



**TURİZM SEKTÖRÜNDEKİ KRİZ DÖNEMLERİNDE UYGULANAN KAMU
POLİTİKALARINA KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN BAKIŞI: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ**

Doç. Dr. Ali KELEŞ*

ÖZ

Turizm sektörü, gün geçtikçe büyüyüp gelişmekte, ülkelerin ekonomik büyümesine ve refah seviyesine büyük katkı sağlamaktadır. Birçok ülkede turizm sektörü, stratejik bir konumda olması nedeni ile ülke ekonomilerinin lokomotif güçlerinden biri durumundadır. Özellikle turizm, gelişmekte olan pek çok ülke açısından çok ciddi bir gelir kaynağıdır ve bacasız endüstri olarak adlandırılmaktadır. Aynı zamanda, turizm sektörü artık modern ekonomiler için de vazgeçilmez bir sektör haline gelmiş durumdadır. Turizm gelirleri, birçok gelişmiş ülkenin öncelikli kaynakları arasında olmasa bile ülke gelir kaynakları bakımından önem taşımaktadır. Turizm, sahip olduğu elastiki yapısıyla, ülkelerin içine düştükleri her türlü kriz dönemlerinde istihdam ve ekonomiye sağladığı desteklerle ülkelerin krizle mücadele edip krizden çıkabilmelerinde hayati bir rol üstlenmektedir.

Araştırmada devletin bugüne kadar turizm sektörüne uyguladığı teşviklere, son yirmi yıl içinde yaşanan krizler ve krizlerin etkilerine, kriz dönemlerinde devlet tarafından turizm sektörüne uygulanan önlemlere yer verilmiştir.

Araştırmanın amacı sık sık krizlerle karşı karşıya kalan Türkiye'de turizm sektörüne yönelik uygulanan kamu politikalarının sektör tarafından ne kadar benimsendiğini ve krizleri çözmekte ve atlatmakta ne kadar etkin olduğunu analiz etmektir. Bu amaçla Antalya ilinde faaliyet gösteren 4 yıldız ve üzerindeki konaklama işletmelerinin temsilcilerine yönelik alan araştırması yapılmıştır. Araştırmada konaklama işletmeleri temsilcilerine kriz dönemlerinde devletin aldığı önlemlerin her birinin yeterli olup olmadığına dair ifadeler yöneltilmiştir.

Sonucunda ise konaklama işletmelerinin hizmet yılı değişkenine göre kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu Politikası, Turizm Sektörü, Kriz, Konaklama İşletmesi

**THE VIEWS OF HOSPITALITY INDUSTRY ON THE PUBLIC POLICIES APPLIED
DURING CRISIS PERIODS IN TOURISM SECTOR:A CASE OF ANTALYA**

PROVINCE

ABSTRACT

The tourism sector is growing and developing day by day and contributing greatly to the economic growth and prosperity of the countries. In many countries, the sector is one of the driving forces of the national economy due to its strategic position. In particular, tourism is a very serious source of income for many developing countries and is referred as service industry. At the same time, the tourism sector has become an indispensable sector for modern economies. Although tourism revenues are not among the priority sources of many developed countries, they are of great importance in terms of national income sources. The tourism sector plays a vital role for countries in combating the crisis and getting the countries out of the crisis

* Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Edebiyat Fak. Tarih Bölümü, ekeles@mu.edu.tr , Orcid ID: 0000

with the help of its elastic structure and the support it provides to the economy and employment during the crisis periods.

In the research, the incentives implemented by the state so far, the crises and their effects in the last two decades, the measures implemented by the state in times of crisis are included.

The aim of the research is to analyze how effective the public policies to solve, overcome the crisis and how they are assimilated by the sector in Turkey where the crises are frequently faced. For this purpose, a field study was conducted concerning the representatives of the 4 star and over accommodation enterprises operating in the province of Antalya. In the study, the representatives of the accommodation enterprises were asked about whether the measures taken by the state in times of crisis were sufficient or not.

As a result, according to the service year variable, significant differences have been found among the attitudes of hospitality companies regarding the measures taken in crisis periods

Keywords: Public Policy, Tourism Sector, Crisis, Hospitality Industry

GİRİŞ

Turizm sektörü günümüzde birçok sektör durağan halde iken, kendi kendini yenileyen, diğer birçok sektöre göre daha hızlı büyüyen ve hızla değişen bir sektör konumundadır. Dünya turizm örgütünün tahminlerine göre, yine önümüzdeki 15-20 yıl içerisinde hızlı büyüme gösterecek ve sürekli gelişmesini devam ettirecek sektörlerin başında turizm sektörünün olacağı kabul edilmektedir.

Turizm sektörü özellikle global olarak 20.yüzyılın ikinci yarısından sonra ciddi bir ivme kazanmış olup, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için can simidi konumundadır. Uluslararası turizm faaliyetleri, birçok ülke için önemli bir gelir kaynağı olmayı sürdürmektedir. Dünya ölçeğine baktığımızda ülkelerin toplam istihdamının içinde turizm sektörünün payı küçümsenmeyecek bir oranla ortalama % 7-10 arası değişmektedir. Turizm, ülkelere ciddi bir döviz girdisi sağlaması sebebiyle cari açığı dengelemede büyük bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra, bölgesel gelişmişlik farklılıklarını gidermesi ve sağladığı sosyo-kültürel zenginlikler nedeniyle de ülkelerin en gözde sektörleri arasındadır.

2017 yılı sonu itibari ile dünya genelinde 1,322 milyon kişi seyahat etmiş ve 2020 yılında bu rakamın 1,500 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Dünya genelinde turizmden elde edilen gelirin 2017 yılı itibariyle yaklaşık 1 trilyon 422 \$, 2020 yılında da 2 trilyon \$ olacağı öngörülmektedir. Turizm sektörü artık modern ekonomiler için vazgeçilmez bir sektör haline gelmiş durumdadır. Turizm gelirleri birçok gelişmiş ülkenin öncelikli kaynakları arasında olmasa bile, sektörün bu ülkeler için de önemli bir gelir kaynağı oluşturduğu görülmektedir.

Ülkeler, kriz dönemlerinde turizm sektörüne olumlu katkı sağlamak amacı ile dolaylı ya da doğrudan teşvikler ve destekler sunmaktadır. İktisadi yaşamın tüm dönemlerinin vazgeçilemez bir parçasını oluşturan teşvikler, devletlerin ekonomiye müdahale edebildikleri en etkili ve önemli araçlar arasında sayılabilmektedir.

Bugüne kadar Türkiye’de yaşanan krizlerde konaklama işletmelerine uygulanan destek ve teşviklerin etkinliği ile ilgili çalışmalar çok az sayıdadır. Hatta akademik olarak bu konuda hiçbir çalışma bulunmamaktadır. Bu açıdan bakıldığında bu çalışma; kamu sektörüne ve konaklama işletmeleri ve diğer turizm paydaşlarına teşvik ve desteklerin yerinde, etkili, faydalı, uygun, uygulanabilir olup olmadığı ile ilgili bilgiler sunmaktadır.

1. KRİZ KAVRAMI VE KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE KRİZ YÖNETİMİ

Kriz çeşitli disiplinlere göre farklı şekilde tanımlanabilmektedir. İşletmelerde ise kriz, krize kaynak eden etmenler karşısında işletmelerin örgütsel ve yönetsel süreçlerinde işleyiş bozukluklarına ve örgütsel düzenin önemli ölçüde sarsılmasına sebep olan ve beklenmedik bir halde ortaya çıkan sorunların, çözüm yollarının yetersiz duruma gelmesi sonucu karşılaşılan gerilim durumudur (Tutar, 2000: 16). Bir başka tanımda ise "kriz" işletmenin ortaya koyduklarını, hizmetlerini, yöntem ve süreçlerini veya ününü etkileyebilecek tehditler olarak karşımıza çıkar (Smither, Houston ve Mdnire, 1996: 448).

Kriz, aniden ve öngörülmeven şekilde meydana geldiğinden mevcut düzeni alt üst eden, yıkıcı özelliği olan olaylar anlamına gelmektedir. Asya-Pasifik Seyahat Birliği (PATA) ise turizm krizini, "turizm endüstrisini etkileyecek potansiyele sahip doğal ya da insanlar tarafından gerçekleştirilen her türlü felakettir" şeklinde tanımlamaktadır (Koroğlu, 2004: 71).

Kriz, örgütlerin amaçları, işleyiş sistemi gibi temel direklerini tehdit eder.. Tehdidin önemi kriz çeşitlerine, krizin meydana gelişine, örgütün konumuna ve ilgili hedef kitlelerin gelişen olaylara nasıl tepki verdiklerine göre farklılık gösterebilmekte ve bu gerçeklik genellikle krizin sonuçlarını, gelişimin ve yapılması gereken önlemlere ilişkin çözüm yollarını belirleyen önemli bir faktördür. (Pira ve Sohodol, 2004: 26).

Normal süreç içerisinde meydana gelen her sorun kriz olarak algılanmamalıdır. Bu sebepten yapılan tanımlar çok iyi kavranması gerekir. Yapılacak bu tespitlerin sonucu aşağıdaki krizlerin özellikleri şu şekilde açıklanabilir (Çiçek ve Kılıç, 2001: 62).

- Beklenmeden meydana gelmesi
- Beklenmeyen tepki / aksiyon göstermesi
- İşletme başarısını etkilemesi/ yıkıma uğratması
- Belirsizlik ve gerilim yaratması
- İşletmenin imajını, varlıklarını ve karlılığını tehdit etmesi
- Yönetilebilir olması.

Turizm endüstrisi risk faktörü yüksek bir sektördür. Ekonomik, politik ve doğa faktörleri başta olmak üzere dünyada yaşanan her türlü olumlu ya da olumsuz gelişme turizm endüstrisini ve dolayısı ile konaklama işletmelerini büyük ölçüde etkilemektedir. Olumlu gelişmeler sektör içinde bir risk oluşturmasa da, olumsuz gelişmeler turizm endüstrisi ve konaklama işletmeleri için büyük bir risk faktörü olarak görülmektedir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) turizm sektöründeki krizi; "aniden ortaya çıkan, turistlerin destinasyona olan güvenini azaltan ve turizm işletmelerinin düzenli

faaliyetlerini engelleyen olaylar zinciri "olarak tanımlar (www.world-touism.org) (08.03.2002)

Dünya turizm örgütünün tahminlerine göre, yine önümüzdeki 15-20 yıl içersin de hızlı büyüme gösterecek ve sürekli gelişmesini devam ettirecek sektörlerin başında turizm sektörü olacağı kabul edilmektedir.

2017 yılı sonu itibari ile dünya genelinde 1,322 milyon kişi seyahat etmiş ve 2020 yılında 1,500 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Bu turizm pastasından dünya genelinde 2017 yılı itibariyle yaklaşık 1 trilyon 422 \$, 2020 yılı itibari ile de tahmini 2 trilyon \$ olacağı öngörülmektedir. Turizm sektörü artık modern ekonomiler için vazgeçilmez bir sektör halini gelmiş durumdadır. Turizm gelirleri birçok gelişmiş ülkenin öncelikli kaynakları arasında olmasa bile ülke gelir kaynakları bakımından önemli bir kaynak oluşturduğu görülmektedir

Turizm sektöründe konaklama tesisleri turistlerin değişik mekânlarda geceleme ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerdir. Turistlerin seyahat nedenleri; beklentileri, gelir durumları, yaş grupları ve zevklerinin birbirinden ayrı olması konaklama işletmelerinin de farklı olmasını gerektirmektedir. Konaklama işletmeleri; otel, motel, pansiyonlar, tatil köyleri, kampingler, apartlar, oberj, hosteller, avcılık tesisleri, spor ve sağlık tesisleri gibi değişik kriterlere göre ayrılmaktadır (Esen, 2011: 4).

Turizm sektöründe ve konaklama işletmelerinde krize neden olan faktörler içsel ve dışsal faktörler olarak iki sınıfa ayrılabilir:

İçsel Faktörler

- Örgütsel Yapı
- *Tepe Yöneticilerin Yetersizliği*
- *Bilgi Toplama ve Tecrübe Yetersizliği*
- *Yönetim Değerleri ve İnanç Tutumları*
- *İşletmenin Tarihi Geçmişi ve Tecrübeleri*
- *İşletmenin Hayat Safhası*
- Hizmette Ortaya Çıkan Sorunlar

Dışsal Faktörler

- Ekonomik ve Politik Koşullar
- Doğal Çevre
- Uluslararası Çevre
- Terör Eylemleri ve Çatışma Ortamı
- Teknolojik Koşullar
- Sosyo-Kültürel Faktörler Aracılardan Kaynaklanan Sorunlar
- Yasal ve Hukuki Düzenlemeler

Kriz süreci üç aşamalı olup, krizin gelişim dönemi (prodromal crisis stage), kriz dönemi (acute and chronic crisis stage) ve krizin sona ermesi (crisis resolution stage) olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır (Pira ve Sohodol (2004: 47-53).

Kriz zamanlarında, kriz yönetimi, örgüt yöneticilerinin krizi algılama ve değerlendirme şekillerine göre koordine edilen bir süreç olma niteliğine sahiptir. Bu bağlamda kriz, işletme yöneticileri tarafından bir tehdit ve tehlike durumu olarak değerlendirildiğinde, işletmenin krizi önleme ya da krizden en az zararla çıkabilme olasılığı artmaktadır. Kriz yönetimi, işletmenin daha toleranslı hareket etmesini ve sahip

olduğu yeteneklerini kullanmasını gerektiren süreç olma niteliğine de sahiptir (Çelik, 1999: 65:67).

Kriz yönetimi, belirli bir başlangıç ve son kapsamında değerlendirilmemesi gereken ve süreklilik dâhilinde yürütülmesi gereken faaliyetleri içeren bir süreç olma özelliğine sahiptir. Kriz yönetimi; sürekli iletişim, kontrol, maliyet, örgüt kültürü, planlama ve karmaşık sistemlerin yönetilmesi gibi örgütsel işleyişlerin birbirleriyle bağlantılı olarak değerlendirilmesini gerektiren süreç olma niteliğine sahiptir (Hale, Dulek ve Hale, 2005: 114-115).

2.KRİZLERİN TURİZM SEKTÖRÜNE YANSIMALARI

Son yirmi yılda dünya birbiri ardına gelen ekonomik ve sosyal krizlerle sarsılmıştır. Turizm talebi özellikle güvenlik ve sağlıkla ilgili konularda çok hassastır. Son yirmi yıllık döneme baktığımızda birçok ulusal ve uluslararası krizin turizm talebinde düşüşe neden olduğu görülmektedir. Bu krizler:

•	1
997-1998 Küresel Kriz	
•	2
000 Kasım ve 2001 Şubat Krizleri	
•	2
007 – 2009 Finansal Krizleri	
•	2
013 Siyasi Orijinli Sosyal Kriz (Taksim Gezi Parkı)	
•	2
015 Rusya Krizi	
•	2
017 AB Krizi	

1997 ve 1998 yıllarında Asya'da başlayıp Rusya'yı da etkisine alan ekonomik krizler turizm sektöründe olumsuz etkilere sebep olmamıştır. 1997 yılı verilerine bakılınca, turist sayısının 1996 yılına kıyasla % 13 ve turizm gelirlerinin de %34 oranında artması bunun açık bir göstergesidir.

Türkiye'de 1999 yılında yaşanan büyük deprem sektörü olumsuz etkilemiş, turist sayısı bir önceki yıla kıyasla %24 ve turizm gelirleri de buna paralel olarak %33 oranında düşmüştür.

2001 yılı krizi süresince ise turist sayısı % 11 ve gelirler de %31 oranında artmıştır. Yine 2008 yılında yaşanan ABD merkezli küresel ekonomik kriz Türkiye turizmi açısından olumsuz sonuçlar doğurmamıştır. Türkiye'ye gelen turist sayısı 27 milyon 214 binden 30 milyon 979 bine ve turizm gelirleri de yaklaşık %18 artarak 20 milyon 942 bin 501 bin dolardan 25 milyon 415 bin 067 dolara çıkmıştır.

2015 yılı sonunda Rusya ile yaşadığımız uçak krizi turizm tarihimizin son 30 yılının en büyük krizidir. Türkiye'nin en büyük ikinci pazarı olan Rus pazarının tamamen kapanması 2016 yılında bir önceki yıla kıyasla Rusya pazarında %76'lık bir düşüş yaşatmış ve turizm sektöründeki en büyük krize sebep olmuştur. Fiyatlarda %50 oranında düşüşler yaşanmış, birçok işletme sezonda açılmamıştır. Bunun istihdama yansımaları da yaklaşık %17'lik bir düşüşle ortaya çıkmıştır.

Tablo-1: 2015-2017 Yıllarında B.D.T Ülkelerinden Gelen Ziyaretçi Sayısı Karşılaştırılması (Ocak-Aralık Dönemi)

Milliyet	Yıllar			Milliyet Pay Oranı (%)			Değişim Oranı (%)	
	2015	2016	2017	2015	2016	2017	2016/2015	2017/2015
Azerbaycan	602,488	606,223	765,514	1,66	2,39	2,36	0,62	2,36
Beyaz Rusya (Belarus)	204,355	113,793	229,229	0,56	0,45	0,71	-44,32	1,14
Ermenistan	48,522	39,063	48,320	0,13	0,15	0,15	-19,49	2,14
Gürcistan	1.911,832	2.206,266	2.438,730	5,27	8,70	7,52	15,40	1,54
Kazakistan	423,744	240,188	402,830	1,17	0,95	1,24	-43,32	0,60
Kırgızistan	88,369	88,877	104,911	0,24	0,35	0,32	0,57	1,34
Moldova	149,800	140,117	171,538	0,41	0,55	0,53	-6,46	1,29
Özbekistan	143,331	134,330	195,745	0,40	0,53	0,60	-6,28	1,50
Rusya Fed.	3.649,003	866,256	4.715,438	10,07	3,42	11,55	-76,26	4,55
Tacikistan	31,917	24,768	30,532	0,09	0,10	0,09	-22,40	2,14
Türkmenistan	174,330	165,762	230,881	0,48	0,65	0,71	-4,91	1,46
Ukrayna	706,551	1.045,043	1.284,735	1,95	4,12	3,96	47,91	1,50
Topla	8.1	5.6	10.	2	2	3	-	8

m B.D.T.	34,242	70,686	618,403	2,44	2,37	2,76	30,29	
Yabancı Toplam	36. 244,632	25. 352,213	32. 410,034	00,00	00,00	00,00	- 30,05	

Kaynak: www.tursab.org.tr (12.10.2018)

2015 yılı sonunda patlak veren krizin istihdama yansımalarına bakacak olursak; rakam 936 bin 600 kişiden 919 bin 100 kişiye gerilemiştir. Ancak krizin bittiği 2017'ye gelince bu rakam ise 984 bin 600 kişiye çıkmıştır. Bu veriler ortaya koymaktadır ki; turizm ülke ekonomisine ve istihdama ciddi boyutta katkı yaparak hem işsizliği önlemekte aynı zamanda cari açığın kapanmasında etkilidir. Fakat tüm bunlara rağmen sektör için genel bütçeden ayrılan pay ise çok düşüktür. 2017 yılı genel bütçeden ayrılan pay yaklaşık %0,55 dir.

2016 yılında Türkiye Dünya sıralamasında 6. sıradan düşmüş, uzun yıllardan sonra ilk 10'a girememiş ve yaklaşık Türkiye ekonomisi 10 milyar dolar ekonomik kayıp yaşamıştır. 2017 yılında Rusya krizinin son bulmasıyla turizm sektörü bir nefes alsa da; bu yıl içinde yaşanan terör eylemleri ve Almanya ve Hollanda'yla yaşanan politik krizler nedeniyle 2015 yılı verilerine ulaşmak mümkün olmamıştır. Türkiye istatistiksel açıdan 2017 yılı sonunda ilk 10'daki yerini tekrar almıştır fakat yaşanan bu krizler neticesinde ortaya çıkan ucuz destinasyon imajı bu krizlerin bir başka olumsuz yansımasıdır.

3.TURİZM SEKTÖRÜNDE UYGULANAN KAMU POLİTİKALARI

Politika devlet faaliyetlerini etkileme ve yönlendirme işidir. İyi politikalar uzun yıllar tecrübesi olan, sağlam ve geleneği olan devletlerde üretilebilir. İşte bin yıldan fazla bir devlet geleneğine sahip bir ülke olan Türkiye'de de bu rasyonel ve etkin politikaların olması beklenmektedir. Siyasette, ekonomide, sporda, sanatta ve her alanda hedef yükselten Türkiye turizmde de dünya sıralamasında **ilk beşin içerisinde olmayı** hedeflemektedir (Batman, Türkay vd., 2009: 20).

Turizm olayı bir ülkenin değişik ekonomik ve sosyal faaliyetleri ile yakından ilgili olduğundan turizm politikasını ve bu politikanın temel hedeflerini de ülkenin genel ekonomik ve sosyal politika hedeflerinden tümüyle soyutlamaya olanak yoktur. Bu nedenle; turizm politikasının hedefleri ve başarı koşulları doğrultusunda incelemek zorunluluğu vardır. Turizm politikasının başlıca hedeflerini şöyle sıralayabiliriz (Olalı, 1990: 39-46):

- Ekonomik büyümeye katkıda bulunmak,
- Tam istihdamın gerçekleşmesine yardımcı olmak
- Fiyat istikrarının gerçekleşmesine yardımcı olmak
- Dış ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunmak
- Uluslararası turistik amaçlı insan hareketlerine etki etmek
- Turizmin sosyal fonksiyonundan bireyleri yararlandırmak
- Ekonominin üretim çeşitliliğini arttırmak
- Gelir dağılımındaki eşitsizlikleri azaltmaya yardımcı olmak
- Bölgeler arası gelişme farklarını gidermeye ve dengeli kalkınma hedefine katkıda bulunmak

- Doğal ve tarihsel kaynakları korumak
- Turizmin sağlık ve politik fonksiyonlarından daha çok bireyin yararlanmasını sağlamak.

Türkiye’de kamu politikası olarak turizm sektörüne yönelik olarak çeşitli teşvik ve destekler bulunmaktadır. Bu teşvik ve destekleri aşağıdaki şekilde gruplandırmak mümkündür:

- KOSGEB kapsamında sağlanan destek ve hizmetler
- Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı kapsamında uygulanan teşvik ve destekler
- 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile sağlanan teşvikler
- 5084 sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Kapsamında Enerji Gideri İndirimi
- 1319 sayılı Emlak Vergisi Kanunu’nda yer alan muafiyetler
- Türkiye İhracat Kredi Bankası (EXİMBANK) tarafından sağlanan kredi imkânları
- Yabancı sermaye yatırımlarının teşviki

Kriz Dönemlerinde Uygulanan Bazı Kamu Politikaları

- Yurtdışı Turizm Fuarlarına Katılım Desteği
- BDDK tarafından yeni yapılandırma desteği verilerek sektör firmalarının banka borçlarının yeniden yapılandırmaya gidilmesi
- Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan belgeli deniz turizmi tesislerini Ekonomi Bakanlığı’nın teşvikleri
- Çevreye duyarlı konaklama tesisi belgeli işletmelere, su, atık su, katı atık bedellerine en düşük tarife uygulanması
- Bakanlık belgeli konaklama tesislerinin ecri misil, kira bedellerinin ve ciro paylarının 2016 yılı ödemelerinin ertelenmesi ve takip eden 3 yılda 3 eşit taksit ödenmesi hususunda gerekli düzenlemeler yapılması
- Turizm sektöründe 9 ay çalışanların kalan 3 aylık sürede sigorta primleri ve maaşlarının İş-Kur tarafından karşılanması
- İş kurdan alınan işçilerin 6 aydan fazla istihdam edilmesi durumunda kalan 6 aylık dönemde SGK primlerinin SGK tarafından karşılanması
- A Grubu seyahat acentelerine uçuş başına 6 bin dolar uçuş desteği verilmesi
- Bir önceki yıl en az 400 bin turist getiren A Grubu seyahat acentelerine kredi garanti fonu kefalet desteğiyle 100 milyon TL’ye kadar kredi kullanma imkânı sağlanması

4. KONAKLAMA İŞLETMELERİNİN KRİZ DÖNEMLERİNDE UYGULANAN KAMU POLİTİKALARINA YÖNELİK TUTUMLARI: ANTALYA İLİ ÖRNEĞİ

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Turizm sektörü diğer sektörler gibi krizlerden en fazla etkilenen sektörler arasında yer almaktadır. Sektörün ekonomiye katkısı azımsanamayacak boyutta olduğu için devlet her kriz dönemlerini sektörün daha kolay atlatabilmesi için bir takım politikalar geliştirmekte ve uygulamaktadır. Çalışmanın amacı kriz dönemlerinde

uygulanan kamu politikalarının sektörün beklentilerini karşılayıp karşılamadığını araştırmaktır.

Araştırmanın temel hipotezi; konaklama işletmeleri kriz dönemlerinde alınan önlemleri yeterli bulmuş mudur bulmamış mıdır? Şeklinde olup, araştırmadan çıkan sonuçlar gelecekte ortaya çıkabilecek olası krizlere karşı kamu politikaların şekillenmesinde ipucu vermesi açısından önemlidir.

4.2. Ana Kütle ve Örneklem

Antalya ilinde araştırma kapsamında 290 adet 5 yıldızlı, 195 adet 4 yıldızlı olmak üzere toplam 485 adet işletmenin faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. Örneklem seçiminde $\alpha = 0.05$ için ± 0.10 örnekleme hatasına göre 81 adet işletmeye anket yapılması yeterli iken 150 adet anket dağıtılmış, bu anketlerden 15 tanesi cevaplandırılmamış, cevaplandırılan anketler içersinde 8 tanesi eksik ve özensiz cevaplandırıldığı için değerlendirilmeye tabi tutulmamış ve geriye kalan 127 anket değerlendirilmiştir. Ana kütlelerin %26 sına anket uygulanmıştır. Araştırmaya katılan işletmeler basit tesadüfi yöntemle belirlenmiştir.

4.3. Araştırmanın Kısıtları

Araştırma sadece Antalya ilinde faaliyet gösteren 4 yıldızlı ve 5 yıldızlı konaklama işletmelerini kapsamaktadır. 4 yıldızın altındaki işletmeleri ve diğer işletmeleri kapsamaması bir kısıttır. Ayrıca sadece Antalya ilinde yapılp tüm Türkiye'yi kapsamamasıda ikinci bir kısıttır. Bu durum, bulgulardan elde edeceğimiz sonuçların tüm Türkiye'deki turizm sektörünü ve konaklama işletmelerini kapsayacak şekilde genellemede bulunulmasını engellemektedir.

4.4. Verileri Toplamada İzlenen Yöntem ve Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak yazılı soru sorma tekniği olan anket yöntemi kullanılmıştır. Ankette en başta işletmelerin özellikleri olmak üzere, kriz dönemlerinde alınan önlemlere yöneticilerin katılıp katılmadıklarını ölçmeye yönelik ifadeler kullanılmıştır.

Anket formu Antalya bölgesinde yer alan 4 ve 5 yıldızlı otellerin üst düzey yöneticilerinin (genel müdür, otel sahibi, genel koordinatör) katılımıyla gerçekleştirilen AKTOB, MASTOB, TİSOYAB meslek birliklerinin aylık toplantılarında ve Resort yıllık kongresinde yapılan "devlet teşvikleri ve destekleri" ile ilgili görüş alışverişlerinden elde edilen bilgiler ve kriz dönemlerinde işletme yönetimi ilgili araştırmalardan (Çiftçi, 2015, Israeli and Reichel, 2003, Israeli, 2007a) ve krizlere yönelik ölçek geliştirilmesi, analiz edilmesi ve krizlerin anlaşılması ile ilgili araştırmalardan (Narayanan vd.,2012., Ghazi, 2014) faydalanılmıştır. Oluşturulan anket formunun geçerliliğini sağlamak için belirlenen örneklem üzerinde pilot uygulama (n=50) gerçekleştirilerek araştırmada kullanılan ölçeğin faktör yapıları test edilmiş, güvenilirlik analizi sonucunda da ankette yer alan ifadeler (0,92) güvenilirlik değerini aldığı görülmüş ve anket uygulanmaya devam edilmiştir.

Tanımlayıcı soruların yer aldığı ankette turizm sektöründe yatırımların teşviki ve krizlere karşı "devletin aldığı önlemleri" gösteren 17 adet ifade yer almıştır. Bu bölümde

yer alan ifadeler 5'li Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Anketin tamamına ilişkin güvenirlik katsayısı Alpha = 0,83 olarak bulunmuştur.

4.5. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel sorusu; işletmelerin tutumları kriz dönemlerinde alınan önlemler ve alınması gereken önlemler konusunda değişiklik göstermekte midir? İşletmelerin özellikleri ile alınan ve alınması gereken önlemler arasında bir ilişki var mıdır? Bu sorulara göre aşağıdaki hipotezler geliştirilmiş ve soruların cevabını bulabilmek için Korelasyon analizi yapılmıştır.

Hipotez 1: H₁₀:Hizmet yılı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H₁₁:Hizmet yılı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 2: H₂₀:Sınıf değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H₂₁:Sınıf değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 3: H₃₀:Hizmet sunduğu piyasa değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H₃₁:Hizmet sunduğu piyasa değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 4: H₄₀:Faaliyet dönemi değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H₄₁:Faaliyet dönemi değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 5 H₅₀:Kriz sayısı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H₅₁:Kriz sayısı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

4.6. Tanımlayıcı Bulgular

Bu kısımda katılımcı işletmelerin özelliklerine dair bulgulara yer verilmiştir.

Tablo 2. Konaklama İşletmelerinin Hizmet Yılı ve Statüsü

Konaklama İşletmelerinin Hizmet Yılı	S ayı	Y üzde
5 yıl	1 5	1 1,8

6-10 yıl	2 9	2 2,8
11-15 yıl	2 5	1 9,7
16-20 yıl	2 1	1 6,5
21 ve üzeri yıl	3 7	2 9,1
Toplam	1 27	1 00,0
Konaklama İşletmelerinin Statüsü	S ayı	Y üzde
Bağımsız otel işletmesi	9 1	7 1,7
Ulusal otel zincirine bağlı işletme	3 0	2 3,6
Uluslararası otel zincirine bağlı işletme	6	4 ,7
Toplam	1 27	1 00,0

Tablo 2 de araştırmaya katılan işletmelerin %11,8 i 5 yıldır, %22,8 i 6-10 yıldır, %19,7 si 11-15 yıldır, %16,5 i 16-20 yıldır, %29,1 i 21 ve üzeri yıldır faaliyet gösterdiği ve %71,7 sinin bağımsız otel işletmesi, %23,6 sının ulusal otel zincirine bağlı işletme, %4,7 sinin de uluslararası otel zincirine bağlı işletme olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 3. Konaklama İşletmelerinin Sınıfı, Sermaye Yapısı ve Yaşadığı Kriz Sayısı

Konaklama İşletmelerinin Sınıfı	S ayı	Y üzde
4 yıldız	2 5	1 9,7
5 yıldız	1 02	8 0,3

Toplam	1 27	1 00,0
Konaklama İşletmelerinin Sermaye Yapısı	S ayı	Y üzde
Yerli sermaye	1 14	8 9,8
Yabancı sermaye	3	2 ,4
Yerli ve yabancı sermaye ortaklığı	9	7 ,1
Yerli kamu sermaye ortaklığı	1	, 8
Toplam	1 27	1 00,0
Konaklama İşletmelerinin Yaşadığı Kriz Sayısı	S ayı	Y üzde
1	7 5	5 9,1
2	3	2 ,4
3	1 8	1 4,2
4	1 4	1 1,0
5	7	5 ,5
6	1 0	7 ,9
Toplam	1 27	1 00,0

Tablo 3 te araştırmaya katılan işletmelerin %19,7 sinin 4 yıldızlı, %80,3 ünün 5 yıldızlı konaklama işletmesi olduğu ve işletmelerin %89,8 inin yerli sermaye, %2,4 ünün

yabancı sermaye, %7,1 inin yerli ve yabancı sermaye ortaklığı, % 0,8 inin yerli kamu sermaye ortaklığından oluştuğu ve işletmelerin %59,1 inin 1, %2,4 ünün 2, %14,2 sinin 3, %11 inin 4, %5,5 inin 5, %7,9 unun ise 6 adet kriz dönemi yaşadığı tespit edilmiştir.

Tablo 4. Konaklama İşletmelerinin Hizmet Sunduğu Piyasa ve Faaliyet Dönemi

Konaklama İşletmelerinin Hizmet Sunduğu Piyasa	S ayı	Y üzde
İç piyasa	1	,8
Dış piyasa	2	1,6
İç ve dış piyasa	1 24	9 7,6
Toplam	1 27	1 00,0
Konaklama İşletmelerinin Faaliyet Dönemi	S ayı	Y üzde
Tüm sezon 12 ay açık	3 1	2 4,4
Sezonluk açık (yaz veya kış)	9 6	7 5,6
Toplam	1 27	1 00,0

Tablo 4 te araştırmaya katılan işletmelerin % 8 inin iç piyasaya, %1,6 sının dış piyasaya, %97,6 sının da iç ve dış piyasa hizmet sundukları ve işletmelerin %24,4 ünün tüm sezon 12 ay açık, %75,6 sının sezonluk (yaz veya kış) açık olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5. Konaklama İşletmelerinin Oda, Personel ve Yaşadıkları Kriz Sayısı

Konaklama İşletmelerinin Oda Sayısı	Sayı	Yüzde
200 den az	10	7,9
201-300 arası	32	25,2

301-400 arası	33	26,0
401-500 arası	22	17,3
501-600 arası	12	9,4
601 ve üstü	18	14,2
Toplam	127	100,0
Konaklama İşletmelerinin Personel Sayısı	Sayı	Yüzde
200 den az	47	37,0
201-300 arası	41	32,3
301-400 arası	16	12,6
401-500 arası	4	3,1
501-600 arası	2	1,6
601 ve üstü	17	13,4
Toplam	127	100,0

Tablo 5 te araştırmaya katılan işletmelerin %7,9 unun 200 den az, %25,2 sinin 201-300, %26 sinin 301-400, %17,3 ünün 401-500, %9,4 ünün 501-600, %14,2 sinin 601 ve üstü oda sayısına sahip olduğu ve işletmelerin %37 sinin 200 den az, %32,3 ünün 201-300, %12,6 sinin 301-400, % 3,1 inin 401-500, %1,6 sinin 501-600, %13,4 ünün 601 ve üstü personele sahip olduğu tespit edilmiştir.

4.7. İstatistiksel Bulgular

Bu kısımda araştırmanın güvenilirliğine ilişkin bulgular ile ölçek ortalamaları ve hipotezlere ilişkin analizlere yer verilmiştir.

Tablo 6. Güvenilirlik Katsayıları

Ölçekler	Cronbach's Alpha Güvenilirlik Katsayısı
Alınan Önlemler (17 soru)	0,92
Anketin Tamamı	0,83

Geçerliği sağlamak için uzman görüşü alınmıştır. Anketin "alınan önlemler" kısmına ilişkin güvenilirlik katsayısı Alpha = 0,92 olarak, anketin tamamına ilişkin

güvenirlilik katsayı Alpha = 0,83 olarak bulunmuştur. Bu değerler anketin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Alınan Önlemlere İlişkin Ortalamalar

Devletin Aldığı Önlemler	Ortalama	Standart Sapma
1-KOSGEB Kapsamında Sağlanan Destekler	2,26	1,16462
2-Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Uygulanan Teşvikler	2,36	,99737
3-Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Uygulanan Destekler	2,36	1,01316
4- 2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile Sağlanan Teşvikler	2,38	1,00828
5- 1319 Sayılı Emlak Vergisi Kanunu'nda Yer Alan Muafiyetler	2,28	,95034
6- Türkiye İhracat Kredi Bankası (EXIMBANK) Tarafından Sağlanan Kredi İmkânları	2,65	1,17093
7-Deniz Turizm tesislerinin Eximbank kredilerinden yararlanması ve resmi harçlardan muaf olması	2,80	1,18883
8- Yabancı Sermaye Yatırımlarının Teşviki	2,88	1,27001
9- Yurtdışı Turizm Fuarlarına Katılım Desteği	2,59	1,29929
10-BDDK tarafından yeni yapılandırma desteği verilerek sektör firmalarının banka borçlarının yeniden yapılandırmaya gidilmesi	2,73	1,13703
11-Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli deniz turizmi tesislerini Ekonomi Bakanlığı'nın teşvikleri	2,51	1,08281
12- Çevreye duyarlı konaklama tesisi belgeli işletmelere, su, atık su, katı atık bedellerine en düşük tarife uygulanması	2,47	1,18741
13-Bakanlık belgeli konaklama tesislerinin ecri misil, kira bedellerinin ve ciro paylarının 2016 yılı ödemelerinin ertelenmesi	2,77	1,30270

ve takip eden 3 yılda 3 eşit taksit ödenmesi hususunda gerekli düzenlemeler yapılması		
14- Turizm sektöründe 9 ay çalışanların kalan 3 aylık sürede sigorta primleri ve maaşlarının İş-Kur tarafından karşılanması	,08	3 1 ,28498
15- İş kurdan alınan işçilerin 6 aydan fazla istihdam edilmesi durumunda kalan 6 aylık dönemde SGK primlerinin SGK tarafından karşılanması	,25	3 1 ,22935
16- A Grubu seyahat acentelerine uçuş başına 6 bin dolar uçuş desteği verilmesi	,45	3 1 ,23286
17- Bir önceki yıl en az 400 bin turist getiren A Grubu seyahat acentelerine kredi garanti fonu kefalet desteğiyle 100 milyon TL'ye kadar kredi kullanma imkânı sağlanması	,47	3 1 ,20730
Genel Ortalama	,72	2 , 76878

Katılımcılar “A Grubu seyahat acentelerine uçuş başına 6 bin dolar uçuş desteği verilmesi” ifadesini (3,45) ortalama ile “yeterlidir” şeklinde cevaplarırken bunu, (3,47) ortalama ile “Bir önceki yıl en az 400 bin turist getiren A Grubu seyahat acentelerine kredi garanti fonu kefalet desteğiyle 100 milyon TL'ye kadar kredi kullanma imkânı sağlanması” ifadesi izlemiştir. Katılımcılar devletin aldığı önlemlerden sadece bu son iki önlemi yeterli görmektedirler. Genel anlamda katılımcılar (2,72) ortalama ile devletin aldığı önlemleri ne yeterli ne yetersiz olarak görmektedirler.

Hipotezlere İlişkin Bulgular

Hipotez 1: H₁₀: Hizmet yılı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H₁₁: Hizmet yılı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Tablo 8. Hizmet Yılına Göre Farklılık Analizi

Hizmet Yılı	Kararlar Toplamı	Ortalama	Kararlar Ortalaması			
Alınan Önlemler	Gruplar arası	6,418	4	1,605	,877	026*
	Grup	6	1	,55		

	İç	8,050	22	8		
	Topla m	7 4,468	1 26			

*P<0,05

Araştırmaya katılan otellerin hizmet yılına göre alınan önlemler hakkındaki tutumları arasında bir farklılaşmanın bulunup bulunmadığını tespiti için One Way Anova testi uygulanmıştır. Test sonucuna göre hizmet yılına göre Alınan önlemler tutumlarda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 9. Hizmet Yılı Değişkenine Göre Alınan Önlemlere İlişkin Korelasyon Analizi

	Hizmet yılı	Alınan önlemler
Pearson Correlation	1	-,186(*)
Sig. (2-tailed)	.	,037
N	127	127

P<0,05

İşletmenin turizm sektöründeki hizmet yılı ile krizlere karşı devletin aldığı önlemler arasında ilişkinin tespiti için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine göre İşletmenin turizm sektöründeki hizmet yılı ile krizlere karşı devletin aldığı önlemler arasında negatif yönde düşük derecede ($r = -0,18$) ve 0,03 düzeyinde anlamlı ilişki vardır. Başka bir deyimle işletmeler hizmet yılı arttıkça alınan önlemleri yetersiz bulmaktadırlar. Bu durumda H_{10} reddedilerek H_{11} kabul edilmiştir.

Hipotez 2: H_{20} :Sınıf değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H_{21} :Sınıf değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Tablo-10: Sınıf Değişkenine Göre Korelasyon Analizi

	Sınıfı	Alınan Önlemler
Pearson Correlation	1	,085
Sig. (2-tailed)	.	,340
N	127	127

İşletmenin sınıfı ile krizlere karşı devletin aldığı önlemler arasında ilişkinin tespiti için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine göre anlamlı ilişki bulunmamaktadır. Bu durumda H_{20} kabul edilerek H_{21} reddedilmiştir.

Hipotez 3: H_{30} : Hizmet sunduğu piyasa değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H_{31} : Hizmet sunduğu piyasa değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan ve alınması gereken önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Tablo-11: Hizmet Sunulan Piyasa Değişkenine Göre Korelasyon Analizi

	Piyasa	Alınan Önlemler
Pearson Correlation	1	,041
Sig. (2-tailed)	.	,650
N	127	127

İşletmelerin hizmet sunduğu piyasa ile krizlere karşı devletin aldığı önlemler arasında ilişkinin tespiti için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine göre anlamlı ilişki bulunmamaktadır. Bu durumda H_{30} kabul edilerek H_{31} reddedilmiştir.

Hipotez 4: H_{40} : Faaliyet dönemi değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H_{41} : Faaliyet dönemi değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Tablo-12: Faaliyet Dönemi Değişkenine Göre Korelasyon Analizi

	Faaliyet Dönemi	Alınan önlemler
Pearson Correlation	1	-,046
Sig. (2-tailed)	.	,606
N	127	127

İşletmelerin faaliyet dönemi ile krizlere karşı devletin aldığı önlemler arasında ilişkinin tespiti için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine göre

anlamli ilişki bulunmamaktadır. Bu durumda H_{4_0} kabul edilerek H_{4_1} reddedilmiştir.

Hipotez 5: H_{5_0} : Kriz sayısı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki yoktur.

H_{5_1} : Kriz sayısı değişkenine göre işletmelerin kriz dönemlerinde alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında bir ilişki vardır.

Tablo-13: Kriz Sayısı Değişkenine Göre Korelasyon Analizi

	Kriz Sayısı	Alınan önlemler
Pearson Correlation	1	-,006
Sig. (2-tailed)	.	,950
N	127	127

İşletmelerin kriz sayısı ile krizlere karşı devletin aldığı önlemler arasında ilişkinin tespiti için Pearson Korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine göre anlamli ilişki bulunmamaktadır. Bu durumda H_{5_0} kabul edilerek H_{5_1} reddedilmiştir.

Tablo 14. Hipotez Kabul–Ret Tablosu

HİPOTEZLER		KABUL	RET
Hipotez 1	H_{1_0}		X
	H_{1_1}	X	
Hipotez 2	H_{2_0}	X	
	H_{2_1}		X
Hipotez 3	H_{3_0}	X	
	H_{3_1}		X
Hipotez 4	H_{4_0}	X	
	H_{4_1}		X
Hipotez 5	H_{5_0}	X	
	H_{5_1}		X

Tablo 14 te görüldüğü üzere sadece H₁ hipotezinde değişkenler arasında ters yönlü bir ilişkiye rastlanmıştır. Sebebi 6-10 yıl süreyle faaliyet gösteren işletmelerin tutumları alınan önlemler konusunda diğer işletmelerden farklı olmasıdır. İşletmelerin hizmet yılı arttıkça alınan önlemlere ilişkin tutumlarının düzeyinde bir azalma olduğu ortalamalardan görülmektedir.

Bunun dışında diğer hipotezlerdeki bağımsız değişkenler (işletmelerin özellikleri) ile bağımlı değişkenler (alınan önlemler) arasında anlamlı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Sebebi ise katılımcılara sunulan önerilere katılımcıların tutum düzeylerinin birbirine çok yakın olmasından kaynaklandığı ortalamalardan görülmektedir. İşletmeler genel olarak alınan önlemleri yetersiz bulduklarını belirtmişlerdir.

Sonuç

Son yıllarda bir çekim merkezi haline gelen turizm endüstrisi her geçen gün dünya ekonomisinden aldığı payı artırmaktadır. Sektörden elde edilen sosyo ekonomik getirilerin devamını sağlamak maksadıyla hem makro hem de mikro temelde uygun yönetim tekniklerinin kullanılması gerekmektedir. Ancak turizm sektörü krizlere daha açık ve savunmasız bir konumdadır. Bunun başlıca nedeni turizm sektörünün ilişkili olduğu sektörlerin sayısının fazlalığı ve emeği yoğun işleyen bir sektör olmasıdır.

Turizm dünya ekonomisi açısından son derece önemlidir. Zira Dünya Turizm Örgütü 2017 yılında 1 milyar 322 milyon kişinin turizm faaliyetlerine katıldığını ve bunun 2020'ye gelince 1 milyar 600 milyon kişi olacağını tahmin etmektedir. Buna paralel olarak da 2017 de 1 trilyon 245 milyar dolar olan dünya turizm ekonomisi, 2020'de 2 trilyon doları aşacağı tahmin edilmektedir.

Bugüne kadar ulusal ya da uluslararası meydana gelen birçok iç ve dış siyasi ve ekonomik kriz yaşanmış ve bu krizler dönemlerinde sektör kendi çabaları ile bu krizleri aşmayı başarmıştır. Ancak bazı krizleri devlet desteği olmadan atlatmak mümkün olamamıştır. Sektörün bu günlere gelmesinde 1980'li yıllarda verilen ilk teşvikler çok önem arz etmektedir. Türkiye'de yaşanan son kriz nedeniyle devlet krizin etkilerini azaltmak ve sektöre yardımcı olmak için birçok tedbir almıştır. Bu araştırma da son yıllarda yaşanan krizlerde devletin almış olduğu tedbirlerin uygulandığı konaklama sektöründe ne derece faydalı olup olmadığının kamu politikalarına sektör yöneticilerinin nasıl baktığını araştırmak için Antalya bölgesinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerine yönelik anket çalışması yapılmıştır.

Araştırmada 4 ve 5 yıldızlı otel sahibi, Koordinatörü ya da Genel Müdürü pozisyonunda ki yöneticilerine kriz dönemlerinde devletin aldığı önlemlere ilişkin tutumları ölçmek için 17 soru yöneltilmiş ve yöneticiler genel olarak alınan önlemlere (2,72) ortalama ile "ne yeterli ne yetersiz" cevabını vererek bu konuda kararsız olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcılar alınan önlemler içerisinde "A Grubu seyahat acentelerine uçuş başına 6 bin dolar uçuş desteği verilmesi" ifadesini (3,45) ortalama ile "yeterlidir" şeklinde cevaplarken bunu, (3,47) ortalama ile "Bir önceki yıl en az 400 bin turist getiren A Grubu seyahat acentelerine kredi garanti fonu kefalet desteğiyle 100 milyon TL'ye kadar kredi kullanma imkânı sağlanması" önlemlerini yeterli görmektedirler.

Araştırmanın hipotezlerinde konaklama işletmelerinin özelliklerine göre devletin aldığı önlemler arasında bir ilişki olup olmadığı analiz edilmiş ve hizmet yılı değişkenine göre alınan önlemlere ilişkin tutumlarında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre işletmelerin turizm sektöründeki hizmet yılı ile krizlere karşı devletin aldığı önlemler arasında negatif yönde düşük derecede ($r = -0,18$) düzeyinde anlamlı ilişki vardır. Başka bir deyimle işletmeler hizmet yılı arttıkça alınan önlemleri yetersiz bulmaktadırlar.

İşletmelerin diğer özellikleri; sınıf, statü, sermaye yapısı, hizmet sunulan piyasa, faaliyet dönemi, oda sayısı, personel sayısı, yaşadıkları kriz sayısı değişkenleri ile, alınan önlemlere ilişkin tutumları arasında farklı bir ilişkiye rastlanmamıştır. Sebebi ise katılımcılara sunulan önerilere katılımcıların tutum düzeylerin birbirine çok yakın olmasından kaynaklandığı ortalamalardan görülmektedir. İşletmeler genel olarak alınan önlemleri yetersiz bulmuşlardır.

Yaşanan krizler ve yapılan bu araştırma sonuçlarına göre kriz dönemlerinde uygulanan ve uygulanması gereken kamu politikalarına ilişkin öneriler aşağıdaki şekilde değerlendirilmiştir.

- Konaklama işletmeleri bağlamında özellikle örneklediğimiz zaman yapılması gereken öncelikle kriz yönetim planı oluşturmak ve kriz döneminde doluluk oranından maliyetlere kadar ne gibi sonuçlar ortaya çıkacağına dair bulguları ortaya koyup önlemler almak, rakiplerin fiyat stratejilerini iyi analiz ederek aynı doğrultuda önlemler almak gerekir.

- Sektörü ve sektörde yer alan birçok paydaşları temsil eden birlikler odalar dernekler bulunmasına rağmen bunların birleştiği bir çatı kuruluşu yoktur. Bu örgütler bir çatı kuruluş altında toplanmalı ve turizm politikalarını önceden belirlemelidir.

- Kültür Turizm Bakanlığının öncülüğünde, güvenlik güçleri dâhil tüm paydaşları kapsayan turizm sektörü temsilcileri ile kriz olsun ya da olmasın her yıl düzenli olarak en az yılda bir kez bir araya gelip durum değerlendirmesi yapılarak o yıl için yaşanan sorunlara bir sonraki dönem için çözüm önerileri ortaya konulmalı gelecek için değişik stratejiler geliştirmeli ve gelecek yılın yol haritası ortaya konulmalıdır.

- Konaklama sektörü turizm sektörünün en önemli alt dalı konumundadır. Bu bağlamda kriz dönemlerinden konaklama sektörlerine direk etki edecek ve yaşanan krizlerin etkilerini daha az hissettirecek doğrudan, teşvik hatta gerektiğinde hibe yolu ile destek sağlanmalıdır.

- Konaklama sektörünün en çok gider kalemi olan içkinin üzerinde Özel Tüketim Vergisi (ÖTV) çok yüksektir. Kriz dönemlerinde Özel Tüketim Vergisinde mutlaka makul bir indirim yapılmalı ve bu makul indirim seviyesi en az %25 olmalıdır. Ayrıca, Özel Tüketim Vergisi yıllık artışı enflasyonun üzerinde olmamalıdır.

- Konaklama sektörünün önemli gider kalemlerinden bir diğeri de enerji ve kredi faiz giderleridir. Kriz dönemlerinde mevcut krediler kriz süresi boyunca ertelenmeli, sektöre işletme kredisi olarak verilen EXİMBANK kredisin vadesi 1 yıl yerine en az kriz süresince uzatılmalı, enerji birim fiyatından en %25 aşağı olmak kaydı ile kriz süresince ucuz enerji, desteği sağlanmalıdır.

▪ Türkiye için turizmin başkenti olarak kabul edilen Antalya havalimanı Türk Hava Yolları tarafından merkez havalimanı kabul edilmeli ve direk uçuş sayısı artırılmalıdır. Kriz dönemlerinde hava yolu şirketlerinin yükünü azaltmak, krizi daha az zararla atlatabilmek ve uçuşlarının devamı için havalimanı vergilerinin %50 indirimi uygulanması yaptığımız araştırmada en çok kabul görmüş önerilerden biridir.

▪ Türkiye dünya çapında tanıtım faaliyetlerinde bulunmakla birlikte bu faaliyetler yetersizdir. Deniz-kum-güneş üçlüsü artık her destinasyonda mevcuttur Deniz-kum-güneşin önüne **güvenlik** unsurunun konulması, dünyada oluşan bu algının kırılması ve farklı bir imajı yaratılması sektörün kendini toparlaması bakımından hayati öneme sahiptir.

▪ Tanıtım bütçesi sürekli ve yeterli düzeyde olmalıdır, bütçe pazar payına göre oranlanarak dağıtılmalıdır. 2017 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığının bütçesi genel bütçeye oranı % 0,55 (yaklaşık binde 5)'tir. Bu oran diğer rakip ülke bütçelerine göre çok düşük bir seviyededir. Tanıtım faaliyetleri Turizm Bakanlığı öncülüğünde Dışişleri Bakanlığı, TOBB tarafından oluşturulacak bir fon ile tek elden etkin ve sürekli olarak yapılmalıdır.

▪ Tur Operatör bağlamında dışa bağımlılıktan kurtulmak için öncelikle Türk turizminin lokomotifi konumundaki ana pazar ülkelerde Türk tur operatörleri kurulmalı yada mevcut pazarda ki özellikle Türkiye ye müşteri gönderen tur operatörlerine destekler verilmelidir.

▪ Kültür Turizm Bakanlığı öncülüğü ve kontrolünde, krizler öncesi, kriz dönemleri ve kriz sonrası olmak üzere ciddi sürekli araştırmalar, anketler yapacak bir araştırma şirketi olmalı ve elde edilen bulgulara göre tedbirler alınmalıdır. Neden ve sonuçları tespit edildikten sonra, güçlü ve zayıf yönleri iyi belirlenmeli ortaya çıkan duruma göre; “**Acil (Mikro) Eylem Planı**” ve “**Uzun Dönem (Makro) Eylem Planı**” her zaman güncel ve kimin ne ve nasıl yapacağı önceden belli olmalıdır.

▪ İşletmelerde kriz döneminde en çok yaşanan olay kriz başlamasında ilk işveren tarafından tasarruf tedbirleri uygulaması ve ilk iş olarak personel azaltması ve işten çıkartılması yâda ücretsiz izne gönderilmesidir. Buda sektörde çalışan kalifiye personelin maalesef sektörden uzaklaşmasına neden olmaktadır. Bunun önüne geçilmek için kriz dönemlerinde çalışana destek verilmesi ve işten çıkarmaları önlemek için bir kriz fonu kurulması sektördeki kalifiye eleman kaybını eksikliğini giderecektir. Böyle bir durum hem personeli daha iyi motive edecek ve verimliliğini artırmasına sebep olacaktır.

İşletmeler yaşanan her krizden, krizin türüne göre gereken dersleri çıkartmalıdırlar. Krizler sona erdiğinde, işletmeler krizin gelecekte tekrar meydana gelebileceğini göz ardı edilmemelidir. İşletmeler her daim krizlere hazırlıklı olmaları gerekir. Özellikle kriz dönemlerindeki ortaya çıkan sorunlar gelecekte karşılaşılabilecek yeni bir krizin daha az zarar ile atlatılabilmesi için en kısa zamanda çözümlenmelidir. Krizler beklenmeyen anda ortaya çıkması ve oluş durumu, nedenlerinin ve etkilerinin farklı olması işletmelerde kriz dönemlerinde farklı sorunlar meydana getireceği unutulmamalıdır. Geleceğin önemli sektörlerinden biri olarak kabul edilen turizm, aynı zamanda ülke ekonomisine ciddi katkı sağladığı gerçeği tüm turizm paydaşlar

tarafından bilinirken, turizme hakettiği önem verilmesi, sektörün kronikleşmiş yapısal sorunlarına kalıcı çözümler üretilmesi, sektörün daha istikrarlı büyümesine katkı yapacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- BATMAN, O. , Türkay, O. , (2009). **Turizm Politikaları**, Değişim Yayınları İstanbul.
- ÇELİK, A. (1999). *İşletmelerde Kriz Yönetimine İlişkin Teorik ve Uygulamalı Çalışma*, Selçuk Üniv. SBE Doktora Tezi Konya
- ÇİÇEK O. ve Hasan K. (2001). "Konaklama Endüstrisinde Kriz Yönetim Planları ve Uygulama Aşamaları" **2. Ulusal Türkiye Sempozyum Tebliği Kitabı** (İzmir; Türkiye Turizmini Araştırma Enstitüsü)
- ÇİFTÇİ, G. (2015). Turizm İşletmelerinde Kriz Yönetimi Uygulamalarının Örgütsel Öğrenme ve İşletme Performansı Açısından Ampirik Olarak Analizi Namık Kemal Üniversitesi, SBE, İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi, 178:181.
- ESEN, S. S. (2011). "Konaklama İşletmelerinde Müşteri Memnuniyeti ve Etnosentrizmin Müşteri Memnuniyet Düzeyleri Üzerindeki Etkisi (Alanya İlçesi Örneği)", Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- GHAZİ, K. (2014). "Crisis-Management Practices in the Egyptian Hotel Industry", <https://www.researchgate.net/> Erişim Tarihi 08.09.18
- HALE, J.E., R.E. Dulek Ve D.P. Hale, (2005). "Crisis Response Communication Challenges", **Journal Of Business Communication**.
- ISRAELİ A., and Reichel A. (2003) "Hospitality crisis management practices: the Israeli case". **International Journal of Hospitality Management**, 22 (4): 353–372
- ISRAELİ, A. (2007a). "Crisis management in the restaurant industry". **International Journal of Hospitality Management**, 26 (4): 807–823.
- KÖROĞLU, A. , (2004). *Turizm İşletmelerinin Muhtemel Krizlere Yönelik Hazırlık Çalışmaları ve Seyahat Acentelerinde Bir Uygulama*", **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:7, Sayı: 12, Aralık, ss: 66-87.
- NARAYANAN,A. (2012). "Proceedings of The Association of Collegiate Marketing Educators Crisis Management Among Industrial Distributors: Scale Development, Analysis And Insights.
- OLALI, H. , (1990). "Turizm Politikası ve Planlaması", İzmir: **Ege Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları**, No:228.
- PİRA.A. ve Sohodol, Ç.(2004). **Kriz Yönetimi " Halkla İlişkiler Açısından Bir Değerlendirme"**. İstanbul: İletişim Yayıncılık A.Ş.

SMITHER, Robert D., Houston John M. And Sandra A. McIntire, S. A. (1996). Organization Development Strategies For Changing Environments; *Harper Collins College Publishers*, Usa.

TUTAR, H. , (2000). ***Kriz ve Stres Ortamında Yönetim***, İstanbul: Hayat Yayıncılık

www.tursab.org.tr (12.10.2018)

www.world-touism.org,(08.03.2018)