

## TARİHİ SÜREÇTE TÜRKİYE VE İNGİLTERE ARASINDA TİCARİ VE TURİSTİK BAĞLAR

## TRADE AND TOURISM TIES BETWEEN TURKEY AND ENGLAND IN THE HISTORICAL PROCESS

M. Nimet ÇAVUŞ\*

## Öz

*Türk-İngiliz ilişkileri tarihsel gelişim süreci boyunca ve 16. yüzyıla kadar dalgalı bir seyir izlemiştir. Yüzyılın başında dostane ve ticari ilişkiler, değişen güç dengelerindeki değişimler ve çıkar çatışmaları 19. yüzyılda çatışma ortamına girmiştir. Balkan, Ermeni, Mısır ve Yahudi yerleşimlerinin sorunları ve Türkiye'nin Ortadoğu'da toprak edinme çabası, Birinci Dünya Savaşı'nda iki ülkeyi karşı karşıya getirmiştir. Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra İngilizlerin Türkiye'ye yönelik politikası Anadolu'yu Yunan yönetimine bırakmak yönündeydi, ancak 30 Ağustos'ta Mustafa Kemal Paşa'nın zaferiyle Türkleri dar bir alana sıkıştırma hayali sona ermiştir. Bu tarihten sonra İngiliz hükümetleri yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti ile anlaşmaya varmayı tercih etmiştir. Türkiye, İngiltere'nin İkinci Dünya Savaşı'nda kendi tarafına çekmek istediği önemli ülkelerden biriydi ve Osmanlı döneminde dostluktan çatışmaya geçen ilişkiler, İkinci Dünya Savaşı'nın sonunda yeniden yumuşamaya başlamış ve ikili ilişkiler iyiye gitmiştir. Özellikle turizm alanında bugüne kadar devam etmiştir.*

*Türkiye'de 1970-2010 yılları arasında turizm yatırımları ve bu yatırımların toplam yatırımlar içindeki payı konusunda İngiliz sermayesi önemli bir yere sahiptir. Bu dönemde İngiltere'den Türkiye'ye 26.545.997 İngiliz vatandaşı gelmiş ve İngiltere, Türkiye'ye turist gönderen ülkeler arasında üçüncü sırada yer almıştır. 2000 yılından sonra İngilizlerin çoğunlukla Ege ve Akdeniz kıyı şeridindeki turizm yerlerini tercih ettiği görülmüştür. Türkiye'nin 2010 yılında turizmde elde ettiği gelir 20.806.000 dolar olmuştur. İngiliz turistlerin Türkiye'yi tercih etmelerinin başlıca nedenleri arasında maliyetin düşük olması, kalite, altyapı ve olanaklar, iklim koşullarının elverişliliği ve güneşli günlerin sayısı, aktarmasız/direkt uçuşların sayısı ve sıklığı yer almaktadır.*

*Yabancıların Türkiye'ye yerleşmek üzere göçünde gayrimenkul satın almasına olanak sağlayan Tapu Kanunu'nun kabul edilmesi etkili olmuş ve 2000-2010 yılları arasında İngilizler yoğun bir şekilde Türkiye'den gayrimenkul satın almıştır. Türkiye ile İngiltere arasındaki siyasi ve sosyo-ekonomik ilişkilerdeki olumlu seyrin iki ülke arasındaki ekonomik ve turizm ilişkilerine de yansıtıldığı söylenebilir.*

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Tarihi, Türkiye-İngiltere Ekonomik İlişkileri, Türkiye-İngiltere Turizm İlişkileri

## Abstract

*Turkish-British relations followed a fluctuating course throughout the historical development process and until the 16th century. Friendly and commercial relations at the turn of the century, changes in the shifting balance of power and conflicts of interest entered into a conflictual environment in the 19th century. The Balkan, Armenian, Egyptian and Jewish settlement problems and Turkey's endeavour to*

## Article Info

## Araştırma Makalesi

Geliş Tarihi: 31/08/2024

Kabul Tarihi: 10/11/2024


## Atf

Çavuş, M. N. (2024). Tarihi Süreçte Türkiye ve İngiltere Arasında Ticari ve Turistik Bağlar. *Anasay*, 30, 196-211.

## Research Article

Received: 31/08/2024

Accepted: 10/11/2024

\* Dr. Öğr. Gör. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, E-posta: mncavus@adu.edu.tr, ORCID ID   
<https://orcid.org/0000-0003-0860-7643>

*acquire territory in the Middle East brought the two countries face to face in the First World War. After the First World War, the British policy towards Turkey was to leave Anatolia under Greek rule, but with the victory of Mustafa Kemal Pasha on 30 August, the dream of squeezing the Turks into a narrow area came to an end. After this date, British governments preferred to reach an agreement with the newly established Turkish Republic. Turkey was one of the important countries that Britain wanted to attract to its side in the Second World War, and relations, which had changed from friendship to conflict during the Ottoman period, began to soften again at the end of the Second World War and bilateral relations improved. They have continued until today, especially in the field of tourism.*

*British capital has an important place in tourism investments in Turkey between 1970-2010 and the share of these investments in total investments. During this period, 26,545,997 British citizens travelled to Turkey from the UK and the UK ranked third among the countries sending tourists to Turkey. After 2000, it has been observed that the British mostly prefer tourism destinations on the Aegean and Mediterranean coastlines. Turkey's income from tourism in 2010 was 33.027.943 USD. The main reasons why British tourists prefer Turkey are low cost, quality, infrastructure and facilities, favourable climatic conditions and the number of sunny days, the number and frequency of non-stop/direct flights.*

*The adoption of the Land Registry Law enabling foreigners to purchase real estate was effective in the migration of foreigners to settle in Turkey and the British purchased real estate in Turkey intensively between 2000 and 2010. It can be said that the favourable course of political and socio-economic relations between Turkey and the UK is also reflected in the economic and tourism relations between the two countries.*

**Keywords:** *History of Tourism, Turkey-UK Economic Relations, Turkey-UK Tourism Relations*

#### Cite this article as:

Çavuş, M. N. (2024). Trade and Tourism Ties Between Turkey and England in the Historical Process. *Anasay* 30, 196-211.

### EXTENDED ABSTRACT

Turkey's tourism revenues increased significantly in 2010, and tourism and capital mobility between the two countries followed a parallel course with Turkish-British political and economic relations. In this sense, it is important to analyze the reflections of Turkish-British political and economic relations on Turkish tourism between 1970 and 2010 in order to understand the effects of diplomatic ties and economic cooperation between the two countries on Turkish tourism. In this study, it is aimed to examine the development of Turkish-British relations in the historical process in terms of the tourism sector.

Turkish-British relations have followed a fluctuating course in the historical process, and the relations, which were friendly and commercial in the early 16th century, entered into an environment of conflict with the changing balance of power and conflicts of interest in the last quarter of the 19th century. The period 1963-1983 was represented for the first time by a specialized state institution, the Ministry of Tourism and Promotion, instead of the Ministry of Press, Publication and Publicity. Recognizing the need to guide, support, coordinate and supervise the tourism sector, the government began to take steps in this direction. Therefore, the period in question can be characterized as a period of great development for Turkish tourism. According to Milliyet Newspaper, 1968 was a turning point in terms of British investments and capital coming to Turkey.

The role and importance of tourism in Turkish-British relations, which regained momentum after the 1970s, is emphasized. Although Turkish-British relations initially started with commercial relations and later for political reasons, Turkey has started to occupy an important place in the vacation preferences of the British. Since the 1980s, British capital has played an important role in the Turkish economy and tourism. However, tourism relations did not reach the desired level until 1980. After 1980, British interest in Turkey reached serious dimensions. Many British companies took a close interest in Turkish tourism and started to invest in Turkey. In 1982, the investment incentives and financial support provided to the sector by the

“Tourism Incentive Law No. 2634” undoubtedly played a very important role in the rapid growth of tourism in the Turkish economy. There has been a radical change in tourism strategies. The “Tourism Incentive Law No. 6224” is the first and most important law determining the tourism policy in Turkey and the consequences of the development of mass tourism. Its aim is to give tourism a more dynamic structure and mechanism through regulations and calculations. With this Law, spatial terms such as tourism regions, tourism areas and tourism centers, which are priority areas in tourism investments, promotion and development, come to the fore.

1985-1989 was the period in which grant support was used the most in investments. On December 29, 1987, an event that would accelerate Turkish-British tourism relations took place. It was decided to establish the Turkish Foreign Trade and Tourism Investment Bank with headquarters in London. Thus, the British, who planned to bring British capital to Turkey through tourism, were able to easily obtain foreign currency when they left their country and this money was easily transferred to Turkey as foreign currency. From 1988 onwards, the British started to buy tourism companies. They bought land in coastal areas and started to build touristic facilities there.

In the 1990s, with the effect of the Tourism Incentive Law, the role of the private sector in the development of tourism increased, while the public sector abandoned its role of investing in tourism. In this period, it was decided to privatize state tourism facilities. The “Five Year Development Plans” prepared in the 1990s indicate that the changing economic and political structure of the world led to changes in tourism policy. Development Plans VI (1990-1994) and VII (1996-2000) have a common policy of diversifying tourism and developing specific types of tourism beyond activities based on sea, sand and sun.

The development of historical and cultural relations after 2000 has been influential in the preference of the UK and British citizens for Turkey in tourism. Developments in political relations, sociocultural relations, sports, music, education, energy and many other areas have accelerated the tourism relations of the two countries. It can be said that the British take media, advertising, campaigns and transportation into account when making decisions. The British wanted to go everywhere in almost every season, even in only one season, regardless of summer and winter.

As a result of this research, it has been observed that the positive course of political and socio-economic relations between Turkey and the UK is reflected positively on the economic and tourism relations between the two countries. It is clearly seen in the economic data that the economic-commercial relations between both countries are reflected in the tourism sector in the same direction. In addition, it is seen that the place and importance of British capital in the development of Turkish tourism continues to reach important dimensions and that British citizens have an important place in the number of foreign tourists coming to Turkey. In this context, the interaction between Turkey and the UK in many areas ranging from economy to trade between 1970 and 2010 led to a rapprochement, and the post-2010 period has been a very different period in world tourism and Turkish-British tourism mobility. Political and economic relations have brought inter-state travel to different dimensions. Regional wars and trade blocs, monopolization, etc. have made it necessary to approach tourism relations from a different perspective after 2010.

## Giriş

Türk-İngiliz ilişkileri Selçuklu dönemine kadar uzanmaktadır. 14. ve 15. yüzyıllar İngilizlerin henüz dünyaya açılmadığı bir dönemdir. 16. ve 17. yüzyıllar boyunca dünya ticaretinde söz sahibi olmak isteyen bir İngiltere vardı. Bu yüzyıllarda İngilizlerin Türklere yakınlaşma arzusu esas olarak ticari kaygılara dayanmaktadır. 18. yüzyıl İngilizlerin dünya siyasetine yön vermek istediği bir dönem olmuştur. 19. yüzyılda İngiltere ile ilişkiler ticari, ekonomik ve askeri stratejiler çerçevesinde olumlu seyrini sürdürmüştür. Ancak stratejik

nedenlerden dolayı bu ilişki 1875'ten sonra çatışmaya dönüşmüştür (Sönmezoğlu, 1985). 19. yüzyılın sonlarında muhafazakâr İngiliz siyasetçiler bir süre Osmanlı İmparatorluğu'nun toprak bütünlüğünü desteklemişler, ancak İngiliz Liberal Partisi'nin öğretileri bu politikayı sürdürmemiştir (Temel, 1998, s. 124). Milli Mücadele'nin başarıya ulaşması ve Cumhuriyetin ilanı ile birlikte yeni bir devletin yaratılmasının ardından İngilizler, Türk devletinin kurucularıyla anlaşmayı tercih etmiştir. İngilizler stratejik hedeflerine ulaşmak için dostluğu yeniden kurmuşlardır. Yeni dünya düzeni ilişkileri geliştirmeye başlamış ve İngiltere, Türkiye'nin çok önemli bir dış ticaret ortağı olmuştur.

Türk-İngiliz ticari ilişkileri 1923'ten sonra daha barışçıl bir şekilde gelişmiştir. Kuşkusuz 1930'da Avrupa'daki siyasi durum, Türk-İngiliz ilişkilerinin gelişmesine olumlu katkıda bulunmuştur. Türkiye ve İngiltere 1930'lu yıllarda birçok alanda işbirliği yapmış ve bu işbirliği, 1939 yılında imzalanan ittifak anlaşmasının altyapı çalışmalarının yapıldığı yıllar olarak görülebilir (Pekşen, 2019, s. 116). 1930'da Türkiye ile İngiltere arasında Ticaret ve Denizcilik Anlaşması, ittifak kurma çabaları ve Türkiye'nin Millet Cemiyeti'ne üyeliği gibi gelişmeler iki ülkenin yakınlaşmasında etkili olmuştur (Arslan, 2022). İkinci Dünya Savaşı'na gelindiğinde İngiltere'nin müttefiki olmak istediği en önemli ülke Türkiye'ydі. Turizm İkinci Dünya Savaşı'nın bitiminden sonra önem kazanan bir sektör haline gelmiştir (Evcin, 2016). Ayrıca ülkeler arasında turizm faaliyetlerinin gelişmesi ülkeleri birbirine yaklaştırmıştır. Soğuk Savaş döneminde dünyada ekonomik ilişkilerin blok çerçevesinde şekillenmesi Türk-İngiliz ilişkilerine de yansımıştır. Türkiye, 1950'li yıllardan itibaren iklimi, ekonomik koşulları ve Avrupa'ya yakınlığı gibi nedenlerle turizm sektöründe bir çekim merkezi olmaya başlamıştır. Doğal olarak İngiliz vatandaşlarının turizm tercihi Türkiye'ye yönelmiştir (Özcan, 2023).

Bu çalışmada genel olarak Türk-İngiliz ilişkilerinin tarihsel süreç içindeki gelişimini turizm sektörü açısından incelenmektedir. 1970'lerden sonra yeniden ivme kazanan Türk-İngiliz ilişkilerinde turizmin rolü ve önemi vurgulanmıştır. Türk-İngiliz ilişkileri başlangıçta ticari ilişkilerle, daha sonra siyasi nedenlerle başlamış olsa da, Türkiye İngilizlerin tatil tercihlerinde önemli bir yer tutmaya başlamıştır. 1980'li yıllardan bu yana İngiliz sermayesi Türk ekonomisinde ve turizmde önemli bir yer tutmaktadır. Ancak 1980 yılına kadar turizm ilişkileri istenilen düzeye ulaşamamıştır. 1980'den sonra İngilizlerin Türkiye'ye ilgisi ciddi boyutlara ulaşmıştır. Pek çok İngiliz firması Türk turizmiyle yakından ilgilenmiş ve Türkiye'ye yatırım yapmaya başlamıştır.

İngilizlerin Türkiye'ye yönelik turizm ve seyahat tercihlerinde ağırlıklı olarak kıyı bölgelerini tercih ettikleri görülmektedir (Çavuş, 2023, s. 6728). Dolayısıyla son yıllarda Türkiye'de kıyı turizmde önemli sayısal değişimler yaşanmaktadır. Turizm sektörü termal, sağlık, spa, dağcılık, kış sporları, konferans ve fuar faaliyetleri, golf ve yat gezileri gibi farklı sektörlerde önemli bir gelişme avantajına sahip olsa da kıyı turizminin önümüzdeki yıllarda da gelecekte büyümeye devam etmesi beklenmektedir. Son yıllarda Türkiye'ye yerleşmek için gelen yabancılar dikkat çekmektedir. Tarih boyunca zor dönemlerden geçen Türk-İngiliz ilişkilerinin 1990 sonrasında yeniden önem kazanmasının en önemli nedenlerinden biri turizm faaliyetlerinin ve turizm ekonomisinin gelişmesidir. Böylece iki ülke arasındaki ilişkiler ekonomik temelde gelişse de turizmden elde edilen gelirlerde önemli bir artış yaşanmıştır. Bu durum iki ülke arasındaki ilişkilerin daha geniş boyutlar kazanmasına yol açmıştır.

1970-2010 yılları arasında Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin yaklaşık yarısı AB ve OECD ülkelerinin vatandaşları olmuştur. AB ve OECD ülkelerinden Türkiye'ye gelen turistlerin yaklaşık %10'unu İngilizler oluşturmaktadır. Türkiye'nin turizm gelirleri 2010 yılında önemli oranda artmış ve iki ülke arasındaki turizm ve sermaye hareketliliği, Türk-İngiliz siyasi ve ekonomik ilişkilerine paralel bir seyir izlemiştir. Bu anlamda, 1970-2010 yılları arasında Türk-İngiliz siyasi ve ekonomik ilişkilerinin Türk turizmine yansımalarını incelemek iki ülke arasındaki diplomatik bağların ve ekonomik işbirliklerinin Türk turizmine olan etkilerini anlamak açısından önemlidir.

## 1. TÜRK-İNGİLİZ SİYASİ VE EKONOMİK İLİŞKİLERİN TURİZM SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

Turizm, daimi ikamete dönüşmemesi ve kişilerin gelir getirici herhangi bir amaçla meşgul olmaması kaydıyla, insanların geçici olarak kalmalarından kaynaklanan olay ve ilişkiler bütünüdür. Tarihin her döneminde insanlar bir yerden bir yere gitmek, görmek ve bilgi edinmek amacıyla geziler yapmışlardır. Bu bağlamda Akdeniz havzası ilk ve orta çağlarda en çok ziyaret edilen ve görülen yerler arasında yer almaktadır. Özellikle 15. yüzyılda Avrupa’da Rönesans’ın gelişmesiyle birlikte sonraki yüzyıllarda siyasi, ekonomik, kültürel, bilimsel, sanatsal, mimari ve eğitim alanlarında sağlanan reformlar, özgürlüğe ve öğrenmeye olan ilginin bir sonucu olarak yeni bir turizm türünü ortaya çıkarmıştır. Dünyadaki ilk modern organize tur hareketi, 1841 yılında İngiltere’de özel bir trenle gerçekleştirilmiştir. Turistik gezi ofisi kurarak işe başlayan Thomas Cook, 570 yolcuyla ilk grup seyahatini Leimncester’den Loughborough’a yapmıştır (İçöz, 2011, s. 10-11).

Tarihsel süreç içerisinde Türk-İngiliz ilişkileri dalgalı bir seyir izlemiş, 16. yüzyılın başlarında dostane ve ticari olan ilişkiler, 19. yüzyılın son çeyreğinde değişen güç dengeleri ve çıkar çatışmalarıyla çatışma ortamına girmiştir. Balkan, Ermeni, Mısır, Yahudi yerleşim sorunları ve Türkiye’nin Ortadoğu topraklarını ele geçirme çabaları, Birinci Dünya Savaşı’nda iki ülkeyi karşı karşıya getirmiştir. Liberal Parti genel başkanı William Ewart Gladstone’un “Türkleri geldikleri Orta Asya’ya göndereceğiz” sloganı, Birinci Dünya Savaşı’na kadar liberal İngiliz siyasetinin temel ilkesi haline gelmiştir (Karaca, 2020, s. 27). Birinci Dünya Savaşı’ndan sonra İngilizlerin Türkiye’ye yönelik politikası Anadolu’yu Yunan egemenliğine bırakmak yönündeydi. Liberal Başbakan Lloyd George, Yunanlıları destekleyerek bu hedefe ulaşmaya çalışmış ancak 30 Ağustos’ta Mustafa Kemal Paşa’nın zaferiyle Türkleri dar alana sıkıştırma hayali sona ermiştir (Kürkçüoğlu, 1978, s. 73). Bu tarihten sonra İngiliz hükümetleri yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti ile uzlaşma yolunu tercih etmiştir.

İkinci Dünya Savaşı’na girerken İngiltere’nin kendi tarafına çekmek istediği önemli ülkelerden biri de Türkiye olmuş, Osmanlı döneminde dostluktan çatışmaya dönen ilişkiler, İkinci Dünya Savaşı’nın sonlarında yeniden yumuşamaya başlamıştır. Savaşlar ve başta turizm olmak üzere ikili ilişkilerdeki iyi ilişkiler günümüze kadar devam etmiştir. Dünya barışının korunmasında büyük bir yere sahip olan turizm, uluslararası ekonomik, sosyal, iletişimsel ve bütünleştirici etkileriyle döviz gelirini ve istihdamı artıran, ülke ekonomisine katkı sağlayan önemli sektörlerden biridir. Ancak Birinci Dünya Savaşı, 1929 ekonomik krizleri ve İkinci Dünya Savaşı bu sektördeki faaliyetleri sekteye uğratmıştır. Savaşın sona ermesiyle birlikte turizm seyahatleri farklı alanlara yönelerek yeniden popüler bir kimlik kazanmıştır.

1930 yılında Türkiye ile İngiltere arasında Denizcilik ve Ticaret Anlaşması imzalanmıştır. Ancak bu anlaşma iki ülke arasındaki ithalat ve ihracat dengesizliğini ortadan kaldıramamıştır. Türkiye Cumhuriyeti Hükümeti, ithalatın hâlâ ihracattan fazla olması nedeniyle 1935 yılında anlaşmayı yürürlükten kaldırmıştır. Aynı yıl bu anlaşmanın yerini Ticaret ve Ödemeler Anlaşması almıştır. 29 Ekim 1936’da Türkiye ile İngiltere arasında Türk-İngiliz Comptoir Anlaşması imzalanmıştır. Bunun üzerine iki ülke, takas sistemi temelinde iş ilişkilerini yürütmeye karar vermişlerdir. O dönemde Türk siyasetçiler arasında İngiltere ile bağları güçlendirme konusunda heyecan ve istek vardı. Bu dönemde İngiltere ile Türkiye arasındaki turist hareketliliği düşüktü. Ancak ülkeler arası seyahatler ve bu seyahatlerdeki ekonomik harcamalar şüphesiz her iki ülkenin dış ticaretini de olumlu yönde etkilemiştir. 1963-1983 dönemi ilk kez Basın, Yayın ve Tanıtım Bakanlığı yerine uzmanlaşmış bir devlet kurumu olan Turizm ve Tanıtım Bakanlığı tarafından temsil edilmiştir. Turizm sektörünün yönlendirilmesi, desteklenmesi, koordine edilmesi ve denetlenmesi ihtiyacının farkına varan hükümet, bu yönde adımlar atmaya başlamıştır. Dolayısıyla söz konusu dönem, Türk turizminin büyük gelişme gösterdiği dönem olarak nitelendirilebilir. Milliyet Gazetesinin haberine göre, 1968 yılı İngiliz yatırımlarının ve sermayesinin Türkiye’ye gelmesi açısından bir dönüm noktasıydı. Bu kapsamda çalışmada Türk-

İngiliz siyasi ve ekonomik ilişkilerin turizm sektörüne yansımaları 1970-1990 başlangıç dönemi ve 1991-2010 gelişme dönemi olmak üzere iki başlıkta incelenmiştir.

### 1.1. Başlangıç Dönemi (1970-1990)

1970'lerdeki ekonomik kriz ve 1980 askeri darbesi sonucunda Türkiye'de liberalleşme ve ihracat gelişmeleri yaşanmıştır. Bu durum, ödemeler dengesinde kalıcı açıklara, ekonomik büyüme oranının doygunluğuna ve diğer makroekonomik sorunlara yol açmıştır (Çetin ve Savrul, 2016). Türkiye, ülke ekonomisini canlandırmak ve ekonomik sorunları aşmak için ihracat odaklı ekonomik kararlar almıştır. Bu anlamda turizm, Türk ekonomisinde cazip bir sektör olarak öne çıkmaktadır. Ticari engellere maruz kalmaması nedeniyle kolaylıkla ihracata yönelik büyüme stratejisinin parçası haline gelmiş ve Türkiye ekonomisine katkı sağlaması beklenmiştir. Bu dönemde devletin rolü, turizm planlamasını bütünlük bir şekilde yöneten ana aktör olmaktan, yatırımcıları teşvik eden ve turizmi detaylandıran kolaylaştırıcı rolüne dönüşmüştür. Bu değişimi tetikleyen temel gelişme ise 2003 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 4848 sayılı "Kültür ve Turizm Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun" ile yeniden birleştirilmesi olmuştur. Süreç, "ülke ekonomisinin ve özel sektörün ihtiyaçları ışığında" Bakanlık tarafından merkezi olarak yapılandırılmıştır (Nohutçu, 2002, s. 14). Bakanlık, önceki dönemden farklı olarak yalnızca Türkiye'deki gelişmelere değil, değişen küresel duruma da uygun olarak turizm planları geliştirmeye başladı. Bu nedenle Bakanlık, turizm gündemini ağırlıklı olarak rekabet edebilirlik, müşteri memnuniyeti, sürdürülebilirlik, küresel turizm trendlerine uyum, planlama ve destinasyon bazlı pazarlama konularına odaklanmıştır.

1970'li yıllardan sonra dünya çapında turist veya uluslararası ziyaretçi sayısında önemli artışlar yaşanmıştır. Soğuk Savaş döneminde esnekleşme sürecinde dünyada yaşanan olaylara paralel olarak turizm sektörü de hareketlilik ve turizm gelirleri açısından büyük bir büyüme kaydetmiştir. Aslında turizm sektörü, petrokimya ve otomotivle birlikte dünya ekonomisinin en karlı sektörleri arasında yer almaktadır (UNWTO, 2021):

*"1950'de 25,3 milyon olan dünyadaki turist sayısı, 1990'da 439,5 milyona, 2000 yılında 687 milyona, 2007 yılında ise yaklaşık 903 milyon kişiye ulaşmıştır. Bu hızlı yükseliş dünya turizm gelirlerine de etki etmiştir. 1950'de 2,1 milyar \$ olan dünya turizm geliri, 1990'da 270,2 milyar \$, 2000 yılında 481,6 milyar \$, 2007'de ise 856 milyar \$'a ulaşmıştır. Turizm sektöründeki bu büyümenin ileride de süreceği ön görülmektedir. Uluslararası turizm hareketliliğine bakıldığında turist yönünün gelişmiş ülkelere, Amerika'dan Avrupa'ya, Kuzey ve Batı Avrupa'dan Akdeniz bölgesine, sanayi bölgelerinden denizel yerlere, Amerika ve Avrupa ülkelerinden Doğu Asya-Pasifik bölgesine doğru olduğu görülebilmektedir. Türk turizm sektörünün uluslararası turizm hareketliliğinden ve gelirlerinden aldığı pay günden güne yükselmektedir. 1950'de Türk turizminin uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay yaklaşık olarak %0,2 iken 2007'de bu %2,2'ye yükselmiştir."*

1970'li ve 1980'li yıllar uluslararası turizmin gelişmesinde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Turizmde yükseliş trendine girilmiştir. 1970'den sonra İngiltere, Türkiye'ye hava yolculuğu yapacak uçak sayısını artırmıştır. Ancak Türkiye'nin her yerinde havayolu ulaşım imkanının olmaması bazı sorunlara neden olmuştur. 1975'teki THY grevi turizme ağır bir darbe vursa da sorun kısa sürede çözülmüştür (Hürriyet, 1975, s. 6). 1980'lerin başında bireysel gelir düzeylerinin düşmesi seyahat masraflarını artırmıştır. Kısa süreli tatiller, insanların yurt içinde konaklamanın daha ucuz olduğu yakın yerleri tercih etmesine neden olmuştur. Türkiye'de 1970'lerin sonu ve 1980'lerin başında yaşanan siyasi istikrarsızlık turizmi de baltalamıştır. Ancak 1980'li yılların ikinci yarısında yaşanan Çernobil felaketi ve terör olayları Afrika, Orta Doğu ve Türkiye turizmini olumsuz yönde daha fazla etkilemiştir. Bu dönemde Pasifik ülkeleri tercih edilen turistik destinasyonlar haline gelmiştir. 1980'li yıllarda ekonomik ve politik değişimler ve ekonomik kâr odaklı politikalar, sosyo-çevresel rollerin dışlanması radikal bir dönüşüme yol

açmıştır (Sönmez, Acar ve Atsız, 2017). Ekonomik temelli devlet politikaları turizmi önemli ölçüde etkilemekte ve bölgesel turizm planlaması açısından geçici politikalarda köklü bir değişikliğe yol açmaktadır. Türkiye’de liberalleşme turizm politikalarını da etkilemiş, turizmin ucuz ve kolay döviz kazanma yolu, küresel rekabete ayak uydurmanın kolay bir yolu olarak algılanmasına neden olmuştur (Nohutçu, 2002, s. 15).

1982 yılında kabul edilen “2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu” ile sektöre sağlanan yatırım teşvikleri ve mali destekler, turizmin Türkiye ekonomisinde hızla büyümesinde şüphesiz çok önemli bir yer tutmaktadır. Turizm stratejilerinde köklü bir değişiklik olmuştur. “6224 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu” Türkiye’de turizm politikasını ve kitle turizminin gelişmesinin sonuçlarını belirleyen ilk ve en önemli kanundur. Amacı düzenleme ve hesaplamalarla turizme daha dinamik bir yapı ve mekanizma kazandırmaktır (Gülbahar, 2009, s. 153). Bu kanunla turizm yatırımlarında, tanıtımında ve geliştirilmesinde öncelikli alanlar olan turizm bölgeleri, turizm alanları ve turizm merkezleri gibi mekânsal terimler ön plana çıkmaktadır. Turizmi kapsamlı bir şekilde geliştirme isteği, turizm kavramlarının bu üçlü hiyerarşisini ortaya çıkaran temel bileşen olmuştur (Toker, 2007). Kanunda planlamada turizm bölge ve merkezlerine ilişkin hükümler de yer almaktadır. 5. maddeye göre turizm bölge, alan ve merkezleri “Turizm Odaklı Uygulama Planları” hazırlama ve onaylama yetkisi Kültür ve Turizm Bakanlığına aittir. Ancak bunun 9’uncu madde uyarınca Çevre Planlarını onaylamakla görevli Bayındırlık ve İskân Bakanlığı’nın vereceği üst kararlara uygun olması gerekmektedir. Çevre planları genellikle 1/25.000 ölçekli stratejik planlardır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın bu sınırlar dâhilindeki bir planlama teklifine “olumsuz görüş” vermesi halinde dahi, planları onaylamakla görevli olan Bayındırlık ve İskân Bakanlığı’nın yasal olarak bu teklifi değerlendirme yükümlülüğü bulunmamaktadır. Dolayısıyla turizm alan ve merkezleri, Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın tavsiyeleri doğrultusunda Bakanlar Kurulu tarafından belirlendiğinden, turizm alanları ve merkezlerinde uygulama planı ölçeğinde karar verme yetkisinin bulunmaması oldukça çelişkili bir durumdur. Ancak Bakanlık her ne kadar politika üretse de bu alanlarda karar alma yetkisine sahip değildir. Kanun, turizm yatırımlarında önemli bir artış sağlamak amacıyla bir planlama aracı olarak kamu arazilerinin yatırımcılara uzun vadeli tahsis edilmesini getirmiştir. 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu’nun 8, 9, 10, 11 ve 12. maddelerinde “Gayrimenkullerin Turizm Amaçlı Kullanımı“ na ilişkin ibareler yer almaktadır. Kanun’un 8 inci maddesinin A ve D bentleri şu hükme haizdir (Resmi Gazete, 1982):

*“Turizm alanları ve turizm merkezlerinde Bakanlığın istemesi üzerine turizme ayrılan ve planları yapılan alanlarda hazine ve orman arazisine ait taşınmazlar; Bakanlık, ilgili makam tarafından Bakanlığa tahsis edilmiş... Bakanlık, bu taşınmazları kiraya vermeye, Türk ve yabancı gerçek ve tüzel kişilere tahsis etmeye, bu mülkler üzerinde özel ve kalıcı haklar dâhil irtifak hakkı vermeye, lehine serbest irtifak hakkı vermeye yetkilidir. (C) maddesinde belirtilen şartlara göre altyapı için gerekli alanlarda altyapı tesislerini yürütecek olan kamu kurumudur”.*

Bu Kanunun 6. maddesinde belirtilen “Devletin yetki ve mülkiyetindeki alanlar” hükümleri çerçevesinde Kültür ve Turizm Bakanlığı ve turizm işletmelerince turizm amaçlı kullanım için Kamu ve Orman arazilerinin tahsisini kanunlaştırmaktadır (Resmi Gazete, 1982).

2634 Sayılı Kanun ile Kültür ve Turizm Bakanlığına verilen arazi tahsis yetkisi, uygulamada, devredilebilir kamu arazilerinin bulunduğu alanların beyanına yol açmıştır:

*2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanun’un temel amacı kitle turizminin gelişimini hızlandırmadır (Şanlıoğlu ve Özcan, 2017). Bu Kanun, devlete ait araziye turizmin gelişmesi için verilmiş, turizm yatırımcıları için bürokratik formaliteleri azaltmış, turizm sektöründe yabancıların istihdamına getirilen kısıtlamaları gevşetmiş ve mesleki eğitimi geliştirme projelerini başlatmıştır. Bu teşvikler, kanun ile belirlenen turizm bölgelerinde, turizm bölgelerinde ve turizm merkezlerinde gerçekleşen turizm yatırımlarına verilmiştir. Böylece yasa, turizm yatırımlarının turizmin gelişiminde*

*mekânsal sıklıklaşmayı teşvik eden öncelikli bölgelere yönelimi planlamıştır (Resmi Gazete, 1982).*

1980 yılında bir diğer önemli turizm politikası liberal politikalardan etkilenen Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989) olmuştur. Temel amacı kitle turizmi ve yatak kapasitesinin artırılması olmuştur. Planda ayrıca turizm geliştirme stratejilerinin çevre ve kültürel koruma stratejileriyle entegrasyonundan da bahsedilmektedir. Bu dönemin ilk on yılı kitle turizmindeki ilerlemeleri içermeye devam etmiştir (Gülbahar, 2009, s. 153). Sorumluların turizm sektörünün çevresel ve kültürel yönlerinin farkında olmalarına rağmen, yatak kapasitesinin oluşturulması hâlâ yalnızca uluslararası beklentileri karşılayabilmiştir (Tezcan, 2004, s. 68). Böylece 1980’li yıllara kadar Türkiye’ye gelen turist sayılarına ve dış turizm gelirlerinin durumuna bakıldığında, 1963’te 199 bin turist ve 7,7 milyon dolar gelir varken, 1970’te 725 bin turist ve 51,6 milyon dolar gelir olduğu görülmüştür. 1973 yılında 1 milyon 338 bin turist ve 171 milyon dolar turizm gelirin ulaşılmıştır. 1980 yılında ise ülkeye gelen 1 milyon 57 bin turist, 327 milyon dolar harcamıştır (UNWTO, 2021; Pantelescu, 2012; Demir, 2010).

Hükümet ilk kez 1983 yılında turizme dayalı büyüme politikasına ağırlık vermiştir. Ayrıca 1983 yılı, piyasa ekonomisine geçiş sürecinde devletin üstyapı yatırımlarından vazgeçtiği ve özelleştirmelerin başladığı dönem olmuştur. Böylece piyasa faktörleri devreye girmiş ve turistik mekânların fiyatlarının belirlenmesinde devlet kontrol dışı bırakılmış ve yeni bir teşvik sistemi uygulamaya konulmuştur (Yamak, Tanrıöver ve Güneysu, 2012, s. 206). Hükümet, turizmde yeni bir imaj oluşturmak için özel girişimcilere sağlanan teşviklerin yanı sıra, 21 ülkede Turizm Bakanlığı bünyesinde açtığı tanıtım ofisleri ile büyük çaba sarf etmiştir. Türkiye ile ilgili 30 milyondan fazla eser yayınlamış ve tanıtım etkinliklerine Bakanlık bünyesinde katılım sağlanmıştır. Bu teşvikler ve siyasi istikrarla birlikte Avrupa’nın en kaliteli turizm tesisleri Türkiye’de açılmış ve özellikle konaklama yatırımlarında ciddi artışlar gözlemlenmiştir (Şanlıoğlu ve Özcan, 2017, s. 106).

1985-1989 yılları yatırımlarda hibe desteğinin en çok kullanıldığı dönem olmuştur. 29 Aralık 1987’de Türk-İngiliz turizm ilişkilerini hızlandıracak bir olay yaşanmıştır. Merkezi Londra’da olacak Türk Dış Ticaret ve Turizm Yatırım Bankası’nın kurulmasına karar verilmiştir. Böylece İngiliz sermayesinin turizm yoluyla Türkiye’ye gelmesini planlayan İngilizler, ülkelerinden ayrılırken kolaylıkla döviz elde edebilmiş ve bu para kolaylıkla döviz olarak Türkiye’ye aktarılmıştır. 1988’den itibaren İngilizler turizm şirketleri satın almaya başlamıştır. Kıyı bölgelerinde arsa alıp, burada turistik tesisler kurmaya başlamıştır (Cumhuriyet Gazetesi, 1988).

## 1.2. Gelişme Dönemi (1991-2010)

1990’lı yıllara gelindiğinde Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi sayısında gözle görülür artışlar yaşanmıştır. 1980 yılında 1,3 milyon olan turist sayısı 1990 yılında 5,4 milyona çıkmıştır. 1990 yılında Türkiye’de 1.260 turistik işletme belgeli tesis, 83.953 oda ve 173.227 yatak bulunmaktadır. Burada devlet teşvikleri, uluslararası beklentiler ve özel girişim faaliyetleri etkili oldu. Dünyadaki sıralaması 9’dur (Okuyucu ve Somuncu, 2018, s. 8).

1990’lı yıllarda Turizm Teşvik Kanunu’nun etkisiyle özel sektörün turizmin gelişmesindeki rolü artarken, kamu sektörü turizme yatırım yapma rolünü terk etmiştir. Artık bu dönemde devlet turizm tesislerinin özelleştirilmesine karar verilmiştir. 1990’lı yıllarda hazırlanan “Beş Yıllık Kalkınma Planları” dünyanın değişen ekonomik ve politik yapısının turizm politikasında da değişikliğe yol açtığına işaret etmektedir. Bu dönemde hazırlanan Kalkınma Planları VI (1990-1994) ve VII (1996-2000), deniz, kum ve güneşe dayalı faaliyetlerin ötesinde turizmin çeşitlendirilmesi ve belirli turizm türlerinin geliştirilmesi yönünde ortak bir politikaya sahiptir. Ayrıca planlarda çevresel süreklilik ve dengeli gelişme, halka yönelik tatil olanakları gibi önemli hususlar da yer almaktadır (Okuyucu ve Somuncu, 2018, s. 9).



Türkiye, 1995 yılında belki de uzun süredir devam eden çabaları sonucunda uluslararası turizmde önemli bir yer edinmeyi başarmış ve dünyada en çok turist ve turizm geliri elde eden 20 ülkeden biri haline gelmiştir. Olaylara bağlı olarak;

*“1983-1991 arasında verilen teşviklerle 1980’de 511 olan turizm belgeli işletme sayısı 1991’de 1260’a, yatak sayısı 82 binden 498 bine yükselmiştir. 1990-2000 yılları arasında ise yatak sayısı 568 bine yükselmiştir (Özgüç, 2007). Turizmde uluslararası turist sayısı ve uluslararası turizm gelirine göre sıralama yapılırken, iki sıralama ayrı ayrı yapılırsa da sıralamadaki dokuz ülke değişmemektedir. Gelen turist sayısına göre Fransa 1., İspanya 2., ABD 3. sıradadır. Türkiye ise bu listede 9. sırada yer almaktadır. Türkiye’nin GSMH’deki turizmin payı 1980’de %0,6’dan 2003’te %5,5’e yükselmiş; aynı dönemde turizm ihracatı gelirlerinin payı %11,2’den %28’e, dış ticaret açığının oranı ise %6,5’ten %79,2’ye yükselmiştir. Bununla birlikte Türkiye’de çalışan nüfusun %5,5’i yani yaklaşık 1 milyonun üzerinde bir turizm çalışanı bulunmaktadır. Dolaylı istihdamla bu sayı 2,5 milyondur. Turizm, ülkemizde imalat sanayiinden sonra döviz sağlayan en önemli kaynak durumundadır (Hepaktan ve Çınar, 2010). 2010’da Türkiye’de faaliyette olan otellerin 567.470 yatak kapasitesine ilaveten, toplam 258.287 yatak kapasitesine sahip birçok otel de yatırım aşamasındadır. 1998-2008 yılları arasında, yatak kapasitesinin bileşik yıllık artış oranı %6,1 seviyesine ulaşmıştır (Aslan, 2016).”*

Uluslararası turizmin 1990’lı yıllardan itibaren hızla artması turizm sektörünü de canlandırmıştır. 1993-1994 yıllarında yaşanan terör olayları nedeniyle Türkiye’nin turizm talebi kesintiye uğramış, ancak 1995’ten sonra yeniden ivme kazanmıştır. 1998-1999 yılları arasında Türkiye’de turizm talebinde bir düşüş yaşanmıştır. Burada terör riski, deprem, dünyadaki kapitalist durgunluk, İspanya, Portekiz, Yunanistan gibi ülkelerin yaptığı fiyat ayarlamaları ve Türkiye’de 12 aylık stratejik turizm planının uygulanamaması etkili olmuştur.

Kalkınma planları turizmin çeşitlendirilmesini ve özel girişimlerin az gelişmiş turistik bölgelere aktarılmasını amaçlamaktadır. Özellikle Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planında Türkiye’nin Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu bölgelerinde bölgeler arasındaki gelişmişlik farkının azaltılmasına yönelik bir ekonomi politikası olarak yüksek yatırım oranları sürdürülmüştür. Ancak bu politika başarısızlıkla sonuçlanmış ve yatırımlar bu bölgelere yönlendirilememiştir (Kulaksız, 2008, s. 55-56). Öte yandan devlet, halka daha fazla tatil imkânı sunarak düşük ve orta gelirli kişilere yönelik sosyal turizm olanaklarını teşvik etmektedir (Güleryüz, 2021, s. 43). Turizm Bankası’nın Antalya Kemer’de kamp alanı yaptırması dışında bu hedefe ulaşamamıştır. Ayrıca kitle turizmi geliştikçe kıyı bölgeleri üzerindeki baskı da devam etmiştir. 2000’li yıllarda deniz, güneş ve kum odaklı turizm gelişimi sadece dünyada değil Türkiye’de de bir turizm politikası olarak kabul edilmiştir (Çavuş, 2023). Bu nedenle turizm politikası rekabet gücünü artırmaya ve küresel turizm pazarından en büyük payı almaya odaklanmaktadır. Ayrıca organik turizm, konferans turizmi, sağlık turizmi, olağanüstü spor turizmi ve manevi turizm gibi turizmin çeşitlendirilmesi de gündeme gelmiştir. Turizm politikasının sürdürülebilmesi için ilk çaba, 4957/2634 Sayılı Kanun ile Turizmi Teşvik Kanunu’nun bazı maddelerinde değişiklik yapılması ve bu Kanuna ilişkin düzenlemelerin getirilmesi olmuştur. Yeni Kanun turizmin etkin bir şekilde gelişmesini kolaylaştıracak düzenlemeler içermektedir (Tezcan 2004; Nohutçu, 2002).

1990-2000 yılları arasında Türkiye’yi ziyaret eden turistlerin %75’i Avrupalı iken, % 19,9’u Asyalıydı. Buradan da anlaşılacağı üzere Türk turizmi ağırlıklı olarak Avrupa pazarına hizmet veriyordu. Bu konuyla ilgili kayıtlara ve araştırmalara göre (Okuyucu ve Somuncu, 2018, s. 9):

*“1990’da ülkemize yönelik turizm hareketliliği büyük ölçüde OECD ülkelerinden gerçekleşmiştir. 1990 yılında Türkiye’ye Almanya 1.079.026, İngiltere 351.458, Yunanistan 277.709, Fransa 310.809 turist göndermiştir. 1990’da Türkiye’ye gelen turist sayı ve oranlarında Doğu Avrupa ülkelerinden gelen*

ziyaretçiler önemli bir yer tutmuştur. 1990'da Doğu Avrupa ülkelerinden Türkiye'ye gelenlerin sayısı 1.014.600'dür. Bu sayı toplamda gelenlerin %18,8'ine denk gelmektedir. Amerika kıtasından Türkiye'ye turist gönderen en önemli ülke Amerika Birleşik Devletleri olmuştur. 1990'da Türkiye'ye Kuzey ve Güney Amerika ülkelerinden gelen turist sayısı 26.868'dir. 1990'da Türkiye'ye Afrika'dan gelen turist sayısı ise 89.924'dür (Çımat ve Bahar, 2003). İngiltere'nin dünya genelinde Türkiye'ye turist gönderen ülkeler arasında 3. olmuştur. 1989 senesi İngiltere ile karşılıklı vize uygulamasının başladığı bir yıl olduğu için İngiliz turist gelişi biraz sekteye uğramıştır”

İngiltere, 2002-2011 yılları arasında Türkiye'nin önemli bir dış ticaret ortağıydı. 2002 yılında Türkiye, İngiltere'ye 3 milyar dolar değerinde hizmet ve ürün ihraç etmiştir. 2011 yılında bu ihracat 8,2 milyar dolara çıkmıştır. İngiltere'nin Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı %6,04'tür. Bu gelişmeler Türk-İngiliz turist hareketliliğini de olumlu yönde etkilemiştir (KUTO, t.y., s. 9).

**Tablo 1.** Türkiye-İngiltere İhracat Rakamları (2002-2011)

Yıl	Türkiye'nin İhracatı (1000 \$)	Türkiye'nin Toplam İhracatı (1000 \$)	Toplam İhracattaki Payı (%)
2002	3.024.942	36.059.089	%8,39
2003	3.670.093	47.252.836	%7,77
2004	5.544.303	63.167.153	%8,78
2005	5.917.163	73.476.408	%8,05
2006	6.814.301	85.534.676	%7,97
2007	8.626.776	107.271.750	%8,04
2008	8.158.669	132.027.196	%6,18
2009	5.937.997	102.142.613	%5,81
2010	7.235.861	113.883.219	%6,35

### Kaynak: TÜİK, 2021

Türkiye ile İngiltere arasındaki ithalat rakamlarına bakıldığında ithalat ve ihracatta sürekli değişimler yaşandığı görülmüştür. Türkiye, 2002 yılında İngiltere'den 2,4 milyar dolar ithalat yaptı. 2011 yılında bu rakam 5,8 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye ile İngiltere arasındaki dış ticaret hacmi 15 milyar dolara yaklaşmıştır. Türkiye'nin İngiltere'ye karşı ticaret fazlası vardır. Türkiye, İngiltere'ye ağırlıklı olarak örme giyim ve aksesuar, motorlu taşıt, traktör, bisiklet, motosiklet, elektrikli makine ile yedek parça ve ekipman satışı yapılmaktadır. İngiltere'den öncelikle kazanlar, makine ve ekipmanlar, demir-çelik, motorlu taşıtlar, traktörler, bisikletler, motosikletler ve farmasötik ürünler satın alınmaktadır (KUTO, t.y., s. 11).

2007 yılında turizm yatırımlarının toplam harcamalar içindeki payı %5,7 olmuştur. Kamu yatırımları “Yedinci Kalkınma Planı” döneminden bu yana düşüş gösterse de turizm harcamalarında özel şirketlerin payı artmıştır. 1998-1999, 2002-2003 ve 2004-2005 dönemlerinde tahsis edilen kredi kullanımında hızlı bir artış yaşanmıştır. 1997-2001 yılları arasında ekonomik sıkıntılar nedeniyle kredi kullandırmalarında hızlı bir düşüş yaşanmıştır (Ünlüöner, 2009).

İngiltere, Türkiye'nin uluslararası kuruluşlarla ve özellikle AB ile üyelik müzakerelerinde sıklıkla yanında yer almıştır. Bunun için birçok nedeni vardır. Özellikle İngiltere, Türkiye'nin

üyeliği üzerinden AB ülkelerini denetleme ihtiyacı duymaktadır. Ekonomik, siyasi ve ticari ilişkiler İngiltere ve AB ülkeleri arasında rekabet yaratmaktadır. UKIP (Birleşik Krallık Bağımsızlık Partisi) dışında İngiltere'deki tüm büyük partiler (Muhafazakâr Parti, İşçi Partisi, Liberal Demokrat Parti) Türkiye'nin AB'ye katılım sürecini desteklemektedir. Başbakan olarak görev yaptığı ilk günlerde bu konuyla ilgili bir açıklama yapan David Cameron, NATO müttefiki olarak Türkiye'nin Avrupa'nın savunmasındaki çalışmalarını ve Afganistan'daki faaliyetlerini takdir ettiğini ve mutlaka birliğe dâhil edilmesi gerektiğini söylemiştir. Fransa ve Almanya gibi diğer AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında İngiltere'de Türkiye'ye desteğin daha yüksek olduğu rahatlıkla görülebilecektir. Kasım 2009'da yapılan araştırmaya göre; İngilizlerin %51'i Türkiye'nin AB'ye üye olmasını desteklerken, yalnızca %37'sinin buna karşı olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı araştırmaya göre Fransa'da karşı olanların oranı %62, Almanya'da ise %58 olmuştur (Örmeci, 2016).

İngiltere'de Türkiye algısı Fransa ve Almanya'ya göre daha olumlu olmaya devam etmektedir. Ancak İngiltere'nin AB politikalarına yön veren bir ülke olmaması ve AB'den ayrılmış olması (Brexit), bu konuda Türkiye'ye müzakere masasında istenen katkıyı sağlayamamaktadır (Nas, 2021, s. 326). Türkiye'deki Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) hükümeti, 2014 yılında, Avrupa'daki merkez sağ partilerden oluşan bir AB partisi olan Avrupa Halk Partisi'nin yerine David Cameron'un liderliğinde yeni oluşturulan AECP'yi (Avrupa Muhafazakârları İttifakı ve Avrupa Muhafazakâr Partisi) desteklemeye karar vermişlerdir (Örmeci, 2016, s. 592). Dolayısıyla Türkiye'nin AB'ye üye olması halinde İngiltere'nin Türkiye-Polonya ekseninde güçleneceği söylenebilir. Böylece Türkiye, İngiltere ile yakın ilişkisini, üyeliğine karşı çıkan Fransa ve Almanya'ya karşı güçlü bir varlık olarak kullanmaya başlamıştır. İngiltere, Türkiye'nin üyeliğini kendi siyasi ve ekonomik hesapları açısından faydalı görmektedir. Sonuç olarak, Türkiye'nin İngiltere'ye yakınlığı ve İngiltere'nin Türkiye'nin AB üyeliğine verdiği destek, bu iki ülkeyi dış politikada birbirine yakınlaştıran ciddi bir meseledir (Örmeci, 2016, s. 593-599).

Bazı çalışmalarda Türkiye'nin en çok turist aldığı üçüncü ülke olan İngiltere'de yayımlanan *The Independent* ve *The Guardian* gazetelerinde Türk turizmiyle ilgili yayınlanan bazı haberler bağlamsal olarak analiz edilmiştir. Okuyucuların bu iki gazeteye günlük ziyaretleri incelenmiştir. *The Independent*'in günde 3 milyon 82 bin 936 kez, *The Guardian*'ın ise 8 milyon 821 bin 223 kez tıkladığı ortaya çıkmıştır (Şimşek, 2018). Ziyaret sayısı açısından örneklem olmada önemli bir yere sahiptir. Söz konusu gazetelerin 2008-2010 yılları arasındaki yayınları incelenmiştir. İngiliz gazetelerinde 2008 yılında 42, 2009 yılında 62 ve 2010 yılında 95 olmak üzere Türkiye ile ilgili haberlerin yer aldığı görülmüştür. *The Independent* ve *The Guardian* gazetelerinde Türkiye ile ilgili birçok haber incelenmiştir. Bu yıllardaki gazete haberlerinin İngiliz turistlerin Türkiye'yi destinasyon olarak seçmesinde etkisinin olup olmadığı ve turist sayılarına katkısı incelenmiştir. *The Independent* ve *The Guardian*'da yayınlanan Türkiye haberlerinin, tatilini Türkiye'de geçirmeyi planlayan kişilere kısa sürede ulaşması pek mümkün görünmemektedir. İlgili gazetelerde yer alan haberlerin etkilerinin uzun vadede rahatlıkla gözlemlenebileceğine inanıldığından özellikle 2008-2017 yılları arasında insanların Türkiye ile ilgili haberleri okuyarak tatil destinasyonu seçmesi oldukça yaygındır.

Her iki gazetede de 2009 yılından itibaren internet üzerinden ziyaret edilen tatil sitelerinin de etkisiyle Türkiye ile ilgili haber sayısında giderek bir azalma olduğu söylenebilmektedir. Türkiye'ye gelen ziyaretçilere ilişkin istatistiki bilgilere bakıldığında, 2008-2010 yılları arasında turist sayısında herhangi bir azalma olmamıştır. Ancak 2011 ve 2012 yıllarında düşüş yaşanmıştır. Bunun nedeni gazetelerde yayınlanan haberlerin giderek azalması değildir. Bunda Türkiye'de turizmle ilgili olumlu haberlerin kasıtlı olarak verilmemesinin de rolü olmuş olabilir. *The Independent* gazetesinin internet sitesinde haberler okuyucuda bıraktığı izlenime göre sıralandığında haberin yorumsuz olarak verildiği görülmüştür. İngilizlerin dini içerikli haberleri bile okuduğu görülmektedir. Hatta okuyucularda olumsuz çağrışımlar yaratacak şekilde yazılara yer verildiği bile gözlemlenmiştir. Ancak olumsuz yayınların tamamının İngilizlerin tercihleri

üzerinde ciddi bir etki yaratmadığı söylenebilir. Genel olarak bakıldığında okuyucu izlenimleri açısından olumlu haberlerin nötr haberlerin gerisinde kaldığı ve bunun gelecekte turist gelişleri açısından ciddi bir soruna yol açabileceği dikkate alınmalıdır. Türkiye ile ilgili yazılı haberlerin genel olarak Şubat-Mayıs ayları arasında bir miktar artış gösterdiği, Temmuz'dan itibaren azaldığı ve Ağustos ayında tekrar arttığı gözlemlendi. Sezon öncesi haberlerin artması, Türk turizminin sezonluk yapısını da göstermektedir. Ağustos ayında haberlerdeki yeni artışın nedeninin, tatil sonrası geçmiş deneyimlere ilişkin yazılan yazılar olduğu tahmin edilmektedir.

## SONUÇ

Resmi olarak 16. yüzyılın ikinci yarısında başlayan Türk-İngiliz ilişkileri diğer ülkelere göre son derece yavaş gelişmiştir. İngiltere krallarının uzun süre Türkleri Hıristiyanlığın düşmanı olarak görmesi, İngiltere Kralı VIII. Henry'nin (1509-1547) Papa'ya yakınlığını gerekçe göstererek Türklerle temastan kaçınması ve Türklerin Hıristiyanlar için en önemli düşman olarak görülmesi etkili olmuştur. Ancak siyasi açıdan 14. yüzyıla kadar Türk-İngiliz ilişkileri 20. yüzyıla kadar uzanmaktadır. 21. yüzyılda ticaret ve turizm alanında önemli gelişme göstermiştir. Bu süreçte Türk-İngiliz ilişkilerinin gelişiminde önemli dönüm noktalarının yaşandığı da kaydedilmiştir.

Turizmin öneminin farkına varan Birleşmiş Milletler (BM) Genel Kurulu, 1967 yılını "Uluslararası Turizm Yılı" ilan etmiş ve sanayileşmiş ülkelerde her insanın seyahat edebilmesi ile turizm kısa sürede dünyanın en büyük endüstrisi haline gelmiştir. Turizm sektörü ekonomi literatüründe de önemli bir yere sahip olmuştur. Özellikle 1950'li yıllarda Türkiye'nin bazı önemli ihraç mallarının İngiltere ile Avrupa devletleri arasında rekabete yol açması üzerine Türkiye'nin ticareti gelişmeye başlamıştır. Bir Akdeniz ülkesi olan Türkiye, 1960'lı yıllardan sonra hem İngilizler hem de diğer ülkeler için bir çekim merkezi haline gelmiştir. Dünyaya paralel olarak Türkiye'de de turizmin öneminin anlaşılması yasal düzenlemeler sayesinde turizm sektörünün gelişmesine katkı sağlanmıştır. Dünyada turizm sektöründe ortaya çıkan fırsatlar, turist gönderen ülkelerdeki ekonomik gelişmeye paralel olarak milli gelirden harcanabilir gelir düzeyinin artması, insanları seyahat etmeye ve tatile çıkmaya teşvik etmiştir. Turizm geliri 1963'te 7.659.000 dolar iken, 1997'de 8.088.549.000 dolar olmuştur.

1960, 1971 ve 1980 yıllarında askeri müdahaleler, sosyoekonomik ve politik gelişmeler nedeniyle turizm gelirlerinde büyük düşüşler yaşansa da turizmin gelişmesinin ana sorumlusu devlet olmuştur. Özellikle 28 Şubat-15 Temmuz 2016 döneminde demokrasiye ve milli egemenliğe yönelik müdahaleler ve anayasaya aykırı baskılar Türk ekonomisine zarar vermiştir (Üzümcü, 2022). Türkiye bu dönemde turizm sektöründe serbest piyasa ekonomisinin temel ilkesi olarak kabul edilen ihracata dayalı sanayileşmeye ağırlık vermiş, 1985-1989 döneminde ise turizm yatırımlarında hibe türü destekler yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. 1990'lı yıllara gelindiğinde Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısında dikkat çekici bir artış yaşanmıştır. 1990-2000 yılları arasında Türkiye'ye gelen ziyaretçilerin yüzde 75,1'i Avrupalı, yüzde 19,9'u ise Asyalıydı. Buradan da anlaşılacağı üzere Türk turizmi çoğunlukla Avrupa pazarına hizmet vermiştir.

Türkiye'de 1970-2010 yılları arasında turizm yatırımları ve bu yatırımların toplam yatırımlar içindeki payı konusunda İngiliz sermayesi önemli bir yere sahiptir. Bu dönemde İngiltere'den Türkiye'ye 26 milyon 545 bin 997 İngiliz vatandaşı gelmiş ve İngiltere, Türkiye'ye turist gönderen ülkeler arasında üçüncü sırada yer almıştır. Türkiye'yi 2002 yılında 1 milyon 37 bin İngiliz turist ziyaret etmiş olmasına rağmen 2010 yılında bu sayı 2 milyon 673 bini aşmıştır (KUTO, t.y., s. 12). 2000 yılından sonra İngilizlerin çoğunlukla Ege ve Akdeniz kıyı şeridindeki turizm yerlerini tercih ettiği görülmüştür. Türkiye'nin 2010 yılında turizmden elde ettiği gelir 20 milyon 806 bin dolar olmuştur (Oskay, 2012, s.188). İngiliz turistlerin Türkiye'yi tercih etmelerinin başlıca nedenleri arasında maliyetin düşük olması, kalite, altyapı ve olanaklar, iklim koşullarının elverişliliği ve güneşli günlerin sayısı, aktarmasız/direkt uçuşların sayısı ve sıklığı yer almaktadır. Ayrıca Türkiye'nin kültürel mirası, doğasının, tarihinin ve kültürel varlıklarının

göz alıcı zenginliği, Türk insanının misafirperverliği, Türkiye'nin aile grup tatilleri için elverişli konumu ve daha birçok destinasyon merkezinin de etkili olduğu söylenebilir. İngiltere, 2002-2011 yılları arasında Türkiye'nin önemli bir dış ticaret ortağı haline gelmiştir. Özellikle Türkiye, 2002 yılında İngiltere'ye 3 milyar dolarlık mal ve hizmet ihraç ederek kendisini yeterince tanıtmaya fırsatı bulmuştur. İngiltere'nin Türkiye'nin toplam ihracatındaki payı %6,04 olmuş ve bu gelişmeler Türk-İngiliz turizm hareketliliğini de olumlu etkilemiştir (KUTO, t.y., s. 9).

Yabancıların taşınmaz edinmesine olanak tanıyan Tapu Kanunu'nun kabul edilmesi, yabancıların Türkiye'ye yerleşmek amacıyla göç etmesinde etkili olmuş (Bayramoğlu-Özügürlü ve Kayıkçı-Yılmaz, 2010; Ertem ve Yılmaz, 2014) ve İngilizler 2000-2010 yılları arasında Türkiye'de yoğun olarak gayrimenkul satın almıştır (Dinçer ve Şerbetçi, 2022). Türkiye ile İngiltere arasındaki siyasi, sosyo-ekonomik ilişkilerdeki olumlu seyir, iki ülke arasındaki ekonomik ve turizm ilişkilerine de aynı doğrultuda yansımıştır. Ancak Türk turizminin gelişmesinde İngiliz sermayesinin yerinin ve öneminin ciddi boyutlara ulaşarak devam ettiği görülmektedir.

Milliyet gazetesinde 1970-2010 yılları arasında İngiliz turistlerin veya İngiliz vatandaşlarının Türkiye'deki tatilleriyle ilgili 2000'e yakın haber yayımlanmıştır. Bu haberler incelendiğinde genel olarak İngilizlerin Türkiye'den ne kadar memnun oldukları, en çok ziyaret ettikleri destinasyonlar, harcadıkları para, Türkiye'de kalış süreleri, rezervasyonlar vb. konularda olduğu görülmektedir. İngiliz turistlerin İstanbul, Muğla, Antalya, İzmir ve Aydın gibi şehirlerdeki tatilleri öne çıkmıştır. Kültür Bakanlığı'nın farklı zamanlarda İngiliz vatandaşlarına yönelik tanıtım filmleri ve programlar yaptığı, büyük turist seferberliği çalışmaları yaptığı haberlerine de rastlamak mümkündür (Ünür ve Şimşek, 2012). Türk televizyon kanallarında yayınlanan haber, film, dizi vb. unsurlar aynı zamanda İngilizlerin tatil tercihlerinde de dikkate aldıkları faktörler haline gelmiştir.

İngiltere'nin ve İngiliz vatandaşlarının turizmde Türkiye'yi tercihlerinde tarihi ve kültürel ilişkilerin 2000'den sonra daha da gelişmesi etkili olmuştur. Siyasi ilişkilerden, sosyokültürel münasebetlere, spordan müziğe, eğitimden enerjiye ve daha birçok alandaki gelişmeler iki ülkenin turizm ilişkilerine ivme kazandırmıştır (Çavuş, 2023). İngilizlerin karar verirken medya, reklam, kampanya ve ulaşım durumlarını dikkate aldıkları söylenebilir. İngilizler yaz kış fark etmeksizin neredeyse her mevsim, hatta sadece bir mevsimde her yere gitmek istemişlerdir. Türkiye'ye 2-3 hafta gelip, ülkelerinde biraz vakit geçirdikten sonra geri dönüp farklı yerlerde tatil yaptıkları, hatta daha uzun süre kaldıkları söylenebilir. Bu, İngiliz halkının seyahat etmeyi sevdiği anlamına gelmektedir. Türkiye'yi turizmde rakiplerinden üstün kılan unsur tarihi ve kültürel yapısıdır. Bu yüzden İngilizler Türkiye'yi tercih etmektedir. Anadolu'nun tarihi ve kültürel zenginliklerinin yüzyıllarca korunarak günümüze kadar gelmesi onu tercih nedeni haline getirmiştir (Tonbil, 2019). Çünkü Anadolu birçok uygarlığın beşiği olmuştur. Türklerin ataları, sık sık istilalara rağmen gelecek nesillere zengin bir miras bırakmıştır. 2000 yılında İngiltere'den Türkiye'ye 915.285 kişi gelmiştir. 2005 yılında toplam 1.757.843 kişi ve 2007 yılında 1.916.130 kişi gelmiştir. 2000-2007 yılları arasındaki turizm dönemlerinde İngiltere'den 4.589.255 kişi Türkiye'ye gelerek tatil yapma imkânı bulmuştur. İngiltere, diğer devlet ve toplumlarla karşılaştırıldığında Türkiye'ye turist gönderme sıralamasında üçüncü sırada yer almaktadır.

Bu araştırma sonucunda, Türkiye ile İngiltere arasındaki siyasi ve sosyo-ekonomik ilişkilerin olumlu seyrinin, iki ülke arasındaki ekonomi ve turizm ilişkilerine de olumlu yansıdığı gözlemlenmiştir. Her iki ülke arasındaki ekonomik-ticari ilişkilerin turizm sektörüne de aynı doğrultuda yansıdığı ekonomik verilerde açıkça görülmektedir. Ayrıca Türk turizminin gelişiminde İngiliz sermayesinin yeri ve öneminin önemli boyutlara ulaşmaya devam ettiği, Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısında İngiliz vatandaşlarının önemli bir yer tuttuğu görülmektedir. Bu bağlamda 1970-2010 yılları arasında Türkiye ile İngiltere arasında ekonomiden ticarete kadar pek çok alanda yaşanan etkileşim yakınlaşmaya neden olmuş, 2010 sonrası dönemde ise dünya turizmi ve Türk-İngiliz turizm hareketliliğinde çok farklı bir dönem yaşanmıştır. Siyasi ve ekonomik ilişkiler devletlerarası seyahatleri farklı boyutlara taşımıştır.

Bölgesel savaşlar ve ticaret blokları, tekelleşmeler vb. gibi nedenler 2010 yılından sonra turizm ilişkilerine farklı bir açıdan yaklaşmayı gerekli kılmıştır.

### Etik Beyan

“Türk-İngiliz Siyasi ve Ekonomik İlişkilerinin Türk Turizmine Yansımaları (1970-2010)” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Bu araştırma etik kurul kararı zorunluluğu taşımamaktadır. Makale, Etik Kurulları Yayın Etiği Komitesinin (Committee on Publication Ethics-COPE) yazar, hakem ve editörler için belirtilen kurallardan yararlanılarak oluşturulmuş olan Anasay dergisi etik kuralları çerçevesinde yazılmıştır.

**Hakem Değerlendirmesi:** Dış bağımsız

**Çıkar Çatışması:** Yazar, çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

**Finansal Destek:** Yazar, bu çalışma için finansal destek almadığını beyan etmiştir.

**Peer-review:** Externally peer-reviewed.

**Conflict of Interest:** The author declares that they have no competing interest.

**Financial Support:** The author declared that this study has received no financial support.

### KAYNAKÇA

Aslan, A. (2016). Does tourism cause growth evidence from Turkey. *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1176-1184.

Bayramoğlu-Özügürlü, S. & Kayıkçı-Yılmaz, M. (2010). Yabancılara toprak satışı: Tarihsel eğilimler. *Memleket Siyaset Yönetim*, 12, 102-118.

Cumhuriyet Gazetesi (1988). *İngiliz kredisi*, Cumhuriyet, 8 Ağustos 1988.

Çavuş, M. N. (2023). İngiliz turistlerin Türkiye’deki yeri, önemi ve tercihleri *International Social Sciences Studies Journal*, 9 (110), 6726-6730.

Çetin, E. & Savrul, M. (2016). Türkiye’de 1980 sonrası liberalleşme sürecinde dış ticaretteki gelişmelerin Türkiye’nin cari açığına etkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14 (28), 511-532.

Demir, Ç. (2010). *1980-2007 Türkiye turizm talebinin ekonometrik analizi: zaman serisi yaklaşımı*, Yayınlanmamış doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.

Dinçer, S. & Şerbetçi, T. (2022). Antalya’da yabancıların gayrimenkul edinimi üzerine ekonomik bir yaklaşım. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi USTEK’2022 Özel Sayısı*, 20 (01), 14-28.

Ertem, C. & Yılmaz, M. L. (2014). *Türkiye konut sektörü: Gelişmeler – beklentiler*. Stratejik Düşünce Enstitüsü (SDE) Raporu, Ekonomi Programı Koordinatörlüğü. Erişim Tarihi: 16.12 2020.

Evcin, E. (2016). İkinci Dünya Savaşı’nın akabinde Türkiye’de turizmi canlandırma çabaları. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 35(60), 213-276.

Gülbahar, O. (2009). 1990'lardan günümüze Türkiye'de kitle turizminin gelişimi ve alternatif yönelimler. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (1), 157-177.

Güleryüz, U. (2021). *Türkiye'de turizmin tarihsel gelişimi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Atatürk Üniversitesi, Erzurum.

Hepaktan, C. E. & Çınar, S. (2010). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri, *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(2), 135-154

Hürriyet Gazetesi (1975). *THY grevi turizme darbe olur*, Hürriyet Gazetesi, 3 Nisan 1975.

İçöz, O. (2011). *Seyahat Acentaları ve Tur Operatörlüğü Yönetimi*. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.

Karaca, T. N. (2020). Dostluktan çatışmaya: Osmanlı dönemi Türk-İngiliz ilişkileri. *Journal of Anglo-Turkish Relations (JATR)*, 1, (1), 11-32.

Kulaksız, Y. (2008). *Türkiye'de bölgesel gelişmişlik farkları, istihdam ve kurum hizmetlerinin çeşitlendirilmesi*. Uzmanlık Tezi. T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.

KUTO (t. y.). *Türkiye-İngiltere ekonomik ve ticari ilişkiler*. Aydın: Kuşadası Ticaret Odası (KUTO) Yayınları.

Kürkçüoğlu, Ö. (1978). *Türk İngiliz İlişkileri (1919-1926)*. Ankara: A.Ü. S. B. F. Yay.

Milliyet Gazetesi (1968). *İngilizler turistik yatırım yapacak*, 16 Temmuz 1968.

Nas, Ç. (2021). Brexit ve Türkiye-AB ve Türkiye-Birleşik Krallık ilişkilerine etkileri. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 20 (Özel Sayı), 325-350.

Nohutçu, A. (2002). Development of tourism policies in Turkey throughout the republican period in socio-political, economic and administrative perspective: From state sponsored development to various forms of cooperation, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9, 1-25.

Okuyucu, A. & Somuncu, M. (2018). 1990-2015 yılları Arasında Türkiye'ye yönelik uluslararası turizm hareketlerindeki değişim, *Türkiye Coğrafya Dergisi*, 71, 7-13.

Oskay, C. (2012). Mersin turizminin Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21 (2), 185-202.

Örmeci, O. (2016). Son yıllarda Türkiye Birleşik Krallık (İngiltere) ilişkileri; ilişkilerde altın çağ dönemi mi?, *Süleyman Demirel Üniversitesi İBF Dergisi*, 21(2), 589-621.

Özcan, M. Ş. (2023). Soğuk Savaş döneminin başında Türk-İngiliz ilişkilerini geliştirmeye yönelik bir adım: Parlamento Heyetlerinin karşılıklı ziyaretleri (1947). *Belgi Dergisi*, 2 (26), 149-175.

Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası Özellikler ve Bölgeler*. İstanbul: Çantay Kitabevi.

Pantelescu, A. M. (2012). Trends in International Tourism, *Cactus Tourism Journal*, 3(2), 31-35.

Pekşen, C. (2019). *Sovyet kaynaklarında Mustafa Kemal Atatürk ve dönemin Türkiye'si (1923- 1938)*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi, İstanbul.

Resmî Gazete (1982). *Turizm Teşvik Kanunu*. 12.03.1982 Tarih ve Kanun No: 2634, s. 5501-5511.

Sönmez, S. F., Acar, A. & Atsız, O. (2017). Turizm, terörizm ve siyasi istikrarsızlık. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28 (1), 110 - 137

Sönmezoğlu, F. (1985). Milli Mücadele ve Dış Dünya. *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Türkiye Ansiklopedisi*, c.5, İstanbul, İletişim Yayınları, 1084-1092.

Şanlıoğlu, Ö. & Özcan, E. Ö. (2017). Türkiye'de uygulanan turizm teşvik politikaları ve sonuçları üzerine bir değerlendirme, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 97-118.

Şimşek, E. & Hassan, A. (2018) The Independent ve The Guardian gazeteleri internet sitelerinde yer alan Türkiye turizm yazılarına yönelik bir içerik analizi, *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi 1* (2018), 80-103.

Temel, M. (1998). Ulusal çıkar politikası açısından İngiltere'nin Osmanlı Devleti'ne ve Milli Mücadeleye bakışı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 120-134.

The Independent [www.independent.co.uk](http://www.independent.co.uk) Erişim 06.07.2021.

The Guardian [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com) Erişim 06.07.2021.

Tezcan, B. (2004). *Developing alternative modes of tourism in Turkey*. Yayımlanmamış doktora tezi, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Ankara.

Toker, B. (2007). Türkiye'de turizm sektörü teşviklerinin değerlendirilmesi, *Yönetim ve Ekonomi*, 14(2), 81-92.

Tonbil, S. A. (2019). *Türkiye'de turizm politikası ve planlaması*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul.

TÜİK (2021). Türkiye İstatistik Kurumu, [https://kuto.org.tr/site/assets/files/1585/turkiye\\_ingiltere\\_ekonomik\\_ve\\_ticari\\_iliskiler\\_bilgi\\_notu.pdf](https://kuto.org.tr/site/assets/files/1585/turkiye_ingiltere_ekonomik_ve_ticari_iliskiler_bilgi_notu.pdf) , Erişim 07.09.2021.

Ünlüöner, K. & Tayfun, A. (2009). *Türk Turizminin Türkiye Ekonomisindeki Yeri*. Türk Turizm Tarihi: Yapısal ve Sektörel Gelişim, Ankara: Detay Yayıncılık.

Ünüvar, Ş., & Şimşek, S. (2012). Kültür ve Turizm Bakanlığının yurtdışı tanıtım filmlerinde kültürel imge kullanımı. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12(24), 305-330.

Üzümcü, A. (2022). 28 ŞUBAT süreci, e-muhıtıra ve 15 Temmuz Fetö Darbe Girişiminin ekonomi-politik analizi. *ESAM Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 74-121.

Yamak, N., Tanrıöver, B. ve Güneysu, F. (2012). Turizm-ekonomik büyüme ilişkisi: Sektör bazında bir inceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26 (2), 205-220.