



## KRİZLERİN TURİZM SEKTÖRÜNE ETKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: 2016 YILI TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Hasan KÖŞKER\*

### Öz

Turizm sektörü, Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Turizm sektörünün varlığı ve sürdürülebilirliği emniyet ve güven ortamına bağlıdır. Turizm hassas bir sektör olup doğal afetler, salgın hastalıklar, terör olayları, iç çatışma, sokak olayları, politik, ekonomik ve sosyal krizlerden çabuk etkilenmektedir. Bu araştırma, 2016 yılında Türkiye’de yaşanan krizlerin, Türk turizm sektörüne etkilerini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma verileri Türkiye İstatistik Kurumu ile Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği’nin turizm istatistiklerinden elde edilmiştir. Araştırma, 2016 yılında Türk turizmi için büyük ekonomik kayıpların yaşandığını ortaya koymaktadır. Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre %24,7, turizm gelirleri %29,8 ve kişi başı ortalama harcama %6,8 oranında azalmıştır. Türkiye’ye en çok turist gönderen 10 ülkeden sadece Gürcistan’dan gelen turist sayısında %15,40 oranında bir artış görülmektedir. Diğer 9 ülkenin tamamında önemli düşüşler görülmektedir. Rusya Federasyonu %76,26, Irak %61,54, Fransa %34,48, İngiltere %31,87, Almanya %30,30, Hollanda %26,46, Yunanistan %21,48, Bulgaristan %7,18 ve İran %2,07 şeklinde sıralanmaktadır.

**Anahtar Kelimeler;** Türkiye, 2016, kriz, turizm sektörü, turizm ekonomisi.

### A RESEARCH ON THE EFFECTS OF THE CRISIS TO TOURISM SECTOR: THE EXAMPLE OF TURKEY IN THE 2016 YEAR

### Abstract

The tourism sector has an important place in Turkish economy. The existence and sustainability of the tourism sector depends on confidence and safety. Tourism is a sensitive sector and can be quickly affected by natural disasters, epidemics, terrorist acts, internal conflict, street events, political, economic and social crises. The purpose of this research to reveal the effects of crises that Turkey faced in 2016 on tourism sector. The research data were obtained from the tourism statistics of Turkish Statistical Institute and Turkish Travel Agencies Association. The findings have revealed that in 2016 Turkish tourism had great economic losses. Compared to the previous year, the number of visitors to Turkey decreased by 24,7%, tourism revenues by 29,8% and average per capita expenditures by 6,8%. Among the 10 countries that send the most tourists to Turkey, only 15,40% increase is seen in the number of tourists coming from Georgia. Significant declines are seen in all 9 other countries. These decreases are ranked as: 76,26% in Russian Federation, 61,54% in Iraq, 34,48% in France, 31,87% in the United Kingdom, 30,30% in Germany, 26,46% in the Netherlands, 21,48% in Greece, 7,18% in Bulgaria and 2,07% in Iran.

**Keywords;** Turkey, 2016, crisis, tourism sector, tourism economy.

### 1. Giriş

Turizm ve seyahat sektörü, gelir etkisi ve istihdam olanakları bakımından dünyadaki en büyük üçüncü sektör olarak görülmektedir (Stork, 2002:6). Sanayi devrimi ile birlikte gelişmeye başlayan turizm ve seyahat sektörü, 1950’den itibaren ülke ekonomilerinin kalkınmasında önemli rol almaya başlamıştır. Günümüzde başta ulusal ve bölgesel ekonomik kalkınma olmak üzere (Blaguer ve Jorda, 2002:877; Çimat ve Bahar, 2003:2) dış borç yükünün azaltılmasında, ödemeler bilançosu açıklarının kapatılmasında, istihdamın artırılmasında, gelir düzeyinin yükseltilmesinde (Marcouiller, Kim ve diğerleri, 2004; Unur, ve diğerleri, 2016)

\* Okutman Dr., Bitlis Eren Üniversitesi, Adilcevaz MYO, [hasankosker@yahoo.com](mailto:hasankosker@yahoo.com), [hkosker@beu.edu.tr](mailto:hkosker@beu.edu.tr)



turizm ve seyahat sektöründen etkili bir araç olarak faydalanılmaktadır. Ancak birçok ülke için önemli bir gelir kaynağı ve barışçıl çabalardan biri olan (Unur, 2000:169) turizm ve seyahat sektörü oldukça hassas ve kırılgan bir yapıya sahip olup (Thompson, 2011:693) doğal veya insan kaynaklı krizlerden etkilenebilmektedir (Faulkner, 2001). Son yıllarda dünyanın farklı yerlerinde meydana gelen doğal afetler, iç çatışmalar, salgın hastalıklar, teknolojik başarısızlık (Tse, 2006:30), terör saldırıları, bio güvenlik tehditleri, ekonomik, politik ve siyasi istikrarsızlık dahil olmak üzere (Faulkner, 2001), SARS (şiddetli akut solunum yolu enfeksiyonu), 11Eylül saldırıları, Körfez Savaşı gibi küresel krizler ve bu krizlerin etkileri (Scott ve Laws, 2005:150) turizm talebini değişik oranda olumsuz etkilemiştir.

Doğal afetler, salgın hastalıklar, siyasi istikrarsızlık, iç çatışma, ülkeler arasındaki savaşlar vb. krizler, sadece krizin ortaya çıktığı ülke veya ülkeleri değil, bütün bölgeyi etkileyebilmekte, krizin bölgesel hatta küresel boyutta yaşanmasına neden olabilmektedir. Turizm talebi krizin etki ve büyüklüğüne bağlı olarak değişik oranlarda dalgalanabilmekte ve ekonomik kayıplar kaçınılmaz olabilmektedir. 2004 yılında Asya'da meydana gelen Tsunami felaketi Malezya, Endonezya, Sri Lanka, Hindistan, Tayland, Bangladeş, Maldivler, Somali, Tanzania, Kenya ve Güney Afrika'daki birçok ülkenin turizm ve seyahat sektörünü farklı oranlarda olumsuz etkilemiştir. Günümüz dünyasında ülkelerin birbiri ile bağımlı ve bağlantılı hale gelmesinden dolayı, dünyanın bir tarafında meydana gelen kriz, sadece o ülkeye münhasır kalmamakta, dünyanın diğer bölge ve ülkelerini de etkileyebilmektedir. Bunun sonucunda turistik seyahat kalıpları yeniden şekillenebilmekte, turizm sektörü büyük sorunlarla karşılaşabilmekte, birçok sıkıntı ve sorun yaşanabilmektedir (Ritchie, 2004:670).

Turizm sektörü, Türkiye'nin ekonomik kalkınmasında önemli bir yere sahiptir. 1900'lü yıllardan itibaren turizm sektörü, Türkiye'nin dış ticaret açığının (DTA) kapatılmasında ve ihracat gelirleri (İG) içinde önemli bir paya sahiptir. Turizmin gelirlerinin 1996'da DTA kapatmadaki payı %39,07, İG içindeki payı %25,7; 2001'de turizmin DTA kapatmadaki payı %133,63, İG içindeki payı %32,1; 2009'da turizmin DTA kapatmadaki payı %,82,52 İG içindeki payı %20,8; 2015'te turizmin DTA kapatmadaki payı %49,73, İG içindeki payı %21,9 (TÜRSAB, 2017) olarak gerçekleşmiştir. Turizmin ekonomik fonksiyonunun sürdürülebilirliği güven ve istikrar ortamına bağlıdır. Türkiye jeopolitik ve jeostratejik konumundan dolayı küresel veya bölgesel kaynaklı iç ve dış krizlerden fazlasıyla etkilenen bir ülkedir. Dış kaynaklı krizlerle birlikte ülke içinde meydana gelen politik, sosyal, doğal veya insan kaynaklı krizler, küresel veya bölgesel krizlerin etkisini daha da karmaşık bir duruma getirebilmektedir. Böyle bir durum, turizm talebinin yeniden şekillenmesine neden olabilmektedir. Türkiye, son yıllarda komşu ülkeleri olan Suriye ve Irak'taki siyasi ve bölgesel istikrarsızlık ile iç çatışmalardan fazlasıyla etkilenen bir ülkedir. Bölgenin küresel, bölgesel veya yerel güçlerin savaş alanına dönüşmesi ve Türkiye'nin bu alana çekilmeye çalışılması, Türkiye'nin dış turizm talebi açısından endişe vermektedir. Bununla birlikte Türkiye'nin sınır ihlali gerekçesiyle 24 Kasım 2015'te Rusya Federasyonu'na ait Su-24M savaş uçağını düşürmesinin akabinde, Türkiye'nin ikinci büyük turizm pazarı olan Rusya Federasyonu ile politik gerginlik yaşanmıştır. Rusya Federasyonu'nun bir dizi ekonomik yaptırım uygulaması, tur satışlarını ve charter uçuşlarını yasaklaması başta turizm sektörü olmak üzere birçok alanda Türkiye'yi zor duruma düşürmüştür. Ayrıca 15 Temmuz darbe girişimi, iç çatışmalar, sokak olayları, terör olayları, Sultan Ahmet Meydanı ve Atatürk Hava Limanı'nda meydana gelen terör eylemleri, Kasım 2016'da Avrupa Parlamentosu ile olan



restleşmeler, Türk turizm talebini olumsuz etkileyen olaylardır. Bu araştırma ile 2016 yılında yaşanan sosyal ve politik krizlerin Türk turizm sektörü üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır.

## 2. Turizmde Kriz Kavramı, Çeşitleri ve Etkileri

Kriz vakalarından bazıları önceden öngörülebilmekle birlikte, çoğu kriz vakası beklenmeyen anlık durumlardır (Timothy, 2006). Kriz, insanların kendilerini sarsan, şok eden beklenmedik bir olay veya durum karşısındaki bakışını ifade eder. Krizlerin sistem ve ülkeler üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri olabildiği gibi, bölge ve işletmeler için de olumlu veya olumsuz etkileri olabilmektedir. Krizlerin olumlu etkisi bir ülke veya işletme için fırsat iken, olumsuz etkisi tehdit olabilmektedir (Scott ve Laws, 2005). Örneğin Mısır'da sokak olaylarının ve istikrarın sağlanması adına askeri darbenin olması, Türk turizm talebi açısından bir fırsat iken, Suriye ve Irak'taki iç savaş Türk turizmi açısından bölgesel istikrarsızlıktan kaynaklanan bir tehdit oluşturabilmektedir. Kriz dönemlerinde turizm talebi ve turizm harcamalarında ani dalgalanmalar ve bozulmalar meydana gelebilmektedir. Bu yüzden turizm sektöründe kriz döneminde hızlı kararlar alınmalıdır. Krizlerin etkilerini azaltacak, hatta fırsata dönüştürebilecek alternatif çözümler üretilerek kriz dönemlerinin iyi yönetilmesinin gerektiği düşünülmektedir.

Dünya Turizm Örgütü turizm sektöründe krizi; *“yolcuların bir destinasyona güvenli seyahatini engelleyen ve normal gidişatın seyrini etkileyen beklenmedik herhangi bir olay”* (Luhrman, 2003) olarak tanımlamakta; Hacıoğlu ve diğerleri, (2004:42), *“turizm işletmelerinin olağan faaliyetlerini tehdit eden, turistik bölgenin güvenli olmadığı izlenimini oluşturan, turistleri yörenin turistik çekiciliği ve rahatlığı konusunda tedirgin eden, bölgeye yönelik turistik talep ve harcamanın azalması nedeniyle yöresel turizm işletmelerinin faaliyetlerinin yerine getirememeleri ya da varlıklarını sürdürememeleri sonucu turizm talebinin ve bölgesel ekonomik canlanmanın azalmasına sebep olan olaylar”* şeklinde tanımlamaktadır. Tüfekçi (2010:86), *“turizm sektörünün olağan faaliyetlerini tehdit eden, turistlerin ve diğer unsurların olumsuz düşünce içine girmelerine neden olan ve sonuç olarak o bölgede talebin azalması, turist sayısında ve turizm gelirinde azalmaya ve işletmelerin faaliyetlerini devam edememesine yol açan durum”* olarak tanımlamaktadır.

Turizm sektöründe kriz olayını, sektörünün olağan gidişatını sekteye uğratan, durduran, turistleri bölgenin güven ve emniyeti konusunda tedirgin eden, turizm talebinin ve turizm gelirlerinin azalmasına neden olan kaotik bir durum olarak tanımlamak mümkündür.

Turizm talebini etkileyen kriz çeşitlerini 4 ana başlık altında toplamak mümkündür (Tse, 2006:30). Bunlar:

1-Doğal krizler: Sel, çığ, deprem, orman yangını, kasırga vb. doğal kaynaklı felaketleri ifade eder. Bu tarz felaketler iletişim, ulaşım, alt yapıyı tahrip ederek kullanılamaz duruma getirebilmektedir. Doğal felaketlerden etkilenen bölgeler, kısa sürede turistlerin güvenini kaybedebilmektedir. Bu bölgelerin temizlenip turistin ilgi ve güvenini yeniden kazanması zaman alabilmektedir.



2-İç çatışma: Bir ülkedeki toplumsal huzursuzluk, gösteri olayları, sokak çatışmaları, terör tehdidi ve iç çatışmalar, ülke turizmini etkilediği gibi uluslararası turizm hareketlerini de etkileyebilmektedir. Irak, Suriye’de devam eden savaşlar, sadece o ülkelerin turizm hareketlerini değil, komşu ülkelerin de turizm hareketlerini olumsuz etkilemektedir. Bir ülkeye terör saldırısı olma ihtimali, terör saldırısı olmasından daha kötüdür. Çünkü tehlike belirsiz ve uzun sürmektedir. Bu yüzden turistler, terör saldırısı tehlikesiyle karşı karşıya kalacağı ülkeyi ziyaret etme riskini göze almamaktadır.

3-Salgın hastalıklar: Tıp biliminin ilerlemesine ve hastalıkların dünya genelinde yaygınlaşmasının etkili bir şekilde kontrolüne rağmen, turizm talebini etkileyen bazı hastalıklar bulunmaktadır. 2001 yılında Birleşik Krallık’ta meydana gelen ŞAP (Ağız ve burun hastalığı) özellikle kırsal turizmi etkilemiştir. 2003 yılında Asya’daki SARS hastalığı Asya ülkelerindeki turizm hareketlerini olumsuz etkilemiştir.

4-Teknolojik yetersizlik: Uçak kazaları, güvenli olmayan ulaşım sistemleri, elektrik kesintileri, düzensiz iletişim ve bilgisayar sistemleri turizm talebini olumsuz etkilemektedir.

Turizm ve seyahat sektörü açısından krizlerin etkisini “kontrol edilebilen ve kontrol edilemeyen krizler” şeklinde iki ana gruba ayırmak mümkündür. Kontrol edilemeyen krizler; doğal afetler, küresel siyasal gelişmeler, uluslararası terörizm, küresel toplumsal değişimler olarak gruplandırılabilir. Kontrol edilebilen krizler ise; siyasal gelişmeler ve siyasal terörizm, çevresel sorunlar, sağlık sorunları ve ekonomik krizler şeklinde gruplandırılabilir (Albeni ve Ogun, 2005:98).

Turistik destinasyonlarda meydana gelen kriz, etkinin şiddeti açısından turizm talebi üzerinde farklı etkiler oluşturabilmektedir. Nadir olarak görülen ve önemsiz kabul edilebilecek olaylar, turizm talebinde geçici düşüslere neden olmakta iken, terör ve savaş gibi sürekli hal alan olaylar turizm talebini düşürmekle kalmamakta, hatta tamamen ortadan kaldırmaktadır (Göçen ve diğerleri, 2011:498). Turizm ve seyahat sektörünün gelişmesini yavaşlatan, engelleyen veya genel gidişatını olumsuz olarak etkileyen krizler, turisti tedirgin etmekte ve çok istemelerine rağmen hareket serbestliği olmayan ve riskin fazla olduğu (Olalı ve Timur, 1988), güven ve emniyetin olmadığı ülkelere seyahat etmekten vazgeçirerek daha güvenli ülkelere yönelebilmektedirler. Zira turist, güvenli liman ister. İnsanlar güven ve emniyet olmadığı zaman, önceden tatil plan ve seçimlerini yapmış olsalar dahi, tatil plan ve seçimlerini değiştirebilmekte, iptal ettirebilmekte veya daha güvenli destinasyonlara yönelebilmektedir (Timothy, 2006:19). Can güvenliği ve emniyeti hedef alan krizler ile politik krizler, turizm talebini finansal krizlerden daha fazla etkileyebilmektedir. Konu ile ilgili araştırmalar bu savı doğrular niteliktedir. Göçen ve diğerleri (2011), Türkiye’de krizler ve krizlerin turizm sektörüne etkileri isimli araştırmasında, 1999 yılındaki ekonomik kriz ve 17 Ağustos 1999 Marmara depreminden sonra turist sayısının bir önceki yıla göre %24 oranında azaldığını, 2003 yılında Asya-Pasifik ülkelerindeki SARS salgını ve mart ayındaki Irak savaşının turist sayısındaki artış hızını kestiğini, 2006 yılındaki kuş gribinin turist sayısında %6 oranında azalmaya neden olduğunu, dünyada küresel ekonomik krizin yaşandığı 2008 yılında dünya turizm gelirinin 2007 yılına oranla %18,5 oranında arttığını, krizin etkisinin devam ettiği 2009 yılında ise dünya turizm gelirinin %3 oranında azaldığını, 2007-2009 yıllarındaki küresel ekonomik kriz ve domuz gribinin turizmin talebini azaltmasa da turizm talebinin artış hızını kestiğini tespit etmişlerdir. Mısır İşadamları Derneği (İTÇ)



Turizm Komitesi Başkanı, Ekim 2015'te Sina Yarımadası'nda meydana gelen Rus uçak kazasından sonra, özellikle Rus, İngiliz ve Alman turistlerin sayısında %50 oranında düşüşlerin olduğunu ve tüm turistik bölgelerdeki kapalı tesis sayısının 220 otel olduğunu (Turizmdatabank, 2016); Mısır turizm bakanı da uçak kazasından sonra ülkesinin turizm gelirlerinden aylık kaybının 281milyon\$ olarak öngördüğünü ifade etmektedir (Trthaber, 2016). Yenişehiroğlu ve diğerleri (2016), 2015 yılında Türkiye ile Rusya arasındaki politik krizin turizm talebine olan etkilerine yönelik yaptığı araştırmada, iki ülke arasında kriz başladıktan 4 aylık gibi kısa bir süre içinde Rus turizm pazarında %53,1'lik bir küçülmenin olduğunu tespit etmişlerdir.

Her şeye rağmen krizlerin etkilerinin kalıcı olmadığını bilinmesi gerekir. Turizm talebi, kriz dönemi aşıldıktan ve istikrar ortamı sağlandıktan sonra bir iki yıl gibi kısa bir süre içinde toparlanabilecek ve eski konumunu geçebilecek bir yapıdadır (Wang, 2008:75). Önemli olan turizm talebini olumsuz etkileyen muhtemel krizlerin önceden öngörülerek, onlara uygun kriz yönetim stratejilerinin geliştirilerek, krizlerin etkisini zamanında azaltabilmek ve kısa sürede toparlanabilmektir.

### 3. Literatür

Birçok araştırma, krizlerin turizm sektörünü etkileyen önemli bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Endres ve Sandler (1991), uluslararası terörizmin turizm hareketleri üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla, İspanya'nın 1970-1988 yılları arasındaki aylık turizm verilerini incelemişler. Araştırma sonuçları; turizmin barış ve huzur ortamında geliştiğini, turistlerin terör olaylarından korktuklarını, terör olaylarının İspanya'nın turizm talebini olumsuz yönde etkilediğini ve terör olaylarının İspanya'yı ziyaret eden turist sayısında önemli ölçüde azalmalara neden olduğunu ortaya koymaktadır. Pizam ve Fleischer (2001), tarafından 1991-2001 yılları arasındaki terör olaylarının İsrail'in turizm talebi üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Araştırmada, terör olaylarının genel itibarıyla turizm talebini olumsuz olarak etkilediği, terör olaylarının sıklığının terör olaylarının şiddetinden daha fazla etkili olduğu, ayrıca mevsime göre turizm talebinin değişiklik gösterdiği tespit edilmiştir. Coles (2003), Güney Batı İngiltere'de 2001 yılının Şubat ayı sonlarında baş gösteren ŞAP hastalığının 3 ay sürmesine rağmen, bu hastalıktan en çok etkilenen sektörlerden birinin turizm sektörü olduğunu belirtmektedir. Şap hastalığının yayılmasını engellemek amacıyla kırsal çekim alanları, çiftlik turizmi amaçlı konaklama tesisleri, sahillerdeki yürüyüş parkurları ve kırsal yürüyüş parkurlarının kapatılması gibi bir dizi tedbir alındığını, mart ayının sonu itibarıyla ekonomik kaybın yaklaşık 300 milyon€, bütün yıl itibarı ile 2,3 milyar€ olduğunu tespit etmiştir. Emsen ve Değer (2004), tarafından 1984-2001 yılları arasındaki terör olaylarının Türk turizm sektörü üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Türkiye'nin turizm gelirlerinin terör olaylarından olumsuz olarak etkilendiği, terörün yükselişe geçtiği 1988 yılından itibaren turizm gelirlerinde büyüme hızının yavaşlamaya başladığı, 1990 yılından itibaren turizm gelirlerinde trende bağlı gelişmenin çok düşük seviyelerde seyrettiği tespit edilmiştir. Albeni ve Ongun (2005), tarafından krizlerin Antalya turizmine olan etkileri araştırılmıştır. Araştırmada, Antalya'nın turizm talebini en çok etkileyen olayların başında, terör olayları ve komşu ülkelerde meydana gelen savaşların olduğu görülmektedir. Doğal felaket ve ekonomik krizlerin de Antalya'nın turizm talebini olumsuz etkilediği, kriz dönemlerinde otel işletmelerinin doluluk oranlarının ortalama %5 ile %15 arasında düştüğü tespit edilmiştir.



Athanasopoulos ve Hyndman (2008), Sidney’de 2000 yılında düzenlenen olimpiyat oyunlarının ve komşu ülkeleri olan Endonezya’nın Bali Adası’ndaki bombalı patlamanın Avustralya’nın iç turizm talebi üzerindeki etkilerini inceledikleri araştırmada, her iki olayın da Avustralya’nın iç turizmi açısından fırsata dönüştüğü ve iç turizm talebini önemli oranda arttırdığı ortaya konulmuştur. Wang (2009), Tayvan’da yaşanan dört büyük kriz olan 1997 Asya Finansal Krizi, 21 Eylül 1999 depremi, 11 Eylül 2001 saldırısı ve 2003 SARS salgınının Tayvan’ın uluslararası turizm talebindeki değişim ve eğilimleri üzerindeki etkilerini incelemiştir. Ayrıca döviz kurları, gelir, göreceli fiyat ve ulaşım maliyetleri gibi değişkenlerin turizm talebi üzerine olan etkileri de araştırma konusuna dahil edilmiştir. Araştırma, tüm değişkenler arasında uzun vadede denge olduğunu ve makro ekonomik değişkenlerin uluslararası turizm talebinin yükseliş ve düşüşünde kullanılabileceğini, Tayvan’da yaşanan dört büyük krizden turizm gelirlerinde en fazla düşüşün SARS salgınında yaşandığını, bunu 21 Eylül 1998 depremi ve 11 Eylül 2001 saldırılarının takip ettiğini, Asya Finansal Krizi’nin etkilerinin nispeten daha hafif olduğunu ortaya koymaktadır. Tang ve Wong (2009), SARS salgınının Kamboçya’nın turizm talebi üzerinde geçici veya kalıcı bir etkisinin olup olmadığını araştırmışlar. SARS salgınının turizm talebini olumsuz etkilediği, ancak bu etkinin geçici olduğu, salgın sonrası turizm talebinin normal seyrinde devam edebileceği vurgulanmaktadır. Thompson (2011), 60 tane gelişmiş ve gelişmekte olan ülkede terörizmin turizm endüstrisi üzerindeki etkilerini karşılaştırmıştır. Yapılan kesitsel veri analizi sonucu, gelişmekte olan ülkelere terörizmin, turizm endüstrisi üzerindeki etkisinin gelişmiş olan ülkelere nazaran daha fazla olduğu, bu durumdan gelişmekte olan ülkeler hakkında medyanın bilgi eksikliğinin de rolünün olduğu tespit edilmiştir. Ayaz (2016), 1990 sonrası Türkiye’de ortaya çıkan ulusal ve küresel düzeydeki ekonomik krizlerin turizm sektörüne etkilerini araştırmıştır. Araştırmada, ulusal düzeydeki ekonomik krizlerin (Nisan 1994, Kasım 2000 ve Şubat 2001 Ekonomik Krizi) aktif dış turizm talebini olumlu yönde etkilediği, turizm gelirlerinin ve turist sayısının arttığı, buna mukabil turizm yatırım belgeli konaklama tesislerinin oda ve yatak sayılarının olumsuz etkilendiği görülmektedir. Küresel düzeydeki ekonomik krizlerin ise, Türkiye ölçeğinde turizm yatırım belgeli konaklama tesislerinin oda ve yatak sayılarını azaltması dışında olumsuz bir etkisinin olmadığını tespit edilmiştir.

#### 4. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Araştırmanın temel amacı; Türkiye’de 2016 yılında yaşanan iç çatışma, sokak olayları, terör olayları, PKK ve DEAŞ terör örgütlerinin canlı bomba eylemleri, Sultan Ahmet Meydanı ve Atatürk Hava Limanı’nda meydana gelen terör eylemleri, 15 Temmuz darbe girişimi, güvenlik sorunları ile başta Rusya Federasyonu olmak üzere Suriye, Irak ve Avrupa Parlamentosu’ndaki bazı ülkelerle Türkiye arasındaki politik krizlerin Türk turizm sektörü ve turizm gelirleri üzerinde etkisini ortaya koymak suretiyle, 2016 yılında yaşanan krizlerin Türk turizm sektörünü ve turizm gelirlerini hangi yönde etkilediğinin tespit edilmesidir. Ayrıca krizlerin olumsuz etkilerini azaltmak için kriz yönetimi konusunda bir takım çözüm önerileri de araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın yöntemi; araştırma, literatür taraması ve doküman incelemesinden oluşmaktadır. Araştırmanın birincil verileri Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ile Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği’nin (TÜRSAB) turizm istatistiklerinden, ikincil verileri ise konu ile ilgili literatürden oluşmaktadır. Araştırmada, 2015 ve 2016 yılları çeyrek dönem ve yıllık bazda



kıyaslanarak turizm gelirlerinde ve ziyaretçi sayısında meydana gelen değişimler ile son üç yıl itibarıyla (2014, 2015 ve 2016) dünyadaki coğrafi bölgeler bazında (Avrupa OECD ülkeleri, toplam OECD ülkeleri, Avrupa, Asya, Afrika, Amerika, BDT, Okyanusya ve milliyetsizler) ve dünya genelinde Türkiye'ye yönelik turizm talebinde meydana değişimler tablolastırılarak karşılaştırılmıştır. Ayrıca Türkiye'yi son üç yıl itibarıyla (2014, 2015 ve 2016) en çok ziyaret eden 10 ülkenin milliyetlerine göre yabancı ziyaretçi sayısında meydana gelen değişimler ve son 20 yılda (1996-2016) turizmin Türkiye'nin ihracat gelirleri içindeki payı tablolastırılarak karşılaştırılmıştır.

## 5. Bulgular

Tablo 1'de 2015 ve 2016 yıllarında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı, turizm geliri, turizm gelirlerinin yabancı ziyaretçi ve yurt dışında ikamet eden vatandaşlar arasındaki yüzdeler dağılımı ve kişi başı ortalama harcamalar yer almaktadır.

I. çeyrek Ocak, Şubat ve Mart aylarını kapsamaktadır. 2016 yılının I. çeyreğinde turizm gelirleri 2015 yılının aynı çeyreğine göre %16,5 oranında azalarak 4 milyar 66 milyon 384 bin\$'a, ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %4,4 oranında azalarak 5.107.553 kişiye, kişi başı ortalama turizm harcaması ise bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %12,6 oranında azalarak 796\$'a gerilemiştir.

II. çeyrek Nisan, Mayıs ve Haziran aylarını kapsamaktadır. 2016 yılının II. çeyreğinde turizm gelirleri 2015 yılının aynı çeyreğine göre %35,6 oranında azalarak 4 milyar 981 milyon 318 bin\$'a, ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %30,3 oranında azalarak 7.495.035 kişiye, kişi başı ortalama turizm harcaması ise bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %7,5 oranında azalarak 665\$'a gerilemiştir.

III. çeyrek Temmuz, Ağustos ve Eylül aylarını kapsamaktadır. 2016 yılının III. çeyreğinde turizm gelirleri 2015 yılının aynı çeyreğine göre %32,7 oranında azalarak 8 milyar 277 milyon 9 bin\$'a, ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %30,7 oranında azalarak 12.063.311 kişiye, kişi başı ortalama turizm harcaması ise bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %2,8 oranında azalarak 686\$'a gerilemiştir. T.C. Merkez Bankası'nın 8 aylık (Ocak-Ağustos 2016) ödemeler dengesi verilerine göre; 2015 yılı Ocak-Ağustos döneminde turizmde net 14,2 milyar\$ kazanan Türkiye, 2016'nın aynı döneminde 5,8 milyar\$ kaybederek 8,3 milyar\$ net gelire gerilemiştir. 2016'nın 8 aylık döneminde turizmi geliri %31,4 azalarak 12,2 milyar\$, turizm giderler ise %8 yükselerek 3,8 milyar\$ olarak gerçekleşmiştir. Böylece turizmden elde edilen net kazanç %41,2 azalarak 8,3 milyar\$'a gerilemiştir (Turizmaktuel, 2016).

IV. çeyrek Ekim, Kasım ve Aralık aylarını kapsamaktadır. 2016 yılının IV. çeyreğinde turizm gelirleri 2015 yılının aynı çeyreğine göre %27,2 oranında azalarak 4 milyar 782 milyon 729 bin \$'a, ziyaretçi sayısı bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %17,5 oranında azalarak 6.699.430 kişiye, kişi başı ortalama turizm harcaması ise bir önceki yılın aynı çeyreğine göre %11,9 oranında azalarak 714\$'a gerilemiştir.



**Tablo 1: Türkiye'ye Gelen Ziyaretçi Sayısı, Turizm Geliri ve Ortalama Harcama**

Yıl	Çeyrek	Turizm Geliri Bin (\$)	Turizm Gelirlerinin Dağılımı %'si		Kişi Sayısı	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)
			Yabancı Ziyaretçiler %'si	Yurt Dışında İkamet Eden Vatandaşlar %'si		
2015	I	4.868.890	78,8	21,2	5.344.575	911
	II	7.773.677	77,1	22,9	10.751.351	719
	III	12.294.189	80,9	19,1	17.408.994	706
	IV	6.568.022	77,6	22,4	8.112.661	810
	<b>Yıllık</b>	<b>31.464.777</b>	<b>78,6</b>	<b>21,4</b>	<b>41.617.530</b>	<b>756</b>
2016	I	4.066.384	71,3	28,7	5.107.553	796
	II	4.981.318	77,1	22,9	7.495.035	742
	III	8.277.009	71,6	28,4	12.063.311	686
	IV	4.782.729	72,8	27,2	6.669.430	714
	<b>Yıllık</b>	<b>22.107.440</b>	<b>73,2</b>	<b>26,8</b>	<b>31.365.330</b>	<b>705</b>

**Kaynak:** TÜİK.

2016 yılında turizmden elde edilen gelirlerde yabancı ziyaretçi ve yurt dışında ikamet etmekte olan yerli vatandaşların harcama oranlarında da değişimler görülmektedir. 2015 yılında turizmden elde edilen gelirin (cep telefonu, dolaşım ve marina hizmetleri hariç) %78,6'sı yabancı ziyaretçilerden, %21,4'ü yurt dışında ikamet eden vatandaşlardan elde edilmiştir. 2016 yılında ise yabancı ziyaretçilerin elde edilen gelir %73,2'ye düşerken, yurt dışında ikamet eden vatandaşlardan elde edilen gelir %26,8'e yükselmiştir.

2016 yılının Türk turizmi açısından büyük krizlerin yaşandığı ve turizm sektörünün oldukça olumsuz olarak etkilendiği bir yıl olduğu görülmektedir. 2016 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı 2015 yılına göre %24,7 oranında, turizm gelirleri %29,8 oranında ve kişi başı ortalama harcama %6,8 oranında azalmıştır. 2016 yılında, 2023 hedeflerinden oldukça uzaklaşıldığı ve önemli ekonomik kayıpların yaşandığı bir yıl olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 2'de Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin bölgelere göre karşılaştırılması yer almaktadır. 2014 yılı verilerine göre Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçinin %52,7'si Avrupa'dan, %24,03'ü BDT'nden, %15,5'i Asya ülkelerinden, %2,41'i Afrika ülkelerinden, kalan %5,36'sı dünyanın diğer ülkelerinden gelmektedir. 2015 yılı, 2014 yılı ile kıyaslandığında yabancı ziyaretçilerin geldiği bölgelerde kısmi bir dalgalanmanın olduğu görülmektedir. Avrupa ülkelerinden gelen yabancı ziyaretçilerde %1,75'lik düşüş, BDT'nden gelenlerde %8,10'luk düşüş, Asya ülkelerinden gelenlerde %7,92'lik artış, genel olarak bir önceki yıla göre %1,62 oranında bir düşüş görülmektedir. 2016 yılı, 2015 yılı ile kıyaslandığında yabancı ziyaretçilerin geldiği bölgelerin dağılımında önemli dalgalanmaların ve düşüşlerin olduğu gözlenmektedir. Avrupa ülkelerinden gelen yabancı ziyaretçilerde %31,10'luk düşüş, BDT'nden gelenlerde %30,29'luk düşüş, Asya ülkelerinden gelenlerde %22,29'lik düşüş, genel olarak bir önceki yıla göre %30,05 oranında bir düşüş olduğu görülmektedir.





2014 yılında Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı; 36.877.900 kişi iken, 2015 yılında yabancı ziyaretçi sayısı 36.244.632 kişiye gerilemesine rağmen önemli talep kayıplarının olmadığı söylenebilir. Bir nevi turizm sektörü bir önceki yıla göre vaziyeti muhafaza etmiştir. Ancak 2016 yılında gelen yabancı ziyaretçi sayısının oldukça düştüğü görülmektedir. Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısı 2016'da 25.352.213 kişiye gerileyerek, tarihi bir kayıp yaşamıştır. 2006 yılında gelen yabancı ziyaretçi sayısının 23.148.669 kişi (TÜRSAB, 2017) olduğu dikkate alındığında, 2016 yılında Türkiye yönelik turizm talebinin 10 yıl geriye gittiğini söylenebilir. 2017 yılında kriz ortamının aşılmasına yönelik önlemler alınmayıp, gerekli adımlar atılmadığı takdirde 2017 yılında da Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçi sayısında önemli kayıpların yaşanması muhtemeldir.

**Tablo 2: Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Bölgelere Göre Karşılaştırılması**

Bölge	Yıllara Göre Yabancı Sayısı			Payı %			Değişim Oranı %	
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015/2014	2016/2015
<b>Avrupa OECD</b>	16.376.814	15.870.330	10.352.977	44,46	43,79	40,84	-3,09	-34,77
<b>Toplam OECD</b>	18.047.633	17.498.852	11.204.225	48,99	48,28	44,19	-3,04	-35,97
<b>Toplam Avrupa</b>	19.443.455	19.102.424	13.161.876	52,78	52,70	51,92	-1,75	-31,10
<b>BDT</b>	8.850.923	8.134.242	5.670.686	24,03	22,44	22,37	-8,10	-30,29
<b>Afrika</b>	888.107	885.887	666.733	2,41	2,44	2,63	-0,25	-24,74
<b>Asya</b>	5.708.656	6.160.925	4.787.777	15,50	17,00	18,89	7,92	-22,29
<b>Amerika</b>	227.614	277.819	174.899	0,62	0,77	0,69	22,6	-37,05
<b>Okyanusya</b>	672	377	547	0,00	0,00	0,00	-43,90	45,09
<b>Milliyetsiz</b>	47.654	54.436	38.447	0,13	0,15	0,15	14,23	-29,37
<b>Toplam</b>	36.837.900	36.244.632	25.352.213	100,0	100,0	100,0	-1,61	-30,05

**Kaynak:** TÜRSAB.

\*Bu tabloya sadece yabancı ziyaretçiler dahil edilmiş olup, yurt dışında ikamet eden TC vatandaşları dikkate alınmamıştır.

Tablo 3'te Türkiye'yi en çok ziyaret eden, yabancı ziyaretçilerin milliyetlerine göre karşılaştırılması yer almaktadır. 2014 yılı verilerine göre Türkiye'yi en çok ziyaret eden, yabancı ziyaretçilerin milliyetlerine göre dağılımı; Almanya (%14,25), Rusya Federasyonu (%12,16), İngiltere (%7,06), Gürcistan (%4,76), Bulgaristan (%4,60), İran (%4,32), Hollanda (%3,54), Fransa (%2,82), Irak (%2,33) ve Yunanistan (%2,26) şeklinde sıralanmaktadır. 2015 yılında yabancı ziyaretçi sayısında kısmi bir dalgalanma gözlenmektedir. 2014 yılı ile kıyaslandığında ziyaretçi oranında en fazla artışın Irak (%27,63), Gürcistan (%8,95) ve Bulgaristan'dan (%7,55) olduğu; en fazla düşüşün ise Rusya Federasyonu (%18,53), Fransa (%18,31) ve Yunanistan'dan (%9,08) olduğu görülmektedir. Türkiye'de 2016 yılında yabancı ziyaretçi sayısında önemli dalgalanmalar ve düşüşler gözlenmektedir. Türkiye'ye en çok yabancı ziyaretçi gönderen 10 ülkeden sadece Gürcistan'dan gelen yabancı ziyaretçi sayısında %15,40 oranında bir artış görülmektedir. Diğer 9 ülkenin tamamında önemli düşüşler gözlenmektedir. Rusya Federasyonu %76,26, Irak %61,54, Fransa %34,48, İngiltere %31,87,



Almanya %30,30, Hollanda %26,46, Yunanistan %21,48, Bulgaristan %7,18 ve İran %2,07 şeklinde sıralanmaktadır.

**Tablo 3: Türkiye’yi En Çok Ziyaret Eden Yabancı Ziyaretçilerin Milliyetlerine Göre Karşılaştırılması**

Milliyet	Yıllar			Milliyet Payı %			Değişim Oranı %	
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015/2014	2016/2015
Almanya	5.250.036	5.580.792	3.890.074	14,25	14,25	15,34	6,30	-30,30
Rusya Federasyonu	4.479.049	3.649.003	866.256	12,16	10,07	3,42	-18,53	-76,26
İngiltere	2.600.360	2.512.139	1.711.481	7,06	6,93	6,75	-3,39	-31,87
Gürcistan	1.755.289	1.911.832	2.206.266	4,76	5,27	8,70	8,92	15,40
Bulgaristan	1.582.912	1.693.591	1.690.766	4,60	5,03	6,67	7,55	-7,18
İran	1.590.664	1.700.385	1.665.160	4,32	4,69	6,57	6,90	-2,07
Hollanda	1.303.730	1.232.487	906.336	3,54	3,40	3,57	-5,46	-26,46
Fransa	1.037.152	847.259	555.151	2,82	2,34	2,19	-18,31	-34,48
Irak	857.246	1.094.144	420.831	2,33	3,02	1,66	27,63	-61,54
Yunanistan	830.841	755.414	593.150	2,26	2,08	2,34	-9,08	-21,48

**Kaynak:** TÜRSAB.

Tablo 4’te Türkiye’nin 1996-2016 yılları arasındaki turizm gelirlerinin, ihracat gelirleri içindeki payı yer almaktadır. Turizm gelirlerinin son 20 yıl itibarıyla ihracat gelirleri içindeki payının ortalama %25,58 olduğu görülmektedir. Turizm gelirin ihracat gelirleri içindeki en yüksek payı 2001 (%33,4) ve 2002 (%34,4) yıllarında, en düşük payı ise 2008 (%19,2), 2012 (%19,2) ve 2016 (%15,5) yıllarında gerçekleşmiştir. 2016 yılında turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı, son 20 yılın en düşük seviyesinde gerçekleşmiştir. 2015 yılı ile kıyaslandığında, 2016 yılında turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payının %29,3 gibi büyük bir oranda azaldığı görülmektedir. Türkiye ekonomisinin önemli can simitlerinden olan turizm gelirlerinin, ihracat gelirleri içindeki payının azalması büyük bir ekonomik kayıp olarak değerlendirilmektedir.

**Tablo 4: Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı (1.000.000\$)**

Yıl	İhracat Geliri	Turizm Geliri	Turizm Gelirinin İhracat Gelirlerine Oranı
1996	23.225,3	5.962,1	25,7
1997	26.261,1	8.088,5	30,8
1998	26.974,0	7.808,9	28,9
1999	26.587,2	5.203,0	19,6
2000	27.774,9	7.636,0	27,5
2001	31.334,2	10.450,7	33,4
2002	36.059,1	12.420,5	34,4



2003	47.252,8	13.854,9	29,3
2004	63.167,0	17.076,6	27,0
2005	73.476,4	20.322,1	27,7
2006	85.534,7	18.594,0	21,7
2007	107.271,8	20.942,5	19,5
2008	132.027,2	25.415,1	19,2
2009	102.142,6	25.064,5	24,5
2010	113.883,2	24.931,0	21,9
2011	134.906,9	28.115,7	20,8
2012	152.478,5	29.351,4	19,2
2013	157.610,2	34.305,9	21,3
2014	151.802,6	32.309,0	21,8
2015	143.934,9	31.464,8	21,9
2016	142.606,2	22.107,4	15,5

**Kaynak:** TÜRSAB.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Birçok ülkenin ekonomik kalkınmasında önemli bir yer tutan turizm ve seyahat sektörü; can güvenliğinin olduğu, barışın ve huzurun hakim olduğu ortamda gelişebilmektedir. İnsanlar can güvenliği ve emniyeti olmadığı zaman önceden tatil plan ve seçimlerini yapmış olsalar dahi, tatil plan ve seçimlerini değiştirebilmekte, iptal ettirebilmekte veya daha güvenli destinasyonlara yönelebilmektedir. Can güvenliği ve emniyetini hedef alan krizler, turizm talebini azaltmakta hatta bitirme noktasına getirebilmektedir. Can güvenliği ve emniyeti dışında, turizm sektörünün gelişmesini sekteye uğratan iç ve dış kaynaklı sosyal, politik, ekonomik vb. kriz çeşitleri de bulunmaktadır. Krizin çeşidine ve şiddetine bağlı olarak turizm talebinde ve turizm harcamalarında ani dalgalanmalar ve bozulmalar meydana gelebilmektedir. Kriz ortamında seyahat kalıpları yeniden şekillenebilmektedir. Bunun sonucunda bazı ülkeler önemli ekonomik kayıplar yaşarken, bazı ülkeler de önemli ekonomik kazanımlar elde edebilmektedir. Bu anlamda turizm sektöründeki kriz çeşitlerinin bilinmesi, kriz çeşitlerinin aşılmasına uygun stratejilerinin geliştirilmesi, krizin fırsata dönüşmesini sağlayabilir.

Bu araştırmada, 2016 yılında Türkiye’de yaşanan iç ve dış kaynaklı krizlerin Türk turizm talebi üzerindeki etkileri incelenmiştir. Araştırma sonuçları 2016 yılının Türk turizmi açısından zor geçtiğini, turist sayısında ve turizm gelirlerinde önemli kayıpların yaşandığını ortaya koymaktadır. Bu kayıpların yaşanmasında Türkiye’ye en çok turist gönderen ikinci ülke konumunda olan Rusya Federasyonu ile olan politik gerginliğin yanı sıra, 15 Temmuz darbe girişimi, iç çatışmalar, sokak olayları, DEAŞ ve PKK gibi terör örgütlerinin canlı bomba eylemlerinin de etkili olduğu düşünülmektedir. Zira darbe girişimi, iç çatışmalar ve canlı bomba eylemleri iç güvenlik riskini artırmakta ve turisti tedirgin etmektedir. Bunun en belirgin örneği Türkiye’ye tur düzenleyen Avrupa’daki büyük tur operatörleri rezervasyonların %30 oranında iptal edildiğini ifade etmeleridir. Araştırmadan elde edilen bulgular da bu durumu doğrulamaktadır. 2015 yılıyla kıyaslandığında, 2016 yılında Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısının bir önceki yıla göre %24,7 oranında, turizm gelirlerinin %29,8 oranında, kişi başı ortalama harcamanın %6,8 oranında, turizm gelirinin ihracat



gelirleri içindeki payının ise %29,3 oranında azaldığı görülmektedir. Bu araştırmaya benzer şekilde kriz dönemlerinde, turizm sektörünün olumsuz etkilendiğini ve önemli ekonomik kayıpların yaşandığını ortaya koyan araştırmalar bulunmaktadır. Endres ve Sandler (1991), turizmin barış ve huzur ortamında geliştiğini, turistlerin terör olaylarından korktuklarını, terör olaylarının turizm talebini olumsuz etkilediğini ve terör olaylarının turist sayısında önemli ölçüde azalmalara neden olduğunu; Pizam ve Fleischer (2001), terör olaylarının genel itibarıyla turizm talebini olumsuz olarak etkilediğini, bununla birlikte terör olaylarının sıklığının terör olaylarının şiddetinden daha fazla turizm talebini olumsuz olarak etkilemekte olduğunu; Coles (2003), ŞAP vb. hastalıktan en çok etkilenen sektörlerden birinin turizm sektörü olduğunu ve önemli ekonomik kayıpların yaşandığını tespit etmiştir. Emsen ve Değer (2004), terörün yükselişe geçtiği dönemlerde turizm gelirlerinde büyüme hızının yavaşlamaya başladığını; Albeni ve Ongun (2005), turizm talebini en çok etkileyen olayların başında, terör olayları ve komşu ülkelerde meydana gelen savaşların olduğunu, doğal felaketlerin ve ekonomik krizlerin de turizm talebini olumsuz etkilediğini; Wang (2009), Tayvan’da yaşanan dört büyük krizden turizm gelirlerinde en fazla düşüşün SARS salgınında yaşandığını, bunu 21 Eylül 1998 depremi ve 11 Eylül 2001 saldırılarının takip ettiğini, Asya Finansal Krizi’nin etkilerinin nispeten daha hafif olduğunu; Tang ve Wong (2009), SARS salgınının turizm talebini olumsuz etkilediğini, ancak bu etkinin geçici olduğunu, salgın sonrası turizm talebinin normal seyrinde devam edebileceğini; Thompson (2011), terörizmin turizm endüstrisi üzerindeki etkisinin gelişmekte olan ülkelere gelişmiş olan ülkelere nazaran daha fazla olduğunu tespit etmiştir.

2016 yılı, Türkiye’nin dış turizm pazarında belirli bölgelere ve birkaç ülkeye bağımlı olmasının risklerini gün yüzüne çıkartmaktadır. Türkiye’nin en büyük dış turizm pazarını Almanya, Rusya Federasyonu ve İngiltere oluşturmaktadır. Dış turizm pazarında kayıpların azaltılıp risklerin dağıtılması adına alternatif turizm pazarlarına girilmelidir. Türkiye zayıf olduğu Ortadoğu, Doğu Asya Pasifik Bölgesi ve Uzakdoğu ülkelerinin turizm pazarındaki turistlere uygun bir tanıtım ve pazarlama stratejisi uygulayarak daha aktif rol alabilmelidir. 2023 Türkiye turizm stratejisi hedefleri arasında da mevcut turizm pazarının sürdürülebilirliği ve yeni turizm pazarlarına özel önem verilmesi hedeflenmektedir. Bu doğrultuda hızla büyümekte olan Doğu Asya Pasifik Bölgesi, Hindistan ve Çin’e özel önem verilmesi, ayrıca Orta Doğu ülkeleri, İran ve Orta Asya’daki Türk Cumhuriyetlerine yönelik özel tanıtım kampanyaları düzenlenerek mevcut turizm pazar payının geliştirilmesi, artırılması ve desteklenmesi yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007).

2016 yılında meydana gelen krizler ve ekonomik kayıplar, Türkiye’de iç turizm pazarının önemini ortaya koymaktadır. İç turizm pazarı, sadece kriz dönemlerinde sığınılacak bir liman olarak görülmemeli, genel anlamda desteklenmeli ve geliştirilmelidir. İç turizm pazarının gelişmesine yönelik kamu kurumları ve özel sektör turizm kuruluşları arasında işbirliği ve koordinasyon sağlanarak sistematik bir program uygulanmalıdır. Dünyada en çok turist çeken ülkelerde dış turizm pazarının yanında iç turizm pazarının da geliştiği bilinmektedir. Türkiye’de iç turizm pazarına yönelirken, yerli ve yabancı turist arasında hizmet kalitesi ve fiyat konusunda ayırım yapmamalıdır. Yurt dışından satın alınan aynı seyahat paket programı, yurt içinden satın alındıktan %50'lere varan oranda daha ucuza alınabilmektedir. Bu durum iç turizm pazarının gelişmesine zarar verebilmekte ve iç turizm pazarının dışarıya yönelmesine neden olabilmektedir. 2023 Türkiye turizm stratejisi hedefleri arasında da iç turizm pazarının



geliştirilmesi ve desteklenmesi yer almaktadır. Bu doğrultuda toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması 20 milyon kişinin iç turizmden faydalanması hedeflenmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Bu hedefin yakalanıp Türk turizm sektörünün sürdürülebilirliği adına iç turizm pazarının da değerlendirilmesinin gerektiği düşünülmektedir.

## 7. Kaynakça

- Albeni, M. ve Ongun, U. (2005). Antalya turizminin Türk turizmi içindeki yeri ve krizlerin Antalya turizmi üzerindeki etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 10(2), 93-112.
- Athanasopoulos, G. ve Hyndman, R.J. (2008). Modelling and forecasting Australian domestic tourism. *Tourism Management*, 29(1), 19-31.
- Ayaz, N. (2016). Ekonomik krizlerin turizm sektörüne olan etkileri üzerine bir inceleme. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(59), 1360-1371.
- Blaguer, J. ve Jorda, M.C. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: The Spanish case. *Applied Economics*, 34, 877-884.
- Coles, T. (2003). A local reding of a global disaster. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 15(2-3), 173-197. Doi:10.1300/J073v15n02\_10
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi üzerine bir değerlendirme. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 6, 1-18.
- Emsen, Ö.S. ve Değer, M.K. (2004). Turizm üzerine terörizmim etkileri:1984-2001 Türkiye deneyimi. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*, 7, 67-83.
- Enders, W. ve Sandler, T. (1991). Causality between transnational terrorism and tourism: The case of Spain. *Studies in Conflict & Terrorism*, 14(1), 49-58.
- Faulkner, B. (2001). Towards a framework for tourism disaster management. *Tourism Management*, 22(2), 135-147.
- Göçen, S., Yirik, Ş. ve Yılmaz, Y. (2011). Türkiye’de krizler ve krizlerin turizm sektörüne etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 16(2), 493-509.
- Hacıoğlu, N., Avcıkurt, C. ve Köroğlu, A. (2004). Turizmde kriz yönetimi ve otel işletmelerine yönelik bir uygulama. *Amforth Dünya Turizm Formu, Antalya*, 42-50.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). Türkiye turizm stratejisi 2023 eylem planı. *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları*, Ankara.
- Luhrman, D. (2003). Crisis guidelines for the tourism industry. *Asia-Pacific Ministerial Summit on Crises Management*, Manila, 18 June 2003.



- Marcouiller, D.W., Kim, K.K. ve Deller, S.C. (2004). Naturel amenities, tourism and income distribution. *Annals of Tourism Research*, 31(4), 1031-1050.
- Olalı, H. ve Timur, H. (19988). *Turizm ekonomisi*. Ofis Ticaret Matbaacılık Şti., İzmir.
- Pizam, A. ve Fleischer, A. (2001). Severty vs. frequency of acts of terrorism: Which has a larger impact on tuorism demand?. *The Center of Agriculteral Economic Research, working paper no: 20117*, P.O. Box 12, Rehovot, Israel.
- Ritchie, B.W. (2004). Chaos, crisis and disaster: A strategic approach to crisis management in the tousim industry. *Tourism Management*, 25, 669-683.
- Scott, N. ve Laws, E. (2005). Toursm crises and disasters: Enchancing understanding of system effects. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 19(2-3), 149-158. Doi:10.1300/J073v19n02\_12.
- Stork, U.E.M. (2002). The tourism industy in the third millennium is a resilient industry. Show at impact of the terror attack of 9-11-2001, La Sale Universty.
- Unur, K. (2000). Turizm-terörizm ilişkisi ve Türkiye örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11, Prof. Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı, 169-177.
- Unur, K., Köşker, H. ve Şeker, F. (2016). Economic impacts of tourism and its place in Turkish economy. Avcıkurt, C., Dinu, M.S., Hacıoğlu, N., Efe, R., Soykan, A. ve Tetik, N. (Eds.), *Global Issues and Trends in Tourism* içinde (ss.480-489). St. Kliment Ohridski Universty Press, Sofia.
- Tang, T.C. ve Wong, K.N. (2009). The SARS epidemic and international visitor arrivals to Cambodia: is the impactpermanent or Transitory?. *Tourism Economics*, 15(4), 883-890.
- Thompson, A. (2011). Terrorism and tourism in developed versus developing countries. *Tourism Economics*. 17(3), 693-700. Doi: 10.5367/te.2011.0064.
- Timothy, D.J. (2006). Safety and security issues in tourism. D. Buhalis ve C. Costa (Eds.), *Tourism Management Dinamics, Trend, Management and Tolls* içinde (ss.19-27). Elsevier Butterworth- Heinemann.
- Tse, T.S.M. (2006). Crisis management in tourism. D. Buhalis ve C. Costa (Eds.), *Tourism Management Dinamics, Trend, Management and Tolls* içinde (ss.28-38). Elsevier Butterworth- Heinemann.
- Trthaber, 2 Aralık 2016 tarihinde, <http://www.trthaber.com/haber/dunya/dusen-rus-ucagi-misir-ekonomisini-etkiledi-215503.html> adresinden alınmıştır.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK), 05.03.2017 tarihinde, [http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri](http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24590). do?id=24590 adresinden alınmıştır.



## AKADEMİK BAKIŞ DERGİSİ

Sayı: 62 Temmuz – Ağustos 2017

Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi

ISSN:1694-528X İktisat ve Girişimcilik Üniversitesi, Türk Dünyası  
Kırgız – Türk Sosyal Bilimler Enstitüsü, Celalabat – KIRGIZİSTAN

<http://www.akademikbakis.org>



Turizmaktuel, 2016 yılının 8 ayında turizm gelirleri ne kadar düştü? 10 Aralık 2016 tarihinde, <http://www.turizmaktuel.com/haber/2016-da-net-turizm-geliri-ne-kadar-dustu> adresinden alınmıştır.

Turizmdatabank, 30 Kasım 2016 tarihinde, <http://www.turizmdatabank.com/haber/tourism-crisis-in-egypt-220-hotels-closed> adresinden alınmıştır.

Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB), 03.12.2017 tarihinde, <http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri> adresinden alınmıştır.

Tüfekçi, N.D. (2010). *Türkiye’de turizm sektöründe kriz yönetimi ve bu alanda bir uygulama*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Wang, Y-S. (2009). The impact of crisis events and macroeconomic activity on Taiwan’s international inbound tourism demand. *Tourism Management*, 30, 75-82.

Yenişehiroğlu, E., Salha, H. ve Şahin, S. (2016). Politik krizlerin turizm talebi üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma: Rusya’nın değişen yüzü ve bu değişimin Türkiye turizmüne etkileri. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 74-83.