

TURİZMDE GÜVENLİK ALGISININ TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİSİ

Ozan BAHAR*, Kamil BİLEN**

Öz

Turizm sektörünün, ülke ekonomisine sağladığı değer ve fayda her gün daha fazla artmaktadır. Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında çok hızlı gelişim göstermektedir. Turistlerde seyahate çıkma fikri oluştuğunda gideceği yeri seçme konusunda çeşitli faktörler etkili olmaktadır. Bunların arasında çeşitli ihtiyaç ve beklentiler yer almaktadır. İnsan doğasının en önemli gereksinimlerinden birisi kendini güvende hissetme ihtiyacı olduğu için güvensiz koşullar altında turizmden bahsetmek zordur. Güvenlik ve güvenlik algısı turizm talebinin tercihlerine etki eden en önemli faktörler arasındadır. Bu önemi anlayan ülke ve firmalar turizmde güvenlik algısını pazarlama stratejisi haline getirmiştir. Çalışmanın amacı turizm sektöründe güvenlik algısının önemini ortaya koyarak bunun Türkiye ekonomisi üzerine etkileri hakkında bulgular elde etmek ve bu bulgular sayesinde yapılması gereken çalışmalarını ortaya çıkarmaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm Sektörü, Turizm Gelirleri, Turizm ve Güvenlik, Güvenlik Algısı.

THE EFFECT OF SECURITY PERCEPTION IN TOURISM ON TURKISH ECONOMY

Abstract

The value and benefit of the tourism sector to the country's economy is increasing more and more every day. It shows a very rapid development when compared with other sectors. When tourists come up with the idea of traveling, several factors are effective in choosing their destination. These include various needs and expectations. Since one of the most important requirements of human nature is the need to feel safe, it is difficult to talk about tourism under unsafe conditions. Security and security perception are among the most important factors affecting the preferences of tourism demand. Countries and companies that understand this have made the perception of security in tourism a marketing strategy. The aim of our study is putting the importance of the tourism sector forward to obtain findings on security perceptions about the effects on Turkey's economy and regarding these findings, to depict the necessary works to be done accordingly.

Keywords: Tourism Sector, Tourism Revenues, Tourism and Security, Security Perception.

* Prof.Dr., Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, obahar33@gmail.com, ORCID No: 0000-0003-3349-5479

** Doktora Öğrencisi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, kamilbilen06@gmail.com, ORCID No:0000-0002-9527-5773

GİRİŞ

Turizm, istihdam alanları oluşturması, döviz girdisi sağlaması gibi ekonomiye ilişkin olumlu gelişmelerin önünü açmasıyla yıldızı devamlı parlayan bir sektör konumundadır. Yatırım maliyetinin diğer sektörlerle oranla düşük olması ve doğal imkânlarla ihtiyaç duyması gibi daha az karmaşık bir yapı ile kurulabilmesi sayesinde gelişmekte olan ülkeler, az gelişmiş ve neredeyse gelişme düzeyi son derece zayıf olan ülkelerin dahi kolaylıkla başvurabileceği bir sektör konumundadır. Türkiye’de olduğu gibi, tarım ülkesi konumunda olan birçok gelişmekte olan ülkede, turizmin ekonomik yararları ve etkileri gelişmiş ülke ekonomilerinde olduğundan çok daha fazla olabilmektedir (Bahar, 2007, s.2).

Turizm sektörü diğer sektörlerle önemli girdi alışverişi olan yapıya sahiptir. Bu sebeple diğer sektörlerde meydana gelen gelişmelerden etkilenmekte aynı zamanda diğer sektörlerin gelişmesine olanak sunmaktadır. Ekonomik gelişme sürecinde bu karşılıklı ilişki yapısal bağlılık kavramı içerisinde yer alarak sektörün gelişmesinde önemli bir yere sahiptir (Şen ve Şit, 2015, s.31).

Turistler, kendini güvende hissetmediği bir ortamda tatil yapmak istemezler. Turizmin duyarlı yapısı nedeniyle güvenliğe yönelik en küçük bir şüphe bile sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Gidilen yerde güven içinde olabilmek beklentisi ve inancı turizm mekânına yönelik seyahat kararlarında birinci derecede rol oynar.

Çalışma kapsamında turizmde güvenlik algısı ile ilgili öncelikle kapsamlı bir literatür taraması gerçekleştirilmiş, benzer konuda ulusal ve uluslararası alanda yazılan akademik çalışmalar taranmış, farklı yazarların aynı doğrultudaki çalışmaları ikincil veri kaynağı olarak incelenerek araştırmanın kuramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Bununla beraber araştırmanın verileri, Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı’ndan, Türkiye İstatistik Kurumu’ndan (TÜİK) ve Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi’nden (WTTC) elde edilmiştir. Bu istatistiki veriler incelenerek bulgular elde edilmiştir.

Çalışmanın ilk kısmında önemli makroekonomik göstergelerin karşılaştırılması yapılarak turizm sektörünün Türkiye ekonomisine etkileri araştırılmıştır. İkinci kısmında ise güvenlik algısının turizm sektöründeki yeri ve öneminin ne olduğu açıklanmaya çalışılmıştır.

1.TURİZMİN TÜRKİYE EKONOMİSİNE ETKİSİ

Turizm, insanların sürekli ikamet ettikleri yer dışında yaptıkları seyahat ve gittikleri yerlerde geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçların karşılanması ile ilgili üretim ve tüketim odaklı bir faaliyettir (Kozak, Kozak ve Kozak, 2001, s.42). İnsanlar tarihin her döneminde seyahat etmişlerdir. Kişi başına milli gelirdeki artış, bilgiye ulaşmanın daha kolay hale gelmesi, insanların merak ettikleri ve şimdiki kadar görmedikleri yerleri görme isteklerinin artması ile hızlı trenin yaygınlaşması, havayolu taşımacılığındaki gelişmeler gibi teknolojik ilerlemeler turizmin gelişmesine katkı sağlamıştır.

Turizm özellikle gelişen ülke ekonomileri için çok önemlidir. Turizm sektörünün ülke ekonomisi içerisindeki önemini belirleyen kabul görmüş kriterler, ülkeler arasında karşılaştırma yapılmasına olanak tanımaktadır. Turizmin ülke ekonomisine etkisinin tespitinde; döviz gelirleri sağlanması, ihracat etkisi; gayri safi milli hâsıla içindeki önemi, ödemeler dengesine katkısı, istihdam sağlanması ile çarpan etkisi gibi kriterler baz alınmaktadır (Somuncu, 2004, s.167). Sonuçta ülke insanının refah seviyesinin artırılmasına katkı sağlamaktadır. Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında turizm çok hızlı gelişim gösteren bir sektör olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Ödemeler bilançosunun cari işlemler hesabındaki uluslararası hizmetler kısmında yer alan turizm, görünmeyen bir ihracat kalemidir. Bu nedenle ülkeye sağladığı döviz gelirleri ile dış açıklarının giderilmesine ve bütçe açıklarının finansmanına önemli katkılarda bulunmaktadır. Turizm sektörü, emek yoğun bir sektördür buna bağlı olarak vasıfsız emeğe istihdam alanı oluşturmaktadır. Turizm sektörünün emek yoğun bir sektör olmasına rağmen sanayi sektörünün gelişmesine de katkı sağladığı bir gerçektir. Artan turist sayısı daha çok otel, ulaşım ve gayrimenkul kiralama gibi ihtiyaçları beraberinde getirecek ve bu yapılanmalar inşaat sektörünün de canlanmasına, bu sektördeki istihdam artışına neden olacaktır. Turizm faaliyetlerini önemli kılan; yemek, ulaşım, konaklama ve eğlence faaliyetlerine yönelik talep artışının yurt içi cari üretim düzeyini yükselterek gelir seviyesini arttırması ve emek yoğun olan bu sektörün istihdamına olumlu katkı sağlamasıdır.

Türkiye'nin görünmez bir ihracat kalemi olarak görülen turizm, gelişmekte olan ülkelere, ihracata göre daha zahmetsiz yollardan döviz sağlanması açısından önemli bir yere sahiptir. Üretilen herhangi bir ürünü yabancı bir ülkeye ihraç etmek için gerekli yetiştirme koşullarının sağlanmış olması, ambalajlamasının yapılması, ürün

dayanıksız bir mal ise ürünün korunması için gerekli önlemlerin alınması ve ihraç edilecek olan ülkeye ulaşımının sağlanması gibi işlemlerden geçmek zorundadır. Bu ise zorlu bir süreçtir. Teknoloji çağının getirmiş olduğu faydalarla birlikte turizmin sağlamış olduğu gelirler ihracata göre daha zahmetsizdir. İhtiyaç duyulan döviz gelirleri ihracatın artırılmasına kıyasla daha kısa sürede ve daha az kaynak kullanarak sağlanmaktadır (Uysal, Erdoğan ve Mucuk, 2003, s. 164).

Tablo-1. Türkiye’de Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri (Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK).

YILLAR	TURİST SAYISI	TURİZM GELİRİ (1000 \$)	GSYİH İÇİNDEKİ PAYI (%)	İHRACAT İÇİNDEKİ PAYI (%)
2003	16 463 623	13 854 866	4,4	29,32
2004	20 753 734	17 076 607	4,2	27,03
2005	25 045 142	20 322 111	4,1	27,65
2006	23 924 023	18 593 951	3,4	21,73
2007	27 239 630	20 942 500	3,1	19,52
2008	31 137 774	25 415 067	3,3	19,24
2009	31 759 816	25 064 482	3,9	24,53
2010	32 997 308	24 930 997	3,2	21,89
2011	36 769 039	28 115 692	3,4	20,84
2012	37 715 225	29 007 003	3,3	19,02
2013	39 860 771	32 308 991	3,4	21,31
2014	41 627 246	34 305 903	3,7	21,76
2015	41 114 069	31 464 777	3,7	21,87
2016	30 906 680	22 107 440	2,6	15,51
2017	37 969 824	26 283 656	3,1	16,74
2018	46 112 592	29 512 926	3,8	17,57

Tablo 1’de 2003-2018 yılları arasında Türkiye’ye gelen toplam ziyaretçi sayısı, turizm gelirleri ile turizm gelirlerinin GSYİH ve genel ihracat içinde pay oranlarına yer verilmiştir.

Türkiye'ye 2003 yılında 16.463.623 ziyaretçi gelmiştir. Türkiye'nin ülke ekonomisi içerisinde turizm sektörüne gereken önemi vermesi sonucunda, 2018 yılına gelindiğinde gelen turist sayısı yaklaşık 3 kat artarak bu sayı 46.112.592 kişiye ulaşmıştır. Yıllar içerisinde en önemli artış 2003-2004 yılları arasında yaşanmıştır. 2003 yılında 16.463.623 kişi olan turist sayısı % 26 artarak 20.753.734 kişiye ulaşmıştır. Ancak 2016 yılında % 25 oranında bir azalma olmuş ve 30.906.680 kişiye düşmüştür. Turist sayısında dikkat çeken diğer bir nokta ise 2008 küresel ekonomik kriz sonrasında dünya genelinde düşüş olmasına rağmen Türkiye'ye gelen turist sayısında artış görülmüştür.

Türkiye'de turizm sektöründe elde edilen gelir genel olarak artış göstermiştir. 2003 yılında yaklaşık 14 milyar dolar gelir elde edilirken 2018 yılında yaklaşık 29 milyar dolar gelir elde edilmiştir. Özellikle Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerinden sonra turizm gelirlerinin önemli derecede artması krizden çıkış noktasında turizm sektörünün önemini bir kez daha göstermiştir. 2016 yılında ise Türkiye'de yaşanan terör eylemleri nedeniyle bir önceki yıla göre turizm sektöründen elde edilen gelir % 30 oranında azalarak yaklaşık 22 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Turizm gelirlerinin ülke ekonomisi içerisinde ne kadar öneme sahip olduğunun diğer bir göstergesi de turizm gelirlerinin GSYİH içerisindeki payıdır. Bu paylar 2003 yılında % 4,4 oranında gerçekleşirken 2018 yılında bu oran % 3,8 oranında gerçekleşmiştir. 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz sonrasında 2009 yılında pay oranı önceki yıllara nazaran artış göstererek % 3,9 olarak gerçekleşmiştir (Şen ve Şit, 2015, s.37).

Tablo 1'de turizm sektöründen elde edilen gelirlerin ihracat içindeki payına yer verilmiştir. 2003 yılında Türkiye turizm sektöründen elde ettiği yaklaşık 14 milyar gelirle toplam ihracatta % 29 oranda pay elde etmiştir. 2003 yılından itibaren turizm gelirlerinin toplam ihracattaki payı genel olarak düşme eğilimi göstermiştir. Genel itibari ile ihracattaki artış oranı turizm gelirlerindeki artış oranından daha fazladır. Söz konusu dönemde ihracat gelirleri % 253 artarken turizm gelirleri % 114 artmıştır. Turizm sektöründen elde edilen gelir 2003 yılında Türkiye'nin genel ihracatında yaklaşık % 30 oranında bir paya sahipken 2018 yılına gelindiğinde bu oran yaklaşık % 18'lere kadar gerilemiştir. Özellikle 2008 yılında yaşanan küresel ekonomik kriz sonrasında 2009 yılındaki % 25 oranında gerçekleşmiştir.

Turizm sektörü, kriz ortamından diğer sektörlerle nazaran daha az etkilenerek ekonominin can simidi olabilecek bir yapıya sahiptir (Şen ve Şit, 2015, s.40). Yıllar itibari ile ülkemize gelen turist sayısı ve turizm gelirleri artış göstermesine rağmen,

kişi başı turizm gelirlerinde sürekli olarak bir azalış trendi söz konusudur. Burada önemli olan husus turist sayısının çok olmasından ziyade nitelikli ve ülkeye katma değeri yüksek bir profilinin olmasıdır. Turistlerin ülkemizde yapmış oldukları harcamalar sahip oldukları gelir düzeyi ile ilgili bir durumdur. Bundan dolayı ülkemize gelen turistler genellikle orta gelir düzeyine sahip kişilerden oluşmaktadır.

Turizm sektörü daha çok emek yoğun bir sektördür ve bundan dolayı istihdamın temel kaynaklarından biri olarak kabul edilmektedir. Turizm birçok faaliyet ya da iş kollarının bileşiminden meydana gelmektedir. Bundan dolayı turizm amaçlı yapılan tüketim harcaması ilk olarak doğrudan istihdama yol açarken, elde edilen gelirin sektör içinde tekrar harcanması ise dolaylı istihdama yol açmaktadır (Kozak, 2013, s. 176).

Turizmin istihdama doğrudan katkısına örnek olarak, yapılan harcamaların kapasiteyi artırıcı bir rol oynayarak otellerin veya pansiyonların istihdam kapasitesini arttırması, dolaylı istihdama örnek olarak ise turizm faaliyetlerinden elde edilen gelir sonucunda bölgede artan talebe göre ulaşım, alışveriş merkezleri, eğlence ve çeşitli sosyal faaliyetlerdeki istihdam edilen kişi sayısının artması verilebilir.

Türkiye’de turizm talebini karşılamak amacıyla birçok üst yapı tesisinin inşası ve işletmelerin yeni yatırımlara yönelmeleri, sektörde çalışacak kişilere ihtiyaç duyulması anlamına geleceğinden sektörün iyi seviyede istihdam yaratmasına imkân tanımaktadır (Kar, Zorkirişçi ve Yıldırım, 2004, ss.90-91). Bu nedenle turizm sektörü, Türkiye’nin ekonomik kalkınma stratejisinde kilit bir sektör olarak kabul edilebilecek bir konumdadır (Çımat ve Bahar, 2003, s.2).

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm sektöründe çalışan işçilerin gelişmiş ülkelere göre ücreti daha düşüktür. Bundan dolayı gelişmiş ülkelere turizm sektöründe işlemlerin teknolojik araçlarla yapılması tercih edilirken, gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelere bu durum daha çok insan odaklı gelişmektedir (Kozak, 2013, s. 178).

Turizmde sektöründe yapılan yatırım ve harcamalar, diğer sektörlerle kıyaslandığında yüksek oranda istihdam sağlamaktadır. Turizm sektörü emek yoğun olması ve çok sayıda düşük ücretli iş alanı bulunması, yarı zamanlı ve geçici iş imkânlarının bulunması, sezon yoğunluğu ve dönemsellik gibi nedenlerden dolayı ülke içerisinde büyük oranda istihdam sağlamaktadır (Bahar ve Özdemir, 2018, s. 268).

Tablo-2. Türkiye’de Turizm Sektöründe İstihdam (Bin Kişi) (WTTC, Kalkınma Bakanlığı).

Yıllar	Doğrudan İstihdam	Dolaylı İstihdam	Toplam İstihdam (1)	Türkiye’de Toplam İstihdam (2)	Pay (1/2)
2010	458	1.152	1.609	22.594	7,12
2011	487	1.367	1.855	24.110	7,69
2012	507	1.308	1.815	23.937	7,58
2013	531	1.450	1.981	24.602	8,05
2014	580	1.550	2.130	25.933	8,21
2015	614	1.596	2.210	27.341	8,08
2016	495	1.702	2.197	27.428	8,01
2017	484	1.634	2.118	27.153	7,8
2020*	791	1.807	2.598	-	-
2025*	915	1,902	2,817	-	-

*Tahmini Veriler.

Tablo 2’de Türkiye’de turizm sektörüyle ilgili istihdam verileri bulunmaktadır. Buna göre turizm sektörü, istihdama çok önemli katkı sağlamıştır. Bu katkılardan en önemlisi sektörün toplam istihdama sağladığı doğrudan katkıdır. WTTC verilerine göre, turizm sektörünün gelişmesiyle birlikte Türkiye’de turizm sektörünün doğrudan istihdam rakamları 201-2017 yılları arasında %7 oranında artarak 458 bin kişiden 484bin kişiye ulaşmıştır. Aynı dönemde dolaylı istihdamda 1 milyon 152 bin kişiden 1 milyon 634 bin kişiye yükselmiştir. Bu dönemde turizm sektöründe dolaylı istihdamın artış oranı %41 olarak gerçekleşmiştir. Turizm sektörünün oluşturduğu toplam istihdama bakıldığında ise; aynı dönemde % 31 oranında artış göstererek 2 milyon 118 bin kişiye istihdam sağlamıştır. Turizm sektörünün toplam istihdam içerisinde aldığı pay ise genelde %8 civarında gerçekleşmiştir.

Bununla beraber WTTC'nin tahminlerine göre; 2025 yılında Türkiye'de turizm sektöründen sağlanan doğrudan istihdamın 915 bin, dolaylı istihdamınsa 1 milyon 902 bin kişiye ulaşması beklenmektedir. Turizm sektöründen sağlanan toplam istihdamın, 2 milyon 817 bin kişiye ulaşması tahmin edilmektedir.

Turizm birçok gelişmekte olan ülke için görünmez bir ihracat kalemi olarak kabul edilmektedir. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm birden fazla faaliyet kollarını etkileyerek ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Bu şekilde tanımlanmasının sebebi ziyaretçilere mal ve hizmet satarak döviz kazandırmasıdır. Bu nedenle turizm diğer ihracat sektörlerine göre daha avantajlı özellikler göstermektedir. Çünkü turizm yoluyla gerçekleştirilen ihracat, tüketicinin ihracata konu olan mal ve hizmete gelmesi ve yol masraflarının olmaması gibi nedenlerle dış ülkeye yapılan mal ve hizmet ihracatından farklılıklar gösterir. Bu farklılıklar turizm sektöründe ihracat imkânı bulunmayan bazı ürünleri, ülkenin doğal, tarihi, kültürel değerleri turistler kanalıyla dış pazar oluşturarak bir döviz kaynağı haline getirmektedir (Şen ve Şit, 2015, s.31.)

Turizm sektörünü, ülke ekonomisine sağladığı katkılar doğrudan ekonomik etki, dolaylı ekonomik etki ve uyarılmış etki olarak farklı gruplara ayrılmıştır. Turizmin doğrudan etkileri yerli ve yabancı turistlerin yaptığı turizm harcamaları ve devletin müze, ulusal park gibi alanlarda yaptığı harcamaları kapsar. Doğrudan etkileri turizm sektöründe hemen hissedilir. Dolaylı ekonomik etkileri, mal ve hizmet sağlayan işletmelerin turizm gelirlerini turizm sektörü için tekrar harcaması yolu ile ortaya çıkan etkidir. Bunlar turizm yatırımları ve devletin güvenlik sağlık gibi sektörlerde yaptığı genel harcamalardır. Uyarılmış etki ise turizm faaliyetlerinin bir sonucu olarak doğrudan veya dolaylı olarak elde edilen turizm gelirin hane halkı harcamalarına yansması sonucu sektörlerin tamamında çarpan etkisiyle oluşan gelir artışını ve turizm sektöründe çalışanların yaptığı harcamaları kapsamaktadır. Turizm sektöründe meydana gelen gelişmeler ile birlikte yeni yatırımlara olanak tanıyacaktır. Yapılan bu yatırımlar inşaat sektörünü tetikleyerek bu sektörde yeni gelişmeler meydana getirecektir. Yatırımın yapıldığı çevrede hareketlilik sağlanması maksadıyla eğlence, alışveriş ve turizm amaçlı birçok faaliyetler gelişim göstermeye başlayacaktır. Bu yaşanan gelişmeler beraberinde istihdamı olumlu etkileyerek ekonomik büyümeye olumlu katkıda bulunacaktır (Bahar ve Kozak, 2012, s. 11).

2. TURİZM VE GÜVENLİK İLİŞKİSİ

Güvenlik, insan davranışlarında, düşünce ve algılarında tedirgin ve korku unsurlarının bulunmaması, insanların emin ve rahat olması durumudur (Kılıç, 2000, s.1013). Güvenlik ile ilgili kavramlar günümüzde çok geniş bir yelpazeye yayılmış durumdadır. Sağlık, eğitim, insan hakları, çevreyle ilgili değişim, terör, göç, hava kirliliği gibi birçok olgu güvenlik kavramının içerisinde değerlendirilmektedir. Hal böyle olunca güvenlik, toplumsal güvenliğe ve huzura endeksli bir boyut kazanmaktadır (McSweeny, 1999, s. 19).

İnsan doğasının en önemli gereksinimlerinden birisi kendini güvende hissetme ihtiyacıdır. Maslow'un belirttiği ihtiyaçlar hiyerarşisi piramidine göre güvenlik ihtiyacı, zorunlu ihtiyaçlardan sonrasındaki en önemli ihtiyaçtır. İnsanlar her zaman kendini güvende hissetmek isterler. Dolayısıyla insanların huzur ve güvenliğinin sağlanması, sağlanan bu güven ortamının süreklilik arz etmesini isteme düşüncesi tarih boyunca var olmuştur (Kızılkaya ve Sönmez, 2003, s. 18).

Turizm faaliyetlerinin oluşması için gerekli unsurlardan birisi güvenlidir. Güvensiz koşullar altında turizmden bahsetmek oldukça zordur. Bunun sonucu olarak güvenlik ve emniyet konuları turizm talebinin tercihlerine etki eden en önemli faktörler arasındadır. Rekabet ortamının yaşandığı turizm sektöründe destinasyon tercihi ve seçilen destinasyonda kalış süresinde veya tekrar aynı destinasyonun seçilip seçilmemesinde güvenlik algısının önemli rol oynamaktadır. Bir destinasyon kimi turist için güvenli algılanırken bir diğeri için güvensiz olabilmektedir. Güvenliğin algılanmasındaki bu kişisel değişkenlerin bilinmesi pazar paylaşımı yapılırken işletmelere önemli bir avantaj sağlayacaktır. Turizm ve güvenlik ilişkisinin önemini kavrayan ülkeler ve firmalar güvenlik olgusunu pazarlama stratejisine dönüştürmüştür. Turistik bölgenin tanıtım kampanyalarında ve reklamlarında güvenlik ve huzur temasını güncel medya araçlarını kullanarak hedef kitlelerine duyurmaktadır (Seçilmiş, 2009, s.153).

Tüketicilerin talepleri ne kadar çok karşılanırsa tüketiciler o kadar çok tatmin olurlar, bu durumda firmalara aynı düzeyde memnuniyet olarak geri dönecektir. Güvende olma ihtiyacı insan doğasındaki en temel gereksinimlerden biri olduğu için kendini güvende hissetmeyen turist tedirgin halde olacağından dolayı turistik ürün ve hizmetlerden keyifle yararlanamayacak ve turizm faaliyetinden almış olduğu tatmin seviyesi düşük olacaktır (Bayhan ve Ünlüönen, 2016, s.2).

Turistlerde kendi yaşadıkları yerden ayrılıp yeni ve yabancı bir yere gitmenin verdiği psikolojik bir belirsizlik vardır. Böylece gittikleri yerlerde yaşadıkları ve

şahit oldukları küçük bir olay bile turistleri karamsarlığa sürükleyebilmektedir. Eğer herhangi bir turistik bölgede can ve mal güvenliği yoksa turistlerin oraya gelmesi beklenmemelidir (Koyunoğlu, 2003, s.23).

Ülkemizin önemli turizm pazarını teşkil eden gelişmiş ülkeler, risk konusunda son derece duyarlıdır. Bu ülkelerdeki insanların çoğunluğu, özellikle seyahat ve tatil kararlarını verirken güvenlik açısından daha az riskli bölgeleri tercih etmektedirler. Genellikle, seyahat kararını vermeden önce gitmeyi düşündükleri ülkeler hakkında detaylı bilgi toplarlar. Dışişleri Bakanlıklarının veya resmi mercilerin seyahat tavsiyeleri ve uyarıları, seyahate gidecek insanların kararları üzerinde etkili olmaktadır. Hiçbir turist, para vererek risk satın almak istemez. Güvenlik konusunda risk taşıyan bir bölgede her ne kadar modern tesisler, tarihi, doğal zenginlikler, kültürel çekicilik turistik destinasyonlarda belirleyici unsur olsa da turistler güvenlik eksikliği olan riskli yerleri tercih etmemektedirler (Kuveloğlu, 2004, s. 142).

Turizm meydana gelen olumsuzluklardan en çabuk etkilenen hassas bir sektördür. Teknolojideki gelişmeler ile birlikte medya iletişim ağının güçlenmesi sonucu dünyanın bir ucunda yaşanan olaylar birkaç dakika içerisinde tüm dünyaya yayılmaktadır. Hiçbir insan turistik çekimi ne kadar güçlü olursa olsun, ya da ekonomik olarak ne kadar uygun olursa olsun kendini güvende hissetmediği bir ortamda tatil yapmak istemeyecektir. Turizmin duyarlı yapısı nedeniyle güvenliğe yönelik en küçük bir şüphe bile sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Gidilen yerde güvenlik içinde olabilme kanısı ve inancı turizm mekânına yönelik seyahat kararlarında birinci derecede rol oynar. Başka bir anlatımla turizm ile güvenlik arasında organik bir ilişki bulunmaktadır (Eralp, 1983, s. 2).

Seyahat edilecek ülkede yaşanan siyasal sorunlar, ekonomik kriz gibi bazı gelişmeler sonrası yaşanan grev ya da eylemler turist tercihlerinde etkili olmaktadır. Turizm sektöründeki rekabet ortamı ve alternatiflerin çeşitliliği talep esnekliğini artırmaktadır. Herhangi bir asayiş sorunu bile güvenlik endişesi ile talebin farklı ülkelere yönelmesine sebep olmaktadır (Seçilmiş ve Ünlüönen, 2009, s. 72).

Turistik faaliyeti yapan kişilerde tatil yeri seçiminde medya önemli bir faktördür. Olumlu ve ilgi çeken haberler bölgenin tercih edilebilirliğini artırabilirken çıkan olumsuz haberlerde turizm taleplerinde engel oluşturabilmektedir. Turistik bölgelerde turistlere karşı işlenen suçlar basında

büyük yer bulmaktadır. Medyada çıkan bu haberler turistler üzerinde olumsuz güvenlik algısı oluşmasına sebep olacaktır. Bu durumda ülkenin turizm talebinde düşüş meydana getirmektedir. Bu bağlamda ülke ve turizmin çıkarları dikkate alınarak etik yayıncılık anlayışının benimsenmesinin önemi büyüktür (Seçilmiş, 2009, s.155).

Türkiye’de herhangi bir güvenlik sorununun yaşanması durumunda Türkiye giriş yapacak olan turistlerin çoğunluğunun rotası Avrupa’nın diğer ülkelerine çevirmesinden dolayı Avrupa turizm sektörü açısından Türkiye imajı, değerlendirmeye alındığında oldukça önem arz eden bir sonuca varılmaktadır. Türkiye’de bir bölgede sorun oluşması durumunda Avrupalı turistler tatillerinden vazgeçmektense başka bir bölgede tatil yapmayı tercih etmektedirler. Durum böyle olunca da Türkiye’nin rekabet halinde olduğu ülkeler, ülkede meydana gelen problemleri fırsat bilip medyalarında duruma abartarak Türkiye’nin güvenli bir ülke olmadığına dair kötüleme girişimlerinde bulunabilmektedirler. Sonuç olarak Avrupa’dan Türkiye’ye doğru akan turizm dalgası sekteye uğrayarak rakip ülkelere fırsat doğabilmektedir (Kaşlı vd., 2009, s. 92).

Ülkemizde trafik hakkında seyahat tavsiyeleri, uyarıları ve diğer kaynaklar tarafından verilen bilgiler genellikle olumsuzdur. Trafik, Türkiye’de çok büyük bir risk unsuru olarak görülmektedir. Trafik sorunlarının ülkemizi ziyarete gelen yabancılar üzerinde olumsuz etki, tedirginlik ve korku yaratmaktadır. Bütün bu nedenlerle trafik, ülkemizin bütünsel ve turizm imajı arasında olumsuz etki yaratmaktadır. Çünkü gelişmiş ülke insanının nazarında trafik; insanların, toplum kurallarına, diğer insanların haklarına, insan sağlığına, kendisinin ve başkalarının hayatına duyduğu saygının, verdiği değerın göstergesi olarak görmektedirler. Trafikte güvenlik, rahat, huzur içinde ve mutlu bir seyahatin ön koşuludur. Bu nedenle trafik, ülkenin tanıtımı, imajı, seyahat kararlarının verilmesi, turistlerin o ülke hakkında edindikleri izlenimi ve genel güvenlik algısı açısından belirleyici niteliktedir (Subaşı, 2007, s.20).

Bir bölgenin ulaşım hizmetlerinin güvenilirliği, turizm güvenliğinin önemli bir parçası konumundadır. Sık sık trafik kazalarının yaşandığı ve trafik kurallarına uyulmadığı bir bölge, seyahat etmeyi düşünen insanlar tarafından ulaşım güvenliğinin olmadığı bir ülke olarak algılanacaktır. Ayrıca turistlerin bir bölgeden diğer bir bölgeye transferi esnasında yaşayabileceği ulaşım problemleri seyahat tercihlerinin değişmesine neden olabilecektir.

Sokak güvenliği sağlandığında turistler daha fazla gezme ve alışveriş imkânına sahip olacaktır. Turistler, gittikleri yerlerde güven içerisinde gezdiklerinde geçirdikleri tatilden tatmin düzeyleri daha fazla artacaktır. Tatilinde hiçbir güvenlik sorunu ile karşılaşmayan turistler, tekrar aynı turistik bölgeyi ziyaret etmek veya buradaki kalış süresini artırmak isteyeceklerdir. Turistler, sokaklarda daha rahat ve güvenilir bir ortamda gezerek alışveriş yapma imkânı bulacak bu da ülke ekonomisine daha fazla katkı sağlayacaktır.

2.1. Terörizmin Turizm Üzerine Etkileri

Turistler ziyaret ettikleri ülkenin doğal ve tarihi güzelliklerini, kültürlerini, yaşam biçimlerini tanımak ve görmek isterler. Bu nedenle ülkedeki otellerde dinlenmek yerine gezmek ve yeni yerler görmek arzusundadırlar. Turistlerin bölgede rahat ve güven içerisinde gezebilmesi için bölgenin güvenli olması gerekmektedir.

Turizm hareketlerinin, dış ödemeler bilançosu üzerindeki etkileri ve ulusal gelire katkısı, istihdamı artırıcı özelliğiyle ve turizm haricindeki sektörler üzerindeki olumlu etkisi nedeniyle ülke ekonomilerinde önemli bir yere sahiptir. Terör ve terörizmden doğan işsizlik ya da çatışmalar ve politik istikrarsızlık unsurları ile turizm hareketlerinin oluşumunu ve gelişimini sağlayan ulusal ve uluslararası barış, ekonomik kalkınma ve politik istikrar gibi unsurlar aynı ortam ve zaman diliminde bulunmazlar (Oktayer, Susam ve Çak, 2007, s. 147).

Turistik faaliyete katılacak kişiler gidilecek yer kapsamında genellikle seyahatleri süresince ne ile karşılaşacakları konusunda bilgileri olmadıkları için çekinmektedirler. Savaşlar, huzursuzluk ve negatif tanıtımlar, bir destinasyon için insanlarda korku ve şüphe düşüncesi uyandırmaktadır. Terörizm hareketleri de bu korkuların oluşmasında ve kişileri seyahat etmekten vazgeçiren önemli bir faktör olarak görülmektedir (McIntosh, Goeldner ve Ritchie, 1995, s.239).

Terörizm, toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarını doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkilediğinden, terör eylemleri doğal olarak turizm sektörünü de olumsuz bir yönde etkilemektedir. Bazen de terörizm doğrudan turizm sektörünü hedef almaktadır. Terörizmin ortaya çıkış sebebi ideolojik, politik, etnik ya da ekonomik söylemlerini insanlara ulaştırmayı amaçlamaktadır. Terör örgütleri de uluslararası desteği sağlamak, adını duyurarak güçlü olduğunu tüm dünyaya göstermek istemektedir. Böylece terör örgütleri daha kolay ve etkili propaganda yapacak ve sempatizan sayısını artırabilecektir. Turizm sektörü sosyal, kültürel ve

ekonomik olarak uluslararası bir yapıya sahip olması nedeniyle terör eylemlerinin hedef olabilmektedir.

Terörizmin diğer önemli amacı ise hedef aldığı ülkenin ekonomisine ağır kayıp vermektir. Ülkelere döviz girdilerini sağlama ve istihdamı artırmada önemli bir role sahip olan turizm sektöründe rekabet ortamı ve alternatif çeşitlilikten dolayı talep esnekliği fazladır. Bu nedenle terör eylemlerine karşı çok hassastır. Terör eylemlerinin turizm sektörüne verdiği diğer önemli zarar ise yabancı sermayenin turizm sektörüne yatırım yapmamasıdır. Güvensiz ve gelecek konusunda kaygılı bir ortamda yabancı sermaye sahipleri ülkeye yatırım yapmak istemeyecektir.

Türkiye, coğrafi konumu bakımından çok avantajlı bir konumdadır. Fakat çevresindeki belirsizlikler ve kargaşa durumu, güvenli bir ülke olma imajını olumsuz yönde etkilemektedir. Terör ve yakın çevresindeki belirsizlik ve çatışma durumu, güvenli bir ülke olma imajını olumsuz olarak etkilemektedir. Terör olaylarının yaşandığı ülkelerde sektör çapında küçülme yaşanırken, var olan turist arzının görünüşte daha güvenli gözükken başka ülkelere yöneldiği belirtilmektedir. Turist sayısı artırabilmek amacıyla rekabet içerisinde bulunan ülkelerin bir kısmına etki edebilen askeri darbe, savaş ihtimali gibi olumsuz gelişmeler, diğer ülkeler açısından olumlu etki oluşturabilmektedir (Sivri, 2010, s. 221).

Turizm destinasyonlarına yönelik terör olaylarının sonrasında turistlerin takındığı ilk tepkinin ziyaretlerini ertelemek ya da iptal etmek olduğu ortaya çıkmaktadır. Böylece turizmden elde edilen gelirlerde düşüşler yaşanmasına, ülke ekonomisine ve sektördeki firmaların kötü yönde etkilenmelerine neden olmaktadır. Sonuç olarak istihdamın sağlanması, toplumsal dengenin oluşturulması ve ödemeler dengesi üzerinde önem arz eden turistik faaliyetlerin, terör olayları yüzünden olumsuz etkilenecek gerileme yaşanması, ekonomiye büyük zarar verilmesine sebep olmaktadır (Yılmaz ve Yılmaz, 2005, s. 47).

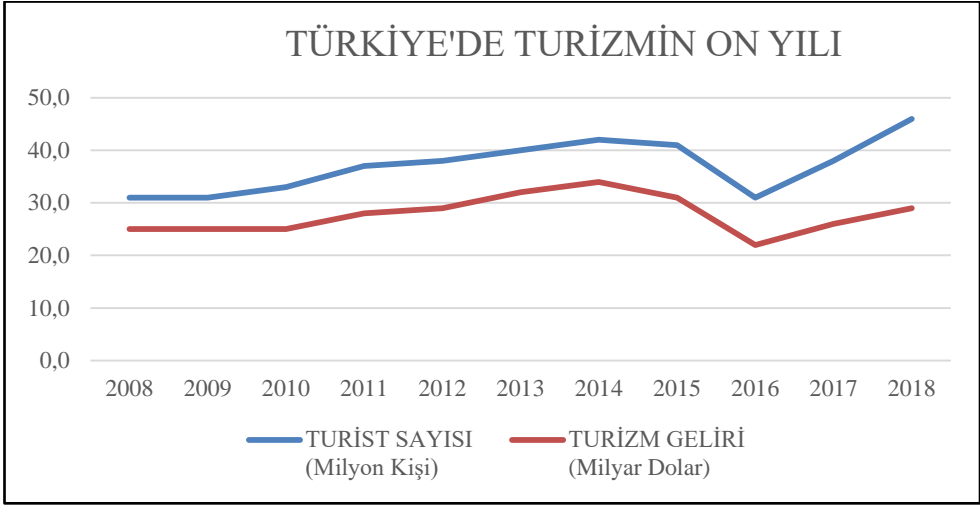
2.2. Terörün Türkiye'ye Gelen Turistler Üzerindeki Etkileri

Türkiye'nin konjonktürel açıdan terör ve turizm ilişkisine bakıldığında, terörün turizme etkisi gelecekte de günümüzdeki etkilerine benzerlik gösterecektir. Ülke içerisinde meydana gelebilecek olumsuz gelişmeler nedeniyle yabancı turist sayısında azalmaların oluşması muhtemeldir. Dolayısıyla bu durum, ülkenin turizm gelirlerini azaltıcı bir faktör olarak ortaya çıkacaktır. Terörizmin ülke sınırları dışından gelen yabancı turistlerin üzerinde daha yıkıcı etkilerinin olabileceği muhtemel görülmektedir (Drakos ve Kutun, 2001, s. 1).

Tablo-3. 2015-2017 Yılları Arasındaki Önemli Terör Saldırıları.

TARİH	OLAY
Temmuz 2015	Şanlıurfa'nın Suruç İlçesinde DAESH terör örgütü tarafından düzenlenen canlı bomba saldırısında 33 kişi yaşamını yitirmiştir.
Ekim 2015	Ankara'da DAESH tarafından düzenlenen 2 bombalı saldırıda 101 kişi yaşamını kaybetti.
Ocak 2016	Sultanahmet Meydanında Alman turist kalifesine düzenlenen saldırıda 11 kişi hayatını kaybetti.
Şubat 2016	Ankara'da askeri servis araçlarına PKK tarafından düzenlenen saldırıda 28 kişi yaşamını yitirdi.
Mart 2016	Ankara'da PKK tarafından düzenlenen bombalı saldırıda 35 kişi yaşamını yitirdi.
	İstiklal Caddesi'nde DAESH tarafından düzenlenen saldırıda 4 kişi yaşamını yitirdi.
Mayıs 2016	Diyarbakır Sur İlçesi'nde bomba yüklü aracın patlatılması sonucunda 16 kişi yaşamını yitirdi.
Haziran 2016	İstanbul Vezneciler'de düzenlenen saldırıda 6'si polis 12 kişi hayatını kaybetti.
Ağustos 2016	Gaziantep Şahinbey'de canlı bomba saldırısında 51 kişi yaşamını yitirdi.
Kasım 2016	Adana Valiliği yakınında bulunan otoparktaki bombalı saldırıda 2 kişi yaşamını kaybetti.
Aralık 2016	Beşiktaş Dolmabahçe stadyumu bölgesinde maç sonrası silahlı saldırıda 44 kişi yaşamını yitirdi.
	Kayseri'de bombalı saldırı sonucunda 15 asker şehit oldu, 48 asker yaralandı.
	Rusya'nın Ankara Büyükelçisi Andrey Karlov bir çevik kuvvet polisi tarafından uğradığı saldırıda öldürüldü.
Ocak 2017	Yeni yılın ilk saatlerinde Reina'da gerçekleştirilen saldırıda 39 kişi hayatını kaybetti 65 kişi yaralandı.

Tablo 3'de Türkiye'de 2015-2017 tarihleri arasında meydana gelen terör saldırı gösterilmektedir. Belirtilen tarihler arasında 14 önemli terör saldırısı meydana gelmiştir. Yapılan saldırılar incelendiğinde, eylemlerin kalabalık bölgelerde gerçekleştiği görülmektedir. Bu bölgelerin önemli bir kısmı ise yabancı turistlerin yoğunlukla ziyaret ettiği turistik yerler oluşturmaktadır. Yabancı turistler hedef alınarak gerçekleştirilen saldırılarda, Türkiye'nin güvenli bir bölge olmadığı algısı oluşturulmaya çalışılmıştır.



Şekil-1. Türkiye’de Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri (Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK)

Şekil 1’de 2008-2018 yılları arasında Türkiye’yi ziyaret eden turist sayısına ve elde edilen turizm gelirlerine (milyon dolar) yer verilmektedir. Şekil 1 incelendiğinde Türkiye turizm gelirlerinin 2008 yılından 2014’ün sonuna kadar arttığı ancak 2015’te çok sert bir şekilde düştüğü görülmektedir. Bu düşüşe, 2015 yılında meydana gelmiş olan terör olayları ve siyasi krizlerin sebep olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan son yıllarda ortaya çıkan küresel çapta terör olaylarının tüm dünyadaki insanları ve devletleri tehdit etmesiyle korku psikolojisinin hâkim olmasının yanı sıra hükümetlerin, ülkelere giriş çıkışlara ilişkin almış oldukları önlemler ve olağanüstü hal ilanları turizm faaliyetlerinin azalmasına neden olmuştur.

2015 yılında başlayan Türkiye'nin turizm sektöründeki gerileme 2016’da yaşanan güvenlik riski oluşturan terör saldırılarının hem yurt içinde hem de Avrupa’da giderek artması ile Avrupa’dan gelen ziyaretçileri de olumsuz etkilenmiş ve 2016 yılının Türkiye turizmi için kayıp bir yıl olmasına neden olmuştur. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın verilerine göre; 2016’da turizm geliri bir önceki yıla göre % 29,7 azalarak, 22 milyar 107 milyon dolar ve uluslararası ziyaretçi sayısı ise % 24,6 gerileyerek 31 milyon 365 bin kişi olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’de, başta ekonomisi olmak üzere özellikle turizm sektörünü olumsuz etkileyen çeşitli olaylar yaşanmıştır. 24 Kasım 2015’te Rusya Federasyonu’na ait

bir Sukhoi Su-24M tipi savaş uçağı Türk hava sahasını ihlal etmiş. Rus uçağı, Türk yetkililer tarafından 5 dakika kadar uyarılmasına rağmen, uçak uyarılara aldırış etmeden Türkiye hava sahasını 17 saniye boyunca ihlal etmiştir. Bu doğrultuda Rus uçağı Türk jetlerinin müdahalesi ile düşürülmüş ve bu durum iki ülke arasında krize neden olmuştur. Dolayısıyla Türkiye'nin bu müdahalesinden sonra Rusya resmi olarak soğuk savaş ilan edencesine hızlı bir biçimde birçok sosyal, siyasi ve ekonomik yaptırımları devreye sokmuştur. Bu doğrultuda Rusya Hükümeti, Türkiye'ye yönelik özel tedbir kararları almıştır. Rusya'nın aldığı bu kararlardan bazıları iki ülke arasında sefer sayısı uçuşlar dışındaki charter seferlerinin tamamının askıya alınmasıdır. Ayrıca Rusya tur operatörlerinden Türkiye'ye tur satmamaları talimatını vermiştir (Yenişehirlioğlu, Salha ve Şahin, 2016: 77-78). Nitekim bu durumun sonucunda Türkiye Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre; Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistler arasında Rus turist oranının ortalamanın üstünde olması, ülke turizm gelirlerinin 2015 yılında % 8,2 azalmasına neden olmuştur. Bu bağlamda Rusya Federasyonu'nun vatandaşlarına, Türkiye'ye yapacakları seyahatler konusunda basında yayınlanan olumsuz görüşleri, Rus turistlerin tercihlerinde değişikliğe neden olmuştur. 2015 yılında Türkiye'ye 41,6 milyon turist geldiği ve bu rakamın 3,7 milyonunun (% 10,07) Rus turistlerden oluştuğu kayıt altına alınmıştır. Aynı yılda yabancı turist başına ortalama harcama 715 dolar olarak tespit edilmiştir. Rus turistlerin bıraktığı döviz gelirin yaklaşık 3 milyar dolar olduğu açıklanmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2018).

Tablo-4. 2010-2018 Yılları Arası Türkiye'ye Gelen Rus Turist Sayıları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK)

İL	RUS TURİST SAYISI
2010	3.107.043
2011	3.468.214
2012	3.599.925
2013	4.269.306
2014	4.479.049
2015	3.649.003
2016	866.256
2017	4.715.438
2018	5.964.613

Tablo 4’de görüldüğü üzere 2010-2018 yılları arası Türkiye’ye gelen Rus turist sayısında 2015 yılında 2014 yılına oranla yaklaşık bir milyonluk düşüş yaşanmıştır. 2016 yılında Türkiye’yi ziyaret eden Rus turist sayısında önceki yıla göre yaklaşık %77 düşüş gerçekleşmiştir. İlerleyen yıllarda iki ülke arasında sorunların ortadan kaldırılması ile birlikte ülkeyi ziyaret eden Rus turist sayılarında önemli artış yaşanmıştır. Bu durum, yaşanan terör olaylarının yanı sıra, siyasi krizlerin de turistik destinasyonların tercih edilmesinde etkili olduğunu göstermektedir.

Turistik bölgelerde meydana gelen terör saldırıları, 6 aydan 1 yıla kadar tekrarlanmadığı takdirde turizm sektörü kendini yenilemektedir. Dolayısıyla dünya genelinde yaşanan olumsuz gelişmelere rağmen uluslararası turizm hareketleri süreklilik arz etmektedir (Arana ve Leon, 2008: 311). Nitekim Türkiye’nin terörle mücadele yapmış olduğu başarılı çalışmalar ve turizm konusunda yürütmüş olduğu politikalar neticesinde 2017 yılında turizmde hızlı bir ivme kazanmış ve bu yılda ülkenin uluslararası ziyaretçi sayıları ve turizm gelirleri ciddi miktarlarda artmıştır.

Türkiye’nin en fazla turist gelen şehir sıralamasında 3.sırada olan Muğla’da 412 kişi üzerinde anket yapılmıştır. Yapılan ankette turistlerin güvenlik açısından bir sorunla karşılaşma durumları sorulmuş % 44’ü sorun yaşadığını % 56’sı sorun yaşamadığını belirtmiştir. Sorunların çözümlenme durumu sorulduğunda % 52’si çözüldüğü % 39’u kısmen çözüldüğünü % 9’u ise sorunun çözülmediğini ifade etmiştir. Turistlere tatilleri boyunca güvenlik açısından sorun yaşayıp yaşamadığı sorulmuş % 60’ı sorun yaşarken % 12’si sorun yaşamadığını % 28’i ise emin olmadığını belirtmiştir (Bayhan ve Ünlüöner, 2016, s.10-11).

Seyahat edilecek ülkenin döviz girişine sınırlamalar getirmesi, kolluk kuvvetlerinin kontrollerinin gerek hava alanında gerekse sokaklarda fazla olması, turizm sektörünü olumsuz etkileyebilmektedir. Turistlerin güvenliği konusunda yapılan çalışmalar artırılmalı ve çeşitlendirilmelidir. Ancak bu çalışmalar, turistlerin huzurunu ve keyfini kaçırarak boyuta ya da özgürlüğünü kısıtlayacak şekilde yapılmamalıdır. Güvenlik konusunda sorunla karşılaşan grubun % 90,8’inin sorununun çözümlendiğini söylemesi bu noktada önemli bir veridir. Unutulmamalıdır ki, güvenlik algısı güvenlik olgusuyla sınırlı değildir. Güvenlik algısında, yapılan çalışmaların turistik tüketicilere ulaşması ve onlar tarafından görünürlüğü de önemlidir.

SONUÇ

Turizm sektörünün ülke ekonomileri için sağladığı değer ve fayda her geçen gün daha fazla artmaktadır. Güvenlik ve güvenlik algısı turistik bölgelerin seçiminde etkili olan en önemli faktörler arasındadır. Turistlerin büyük bir kısmı fiyatların uygunluğu veya destinasyonların özelliklerinden ziyade, gidecekleri yerlerin güvenliğine öncelik vermektedir. Şiddetli çatışmalar yaşanan veya yoğun suç işlenen destinasyonlar, olumsuz güvenlik algısı oluşturmaktadır. Algılamalar, tutumlara dönüşebileceği için ülkeler, turizm talebinde psikolojik bir belirleyici olan algı konusuna önem vermektedirler.

Kendi konutunun bulunduğu yer dışında seyahat eden ve geçici olarak konaklayan insanın, güvenlik de içinde olmak üzere tüm gereksinimlerini en iyi biçimde karşılanması, onun seyahat ve konaklamadan beklediği manevi zevkin en üst seviyede gerçekleşmesi, turizmden beklenen bütün yararlarından önce geldiği ve turizmi koşullandırdığından dolayı gerekli özen gösterilmelidir.

Türkiye’de son yıllarda genel güvenlik ve turizm güvenliği konusunda ciddi adımlar atılmış ve Türkiye’ye olumlu bir görüntü sağlanmaya çalışılmıştır. Güvenlik konusunda, turistleri rahatsız etmemek koşuluyla, halkla ilişkiler çalışmaları yapılmalıdır. Turistlere onların güvenliği ile ilgilenildiği hissettirmek için güvenlikleri amacıyla alınan tedbirlere yönelik küçük bilgilendirmeler yapılabilir, sağlanan başarılı sonuçlar paylaşarak güvenlik konusunda haklarının korunduğu gösterilebilir.

Türkiye’de güvenlik ortamının sağlanarak korunması ve turizmde güvenlik algısının sürekli olarak sağlanması birtakım önlemler alınmalıdır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz:

- Turiste sunulan güvenlik hizmetleri standartlaştırılmalı,
- Turizm alanında görevlendirilecek personel, mesleki olarak yetiştirilmeli, turizm bilinci ve eğitim düzeyi yükseltilmeli,
- Turizm destinasyonlarında yabancı dil bilen turizm sosyolojisi ile psikolojisine hakim turizm polisleri ve turizm jandarması istihdam edilmeli,
- İlgili tüm kişi, kurum ve kuruluşlarla, merkezi otorite, yerel kuruluşlar, güvenlik birimleri, turizm kurumları, yerli halk ve turistler arasında güvenlik konusunda iş birliği ve koordinasyon sağlanmalı,

- Güvenli bir ortamın oluşturulabilmesi için işsizliği ve gelir dağılımındaki adaletsizliği önleyici tedbirler alınmalı
- Güvenliği tehdit eden trafik kazalarının önlenmesi amacıyla, sürücüler eğitilmeli ve trafik kurallarına uymalarını sağlayıcı tedbirler alınmalı,
- Terör suçlarına karşı uluslararası iş birliğine gidilerek, mücadelenin sürekliliği sağlanmalı
- Türkiye'ye karşı oluşan olumsuz havanın giderilmesi için Başbakanlık – Dışişleri Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, TOBB ve STK'lar tarafından tanıtım kampanyaları düzenlenmelidir.
- Özellikle tüm ziyaretçilerin ve turizm işletmelerinin denetimleri bölge/ülke imajına zarar vermeyecek şekilde arttırılmalı,
- Güvenlik zafiyeti gösteren işletmelerin tespiti noktasında gerekli cezai işlemler ağırlaştırılmalı,
- Alınacak önlemlerin tahminlerini kolaylaştırmak için dokümantasyon ve kayıtlar sağlıklı tutulmalı,
- Turistik tesislerin işletilmesine yönelik yasa dışı müdahaleler karşısında turistik tesislerin alabileceği önlemlere ilişkin rehber ilkeler konulmalı,
- Turizm bölgelerinde terör eylemlerinin önlenmesi ve tespit edilmesi için güvenlik görüntüleme sistemlerinin yüksek çözünürlük ve gece görüş sistemli olması, mümkünse yüz tanıma sistemlerine entegreli olacak şekilde düzenlenerek elde edilen anlık görüntülerin düzenli olarak kontrolü sağlanmalı,
- Pazarlama stratejileri daha az duyarlı hale getirilerek, terör saldırıları sonrası hedef alınan pazarların daha hızlı düzelmeye sürecine girmesi için çalışmalar yapılmalı,
- Kriz ve acil eylem planları turizm işletmelerinde etkin hale getirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Arana, E. Jorge ve Leon, C. L. (2008), "The Impact Of Terrorism", *Annals Of Tourism Research*, 35(2), 299–315.
- Bahar Ozan, Kozak Metin (2012). *Turizm ve Rekabet*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bahar, O. (2007, Güz). Bölgesel Kalkınmada Turizm Sektörünün Ekonomik Açıdan Yeri ve Önemi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 1-19.
- Bayhan, İ. ve Ünlüönen, K. (2016). Turist Tercihlerinde Güvenliğe İlişkin Tutumlarının Etkisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(56), 1-20.
- Çımat, A. ve Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (6), 1-18.
- Drakos, K. ve Kutun M.A. (2001). *Regional Effects of Terrorism on Tourism: Evidence from Three Mediterranean Countries*, Working Paper.
- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*, Ankara Üniversitesi Yayın, Ankara.
- Kar, M., Zorkirişçi, E. ve Yıldırım, M. (2004). Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzere Ampirik Bir Değerlendirme, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi*. 4(8), 87-112.
- Kaşlı, M. ve İlban, M. O. ve Şahin, B. (2009). Modern Pazarlama Stratejileri: AB ve Türk Turizmi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (27), 79-98.
- Kılıç, Ö. (2000). Terörün Türk Turizmine Etkileri, *I. Milletlerarası Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Huzur ve Güvenlik Sempozyumu*, Elazığ.
- Kızılkaya, A. ve Sönmez, N. (2003). Geçmişten Günümüze Güvenlik İhtiyacı ve Türk Polis Teşkilatı, *Çağın Polisi Dergisi*, (18), 19-23
- Koyunoğlu S. (2003). *Turist Sağlığı*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak N., Kozak M. ve Kozak M. (2001). *Genel Turizm İlkeler- Kavramlar*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kozak, M. (2013). *Sürdürülebilir Turizm*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Kuveloğlu, D. (2004), *Turizm@gelecek.tr*(1.Baskı). İstanbul, Elips Kitap.

- McIntosh, R.W., Goeldner, C.R. ve Ritchie, J.R.B., *Tourism Principles, Practices, Philosophies (7th edition)*. New York: JhonWiley&Sons, Inc, 1995.
- McSweeny B. (1999) *Identity and Interests: A Sociology of International Relations*, Cambridge University Press, Port Chester, NY., USA.
- Oktayer, N., Susam, N. ve Çak, M. (2007). *Türkiye 'de Turizm Ekonomisi*, İstanbul, İstanbul Ticaret Odası.
- Ozan, B. ve Özcan, Ö. (2018). Turizm Sektöründe İstihdam Edilen Gençlerin Meslek Algıları ve İş Doyum Performanslarının Değerlendirilmesi, *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, C:8 Yıl:8 s.263-298.
- Seçilmiş, C. (2009) Turistlerin Kişisel Değişkenlerinin Güvenlik Algılamalarındaki Rolü, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, (8), 152-166.
- Sivri, U. (2010). Şokların Yabancı Ziyaretçi Sayısı ve Yabancı Ziyaretçi Harcamaları Üzerindeki Etkisi Kalıcı Mıdır? *TİSK Akademi*, 5(10), 220-237.
- Somuncu, M. (2004). Turizmin Kalkınmaya Etkisi ve Türkiye Turizmindeki Bölgesel Farklılıklar, *Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası ve Araştırma ve Uygulama Merkezi IV. Ulusal Coğrafya Sempozyumu*, 161-178.
- Subaşı, E. (2007). *Turizm Güvenliği Alanında Kolluğun Yeniden Yapılanması: Muğla Turizm Jandarması Örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Muğla.
- Şen, A. ve Şit, M. (2015, Mayıs). Turizm Gelirlerinin Türkiye Ekonomisindeki Rolü ve Önemi, *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 8(8), 30-45.
- Uysal, D., Erdoğan, S. ve Mucuk, M. (2003). Türkiye'de Turizm Gelirleri ile Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki (1992-2003). *SÜ İBBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 4(8) 163-170.
- Yenişehirlioğlu, E., Salha, H. ve Şahin, S. (2016). Politik krizlerin turizm talebi üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma: Rusya'nın değişen yüzü ve bu değişimin Türkiye turizmine etkileri, *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 02(03), 74-83.

Yılmaz, B. S. ve Yılmaz, D, Ö. (2005). Terörizm ve Terörizmin Hedefi Olarak Turizm Endüstrisi, *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(13), 39-58.