

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

2015-2016 KRİZİNİN TÜRKİYE TURİZMİNE YANSIMALARI*

THE REFLECTIONS OF 2015-2016 CRISIS ON TOURISM IN TURKEY

Dr. Öğr. Üyesi Gonca MANAP DAVRAS¹

Prof. Dr. Mehmet AKTEL²

ÖZ

Tüm dünyada gelişimini hız kesmeden sürdüren turizm faaliyetleri ülkeleri ekonomik anlamda olumlu etkilemektedir. Ancak turizm sektörü ekonomik, siyasi veya toplumsal nedenlerle meydana gelen krizlere karşı oldukça duyarlılık göstermektedir. Sektörün talep esnekliğinin yüksek olması ortaya çıkan kriz ortamından etkilenme düzeyini de arttırmaktadır. Sektör, uluslararası hareketlilik kapsamında faaliyet gösterdiği için ulusal ve uluslararası boyuttaki krizlerden farklı düzeylerde etkilenebilmektedir. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bu hassasiyet son derece yüksektir. 2015 yılında Türkiye ve Rusya arasında yaşanan siyasi gerginlikle başlayan daha sonra 2016 yılında darbe teşebbüsü ile patlak veren ekonomik, sosyal ve toplumsal değişim turizm sektörünü de etkilemiştir. Bu çalışmada, 2015-2016 krizinin turizm sektörünü ne derece etkilediği ortaya konulması amaçlanmaktadır. Bu amaçla, Türkiye’de 2000-2016 yılları arasında elde edilen turizm gelirleri, turizm giderleri, turizmin GSMH içindeki payı, dış ticaret açığını kapatma oranı, turizm istihdam oranları, ülkeye gelen ziyaretçi sayıları, kişi başına düşen ortalama harcama miktarları, ortalama geceleme sayıları ve doluluk oranları gibi ekonomik göstergeler ortaya konulmaktadır. Yaşanan krizin en belirgin sonucunu gördüğümüz 2016 yılı verileri önceki yılların verileri ile karşılaştırılarak krizin boyutu belirlenmeye çalışılmaktadır. Sonuçta değerlendirilen turizm verilerinin son 16 yılın en düşük verileri olduğu ve sektörün bu krizden ciddi anlamda etkilendiği tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kriz, Turizm, Turizm Krizi, Ekonomik Etkiler.

JEL Sınıflandırma Kodları: Z32, H12.

ABSTRACT

Tourism activities that are developing without slowing down all over the world affect the countries positively in economic terms. However, the tourism sector is highly sensitive to crises that occur due to economic, political or social reasons. The fact that the demand elasticity of the sector is high, also increases the level of being influenced by the emerging crisis environment. Since the sector operates within the scope of international mobility, it can be affected from national and international crises at different levels. This sensitivity is extremely high especially in developing countries such as Turkey. The economic, social and communal changes that started with the political tension experienced between Turkey and Russia in 2015 and then broke out with the coup attempt in 2016 have affected the domestic and foreign tourism activities. In the study, it is aimed to reveal to what extent the 2015-

* Bu çalışma 05-07 Ekim 2017 tarihinde düzenlenen 2nd Congress on International Economic and Administrative Perspectives: Sustainable Global Competition Kongresinde özet bildiri olarak sunulmuştur

¹ Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Isparta Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü, gonedavras@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-0014-9983>

² Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, mehmetakel@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-6417-8498>

2016 crisis has affected the tourism sector. For this purpose, economic indicators such as tourism revenues obtained between 2000-2016 in Turkey, tourism expenditures, the share of tourism in GNP, the foreign trade deficit coverage ratio, tourism employment rates, the number of visitors to the country, average per capita expenditure, average number of overnights, and occupancy rates are explored. An attempt to determine the extent of the crisis is carried out by comparing the 2016 data, during which the most obvious effects of the crisis are experienced, with the data of previous years. As a result, the tourism data evaluated is found to be the lowest in the last 16 years and the sector has been determined to be affected seriously from the crisis.

Keywords: Crisis, Tourism, Tourism Crisis, Economic Impact.

JEL Classification Codes: Z32, H12.

1. GİRİŞ

Tüm dünyada 21. yüzyılın en hızlı ve istikrarlı gelişen ilk üç sektörü arasında sayılan turizm sektörü, sanayi devrimi ile birlikte gelişmeye başlayarak, 1950'den itibaren ülke ekonomilerinin kalkınmasında önemli rol oynamıştır. Dünya Turizm Organizasyonu'na (UNWTO, 2017) göre, tüm dünyada turizm hareketliliğine katılan turist sayısı 2014 yılında 1 milyar 137 milyon, 2015 yılında 1 milyar 189 milyon, 2016 yılında bu sayı bir önceki yıla göre yüzde 3,9 artışla 1 milyar 235 milyon kişiye ulaşmıştır. 2020 yılında ise dünya turizminin 1 milyar 602 milyon kişiye ulaşacağı ve 2 trilyon dolarlık gelir yaratacağı öngörülmektedir. Bu boyutlarda büyüklüğe sahip olan sektör, turist gönderen ve turist çeken ülkeler için önemli ekonomik etki gücüne sahiptir. Turizm sadece gelen turistlerin oluşturduğu bir piyasa değil, arz piyasasını oluşturan turizm işletmelerini ve turizm endüstrisine destek veren kesimleri de kapsamaktadır. Turizm, özellikle gelişmekte olan ülkeler için kendi kaynaklarını verimli kullanarak, döviz girdisi sağlama olanağı veren bir faaliyettir (Usta, 2009: 53-56).

Gelişen turizm sektörü, ülkelerin ekonomik gelişiminde etkili ve pratik alternatif fırsatlar sunmaktadır. Özellikle bazı az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde ekonominin yapı taşı oluşturan turizm, seyahatten konaklamaya, ulaşımından yeme içmeye kadar geniş bir yelpazeye sahiptir. Ayrıca ülkenin kendi kaynaklarını kullanarak döviz gelirini ucuz ve zahmetsiz sağlama imkanı veren ve etki alanı geniş olan sektörün, ülkenin ekonomik yapısı üzerinde doğrudan ve dolaylı etkileri bulunmaktadır. Bölgesel, ulusal ve uluslararası kalkınma kapsamında sektör, vergi gelirleri oluşturma, ödemeler dengesini dengeleme, gelir yaratarak bölge ve ülke kalkınmasına katkı sağlama, döviz girdisi sağlama, bölgesel dengesizliği önleme, özellikle kırsal alanlarda istihdam artırma özelliklerine sahiptir (Bahar ve Kozak, 2013:12-13; Çımat ve Bahar, 2003: 2). Bunun yanı sıra ülkelerin karşılaşmış olduğu krizlerde, ekonomik dalgalanmalarda ve darboğazlarda turizm vazgeçilmez bir çıkış noktasıdır. Sektörün kendi dinamiklerinin sağlamış olduğu artırlarının yanı sıra, ilişkide bulunduğu sektörleri de harekete geçirme gücü bulunmaktadır.

Turizm, ekonomik anlamda birçok olumlu etki yaratmanın yanı sıra oldukça hassas ve kırılgan bir yapıya sahiptir. Bu durum ülkenin içinde bulunduğu sosyo-ekonomik, kültürel veya siyasi yapıdan hızla etkilenmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle turizm sektörü ekonomik, siyasi veya toplumsal nedenlerle meydana gelen krizlere karşı oldukça duyarlılık göstermektedir. Farklı nedenlerle ortaya çıkan krizlerin etki alanları küresel, bölgesel veya bölgesel olabildiği gibi etki dereceleri de farklılık gösterebilmektedir. Sektörün krizlerden etkilenme düzeyinin en somut göstergesi ekonomik verilerdir. Yaşanan krizlerin sonucunda ekonomide dalgalanmalar ve istikrarsızlıklar yaşanabilmektedir. Meydana gelen kriz sadece ülke sınırları içinde olmayıp, sınırların ötesinden de sektörü etkileyebilmektedir. Özellikle Türkiye gibi jeopolitik ve jeostratejik konumuna sahip ülkelerin turizm pazarları, küresel veya bölgesel kaynaklı iç ve dış krizlerden olumlu veya olumsuz açıdan fazlasıyla etkilenmektedir (Köşker, 2017:217).

Bu çalışmada, Türkiye'nin içinde bulunduğu şartlar ve Türkiye- Rusya arasında yaşanan siyasi ilişkilerin turizm sektörünü etkileme düzeyi incelenmiştir. Bu etki düzeyini ortaya konulması amacıyla 2000-2016 yıllarına ait turizm verileri ele alınmıştır. Turizm geliri, ziyaretçi sayıları, turizmin GSMH içindeki payı ve dış ticaret açığına etkisi, istihdam verileri gibi turizmin ekonomik etki göstergeleri ele alınarak değerlendirilmiş, sonuç ve öneriler kısmıyla çalışma tamamlanmıştır.

2. KRİZ VE TURİZM

Asya-Pasifik Seyahat Birliği (1991)'ne göre turizm sektöründe kriz; "turizm sektörünü olumsuz şekilde etkileyebilecek potansiyele sahip, doğal ya da insanlar tarafından oluşmuş her türlü felaket" şeklinde tanımlanmıştır (Henderson, 1999: 178). Kriz, turizm destinasyonuna yönelik ziyaretçi algılarının olumsuz yönde etkilenmesi, destinasyonun cazibesinin zedelenmesi olarak da ifade edilebilir. Bu durumda gelen turist sayılarının ve harcamalarının azalması turizm işletmelerinin faaliyetlerinin devamlılığını tehdit etmektedir. Dolayısıyla turizmin olağan işleyişini ve turizmle ilgili işlerin yürütülmesini tehdit eden durum turizm krizini temsil etmektedir (Sönmez, Apostolopoulos ve Tarlow, 1999: 13,14).

Tüm dünyada son yüzyılda oluşan terör saldırıları, salgın hastalıklar ve yıkıcı doğal afetler sonrası belirsizlik ve güvensizlik artmıştır. Yerel, bölgesel ve küresel boyutta meydana gelen olayların en belirgin etkisi, gücünü hem ulusal, hem de uluslararası hareketlilikten alan turizm sektöründe belirgin görülmektedir. Sektörel veya örgütsel boyutta yaşanan krizlerin nedenleri, arz ve talebi etkileyen ekonomik, politik, sosyo-kültürel ve çevresel alanlardaki gelişmelerden kaynaklanmaktadır. Ekonomik durgunluk, dalgalı döviz kurları, piyasa güvenini kaybetme ve yatırım fonlarının geri çekilmesi gibi ekonomik nedenler; savaş, askeri darbeler, bozulmakta olan uluslararası ilişkiler, yaptırım ve terörizm gibi politik nedenler; sivil kargaşa ve artan suç ve şiddet gibi sosyo-kültürel nedenler ve deprem, tayfunlar, volkanik patlamalar ve taşkın olaylar, salgın hastalıklar gibi çevresel nedenler bölgesel, ülkesel veya evrensel turizm krizlerine yol açabilmektedir. Ayrıca hızlı ve yaygın olarak gelişen teknolojiye bir diğer kriz nedeni olabilmektedir. Bu nedenle krizleri ekonomik, politik, sosyo-kültürel, çevresel ve teknolojik başlıkları altında ele almak mümkündür (Henderson,2016:4)

Tüm dünyayı derinden sarsan ve ciddi şekilde turizm faaliyetini kesintiye uğratan olaylar arasında 11 Eylül saldırısı (2001), Irak savaşı (2003), Madrid'de (2004), Mısır ve Bombay'de (2005), Londra'da (2006) gerçekleşen terörist faaliyetler sayılabilir. Bunun yanı sıra 2002'de Avustralya'nın başkenti Canberra'da meydana gelen orman yangını, 2004 yılında kıyı Güneydoğu Asya'nın büyük bölümlerini etkileyen Hint Okyanusu'nda meydana gelen tsunami felaketi gibi doğal afetlerde uzun vadeli etkiler yaratmıştır. SARS (Ağır Akut Solunum Yetersizliği Sendromu) salgını, İngiltere'de şap salgını (2001), Asya'da Kuş gribi (2003-2004) gibi geniş alanları etkisi altına alan salgın hastalıklar turizm hareketliliğini etkilemiştir (Pforr, 2010: 37; Okumuş ve Karamustafa, 2005: 943-945).

Sektörün genelini etkileyen krizler olduğu gibi işletme bazında da yaşanan krizler bulunmaktadır. Sektördeki işletmelerin, karşılaşmış olduğu kriz başlıklarına bakıldığında, işletme içi ve işletme dışı faktörler olarak ayırmak mümkündür. İç faktörler, işletmenin iç yapısında ve yönetim kademelerinde meydana gelen olayları kapsar. Yetersiz yönetim faaliyetleri, yeterli enformasyon sistemlerinin olmayışı, alışkanlık ve deneyimler, işletme içi körlük vb. faktörler iç faktörler arasında sayılabilir. Dış faktörler ise işletmenin dışında oluşan ve denetlenemeyen değişimlerdir. Doğal afetler, ülke ekonomisindeki belirsizlik veya ani değişimler, bilimsel ve teknolojik yenilikler, yeni yasal düzenlemeler, toplumsal faktörler ve güçlü rakipler dış faktörler olarak sayılabilir (Aymanku,2001:107).

Ülkemizde de turizm sektörü dönemselsel olarak ulusal ve uluslararası boyutta yaşanan olaylardan etkilenmektedir. 1994, 2000, 2001, 2008 yıllarında meydana gelen ekonomik krizler (Ayaz, 2016:1362-1363), 1999 yılında 17 bin kişinin öldüğü İzmit depremi, 2003- 2011 yılları arasında yaşanan Kuveyt Savaşı, 2006 yılında tüm dünyayı ve ülkemizi de etkileyen kuş gribi, 2011 yılından beri yaşanan Suriye'deki iç savaş, belli aralıklarla yaşanan terörist faaliyetler bunlardan bazılarıdır (COMCEC, 2017). 2014 yılında ise meydana gelen petrol fiyatındaki düşüş vergi gelirlerinin % 50,2'sini petrol ve doğal gaz gelirlerinden sağlayan Rusya'nın ekonomisini derinden sarsmıştır. Dünya petrol fiyatlarının sürekli gerilemesi ile yaşanan ekonomik sorunlar, Rus Rublesinin yabancı para birimleri karşısında hızla değer kaybetmesine ve finansal istikrarın bozulmasına neden olmuştur (Aydın ve Gencer,2015:44-45). Küresel petrol fiyatlarındaki düşüşe bağlı olarak Rus, turistlerin satın alma gücü paritesi zayıflamıştır. Bu durum Rus turistlerin çoğunlukla destinasyon olarak tercih ettikleri Finlandiya, Litvanya, İsviçre ve Çek Cumhuriyeti gibi ülkelerin yanı sıra Türkiye'yi de olumsuz etkilemiştir. Diğer ülkelere oranla Türkiye bu durumdan en az etkilenen ülkeler içinde yer almıştır (Tekin, 2015: 267). Bununla birlikte Türkiye'nin sınır ihlali gerekçesiyle 24 Kasım 2015 tarihinde Rusya Federasyonu'na ait savaş uçağını düşürmesinin ardından ülkeler arasında politik gerginlik yaşanmıştır. Rusya'nın tur satışlarını ve charter uçuşlarını yasaklaması ile Türk turizm sektörü zor durumda kalmıştır. Rusya, 4,5 milyon turist ile Türkiye için ikinci büyük pazar konumunda (IBM,2015) diğer bir ifadeyle Türkiye'ye yönelen turizm talebinin %12'sini oluşturan bir pazardır. İki ülke arasındaki ilişkiler Rus pazarını derinden etkilemiş, 2016 yılında Rus turist sayısında %76 oranında düşüş

kaydedilmiştir. Ayrıca 15 Temmuz 2016 tarihinde yaşanan darbe girişimi de ülkenin içinde bulunduğu siyasi, ekonomik ve toplumsal yapıyı derinden etkilemiştir. Bu etkiyi en derin hisseden sektörlerin başında turizm sektörü gelmektedir.

3. TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Turizm, ülkelerin ekonomik kalkınmalarını gerçekleştirmek için gerekli döviz girdisini sağlamak, yeni gelir oluşturma, bölgelerarası gelişimi dengeleme, özellikle kırsal alanlarda istihdam olanaklarını artırma özelliği ile öncü sektör olmaktadır. Üretildiği yerde tüketime ve teşviklerde yararlanma özellikleri nedeniyle turizm gelirlerinde elde edilen dövizin maliyeti düşüktür (Bahar ve Kozak, 2015:156). Turizmin ekonomik etkileri ortaya konulurken turizmin ödemeler dengesi üzerindeki etkisi, istihdam yaratma etkisi, gelir etkisi ele alınmalıdır. Birbiriyle ilgili olan bu etkileşimler doğrudan turizmin ülke ekonomisindeki yeri ve önemini de belirlemektedir.

3.1. Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkileri

Ülkenin ekonomik durumunu en açık ve net şekilde gösteren veri olan dış ödemeler dengesi, belli bir dönemde bir ülkenin diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkilerini ortaya koymaktadır. Uluslararası hareketlilik olarak kabul edilen turizm faaliyetleri de dış ödemeler dengesini etkilemektedir. Turizm, turist gönderen ülke için döviz talebini, turist kabul eden ülke için ise döviz arzını artırıcı rol oynamaktadır (Öztaş ve Karabulut, 2006:60). Sektörde görünmeyen dış satım kalemi olarak ifade edilen yatırımlar, oransal olarak yüksek düzeyde döviz geliri sağlamaktadırlar (Kozak vd., 2000:9).

Ülkeye gelen turistlerin ihtiyaçları doğrultusunda doğrudan veya dolaylı olarak yapmış oldukları harcamalar, o ülkenin dış turizm gelirini oluşturmaktadır. Böylece döviz girişi sağlanır. Döviz girişinin sağlanması görünmeyen ihracat ve ek ihracat şeklinde gerçekleşmektedir. Turizm amacıyla bir ülkeye gelen yabancılara turistik mal ve hizmet satılması döviz girişi sağlarken, bu durum görünmeyen ihracat olarak tanımlanır. Görünmeyen ihracatta, turistik ürünlerinin üretimi ve satışı aynı yerde gerçekleştiği için, ihracatçı ülke açısından sigorta, navlun, ambalaj, depolama vb. ihracat giderleri söz konusu değildir. Ayrıca bozulma, değer kaybı, iade gibi riskleri de daha azdır. Turizm sektöründe sosyo-kültürel değerler, yeraltı yer üstü zenginlikleri de ekonomik değer olarak kullanılır ve döviz kaynağı sayılır. Görünmeyen ihracatta, ülkenin turistik mal ve hizmeti başka bir ülkeye gönderme zorunluluğu yoktur. Turist ziyaret ettiği ülkede tüketimini yapmaktadır. Turizm amacıyla bir ülkeye gelen yabancıların gittikleri ülkelerden satın aldıkları tekstil ürünleri, hediyelik eşyalar ek ihracat olarak tanımlanır. Ülkeye özgü hediyelik eşyaların satın alınması, kullanılması gelen turistlerde psikolojik tatmin sağlarken, ülke için ek döviz geliri sağlamaktadır (Usta, 2009:58-59). Ülkenin elde ettiği döviz geliri, turizm amaçlı çıkan döviz giderinden fazla ise dış ödemeler dengesine olumlu etki, tersi durumda ise ülkenin elde ettiği döviz geliri, turizm amaçlı çıkan döviz giderinden daha az ise dış ödemeler dengesine olumsuz etki yarattığı görülmektedir. Bu bağlamda turizmin ödemeler dengesine olumlu etkisinden bahsedebilmek için turizm kaynaklı döviz gelirinin döviz giderinden fazla olması gerekmektedir (Bahar ve Kozak, 2013: 174). Ödemeler dengesi açık veren ülkeler, genellikle pozitif ödemeler dengesine ulaşmak için turizm yatırımlarını teşvik etmektedirler (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008:355). Japonya gibi ödemeler dengesi fazla veren ülkeler ise bu fazlalığın enflasyona neden olmaması ve eritilebilmesi için vatandaşlarını uluslararası turizme katılmaları konusunda teşvik etmektedirler (Hepaktan ve Çınar, 2010:145).

Ayrıca turizm gelirlerinden elde edilen dövizin maliyeti, ihracat ürünlerinin maliyetinden daha düşüktür. Bu sebeple uluslararası ticarete petrolden sonra ikinci sırayı almaktadır (Kar vd, 2004: 90). Ülkenin sahip olduğu doğal, kültürel, tarihi ve sosyo-ekonomik varlıklardan istenilen düzeyde yararlanılması, ekonomik büyüme ve refah düzeyini de olumlu etkilemektedir (Bahar, 2006:147-148).

3.2. İstihdam Etkileri

İstihdam, geniş anlamda bütün üretim faktörlerinin, dar anlamda ise yalnızca emek faktörünün üretimde kullanılmasıdır. Turizm sektörünün emek yoğun özelliği nedeniyle yüksek oranda istihdam gücüne sahiptir. Ayrıca sektöre mal ve hizmet tedarik eden yan sektörlerle de istihdam olanağı sağlamaktadır. İstihdam etkisi, turizmin yoğunluğuna ve gelişimine göre artmaktadır. Turizm talebinin artması turizm yatırımlarını, turizm yatırımları da yeni iş kolları oluşturmakta ve turizm istihdamını arttırmaktadır. Sektörde doğrudan, dolaylı ve ek istihdam olmak üzere üç istihdam türü bulunmaktadır. Doğrudan istihdam, turizm sektöründe faaliyet gösteren otel, motel, lokanta gibi işletmelerde oluşan istihdamı; dolaylı istihdam, tarım, inşaat, lojistik gibi turizm sektörüne girdi sağlayan yan

sektörlerde oluşan istihdamı; ek istihdam ise başta bölge halkı olmak üzere turizm sektöründen istihdam sağlayanların elde ettiği geliri başka sektörlerde harcaması sonucu oluşan istihdamı ifade etmektedir. Doğrudan ve dolaylı istihdamla sağlanan gelir harcadıkça turizmin çarpan etkisiyle ekonomide yaratılan istihdam etkisi de artmaktadır (Page ve Connell,2014:283; Kozak vd., 2000:87; Ünlüönen ve Şahin, 2011:4).

Çoğu ülkede kırsal kesimden kentlere göç nedeniyle oluşan işsizlik sorununun çözümüne turizm sektörü önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Turizm sektöründe öğrenilmesi kolay, yeni ve çeşitli iş olanakları özellikle yarı kalifiyeli ve kalifiesiz işgücü için istihdam olanağı sağlamaktadır. Ayrıca sektör, kadın çalışanların fazla oluşu nedeniyle çalışma koşullarının aile oluşumuna uygun olma özelliği taşımaktadır (Şit, 2016:115-116).

3.3. Gelir Etkileri

Turizmin en önemli etkilerinden biri de gelir etkisidir. Ülkeden ülkeye geçişse de bazı ülkeler için gelir sağlayan ana sektördür. Turizmde turist harcamalarının doğrudan, dolaylı ve uyarma olmak üzere üç şekilde ekonomik etkisi görülmektedir. Doğrudan etki, turizm harcamalardaki değişimlerin ani etkileriyle ilişkili üretim değişikliklerini ifade etmektedir. Ek otel satışları ve ücretler, maaşlar, vergiler, arz ve hizmetler için otel ödemelerinde meydana gelen değişiklikler, turist harcamalarının doğrudan etkileridir. Dolaylı etkiler, turizm işletmeleri ile bağlantılı endüstrilerde oluşan değişimleri ifade etmektedir. Uyarma etkisi ise, turizm harcamaları sonucunda doğrudan veya dolaylı olarak kazanılan gelirden kaynaklanan ekonomik aktivitedeki değişikliklerdir. Doğrudan etki birincil etki, dolaylı ve uyarma etkileri ise ikincil etkidir (Ardahaey, 2011:209; Reece, 2010:52).

Birçok sektörle ilişkili olan turizm sektörü, kaynak olarak kullandığı üretim faktörleri için harcamalar yaparak gelir yaratmaktadır. Bu duruma çarpan etkisi denilmektedir. Paranın değişimi ne kadar çok olursa, çarpan etkisi yani ekonomiye katkısı o kadar çok olacaktır. Turizm amaçlı yapılan yatırımlar başta bölge halkı olmak üzere, diğer paydaşları da doğrudan ve dolaylı olarak etkilemektedir. Dolayısıyla turizm faaliyetleri kapsamında yapılan harcamalar çarpan mekanizması ile kendisinden kat kat fazla gelir elde edilmesine neden olmaktadır (Kar vd, 2004: 90). Zincirleme etki, yaratılan gelir sıfır olana kadar devam etmektedir.

Turizm, harcamalarının yanında turistik yatırımlar da gelir etkisi oluşturmaktadır. Yapılan yeni yatırımlarla birçok sektör (inşaat, lojistik, havacılık vb.) canlanmakta veya yeni iş kolları oluşmakta ve ekonomide farklı düzeylerde gelir artışı meydana gelmektedir. Turizmin gelir etkisi aynı zamanda bölgeler arasında gelir dengesizliklerini de azaltmaktadır. Sektörel yatırımlar, bölgesel kaynak kullanımlarını ve istihdam olanaklarını arttırarak bölge halkına gelir sağlama olanakları sunarak bölgelerin gelişimine katkıda bulunmaktadırlar. Böylece diğer sektörlerin varlık gösteremediği yerlerde bu boşluğu turizm sektörü doldurmaktadır.

4. YÖNTEM

Ülke ekonomisinde önemli katkılarda bulunan turizm sektörü siyasi, ekonomik ve sosyal değişimlerden etkilenecek dalgalanmalar yaşayabilmektedir. Türkiye’de de turizm sektörü ekonomik yapı içinde önemli bir konuma sahiptir. Bu araştırmanın temel amacı Türkiye’de 2015-2016 yıllarında yaşanmış olan siyasi, ekonomik ve sosyal değişimlerin turizm sektöründeki yansımalarını ve ekonomiye etkisini ortaya koymaktır.

Bu araştırmanın verileri, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği’ne (TURSAB), Türkiye İstatistik Kurumu’na (TÜİK), Dünya Turizm Örgütü’ne (UNWTO), Dünya Ekonomik Forumu’na (WEF), Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı’na ait istatistikî raporlardan elde edilmiştir. Araştırmanın örneklemini Türkiye’de 2000-2016 dönemine ait bazı turizm verileri oluşturmaktadır. Bu veriler kapsamında ülkemizin 2000-2016 yılları arasında 16 yılda elde edilen turizm gelirleri, turizm giderleri, turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine ve ithalat giderlerine oranları, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı ve dış ticaret açığını kapatma payı, turizm istihdam oranı verilerinin yanı sıra ülkemize gelen ziyaretçi sayıları, kişi başına düşen ortalama harcama miktarları, ortalama geceleme sayıları ve doluluk oranları payı tablolaştırılarak karşılaştırılmıştır.

5. BULGULAR

Dünya’da uluslararası turizm hareketliliği 2016 yılında 2015 verilerini % 4 oranında katlayarak, 1.235 milyon kişiye ulaşmıştır. Gelişmiş ekonomi bölgelerindeki büyüme, 2015 yılına kıyasla% 5 artış göstererek, gelişmekte olan ekonomilerin (+% 2) artış oranını aşmıştır. Turizm hareketliliği kapsamında ziyaretçilerin % 50’si Avrupa’ya

(615 milyon), % 25'i Asya Pasifik ülkelerine (309 milyon), % 16'sı Amerika'ya (200 milyon), %5' i Afrika'ya (58 milyon) ve % 4'ü Orta Doğu'ya (54 milyon) seyahat etmiştir.

Tablo 1'de de görüldüğü gibi turistlerin tercih ettiği ilk beş ülke Fransa (84,5 milyon), ABD (77,5 milyon), İspanya (68,5 milyon), Çin (56,9 milyon) ve İtalya (50,7 milyon) olarak sıralanmaktadır. Bu hareketlilik sonucu en fazla turizm geliri sağlayan ülkelere bakıldığında ise ilk beş ülke Çin (261 ABD \$ milyar dolar), USA (ABD \$122milyar dolar), Almanya (ABD \$ 81 milyar dolar), Birleşik Krallık (ABD \$ 64 milyar dolar), Fransa (ABD \$ 41 milyar dolar) olarak sıralanmaktadır (UNWTO, 2016). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün 2016 verilerine göre, Türkiye en çok tercih edilen ülkeler arasında bir önceki yıla göre 4 sıra gerileyerek 10. sırada, turizm gelirlerinde ise 5 sıra gerileyerek 17. sırada yer almıştır. Bu verilere göre 2016 yılında Türkiye ilk 10 ülke listesinde yer alamamıştır.

Tablo 1. Dünya Genelinde En Çok Turizm Geliri Sağlayan ve En Çok Tercih Edilen 10 Ülke (2015-2016)

Turizm gelirinde ilk 10 (Milyar dolar)					En çok ziyaretçi alan 10 ülke (Milyon kişi)				
Sıra	Ülke	2015	2016	Değişim oranı	Sıra	Ülke	2015	2016	Değişim oranı
1	Amerika	205.4	205.9	0.3	1	Fransa	84.5	82.6	-2.2
2	İspanya	56.5	60.3	6.9	2	Amerika	77.5	75.6	-2.4
3	Tayland	44.9	49.9	11.0	3	İspanya	68.5	75.6	10.3
4	Çin	45.0	44.4	-1.2	4	Çin	56.9	59.3	4.2
5	Fransa	44.9	42.5	-5.3	5	İtalya	50.7	52.4	3.2
6	İtalya	39.4	40.2	2.0	6	İngiltere	34.4	35.8	4.0
7	İngiltere	45.5	39.6	-12.9	7	Almanya	35.0	35.6	1.7
8	Almanya	36.9	37.4	1.4	8	Meksika	32.1	35.0	8.9
9	Hong Kong	36.2	32.9	-9.1	9	Tayland	29.9	32.6	8.9
10	Avustralya	28.9	32.4	12.3	10	Türkiye	39.5	-	-

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü (UNWTO,2016)

Ülkelerin turizm sektörlerinin ekonomiye katkısını anlayabilmek için bakılan tablolardan en önemlisi turizm gelirlerinin GSMH içindeki payıdır. Ekonomide bir yıl içinde üretilen tüm nihai mal ve hizmetlerin toplam parasal değerini gösteren Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) ülkenin yıllık ekonomik değerlendirilmesi açısından önemli bir göstergedir. Turizm, çok az dışalım yapılarak, ulusal gelirin artmasına katkı sağlamaktadır. Bazı ülkelerde ana sektör olarak faaliyet gösteren turizmin GSMH içindeki payı yüksektir. Örneğin 2016 yılı itibarıyla, seyahat ve turizmin Maldivler'de GSYİH'ye katkısı % 79,4'tür. Türkiye'de de ödemeler dengesinin kapatılmasına yönelik önem verilen sektörlerin başında turizm gelmektedir. Tablo 2'de 2000-2016 yılları arasında ülkemizde gerçekleşen turizm geliri, turizm gideri, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı (%), turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranı ve turizm giderlerinin ithalat giderlerine oranları verilmiştir.

Tablo 2'de verilen TURSAB verilerine göre 2016 yılında turizm geliri bir önceki yıla göre % 30 gerilediği görülmektedir. Türkiye'de 2000 yılında turizm gelirlerinin ihracattaki payı % 27,5 iken, turizm giderlerinin ithalattaki payı % 3,1 olarak gerçekleşmiştir. 2010 yılına gelindiğinde turizm gelirlerinin ihracattaki payı % 21,9 iken, turizm giderlerinin ithalattaki payı % 3,2'dir. 2016'da ise turizm gelirlerinin ihracattaki payı % 15,5'e, turizm giderlerinin ithalattaki payı % 2,5'e gerilediği görülmektedir. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı ise 2001 ve 2002 yıllarında % 5 civarlarında olmasına rağmen bu oran giderek azalmış ve 2016 yılında % 2,6'a kadar düşmüştür.

Tablo 2'de turizm gelir – gideri, dış ticaret (ihracat-ithalat) rakamları ve turizm gelirlerinin ihracata, giderlerinin ithalata oranlarını gösteren veriler şeklinde gösterilmiştir. Turizm gelirlerinin ihracat gelirlerine oranının ithalata oranla daha yüksek olduğu verilerden anlaşılmaktadır. Başka bir deyişle, turizm ülkeden döviz çıkmasından çok ülkeye döviz girmesine sebep olmaktadır. 2016 yılına gelindiğinde turizm gelirlerinin ihracattaki payında önemli bir düşüş yaşanmıştır. İncelenen dönem içerisinde turizmin ihracat içindeki payı ortalama % 15,5 seviyesinde olmuştur.

Tablo 2. Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı, Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (1.000.000 US\$)

Yıllar	Turizm Gelirleri	Turizm Gelirinde Değişim oranı(%)	Turizm Giderleri	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirlerine Oranı (%)	Turizm Giderlerinin İthalat Giderlerine Oranı (%)	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
2000	7 636,0		1 711,0	27,5	3,1	2,9
2001	10 450,7	37	1 738,0	33,4	4,2	5,3
2002	12 420,5	19	1 880,0	34,4	3,6	5,4
2003	13 854,9	12	2 424,8	29,3	3,5	4,5
2004	17 076,6	23	2 954,5	27,0	3,0	4,4
2005	20 322,1	19	3 394,6	27,7	2,9	4,2
2006	18 594,0	-9	3 270,9	21,7	2,3	3,5
2007	20 942,5	13	4 043,3	19,5	2,4	3,2
2008	25 415,1	21	4 266,2	19,2	2,1	3,4
2009	25 064,5	-1	5 090,4	24,5	3,6	4,1
2010	24 931,0	-1	5 874,5	21,9	3,2	3,4
2011	28 115,7	13	5 531,5	20,8	2,3	3,6
2012	29 351,4	4,4	4 593,4	19,2	1,9	3,7
2013	34 305,9	17	5 253,6	21,3	2,1	3,9
2014	32 309,0	-6	5 470,4	21,8	2,2	4,3
2015	31 464,8	-3	5 698,3	21,9	2,8	6,2
2016	22 107,4	-30	5 049,8	15,5	2,5	2,6

Kaynak: TURSAB, 2016

Ülkenin belli bir dönemde dış ekonomik mali ilişkilerin durumunu ortaya koyan Dış Ticaret Açığı (DTA), ülkenin uluslararası faaliyetlerde sağladığı gelir ile ödemek zorunda olduğu giderler arasındaki farktır. Başka bir deyişle bir ülkenin ithalatının ihracatından fazla olması durumunda oluşan fark (dış ticaret açığı), döviz açığı oluşturmaktadır. Genel olarak DTA, ülkenin uluslar arası platformda ekonomik ve mali göstergesidir. Dış Ticaret Açığının eksi veya artı çıkması sonucunda ülke ekonomisinde geniş ve kapsamlı etkiler ortaya çıkarır. Her iki durumda DTA' nı dengelemek için ülkenin en önemli desteği turizm sektörüdür. Daha öncede belirtildiği gibi, turizm gelirlerinin döviz girdisi oluşturduğu için ihracat, giderlerinin de döviz çıktısı oluşturduğu için ithalat gibi düşünülürse dış ticaret açığında turizm can simidi özelliği taşımaktadır.

Dış ticaret açığını kapamada turizmin payı, turizm gelirlerinden turizm giderleri düşüldükten sonra ortaya çıkan net turizm geliri rakamının, ihracat gelirlerinden ithalat giderleri düşüldükten sonra ortaya çıkan dış ticaret dengesi rakamına bölünmesi suretiyle bulunur.

$$\text{Karşılama oranı} = \frac{\text{Ulusal Turizm Dengesi (Net Gelir)}}{\text{Dış Turizm Dengesi (İhracat - İthalat)}}$$

Tablo 3'te Türkiye'de 2000 -2016 yılları arasında oluşan DTA verileri ve turizm gelirin Dış Ticaret Açığını (DTA) kapatmadaki payı verilmiştir. Tablo 3'te verilen Türkiye Seyahat Acentaları Birliği verilerine göre dış ticareti açığı 2000 yılında yaklaşık 26 milyar dolar, 2010 yılında 71 milyar dolara yükselmiş, 2016 yılında ise daha önceki dönemlere göre azalarak 55 milyar dolara düşmüştür. Bunun yanında 2000 yılında turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını karşılama oranı % 37,38, 2010 yılında % 46,09, 2015 yılında % 49,73 iken 2016 yılında ise bu oran % 39,48'a gerilemiştir. 2016 yılında elde edilen verilere bakıldığında, ülkenin en önemli döviz getiren sektörlerinden biri olan turizm sektöründeki gelir düşüşünün, genel ekonomik yapıya yeterince olumlu katkı sağlamadığı görülmektedir.

Tablo 3. Turizm Gelirleri ve Dış Ticaret Açıkları

Yıllar	Dış Ticaret Açığı (DTA) \$	Turizm Gelirinin DTA Kapama Payı (%)
2000	26.727.914	37,38
2001	10.064.867	133,63
2002	15.494.708	98,19
2003	22.086.856	73,81
2004	34.372.613	58,95
2005	43.297.743	55,72
2006	54.041.498	42,83
2007	62.790.965	43,34
2008	69.936.378	44,30
2009	38.785.809	82,52
2010	71.661.113	46,09
2011	105.934.807	34,13
2012	84.066.659	43,75
2013	99.858.613	32,35
2014	84.508.918	40,59
2015	63.268.398	49,73
2016	55.995.686	39,48

Kaynak: TURSAB

Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda olduğu gibi Türkiye ekonomisinde de en önemli ekonomik sorun olan işsizlik, ülkeyi yeni istihdam olanakları bulmaya zorlamaktadır. Bu bağlamda turizm sektörü istihdam olanakları sunan önemli bir kaynaktır. Turizm sektörünün toplam istihdama sağladığı doğrudan katkının payı oldukça yüksektir. İstihdam olanakları yalnızca turist kabul eden ülke veya bölge için değil, turist gönderen ülke veya bölge içinde geçerlidir. Tablo 4’de ülkemizdeki turizmde istihdam oranları verilmiştir.

Tablo 4. Türkiye’de İstihdam, İşsizlik ve Turizm İstihdamı (2000-2016)

Yıllar	Turizmde Doğrudan İstihdam Edilen Kişi Sayısı (Bin Kişi)	Turizmde İstihdam Edilen Toplam Kişi Sayısı (Doğrudan + Dolaylı) (Bin Kişi)	Toplam İstihdam İçinde Turizm İstihdam Oranı (%)
2000	531.5	1 535.3	7.3
2001	527.3	1 759.9	8.4
2002	523.9	1 725.2	8.2
2003	555.9	1 815.6	8.7
2004	510.2	1 815.8	8.6
2005	472.6	1 732.2	8.8
2006	483.4	1 711.4	8.6
2007	449.3	1 761.8	8.7
2008	466.1	1 800.5	8.7
2009	464.5	1 892.6	9.2
2010	466.0	1 700.4	7.8
2011	505.7	1 990.2	8.6
2012	530.1	1 949.6	8.1
2013	548.1	2 049.0	8.2
2014	575.8	2 130.5	8.2
2015	599.9	2 192.8	8.3
2016	540.5	1 654.7	7.2

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

Tablo 4’de 2000 yılında turizmde doğrudan istihdam edilen kişi sayısı 531 bin iken bu sayı 2015 yılında 599 bin, 2016 yılında 540 bin olmuştur. Toplamda turizmde istihdam edilen kişi sayısına bakıldığında sayının 2000 yılında 1 milyon 535 bin, 2015 yılında 2 milyon 192 bin, 2016 yılında ise 1 milyon 654 bin olduğu görülmektedir. Son 15 yılda toplam istihdamın turizm istihdamına oranı 9.2 oranına kadar çıkarken 2016 yılında bu oranın 7.2’ye

düşüğünü görmekteyiz. Yerli ve yabancı yatırımın azalması sonucu, turizmin ülkenin işsizlik sorununa olan katkı payı azalmıştır. Direkt turizmin değil, etkilediği alanlarda da istihdam olanakları azalarak devam etmiştir. Bu durum aynı zamanda insanların alım gücünü ve refah düzeyini de olumsuz etkilemiştir.

Gelirin el değiştirmesi devlet içinde gelir kaynağı oluşturmaktadır. Katma değer vergisi, satış vergisi, tüketim vergisi ve mülkiyet vergisi gibi vergi kalemleri ile vize, pasaport işlemleri için ödenen ücretler, müze-özen yeri için giriş ücretleri gibi ödeme kalemleri gelir oluşturmaktadır (Robinson vd., 2013:44). Tablo 5'te 2001- 2016 yılları arası turizm geliri, ziyaretçi sayıları, kişi başına ortalama harcama ve geceleme sayıları verilmiştir.

Tablo 5. Türkiye'ye Gelen Ziyaretçi Sayıları, Turizm Gelirleri ve Kişi Başına Ortalama Harcama (2001-2016)

Yıllar	Turizm Geliri (000 \$)	Ziyaretçi Sayısı	Ziyaretçi Sayısında Yıllık Değişim Oranı %	Kişi Başına Ortalama Harcama(\$)
2001	10 450 728	13 450 127	-	777
2002	12 420 519	15 214 514	13.1	816
2003	13 854 868	16 302 053	7.1	850
2004	17 076 609	20 262 640	24	843
2005	20 322 111	24 124 501	19	842
2006	18 593 950	23 148 669	-4	803
2007	20 942 501	27 214 988	17.5	770
2008	25 415 067	30 979 979	13.8	820
2009	25 064 481	32 006 149	3.3	783
2010	24 930 996	33 027 943	3.2	755
2011	28 115 694	36 151 328	9.5	778
2012	29 007 003	36 463 921	0.9	795
2013	32 308 991	39 226 226	7.6	824
2014	34 305 904	41 415 070	5.6	828
2015	31 464 777	41 617 530	0.5	756
2016	22 107 440	31 365 330	-25	705

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı

2016 yılı verilerine bakıldığında ziyaretçi sayısında yıllık değişim oranı % 25 azalmış ve kişi başına düşen ortalama harcama miktarı 705 \$ olarak kaydedilmiştir. Ziyaretçi sayısındaki değişim oranı 2001 – 2016 yılları arasındaki en düşük seviyeyi görmüştür. 2015 yılında gelen kişilerin ortama harcamaları 756 \$ iken 2016 yılında bu miktar 705 \$ olarak tespit edilmiştir. Kişi başına düşen ortalama harcamalarda 2001- 2016 yılları arasındaki verilere bakıldığında 2001 yılından beri belirlenen en düşük seviyede olduğu görülmektedir.

2016 yılında ülkemize gelen ziyaretçi sayısında meydana gelen keskin bir düşüş ve gelen ziyaretçilerin daha az harcadıkları beraberinde elde edilen turizm gelirinde de düşüşe neden olmuştur. Ziyaretçi sayılarının ve harcamalarının azalmasında, kriz sonrası pazar yapısının değişmesi, farklı turist pazarlarının piyasaya girmesi ve değişen fiyat politikaları gibi nedenler etkili olmuştur.

Tablo 6'de 2000-2016 dönemine ait yerli ve yabancı turistlerin ortalama kalış süreleri ve doluluk oranları verilmiştir. Tablo 6'ya göre doluluk oranları 2000 yılında toplamda % 36.82, 2010 yılında % 49.17 olarak gerçekleşirken 2015 yılında % 51.18'e, 2016 yılında ise bu oran % 41.51'e gerilemiştir. 2016 yılında gerçekleşen bu düşük doluluk oranlarında en önemli payın yabancı turistlerin oluşturduğu pazardaki doluluk oranlarından kaynaklandığı görülmektedir. Bu oran 2015 yılında %36. 85 iken bu oran 2016 yılında % 24.26'ya gerilediği görülmektedir. Yabancı turistlere ait doluluk oranları son 16 yılın en düşük oranlarında gerçekleşmiş olsa da yerli turistlerin doluluk oranlarındaki düşüş (%17.24) çok yüksek değildir.

Tablo 6. Turizmde doluluk oranları ve ortalama kalış süresi (2000-2016)

YILLAR	DOLULUK ORANLARI %			ORTALAMA KALIŞ SÜRELERİ		
	YABANCI	YERLİ	TOPLAM	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
2000	23.33	13.48	36.82	4.19	1.86	2.87
2001	32.82	12.80	45.62	4.14	1.83	3.06
2002	36.04	12.65	48.68	4.39	1.92	3.29
2003	33.56	13.33	46.90	4.54	1.93	3.28
2004	36.57	13.50	50.07	4.53	1.89	3.29
2005	39.22	13.16	52.38	4.33	1.80	3.20
2006	32.35	14.91	47.26	3.92	1.86	2.90
2007	36.68	14.43	51.12	3.82	1.85	2.94
2008	37.71	13.80	51.51	4.17	1.85	3.12
2009	35.38	13.52	48.90	4.17	1.89	3.13
2010	37.23	11.94	49.17	4.30	1.90	3.30
2011	38.12	13.34	51.46	4.10	1.90	3.20
2012	40.74	13.61	54.34	4.40	1.90	3.30
2013	38.41	14.19	52.60	4.23	1.94	3.20
2014	38.90	12.94	51.84	4.13	1.88	3.18
2015	36.85	14.33	51.18	4.17	1.85	3.09
2016	24.26	17.24	41.51	4.61	2.06	3.05

Kaynak: TURSAB

Ortalama kalış sürelerine bakıldığında 2016 yılında gelen yerli ve yabancı turistlerin daha uzun süreli kalmayı tercih ettikleri görülmektedir. Özellikle fiyatların düşük olması gelen turistlerin daha uzun süreli kalmalarında etkili olmuştur. Ancak tablo 5'te verilen kişi başı ortalama harcama miktarına bakıldığında kalış süreleri fazla olsa da harcama miktarlarının artmadığını aksine azaldığını söylemek mümkündür.

6. SONUÇ

Ülkelerin gelişiminde önemli rol oynayan turizm, istihdam olanakları yaratarak, döviz geliri sağlayarak, iç kaynak kullanımını arttırarak ekonomiye destek sağlamaktadır. Bacasız sanayi olarak da tanımlanan sektör, birçok sektörü de doğrudan veya dolaylı olarak beslemektedir. Alternatif turizm faaliyetleri ile zamanı ve sınırı olmayan, her türlü kesime hitap eden yatırım olanaklarına sahip olması gibi avantajlara sahiptir. Turizm, ülkesel, bölgesel ve yöresel kalkınmada en çok tercih edilen yatırım araçlarından biri durumundadır. Tüm bu avantajlarının yanı sıra kırılgan bir yapıya sahip olması, talebin kısa vadede esnek olması sektörü zaman zaman zora sokabilmektedir. Dünya'da ve ülkemizde yaşanan olaylar sektörde krizlere neden olabilmektedir.

Türkiye ile Rusya arasındaki gerginlik ile başlayan, daha sonra Türkiye'nin yaşamış olduğu siyasi, ekonomik, toplumsal çalkantılar ile büyüyerek devam eden olumsuz sürecin en belirgin yansıması turizm sektöründe görülmektedir. Çalışmamızda bu yansımanın sonuçları sayısal değerlerle ortaya konulmaya çalışılmaktadır. 2000-2016 yılları arasındaki döneme ait veriler değerlendirilerek, etki düzeyi incelenmiştir. Ekonomik göstergelerin temelini oluşturan turizm talebine bakıldığında, gelen turist sayısında yaşanan düşüş başta turizm geliri olmak üzere tüm ekonomik göstergeleri etkilemiştir. 2000-2016 yılları arasında gelen turist sayısındaki en düşük rakamlar 2016 yılında kaydedilmiştir. Buna göre ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre % 25 azalırken, turizm gelir de % 30 azalmıştır. Turizm gelirinin düşmesiyle birlikte turizmin GSMH içindeki payı ve Dış Ticaret Açığını kapatma oranları da düşmüştür. Bunun yanı sıra istihdama olan katkısı 2000 yıllarında gerçekleşmiş olan oranlara geri dönmüş ve sektörde önemli bir istihdam sorunu patlak vermiştir. Bu durum bölgesel kalkınmayı da derinden etkilemiştir. Ayrıca piyasada fiyatların düşmesi/düşürülmesi, gelen turistlerin kalış sürelerinin uzamasında etkili olurken, kişi başına düşen harcama miktarını arttırmamış hatta ucuz ülke imajını yaratmıştır. Sonuç olarak Türkiye'de turizm pazarının, ülkenin içinde bulunduğu durumdan ve uluslararası ikili ilişkilerde yaşanan gerginlikten ciddi anlamda etkilendiği tespit edilmiştir.

Sektörü yansıtan verilere bakıldığında, tekrarının yaşanmaması amacıyla kriz yönetimine yönelik yeni önlemlerin alınması gerekliliği görülmektedir. Bu bağlamda Türk turizm sektörünün birkaç ülkeye bağımlı bir talep yapısına sahip olmasının önüne geçilmelidir. Aksi halde Rusya'da yaşanan mali kriz örneğinde olduğu gibi ortaya, çıkabilecek bazı sorunlar, sektöre ve ekonomiye ciddi zararlar verebilecektir. Krizlerin daha iyi yönetilebilmesi

için yeni alternatif pazarlara (örneğin Çin) yönelmek, etkili tanıtım stratejileri uygulamak, gerekiyorsa Turizm Bakanlığı'na tanıtım, pazarlama için ilave kaynak tahsisi yapmak, sosyal medya başta olmak üzere tüm iletişim kanallarını ve kitle iletişim araçlarını etkin kullanmak gibi yöntemlerin uygulanması gerekmektedir. Uygulanacak bu yöntemler sektörü, karşılaşılabileceği krizlere karşı daha dayanıklı ve donanımlı hale getirecektir.

Çalışmamızda 2017'e ait tüm veriler henüz açıklanmadığı için kullanılmamıştır. Ancak 2017 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 32 milyon 410 bin olarak kaydedilmiştir. Kriz sonrası Türkiye sahip olduğu potansiyeli büyük bir rekabet gücüne dönüştürerek sektörü tekrar canlandırmaya başlamıştır. Dünya Ekonomik Forumu (WEF)'da bunu destekleyerek 2017 yılında yayınladığı Seyahat ve Turizm Rekabet Endeksi (2017) verilerine göre Türkiye 2015 sonu ve 2017 yılları arasında gösterdiği performansla dünyada en rekabetçi 136 ülke içinde 44'üncü olmuştur. 2009 yılında dünya genelinde 56., 2011 yılında ise 50. sırada olduğu dikkate alındığında (WEF, 2013:342), Türkiye'nin bu zor sürece rağmen rekabeti devam ettirdiği ve önlemler olarak turizm sektörünü canlandıracak adımlar atmaya devam ettiği görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Aymankuy, Y. Ş (2001). "Turizm Sektöründe Kriz Yönetimi", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 6, 105-118.
- Ayaz, N. (2016). "Ekonomik Krizlerin Turizm Sektörüne Olan Etkileri Üzerine Bir İnceleme", Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(59), 1360-1371.
- Aydın, A. Gencür, A. S. (2015). "Türkiye'nin Turizm Arzı, Piyasa Yapısı ve Global Riskler: Keşifsel Bir Yaklaşım", Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2(2), 43-64.
- Bahar, O. (2006). "Turizm Sektörünün Türkiye'nin Ekonomik Büyümesi Üzerindeki Etkisi: VAR Analizi Yaklaşımı", Yönetim ve Ekonomi, 13(2), 137-150.
- Bahar O. ve Kozak, M. (2008). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık Ankara.
- Bahar, O. ve Kozak, M. (2013). Turizm Ekonomisi, Editör Metin Kozak, Anadolu Üniversite Yayını No: 2908, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1865, 1. Baskı, Eskişehir.
- Bahar O. ve Kozak, M. (2015). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.
- BMI. (2015). Business Monitor International Turkey Tourism Report Q1 2015. BMI: UK.
- COMCEC, Risk and Crisis Management in Tourism Sector: Recovery From Crisis in the OIC Member Countries, (<http://www.comcec.org>)(Erişim Tarihi:30.11.2017).
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri Ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, (6), 1-18.
- Henderson, C. J. (1999). "Managing the Asian financial crisis: Tourist attractions in Singapore", Journal of Travel Research, 38(2) 177-181.
- Henderson C. J. (2016). Tourism Crises: Causes, Consequences and Management, Routledge, New York.
- Hepaktan, E. ve Çınar, S. (2010). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri, Celal Bayar Üniversitesi S.B.E., Sosyal Bilimler , 8(2), 135- 154.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). "Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme", Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 8, 87-112.
- Kash, T. J. ve Darling, J. R. (1998). "Crisis Management: Prevention, Diagnosis and Intervention", Leadership ve Organization Development Journal. 19(4), 179-186.
- Kızılgöl, Ö. ve Erbaykal, E.(2008). "Türkiye'de Turizm Gelirleriyle Ekonomik Büyüme İlişkisi: Bir Nedensellik Analizi", Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13(2), 351-360.
- Köşker, H. (2017). "Krizlerin Turizm Sektöründeki Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği", Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi, Sayı: 62 Temmuz-Ağustos, 216- 230.

- Okumuş, F. ve Karamustafa, K. (2005). "Impact of An Economic Crisis", *Annals of Tourism Research*, 32(49), 942-961.
- Öztaş, K. ve Karabulut, T. (2006). *Turizm Ekonomisi: Genel Turizm Bilgileri*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Page, J. S. ve Cornell, J. (2014). *Tourism A modern Synthesis*, Singapore, 4th Edition, Singapore: Cengage Learning.
- Pfarr, C. (2010). *Crisis Management in The Tourism Industry Beating The Odds?* Ed. Christof Pfarr and Peter Hosie, Ashgate, USA.
- Reece, S. W. (2010). *The Economics of Tourism*, Prentice Hall, New Jersey.
- Robinson, P., Lück. M. ve Smith S. L. J. (2013). *Tourism*, Gutenberg Press Ltd., Malta.
- Sönmez, S. F., Apostolopoulos Y. ve Tarlow P. (1999). *Tourism in Crisis: Managing the Effects of Terrorism*, *Journal of Travel Research*, 38(1), 13-18.
- Şit, M. (2016). "Türkiye'de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı", *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7, 101- 117.
- Tekin, E. (2015). "The Impacts of Political and Economic Uncertainties on the Tourism Industry in Turkey", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(2), 265-272.
- TURSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) (2017). <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/gsmh-icin-deki-payi-1963-79.html>, (Erişim Tarihi: 10.09.2017).
- TURSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) (2017). https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html (Erişim Tarihi: 01.09.2017).
- TURSAB (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği) (2017). <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/turistik-tesis-ve-isletmeler/doluluk-ve-ortalama-kalis-suresi-1990-912.html>, (Erişim Tarihi: 01.09.2017).
- UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) (2016). (<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418725>). (Erişim Tarihi: 05.10.2017).
- UNWTO (Dünya Turizm Örgütü) (2017). <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights> (Erişim Tarihi: 12.09.2017).
- Usta, Ö. (2009). *Turizm Genel Ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Ünlönen, K. ve Şahin, S. Z. (2011). *Turizmde İstihdam*, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 1-25.
- WEF (Dünya Ekonomik Forumu) (2017). *Turizm Rekabet Endeksi* http://reports.weforum.org/pdf/ttci-2017/WEF_TTCI_2017_Profile_TUR.pdf (Erişim Tarihi: 30.11.2017).