göstermeye başlamıştır. Suriye krizi ve diğer krizler Türkiye’yi doğrudan etkisi altına almıştır. Bununla birlikte Rusya ile yaşanan uçak krizi sonucunda ülkelerin ikili ilişkilerinde gerileme meydana gelmiş ve Türkiye bu olaylardan ekonomik olarak olumsuz etkilenmiştir. Bu gelişmeler sonucunda Türkiye en fazla turist gönderen ikinci ülke konumunda olan Rusya çeşitli yaptırımlar ile vatandaşlarının Türkiye’ye gelmesini engellemiştir. Tüm bu olumsuzluklar sonucunda kısa bir sürede olsa ülkeler ve ekonomileri zarar görmüştür.

4.2. Yaşanan Son Krizin Turizm Üzerine Olan Etkileri

Yaşanan son krizde ülkemiz, Suriye politikasından ve Rus uçağı krizinden derin şekilde etkilenmiştir. Turizm üzerine olan etkilerini üç başlık altında incelemek mümkündür. Bunlar; gelen turist sayısı üzerine olan etkileri, turizm geliri üzerine olan doğrudan etkileri, turizm üzerine olan dolaylı etkileridir.

4.2.1. Gelen Turist Sayısı Üzerine Olan Etkileri

Türkiye’ye giriş-çıkış yapan turistlerin 2010 – 2016 (Tablo 3) yılları arasında dağılımları genel olarak incelendiğinde, bu yıllar arasında Türkiye’yi en fazla ziyaret eden turistlerin Alman, Rus ve İngiliz vatandaşlarının olduğu görülmektedir. Buna ilaveten 24 Kasım 2015 tarihinde yaşanan uçak krizi sonrasında 2016 yılında Rusya’dan gelen turist sayısında yaklaşık olarak %76 oranında büyük bir düşüşün olduğu görülmektedir. Öte yandan Suriye’de yaşanan iç savaş sonrasında 2013 yılı ve sonrasında Türkiye’ye, Suriye’den ziyaretçi gelmediği gözlemlenmektedir.

Tablo 3. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı (2010-2012)

ÜLKELER	2010	(%)	2011	(%)	2012	(%)
Almanya	4.385.263	15.32	4.826.315	15.34	5.028.745	15.82
Rusya Fed.	3.107.043	10.85	3.468.214	11.03	3.599.519	11.33
İngiltere	2.673.605	9.34	2.582.054	8.21	2.456.519	7.73
Bulgaristan	1.433.970	5.01	1.491.561	4.74	1.492.073	4.69
Gürcistan	1.112.193	3.88	1.152.661	3.66	1.404.882	4.42
Hollanda	1.073.064	3.75	1.222.823	3.89	1.273.593	4.01
İran	1.885.097	6.58	1.879.304	5.97	1.186.343	3.73
Fransa	928.376	3.24	1.140.459	3.63	1.032.565	3.25
A.B.D.	642.768	2.24	757.143	2.41	771.837	2.43
Suriye	899.494	3.14	974.054	3.10	730.039	2.30
Diğer	10.491.331	36.64	11.961.488	38.03	12.806.311	40.29
TOPLAM	28.632.204	100	31.456.076	100	31.782.832	100

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Giriş-Çıkış İstatistikleri, 09.10.2017

Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin genel olarak dağılımları incelendikten sonra, önemli olan bir diğer konu ise bu yıllar arasındaki dağılımlarıdır. 2010 yılında Türkiye'yi ziyaret eden 28,63 milyon turistin %15,32'si Alman vatandaşı iken, %10,85'i Rus vatandaşıdır. Son olarak Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin %9,34'ünün İngiltere vatandaşı olduğu görülmektedir.

2011 yılında Türkiye'yi ziyaret eden 31,46 milyon turistin %15,34'si Alman vatandaşı iken, %11,03'i Rus vatandaşıdır. Son olarak Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin %8,21'inin İngiltere vatandaşı olduğu görülmektedir.

2012 yılında Türkiye'yi ziyaret eden 31,78 milyon turistin %15,8'i Almanya vatandaşıdır. Rusya'nın payı ise 2012 yılında %11,3 olmuştur. 2010-2012 yıllarında ülkeyi ziyaret eden yabancılardan Rus turistlerin sayısının artışta olması Türkiye-Suriye ilişkilerinde son dönemde yaşanan olumsuz olaylar neticesinde Rus turistlerin bu durumdan

etkilenmediklerini göstermektedir. Yanı sıra İran'dan gelen turistlerin sayısı oldukça düşmüştür (Taşçı ve Özsan, 2011-2013: 12).

Diğer yandan İran'dan gelen yabancıların sayısı oldukça düşmüştür. İran 2011 yılında %6'lık orandan 2012 yılında %3,7'ye gerilemiştir. Bunun sebebi Türkiye'nin Suriye rejimine karşı olumsuz tutumudur. Daha düşük seviyede olmakla birlikte Suriyeli turistlerde de kısmen azalma gözlenmektedir.

Tablo 4. 3'ün Devamı

ÜLKELER	2013	(%)	2014	(%)	2015	(%)	2016	(%)
Almanya	5.041.323	14.14	5.250.036	14.25	5.580.792	15.40	3.890.074	15.34
Rusya Fed.	4.269.306	12.23	4.479.049	12.16	3.649.003	10.07	866.256	3.42
İngiltere	2.509.357	7.19	2.600.360	7.60	2.512.139	6.93	1.711.481	6.75
Bulgaristan	1.582.912	4.53	1.693.591	4.60	1.821.480	5.03	1.690.766	6.67
Gürcistan	1.769.447	5.07	1.755.29	4.76	1.911.832	5.27	2.206.266	8.70
Hollanda	1.312.466	3.76	1.303.730	3.54	1.232.487	3.40	906.336	3.57
İran	1.196.801	3.43	1.590.664	4.32	1.700.385	4.69	1.665.160	6.57
Fransa	1.046.010	3.00	1.037.152	2.82	847.259	2.34	555.151	2.19
A.B.D.	785.971	2.25	784.917	2.13	798.787	2.20	459.493	1.81
Suriye	-	-	-	-	-	-	-	-
Diğer	11.942.477	44.4	16.343.112	43.82	16.190.468	44.67	11.401.230	44.98
TOPLAM	31.456.076	100	36.837.900	100	36.244.632	100	25.352.213	100

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Giriş-Çıkış İstatistikleri, 09.10.2017

2013-2016 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin milliyetlerine göre dağılımları incelendiğinde bu yıllar arasında ilk üç milliyetin değişmediği ancak Rus vatandaşlarının yaşanan uçak krizi sonrasında ise ziyaretlerinde büyük bir düşüşün yaşandığı görülmüştür. Yaşanan bu düşüşten dolayı Rus vatandaşlarının yerini Gürcistan vatandaşları almıştır. Ayrıca 2013 yılı ve sonrasında en fazla turist gönderen ülkeler arasında 4. sırada yer alan Bulgaristan vatandaşlarının yerini 5. sırada yer alan Gürcistan vatandaşları almıştır. Öte yandan 2013 yılı ve sonrasında gelen Hollanda vatandaşı sayısında sürekli olarak bir düşüş

yaşanırken, bu yıllar arasında İran'dan gelen turist sayısı sürekli olarak bir artış göstermiş olup Hollanda'nın önüne geçmiştir. 2010 ve 2016 yılları arasında milliyetlerine göre gelen turist sayılarına genel olarak bakıldığı zaman Türkiye'nin en fazla turisti 2014 yılında ağırladığı görülürken en az turisti 2016 yılında ağırladığı görülmektedir. Bunun sebebi ise Türkiye'nin çevre ülkelerinde yaşanan iç karışıklıklara doğrudan ve dolaylı olarak müdahil olması sonucunda turizm sektörü kendi payına düşeni alarak gelen turist sayısında düşüşler yaşamıştır.

Tablo 5. Türkiye'ye Gelen Turistlerin Aylara ve Yıllara Göre Dağılımı (2010-2017)

AYLAR	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ocak	809.974	975.723	981.611	1.104.754	1.146.815	1.250.941	1.170.333	1.055.474
Şubat	953.848	1.079.505	997.571	1.268.440	1.352.184	1.383.343	1.240.633	1.159.833
Mart	1.414.616	1.617.782	1.460.563	1.841.154	1.851.980	1.895.940	1.652.511	1.587.007
Nisan	1.744.628	2.290.722	2.168.715	2.451.031	2.652.071	2.437.263	1.753.045	2.070.322
Mayıs	3.148.337	3.283.125	3.232.926	3.810.236	3.900.096	3.804.158	2.485.411	2.889.873
Haziran	3.500.024	3.780.637	3.882.592	4.073.906	4.335.075	4.123.109	2.438.293	3.486.940
Temmuz	4.358.275	4.597.475	4.571.389	4.593.511	5.214.519	5.480.502	3.468.202	5.075.961
Ağustos	3.719.180	4.076.783	4.470.202	4.945.999	5.283.333	5.130.967	3.183.003	
Eylül	3.486.319	3.923.546	3.991.415	4.266.133	4.352.429	4.251.870	2.855.397	
Ekim	2.840.095	3.039.754	3.050.981	3.402.460	3.439.554	3.301.194	2.449.948	
Kasım	1.491.005	1.596.295	1.631.647	1.709.479	1.729.803	1.720.554	1.353.280	
Aralık	1.165.903	1.194.729	1.343.220	1.422.995	1.580.041	1.464.791	1.302.157	
TOPLAM	28.632.204	31.456.076	31.782.832	34.910.098	36.837.900	36.244.632	25.352.213	17.325.460

Kaynak: TÜRSAB, 2017.

2011 yılında başlayan Suriye olaylarının Türkiye'ye gelen toplam turist sayısında herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Buna rağmen 2011 yılından sonra gelen turist sayısında 2014 yılına kadar sürekli olarak bir artışın yaşandığı görülmektedir. 2014 yılına oranla 2015 yılında gelen toplam turist sayısında ufak bir düşüş yaşanmıştır. 24 Kasım 2015 yılında gerçekleşen Rus uçağı krizi sonrasında Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülkelerin başında yer alan Rusya ise kendi vatandaşlarını Türkiye'ye göndermeyerek turizm sektörüne ekonomik açıdan büyük bir darbe vurmuştur ve sektörün zarar görmesine neden olmuştur. Bunun sonucunda belirtilen yıllar arasında en az turist geldiği yıl ise 2016 yılıdır.

Rus krizi sonrasında Türkiye'nin Rusya ile ilişkilerinin düzelmesi ve gelen turist sayısının aylara göre değişimi gösterdiği görülmektedir. 2017 yılının ilk 3 ayında 2016 yılına göre

gelen turist sayısında düşüşlerin yaşandığı görülmektedir. Nisan ve Temmuz ayları arasında gelen turist sayısında artışların yaşandığı gözlemlenmiştir. Son olarak 2017 yılı Temmuz ayında Türkiye'yi ziyaret eden yabancı sayısında geçen yılın aynı ayına göre %46,36 artışın yaşandığı kaydedilmiştir (<http://yigm.kulturturizm.gov.tr> Erişim Tarihi: 09.10.2017).

4.2.2.Turizm Geliri Üzerine Olan Doğrudan Etkileri

Tüm sektörler verimliliklerini kaybetmemek için kendilerini yenilemek mecburiyetindedirler. Fakat bu yenilikler çeşitli olumlu etkenlerin yanı sıra olumsuzlukları da beraberinde getirmektedir. Bu olumsuzlukların içinde belki de en önemlisi ne zaman ve nerede ortaya çıkacağı belli olmayan ve etkilerinin sadece ortaya çıktığı bölge de değil tüm dünya da aynı zamanda hissedilen terör olayları olmasıdır (Yeşiltaş vd., 2008:176; Altay vd., 2013: 272).

Turizm geliştirmekte olan ülkelerin kalkınması açısından önemli bir basamaktır. Fakat ülke genelinde yaşanan terör olayları, turistlerin ülkeyi ziyaret etme isteğini olumsuz etkilemektedir. Özellikle İstanbul ve Ankara'da sıklıkla Işid üyesi olan canlı bomba patlamaları ve PKK'nın düzenlediği bombalı araç patlatma olayları ülkeyi dış ziyaretçiler açısından korkulu bir hale getirmiştir. İstanbul ve Ankara'da bitmek bilmeyen patlamalar hem yerli halkı hem de ziyaretçileri fazlasıyla olumsuz etkilemektedir. Bunun yanı sıra 24 Kasım 2015 tarihinde yaşanan Türkiye hava sahası ihlali sonucu Rus uçağı düşürülmesi krizi olayında, turizm sektörü doğrudan olumsuz olarak etkilenmiştir. Bunun sonucunda ise ülkeye Rusya tarafından ambargo uygulanması ve turistlerin Türkiye'ye olan ziyaretine engel konulması turizm sektörünü doğrudan etkilemiş ve ekonomik sıkıntılar yaşanmasına neden olmaktadır. Yaşanan bu gelişmelerin öncesinde ve sonrasında gelen turist sayıları, turizm gelirleri ve kişi başı harcamaları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. 2010-2016 Döneminde Turist Sayısı, Turizm Geliri ve Kişi Başına Harcamalar

Yıllar	Turizm Geliri (1000\$)	Ziyaretçi Sayısı	Ortalama Harcama (\$)
2010	24.930.997	33.027.943	755
2011	28.115.692	36.151.328	778
2012	29.007.003	36.463.921	795
2013	32.310.424	39.226.226	824
2014	35.305.904	41.415.070	828
2015	31.464.777	41.617.530	756
2016	22.107.440	31.365.330	705

Kaynak: TÜRSAB, 2017.

Tablo 6'ya göre, 2011, 2012, 2013 ve 2014 yıllarında turizm gelirlerinde, ziyaretçi sayısında ve kişi başına düşen ortalama harcamalarda sürekli olarak artışın olduğu gözlemlenmektedir. 2015 yılına gelindiğinde ise yaşanan terör olayları sonucu turizm gelirlerinde 2014 yılına oranla düşüşün yaşandığı gözlemlenmektedir. Yine 2015 yılında ziyaretçi sayısında 2014 yılına oranla daha az düşüşün yaşandığı gözlemlenmiştir. Fakat kişi başına düşen ortalama harcama ise 2014 yılına oranla 2015 yılında daha da düştüğü gözlemlenmektedir. En son 2016 yılında ise terör olaylarının hızla artması ve Rus olayı sonucu turizm gelirleri, ziyaretçi sayısı ve kişi başına düşen ortalama harcamada büyük oranda düşüşün yaşandığı görülmektedir.

4.2.3. Turizm Geliri Üzerine Olan Dolaylı Etkisi

15 Temmuz 16 Temmuzla bağlayan Cuma gecesinde gerçekleşen darbe girişiminin akabinde finans ve ekonomi dünyasından hemen her kesim yeni haftaya huzursuzlukla başladı (Aktuğ, 2017:23; Atik ve Polat, 2017: 22). En büyük huzursuzluğu ise uzun bir zamandan sonra kendini geliştirmekte olan turizm sektörü yaşamaktadır (<http://www.businessht.com.tr> Erişim tarihi: 15.09.2017). Fakat darbe girişiminin önlenmiş olmasının üzerinden daha birkaç gün geçmesine rağmen en büyük iki pazarımız olan Rusya ve Almanya hükümeti ve tüketici

nezdinde Türkiye'ye karşı olumsuz bir açıklama, davranış ya da tutum olmadı. İki ülke de uçak seferlerini durdurdu, ama bu normal bir durumdur. Rus ve Alman hükümetleri yapılan açıklamalarda darbe girişiminin önlenmesinden duydukları memnuniyeti ifade edip Türkiye'nin yanında olduklarını ifade ettiler. Türkiye'de tatil yapan Rus turistleri, Rus hükümeti geri çağırılmayarak, buna gerek olmadığını duyurdu (<http://www.turizm gazetes i.com> Erişim tarihi: 15.09.2017). Yaşanan bu darbe girişimi sonrasında Türk parasının yabancı para karşısında değer kaybetmesi ve yabancı paralarının da değer kazanması akabinde turistlerin ülkemizi tercih etmesi turizm geliri üzerinde dolaylı bir etki oluşturdu. Aynı zamanda krizden etkilenen Alman tur operatörü JT Touristik iflas talebinde bulunmuştur. Almanya'nın orta ölçekli tur operatörü olan JT Touristik, Antalya'ya yılda yaklaşık olarak 50 milyon turist göndermektedir. Antalya'ya yine turist gönderen diğer bir ülke olan Rusya ise Rus uçağı olayı sonrası, Türkiye'ye karşı katı kurallar oluşturmuş ve Rusları özellikle Türkiye'ye göndermeyerek, Türkiye'nin bu durumdan zarar görmesini sağlamıştır. Bu durumdan en çok etkilenen Antalya kentimiz olmuştur. Bunun sonucunda en çok Rus turistleri ağırlayan Antalya sadece otellerinin kapanması değil, Antalya'da yaşayan yerli halkın gelir kaynağını da olumsuz etkilemiştir. Antalya'da ki esnaflar bu durumdan oldukça zarar görmüştür. Aynı zamanda tarım kenti olan Antalya yine aynı şekilde Rusya'nın, Türkiye'ye karşı geliştirdiği olumsuz olaylardan da nasibini almıştır. İstihdam oluşturulamayınca, işsizlik artış göstermiştir (www.turizm gazetes i.com Erişim tarihi: 10.10.2017). Yaşanan krizden nispeten etkilendiğini ifade eden İngiltere'nin en büyük 5. Hava yolu şirketi olan Monarch iflas ederek operasyonlarını durdurduğunu duyurdu. 300 bin uçuş ve tatil rezervasyonlarını iptal ederek iflas ettiğini bildirirken, aynı zamanda iflas nedenlerinin arasında Türkiye'de ki yaşanan krizin turizm sektörü üzerinde yarattığı çöküşün etkisini de saydı (<https://www.cnnturk.com/> Erişim tarihi: 10.10.2017).

4.3. Son Krizin Türkiye Üzerine Olan Ekonomik Etkileri

Son krizin, ortaya çıkışı ve beraberinde yaşanan olumsuzluklar Türkiye ekonomisinin olumsuz etkilenmesine neden olmaktadır. Yaşanan son kriz veya beraberinde getirdiği krizlerin Türkiye'de yarattığı ekonomik etkileri üç başlık altında incelemek mümkündür. Bunlar; GSMH ve Büyüme üzerine olan etkisi, İşsizlik ve istihdam üzerine olan etkisi ve Cari açığın kapatılması üzerine olan etkilerdir.

4.3.1. GSMH ve Büyüme Üzerine Olan Etkisi

GSYH, yurt içinde üretilmiş nihai mal ve hizmetlerin değeridir. GSMH ise, bir ülke vatandaşlarının ürettiği bütün ekonomik değerleri içermektedir. Buna göre GSYH'nın bir kısmı diğer ülke vatandaşlarınca üretilmiş olabileceği gibi, GSMH'nın bir kısmı da ülkenin diğer ülkelerde yerleşik vatandaşlarınca üretilmiş olabilir. Kısacası bu iki kavram sadece kapsadığı coğrafi alan bakımında farklılık gösterir (www.mahfiegilmez.com Erişim tarihi: 20.10.2017).

Ekonomik büyüme, bir ülkede ki üretim kapasitesinin, yani mal ve hizmet üretebilme gücünün, üretimin ve dolayısıyla milli gelirin artmasını ifade etmektedir. Bir ülkede oluşturulan ulusal gelirin ve bundan kişi başına düşen miktarın bir önceki yıldan çıkarılıp ve bir önceki yıla tekrar bölünmesi sonucu ortaya çıkan olumlu artışa büyüme denilmektedir. Kişi başına reel gelirin, bir yıldan diğerine artması söz konusu olan ekonominin büyüdüğünü göstermektedir (www.mahfiegilmez.com Erişim tarihi: 20.10.2017).

Turizmin ilk amacı, başta gelişmekte olan ülkeler olmak üzere, turizm potansiyeli yüksek olan birçok ülkede gelişme göstererek ülke kalkınmasında lokomotif görevi üstlendiği görülmektedir. Türkiye 24 Ocak 1980 tarihinde ekonomik kararlarından sonra, ithal ikameci politika terk edilerek yerine ihracata yönelik sanayileşme politikası benimsenmiştir. Böylece Türkiye'de serbest piyasa ekonomisinin temeli atılmıştır. Turizmin Türkiye ekonomisindeki hızlı yükselişinde 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı "Turizm Teşvik Kanunu" sektöre sağlanan yatırım teşviklerinin ve mali desteğin çok önemli bir yeri bulunmaktadır (Bahar, 2006: 138).

Türkiye'ye gelen turistlerin yaptıkları harcamalar gelir olarak ortaya çıkmakta ve bu da milli gelire etkide bulunmaktadır. Turizmin ülke ekonomisi içindeki yerini tespit etmek için turizm gelirlerinin GSMH' ya olan etkisi ise şu şekilde ifade edilebilir; turistlerin yapmış oldukları harcama ile turistlere mal ve hizmet sunmak için yapılan gider harcamalarındaki fark turizm gelirlerinin GSMH' ya olan katkısını göstermektedir. Bu durum ise turizm gelirlerinin GSMH' ya olumlu etkisidir (Zengin, 2010: 118).

Türkiye'nin GSMH' sı içindeki turizm payı ise 2010 yılında %3,4 iken 2016 yılında %2,6'ya gerilemiştir. Turizmin ihracat geliri içindeki payı ise aynı yıllar içinde %18,3' ten, %15,5'e, dış ticaret açığını kapatma payı ise, %46,09'dan, %39,48' e gerilemiştir (Türsab, 2017: 60).

Tablo 7. GSYH'nın Yıllara Göre Dağılımı ve Büyüme Oranları

Yıllar	GSYH (milyar \$)	Büyüme (%)
2010	771.8	9.2
2011	832.5	8.8
2012	873.9	2.1
2013	950.5	4.2
2014	934.1	2.9
2015	859.3	4.0
2016	857.7	2.9

Kaynak: Dünya Bankası, 2017. <https://data.worldbank.org>

Tablo 7'ye göre, 2010 ve 2013 yılları arasında GSYH (Milyar \$)'da sürekli olarak bir artış gözlemlenirken, büyüme oranlarında sürekli olarak bir düşüşün yaşandığı gözlemlenmektedir. Öte yandan GSYH' da 2014 ve 2016 yılları arasında bir düşüşün olduğu gözlemlenirken büyüme oranlarında dalgalanmaların olduğu gözlemlenmiştir.

Belirtilen yıllar arasında en yüksek GSYH'nın elde edildiği yılın 2013 olduğu gözlemlenmektedir. 2016 yılına baktığımız zaman ise 2015 yılına oranla GSYH arasında belirgin bir fark oluşmamasına rağmen büyüme oranında düşüşün olduğu görülmektedir. Bunun nedeninin ise, 2015 yılında yaşanan Rus uçağı krizinin etkisinin olduğu düşünülmektedir. Ayrıca yaşanan olaylar sonucu Rusya'nın Türkiye üzerinde uygulamış olduğu ambargo sadece turizm sektörünü değil turizmle ilişkili olan ve olmayan sektörleri de ekonomik açıdan etkisi altına almıştır.

4.3.2. İşsizlik ve İstihdam Üzerine Olan Etkisi

İşsizlik, bir ekonomide iş gücü seviyesi ile işgücünün iş bulup çalışan kısmını ifade eden 'istihdam seviyesi' arasındaki farktan meydana gelen, iş aradığı halde iş bulup çalışmayan işgücüdür. İstihdam ise, tüm üretim faktörlerinin üretimde kullanılması ve hiç birinin atıl kalmamasına tam kullanım ya da tam istihdam denilmektedir (www.mahfiegilmez.com Erişim tarihi: 20.10.2017).

Turizm sektörü, diğer hizmet sektörleri ile kıyaslandığında en fazla insan gücünün bulunduğu sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedendir ki en fazla işsizlik sorununun çözüm yollarından biri turizm olmuştur. Turizmdeki istihdamı çalışacak yaşa gelen bireylerin, özel sektörün ve devletin kontrolü ile yerli ve yabancı turistlere hizmet vermek amacıyla geçimlerini sağlamak olarak adlandırabiliriz. Örneğin, bir ülkede turizmin gelişmesi üst yapı yatırımlarının ve döviz gelirlerinin artışına yol açacak ve bu durumda önemli ölçüde yeni istihdam olanaklarının oluşmasını sağlayacaktır (Tutar, vd., 2013: 17).

Turizm emek-yoğun bir sektördür. Bu nedenle turistik tüketim harcamaları, turizm sektörüne doğrudan, bu sektöre girdi veren sektörlerle de dolaylı olarak istihdam imkanları sağlamaktadır. Sonuç olarak, turizm meydana getirdiği genel istihdam etkisi ile de ülkedeki toplam istihdamın artmasını sağlamaktadır (Tutar, vd., 2013: 16).

Tablo 8. İşsizlik ve İstihdamın Yıllara Göre Dağılımı 2010-2016

Yıllar	İşsizlik (%)	İstihdam (Bin)
2010	11.9	25.641
2011	9.8	26.725
2012	9.2	24.821
2013	9.7	25.524
2014	10.1	25.259
2015	10.5	25.890
2016	11.1	26.462

Kaynak : TÜİK, 2017, <http://www.tuik.gov.tr>.

Tablo 8'e baktığımız zaman 2010 yılında işsizlik oranı %11,9 iken istihdam ise 25.641 olarak görülmektedir. 2011 yılında ise işsizlik oranı bir önceki yıla oranla %2,1 oranında azalarak olumlu bir etki göstermeye devam etmiştir. En düşük işsizlik oranının ise 2012 yılında olduğu görülmektedir. 2012 yılından 2016 yılına kadar işsizlik oranlarında yükselme görülürken, istihdam sayısında sadece 2014 yılından bir önceki yıla göre bir düşüş görülmektedir. Geriye kalan diğer yıllarda istihdam sayısında sürekli artışın olduğu

görülmektedir. İşsizlik oranındaki artışın sebebi Suriye de yaşanan savaş sonucunda ülkelerini terk eden vatandaşların Türkiye’de ucuz ve kayıtsız iş gücü oluşturması sonucunda kalifiye elemanların yerine alarak işsizlik oranlarının artmasına neden olmuşlardır. Bunun nedeni komşu ülkelerde yaşanan olaylar sonrasında ülkenin kriz ortamına sürüklenmesi ve kendi payına düşeni almasıdır, diyebiliriz.

4.3.3. Cari Açığın Kapatılması Üzerine Olan Etkisi

"Ülkenin cari işlemlerden elde ettiği gelirler, cari işlemlere yapılan giderlerden daha büyükse bu durum cari fazla (cari işlemler fazlası); daha küçükse cari açık (cari işlemler açığı) olarak nitelendirilmektedir. Bir başka ifade ile mal ve hizmet ticareti ile net transferlerden elde edilen gelirlerin bu hesaptaki ödemeleri karşılayamaması durumunda, ülke cari açıkla karşı karşıya kalmaktadır" (Şahin, 2011:47). Ayrıca bir ülkenin yurt dışından döviz ödeyerek ithal ettiği mallar ile yurt dışına döviz ile sattığı mallar arasındaki oluşan döviz gelirleri arasındaki farka dış ticaret dengesi denilmektedir (www.mahfiegilmez.com, Erişim tarihi: 15.09.2017).

Turizm sektörü ise son zamanlar da rekabet gücü yüksek bir sektör konumundadır. Türkiye’nin sadece cari açık sorununu çözmek için değil, istihdamı artırmak hatta ülkemizi tanıtmak adına altın bir sektör konumundadır (www.turizm gazetesı.com.tr, Erişim tarihi: 15.09.2017).

Tablo 9. Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Karşılama Oranı (2010-2016)

YILLAR	Dış Ticaret Açığı (\$)	Turizm Geliri (\$)	Turizm Gelirlerinin DTA'nı Karşılama Oranı (%)
2010	71.661.113	33.027.943	46.09
2011	105.934.807	31.151.328	34.13
2012	84.066.659	36.766.645	43.75
2013	99.858.613	32.308.991	32.35
2014	84.508.918	34.305.903	40.59
2015	63.268.398	31.464.777	49.73
2016	55.995.686	22.107.440	39.48

Kaynak: TÜRSAB, 2017.

Tablodan da görüldüğü gibi dış ticaret açığı ve turizm gelirleri arasında genel olarak pozitif ilişki söz konusudur. Turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatma payı, yıllara göre bakıldığında dalgalandığı görülmektedir. Dalgalanmanın sebebi, bu yıllar arasında ülkenin çeşitli olumsuz olaylardan etkilenmesidir.

Tablo 10. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (2010-2016) Yılları Arası (1.000.000 \$),(%)

YILLAR	İhracat	Turizm Gelirleri	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)	İthalat	Turizm Giderleri	Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)
2010	113.883.2	24.931.0	21.9	185.544.3	5.874.5	3.2
2011	134.906.9	28.115.7	20.8	240.841.7	5.531.5	2.3
2012	152.478.5	29.351.4	19.2	236.545.1	4.593.4	1.9
2013	157.610.2	34.305.9	21.3	242.177.1	5.253.6	2.1
2014	151.802.6	32.309.0	21.8	251.661.3	5.470.4	2.2
2015	143.934.9	31.464.8	21.9	207.203.4	5.698.3	2.8
2016	143.934.9	31.464.8	21.9	207.203.4	5.698.3	2.8

Kaynak: TÜRSAB, 2017.

Tablo 10’da verilen TÜRSAB verilerine göre Türkiye’ de 2010 yılında turizm gelirlerinin ihracattaki payı %21,9 iken turizm giderlerinin ithalattaki payı ise %3,2’dir. 2016 yılında turizm gelirlerinin ihracattaki payı %21,9 iken turizm giderlerinin ithalattaki payı % 2,8 olmuştur. Bu verilerden turizm gelirlerinin ihracat gelirlerinin içinde çok önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. Tablo 9’ a göre belirtilen yıllar arasında ithalat giderleri, ihracat gelirlerinden fazla olmuştur. Yine aynı yıllar itibarı ile turizm gelirleri, turizm giderlerinden oldukça fazladır. Bu durum ülkemizin turizm için oldukça uygun bir destinasyon noktası olmasından kaynaklıdır.

Tablo 9'a göre Türkiye Seyahat Acenteleri Birliğinin yaptığı araştırmaları göstermiştir ki turizm gelirleri Türkiye'de dış ticaret açığının büyük bir bölümünü karşılamaktadır. Turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatma payı 2010 yılında 71 milyar dolar olmuş, 2011 yılında ise 105 milyar dolara yükselmiş ve 2012 yılında 84 milyar dolara düşmüş daha sonra tekrar 2013 yılında artarak yaklaşık 100 milyar dolar olmuştur. Daha sonra ise 2014 yılı ve sonrasında dış ticaret açığının azaldığı görülmektedir.

4.4. Açığın Kapatılması İçin Alınacak Tedbirler

Günümüzde turizmin meydana getirdiği sosyal, kültürel, ekonomik ve politik etkiler, genellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkiler üzerindeki önemi her geçen gün artmaktadır (Emekli, 2010:100). Turizm sektörünün, ödemeler dengesi üzerindeki pozitif tesiri ile birlikte ülkeye döviz girişi sağlaması, istihdam oluşturması ve diğer sektörlerin çarpan etkisi ile büyümesine katkıda bulunmaktadır. Uluslararası pazarda yer alan sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de rekabet söz konusudur. Bundan dolayı turizm sektörünün giderek gelişim göstermesi ve pazardaki payını arttırarak devam ettirmesi gerekmektedir. Turizm gelirlerinin ekonomik büyümeye olan katkısı göz önünde bulundurularak turizm politikalarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Olahı, 1990:39-46; Yoloğlu, 2015:123).

- Türkiye'nin turizm sektörünün daha fazla gelişmesi için sektöre ilişkin kısa ve orta vadede yatırımların arttırılması,
- Turizm sektöründe istihdam oluşturabilecek farklı ekonomi politikalarının geliştirilmesi,
- 2023 hedeflerinin gerçekleştirilebilmesi için turizm sektörü ile ilişkili olan diğer sektörlerle katkı sağlayacak desteklerle güçlendirilmesi,
- Turizm sektörünün farklı ülkelerle rekabetini arttıracak devlet politikalarının geliştirilmesi ve uygulanması,
- GSYH'da ki artıştan turizm sektörüne daha çok pay ayrılması,
- Türkiye'nin yabancı ülkelerde vizyonuna olumlu olarak katkıda bulunacak uygulamalar geliştirilerek tanıtımların yapılması,
- Uluslararası arenada reklam ve tanıtıma ayrılan payın arttırılması,
- Turizm sektörüne yapılan yatırımlar arttırılarak, yatırım yapacak firmalara çeşitli desteklemelerde bulunulması,

- B6lgeler arasında ki farklılıkların giderilmesi için farklı turizm t6rlerinin 6lkede geliştirilmesinin sağlanması,
- D6nya'da oluşabilecek krizlere karşı turizm pazarı eşitlendirilmeli,
- Turizm gelirlerini artırmak amacıyla gelir seviyesi y6ksek olan turistlerin 6lkeyi ziyaret etmelerini sağlamak amacıyla çeşitli politikaların geliştirilmesi,
- D6nya'nın her yerinden turistlerin gelebilmesi için ulaşım ağının geliştirilmesi,
- Turizm sekt6r6ne y6nelik alt yapıda iyileştirmeler yapılarak yatırımların arttırılması,
- T6rkiye'de bulunan mavi bayraklı b6lgelerin arttırılmasına y6nelik politikalar geliştirilmesi ,
- Turizm sekt6r6ne y6nelik maliyet avantajı sağlayacak politikalar geliştirilmeli,
- T6rkiye'de turizm eğitimi veren kurumlarda kalifiyeli eleman ihtiyaçlarını giderecek eğitimlerin verilmesi,
- Uluslararası etkinliklerin T6rkiye'de yapılmasına y6nelik politikalar geliştirilmesi,
- Yaşanan ekonomik krizleri fırsata çevirmeye y6nelik politikalar geliştirilmesi,
- Turizm sekt6r6 temsilcileri ile politika uygulayıcıları bir araya gelerek geliştirecekleri 6z6m 6nerilerinin ortaya konulması,
- T6rkiye'de yer alan otellerde "her Őey dahil" sistem kaldırılarak turistlerin ziyaretleri esnasında otel dışında harcama yapmaları sağlanmalı.

BEŞİNCİ BÖLÜM

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm, milyonlarca etkileşimin bir anda ortaya çıktığı kendine özgü tarihi ve dili olan ve çok sayıda insanın katıldığı bir kitle hareketi niteliğini kazanmıştır. Turizm uçak şirketleri, deniz yolları, tren, kiralık araba şirketleri, seyahat pazarlamacıları ile sorunlara çare bulan kişiler, pansiyonlar, restoranlar ve toplantı merkezleri gibi kimi büyük kimi küçük iş kollarından oluşan birçok alt sektörle bağlantılıdır ve bünyesinde yüzlerce yan kuruluşu barındıran bir şemsiye görünümündedir. Ayrıca turizm sektörü, günümüzdeki enformasyon ve telekomünikasyondan sonra 21. yy'a damgasını vuran, dünyanın üç temel hizmet sektöründen biri durumundadır.

Turizm sektörünün dünya ekonomisinden aldığı payın giderek artması, sektörün sosyoekonomik getirilerini sürdürülebilir kılmak adına makro ve mikro bazda optimal yönetim tekniklerinin uygulanmasını gerektirmektedir. Emek yoğun işleyen bir sektör olması ve ilişkili olduğu sektör sayısının fazlalığı ise turizmi, diğer sektörlerle kıyasla krizlere daha açık bir konuma taşımaktadır. Küreselleşmenin reel ve finansal sektörde yarattığı büyümenin, krizlerin yayılma hızını da en az aynı yönde arttırması dış etkilere oldukça açık olan turizm sektöründe etkin kriz yönetimi stratejilerinin uygulanmasını zorunlu hale getirmektedir.

Doğal afetler, salgın hastalıklar, terör ve güvenlik sorunlarından ekonomik krizlere kadar geniş bir yelpazede çeşitlilik gösteren turizm krizleri, rekabet gücünü korumak isteyen işletmelerce kriz yönetim stratejilerinin belirlenmesini gerektirmektedir.

Kriz kavramına ilişkin yaygın görüş; istenmeyen durumlar olarak görüldüğünü doğrulamaktır. Oysa konunun sadece bu yönüyle ele alınması, değişimin bazı olumlu yönlerini yok saymak olarak yorumlanmaktadır. Konu bu açıdan ele alındığında; gerçekten de kriz dönemleri ya da durumların sadece olumsuz sonuçlar içermediği, öte yandan; kriz dönemlerinin değişimin olumlu bazı sonuçlarını da içinde barındırdığı unutulmamalıdır. Çünkü yaşanan her kriz, aynı zamanda gelişim ya da daha iyiye gitmeye yönelik fırsatları da içermektedir.

Bu açıdan; her sektörden işletmelerin “sancılı dönemler” olarak nitelendirilen kriz durumlarıyla karşılaşabileceği; ancak, bu döneme yönelik çözüm stratejileri geliştirme ve hazırlıklı olma gibi unsurların tamamlanmasıyla, krizin olumlu sonuçlarından da yararlanılabileceği kabul edilmektedir.

Çalışma kapsamında; özellikle üzerinde durulan turizm sektörünün de, geçmişte ve günümüzde çok sayıda olumsuzluklar ve sancılı dönemler geçirdiği gözlenmektedir. Turizm sektörünün çok yönlü olması ve kendine has bir takım özelliklerinin bulunması, turizm sektörünün kriz dönemlerinden sıklıkla etkilenebileceğinin göstergesi durumundadır.

Bilindiği gibi turizm sektörü dış çevrede ortaya çıkan tüm değişimlerden diğer sektörlerle oranla daha fazla etkilenebilmektedir. Bu nedenle, sektörü oluşturan unsurlardan birindeki herhangi bir aksama sektörde faaliyet gösteren diğer sektörleri de ciddi boyutta krizlerle karşı karşıya getirebilmektedir. Bu nedenle; ülkemizde hızlı bir gelişim gösteren ve gelecek için büyük bir umut olarak görülen, turizm sektörünün bütünüyle krizlere ve sancılı dönemlere hazırlıklı olmaları gerekmektedir.

Özellikle dünya çapında etkisini arttıran terör hareketleri, genel olarak ülkeleri, mikro açıdan ise işletmenin bulunduğu bölgeyi ya da işletmenin kendisini etkileyebilmektedir. Bu durum, özellikle ülke ya da bölgenin turistik tüketiciler tarafından güvensiz bulunmasına ve böylece bölgeye yönelik talebin azalmasına da neden olabilmektedir.

Turizm sektöründe, krizler nedeniyle ortaya çıkan olumsuzlukları en aza indirmek için temel koşul, türü ne olursa olsun, sektörün krize hazırlıklı olması gerekmektedir. Krizlere hazırlıklı olabilmenin şartı ise, kriz yönetim birimleri ve planlarının oluşturulması olarak kabul edilmektedir.

Kriz yönetim birimlerinin oluşturulması ve kriz planlarının yapılmasının yanı sıra; krizleri önlemek ve ya da en azından olası krizlere hazırlıklı olmak amacıyla uygulanabilecek diğer stratejiler ise, sektörün de iç ve dış çevresinin sürekli izlenmesi, kriz sinyallerinin fark edilmesi olası etkilerinin önceden belirlenerek gerekli önlemlerin alınması olarak özetlenebilir.

Türkiye’de özellikle 90’lı yıllar ile hızlı bir gelişme sürecine girmiş olan turizm, gelişmekte olan ülkeler için adeta bir can simidi olabilmektedir. Bununla beraber çok hassas dengelere bağlı olması da bazı riskleri beraberinde getirmektedir.

Ülkemizin sahip olduğu turizm potansiyeli tartışılmayacak kadar kesin ve büyüktür. Bizlere düşen ise bu kaynakları en etkin ve verimli bir biçimde ülke ekonomisine kazandırmaktır. Türkiye sahip olduğu bu değerlere elbette zamanı gelince hak ettiği yeri verecektir. Ancak bu süreci hızlandırmak için en uygun sektörler seçilmeli ve onlara ağırlık verilmelidir.

Turizmin ülke ekonomisine etkisi iki boyutta yoğunlaşmaktadır. Bunlardan ilki ödemeler dengesi üzerine olan etkisidir. İkincisi ise turizm sektörüne sağladığı döviz girdisi ile ülkemizin cari işlemler açıklarının kapatılmasında büyük pay sahibidir. Bir ihracat kalemi olarak kabul edilmemesine karşın dış girdilere ihtiyaç duymayıp tamamen ülke içi kaynaklarla üretimde bulunması ülkeye, ihracata oranla çok daha verimli bir katkı sağlamaktadır. Bu sektördeki üretimin ülke dinamiklerini harekete geçirerek gerçekleşmesi, ekonomide gözle görülür iyileşmelere de neden olmaktadır. Bunu da istihdam üzerindeki etkisi ile izleyebiliriz.

Dolayısıyla, turizmin ülke ekonomisine etkisinin ikinci boyutu istihdama olan etkisidir. Turizm hizmet sektörlerinin en çarpıcı örneklerinden biridir. Bu nedenle sektörün yetişmiş insan kaynağına büyük ihtiyacı vardır. Sektörde ki hizmet kalitesinin artması bu ihtiyacı daha da artırmaktadır. Bu durum büyük işsizlik sorunu yaşayan Türkiye için büyük istihdam olanakları sağlamaktadır.

Günümüz dünyasında ise, her yönüyle küresel bir nitelik kazanan ülkelerin korkulu rüyası haline gelen terörizm, artık değil bir bölgeyi, memleketi, dünyayı kendi çıkarları doğrultusunda etkileyebilen, özellikle medya gibi araçlarla bütün dünya da kendini ispat edebilen ve bu süreçte de bir takım emellerine ulaşabilen bir nitelik kazanmıştır.

Orta doğu'da başlayan, Arap baharı olarak da adlandırılan halk ayaklanması, diğer Arap ülkelerine yayılarak ülkelerin iç karışıklığa sürüklenmesine ve terör olaylarının patlak vermesine neden olmuştur. Bunların neticesinde Türkiye'nin sınır komşusu olan Suriye'yi etkisi altına alması ile yaşanan olayların Türkiye'ye kadar gelmesine zemin hazırlamıştır. Yaşanan olaylar sonucunda Türkiye, Suriye'nin iç işlerine müdahale ederek meydana gelen Arap baharından kendi payına düşeni alarak olumsuz yönde etkilenmiştir. Devamında ise terör olayları artarak ülkeyi dış güçlere karşı savunmasız durumda bırakmıştır. Ve daha sonra Rus uçağı olayının yaşanması ile kriz ekonomik ve sosyal anlamda Türkiye'yi etkisi altına alarak ülkeye gelen turist sayısında gerilemeler yaşanması, ekonomik ve işsizlik sorunlarının artması ile birlikte ülkenin olumsuz şekilde etkilenmesine neden olmuştur. Turizm gelirleri ve ziyaretçi sayıları da bu yaşanan olaylar üzerine doğrudan ve dolaylı olarak düşüşe geçmiştir.

Sonuç olarak terörizmin ekonomik etkilerine gelince, hemen hemen dünyanın her yerinde doğrudan ve dolaylı olarak ülke ekonomilerinin verdiği ağır kayıplar ve bilhassa oluşturulan güvensizlik ortamıyla turizm ve yatırım kanallarını sekteye uğrattığıdır.

Bu çalışma sonucunda edindiğimiz bulgulara dayanarak, sektörün diğer ülkeler ile rekabet edebilmesi ve daha iyi bir noktaya taşınabilmesi için bu öneriler uygulanmalıdır.

Türkiye'nin turizm sektörüne ilişkin kısa ve orta düzeyde yatırımlarını artırması sağlanmalıdır. İstihdam oluşturulabilecek turizm politikaları oluşturulmalıdır.

2023 hedefleri için turizm sektörünün diğer sektörlerle katkı sağlayacak desteklerle güçlendirilmesi sağlanmalıdır.

Türkiye'nin yaşanan krizlerden olumsuz etkilenmemesi için sadece bir ülkeye bağlı kalmadan diğer ülkeler ile de ikili ilişkilerini düzelterek, vizelerin kaldırılmasıyla beraber tanıtım çalışmalarına önem vermesi ülkeye gelen turist sayısında artışlar sağlayabilir. Turizmde rekabeti ön plana çıkaracak devlet politikaları uygulaması sağlanmalıdır.

Türkiye'de turizmi, deniz-güneş-kum üçlüsünden çıkararak diğer turizm türlerinin tanıtımının güçlendirilmesi doğrultusunda, turizmin mevsimsellikten çıkarılıp yılın bütün aylarına yayılması sağlanabilir.

Türkiye'ye gelecek olan turistlerin uçak biletleri fiyatlarının uygun hale getirilmesi ülkeye gelecek olan turist sayısında artışın yaşanması sağlanabilir. Dünyanın her yerinden ulaşım ağının geliştirilmesi sağlanmalıdır.

Sosyal medya aracılığıyla tanıtımların aktif bir şekilde yapılması insanlar üzerinde merak uyandırarak ülkeyi ziyaret etme isteği oluşturulabilir.

Turizm sektörüne yönelik alt yapı yatırımlarının artırılması sağlanmalıdır.

Turizm, karşılaşılan sosyoekonomik ve yöresel gerginlikler, değişkenlik gösteren politikalar ve etnik olaylarla toplumsal gelişim için de aşırı derecede nazik olan bir sektördür. Bu noktadan hareketle terörizm ile turizm arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Terör olayları turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun için niçin özellikle turizmde kolayca darbe vurulduğu değerlendirilmelidir. Turizm sektöründe karşılaşılabilecek risklere ve acil durumlara karşı önceden önlem alınmış olup, hazırlıklı olunmalıdır. Turizmi daha az tartışmalı bir konu haline getirecek bir felsefe izlenmeli, turistlere yönelik terörizmi önlemek için özel sistemler geliştirilmeli ve ilk kez oldu demeden derhal mücadele bulunulmalıdır.

Yüksek öğretim kurumu bünyesinde yer alan üniversitelerin yabancı ülkelere kardeş üniversiteler edinmesi karşılıklı etkileşim içerisinde öğrenci değişimi yapmaları sonucunda Türkiye'den memnun kalan ve beğenen öğrencilerin arkadaşlarına tavsiyesi sonucunda ülkeyi ziyaret etmek isteyen kişilerin sayıları artırılmalıdır.

Türkiye’de turizmin gelişebilmesi için özellikle komşu ülkelerle olan siyasi ve ekonomik ilişkilerin geliştirilmesi ve bölgede güvenliğin sağlanması ülkeyi ziyaret etmek isteyen kişi sayısında olumlu bir artış göstermesi yönünde etkiler doğuracaktır.



KAYNAKÇA

- Akat, Ö. (2000). *Pazarlama ağırlıklı turizm işletmeciliği*. (3.Baskı). Bursa: Ekin Yayıncılık.
- Akın, A., Şimşek, M.Y., Akın, A. (2012). Turizm sektörünün ekonomideki yeri ve önemi: *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 78-79.
- Akıncı, Z. (2010). *Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi. Alanya bölgesindeki konaklama işletmelerinde kriz sürecinde karşılaşılan sorunların tespit ve çözümüne yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Aktan, C. ve Şen, H. (Kasım- Aralık 2001). Ekonomik kriz: Nedenler ve çözüm önerileri. *Yeni Türkiye*, 42, 1225-1230.
- Altay, H., Ekinci, A. ve Peçe, M.A. (Temmuz 2013). Orta doğuda terörün ekonomik etkileri: Türkiye, Mısır ve Suudi Arabistan üzerine bir inceleme. *Sosyal bilimler dergisi*, 37, 26-269.
- Atik, H. ve Polat Atay, M. (2017). 15 Temmuz Darbe Girişiminin Türk Ekonomisine Etkileri: Türkiye'nin AB Karşısındaki Performansında Değişme. *15 Temmuz Darbe Girişimi ve Türkiye Sempozyumu*. Van. 22.
- Aktuğ, S.S. (2017). 15 Temmuz Darbe Girişiminin Türkiye Ekonomisine Etkileri. *15 Temmuz Darbe Girişimi ve Türkiye Sempozyumu*. Van. 23.
- Arpacı, Ö., Zengin, B. Ve Batman, O. (2012). Karamanın Mağara Turizmi Potansiyeli ve Turizm Açısından Kullanılabilirliği. Kahramanmaraş Üniversitesi. *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*. 59-64.
- Ataman, G. (2001). *İşletme yönetimi-Temel Kavramlar ve Yeni Yaklaşımlar*. İstanbul: Türkmen Yayıncılık.
- Avcıkurt, C. (2015). *Turizm Sosyolojisi Genel Ve Yapısal Yaklaşım*. (4.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Aydemir, M. ve Demirci, M. K. (Mayıs 2005). Son Dönemlerde Yaşanan Krizlerin İşletmeler Üzerindeki Olumlu Etkilerinin Analizi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. (1), 65-81.
- Aymankuy, Ş. (2001). Turizm sektöründe kriz yönetimi. Balıkesir Üniversitesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. (6), 114-115.

- Bahar, O. (2006). *Turizm sektörünün Türkiye'nin ekonomik büyümesi üzerindeki etkisi: Var yaklaşımı*. Celal Bayar Üniversitesi, Manisa. Cilt:13 Sayı:2
- Baka (Batı Akdeniz Kalkınma Örgütü). (2013). *Sağlık Turizmi Sektör Raporu*.
- Baltaş, Z. (2002). *Krizde Fırsatları Görmek. Yöneticiler İçin Krizde Yönetim El Kitabı.*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Buhalis, D. ve Costa, C. (2006). *Tourism Management Dynamic Trends, Management and Tools*, Elsevier Norfolk.
- Cevad el-beşiti, el-beşiti, Cevad, Suriye Yu-hadr El-toda Hurat Be-Mucab Elgah El-Tawary, (Suriye gösterileri olağanüstü hali kaldırarak yasaklıyor), *Middle East*, 18 Nisan 2011 Erişim Tarihi: 25.09.2017, <http://www.middle-east-online.com/?id=10817>.
- Curtin, T., Hayman, D. ve Husein, N. (2005). *Managing a Crisis: A Practical Guide*, Palgrave Macmillan, New York.
- Çiçek, R., Avderen, S. (2013). *Sağlık Turizmi Açısından İç Anadolu Bölgesindeki Kaplıca ve Termal Tesislerin Mevcut Yapısının ve Potansiyelinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*, 25-35.
- Çiğdem, R. (2012). *Türkiye ekonomisinde yaşanan 1994-2001 ekonomik krizlerinin ve 2008 küresel ekonomik krizinin imalat sanayi sektörüne etkilerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.
- Durgun, A., Gövdere, B. (2011). 2008 Küresel krizinin Antalya konaklama işletmelerine etkileri üzerine bir analiz. *İktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi*. (1). 139-159.
- Dallaryan, S. (2006). *Turizmde kriz yönetimi ve KKTC'nde kriz yönetiminin ülke turizminin gelişimine etkileri*. Yayınlanmamış doktora tezi. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Demir, B.M. (2009). Teropötik Jeoloji (Jeolojik Malzeme, Süreç ve Mekânların İnsan Sağlığında Tedavi Edici Etkisi). *Jeoloji Mühendisliği Dergisi*. 63-74.
- Demir, E. (Aralık 2015). *Rusya'nın yaptırımlarının Türkiye ekonomisine olası etkileri*. T.C. İş Bankası
- Diñçer, C.Ö. (1992). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Timaş Basın Yayım.
- Diñçer, M. Z. (1933). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

- Dinler, Z. (2014). *İktisada giriş*. (20. Baskı). Bursa: Ekin basım yayın dağıtım.
- Ekonomi haber <http://www.businessht.com.tr/ekonomi/haber/1268321-darbe-girişimi-turizmde-yeşeren-umutlari-sondordu-mu> Erişim tarihi: (15.09.2017).
- Emekli, G. (2006). Avrupa Birliği'ndeki Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 14, 99-107.9
- Eğilmez, M. (13 Şubat 2012). *Kendime yazılar*. www.mahfiegilmez.com/2012/02/cari-ack-dersi Erişim tarihi: 15.09.2017
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm* (3. Baskı). Ankara: Basın-Yayın Yüksekokulu Yayınları.
- Erdoğan, H. (1995). *Ekonomik, Sosyal, Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslar arası Turizm*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.
- Frey, B., Simon, L. ve Alois, S. (2004). 'Calculating Tragedy: Assessing the casts of terrorism.' *Institüfer Empirical Research in Economics, Working Paper 205*, University of Zurich.
- Garet, S. ve Allan, W. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*, Sage Publications.
- Giritlioğlu, İ. ve Karakan, H. (2016). *Genel Turizm*. (1.Baskı). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Göral, R. (2014). *Turizm işletmelerinde stratejik yönetim*. (1. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hazar, A.(2010). *Genel Turizm*. (1. Baskı). Ankara.
- Henderson, J.C. (2007). *Tourism Crisis: Causes, Consequences and Management*, Elsevier, Burlington.
- Hornby, A.S. (1997). *Oxford advanced learners' dictionary of current english new edition*, Oxford, Oxford University Press.
- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, <http://hbogm.meb.gov.tr> (21.08.2016).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, <http://www.tursab.org.tr> Erişim tarihi: 18.08.2016.
- Hussein,T.A. ve Saç, F. (2008). *Genel Turizm Gelişimi-Geleceği*. Ankara: Siyasal Basın Yayın Dağıtım.
- İlban, M.O. ve Kaşlı, M. (2011). *Turistik Ürün Çeşitlendirmesi*. (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayınları.

- İncekara, A. (1998). Doğu Anadolu'da Kış Turizmi ve Gelişme Olanakları. İstanbul Ticaret Odası
- Karadeveci, Z.B. (2004). *Kriz ortamında turizm işletmelerinde risk yönetimi ve finansal kararlar*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Kesimli, İ. (2010). *Son krizin reel sektörü dönen varlıkları üzerindeki etkileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Kozak Akoğlu, M., Evren, S. Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçerisinde Turizm Paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmalara Dergisi*. 7-22.
- Kozak, M.A. ve Bahçe, A.S. (2009). *Özel İlgi Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlu, M. ve Kozak, M. (1997). *Genel Turizm İlkeler Kavramlar*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- Kozak, N., Kozak Akoğlu, M. ve Kozak, M. (2012). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. (12. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, Ö.(2016). *Genel Turizm* (1. Baskı). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Küçükaslan, N. (2007). *Özel İlgi Turizmi*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Maviş, F., Alipaşaoğlu, H. S. ve Kozak, N. (2002). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Meydan, M.(2005). *Kriz yönetimi ve muhtemel bir krize karşı işletmelerin hazırlıklarına yönelik olan araştırması: Denizli tekstil işletmeleri örneği*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- Olalı, H. (1984). *Turizm Dersleri*. İzmir: İstiklal Maatbası.
- Olalı, H. (1990). *Turizm Politikası ve Planlaması*. Yayın No: 228, İstanbul: İstanbul Üniversitesi. İşletme Fakültesi.
- Olalı, H. ve Timur, A. (1988). *Turizm Ekonomisi*. (7. Baskı). İzmir: Ofis Ticaret Maatbacılık ŞTİ.
- Öter, Z. ve Özdoğan, O.N. (2005). Kültürel Amaçlarla Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı. Selçuk-Efes Örneği, *Anatolia. Turizm Araştırma Dergisi*16(2), 127-138.
- Özdemir, Ü. (2011). Safranbolu'nun Kültürel Miras Kaynakları ve Korunması. *Doğu Coğrafya Dergisi*. (26), 129-142.

- Özden, K. (2009). *İşletme ve örgütlerde toplam kriz yönetimi* (1. Baskı). İstanbul: Beta basım yayım.
- Öztaş, K.(2002). *Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Öztürk, M. ve Bayat, M.(2011). *Uluslar arası Turizm Hareketlerinde Sağlık Turizminin Rolü ve Kalite Çalışmalarının Önemi: Bir Literatür Çalışması*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF Fakültesi. 1 (2), 135-156.
- Öztürk, Y. ve Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*.(16) 2, 183-195.
- Pira, A. ve Sohodol, Ç. (2004). *Kriz yönetimi*. (1. Baskı). İstanbul: İletişim yayınları.
- Pizam, A. (1999). 'A comprehensive approach to classifying acts of crime and violence at tourism destinations' *Journal of travel research*, 38(5), 5-12.
- Sandıklı, A. ve Semin, A. (2012). *Bütün boyutlarıyla Suriye krizi ve Türkiye*. Bilgesam.
- Sarı, D. (2010). *Konaklama işletmelerinde kriz yönetimi: 2009 küresel ekonomik krizine yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Sezgin, M. (2016). *Genel Turizm*. Ankara: Grafiker Yayınları.
- Shoyunchap, O. (2008). *Rusya ,Türkiye Turizm Ekonomisi İlişkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Sönmez, S.F. (1998). 'Tourism, terrosizm and poitical instability.' *Annols of tourism research*, (25)2, 416-456.
- Spech, A. (2006). 'Natural disaster management.' *Tourism in turbulent times: Towards safe experiences for visitors*, Elsevier, Oxford. 123-143.
- Şahbaz, P. (2016). *Genel Turizm* (1. Baskı). Ankara: Grafiker Yayınları.
- Şahin, A. (1990). *İktisadi kalkınmadaki Önemi Bakımından Türkiye de Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi*. Ankara: TOBB Yayın No: 149.
- Şahin Erdil, B. (2011). Türkiye'nin cari açık sorunu. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*. İstanbul. 3 (2), 47-56.

- T.C. Kùltür ve turizm bakanlığı yatırım ve işletmeler genel mùdùrlùđù, 2012 yılı Aralık ayı sınır giriş-çıkış istatistikleri (07.02.2013). Erişim tarihi, (01.09.2017).
- Tack, P.B. (1994). *Kriz zamanı yönetimi*. İstanbul: İlgı yayın.
- Tagraf, H. ve Arslan, T.N. (2003). Kriz oluşum süreci ve kriz yönetiminde proaktif yaklaşım. *Cumhuriyet üniversitesi ve idari bilimler dergisi, 1*.
- Tarlow, P. (2006). ‘ *Asocial theory of terrorism and tourism.*’ *Tourism, security and safety: from theory to practice*, elsevier butter worth-heinemann. Oxford.
- Taşçı, K. ve Özsan, M. E. (Nisan 2013). *Suriye krizinin Türkiye ekonomisine etkisinin analizi*. Ankara.
- Topuz, Ç. (2009). *Kriz Yönetimi ve Turizm Sektörüne Etkileri (Belek Bölgesindeki Otel İşletmelerine Yönelik Bir Uygulama)*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi. Konya.
- Tuna, M. (1997). *Otel işletmelerinde kriz yönetimi ve yöneticilerin krizlere ilişkin yaklaşımlarına ait bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi üniversitesi, Ankara.
- Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. ve Erkan, Ç. (2013). Turizm sektörünün istihdam üzerine etkisi. *Küresel iktisat ve işletme çalışmaları dergisi. (4)*, 14-27.
- Tüfekçi, N.(2010). *Türkiye de Turizm Sektöründe Kriz Yönetimi ve Bu Alanda Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Tüz vergiliel, M. (2001). *Kriz ve işletme yönetimi*. İstanbul: Alfa yayınevi.
- Tüz vergiliel, M. (2008). *Kriz döneminde işletme yönetimi, kriz yönetimi uygulamaları için temel adımlar*. (4. Baskı). Bursa: Alfa aktüel yayın.
- Ulutürk Göker, Z. (1998). *Türkiye de Turizm Teşvikler, 21 yy. Eşiğinde Türkiye Turizm Sempozyumu Bildiri Kitabı*. Başkent Üniversitesi, Ankara.
- Usta, Ö.(2008). *Turizm, Genel Yapısı ve Sol Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlüönen, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2015). *Turizm Ekonomisi*. (5. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayınları.
- Turizm Gazetesi, www.turizm.gazetesi.com/duyuru.aspx?id=80932 Erişim tarihi (07.09.2017).

- T.C. Milli Eğitim Bakanlığı, <http://hbogm.meb.gov.tr> (21.08.2016).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, www.kultur.gov.tr (2015). Erişim tarihi (05.09.2017).
- Türkiye İstatistik Kurumu, www.tuik.gov.tr (2015). Erişim tarihi (05.09.2017).
- Türkiye Seyahat Acentaları Birliği, <http://www.tursab.org.tr> Erişim tarihi: 18.08.2016.
- Yavaş, A.(2004). *Körfez Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkilerinin Kriz yönetimi Açısından İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli Üniversitesi. Kocaeli.
- Yeşiltaş, M., Öztürk, İ. ve Türkmen, F. (2008). Terör faaliyetlerinin turizm sektörüne etkilerinin çözüm önerileri perspektifinde değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Dergisi*. (1), 186-187.
- Yıldırım, H.M. (2008). *Türkiye de Turizmin Ekonomik Kalkınma Üzerine Etkisinin Analizi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi, Çanakkale.
- Yılmaz Akyüz, G. (2010). *Kriz ve kriz yönetiminde liderin rolü*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kocaeli üniversitesi, Kocaeli.
- Yılmaz, Ö.D. (2004). *Turizm işletmelerinde kriz yönetimi ve konaklama işletmeleri yöneticilerinin krizlere ilişkin yaklaşımlarına yönelik bir araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Yoloğlu, Y. (2015). *İktisadi Büyüme Yönüyle Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri Ve Fayda Artırıcı Politikalar*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep.
- Yücel, A. (2008). *Mağara Turizmi. Tokat Balıca Mağarası Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Kültür Turizm Bakanlığı.
- Yüncü, D.K. ve Kozak, N. (2010). Türk Akademisyenler Kongre Tercihleri Üzerine Bir Araştırmaları Dergisi. *Turizm Araştırmaları Dergisi*. 21(1), 109-120.
- Zengin, B. (2010). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine reel ve moneter etkileri. *Akademik İncelemeler Dergisi* 5 (1), 103-125.
- <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html> (Erişim tarihi: 09.10.2017)
- <https://www.cnnturk.com/ekonomi/iflas-eden-ingiliz-havayolu-sirketi-bir-nedeni-de-turkiye>

(Erişim tarihi: 10.10.2017).

World Trade Organization, www.wto.org (2016). Erişim Tarihi (11.12.2016).

