

TURİZMDE DAR BOĞAZLAR

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Mete SEZGİN

Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU

Dr. Ali KELEŞ



İKSAD
Publishing House

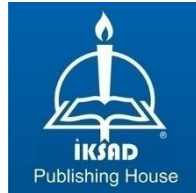
TURİZMDE DAR BOĞAZLAR

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Mete SEZGİN
Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU
Dr. Ali KELEŞ

YAZARLAR

Prof. Dr. Mete SEZGİN
Prof. Dr. Rıdvan KOZAK
Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR
Doç. Dr. Alper ATEŞ
Doç. Dr. Erkan AKGÖZ
Doç. Dr. Ramazan GÖRAL
Dr. Ali KELEŞ
Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU
Öğr. Gör. Halil SUNAR
Öğr. Gör. Hasan YAVUZ
Öğr. Gör. Murat YURTLU
Fatoş METİN
Merve KAR
Mustafa COŞKUNER



Copyright © 2021 by iksad publishing house

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, distributed or transmitted in any form or by any means, including photocopying, recording or other electronic or mechanical methods, without the prior written permission of the publisher, except in the case of brief quotations embodied in critical reviews and certain other non-commercial uses permitted by copyright law. Institution of Economic Development and Social

Researches Publications®

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

TURKEY TR: +90 342 606 06 75

USA: +1 631 685 0 853

E mail: iksadyayinevi@gmail.com

www.iksadyayinevi.com

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2021©

ISBN: 978-625-7562-69-0

Cover Design: İbrahim KAYA

July / 2021

Ankara / Turkey

Size = 16x24 cm

İÇİNDEKİLER

EDİTÖRDEN

ÖNSÖZ

Prof. Dr. Mete SEZGİN

Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU

Dr. Ali KELEŞ.....1

BÖLÜM 1

TURİZMDE İSTİHDAM DAR BOĞAZLARI

Prof. Dr. Mete SEZGİN

Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU

Dr. Ali KELEŞ3

BÖLÜM 2

TURİZMDE POLİTİK DARBOĞAZLAR

Doç. Dr. Erkan AKGÖZ

Fatoş METİN33

BÖLÜM 3

TURİZMDE COVID-19 DARBOĞAZI

Doç. Dr. Ramazan GÖRAL

Öğr. Gör. Murat YURTLU.....63

BÖLÜM 4

TURİZMDE ÇEVRE DAR BOĞAZLARI

Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR

Merve KAR107

BÖLÜM 5

TURİZMDE GASTRONOMİK DAR BOĞAZLAR

Öğr. Gör. Hasan YAVUZ.....127

BÖLÜM 6

TURİZMDE EKONOMİK DAR BOĞAZLAR

Doç. Dr. Alper ATEŞ

Öğr. Gör. Halil SUNAR.....145

BÖLÜM 7

TURİZMDE SOSYAL VE TOPLUMSAL DAR BOĞAZLAR

Prof. Dr. Rıdvan KOZAK

Mustafa COŞKUNER.....161

ÖN SÖZ

Türkiye'nin ana sektörlerinden biri olan turizm sektörü son yıllarda önemli gelişmeler ve değişimler içerisindedir. Konaklama, seyahat ve yiyecek içecek ana sektörlerine sahip olan turizm sektörü ülke ekonomilerine verdiği katkı ile önem taşımaktadır.

Turizm sektörünün bu denli önemli oluşu; içinde barındırdığı dinamikler, çok yönlü ve fonksiyonel bir yapısı olması, çevre, sosyal doku ile ilintili olmasından kaynaklanmaktadır. Sektörün gelir getirici ve istihdam özelliği ile ülkelere fayda sağlamaktadır.

Ancak bu olumlu gelişmeler yanı sıra turizm sektörünün sorunları ve sıkıntıları giderek artmaktadır. Turizm sektöründeki krizler giderek daha da derinleşmekte ve dar boğaz halini almaktadır. Dar boğaz kelimesi "Sıkıntılar ve güçlükler içinde geçirilen, geçici kabul edilip sonunda ferahlık umulan durum" şeklinde tanımlanmaktadır.

Bu kitabın amacı turizm sektöründe bir çok alanda karşımıza çıkan sorunları darboğazlar başlığı altında toplamaktır. Bu sorunlara dikkat çekerek daha sonra çözüm yollarını hızla geliştirmek ve bir daha bu dar boğazlara düşmemek esastır. Bu çerçevede birinci bölümde "turizmde istihdam dar boğazları", ikinci bölümde "turizmde politik darboğazlar", üçüncü bölümde "turizmde covid-19 darboğazı", dördüncü bölümde "turizmde çevre dar boğazları", beşinci bölümde "turizmde gastronomik dar boğazlar", altıncı bölümde "turizmde ekonomik dar boğazlar", yedinci bölümde "turizmde sosyal ve toplumsal dar boğazlar" konuları ile on dört akademisyen tarafından yedi bölüm ele alınmıştır.

Kitabın turizm sektörüne ve Türkiye'ye hayırlı olması dileğiyle.

EDİTÖRLER:

Prof. Dr. Mete SEZGİN

Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU

Dr. Ali KELEŞ

BÖLÜM 1

TURİZMDE İSTİHDAM DAR BOĞAZLARI

Prof. Dr. Mete SEZGİN¹
Öğr. Gör. Abdullah KÖSEOĞLU²
Dr. Ali KELEŞ³

¹ Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye. metesezgin@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0001-9079-2520

² KTO Karatay Üniversitesi, Ticaret ve Sanayi Meslek Yüksekokulu, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Konya, Türkiye. abduallah.koseoglu@karatay.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-6885-7225

³ alikelesh.mail@gmail.com, ORCID ID: 0000-0002-9389-4482

GİRİŞ

Turizm, ülkelerin uluslararası boyutta hem ekonomik hem de toplumsal açıdan kalkınmalarını ve gelişimlerini sağlayan sektörlerdendir (Göral, 2019: 90). Ülkelerin gelişmişlik seviyelerine bağlı olarak hedeflerin belirlendiği turizm sektöründe gelişmiş ülkeler hedef belirlerken gelir yaratıcı etkisini, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler ise istihdam yaratma gücünü göz önünde bulundururlar (Şit, 2016:102). Turizm aynı zamanda ekonomik ve sosyal bir olaydır içerdiği bu özellikler bakımından ülke ekonomisi, uluslararası ekonomi ve politik ilişkilerde önemli rol oynar (Berberoğlu, 1988:207).

Turizm, yapısı gereği ekonomide gelir ve gidere aracılık eden para hareketlerine etki etmesinin yanı sıra iş hacminin gelişmesine ve ticari işlemlerin artışına da etki eder. Bu bağlamda sektörün canlanmasını, ülkelerin fiziksel ve sektörel gelişimlerini sağlar (İçöz, 2005:271). 20. Yüzyıldan itibaren hızlı bir değişim ve gelişim sürecine giren turizm Dünya ekonomisi için giderek önemli bir sektör haline gelmiştir. Diğer sektörlerde olduğu üzere bölgesel ya da ulusal kalkınmada bir araç olarak kullanılan turizm, gelir, vergi, iş ve ödemeler dengesinin oluşturulmasında da önemli rol oynamaktadır (Çımat & Bahar, 2003: 2).

Turizm, sektör olarak ülkelerin ekonomilerinde istihdamın yaratılmasına, yoksulluk sınırının daraltılmasına ve bunlar aracılığıyla ekonomik kalkınmanın oluşmasına katkı sağlar. Ülkeler açısından

turizm sektörünün iyileştirilmesi demek istihdamın, milli gelirin ve ödemeler dengesinin iyileştirilmesi anlamına gelir (Comcec, 2016: 1). İnsan unsuruna fazlasıyla bağımlı olan turizm genel olarak bakıldığında emek-yoğun bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu özelliğinden dolayı turizmin ülkelerin istihdam yaratmalarında etkin rol oynayabilecek ve istihdam sorunlarına çözüm getirilebilecek bir sektör olduğu ifade edilebilir (Yanardağ & Avcı, 2012: 39).

Günümüz şartları göz önüne alındığında turizm sektörünün önemini artıran bazı önemli unsurlar bulunmaktadır. Bunlar;

- İstihdam etkisi
- Gelir getirici etkisi
- Sürdürülebilir ekonomik gelişime etkisi
- Dünya barışına etkisi
- Değişen dünyanın lokomotifi olma etkisi şeklinde ifade edilebilir (Karataş & Babür, 2013:17).

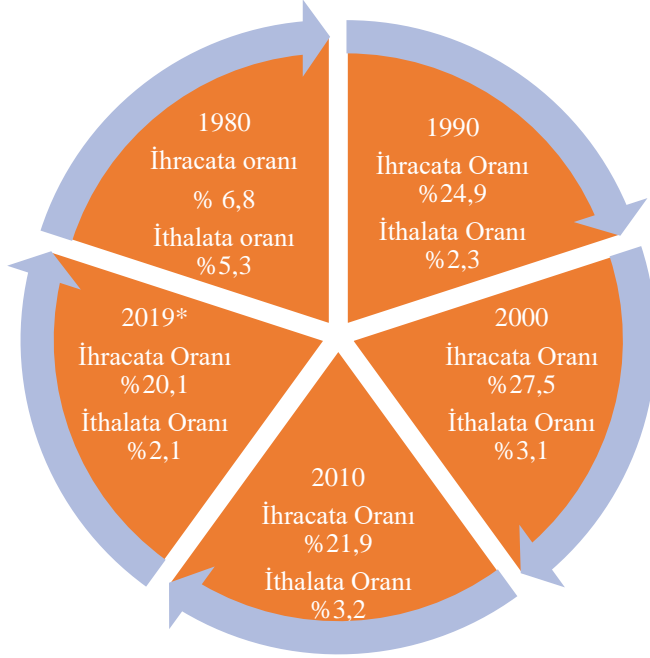
Bu açıdan turizm sektörü istihdam, gelir, ekonomi, barış, liderlik etme gibi konularda etkilidir ve ülkelerin hem ekonomik hem de toplumsal açıdan gelişimlerinde önemli rol oynar. Bundan dolayı bu bölümde turizm sektöründe Dünya ya da Türkiye genelinde meydana gelen olaylar açısından yaşanan istihdam sorunlarını açıklanmaya çalışılacaktır ve bu bağlamda turizm-istihdam ilişkisi, Dünya ve Türkiye’de turizmde istihdam, turizmde genel istihdam sorunları konularına değinilecektir.

1. TURİZM-İSTİHDAM İLİŞKİSİ

Turizm, geçim kaynağı ağırlıklı olarak tarıma dayalı olan gelişmekte olan ülkeler için önemli bir endüstridir. Ülke ekonomisine doğrudan etki eden döviz gelirini artıran ve istihdam olanakları sağlayan turizm, temel düzeyde sosyal haklardan yoksun olan bireylerin ülke ekonomisine katılımlarını sağlar (Levy & Lerch, 1991; 68). Bu açıdan turizmin sağlamış olduğu en önemli ekonomik avantajlardan biri de yaratacağı istihdam potansiyelidir. Bölgeler arası ekonomik dengenin sağlanması açısından önem arz eden turizm gelişmekte olan ülkeler ve az gelişmiş ülkelerde alternatiflerin az olması ya da sınırlı kaynaklardan dolayı istihdamın oluşturulmasında doğrudan etkilidir (Kaya, 2012; 243: Liu & Wall, 2006). 1980’li yılların başlarında malzeme ve üretim endüstrisinde ani ve umulmadık kontrol altına alınamayan bir istihdam çöküşü meydana gelmiştir (Güngören & Özcan, 2019; 768: Roche, 1992; 564). Ortaya çıkan istihdam sorununun çözümüne turizm sektörü kaynaklık etmiştir (Güngören & Özcan, 2019; 768: Hudson & Townsend, 1992; 49).

Turizm, dünya genelinde 1950’lili yıllar itibariyle Türkiye’de ise 1980’li yıllardan itibaren gelişim göstermeye başlamıştır. Turizm sektörü Türkiye ekonomisinde özellikle 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile önemli bir yer edinmiştir (Yanardağ & Avcı, 2012; 41). Bu bakımdan Türkiye’de turizmin ekonomide yaratmış olduğu etkiyi daha iyi anlamlandırabilmek için turizmin ithalat ve ihracat içerisindeki payını incelemekte yarar vardır.

Şekil 1. Turizm Gelirlerinin İthalat-İhracat Gelirlerindeki %'lik Oranı



Kaynak: www.tursab.org.tr

Şekil 1'de 10'ar yıllık periyodlar şeklinde verilmiş olan turizmin ithalat ve ihracat içindeki payı sadece son kısımda 9.yıl şeklinde verilmiştir. 2020 yılı yerine 2019 yılının alınmış olmasının sebebi 2020 yılında dünya geneline yayınlan Covid-19 salgın hastalığıdır.

Tablo.1 Turizm Gelirlerinin İthalat-İhracat Gelirlerindeki Oranı (Milyon dolar)

Yıllar	İhracat Rakamları	Turizm Gelirleri	Turizm İhracat Oranı (%)	İthalat Giderleri	Turizm Giderleri	Turizm İthalat Oranı (%)
1980	2.910,1	326,7	11,2	7.909,4	114,7	1,5
1990	12.959,3	3.225,0	24,9	22.302,1	520,0	0,0
2000	27.774,9	7.636,0	27,5	54.502,8	1.711,0	3,1
2010	113.883,2	24.931,0	21,9	185.544,3	5.874,5	3,2
2019	171.531,0	34.520,3	20,1	202.705,0	4.403	2,1

Kaynak: www.tursab.org.tr

Tablo 1’de görüldüğü üzere yıllar bazında artan genel ihracat rakamlarına paralel şekilde turizm gelirleri de artış göstermiştir. Turizm sektörünün dış ticaret işlemlerindeki açıkları kapatma ve döviz gelirlerinde artış yaratma gibi özelliklerinin yanı sıra ülkelerin ekonomilerindeki bir diğer önemli işlevi doğrudan ya da dolaylı şekilde istihdam yaratmasıdır. Turizm, konaklama, ulaştırma, acente-tur operatörü hizmetleri gibi çeşitli hizmet gruplarını çatısı altında topladığından dolayı alan yazında sektöre ilişkin işgücü verilerinin tam olarak saptanmasının zor olduğundan bahsedilmektedir (Öztürk, 2021:6; Şit, 2016:107). Ancak, turizmdeki artışa paralel şekilde gelişim ve artış gösteren istihdam gücünü genel turizm bağlamında üç grup altında toplayabiliriz (Yıldız, 2011:60; Avcıkurt, 2003:28; Vellas & Becherel, 1995:220);

Doğrudan İstihdam: Turizm sektörünün ana aktörleri olan konaklama, yeme-içme, ulaştırma, seyahat acenteleri ve tur operatörlerini kapsayan istihdam türüdür.

Dolaylı İstihdam: Dolaylı istihdam ise turizm sektörünün ihtiyacı olan ürün ve hizmetleri sağlayan alt sektörleri kapsayan istihdam türüdür. Turizm sektörünün gelişimiyle birlikte tarım, balıkçılık, inşaat, el sanatları, bankalar ve üretim sektörleri gibi alt sektörlerde de yeni istihdam alanları ortaya çıkar bu da doğrudan olmasa da turizmin dolaylı yollardan diğer sektörlerdeki istihdam oranına etki ettiğini ifade eder.

Uyarılmış İstihdam: Turizmde doğrudan ve dolaylı şekilde yaratılan istihdamla elde edilen gelirlerin harcanması yoluyla ekonomide yaratılan ek istihdamı kapsayan istihdam türüdür.

Turizmde iş gücünün şartlarına bağlı olarak ortaya çıkan üç farklı istihdam türü olmasına karşın istatistiki verilerde genel olarak doğrudan ve dolaylı istihdam rakamlarına yer verilmektedir genel kaniya göre ise doğrudan istihdam rakamları dolaylı istihdamın 1,5 katı şeklinde gerçekleşmektedir (Yanardağ & Avcı, 2012:44). Bu bağlamda dünya genelinde ve Türkiye’de gerçekleşen istihdam rakamlarını incelemekte yarar vardır.

2. TURİZMDE KÜRESEL ÇAPTA İSTİHDAM VE TÜRKİYE

Ekonomi alanında istihdam terimi dar ve geniş anlamı olmak üzere iki farklı şekilde tanımlanır. Geniş manada istihdam bir ekonomide tüm üretim faktörlerinin kullanılmasıdır. Dar manada istihdam ise bir ekonomide gerçekleşen emek ve onun üretime olan katkısıdır. Ekonomilerde üretim faktörlerinin tamamının aktif şekilde kullanılması üretimde maksimum düzeye ulaşılmasını yani "Tam istihdam milli gelir düzeyini" ifade eder. Ancak, üretim faktörlerinden bir ya da birkaçı kullanım dışıysa bu da "Eksik istihdam milli gelir düzeyini" ifade eder (Şit, 2016; Yıldız, 2011:59).

Turizm, insanı konu edinen odak noktasına insan unsurunu yerleştiren hem hizmet sektörleri arasında hem de diğer sektörlerde insanla iç içe olan bir sektördür. Bu farklılığından kaynaklı turizm sektörü ülkelerin işsizlik sorunlarının çözümünde önemli rol oynar. Dünya'da en hızlı istihdam yaratan sektörlerden olan turizm gençler, kadınlar ve göçmenler için istihdam yaratılan alanlardandır. Ancak, turizm ile istihdam sorununun çözümü tamamen turistik ürün ve hizmetlere olan talebe bağlıdır (Tutar vd., 2013: 20).

İşgücünün farklı özellikleri vardır ancak her zaman işgücü potansiyelinin bir ekonomide etkinliği ve kalkınmayı sağlaması mümkün değildir. Farklı özellikleri olan işgücü hizmet sektörünün temel yapı taşlarından bundan dolayı da turizm hizmet sektörü için önemli bir faaliyet alanı oluşturmaktadır. Hizmet sektöründe insan gücüne dayalı sektörlerden olan turizmin dolaylı ya da doğrudan

istihdam yaratması da turistlerin yapmış olduğu harcamalara bağlıdır (Güngören & Özcan, 2019:796). Bu bağlamda hem dünya genelinde hem de Türkiye’de turizmde istihdam edilen kişi sayısı ve oranlarını incelemekte yarar vardır.

Şekil 2. Dünya Geneli Turizmde Çalışan Kişi Sayısı



Kaynak: www.wttc.org.

Şekil 2’de Dünya Seyahat ve Turizm Konseyinin 2019 ve 2020 yılları için açıklamış olduğu turizm çalışanlarının sayısı ve oranlarına yer verilmiştir. Genel olarak bakıldığında 2014-2019 yılları aralığında her 4 kişiden 1’i turizm sektöründen geçimini sağladığı görülmektedir. 2020 yılına gelindiğinde ise genel sayıda düşüş olsa da 2019 yılında her 10 kişiden biri turizm çalışanı iken 2020 yılında her 11 kişiden 1’inin turizm çalışanı olduğu görülmektedir.

Tablo 2. 2014-2019 Türkiye Ekonomisinde İstihdamda Olanlar

Yıllar	Kişi Sayısı (Milyon)
2014	25.933
2015	26.621
2016	27.205
2017	28.189
2018	28.738
2019	28.080
2020	26.812

Kaynak: www.data.tuik.gov.tr

Tablo 2’de 2014-2020 yılları aralığında Türkiye Ekonomisinde istihdam edilen kişi sayılarına yer verilmiştir. 2014-2019 yılları aralığında genel olarak istihdam edilen kişi sayısında artış görülürken. 2020 yılında bir önceki yıla göre 1 milyon 268 kişinin iş kaybı yaşamış olduğu görülmektedir.

Tablo 3. 2014-2019 Türkiye Ekonomisinde İstihdamın Sektörel Dağılımı (%)

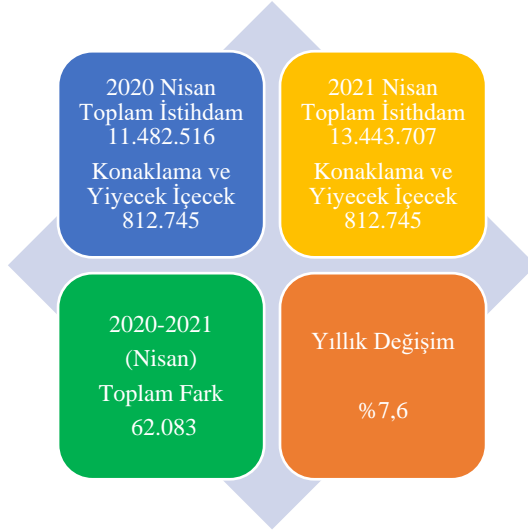
Yıllar	Tarım	Sanayi	İnşaat	Hizmet
2014	21,1	20,5	7,4	51,0
2015	20,6	20,0	7,2	52,2
2016	19,5	19,5	7,3	53,7
2017	19,4	19,1	7,4	54,1
2018	18,4	19,7	6,9	54,9
2019	18,2	19,8	5,5	56,5
2020	17,6	20,5	5,7	56,2

Kaynak: www.data.tuik.gov.tr

Tablo 3’te 2014-2020 yılları arasında sektörel bazda istihdam edilen kişi oranlarına yer verilmiştir. Diğer sektörlerde her geçen yıl düşüş

yaşanmasına karşın hizmet sektöründe her yıl bir artış olduğu görülmektedir. Bu bakımdan son 2 yıl için açıklanan turizm çalışan sayılarına değinmekte yarar vardır. 2020 yılından bu yana yaşanan salgın hastalıktan dolayı 2020 nisan – 2021 nisan döneminde turizm sektöründe istihdam edilen kişi sayısı ve değişim oranları şu şekildedir;

Şekil 3. 2020-2021 Türkiye’de Turizm Sektöründe Çalışan Kişi Sayısı



Kaynak: www.data.tuik.gov.tr

Şekil 3’te Türkiye İstatistik Kurumunun yayınlamış olduğu istihdam verilerinde Türkiye ekonomisinde turizm sektöründe çalışan kişi sayılarına ve değişim oranına yer verilmiştir. 2020 yılı nisan ayı ile 2021 yılı nisan ayının verilerinin yer aldığı şekilde 2020 yılına göre 2021 yılında turizmde çalışan sayısında %7,6’lık değişim olduğu görülmektedir.

Dünya genelinde ve Türkiye’de istihdam edilen kişi sayısında gerilemenin sebebi Çin’in Wuhan kentinde 2020 yılında ortaya çıkan salgın hastalıktır. Dünya geçmiş dönemlerde birbirinden farklı zorlu süreçlerden geçmiştir. Genel olarak bakıldığında ekonomik anlamda geçirilen zor süreçlerin salgı hastalıklardan meydana geldiği ifade edilebilir.

Yakın tarihli yaşanan hastalıklar;

- Sars
- Kuş Gribi (Influenza A – H1N5)
- Domuz Gribi (Influenza A – H1N1)
- Mers
- Ebola
- Zika
- ve son olarak Kovid-19 salgın hastalığı şeklinde ifade edilebilir.

Yeni keşfedilen ancak insanlarda gösterdiği etkilerin tanımlanmasında güçlük yaşanan Kovid-19’un genel olarak bulaşıcı bir hastalık olduğu bilinmektedir. Çin’de başlayan ve Dünya geneline yayılan bu virüs bugün tüm ülkeleri etkisi altına alan pandemiye dönüşmüştür (Kılıç vd., 2020:556).

Mart 2020’de virüsün dünya geneline yayılmasından dolayı Dünya Sağlık Örgütü (WHO) küresel çapta olağan üstü hal ilan etmiş ve bununla bağlantılı olarak bazı tecrit önemleri alınmış alınan önlemler sonucunda ekonomik gerilemeler görülmeye başlamıştır. Devletler

tarafından alınan önlemler ekonomik gerilemenin yanı sıra bazı sektörlerde işten çıkartmaları da tetiklemiştir. Hem kayıtlı hem de kayıt dışı ekonomilerde çalışmakta olan meslek sahipleri bu süreçte işsizlikle karşı karşıya kalmıştır. İstihdam edilme sorunundan özellikle bazı sektörler etkilenmiştir ve bu sektörler;

- Eğlence mekanları (Bar vb.)
- Emlakçılık Sektörü
- Konaklama İşletmeleri
- Seyahat Acenteleri ve Tur Operatörleri
- Restoranlar
- Ulaşım Sektörü şeklinde sıralanabilir (Webb vd., 2020:2).

Hizmet etme bağlamında insanı odak noktasına alan turizm sektörünün çalışma şartları açısından insan onuruna yakışır standartlara sahip olduğu söylenemez ve her ne kadar yüksek derecede istihdam yaratma potansiyeline sahip olsa da istihdam koşullarında ciddi sorunları beraberinde getirdiği de bir gerçektir. Sektör genelinde yaşanan istihdam sorunlarının;

- Hizmetlerin mevsimsel olması
- Hizmetlerin işletmeler arasında farklılık göstermesi standart olmaması
- Maliyete dayalı her şey dahil sisteminin benimsenmesi
- Küçük ölçekli işletmelerin ağırlıkta olması ve sendikalaşmayı engellemesi gibi yapısal unsurlardan kaynaklandığı ifade edilebilir (Öztürk, 2021:13-14).

Bu açıdan içinde bulunduğumuz dönem ve geçmiş yıllarda konu bağlamında yapılmış çalışmalara da yer vererek turizm sektöründe istihdam konusunda yaşanan sorunlara ayrı bir başlık altında değinmekte yarar vardır.

3. TURİZMDE İSTİHDAM SORUNLARI

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC)'nin 2018 yılında yayınlamış olduğu raporda 185 ülke ile 25 ayrı bölgede turizmin ekonomi ve istihdam üzerindeki etkisini ölçen bir analiz yayınlamıştır. Yayınlanmış olan analize göre: 2018 yılı küresel GSYH'sı %10,4 ve toplam istihdam %10 (319 milyon kişi) şeklinde gerçekleşmiştir (Işık Erol, 2020:41; WTTC, 2019). Yine Konseyin yayınlamış olduğu verilere göre 2019 yılı turizm çalışanı sayısı 334 milyon 2020 yılı turizm çalışanı sayısı ise 272 milyon kişi şeklindedir (www.wttc.org).

Dünya geneline bakıldığında turizmden geçimini sağlayan milyonlarca kişi bulunmaktadır. Bu açıdan turizmin ülke ekonomisinde istihdama katkısını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (Tutar vd., 2013:19; Ünlüöner vd., 2007; Cooper vd., 1997):

- Ekonomik yapı, turizm yatırımları ve istihdam politikaları
- Turizm özellikleri ve işletmelerin yapıları
- İstihdam edilen personelin verimi, yetenekleri ve işe uygunluğu
- Turizm ve diğer sektörler arasındaki sosyal ve mali haklar

- İşletmelerin faaliyet süreleri (düşük sezon, yüksek sezon ve ne kadar süre faaliyette oldukları)
- Sektörün imajı ve gençler üzerindeki etkisi
- Sektördeki çalışma süreleri
- Sürdürülen tanıtım ve pazarlama faaliyetleri
- Dış kaynaklı sosyo-ekonomik ve politik faktörler

İçöz ve Kozak (1998:25), turizmde istihdam edilen kişi sayılarının artmasını; emek yoğun, düşük ücretli işçi istihdam alanları, yarı zamanlı ya da geçici çalışacak kişilerin olması, sezon yoğunluğu ve dönemsel olmasına bağlamaktadır. Bundan dolayı turizm sektörünün genelinde görülen istihdam sorunlarına değinmekte yarar vardır.

-Çalışma Sürelerinden Kaynaklı İstihdam Sorunu: Çalışma süresi, ulusal kanunlar çerçevesinde belirlenen, iş veren gözetimi ve yönlendirmesi altında çalışanın, işveren tarafından talep edilen görevleri yerine getirirken dinlenme süresinin dahil edilmediği işte geçen süre şeklinde tanımlanmaktadır. Günümüz standartlarında haftalık 40 saatlik çalışma süresi iş yapılması için makul bir süre olarak görülmektedir ancak Türkiye’de dahil olmak üzere gelişmekte olan ülkelerde haftalık çalışma saati 48 saati aşmaktadır. Çalışma süreleri sektör bazında ele alındığında ise en yüksek çalışma saatinin haftalık ortalaması 63,5 saatle turizm sektöründe olduğu görülür. Hemen hemen bütün sektörlerde uzun çalışma saatleri bulunmasına karşın turizm sektörünün bir standardının olmaması bu durumu daha da zorlaştırmaktadır (Kaya & Atçı, 2015:26-32).

Öztürk (2021) yapmış olduğu araştırmasın da çalışma sürelerine bağlı olarak görülen sorunları:

- Uzun aralıklarla dinlenmeli çalıştırma yaptırılması
- Çalışanların 1 günlük zaman diliminde 12 saat aralıksız çalıştırılması
- Günlük çalışılan sürelerin belgelendirilmemesi
- Çalışma başlangıç-bitiş ve molaların çalışanlara bildirilmemesi
- Mola sürelerine uyulmaması
- Gece mesaisinin 7,5 saatten fazla yaptırılması
- Vardiyaların ve sürelerinin ilan edilmemesi
- Gece ve gündüz vardiyasının değişiminde saatlere uyulmaması
- Vardiya belgelerinin ilgili kuruma iletilmemesi ve bir önceki vardiyada çalışan işçinin bir sonraki vardiyada çalıştırılması
- Hafta tatilinin kullandırılmaması
- Ulusal bayram ve genel tatil günü çalışma bedellerinin ödenmemesi şeklinde sıralamıştır (Öztürk, 2021:20-21).

-Ekonomik Krizlerden Kaynaklı İstihdam Sorunu: Turizm sektörü dönemsel olarak ulusal ve uluslararası birçok krizden etkilenmiştir. Türkiye’de ulusal ve uluslararası boyutta etkileri hissedilen ve turizm sektörünü olumsuz yönde etkileyen krizler:

- 1994, 2000, 2001, 2008 yıllarında yaşanan ekonomik krizler
- 17 bin kişinin yaşamını yitirdiği 1999 yılı İzmit depremi

- 2003-2011 Kuveyt Savaşı
- 2006 yılında Dünya genelinde görülen Kuş Gribi Hastalığı
- 2011 yılından bu yana Suriye’de devam eden iç savaş
- 2014 yılın yaşanan Rus Petrol ve Doğal Gaz Krizi şeklinde sıralanabilir (Davras Manap & Aktel, 2018:29).

Ancak, 2009 yılında finansal bir kriz olarak Amerika’da başlayan ve kısa sürede dünya geneline yayılıp küresel ekonomik krize dönüşen 2009 krizi 1929 yılındaki büyük buhrandan sonra yaşanan en büyük kriz şeklinde düşünülmektedir (Sarı & Uçar, 2010: 340; Gurria, 2008). 2009 krizi dünya geneli tüm sektörleri etkilediği gibi turizm sektörünü de önemli ölçüde etkilemiştir. 2008 yılında turizmde elde edilen gelir 942 milyon dolar olarak gerçekleşmiş bu rakam 2009 yılında krizinde etkisiyle 842 milyon dolar olarak açıklanmıştır. Turizm gelirlerinde %5,7 oranında yaşanan düşüş istihdam yaratmada da etkisini göstermiştir. 2008 yılında Türkiye turizm sektöründe 436.6 bin kişi doğrudan istihdam edilmiştir. Ancak, 2008 yılı sonrasında doğrudan ve dolaylı istihdam rakamları artış gösterse de doğrudan istihdam oranları 2009 ve 2010 yıllarında giderek düşmüştür (Sarı & Uçar, 2010).

-Fiziksel Çalışma Şartlarından Kaynaklı İstihdam Sorunu: Turizm sektörü yukarıda da bahsi geçtiği üzere dünya genelinde en çok istihdam yaratan sektörlerdendir. Genel olarak bakıldığında %8’lik doğrudan, yaklaşık 10 milyon kişiye de dolaylı istihdam yaratan turizm sektörü çalışma koşulları açısından benzer başarıyı gösterememektedir (Seymen vd., 2017:405; Kaya & Atçı, 2015:24).

Turizm sektöründe iş güvencesi sorunlarının yanında ağır çalışma koşulları da mevcuttur (Gökmen, 2018:149). Genel algının aksine turizm sektöründe iş kazası ve meslek hastalıkları sıklıkla görülmektedir. Her ne kadar konaklama ve yeme-içme hizmeti sunan işletmeler “İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İşyeri Tehlike Sınıfları Tebliği”ne göre asli görevleri açısından az tehlikeli sınıflamada yer alsalar da hamam, sauna, kuru temizleme, ütü hizmetleri, havuz vb. alanların temizliği gibi sunmuş oldukları yan hizmetlerle tehlikeli ve çok tehlikeli sınıfına giren faaliyetleri de sunmaktadırlar (Öztürk, 2021:26; Piyal & Güzel, 2019:12; Yağmurluklu, 2016:1).

Turizm sektöründe fiziksel çalışma şartlarından kaynaklı çalışanların yaşadığı problemler:

- Fiziksel, biyolojik, kimyasal ve mekanik yaralanmalar
- Uzun süre ayakta durma
- Ağır yükler taşıma
- Fazla çalışma
- Yüksek ses ve dumana maruz kalma
- Yüksek ve düşük sıcaklık şartlarında çalışma
- Loş ışık altında çalışma
- Kızgın yağ yanıkları ve bıçak yaralanmaları
- Kayıp düşme (yatay ve yüksekten), çarpma, burkulma, kırılma gibi fiziksel iş kazalarına bağlı bedensel rahatsızlıklar

- Hiyerarşi ve ağır iş yükü kaynaklı stres, uyku bozukluğu ve tükenmişlik gibi psikolojik rahatsızlıklar şeklinde sıralanabilir (Öztürk, 2021:26).

Turizm sektöründe verilen hizmetler fiziksel olarak hissedilemez, depolanamaz, standarda bağlanamaz, eş zamanlı üretim ve tüketime tabidir. Bu özellikleriyle bağlantılı olarak turizm sektörünün fiziksel şartları ve çalışma koşulları kendine has özelliklere sahiptir (Kaya, 2012:245).

-Kadın İstihdam Sorunu: Turizm sektöründeki işlerin büyük bir kısmı, toplumsal yapıdan kaynaklı cinsiyetlere yakıştırılmış rollere bağlı olarak kadınların görev tanımları arasında görülmekte ev işlerinin bir uzantısı olarak algılanmaktadır bundan dolayı turizm sektörünün belirli bir kısmında istihdam edilen iş gücünün büyük bir bölümü kadın çalışanlardan oluşmaktadır. Ancak, bu durumun aksine diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de erkek egemenliğinin hüküm sürdüğü görülmektedir. Algılanan kültürel bağlar kapsamında kadınlar ucuz iş gücü şeklinde görülmekte ve üst yönetim kademelerinde görevlendirmeleri daha düşük olmaktadır (Uğuz & Topbaş, 2016:67). Kadın çalışanların turizmde görev aldıkları birimler resepsiyon kat hizmetleri, yiyecek-İçecek servisi vb. departmanlar olurken yaşanan problemlerden bir diğeri de ücret eşitsizliğidir. Her ne kadar sosyo-demografik özellikler bakımından kadın erkek eşitliği gözetilse de turizm sektöründe ödenen ücretlerde kadın ve erkek eşitliği gözetilmemektedir. Diğer sektörlerle kıyasla

daha düşük ücretler sunulan turizm sektöründe kadınlar daha düşük maaşlara çalıştırılmaktadır (Ardıç Yetiş & Çalışkan, 2020:113).

-Kayıt Dışı ve Yabancı Uyruklu İstihdam Sorunu: Kayıt dışı istihdam kavramı ilk kez ILO tarafından ‘‘Dünya İstihdam Programı’’ kapsamında Kenya Raporunda ‘‘informal sektör’’ şeklinde kullanılmıştır. Kayıt dışı istihdam kayıt dışı ekonominin çalışma yaşamına yansıyan tarafıdır. Türkiye’de kayıt dışı istihdam, 1980’li yıllardan itibaren görülmeye başlanmıştır. 1980’li yıllarda başlayan kayıt dışı istihdam oranı 1990’lı yıllarda %50’li seviyesine ulaşmış ve oran 2000’li yıllara kadar devam etmiştir. 2008 yılında %43, 2015 yılında %33 oranına gerilemiştir ve bu oranlar halen yüksek olarak kabul edilmekte ve yaşanan sorun devam etmektedir. Türkiye’de kayıt dışı istihdam oranlarının yüksek olması nüfus artış hızının %1’in üzerinde olması, uluslararası rekabet, 1984 yılı sonrası bazı kamu işletmelerinin özelleştirilmesi, işsizlik oranının %10 üzerinde olması ve küçük çaplı işletmelerin toplam işletmeler içinde fazla sayıda olmasına bağlanabilir (Mahiroğulları, 2017:548-549).

Mahiroğulları (2017) yapmış olduğu araştırmada kayıt dışı istihdamın genel özelliklerini:

- Kayıtsız çalışma
- Sisteme girişte kolaylık
- Yasalara uymadan kuralsız ve esnek çalışma
- Ölçümün zor olması
- Niteliksiz işçi istihdamı

- Küçük ölçekli işletmelerde yaygın olarak görülmesi şeklinde sıralamıştır.

Müşteri memnuniyeti turizmde kaliteli hizmet sunmanın önemli yollarından biridir. Müşterinin memnuniyetinin sağlanması da kaliteli iletişimle mümkün olmaktadır. Türkiye turizminde istihdam edilen kişilerin dil bilgisi konusunda yetersiz kalması kaliteli iletişimin önüne geçen engellerden biridir bu da yabancı uyruklu kişilerin mevsimsel olarak kayıt dışı istihdam edilmelerine neden olmaktadır (Tutar vd., 2013:22-23).

-Mevsimlik İstihdam Sorunu: İşletmelerin işgücü potansiyeli ana işgücü ve yan iş gücü şeklinde iki kısımda incelenir. Temel işgücü sürekli istihdam halinde olan ve tam zamanlı çalışmayı kapsayan kısımdır. Yan iş gücü ise geçici süreli (sezonluk/mevsimlik) istihdam edilen kısmı ifade eder. Bu tür çalışma şekli her sektörde vardır ancak turizm sektöründe yapısı gereği daha net bir şekilde görülür. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir kısmı işgücünü talebe bağlı şekilde belirler ve bu durum sektördeki mevsimlik işçi sayısını artırdığı için ortaya mevsimlik istihdam sorunu çıkar (Günel, 2009:204; Krakover, 2000:462). Mevsimlik istihdamın sorununun en çok görüldüğü sektörlerden birisi de turizm sektörüdür. Turistik ürüne olan talebin yoğunluğuna bağlı olarak istihdam edilme oranları artar ya da azalır (Ünlüönen & Şahin, 2011:19). Turizm sektöründe yoğun dönemler genel olarak Mayıs ve Ekim ayları arasında gerçekleşmektedir bundan dolayı işletmelerin bir kısmı sezonluk faaliyette iken bir kısmı ise tüm yıl faaliyet göstermektedir. Öztürk

(2021), yapmış olduğu araştırmasında mevsimlik istihdam sorununa ilişkin şu konulara değinmiştir:

- Doluluk oranlarına bağlı şekilde istihdam edilme
- Sezonluk tesislerde çalışanların hizmet akdinin askıya alınması ve maaş ödenmemesi
- İşsizlik sigorta ödeneğinden yararlanacak şartların oluşmaması
- Genel sağlık sigortası ve emeklilik sigorta gününün dolmaması
- Altı aydan kısa süreli belirli iş sözleşmelerinin uygulanması
- Sezonluk istihdam edilen kişilerin sosyal haklardan feragat etmesi, yıllık ve haftalık izinlerden vaz geçmesi
- Çalışanların fazla çalışma süresine sessiz kalması gibi konulara değinmiştir.

Sosyo-kültürel açıdan kazandırdıklarının yanı sıra makro ekonomik boyutta ekonomiye yapmış olduğu etkiler açısından turizm sektörü 21. Yüzyılın vaz geçilmez sektörleri arasında yer almaktadır. Küresel ekonomide önemli yere sahip olan turizm, teknolojinin yaratmış olduğu işsizliğin artış gösterdiği bu dönemde emek-yoğun özelliği sayesinde istihdam sorunun çözümünde önemli bir yere sahiptir (Sarı & Uçar, 2010:338).

Turizm sektörü dünya genelinde yaratmış olduğu istihdamla ülkelerin ekonomilerinde istihdam sorunlarının çözümünde anahtar sektör konumundadır bundan dolayı sonuç kısmında turizmde istihdam sorunlarının çözümüne ilişkin bazı öneriler getirilecektir.

SONUÇ

Turizmde mal ve hizmet üretiminde emek yoğun bir süreç söz konusudur insan unsurunun önemli olduğu bu süreç ekonomide yaratmış olduğu istihdamla turizm ülkeler için önem arz eden sektörlerdendir. Turizmin istihdama etkisi turistik harcamalara bağlıdır doğrudan ya da dolaylı şekilde ortaya çıkarmış olduğu gelir etkisi aynı zamanda doğrudan ya da dolaylı şekilde istihdam yaratılmasını da sağlar. Turizm sektöründe otomasyon sistemlerinin kullanımı ve makineleşme oranı diğer sektörlerle göre daha kısıtlı kalmaktadır bundan dolayı istihdam oranı diğer sektörlerle göre daha yüksektir (Çetin vd., 2018:54).

İnsan unsurunun önemli olduğu turizm sektöründe yaşanan sorunları en aza indirmek ve istihdam edilmede daha iyi şartlar sağlanması için şu öneriler getirilebilir:

- Çalışma sürelerine bağlı olarak değişkenlik gösteren vardiyalarda düzenlemeler yapılabilir.
- Vardiyalar arası geçişlerde bir önceki vardiyada mesai yapan kişi bir sonraki vardiyada çalıştırılmayabilir.
- Uzun süreli mesailer yaptırmak yerine departmanlarda yetkin çalışan sayısı artırılabilir.
- Kadın çalışan istihdamın ücret eşitsizlikleri kaldırılabilir.
- Kadın çalışanların düşük departmanlarda belirli işlerde değil tüm departmanlarda ve yönetim kademesinde de görev almaları sağlanabilir.

- Yabancı dil sorununa istinaden yabancı uyruklu ya da yurt dışında ikamet eden Türkleri istihdam etmek yerine istihdam edilecek kişilere yabancı dil eğitimi verilebilir.
- Turizm alanında eğitim veren kurumların müfredatları yabancı dil bilgisi sorununu giderecek şekilde güncellenebilir.
- Fiziksel çalışma şartları iyileştirilip daha sağlıklı çalışma ortamları oluşturulabilir.
- Sezonluk ve geçici istihdam yerine daha iyi çalışma şartları sağlanarak tüm yıl sosyal güvence ve maaş garantisi sağlanan teşvikler geliştirilebilir.
- Stajyer, göçmen vb. nitelikte kişilerin sezonluk olarak istihdam edilmelerini sınırlandırmak için önlemler artırılabilir.

Sonuç olarak turizm hizmet ve ürünlerin pazarlanmasında insanı odak noktasına alan ve insan faktörünü önemseyen bir sektördür. Asıl hedefi sunulan hizmet ile memnuniyet sağlanması olan turizm sektörünün misafirleri gözetmesinin yanı sıra çalışanları da memnun edebiliyor olması gerekmektedir. Makineleşmenin sınırlı olduğu bu sektörde her anlamda insan faktörü önem kazanmaktadır. Bu bağlamda yapılan bu araştırma ve getirilen önerilerin yapılacak olan diğer çalışmaları destekleyici olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ardıç Yetiş, Ş. & Çalışkan, N. (2020). Turizm Sektöründe Kadın İstihdamı: Mevcut Duruma İlişkin Bir Değerlendirme. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(3), 105-119.
- Avcıkurt, C. (2003). *Turizmin Sosyolojisi Genel ve Yapısal Yaklaşım*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Berberoğlu, C. (1988). Ekonomik Gelişmede Turizm. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 207-218.
- Çetin, İ., İçöz, O. & Toker, B. (2018). Turizm Endüstrisinde İstihdam ve Uluslararası Çalışma Kanunu. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), 52-64.
- COMCEC, (2017). Risk & Crisis Management in Tourism Sector: Recovery From Crisis in OIC Member Countries. <http://www.comcec.org/en/wp-content/uploads/2017/09/10-TUR-PRE-2.pdf> Erişim Tarihi: 05.07.2021
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Fyall, A. & Wanhill, S. (2005). *Tourism: Principles and Practice*. UK: Pearson Education.
- Çımat, A. & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 1-18.
- Davras Manap, G. & Aktel, M. (2018). 2015-2016 Krizinin Türkiye Turizmine Yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*. 9(21), 27-38.
- Gökmen Ekiz, Ç. (2018). Turizm Sektöründe Göçmen Emegi: Nitelikli Emek mi? Ucuz Emek mi?. *Çalışma ve Toplum Ekonomi ve Hukuk Dergisi*, 1(56), 139-166.
- Göral, R. (2014). Turizm Sektöründe Stratejik Kriz Yönetimine İlişkin Bütünsel Bir Çerçeve. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 32, 89-101.

- Gurria, 2008. From the Financial Crisis to the Economic Downturn: Restoring Growth is a Key Challenge, <http://www.oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/2753/>
- Günel, D. Ö. (2009). Mevsimlik, Mevsimlik İstihdam ve Örgütsel Bağlılık: Konaklama İşletmelerinde Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(2), 199-219.
- Güngören, F. & Özcan, C. C. (2019). Turizm ve İstihdam İlişkisinin Ampirik Bir Analizi: Türkiye Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(4), 767-781.
- Hudson, R. & Townsend, A. (1992). *Tourism Employment and Policy Choices for Local Government*. London: Mansell Publishing.
- İçöz, O. (2005). *Turizm Ekonomisi* (3. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- İçöz, O. & Kozak, M. (1998). *Turizm Ekonomisi* (1. Baskı). Ankara: Turhan Kitabevi.
- Karataş, M. & Babür, S. (2013). Gelişen Dünya'da Turizm S825ektörünün Yeri. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(25), 15-24.
- Kaya, İ. & Atçı, D. (2015). Türk Turizm Sektöründe Çalışma Saatlerinin Analizi ve Değerlendirmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 23-47.
- Kaya, İ. (2012). Türk Turizm Sektöründe İstihdamın Temel Özelliklerinin ve Sorunlarının Ücretli Çalışanlar Açısından Coğrafi Bölgelere Göre Analizi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(28), 241-257.
- Kılıç, B., Aslan, H. & Gövce, M. (2020). Covid-19 Sonrası Turistik Tüketim Tutumu. *Gaziantep University Journal of Social Science* (Special Issue), 19, 554-570.
- Krakover, S. (2000). Partitioning Seasonal Employment in the Hospitality Industry. *Tourism Management*, 21, 461-471.

- Levy, D. & Lerch, P. B. (1991). Tourism as a Factor in Development Implications for Gender and Work in Bamados. *Gender and Society*, 5(1), 67-85.
- Liu, A., ve Wall, G. (2006). Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective. *Tourism Management*, (27), 159-170.
- Mahiroğulları, A. (2017). Türkiye’de Kayıt Dışı İstihdam ve Önlemeye Yönelik Stratejiler. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(2), 547-565.
- Öztürk, Ş. (2021). Türkiye’de Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 12(2), 1-38.
- Piyal, Y. B. & Güzel, M. (2019). *Konaklama ve Yeme İçme İşyerlerinde Sağlık ve Güvenlik* (2. Baskı). Ankara: Çağsem Yayınları.
- Roche, M. (1992). Mega-Events and Micro-Modernization: On The Sociology of the New Urban Tourism. *The British Journal of Sociology*, 43(4), 565-600.
- Sarı, D. & Uçar, Z. (2010). Turizm Sektörünün İstihdam Yaratmadaki Yeri ve 2009 Krizinin Türkiye Turizm İstihdamına Etkileri. International Conference on Eurasian Economies (338-350) içinde. İstanbul, Türkiye.
- Seymen, O., Bolat, T., Bolat, O., & Kinter, O. (2017). Turizm Sektöründe Çalışma Koşulları Algısı, Hizmet Verme Yatkınlığı ve Mesleki Yabancılaşma İlişkisi: Turizm Eğitimi Alan Öğrenciler Açısından Bir Değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(3), 401-430.
- Şit, M. (2016). Türkiye’de Turizm Sektörünün İstihdama Katkısı. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 7, 101-117.
- <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Isgucu-Istatistikleri-2020-37484#:~:text=%C4%B0%C5%9Fg%C3%BCc%C3%BC%202020%20y%C4%B1%C4%B1nda%20bir%20%C3%B6nceki,%49%2C%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fti.> Erişim Tarihi: 06.07.2021
- <https://www.tursab.org.tr/istatistikler/turizmin-ekonomideki-yeri> Erişim Tarihi: 06.07.2021

<https://wtcc.org/Research/Economic-Impact> Erişim Tarihi: 06.07.2021

- Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. & Erkan, Ç. (2013). Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 2(4), 14-27.
- Uğuz, S. Ç. & Topbaş, F. (2016). Turizmde Kadın İstihdamı ve Ücret Ayrımcılığı: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 27(1), 627-78.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. & Kılıçlar, A. (2007). *Turizm Ekonomisi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Ünlüöner, K. & Şahin, S. Z. (2011). Turizmde İstihdam. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(37), 1-25.
- Vellas, F. & Becherel, L. (1995). *International Tourism*. London: Macmillan Business.
- Webb, A., McQuaid, R. & Rand, S. (2020). Employment in the Informal Economy: Implications of the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(9/10), 1005-1019.
- Yanardağ, M. Ö. & Avcı, M. (2012). Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Amrprrik Bir İnceleme. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 39-62.
- Yağmurluklu, Y. (2016). Otel İşletmelerinde İş Sağlığı ve Güvenliğinin Değerlendirilmesi (İş Sağlığı ve Güvenliği Uzmanlık Tezi). Ankara: T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.

BÖLÜM 2

TURİZMDE POLİTİK DARBOĞAZLAR

Doç. Dr. Erkan AKGÖZ¹

Fatoş METİN²

¹ Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm işletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye

Türkiye. eakgoz@selcuk.edu.tr ORCID ID: 0000-0001-6723-0271

² Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Doktora Öğrencisi, Konya, Türkiye
Fatos4727@outlook.com ORCID ID: 0000-0001-5736-2051

GİRİŞ

Türkiye’de turizmin ülke ekonomisine önemli ölçüde katkı sağladığı, aynı zamanda ülkenin kalkınması ve tanınırlığını arttırdığı göz ardı edilemeyecek bir seviyededir. Turizm doğası gereği oldukça hassas olup, varlığını sürdürebilmek için emniyet ve güven ortamına ihtiyaç duymaktadır. Turizmin hassas doğası ülke içerisinde veya ülkeler arası herhangi bir sorundan etkilenmekte ve bu sorunlar uzun vadede turistik hareketlerde düşüşe neden olmaktadır.

Turizm sektörü, ülkelerin gelişmesinde önemli rol oynamasıyla birlikte savaş, terör saldırıları, siyasi sorunlar ve iç çatışmalar gibi pek çok çevresel olaylardan etkilenmektedir (Hacıoğlu & Saylan, 2014: 55). Siyasi istikrarsızlık ve turizm arasındaki ilişki, belirli bir turist destinasyonu sosyal, politik dinamiklere ve ulusal kültüre duyarlıdır. Aynı zamanda bölgesel olarak siyasi istikrarsızlığın varlığı, yakındaki bir bölgenin veya ülkenin turizm endüstrisini olumsuz etkilemektedir (taşma etkisi) (Seddighi vd., 2002: 78).

Politik sorunlar oluştuğunda turizm endüstrisinin yapabileceği pek bir şey bulunmamaktadır. Çünkü politik sorunlar ülkeler arasında yasal yaptırımlarla oluşmaktadır. Terör, iç, dış ve siyasi siyasi çatışmalar, politik aktörlerin devreye girmesi ve aktif rol almasıyla çözülebilecek durumlardır.

1. SİYASİ SORUNLAR VE TURİZM İLİŞKİSİ

Devlet yönetiminde oluşan siyasi sorunlar, toplumu olumsuz yönde etkilediği için siyasi sorunların devlet ile toplum ilişkileri yönünden değerlendirilmesi gerekmektedir. Çünkü siyasi krizlerin oluştuğu süreçlerde toplumun devlete güveni zedelenebilmektedir (Özçelik, 2012: 5).

Ülkede yerel olarak başlayan siyasi bir kriz bir anda küresel bir krize dönüşebilmekte ve uluslararası boyutta ülkelerin turizm hareketlerine olumsuz etki edebilmektedir. Devletin statükocu anlayışa göre yönetilmesi, kriz yönetimlerini güçleştirmekte ve bu anlayıştan dolayı turizmde oluşan krizlerin çözülmesi, yönetilmesi ve bertaraf edilmesi oldukça zor olmaktadır. Bu bağlamda turizmin etkilendiği siyasi krizlerin ortaya çıkmasından sonraki süreçlerin hızlı bir şekilde çözüme ulaşabilmesi için hazırda bir yapının olması fayda sağlayacaktır (Seçilmiş vd., 2017: 499).

Turistik destinasyonlarda savaşların ve terörist saldırıların önlenmesine yönelik nihai çözüm siyaset olmalıdır. Hiçbir güvenlik bilinci veya önceden hazırlık, savaş ve terörün dehşetinden mutlak bir koruma sağlayamaz. Ancak ülkeler arasında uluslararası anlaşmalar yapıp işbirliği sağlanırsa, savaş veya terör saldırılarının risklerinin azalması mümkündür. Araştırmaların çoğu uluslararası anlaşmalar imzalandıktan sonra, havayolu kaçırma ve benzeri terör saldırılarında azalma olduğunun görüşündedir (Pizam, 1999: 7).

2. TURİZM VE DIŞ POLİTİKA İLİŞKİSİ

Devletin ulusal çıkarlarını biçimlendiren dış politika aracı devletlerarası gerçekleşen diplomatik ilişkilerin siyasi ve hukuk boyutunu içine alan bir süreç olup bu sürecin yönetiminde dikkatli olunması büyük önem arz etmektedir. Dış politikada yaşanacak olan bir kriz, devletlerarası başka bir krize dönüşebilmekte, hassas bir sektör olan turizmi olumsuz yönde etkilenmesine yol açabilmektedir. Türkiye dengelerin sürekli değiştiği bir coğrafya da olması nedeni ile devletlerarası olan dış politika ilişkilerinde doğru strateji ve taktiklerle hareket etmesi önemlidir. Uluslararası boyutta strateji ve taktikle imzalanan anlaşmalar, ülke ekonomisine ve kalkınmasına büyük oranda fayda sağlar, huzur ortamının oluşmasına yardım eder (Aydemir vd., 2016: 108).

Turizmin sağladığı ekonomik kazanç ve kalkınmanın farkına varan ülkelerin (özellikle gelişmekte olan ülkeler) turizme verdikleri önem artmıştır. Türkiye, gelişmekte olan bir ülke olması nedeni ile turizme verilen önemde artış görülmektedir (Emekli, 2005: 103). Turizmin uluslararası ekonomik ve siyasal ilişkilerde önemli bir yere sahip olmasının sebebi, günümüzde çok sayıda insanın kıtalar arası seyahat edebilmesindedir. Bu bağlamda çok sayıda insanın turizm hareketine katılması, toplumları birbirine yaklaştırmış ve ülke içerisinde güven ortamının oluşmasına katkı sağlamıştır (Akova, 2017: 37).

3. SİYASİ İSTİKRAR VE TURİZM

Hall'a (1994) göre, uluslararası turizm endüstrisinin başarılı bir şekilde kurulması, büyümesi, hayatta kalması için siyasi istikrar temel bir ön koşuldur (Seddighi vd., 2002: 62). Siyasi istikrar bozulduğunda turizmde aniden düşüş görülmektedir, en basit tabirle turistler alternatif olarak başka turistik yerleri seçmektedir (Isaac, 2010: 22-23). Emniyet ve güven turizm sektörünün varlığını sürdürebilmesi için gerekli olan faktörlerdir. Bağlamda turizm sektörü terör, iç çatışma, savaş, politik istikrarsızlık vb. krizlerden olumsuz yönde etki alabilmektedir (Köşker, 2017: 216).

Siyasi istikrarsızlık terör kadar bariz olmasa da uluslararası turizmin önünde aynı derecede büyük bir engel teşkil etmektedir. Siyasi çatışmaların, askeri darbelerin veya bölgesel çatışmaların medyada sürekli olarak yer alması, turistleri belirli bölgelere ve hatta tüm ülkeye seyahat etmeyi seçmekten alıkoyabilmektedir (Sönmez & Graefe, 1998: 114).

Suç ve şiddet olaylarının arttığı politik olarak istikrarsız olan bölgeler için bazı ülkeler vatandaşlarına duyurular yapmaktadır. Bu duyurularda vatandaşlarının seyahat etme ihtimali olan bölgelerde ne gibi suç ve şiddet olaylarının olduğu belirtilmektedir. Bu durum turistlerin zihinlerinde olumsuz bir etkiye sebep olmakta ve seçecekleri destinasyon bölgesini etkilemektedir (Hacıoğlu & Saylan. 2014: 59).

Turizm sektörünün kırılgan bir yapıya sahip olmasının sebebi ulusal ve uluslararası düzeyde meydana gelen yanlış hukuki uygulamalar, terör faaliyetleri, politik çatışmalar vb. olaylardan kolaylıkla etkilenmesidir. Turizm sektörü hem gelişen hem de gelişmekte olan ülkeler için ekonomik yönüyle vazgeçilmez bir girdiye dönüşmüştür bununla beraber etkili bir tanıtım aracı olarak da önem kazanmıştır. Bu bağlamda turizm sektörüne verilen önem gün geçtikçe artmaktadır (Deniz & Karadağ, 2018: 66). Ancak ülke ekonomilerinin önemli bir girdi kaynağı olan turizm sektörüne gerekli önem verilmez ve ülke istikrarsız bir şekilde politika izlerse turizm sektörü negatif olarak payına düşeni alacaktır. Oluşan istikrarsızlık durumlarında turistler daha güvenli olan başka bir destinasyonu tercih seçeceklerinden ötürü ülke ekonomileri ağır darbeler alacaktır (Altay vd., 2013: 270).

Turizm yöneticilerinin ve politika yapıcıların, siyasi istikrarsızlığın boyutlarının ve endüstrileri üzerindeki olası etkisinin farkında olmaları gerekmektedir. Böyle bir farkındalık oluştuğunda turizm yöneticileri siyasi istikrarsızlığın olumsuz etkilerini dengelemek için politikalar tasarlayıp, uygulamasını sağlayacaktır. Turizm endüstrisinin hassas doğası, sürekli artan rekabet ve çok dar kâr marjları dikkate alındığında, siyasi istikrarsızlık ve turizm endüstrisindeki karşılıklı ilişkilerin analizi oldukça önemlidir (Seddighi vd., 2002: 61).

Devletler, yerel halkın refahı için barış, istikrar ve turizmin uzun vadeli faydalarını anladıklarında, turizmde uluslararası işbirliğini teşvik etmeye daha yatkın olacaklardır. Tek sorun, turizm yoluyla

siyasi istikrarın yaratılmasına olanak tanıyan uygun etkileşimlerin oluşması için devletin buna izin vermesi hatta belki de teşvik etmesi gerektiğidir. Komşu ülkedeki siyasi istikrarsızlık turizm sektörü açısından incelendiğinde hem ülke içindeki hem de komşu ülke ve bölgelerdeki turizm hareketlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bunun sebebi güvenlik isteğinin turizm hareketlerinde etkili olmasıdır. Devletler toplumlar arasında anlayış, barış ve güven ortamına yol açan turizm hareketlerinde uluslararası turizmi teşvik ederek (en azından engel olmayarak) yerel nüfusun refahına katkı sağlayabilirler. Hükümetler, ülkelerini daha erişilebilir hale getirecek çeşitli etkinlikleri benimseyebilirler, örneğin (Webster & Ivanov, 2014: 12):

- Vize muafiyet programları
- Basitleştirilmiş ve hızlı vize verme prosedürleri
- Ücretsiz / düşük ücretli vizeler
- Turistik yerlere daha fazla erişim
- Yolcular için azaltılmış havaalanı / yol / feribot vergileri

Sürdürülebilir temasların turizm gelişiminde bir “kazan – kazan” ilişkisi vizyonuna yol açtığı koşullar, turizm yoluyla daha barışçıl ve siyasi açıdan istikrarlı bir dünya yaratarak başka yerlerde başarılı bir şekilde çoğaltılıp çoğaltılamayacaklarını görmek için incelenmelidir (Webster & Ivanov. 2014: 13).

4. KOMŞU ÜLKEDEKİ İSTİKRARSIZLIĞIN TURİZME ETKİSİ

Bir ülkede veya bir bölgede yaşanan iç karışıklık, savaş, terör olayları taşma etkisi göstererek komşu ülkelere veya bölgelere olan turizm hareketlerini olumsuz yönde etkilemektedir.

Bir bölgede yaşanan siyasal istikrarsızlık dolaylı olarak komşu ülkeleri de etkilemektedir. Siyasi ve ekonomik istikrarsızlık beraberinde iç karışıklıkları da meydana getirmekle birlikte acil önlemler alınmazsa bölgenin terör bölgesine dönüşmesi pek tabidir. Türkiye coğrafi konumu sebebiyle bölgede olan bu tür olaylardan hızlı bir şekilde etkilenebilmektedir. Örneğin Türkiye'nin komşu ülkeleri olan Irak ve Suriye'deki siyasi istikrarsızlıklar Türkiye imajını olumsuz yönde etkilemektedir. Çünkü turizm hareketleri güvenliğin şüpheli olduğu durumlarda gerçekleştirilemeyecek kadar hassas bir sektördür (Köşker, 2017: 217).

5. TERÖRÜN TURİZM BAĞLAMINDA ETKİSİ

Terör ve turizm arasında mantıklı bir bağlantı vardır ve seyahat, her türden güvenlik açığının olduğu bir durum olarak gözlemlenmiştir. Turistlerin suçlular ve teröristler için kolay hedef olmalarının sebebi turistik cazibe merkezlerinin ve otellerin turistleri belirli yerlerde toplaması olarak açıklanabilir (Richter & Waugh, 1986: 231). Terörün turizmi etkilemesinin sebebi can güvenliğini tehlikeye atmasıdır. İnsanlar doğası gereği güvenli olmayan bir yeri tercih etmek istemez. Dolayısıyla terör olaylarının gerçekleştiği bir ülkede turist sayılarında

ve turizm gelirlerinde azalma meydana gelmesi kaçınılmaz olacaktır (Altay vd., 2013: 278).

İstanbul'da bir eğlence yerinde 2017 yılında yılbaşı gecesi gerçekleşen silahlı saldırıda 25 turistin hayatını kaybetmesi, dünya medyasında oldukça geniş yer bulmuştur. Bu terör olayından sonra İstanbul'u ziyaret eden turist sayısında önceki yıla nazaran ortalama 135 000 kişilik bir azalış meydana gelmiş olup 90,4 milyon dolarlık ekonomik kayba neden olmuştur. Yaşanan bu terör olayları can kayıpları ve ülkenin ekonomik kayıplarının yanı sıra Türkiye'de eğlence turizmi adına imajın zedelenmesine sebep olmuştur. Yine İstanbul'da 2017'de dünyada tanınan bir futbol takımının maçından sonra stadyumun yakınlarında olan saldırı, dünya basınında geniş yer bulmuş ve turist sayısında bir önceki yıla göre ortalama 150 000 kişilik bir azalışa ve 104,2 milyon dolarlık ekonomik bir kayba sebep olmuştur. Aynı zamanda Türkiye'nin spor etkinlikleri için uzan zamandır yaptığı çalışmaların boşa gitmesine, tanıtımı ve prestijine uzun dönemli darbe vurmuş olup spor turizmine zarar vermiştir (Deniz & Karadağ, 2018: 69-70).

Türkiye'nin dört kategoride dünya sıralaması ve puanları şöyledir; evre etkinleştirme kategorisinde 4,5 puanla 78; altyapı kategorisinde 4,5 puan ile 39; doğal ve kültürel kaynaklar kategorisinde 3,3 puan ile 29; seyahat ve turizm politikası, koşulları iyileştirme kategorisinde 4,0 puan ile 85. sırada yer almıştır. Bu bağlamda Türkiye'nin gelişmekte olan bir ülke olduğu göz önünde bulundurulursa, 141 dünya ülkesi arasında emniyet ve güvenlik endeksinde 121. sırada yer

alması, turizm açısından endişe verici bir durum olarak gözlemlenmektedir (Akıncı & Yüzbaşıoğlu, 2015: 49).

Terör saldırılarının turizm destinasyonlarını hedef alması, turizm sektörünü olumsuz yönde turizm hareketlerinde ve destinasyon seçimlerinde yıkıcı bir etki yaratmaktadır. Saldırıların oluştuğu bölgelerde turizm hareketlerinden elde edilen gelirlerde büyük oranlarda kayıp meydana gelmiştir. Ama siyasi istikrar ile güven ortamının sağlanması, terör faaliyetlerinin sebep olduğu ekonomik kayıpların etkileri düşürülmekte ve ileriki yıllarda tamamen ortadan kaldırılabilir (Deniz & Karadağ, 2018: 63).

Pizam ve Mansfeld (1996) göre dünya çapındaki suç ve şiddet eylemlerinin önlenmesi bir dizi önleyici tedbir ile mümkün olabilir ve bunlar aşağıdaki gibidir:

- Yasal önlemler,
- Mevcut yasaların etkin uygulanması, turist eğitimi
- Turizm çalışanları için emniyet ve güvenlik eğitimi,
- Turizm işletmelerinde güvenlik cihazlarının kurulması,
- Yerel vatandaşların emniyet ve güvenlik bilincini artırmak,
- Bölgesel veya uluslararası çatışmalar için siyasi çözümler tasarlamak, terörün önlenmesine yönelik çok taraflı uluslararası anlaşmaları imzalamak (Pizam, 1999: 9).

6. TURİZM BAĞLAMINDA POLİTİK ÇATIŞMA

Politik çatışma; meydana gelen çıkar temelli sorunlara bağlı olarak gücün paylaşımında anlaşmazlıklar nedeni ile devletlerarası ilişkilerde ve ulusal düzende geçici bir duraklama ya da dengesizlik yaşanması olarak tanımlanabilmektedir. Politik çatışmaların özünde devletlerarası farklı düşünceler ve hedeflerin olması yatmaktadır. Turizm hareketlerinin sürdürülebilir kılınması için ülkelerin politik olarak doğru adım atmaları gerekmektedir. Çünkü politik çatışmalar sonucunda yaşanan sıkıntılar destinasyonların imajlarına zarar vermektedir (Deniz & Karadağ, 2018: 65-66).

Turizm paydaşlarının politik çatışma ortamı oluştuğunda etkili bir kriz yönetimi yapabilmeleri mümkün olmamaktadır. Çünkü politik çatışmalar devletlerarasında ortaya çıkar ve sonrasında yasal yaptırımlarla devam etmektedir (Tekin & Çöpoğlu, 2018: 408). Dolayısıyla politik çatışma olan ülkede turist sayılarında azalma meydana geleceği ve o bölgenin turist gözünde güvenli olmadığı algısı oluşacağından önemli ölçüde gelir kaybı oluşacak ve bu durum turizm paydaşlarının da alabileceği bir önlem olamayacaktır. Çünkü politik çatışma devletlerin diplomatik iletişimle çözebileceği bir durum olarak kabul edilmektedir.

7. TURİZM BAĞLAMINDA DARBENİN ETKİSİ

Ülkelerdeki siyasi istikrarsızlık etmenlerinin en önemlisi darbe olarak kabul edilmektedir. Darbe ister başarılı ister başarısız olsun neden olduğu siyasi istikrarsızlık ve güven ortamının bozulması ile ülkedeki

ekonomik yapı üzerinde olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Darbe ülkeyi ekonomik büyüme, yabancı sermaye yatırımları, dış ticaret, finans sektörü ve turizm sektörü gibi birçok yönden olumsuz etkileyebilmektedir (Gülcan vd., 2020: 112).

Türkiye’de 15 Temmuz 2016 darbe girişimi sonrası OHAL süreci başlamıştır. Uluslararası basınının bu konuyu gündem de tutması ve Avrupa ülkelerinin kendi vatandaşlarına Türkiye’ye gitmemesi yönünde duyuru ve uyarılar yapmıştır. Bunun sonucunda ülkeye gelen turist sayısında ve turizm gelirinde önemli kayıplar yaşanmıştır. Turist sayısında ortalama 390 000 kişilik bir azalış, gelirlerde de 270,9 milyon dolarlık zarar meydana gelmiştir (Deniz & Karadağ, 2018: 69).

8. SİYASİ KRİZLERİN TURİZME ETKİSİ

Politik krizler devletlerin veya şahısların siyasi düşüncelerinden, hedef ve çıkar farklılıklarından dolayı ortaya çıkabilmektedir. Politik krizler ülkeler arasında ortaya çıkabileceği gibi ülkenin kendi iç siyasi dinamiklerinden de kaynaklanabilmektedir. Turizm hareketleri üzerinde politik krizler, yıkıcı bir etkiye sahip olabilmektedir. Çünkü turizm sektöründe bulunması gereken temel özellikler istikrar ve yarattığı güven duygusudur. İstikrar ve güven duygusunda oluşan herhangi bir olumsuzluk, ülkeye veya bölgeye yönelik turizm hareketlerinde azalmaya neden olacaktır (Yenişehirlioğlu vd., 2016: 75-74).

Potansiyel turistlerin gidilecek destinasyon hakkında kesin bilgi almaları mümkündür. Bu bilgileri seçtikleri destinasyon bölgelerinin hakkındaki medyada yer alan haberler, seyahat tavsiyeleri veya sosyal etkileşimden alabilirler ve bu bilgiler karar verme sonucunu etkileme potansiyeline sahiptir. Bir tatilin gerçekte rezerve edildiği ve kararın sonucunun ortaya çıktığı zaman dilimini tahmin etmek zordur, karar olumlu veya olumsuz olarak iki seçimden ibarettir. Her ikisi de gelecekteki kararlar için bilgi ve deneyim sağlayacaktır. İç (risk algısı) veya dış (medyada terörizmle ilgili haberler) faktörlerin etkilerinden kaynaklanan iptaller söz konusu olabilir. Varış yeri seçiminin daha güvenli olarak algılanan başka bir uluslararası veya yurt içi varış noktası seçilir (Sönmez & Graefe, 1998: 125).

Ülkeler arasında iyi ilişkiler kurulmasına katkıda bulunan turizm aynı zamanda güven ortamının oluşmasında da önemli rol oynamaktadır. Ancak turistik ürünler zorunlu bir ihtiyaç değildir ve günümüz rekabet ortamında da alternatifi olan bir ürün olması sebebi ile ki bu alternatifler farklı ülke veya bölgeler olmak üzere turizm talep elastikiyeti oldukça yüksektir. Ülkede yaşanacak herhangi bir siyasi krizden etkilenen turizm sektörünün varlığını sürdürebilmesi için o ülkede siyasi istikrar ile birlikte iç güvenliğin devamına bağlı olmaktadır. Eğer ki iç güvenlik ve siyasi istikrar sağlanıp devam ettirilemezse turizm sektöründe büyük kayıplar yaşanır (Şenol & Turdumambetov, 2014: 96).

Politik krizler turizmi farklı ölçülerde etkilemekte olup bu ölçüler krizin derinliği, boyutu, şiddeti ve süresidir. Genel olarak politik

krizlerin turizmi etkilemesi istenen bir durum olmamakla beraber olası herhangi bir politik krize her zaman hazırlıklı olunması önem arz etmektedir. Bu bağlamda turizmin sürdürülebilirliği için devlet ve turizm paydaşlarının işbirliği ile kontrol ve denge sağlayacak politikalar geliştirerek izlenmelidir (Kesimli, 2011:).

9. ULUSLARARASI POLİTİK KRİZLER

Günümüz şartlarında her hangi bir ülke diğer ülkeler ile politik kriz yaşamayı, var olan ilişkilerini bitirmeyi veya bağımsız hareket etmeyi amaçlamamakta ve arzulamamaktadır. Ama ülkelerin bazı durumlarda çıkarlarının farklı olması sebebi ile politik krizler ortaya çıkabilmekte ve bu durum yayılarak ülkedeki farklı alanlarda krizlere yol açabilmektedir (Yenişehirlioğlu vd., 2016: 74). Bu bağlamda iki ülke arasında ortaya çıkan politik kriz diğer sektör ve alanlar ile birlikte turizm sektörüne de zarar vermektedir. Bu zararların önlenmesi veya krizlerin iyi yönetilebilmesi için ortak hareket etmek şarttır. Örneğin Rusya ile yaşanan krizde Rus turistlerde yaklaşık %76 oranında kayıp yaşanması alınan önlemlerin yetersiz geldiğini göstermektedir (Seçilmiş vd., 2017: 498).

Türk ve Rus devleti arasındaki uçak skandalı: Rus savaş uçaklarının Suriye Bölgesindeki Bayırbucak olarak adlandırılan alanı vurduktan sonra Türk hava sahasını ihlal etmelerinden kaynaklı olarak başlamıştır. Bu sınır ihlalleri devam etmiş ve 24 Kasım 2015’de Rus savaş uçağı Türkiye tarafından vurulmuş, iki ülke arasında siyasi krize neden olup kısa sürede uluslararası bir krize dönüşmüştür. Olay yaşandıktan sonra iki tarafında yaptığı çelişkili açıklamalar belirsiz

bir ortamın oluşmasına sebep olmuştur. Fakat bu durumun akabinde diplomatik yollarla sorun çözülmüş, ancak ortaya çıkan bu krizin akabinde turizm sektörü ağır bir darbe almıştır (Tekin & Çöpoğlu, 2018: 400).

10. ULUSLARARASI POLİTİK KRİZLERİN TURİZME ETKİSİ

Turizm sektöründe kriz olayı, sektörün olağan gidişatını sekteye uğratan, durduran, turistleri bölgenin güven ve emniyeti konusunda tedirgin eden, turizm talebinin ve turizm gelirlerinin azalmasına yol açan kaotik bir durum olarak tanımlayabilmek mümkündür (Köşker, 2017: 218).

Milyonlarca insanın turizm hareketliliği içerisinde farklı ülkelere seyahat etmesi ve bu ülkelerde yaşaması, siyasi ilişkileri uluslararası boyutta etkilemektedir. Toplumlar turizm hareketleri sayesinde birbirini tanıma fırsatı yakalar ve karşılıklı anlayış ve işbirliğinin oluşmasına katkıda bulunur. Uluslararası turizm hareketleri devletlerarasındaki ilişkileri olumlu yönde etkileme gücüne sahipken, siyasi ilişkiler turizmi hem olumlu hem de olumsuz yönde etkileme gücüne sahiptir (Akova, 2017: 14).

İtalya ile Türkiye arasında 1998 yılında yaşanan Abdullah Öcalan krizi, İtalyan turist sayısında %69,47 azalışa sebep olmuştur. Türki'ye gelen toplam turist sayısına oranla İtalyan turist sayısı 1997'de %2,06, 1998'de %2,78 iken, krizden sonra 1999'da %1,07'a kadar düştüğü görülmektedir. Ulaşılan verilere göre yaşanan politik krizden

İtalyan turistler etkilenmiş olup destinasyon tercihlerini değiştirdikleri gözlemlenmiştir (Kesimli, 2011: 36).

İstanbul'da 12 Ocak 2016 tarihinde yaşanan bombalı saldırıda 12 Alman turist hayatını kaybetmesi, 16 kişinin de yaralanmıştır. Bunun sonucunda da 2 Haziran 2016 da Alman Parlamentosu, Ermeniler ile ilgili oylan karardan sonra yaşanan politik olaylar, Türkiye ve Almanya arasındaki ilişkileri olumsuz yönde etkilemiştir. Bu ilişkiler turizm hareketlerinde 2015 yılına göre 2016-2017 yıllarındaki turist sayısında ortalama 3,2 milyon azalışa, Alman turist harcamalarında da yaklaşık 2,2 milyar dolarlık bir kayba sebep olmuştur (Deniz & Karadağ, 2018: 69).

Genel olarak Türkiye ile İsrail'in turizm ilişkileri çalkantılı olduğu gözlemlenmektedir. 2009 yılının tüm aylarında Türkiye'ye gelen İsraili turist sayılarındaki düşüş %19,51 ile %68,5 aralığındadır. Bu bağlamda 2007 ile 2008 yıllarında Türkiye'ye gelen İsraili turist sayılarının toplam turist sayılarına oranı %2 iken, 2006'da bu oranda %1,16 düşüş olduğu gözlemlenmiştir. 2009 yılında gözlemlenen İsraili turist sayısındaki düşüş, Davos'ta yaşanan "One Minute" krizinin o ülke vatandaşını Türkiye'ye bakış açısının olumsuz yönde etkilediği söylenebilir (Kesimli, 2011: 38).

Hollanda ile Türkiye krizinin yaşandığı Mart ayının 2017 yılından beş-altı öncesinde Hollandalı turist sayılarında önceki yıllara nazaran azaldığı gözlemlenmektedir (Tekin & Çöpoğlu, 2018: 407). Aynı dönemlere denk gelen Hollanda, İsrail ve ABD ile yaşanan politik

çatışmalar sonucunda Türkiye turizmi ekonomik kayba uğramıştır. Politik çatışmaların yaşandığı 2017 ve sonrasındaki 2018 yılında Türkiye'ye gelen turist sayısında ortalama 1,1 milyon azalma olmuş ve bu durum ülke ekonomisinin yaklaşık 2,2 milyar dolarlık kayıp yaşamasına sebep olmuştur (Deniz & Karadağ, 2018: 70).

Geçmişten bu güne turizm sektörünü en fazla etkileyen olay 15 Temmuz 2016 tarihli darbe girişimidir. Etkilenmenin en önemli sebeplerinden biri yaşanan darbe girişiminin Türk turizminin en etkili olduğu yaz dönemine denk gelmiş olmasıdır. Aynı dönemde devletlerarasında yaşanan gerginlikler, ortaya çıkan diğer terör olayları ve OHAL sürecinin başlaması ile uluslararası medyanın sorunları sürekli gündemde tutması turizmi olumsuz yönde etkileyen sebeplerdendir. Bu olaylar ülkeyi ziyaret eden turist sayısında 10,9 milyon kişi, ekonomik anlamda da yaklaşık 7,7 milyar dolarlık azalışa neden olmuştur (Deniz & Karadağ, 2018: 70).

Türkiye ve Rusya arasında uçak krizi (2015) yaşanmadan önce Rus turist pazarı, Türkiye turizmi içerisinde önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir. Krizin yaşandığı 2016 yılından itibaren sürekli olarak olumsuz bir değişim söz konusu olmuştur. Bu bağlamda Türkiye'ye gelen Rus turist sayısında 2015 yılına nazaran 2016'da %76'lı bir azalma yaşanmıştır. Diplomatik görüşmeler sonucunda 2016 yılı sonlarında Rusya'dan gelen turist sayısında %30'luk bir azalmaya ulaşılmıştır (Tekin & Çöpoğlu, 2018: 402). Bu olay ışığında kriz yaşanmadan önceki dönemlerde Türkiye'ye gelen Rus turist sayısı en yüksek sayılara ulaşmıştır. Ancak 2015-2016 yıllarında Türkiye'ye

gelen turist sayısı 2014 yılına nazaran ortalama 3,4 milyon kişi azalmış olup ülke ekonomisine 2,4 milyar dolarlık bir kayba sebep olduğu görülmüştür (Deniz & Karadağ, 2018: 70). Bazı siyasi sorunların turist sayısına etkisi aşağıdaki tablo ile açıklanmaktadır.

Tablo 1: Siyasi krizlerin turizme etkisi

Tarih	Ülke	Önceki Yıl (Aynı Ay) Turist Sayısı	O Yıllık (Aynı Ay) Turist Sayısı	Sonraki Yıl (Aynı Ay) Turist Sayısı
11 Mart 2017	Hollanda Miting Skandalı	717 535	632 112	Henüz Açıklanmadı.
2 Haziran 2016	Almanya'da Ermeni Soykırımı Tasarısı'nın Kabulü	4 724 787	3 300 838	299 111
15 Temmuz 2016	Türkiye Darbe Girişimi	5 480 502	3 468 202	5075 961
9 Aralık 2016	ABD'li Papaz Andrew Craig Brunson'un tutuklanması	755 461	438 581	313 452
24 Kasım 2015	Rus Savaş Uçağının Düşürülmesi	3 451 749	2 842 972	683 335
31 Mayıs 2010	İsrail Mavi Marmara Olayı	252 041	93 265	81 715

Kaynak: Deniz ve Karadağ, 2018: 69

Rusya, Türkiye'ye karşı bazı ekonomik yaptırım kararları almıştır, bunlar (Demir, 2015: 1):

- Bazı gıda ürünleri ithalatının durdurulması,
- Rusya'dan Türkiye'ye gelen tarifersiz uçak uçuşlarının iptal edilmesi,
- Türkiye için tatil paketi satışının durdurulması,
- Türk vatandaşlarının işe alımlarına kısıtlama getirilmesi,

- Rusya’da daimi ikametgâhı olmayan Türk vatandaşlarına vizesiz seyahatin askıya alınması.

11. YUMUŞAK GÜÇ VE TURİZM İLİŞKİSİ

Sert güç unsuru dünya politikasına Soğuk Savaş Dönemi’nde hakim bir unsur olup yine o dönemde devletlerarasında sert güç rekabeti yaşanmıştır. 11 Eylül 2001 saldırılarından sonra süreci tek başına yönetmekte zorluk yaşayan ABD dış politikasında değişime gitmek zorunda kalmıştır. Çünkü sadece sert güç unsurlarından olan askeri yöntemlerin sorunları tek başına çözmeyeceği anlaşılmış, politika değişikliği ile yumuşak güç anlayışı ön plana çıkmıştır. Bu süreçlere Türkiye’nin de dahil olduğu birçok ülke de yumuşak gücü dış politikasının bir unsuru haline getirmiştir. Askeri gücün devletlerin hedef ve isteklerini gerçekleştirmede tek başına yeterli olmadığı Soğuk Savaş Dönemi’nde anlaşılmasının üzerine, devletler dış politikalarında daha çok diplomasiyi ön plana çıkaran yöntemleri uygulamıştır. Diplomasinin daha çok tercih edilmesinin sebepleri sert güç unsuru olan askeri güç ve bu askeri gücün kullanımındaki yüksek maliyetlerdir (Akbaş & Tuna, 2012: 6).

Yumuşak güç, bir ülkenin diğer ülkelerden isteklerini askeri güç veya ekonomik zorlamaları kullanmadan, sosyal ve kültürel unsurlarıyla cezbederek alabilmesi olarak tanımlanmaktadır (Gür, 2014: 2). Başka bir ifadeyle devletlerin kültürlerini, eğitimini, TV şovlarını, turizm ürünlerini vb. diğer devletlere cazibe unsuru olarak kullanmasıdır. Bu bağlamda kamu diplomasisi devletlerin yaptığı eylemleri meşru

gösteren bir araç olarak kullanılabilir. Türkiye'nin köklü bir tarih ve kültüre sahip olması, yumuşak gücünü kullanacak kaynak bakımından zengin olduğunun bir göstergesidir. Türkiye yumuşak güç olarak kullanabileceği araçlardan olan kültür ve derin tarihinin yanında turizm ürünlerini de kendini dünyaya tanıtmaya aracı olarak kullanabilir (Camgöz & Dinçer, 2017: 283).

Yumuşak güç ile turizm arasında doğru orantılı bir ilişki olduğundan söz etmek mümkün çünkü bir ülke yumuşak güç unsurlarını kullandıkça turizm hareketleri de aynı oranda artış göstermektedir. Turizm hareketine katılan ya da katılacak olan turistler seyahatleri ve tatilleri boyunca güven ortamına ihtiyaç duyduklarından dolayı, ülkelerin yumuşak güç unsurlarıyla oluşturdukları güven ve huzur imajı, turizm hareketlerini olumlu yönde etkilemektedir. Yumuşak güç unsurlarını kullanmayan bir ülkede ise turizm hareketlerinde azalma hatta durma meydana gelmektedir (Akbaş & Tuna, 2012: 14).

12. TURİZM POLİTİKALARININ GETİRDİĞİ SORUNLARA GENEL BİR BAKIŞ

Turizm politikası devlet tarafından turizmin istikrarlı bir şekilde gelişip sürdürülebilir olması amacıyla ile karar verilen hedeflerin ve herhangi bir kriz durumunda alınacak önlemlerin planlı bir şekilde uygulanmasıdır. Uygulanacak olan politikalardan verim alınabilmesi, yatırımın yapılacağı bölgenin coğrafi özellikleri ile birlikte doğal ve tarihi kaynakları, bölgede yaşayan halkın sosyo-ekonomik yapısı bütün olarak ele alınması gerekmektedir (Atça Tombil, 2019: 18). Ayrıca Türkiye'de Kültür ve Turizm Bakanlığı olmasına rağmen

turizm yasası yoktur. Bu bağlamda turizm sektörü paydaşlarının (tur operatörleri, seyahat işletmeleri, konaklama işletmeleri vd. turizm işletmeleri) görüşleri alınarak turizm yasasının çıkarılıp turizm sektörünün yasaya göre yeniden düzenlenmesi gerekmektedir (Akıncı & Yüzbaşıoğlu, 2015: 53).

Coğrafi konumu sayesinde Türkiye tarihi derinliğe, iklime ve doğal güzelliklere sahip olması ile turizm potansiyeli yüksek bir ülke olup bu potansiyelin farkına 1980 yıllarda varılmış ve turizme verilen önem artmıştır. Ancak bu tarihten sonra turizmden elde edilen gelirde artış yaşansa da gelir seviyesi olarak diğer turizm ülkelerine göre düşük kalmıştır (Atça Tombil, 2019: 68-69). Akıncı ve Yüzbaşıma (2015) göre Türkiye'nin turizm sektörüne yaklaşımı incelendiğinde 2023 turizm strateji planı olsa da sektör ile ilgili devlet politikasının ve stratejik eylem planının olmadığı gözlemlenmektedir. Buna karşın turizm sektöründe elde edilen sınırlı kazanımların sahipleri turizm sektörü paydaşları olarak gözlemlenmektedir (Akıncı & Yüzbaşıoğlu, 2015: 52).

Turizm sektörünün paydaşları bir platformda birleştirilmeli ve Türkiye'nin teröre rağmen bir arada ve demokratik bir tutumda olduğunu göstermek önem arz etmektedir. Türkiye en fazla turisti Avrupa'dan almaktadır. Bu açıdan Avrupa ile ilişkilerin sıcak tutulması önemlidir. Her hangi bir kriz durumunda terör başta olmak üzere, üst düzey yöneticiler Ankara'da ağırlanarak yaşanan güçlükler karşısında bilgilendirilip açıklama yapılması kriz dönemlerinde turizmi rahatlatacağı düşünülmektedir (Yücel, 1999).

Aynı zamanda medya ilişkileri devlet politikasına uygun desteklenerek, her hangi olumsuz haber ve duruma karşı profesyonel çalışmaların yapılması ve cevaplanması büyük fayda sağlayacaktır (Coşkun, 2019: 79).

Turizm sektörü siyasi çatışmalardan, terör olaylarından, iç çatışmalardan vb. etkilenmesinden dolayı geleceğe yönelik değerlendirme ve öngörülerde yanılma payının her zaman olacağı da göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Akova, 2017: 293).

13. KÜRESEL ANLAMDA TÜRKİYE’NİN TURİZM İMAJI

Turizm uluslararası olarak toplumları bir araya getiren ve birbirleri hakkında ki ön yargıları yıkma özelliğine sahiptir. Uluslararası turizm talebinde etkili olan faktörler: Politik, yasal, sosyo-ekonomik vb. faktörler olarak sınıflandırılmaktadır (Aydemir & Bal, 2018: 74).

Türkiye adına dış politika açısından kullanılan dil risk niteliği taşımamakta olup Suriye ile ilgili izlediği politikada imajının yara aldığı düşünülmektedir. Bu bağlamda sürdürülen politika dış dünyadan olumsuz yönde algı yarattığı için Suriye politikası gözden geçirilip yeniden yapılandırılmalı ve uygulamaya konmalıdır (Ertuğrul, 2012,7). Siyasi aktörlerin diplomatik bir dil kullanması ülke turizmi adına önemlidir. Bu bağlamda kullanılan dil ile hangi kitleye hitap edileceği planlanmalıdır (Özcan, 2019: 50).

Aynı zamanda dış politikada kullanılan bazı yanlış söylem ve dış politikalar ülkenin imajını zedelemekte, turistlerin destinasyon seçimlerini olumsuz yönde etki etmektedir (Demirci, 2019: 39). Dış

politikada turizmin ekonomik ve kalkınmaya ne derece etki ettiği göz önüne alınarak politik söylemlere dikkat etmek önemlidir. Çünkü Türkiye turizm sektöründen önemli gelir elde eden gelişmekte olan bir ülkedir (Coşkun, 2019: 79).

Avrupa’da yapılan seçimlerde oradaki siyasi aktörler tarafından “Türkiye düşmanlığı” yapılarak oy toplanmaya çalışılmaktadır. Bu bağlamda Türk siyasi aktörlerinin Avrupa’da Türk düşmanlığı yapılmasını engellemeleri turizm hareketlerinde olumlu bir sonuca yol açabilecektir (Demir, 2017).

Ülkede yaşanan siyasi krizlerin medya kaynaklarında yer alması turistlerin zihninde olumsuz algı yaratmakta, destinasyon seçimlerinde olumsuz etkilemektedir. Bu olumsuzlukların önüne geçmek için siyasi aktörlerin haber kaynaklarında yer alan bilgileri denetleyip onlarla ilgili açıklamalar yapması, krizlerden daha az etkilenilmesine ve haber kirliliğinin oluşmasına engel olup kısa süreli de olsa politik istikrarsızlığın önüne geçeceği düşünülmektedir (Öztürk & Şimşek, 2013: 23).

SONUÇ

Genel olarak hiçbir siyasi aktörün söylem ve girişimlerinden dolayı ülke ekonomisinin kötüye gitmesini amaçlamadığını belirtmekte fayda vardır. Ancak turizm sektörü her türlü çatışma ve söylemlerden etkilenen sektörler arasındadır. Bundan dolayı siyasi aktörlerin söylem, girişim ve uygulamalarında ülke ekonomisine en büyük katkıları sağlayan turizme ne derecede etki edeceğini bilerek hareket

etmeleri düşünülmektedir. Alkaner'e (2015) göre konaklama işletmeleri açısından boş kalan her oda zarar demektir. Çünkü yapılan rezervasyon ve kontratlar bir yıl sonraki anlaşmalardır. Dolayısıyla siyasetin dış politikaya olumsuz yansımaları turizme hareketlerine de olumsuz yönde yansımaktadır. Uluslararası politikada yaşanan sorunlar diplomasi, diyalog ve iyi tutumla turizm hareketlerindeki olumsuz etki en aza indirilmekte ve kısa vadede bu olumsuz etki ortadan kaldırılmaktadır. Aksi durumda ise ülke ekonomisine katkı sağlayan diğer birçok sektörle birlikte turizm sektörü uzun vadede ekonomik olarak darbe alacaktır. Çünkü turistik ürünler, lüks ihtiyaç olarak değerlendirilir ve herhangi olumsuz bir durumda vaz geçilebilecek niteliktedir.

Şahin ve Güzel'e (2020) göre turizm sektöründe başarılı olmak için yapılması gerekenler:

- Siyasi aktörler tarafından Türkiye'nin güvenilir ülke olduğu dile getirilmeli,
- Turistlere güvenli bir ortamı hissettirmek için gerekli düzenlemeler yapılmalı,
- Komşu ülkeler ile sürdürülebilir barış ortamı sağlanmalı,
- Diğer ülkeler ile devlet politikası olarak uzlaşmacı karşılıklı çıkar ilişkilerine dayalı olumlu politikalar izlenmeli (Şahin & Güzel, 2020: 270).

Deniz ve Karadağ (2018) terör olayının yaşanmasından sonra güvenlik önlemleri alınırken halk ve turistleri rahatsız etmeden alınması hissedilen güven sorununu en aza indirgeyeceğini

belirtmektedirler. Bunun yanında güvenlik önlemlerinin varlığı gösterilmeli, alınacak güvenlik önlemleri şu şekilde olmalıdır:

- Sınır güvenliğini sağlamada askeri gücün yanı sıra teknolojik unsurlar ile de harekete geçirilmeli,
- Terör faaliyetlerinin caydırıcılığının artırılması için hukuki zeminde daha çok sertleştirilmeli,
- İlköğretimden yükseköğretime kadar terörün zararı konusunda halk bilinçlendirilmeli,
- Terör örgütünün etkili olmaya çalıştığı coğrafi bölgelerde devlet destekli yatırımlar ve güçlendirmeler sağlanmalı,
- Dini söylemlere dayalı inanç istismarına taviz verilmemeli,
- Yöneticileri ayrıştırıcı ve kine yönlendirici söylemlerden kaçınarak bütүнleştirici söylemler kullanılmalı,
- Diğer devletler ile anlaşmalar imzalanıp işbirliğine gidilmeli,
- Ulusal ve uluslararası basın ve medya organları ile ülkenin imajını zedeleyici olumsuz haberlerin aksine reklam ve tanıtım çalışmaları yapılmalıdır. Bu tarz önlem ve izlenecek politikalar ile terör örgütlerinin ülkede oluşturmaya çalıştıkları güvensizlik ortamının önüne geçilmesi sağlanacaktır (Deniz & Karadağ, 2018: 71).

Siyasi aktörlerin diplomatik bir dil kullanması ülke turizmi adına önemlidir. Bu bağlamda kullanılan dil de hangi kitleye hitap edileceği planlanmalıdır (Avrupalı turist mi, Arap turist mi) (Özcan, 2019: 50). Turizm bağlamında ülke ekonomisine katkı sağlayacak olan her ırktan ve her kıtadan turiste hitap etmek hem ülke ekonomisini hem

de kalkınmayı olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir. Bu bağlamda turizm pazarında hem turizm çeşitliliği artacak hem de herhangi bir kriz durumunda tek bölge ya da tek kıtaya bağımlı kalınması önlenmiş olacak. Turizm sektörü adına siyasi aktörlerin bütünleyici ve kapsayıcı politikalar izlemesi turizm hareketlerine olumlu yansıtacaktır. Bundan dolayı kullanılan dilin özgün ve her kese hitap etmesi büyük önem arz etmektedir.

Turizmin uluslararası bir boyutta olmasına karşın turizm sektöründe bazı sorunlar devam etmektedir. Bu sorunlar turizm sektörünün gelişmesine paralel olarak talebe göre de zaman içerisinde değişime uğrayabilmektedir. Bu bağlamda turizmdeki sorunların bazıları; planlama, markalaşma, geliştirilmesi, altyapı ve kıyı yoğunlaşması, eğitim, turizm bilincinin oluşmaması, çevre, politik gelişmeler, terör vb. sorunların çözülmesi dünya çapında pazar payına düşen ekonomik hareketleri olumlu yönde etkileyeceği düşünülmektedir (Akova, 2017: 351).

Politik sorunlar genel olarak ele alındığında Türkiye'deki turizm sektöründe ki sorunun temelini 2021 yılının 2. yarısında dahi bir turizm yasasının oluşturulamamış olmasından kaynaklandığı anlaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akbaşı, Z., ve Tuna, H. (2012). Bir Dış Politika Aracı Olarak Yumuşak Gücün Turizm Sektörüne Etkisi: Türkiye Örneği Üzerinden Bir Değerlendirme. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 49(571), 5-17.
- Akıncı, Z., ve Yüzbaşıoğlu, N. (2015). Türkiye, Dünya Turizm Sektörü İçerisinde Bir Belirleyici mi, Yoksa Bir Taşıyıcı mı? *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 52(609), 45-61.
- Akova, İ. (2017). *Genel Turizm Bilgisi*. İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul.
- Alkaner, E. (2015). *Uluslararası İlişkiler Ve Politikanın Turizme Etkileri*, turizmuncel.com, www.turizmuncel.com/haber/uluslararasi-iliskiler-ve-politikanin-turizme-etkileri--h25067.html, (23 Haziran 2021)
- Altay, H., Ekinci, A., ve Peçe, M. (2013). Ortadoğu'da Terörün Ekonomik Etkileri: Türkiye, Mısır ve Suudi Arabistan Üzerine Bir İnceleme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (37), 267-288.
- Atça Tombil, S. (2019). *Türkiye'de Turizm Politikası ve Planlaması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aydemir, B., ve Bal, K. (2018). Bir Dış Politika Aracı Olarak Turizm: Gana Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 71-84.
- Aydemir, B., ve Esenkal Çözeli, F. (2016). In The Context of Foreign Policy and Tourism Relations, The Tourism Agreements Which Made by Turkey with European and Balkan Countries and the Evaluation of the Tourism Agreements. *International Journal of Tourism and Social Research*, 1, 107-130.
- Camgöz, C., ve İstanbullu Dinçer, F.F. (2017). Günümüz Uluslararası İlişkilerinde Turizmin Türkiye'de Yumuşak Güç Olarak Kullanılmasına Yönelik Bir Değerlendirme. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 4(1), 283-293.
- Coşkun, G. (2019). *Turizm Sektöründe Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. SDD Alanya Temsilciliği Turizm Sorunlar Çalıştayı. Sosyal Demokrasi Derneği Yayınları 31. Platform, Seminer ve Konferanslar Dizisi 21. Aralık 2019, 78-81.
- Demir, E. (2015). Rusya'nın Yaptırımlarının Türkiye Ekonomisine Olası Etkileri. *İş Bankası, İktisadi Araştırmalar Bölümü*, Aralık, 1-5.
- Demir, E. (2017). *Turizmin Geleceğini Siyaset Belirliyor*. <https://turizmdays.com>, <https://turizmdays.com/tr/makale/turizmin-gidisatini-siyaset-belirliyor-1.html>, (19 Mart 2021)
- Demirci, E. (2019). *Turizm Sektöründe Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri*. SDD Alanya Temsilciliği Turizm Sorunlar Çalıştayı. Sosyal Demokrasi

- Derneği Yayınları 31. Platform, Seminer ve Konferanslar Dizisi 21. Aralık 2019, 36-49.
- Deniz, T., ve Karadağ, D. (2018). Politik Çatışmaların ve Terörizmin Turizm Sektörüne Etkileri: 2010-2017 Türkiye Örneği. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 23(40), 61-74.
- Emekli, G. (2005). Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları Ve Türkiye'de Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, (14), 99-107.
- Ertuğrul, D. (2012). *Türkiye Dış Politikası için bir Test: Suriye Krizi*, TESEV (Türkiye Ekonomik ve Sosyal Etütler Vakfı) Dış Politika Programı, İstanbul: İmak Ofset Basım.
- Gülcan, Y., Akgüngör, S., ve Kuştepe, Y. (2020). 2023 Hedefleri Kapsamında 15 Temmuz Darbesinin Türkiye Ekonomisine Etkileri Üzerine Genel Bir Değerlendirme. *Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi*, XX/Özel Sayı, 107-131.
- Gür, N. (2014). Yeni Türkiye'nin Yumuşak Güç Unsuru: Turizm. *Seta Perspektif*. (58), 1-6.
- Hacıoğlu, N., ve Saylan, U. (2014). Arap Bahar'ının Turizme Yansımaları: Arap Ülkeleri ve Türkiye. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(32), 55-80.
- Isaac, R. K. (2010). Alternative tourism: new forms of tourism in Bethlehem for the Palestinian tourism industry. *Current Issues in Tourism*, 13(1), 21–36. Doi:10.1080/13683500802495677
- Kesimli, İ.G. (2011). Turizm Perspektifinden Politik Krizlerin Ekonomiye Yansımaları. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 1(1), 25-42.
- Köşker, H. (2017). Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri Üzerine Bir Araştırma: 2016 Yılı Türkiye Örneği. *Akademik Bakış Dergisi*, (52), 219-226.
- Özcan, N. (2019). *Turizm Sektöründe Yaşanan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri*. SDD Alanya Temsilciliği Turizm Sorunlar Çalıştayı. Sosyal Demokrasi Derneği Yayınları 31. Platform, Seminer ve Konferanslar Dizisi 21. Aralık 2019, 49-51.
- Özçelik, A. (2012). *367 Tartışmaları Bağlamında Siyasi Krizler: Aktörler, Sebepler, Boyutlar*. Yayımlanmış Yüksek Lisan Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.
- Öztürk, Y., ve Şimşek, E. (2013). Politik İstikrarsızlıkların Turistlerin Destinasyon Seçimine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 1(2), 15-25.
- Pizam, A. (1999). A Comprehensive Approach to Classifying Acts of Crime and Violence at Tourism Destinations. *Journal of Travel Research*, 38(1), 5–12. Doi: 10.1177/004728759903800103

- Richter, L. K., Waugh, W. L. (1986). Terrorism and tourism as logical companions. *Tourism Management*, 7(4), 230–238.
- Seçilmiş, C., Kılıç, İ., Doğanekin, A. (2017). *Siyasi Krizlerin Turizme Etkisi ve Bir Kriz Yönetim Modeli Önerisi*. The First International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability, 28-30 September 2017 - Mersin, 498-503.
- Seddighi, H.R., A.L, Theocharous., Nuttall, M. W. (2002): Political Instability and Tourism. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*. 3(1), 61-84, Doi: 10.1300/J149v03n01_04
- Sönmez, S. F., Graefe, A. R. (1998). Influence of terrorism risk on foreign tourism decisions. *Annals of Tourism Research*. 25(1), 112-144. Doi:10.1016/s0160-7383(97)00072-8
- Şahin, İ., ve Güzel, F.Ö. (2020). Olumsuz Güncel Gelişmelerin ve Krizlerin Türk Turizmine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerinin Değerlendirmeleri ve Sektörel Çözüm Önerileri. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), 257-280.
- Şenol, F., Turdumambetov, B. (2014). Toplumsal Olaylar ve Ülke Turizmi Üzerindeki Muhtemel Etkileri: Kırgızistan Örneği. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4 (2), 96-110.
- Tekin, E., ve Çöpoğlu, M.O (2018). Uluslararası Politik Krizlerin Küçük Ve Orta Büyüklükteki Konaklama İşletmelerine Etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 9(22), 393-411.
- Webster, G., Ivanov, S.H. (2014). Tourism as a Force for Political Stability. *The International Handbook on "Tourism and Peace" (Forthcoming)*, SSRN, Erişim: <https://ssrn.com/abstract=2311176>.
- Yenişehirlioğlu, E., Erdoğan, Ç., Polat, S., Sarışık, M. (2013). Politik Krizlerin Turizm Talebi Üzerindeki Etkisine Yönelik Bir Araştırma "Mısır Turizmi". *Akademik Turizm ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 1(1), 57-69.
- Yenişehirlioğulları, E., Salha, H., 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*. 2(3), 74-83.
- Yücel, B. (1999). *Turizm Terörün Değil Yanlış Politikaların Kurbanı*, www.hurriyet.com.tr. <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/yucel-turizm-terorun-degil-yanlis-politikalarin-kurbani-39085204>, (19 Mart 2021)

BÖLÜM 3

TURİZMDE COVID-19 DARBOĞAZI

Doç. Dr. Ramazan GÖRAL¹

Öğr. Gör. Murat YURTLU²

¹ Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Konya, Türkiye. trgoral28@hotmail.com , ORCID ID: 0000-0002-9826-042X

² İskenderun Teknik Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Hatay, Türkiye. murat.yurtlu@iste.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-0947-8401

GİRİŞ

Salgın hastalıkların insanlık tarihi kadar eskilere dayandığı düşünülmektedir. Dünya geneline yayılan salgın hastalıklar, *pandemi* (bir kıtaya ya da tüm dünyaya yayılan salgın hastalık) olarak adlandırılmaktadır. Sürekli artan nüfus, kentlerin genişlemesi, orman bölgelerinin yok edilerek kent ve tarım arazisi oluşturulması gibi nedenlerden dolayı insanlar ile vahşi hayvan yaşamının iç içe geçmesiyle pandemi sayılarında artışlar görülmektedir (Gössling vd., 2020: 1). Ayrıca geçmişe kıyasla ulaşım ağlarının daha da gelişmesi ve seyahatlerin artması salgın hastalıkların kısa zamanda yayılmasında etkili olmaktadır (Lee vd., 2012: 90). Tarihsel süreçte Dünya çok sayıda pandemiye tanık olmuştur. Yakın geçmişte bile Dünyada İspanyol gribi, Asya gribi, Hong Kong gribi, SARS (Şiddetli Akut Solunum Sendromu), kuş gribi (H5N1), domuz gribi (H1N1), MERS (Orta Doğu Solunum Sendromu), Ebola ve Covid-19 olarak adlandırılan pandemi olayları yaşanmıştır ve halen etkileri devam etmektedir (LePan, 2020).

21. Yüzyılda ortaya çıkan pandemiler ve vefat eden insan sayısı Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: 21. Yüzyılda Ortaya Çıkan Pandemiler

Pandemi	Virüs	Yılı	Vefat Sayısı
SARS	Koronavirüs	2002-2003	770
Kuş Gribi	H5N1	2003-2004	455
Domuz Gribi	H1N1	2009-2010	200.000
MERS	Koronavirüs	2012-günümüz	850
Ebola	Ebola	2014-2016	11.000
Covid-19	Koronavirüs	2019-günümüz	3.530.000*

*: 30 Mayıs 2021 itibariyle

Tablo 1’den de görüleceği üzere Covid-19 bu yüzyılda en fazla ölümlere ve beraberinde ekonomik ve sosyal kaygılara sebep olan pandemidir. Bu bölümün konusunu oluşturan Covid-19 pandemisi, Koronavirüs ailesinin yeni bir mutasyonu olan Covid-19 adlı virüsün sebep olduğu bir pandemi olması sebebi ile aynı isimle anılmaktadır. Covid-19 ilk olarak Çin’in Hubei eyaletine bağlı Wuhan şehrinde 2019 Aralık ayında ortaya çıkmış ve 31 Aralık 2019 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ)’ne bildirilmiştir. Virüsün tanımlanarak karantina kararlarının alınmaya başlandığı 2020 Şubat ayında Çin’de 80.000’in üzerinde vaka rapor edilmiştir. Covid-19 salgını 11 Mart 2020 tarihinde DSÖ’nün hastalığı pandemi olarak ilan etmesini takiben 2020 yılı Mart ayı ortalarında 146 ülkeye sıçramıştır (Gössling vd., 2020). Türkiye’de ilk Covid-19 vakası 11 Mart 2020 tarihinde açıklanmıştır. Dünya genelini etkisi altına alan Covid-19 salgınında 30 Mayıs 2021 tarihi itibarıyla 170 milyonun üzerinde vaka, 3,53 milyon vefat bulunurken, Türkiye’de aynı tarihte yaklaşık 5,23 milyon vaka, 47.405 vefat bulunmaktadır (Google, 2021).

Covid-19 salgını uluslararası ölçekte etki alanını özellikle 2020 yılının ilk çeyreğinden itibaren genişleterek dünya genelinde olumsuz sosyal ve ekonomik değişim ve gelişmelerin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu sürecin meydana getirdiği etkiler açısından dünya genelinde en çok etkilenen alanlardan birinin seyahat ve turizm endüstrisi olduğu görülmektedir. İlk kısıtlamalardan ve yine ilk serbestleşmelerden doğrudan etkilenen seyahat ve turizm endüstrisinde ülkelerin salgına karşı geliştirdikleri sağlık stratejileri ve altyapıları turistlerin

destinasyon seçimlerinde önemli hale gelmiştir (Dalkıran & Bayrak, 2020: 222).

Dünya Turizm Örgütü'nün (UNWTO) 2021 yılı Ocak ayında yayımladığı 2020 sonuç raporunda 2019 yılına oranla uluslararası turist varışlarında dünya genelinde yaklaşık % 74'lük bir daralma gerçekleşmiştir (UNWTO, 2021a). Türkiye turizmi de bu daralmadan etkilenmiş ve toplam ziyaretçi sayısı % 69'luk azalışla yaklaşık 15,9 milyon ziyaretçi şeklinde gerçekleşmiştir. Buna karşın bir önceki yıla göre kişi başı ortalama turist harcaması % 14,5 artış göstererek 762 \$ (2019 yılı ortalaması 666 \$) seviyesine yükselmiştir. Covid-19 salgınının oluşturduğu daralmaya bağlı olarak 2020 yılı Türkiye turizm gelirlerinde % 65,1 düzeyinde azalma meydana gelerek toplamda 12,1 milyar \$ turizm geliri gerçekleşmiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Bu veriler ışığında Türkiye turizminde salgının başlarından itibaren hızlı ve etkin bir biçimde hayata geçirilen sosyal ve sağlık strateji politikalarının bir sonucu olarak dünya geneli ziyaretçi trafiği ortalamasından % 6'luk oranda daha iyi bir performans gösterdiği ve ziyaretçi başı harcama ortalamasında ise bir önceki yıla oranla % 14'ün üzerinde bir artış yakalandığı görülmektedir. UNWTO'nun 2021-2024 genişletilmiş senaryolarında 2021'in ikinci yarısından itibaren uluslararası turizm hareketliliğinde toparlanmaya işaret edilmektedir. Ayrıca uluslararası varışlar bakımından 2019 seviyelerinin yakalanabilmesinin 2,5 ila 4 yıl sürebileceği vurgulanmıştır (UNWTO, 2021a).

Covid-19 pandemisinin yarattığı tüm olumsuz etkilerin dünya çapında devam ediyor oluşu, bu etkilerin hangi yönde ilerleyeceğinin ve ne zaman biteceğinin kestirilememesi salgının benzersiz oluşuyla ifade edilmektedir. UNWTO'nun Mart 2021 turizm barometresine göre salgının etkisiyle 2020 yılında uluslararası turizmde eşi görülmemiş % 73'ün üzerindeki azalışın ardından, uluslararası seyahat talebi çok zayıf kalmıştır. Covid-19 virüsünün yeni varyantlarının ortaya çıkması, birçok ülkenin seyahat kısıtlamalarını hafifletme çabalarını tersine çevirmesine neden olmuş ve en çok Asya-Pasifik ülkelerinin turistlere kapanmasıyla sonuçlanmıştır.

Uluslararası turist varışları 2020 yılının son çeyreğindeki % 85'lik bir düşüşün ardından Ocak 2021'de % 87 oranında azalmıştır. Bunlara ilave olarak dünya genelindeki aşı uygulamalarının hızı ve dağılımı beklenenden daha yavaş ve destinasyonlar arasında oldukça dengesiz ilerlemektedir. 2021'in ilk çeyreğinde 2019 yılının aynı dönemine göre uluslararası turist varışlarının yaklaşık % 85 oranında azalacağı öngörülmektedir. Bu durum pandemi öncesindeki aynı dönemlere kıyasla yaklaşık 260 milyon uluslararası varışın kaybı anlamına gelmektedir (UNWTO, 2021b).

Salgın sürecindeki gelişmelere bağlı olarak 2021 yılına yönelik UNWTO'nun iki senaryosu bulunmaktadır. Bu senaryolar epidemiyolojik durumun kademeli olarak iyileştirilmesi, Covid-19 aşısının sürekli olarak yaygınlaştırılması, seyahat etmede güven konusunda önemli artışların yakalanması ve özellikle Avrupa ve

Amerika’da seyahat kısıtlamalarının büyük bir ölçüde kaldırılması gibi bir dizi faktöre bağlı olarak oluşturulmuştur.

Temmuz ayında bir toparlanmanın işaret edildiği ilk senaryoda, 2021 yılı için uluslararası varışlarda 2020’nin tarihi azalışlarına kıyasla % 66’lık bir artışın gerçekleşeceği öngörülmektedir. Ancak bu oran 2019’da kaydedilen seviyelerin halen % 55 altındadır. İkinci senaryoda ise; Eylül ayında potansiyel bir toparlanma öngörülmekte ve bu da varışlarda bir önceki yıla göre % 22’lik bir artış olabileceğini işaret etmektedir. Fakat bu artışın da 2019’un aynı dönemine ilişkin seviyelerin % 67 altında kalacağı tahmin edilmektedir (UNWTO, 2021b).

1. COVID-19 SALGIN DÖNEMİNDE KISITLAMALAR VE ALINAN TEDBİRLER

Çin’de ortaya çıkan COVID-19’un küresel bir salgına dönüşmesinin ardından, dünya çapında birçok ülke virüsün yayılmasını durdurmak için kitle hareketliliğini azaltacak tedbirler almıştır. Bu tedbirler genel olarak bazı ülkelerle hava trafiğini kapatmak, eğitim hizmetlerini uzaktan eğitim şeklinde yeniden düzenlemek, kafeler, barlar, restoranlar ve alışveriş merkezleri, kütüphaneler ve ibadethaneler gibi halka açık yerlerin geçici olarak kapatılması ve halka açık etkinliklerin iptal edilmesi şeklinde olmuştur. İnsanlara "evde kalmaları" yönünde çağrıda bulunulmuş ve mümkünse sosyal temastan kaçınmaları ve uzaktan çalışmaları tavsiye edilmiştir. Kamu kurumları ve özel şirketlerden bu yönde önlemler almaları istenmiştir. Sokağa çıkma yasağı ve şehirlerarası ulaşım kısıtlamaları getirilmiş ve karantina

önlemleri denetlenmiştir. Covid-19 pandemisi kapsamındaki bu kısıtlamalar ve tedbirler aşağıda detaylı şekilde ele alınmaktadır.

1.1. Dünyada Covid-19 Kısıtlamaları ve Alınan Tedbirler

Covid-19 salgınına çok sayıda devlet hızlı tepki göstermiş ve devletler tarafından krize yanıt olarak ulusal ve yerel önlemler uygulanmıştır. Bu önlemler genel olarak aşağıdadır:

- Salgın sürecinin başlangıcında Covid-19 virüsü hakkında ve yayılım hızına ilişkin net bilgilerin olmaması ve devam eden süreçte acil ve yoğun bakım desteğinin uzun sürmesinin anlaşılmasıyla öncelik sağlık sistemine verilmiştir. Bu sebeple sağlık alanında uluslararası düzeyde dayanışma ön planda tutulmuştur.
- Salgına karşı sert ekonomik ve toplumsal tedbirler alınmıştır. Bu kapsamda sosyal yalıtımın salgının önlenmesinde önemli olması nedeniyle toplumsal hareketliliğin azaltılması adına ülkeler kara ve hava sınırlarını kapatmış, bazı sektörlerdeki faaliyetlerde kısıtlamalara gidilmiştir.
- Salgının dünya genelinde ekonomik çöküntü yaşatmaması için tarihte eşi görülmemiş parasal genişleme politikaları ve mali teşvikler hayata geçirilmiştir. Salgının üretim kapasitesi, tedarik zincirleri ve istihdam üzerinde yaratabileceği kalıcı tahribatı önlemek için uluslararası çapta ciddi boyutlarda mali önlemler uygulamaya alınmıştır. Bu süreçte, çeşitli ülkelerde merkez bankaları faiz indirimleri gerçekleştirmiştir. Ayrıca gelişmekte olan ülkeler de dahil olmak üzere ülkeler likidite destekleri, varlık

alımları, kredi programları oluşturarak salgının etkilediği sektörlere ve hanehalkına yönelik benzeri görülmemiş hacimlerde destek programlarını uygulamaya almıştır.

- Salgın sürecinde maske kullanımının yaygınlaştırılması, sosyal mesafe kurallarının uygulanması, sokağa çıkma yasakları ve uzaktan eğitim programlarının gerçekleştirilmesi gibi uygulamalarla Covid-19 ile mücadele dünya genelinde desteklenmiştir.
- Salgın ile birlikte dünya genelinde seyahat ve ticaret askıya alınmış, kongreler, festivaller ve organizasyonlar iptal edilmiş, okullar ve bazı işyerleri belirli süreliğine kapatılmıştır.

Covid-19 salgınının başladığı ilk aylardan itibaren ülkelerin yukarıda belirtilen önlemleri etkin bir biçimde alması salgının yayılımını yavaşlatmış ve ilerleyen aylarda kısmen normalleşme süreçlerine geçilerek, ekonomik toparlanmalar gözlenmiştir. Ayrıca virüse karşı üretilen aşuların kullanıma geçmesiyle birlikte salgının kontrol altına alınmasında önemli adımlar atılmıştır. Buna karşın 2020 yılı üçüncü çeyreğinden itibaren virüsün yeni varyantlarının ortaya çıkması, aşulara erişim ve lojistik sorunlar sebebiyle aşılamanın yavaş ilerlemesi gibi sebepler, kısıtlayıcı tedbirlerin uygulanmasını sürdürmüş ve dünya genelinde ekonomik toparlanmayı yavaşlatmıştır. Avrupa'da yeniden uygulamaya alınan tedbirlerle beraber, gelişmiş Avrupa Birliği ülkelerinin hizmet sektörleri ve ekonomisi turizme dayalı Balkan ülkelerinin ekonomileri olumsuz etkilenmiştir (T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2020:1).

1.2. Türkiye’de Covid-19 Kısıtlamaları ve Alınan Tedbirler

Türkiye 11 Mart 2020 tarihinde ilk kez bir vatandaşında “yeni coronavirüs” saptandığı duyurdu. 13 Mart 2020 tarihinde Avrupa’nın dokuz ülkesine yönelik Türkiye’den uçuşlar askıya alındı. 21 Mart 2020 tarihinde ise Türkiye’nin dünya genelinde uçuşlarını yasakladığı ülke sayısı 68 oldu. Bu süreçte Türkiye, sağlık bilgi teknolojilerine büyük yatırımlar gerçekleştirerek, karar vermede “büyük veriyi” ve “yapay zekayı” sağlık bilgi sistemleri aracılığıyla en iyi kullanan ülkelerden biri olmuştur. HES kodu ile takip sistemi geliştirilerek salgının seyri büyük oranda kontrol altına alınmaya çalışılmıştır. DSÖ’nün pandemiye ilan edişinden bir ay önce 10 Ocak 2020’de Sağlık Bakanlığı’na operasyon acil merkezi kurulmuştur. Aynı tarih itibariyle Covid-19 sürecinde atılacak adımlarla ilgili farklı branşlardan başarılı bilim insanlarından oluşan “Bilim Kurulu”, oluşturulmuştur (TGA, 2020a).

Salgın sürecinde kritik öneme sahip maske ve koruyucu ekipmanlar açısından Türkiye’nin kendi kendine yetebilen bir ülke haline gelebilmesi adına yasal ve ekonomik tedbirler devreye sokulmuştur. Türkiye, yurtdışındaki vatandaşlarını da yalnız bırakmamış ve dönmeyi talep eden vatandaşlarını ülkesine getirmiştir. Covid-19 tedavisi kapsamında Türkiye, sağlık sistemi deneyimi ve veri analizi yöntemi ile kendi algoritmasını geliştirmiştir (TGA, 2020a).

Covid-19 sürecini en az zararlarla atlatabilmek için ülkeler, kamu ve özel sektörde çalışanlar için bölgelerinde uygulamalar yaparak önlemler almaktadırlar. Türkiye’de Sağlık Bakanlığı yayınladığı duyurularda, kapalı ofis ve işyerlerinde sık sık havalandırma yapılması, ultraviyole

cihazları ile hava ve yüzey dezenfeksiyonunun yapılması, çalışanların maske kullanması ve aralarında en az bir metre mesafe olması, yemekhanelerde masa ve sandalyeler arası mesafelerin en az bir metre olması, el hijyenine dikkat edilerek ellerin sık sık yıkanması gibi önlemlerle “Temizlik, Maske, Mesafe” sloganları oluşturulup dikkat çekerek uyarılarda bulunmuştur (Artantaş & Gürsoy, 2020:163).

Salgın sürecinde hastalığın yayılımını önlemek adına; okulların belirli dönemlerde yüz yüze eğitime kapatılması, şehirlerarası seyahat kısıtlamaları konulması, kısmi ve kapsamlı sokağa çıkma yasaklarının getirilmesi, gıda ve temel ihtiyaçlar dışında işyerlerinin kapatılması, turizm bölgeleri ve diğer bölgelerdeki konaklama işletmeleri ile bunlara bağlı tesislerin kullanımının yasaklanması, insanların toplu halde bulunduğu düğün ve cenaze gibi etkinliklerin kısıtlanması, çalışanlar için esnek ve evden çalışma modellerinin oluşturulması gibi tedbirler getirilmiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020).

Covid-19 salgını ile mücadelede genişletici politikalar uygulamaya alınarak firmalar ve hanehalkının finanse edilmesi sağlanmıştır. Bu süreçte başta Ekonomik İstikrar Kalkan Paketi gibi çeşitli tedbirler alınmıştır. Uygulamaya alınan tedbirler; 2 milyondan fazla sayıdaki mükellefin KDV, prim ve muhtasar ödemelerinin ertelenmesi, kısa çalışma ödeneğinin devreye alınması, emekli maaşlarının yükseltilmesi, emeklilerin bayram ikramiyesi ödemelerinin erken yapılması, asgari ücret desteğinin sağlanması, kredi destek paketlerinin uygulamaya alınması, uzaktan ve esnek çalışma modellerinin teşvik edilmesi, nakit gücü çeken firma ve bireylerin bankalara olan

borçlarının ötelenerek finansman sağlanması, kamu bankalarının hem kredi kartlarında hem de kredi kullanımlarında ödemesiz dönem seçenekleriyle uygun faiz oranlarında temel ihtiyaç destek paketleri oluşturulması, kredi ödemelerine ilişkin gecikmelere esneklik tanınması, kredi garanti fonunun iki katına çıkarılması, ihtiyaç, taşıt ve konut finansman destek paketlerinin hanehalkına sunulması, Ar-Ge faaliyetlerine verilen desteklerin arttırılması, telafi çalışma süresinin arttırılması ve belirlenen 2 milyonun üzerindeki aileye nakdi yardımların yapılması şeklindedir (Soylu, 2020: 182).

Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafınca hayata geçirilen istikrar paketleri sayesinde Covid-19 sürecinin ortaya çıkardığı arz ve talep şoklarına karşı direnç gösterilmiştir. Alınan tedbirler ve uygulanan genişletici maliye ve para politikaları ışığında Covid-19 salgınının yarattığı olumsuz ekonomik etkilerden en az derecede etkilenecek süreç atlatılma olanağına sahip kılınmıştır (Soylu, 2020: 183).

Covid-19 salgınının olumsuz ekonomik etkilerini azaltmada vergisel tedbirler, işletmelerin mevcut yapılarını sürdürebilmelerinde devletin ve yerel yönetimlerin uyguladıkları tedbirlerin başındadır. Bu tedbirler içerisinde kurum ve işletmelerin yükümlülüklerindeki vergi ve sigorta gibi ödemelerin vadeleri ertelenmekte veya ödeme miktarlarında düşürülme yoluna gidilmektedir. Vergisel tedbirler ekonomik kapasiteye ve finansal duruma göre kısmi vergi türleriyle sınırlı olduğu gibi tüm vergi türleri için de uygulanabilmektedir. Katma değer vergisi (KDV) oranlarında geçici süreli uygulanan indirimler vergisel tedbirlere yönelik uygulamaların başında gelmektedir. Ayrıca ödenen

vergilere yönelik iade uygulamaları veya vergi artışına gidilmeme yaklaşımlarıyla işletmeler bu süreçte desteklenmektedir (Çakır & Barakazı, 2020). Bu doğrultuda örneğin; sinema, tiyatro, opera, bale ve müze giriş ücretleri dahil olmak üzere turizmin en önemli harcama kalemleri içerisinde yer alan konaklama ve yeme-içme hizmetlerine yönelik KDV oranlarında % 8'den % 1'e şeklinde indirimde gidilmiştir. Benzer biçimde kongre, seminer, konferans, fuar, konser ve lunapark giriş ücretleriyle yolcu taşımacılığı ve işyeri kiralarında KDV oranları % 18'den % 8'e çekilmiştir (Göral & Yurtlu, 2020: 563).

Covid-19 sürecinde Türkiye, turizm gelirlerinde yaşanan kayıpları asgari düzeye indirmede ve rekabet gücünü korumada sürdürülebilir uygulamaları kısa zamanda hayata geçirmiştir (KMPG Türkiye, 2020a). Tüm bu önlem ve kısıtlamalar uygulanırken hassas davranılarak vatandaşlar sürekli bir biçimde basın yayın ve bilgilendirme rehberleriyle bilgilendirilmektedirler.

1.3. Dünyada ve Türkiye'de Güvenli Turizme Yönelik Uygulamalar

1.3.1. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) Güvenli Seyahatler (Safe Travels) Protokolleri

Covid-19 salgınının turizm endüstrisini olumsuz etkilemesi nedeniyle WTTC (World Travel & Tourism Council), Seyahat ve Turizm endüstrisini ayağa kaldırmak için sektör dernekleri, üye kuruluşlar ve devletler ile yakın işbirliği halinde "Güvenli Seyahatler" protokolleri geliştirilmesine ve uygulanmasına katkı sağlamıştır. Bu doğrultuda

turizm endüstrisinin dünyada önde gelen kuruluşları olan; Uluslararası Havaalanları Konseyi (ACI), Kurvaziyer Hatları Uluslararası Birliği (CLIA), Gümrüksüz Dünya Konseyi (DFWC), Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA), Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Pasifik Asya Seyahat Derneği (PATA), Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), ABD Seyahat Derneği (USTA) ve Dünya Ekonomik Forumu (WEF) kuruluşlarıyla haftalık görüşmeler yapılmıştır. Bu görüşmelere ilave olarak ülkeler, turizmi yeniden ayağa kaldırmaya yardımcı olmak için kendi ülkelerindeki uygulamaları sunmuşlardır. Ayrıca WTTC, seyahat ve turizm endüstrisindeki 120 lider tarafından imzalanan çağrı mektuplarını hükümetlere göndererek koordinasyon çağrısında bulunmuştur. Bu gelişmeler ışığında Mayıs 2020’de destinasyonların, özel sektörün ve derneklerin uluslararası koordine edilmiş bu yaklaşıma duyulan ihtiyaç nedeniyle girişimi benimsemeleri ve destek olmalarıyla “Güvenli Seyahatler-SafeTravels” protokolleri ve logosu hayata geçirilmiştir. Bunların yanında WTTC, turizm hareketliliğinin yeniden canlanmasına yönelik sosyal medya platformlarında “Güvenli Seyahatler” protokollerinin gezginlerce seyahat hikayelerinde paylaşılmasını teşvik etmek için #TogetherInTravel kampanyasını başlatmıştır (WTTC, 2020a).

WTTC tarafından oluşturulan “Güvenli Seyahat Protokolleri” Covid-19 sürecinde turistlerin ve çalışanların güvenliğinin uyumlu ve tutarlı bir biçimde sağlanmasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Protokole ilişkin konu başlıkları; Konukseverlik, Açık Hava Alışverişi, Havacılık, Havalimanları, Tur Operatörleri, Kongre Merkezleri (Toplantı ve

Etkinlikler), Gezi, Kısa Süreli Kiralama, Araç Kiralama, Sigorta ve Macera Turizmi şeklindedir. Güvenli Seyahat Protokolleri, her bir endüstrinin kendine has karakteristik özellikleri dikkate alınarak dört ana faktör grubunda oluşturulmuştur. Bu ana faktörler; “Operasyonel Hazırlıklar ve Personel Hazırlığı”, “Güvenli Bir Deneyimin Sağlanması”, “Güven ve Güveni Yeniden Oluşturma” ve “Etkinleştirme Politikalarını Oluşturma” şeklindedir (WTTC, 2020b).

Güvenli Seyahat Protokollerine ilişkin olarak örneğin; konaklama işletmelerini kapsamına alan “Konukseverlik” protokolü ele alındığında yukarıda belirtilen “Operasyonel Hazırlıklar ve Personel Hazırlığı” ana faktöründe konaklama işletmeleri, operasyonel hazırlıklar (9 alt kriter) ve personel hazırlığı (4 alt kriter) kriterleri üzerinden Güvenli Seyahatler protokolünün şartlarını yerine getirmekle yükümlüdür. Yine aynı protokolde “Güvenli Bir Deneyimin Sağlanması” ana faktöründe konaklama işletmeleri sanitasyon (5 alt kriter), fiziksel mesafe (3 alt kriter), gıda güvenliği (6 alt kriter) ve etkinlik alanları (5 alt kriter) gibi dört kriter üzerinden protokol şartlarını yerine getirmekle yükümlüdür. Benzer şekilde konaklama işletmeleri, “Güven ve Güveni Yeniden Oluşturma” ana faktöründe iletişim, hijyen tavsiyeleri ve yönergelerden oluşan üç kriter ve “Etkinleştirme Politikalarını Oluşturma” ana faktöründe tüm paydaşlar ile işbirliği, mali politikalar, teşvik oluşturma ve destinasyon tanıtımından oluşan dört kriter üzerinden Güvenli Seyahatler protokolünün şartlarını yerine getirmekle yükümlüdürler (WTTC, 2020c).

“Güvenli Seyahatler”e ilişkin protokollere dahil olmak ve protokole ilişkin logoyu kullanmak isteyen seyahat ve turizmde faaliyet gösteren WTTC üyesi olmayan işletmeler, uluslararası veya ulusal düzeydeki seyahat ve turizm sektör dernekleri, WTTC üyeleri ile ulusal ve bölgesel belediye yönetimleri WTTC’nin internet sitesinden ücretsiz olarak başvuruda bulunabilmektedirler.

1.3.2. Türkiye Güvenli Turizm (Safe Tourism) Sertifikasyonu ve Aşı Programı

Covid-19 sürecinin ortaya çıkardığı krizin aşılmasına ilişkin turizm hareketliliğinin yeniden başlatılabilmesinde güvenli seyahat ve konaklama imkanlarının sağlanabilmesi kadar bu imkanlar hakkında turistlerin bilgilendirilerek güvenlerinin yeniden kazanılması da oldukça önemlidir (Alaeddinoğlu & Rol, 2020: 250). Bu bağlamda Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın öncülüğünde, Sağlık, İçişleri, Dışişleri ve Ulaştırma Bakanlıkları’nın da katkılarıyla ve tüm turizm paydaşlarının işbirliğiyle “Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı” hayata geçirilmiştir. Güvenli Turizm Sertifikası, tatillerini Türkiye’de geçirmeyi planlayan tüm yabancı ziyaretçilere ve Türk vatandaşlarına, ziyaretçilerin kendi sağlık durumundan çalışanlara, ulaşımdan konaklamaya kadar ki tüm süreçlerde yer alması gereken bir dizi yeni tedbirler paketini tanımlamaktadır.

Sertifikada bulunan tedbirler “Yolcu Sağlığı Güvenliği”, “Tesislerde Alınan Önlemler”, “Ulaşım Araçlarında Alınan Önlemler” ve “Çalışan Sağlığı ve Güvenliği” şeklinde dört anaönlem faktörlerinden oluşmaktadır. Güvenli Turizm Sertifikası havalimanları, havayolları ve

diğer ulaşım araçları ile birlikte konaklama işletmelerinde, toplantı ve kongre tesislerinde, deniz turizminde ve kış turizminde, temalı parklarda ve yeme-içme işletmelerinde üst düzeyde sağlık ve hijyen şartlarının yerine getirildiğini sertifikalandırmaktadır (TGA, 2020b).

Güvenli Turizm Sertifikasyon Programının amacı, Covid-19 sürecindeki olumsuz etkileri asgari seviyede tutmada bir referans yol gösterici olmak ve sürecin sona ermesine hazırlık sağlamaktır. Turizme katılan ziyaretçi ve gezginlerin salgından korunmada hijyen ve yüksek güvenlik beklentilerini karşılamanın temel amaç olduğu programda diğer önemli bir amaç ise programın dünyada Covid-19 kapsamında turizme yönelik ilk uygulama olmasına bağlı olarak sürecin ve algının yönetimiyle rekabet üstünlüğü kurmak ve Dünya’da Türkiye’deki önlem ve tedbirlere ilişkin uygulamaların farkındalığını arttırmaktır (Kılıç, 2021: 360).

Program dahilinde sertifika almak isteyen işletmeler, bakanlık tarafından yetkilendirilmiş akreditasyon şirketlerince sağlık ve hijyen kriterleri çerçevesinde denetlenmekte, raporlar hazırlanmakta ve düzenli denetlemeler yapılarak kriterlere uygun hizmet üretilip üretilmediği tespit edilmektedir. Programa dahil olan işletmeler Turizm Bakanlığı’nın resmi internet sitesinde duyurulmaktadır. Bu sayede misafirler seyahatleri boyunca yararlandıkları transfer ve tur araçlarının, konaklama işletmelerinin, restoran ve kafelerin, havalimanlarının belirlenen standartlara yönelik denetlenip denetlenmediğini öğrenebilmektedirler (Alaeddinoğlu & Rol, 2020: 250).

Güvenli Turizm Sertifikasyonunu alan işletmeler belgeyi işletmelerinin görünen bölgelerinde sunmakla birlikte üzerinde yer alan kare kod sayesinde tesislerle ilgili tüm denetleme bilgilerine ulaşılabilmesini sağlamaktadırlar (Kılıç, 2021: 362). Güvenli Turizm Sertifikası, 30 ve üzeri oda kapasitesine sahip tüm konaklama tesisleri için 01.01.2021 tarihinden itibaren zorunlu hale getirilmiştir. 30'dan az odaya sahip tesisler ve diğer alanlar için ise isteğe bağlı şekilde uluslararası akreditasyon kuruluşlarından başvurularak ilgili sertifika alınabilmektedir (TGA, 2020c).

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın öncülüğünde geliştirilen ve dünyada turizme yönelik bir ilk olma özelliği taşıyan “Güvenli Turizm Sertifikasyon” programı, hem yurtiçi hem de yurtdışı ziyaretçilere güven ve güvence oluşturmuştur. Ayrıca program, turistlerin tercihlerini etkilemenin yanında uluslararası seyahat kısıtlamalarının kaldırılmasında siyasi ve diplomatik bir araç olarak da kullanılmaktadır. Bunlarla birlikte “Güvenli Turizm Sertifikasyon” programının Covid-19 sürecinde pazarlama ve güven aracı olarak kullanılmasının süreç sonrası dönemde de rekabet üstünlüğü sağlamada önemli olabileceği öngörülmektedir. Programın salgın sonrasında geliştirilerek sürdürülmesinin Türkiye turizm endüstrisi için güçlü bir kazanç olabileceği düşünülmektedir (Kılıç, 2021: 365).

Covid-19 salgınına yanıt vermede gerçekleştirilen uygulamalardan biri de kitlesel olarak Covid-19 aşılmasıdır. 2021 yılı turizm sezonunun açılmasını takiben Türkiye'deki turizm hizmetlerinin tüm yıl boyunca kesintisiz bir şekilde sürdürülebilmesi amacıyla 2021 Mart ayında T.C.

Kültür ve Turizm Bakanlığı, T.C. Sağlık Bakanlığı ve Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı ile birlikte “Güvenli Turizm Programı” kapsamında turizm çalışanları aşılama programına öncelikli grup olarak dahil edilmiştir. Güvenli Turizm kapsamındaki aşılama programına Güvenli Turizm Sertifikasına sahip faaliyette olan tüm turizm işletmelerinin çalışanları “Aşılama Kayıt Sistemi”nden kayıt oluşturularak dahil olabilmektedirler (TGA, 2021a).

Dünya Turizm Etik Komitesi (WCTE) tarafından 2021 Mayıs ayında yayınlanan bildirmede, Covid-19 sürecine ilişkin dünya turizm hareketliliğinde kullanılacak herhangi bir Covid-19 sertifika belgesinin taşınması gereken koşullara ilişkin yedi öneride bulunulmuştur. Bu öneriler; sertifikanın tanı, iyileşme veya aşı durumuyla ilgili benzersiz bir belge olması, Covid-19 sonrası dönemde sertifikanın sınırlandırılarak kullanımının durdurulması, sertifikanın önceliğinin uluslararası hareketlilikte geçerli olması, hem dijital hem de kağıt formatında kullanılabilmesi, sertifikanın veri koruma ve güvenliğinin sağlanarak olası dolandırıcılık ve kötüye kullanımları önlemede bir orijinallik garantisi sağlaması, ülkelerin uluslararası düzeyde uygun fiyatlı testlere ve ücretsiz aşılarla erişim sağlaması gerektiğine bağlı olarak sertifikanın da ücretsiz olması, destinasyonların aşı ve sertifika konusunda yeterli erişime sahip olması ve bu konuda düzenlenecek paket turlara veya diğer benzer ürünlere izin verilmemesi gerektiği şeklindedir (WCTE, 2021). Bu kapsamda WCTE, uluslararası Covid-19 seyahat sertifikasının; uluslararası seyahatlerde sertifika kullanımının sorumlu ve sürdürülebilir biçimde ülkeler dahil tüm

turizm paydaşlarına, turistlere ve çalışanlara hitap eden ücretsiz, adil, erişilebilir, uzlaştırıcı, ayrımcılık yapmama ilkelerini ve yerel halkın sağlık önlemlerini koruyucu nitelikte olması gerektiğini belirtmektedir.

2. COVID-19 SÜRECİNDE DÜNYADA ve TÜRKİYE’DE TURİZM ENDÜSTRİSİNİN DURUMU

Covid-19 sürecinin yarattığı kriz 50’den fazla sektör ile bağlantılı olan turizm endüstrisini önemli ölçülerde etkilemiş ve sadece turizmde değil dünya çapındaki tüm iş yapma biçimlerinde değişikliğe gidilmesini gerektirmiştir. Salgın süreci özellikle dijitalleşme olmak üzere önceden var olan bazı eğilimleri büyük ölçüde hızlandırmıştır (OECD, 2020). Turizmin bu süreçte iyileşebilmesinde ülkelerin ulusal çapta bölgeler ve yerel yönetimler ile birlikte etkin bir strateji planı oluşturmaları ve bunu güncel bir biçimde sürdürmeleri gerekmektedir. Salgında bazı bölgelerdeki nüfusların sağlığının diğerlerine göre daha fazla etkilendiği görülmektedir. Salgından etkilenen büyük kentsel alanların yanında bölgelerdeki daha yoksun alanların daha az yoksun olanlara göre daha fazla etkilendiği gözlenmektedir. Örneğin Amerika’da 2020 Ekim ayında meydana gelen ölüm sayısındaki en yüksek artış, metropollere komşu olmayan kırsal bölgelerde gerçekleşmiştir.

Ülkelerin salgının etkilerini en aza indirmede; ulusal ve yerel yönetimler arasında koordinasyon ve işbirliğini en üst düzeyde sağlaması, salgının seyri açısından komşu ülkelerle sınır ötesi işbirliği içerisinde olması, alınan tedbirlerde “yer temelli” ve bölgesel olarak hassas bir yaklaşım benimsemesi, daha fazla kötüleşmeyi sınırlamak ve kapsayıcılığı arttırmak için ulusal düzeydeki hassas gruplar dahil mali

desteğini güçlendirmesi, azalan gelirler ve artan harcamalar arasındaki boşluğun özel hibe programlarıyla azaltılması, yerel mali boyutta dahil olmak üzere vergi düzenlemeleri ve dış finansmana kolay erişim için yenilikçi mali araçların keşfedilmesi, ulusal yatırımların geri kazanım stratejilerine yerel yönetimlerin de dahil edilmesi, mevcut yatırımlara ilişkin kurtarma stratejilerinde seçici olunması, salgının etkisinin azaltılmasında kamu yatırımlarının kullanılması gibi bir dizi eylem planını, uygulamalarına entegre etmeleri gerekmektedir (OECD, 2020).

UNWTO Ocak 2021 raporunda; 2020 yılında dünya genelinde turizm endüstrisinin Covid-19 salgınının etkisiyle benzeri görülmemiş bir krize maruz kaldığı vurgulanmıştır. 2020 yılında uluslararası turist varışları dünya genelinde yaygınlaşan seyahat kısıtlamaları ve talebin büyük ölçüde düşmesi nedeniyle 2019 yılına göre yaklaşık % 74'lük bir oranda gerilemiştir. Uluslararası seyahatlerdeki bu düşüş tahmini olarak dünya turizm gelirlerinde 1,3 trilyon \$ kaybı temsil etmektedir ve bu kayıp 2009 ekonomik krizi sırasında kaydedilen kaybın 11 katından da fazladır. Asya ve Pasifik bölgesinde uluslararası varışlarda 2020 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık 300 milyon varış kaybı ile % 84 oranında bir kayıp gerçekleşerek dünya genelindeki en yüksek turizm kaybı gerçekleşmiştir. Orta Doğu ve Afrika bölgesi % 75 kayıp ile Asya ve Pasifik bölgesini takip etmiştir. Avrupa bölgesinde ise 500 milyonun üzerinde kayıp ile % 70 oranında bir düşüş oluşmuştur. Amerika kıtasındaki kaybın oranı ise % 69 şeklinde gerçekleşmiştir (UNWTO, 2021a).

2020 Ekim ayında yapılan UNWTO uzmanlar anketi verilerine göre 2021 yılı için ortaya çıkan tablo karışık bir görünüm sergilemektedir. Ankete katılan uzmanların neredeyse yarısı (% 45) 2021 yılı için daha iyi beklentiler öngörmekteyken, % 25’lik bir oran 2019 yılı ile benzer bir performans beklediğini belirtmiş ve kalan % 30’luk oranı oluşturan katılımcılar ise 2021 yılı için kötüleşme öngördüklerini bildirmişlerdir. UNWTO’nun son yaptığı anket verilerine göre ise katılımcıların % 50’sinin artık yalnızca 2022 yılında bir toparlanma olacağını öngördüğü sonucu ortaya çıkmıştır. Geriye kalan katılımcıların yarısı (% 50) ise potansiyel bir toparlanmanın 2021 yılında gerçekleşeceğini öngörmüşlerdir. Ayrıca uzmanlar açık hava ve doğa temelli turizm faaliyetlerine yönelik talebin artış gösterdiğini, iç turizmin ve “Yavaş Seyahat” deneyimlerine olan ilginin artacağını belirtmişlerdir. Uzman katılımcıların daha ileriye dönük görüşleri değerlendirildiğinde ise çoğu uzmanın 2023 yılından önce salgın öncesi seviyelere dönüşün mümkün olamayacağını öngördüğü raporda belirtilmiştir (UNWTO, 2021a).

UNWTO’nun 2021-2024 yılları için genişletilmiş senaryolarında ise 2019 seviyelerine dönüşün iki buçuk ila dört yıl alabileceği belirtilmiştir. Ayrıca Covid-19 aşısının kademeli olarak kullanıma sunulmasının, turistlerin güveninin yeniden kazanılmasına yardımcı olması, seyahat kısıtlamalarının hafifletilmesine katkıda bulunması ve böylelikle 2021 yılı boyunca seyahati yavaşça normalleştirmesinin beklendiği belirtilmiştir (UNWTO, 2021a).

Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) raporuna göre pandemiden önce seyahat ve turizm endüstrisi dünya çapında doğrudan, dolaylı ve uyarılmış katkılar dahil olmak üzere yaratılan tüm istihdamın % 25'ini, doğrudan ise 334 milyon istihdam ile toplam tüm işgünün % 10,6'sını ve 9,2 trilyon \$ ile toplam dünya GSMH'nin % 10,4'ünü oluşturmuştur. Ayrıca 2019 yılında uluslararası ziyaretçi harcamalarının dünya toplam ihracatı içerisindeki payı % 6,8 ile 1,7 trilyon \$ olarak gerçekleşmiş ve bu oran uluslararası hizmet ihracatının % 27,4'ü şeklinde olmuştur. 2020 yılında ise dünya GSMH'si % 3,7'lik bir oranda gerilerken, seyahat ve turizm endüstrisinin dünya GSMH'ye katkısı bir önceki yıla göre % 49,1 düşerek yaklaşık 4,5 trilyon \$ gerilemiş ve toplam GSMH'ye katkısı % 5,5 oranla 4,671 trilyon \$ şeklinde gerçekleşmiştir. Seyahat ve turizm endüstrisi istihdam verilerinde ise 2020 yılında dünya genelinde % 18,5'lik oranda 62 milyon iş kaybedilmiş ve endüstri genelindeki toplam istihdam sayısı 272 milyona düşmüştür. Halihazırda çok sayıda istihdam, devletlerin işgücü tutma programları tarafından desteklendiğinden istihdam kaybı tehdidi halen devam etmektedir. Bunlara ilave olarak 2020'de dünya genelinde yurt içi ziyaretçi harcamaları % 45 azalırken, yurt dışı ziyaretçi harcamalarında % 69,4'lük bir gerileme yaşanmıştır (WTTC, 2021).

Turizm dünya genelinde milyonlarca insanın geçim kaynağıdır. Dolaylı ve uyarılmış etkisiyle birlikte milyarlarca insanı etkilemektedir. Dünya GSMH'nin % 20'sinden fazlasını oluşturan dünyanın üçüncü büyük ihracat endüstrisidir. Birleşmiş Milletler'in 2020 yılı Ağustos ayında yayınladığı "Covid-19 ve Dönüşen Turizm" raporuna göre salgın

döneminde turizmin ihtiyaçları için bir yol haritası belirlenerek beş öncelik saptanmıştır. Bu öncelikler; krizin sosyo-ekonomik etkileri ve geçim kaynakları üzerinde özellikle ekonomik güvenliğin sağlanması ve kadın istihdamı, rekabet gücünün artırılarak dayanıklılığın oluşturulması, turizm ekosistemindeki yenilikçi teknolojiler ile dijitalizasyonun sağlanması, geniş kapsayıcılığa sahip yeşil büyüme ve sürdürülebilirliğin artırılması, uluslararası koordinasyon ve ortaklıklar oluşturularak turizmin başarıyla dönüştürülmesi şeklindedir. (United Nations, 2020).

Covid-19 salgınının Türkiye turizm endüstrisine olan ekonomik etkileri ele alındığında, Türkiye’de turizm gelirlerinin harcama kalemlerine göre 2019 ve 2020 yılları karşılaştırması Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2: Türkiye Turizm Gelirlerinin Harcama Kalemlerine göre 2019 ve 2020 Yılları Dağılımı

Harcama Türü	2019 Yılı		2020 Yılı		Değişim (%)
	Miktar (1000 \$)	Pay (%)	Miktar (1000 \$)	Pay (%)	
Toplam turizm geliri (A+B)	34 520 332	100	12 059 320	100	-65,07
Kişisel harcamalar (A)	25 355 577	73,45	9 998 320	82,9	-60,57
Yeme-içme	6 756 719	19,57	2 815 772	23,3	-58,33
Konaklama	3 621 359	10,49	1 255 681	10,4	-65,33
Sağlık	1 065 105	3,09	548 882	4,6	-48,47
Ulaştırma (Türkiye içi)	2 247 263	6,51	827 384	6,9	-63,18
Spor, eğitim, kültür	393 778	1,14	104 716	0,9	-73,41
Tur hizmetleri	142 047	0,41	30 744	0,3	-78,36
Yerli uluslararası ulaştırma	4 607 257	13,35	1 882 315	15,6	-59,14
Cep telefonu dolaşım harcamaları	85 364	0,25	47 414	0,4	-44,46
Marina hizmet harcamaları	41 752	0,12	27 929	0,2	-33,11
Diğer mal ve hizmetler	6 394 933	18,53	2 457 483	20,4	-61,57
• Giyecek ve ayakkabı	3 921 072	11,36	1 540 506	12,8	-60,71
• Hediyeelik eşya	1 344 768	3,90	480 515	4,0	-64,27
• Halı, kilim vb.	120 436	0,35	25 220	0,2	-79,06
• Diğer harcamalar	1 008 657	2,92	411 241	3,4	-59,23
Paket tur harcamaları (ülkemize kalan pay) (B)	9 164 755	26,55	2 060 999	17,1	-77,51

Kaynak:(T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020a; 2021)

Tablo 2'ye göre Türkiye'de 2020 yılında toplam turizm gelirlerinde % 65,07'lik bir düşüş gerçekleşmiş ve bu gerileme tüm gelir kalemlerinde % 33 ila % 79'luk oranlarda değişmektedir. Örneğin, turizm gelir kalemlerini oluşturan kişisel harcamalarda (A) % 60,57'lik bir gerileme görülürken, paket tur harcamalarındaki (B) gerileme % 77,51 oranla daha yüksek bir şekilde oluşmuştur. 2019 yılında 1 milyar doların üzerindeki kişisel harcama kalemlerine ilişkin gelirler incelendiğinde ise yeme-içmede % 58,33, konaklamada % 65,33, sağlıkta % 48,47, Türkiye içi ulaşımda % 63,18, yerli uluslararası ulaşımda % 59,14, diğer mal ve hizmetlerde ise % 61,57'lik bir gerileme gerçekleşmiştir.

Genel olarak turizm gelir kalemlerinde an az düşüşün % 33,11 ile marina hizmet harcamalarında olduğu görülürken, en fazla kaybın olduğu gelir kalemi ise % 79,06 ile diğer mal ve hizmet kalemleri içerisinde yer alan halı, kilim vb. gelirlerde ortaya çıkmıştır. Bu gelir kalemini % 78,36 ile tur hizmetleri ve % 77,51'lik düşüş ile de paket tur harcamaları izlemiştir. Buna göre Tablo 2'deki gelir kayıpları incelendiğinde Türkiye'de 2020 yılı salgın sürecinde seyahat acentelerinin en fazla oranda etkilenen sektör olduğu görülmektedir.

2.1. Covid-19 Sürecinde Konaklama İşletmeleri

Covid-19 salgınının etkisini en çok gösterdiği sektörlerden biri de konaklama işletmeleri olmuştur. Çok sayıda konaklama tesisi, işgücünde önemli düşüşler yaşamış ve çoğu işletme geçici veya kalıcı olarak tesislerini kapatmak durumunda kalmıştır. McKinsey'in araştırmasına göre konaklama işletmelerine yönelik talebin salgın öncesi seviyelere ulaşabilmesinin 2023 yılını bulabileceği ve tesislerin elde ettikleri odabaşına düşen gelirlerin 2024 yılına kadar toparlanamayacağı öngörülmüştür (TÜRSAB, 2020:11).

Uluslararası veri analiz şirketi STR Global ve Türkiye Otelciler Birliği'nin (TÜROB) iş birliği ile hazırlanan otel doluluk verileri raporuna göre 2020 Eylül döneminde Avrupa destinasyonlarının doluluk ortalamaları % 51,7 düşüş göstererek % 38,9'a gerilerken, ortalama oda fiyatı % 29,9 düşüşle 86.4 € ve oda gelirleri % 66,1 düşüşle 33.6 € olarak saptanmıştır (TÜRSAB, 2020:11).

2020 yılı turizm istatistiklerine göre Türkiye’de % 48,2 azalışla toplam 41,9 milyon tesise varış ve % 54,9 azalışla toplam 95,3 milyon geceleme gerçekleşmiştir. Konaklama işletmelerinde ortalama kalış süresi bir önceki yıla göre % 12,64’lük azalışla 2,28 gün (2019 yılı ortalama kalış süresi 2,61) ve toplam doluluk oranı % 58’lik düşüşle % 22,45 şeklinde (2019 yılı doluluk oranı % 53,48) oluşmuştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

Bakanlık işletme belgeli ve belediye belgeli toplam konaklama tesis sayıları incelendiğinde 2019 yılında 12.142 tesis 1.538.010 yatak kapasiteyle hizmet sunarken, 2020 yılındaki toplam tesis sayısı 12.827 tesis (% 5 artış) ve yatak kapasitesi 1.596.667 (% 3) sayısına ulaşmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). Bu rakamlardan da anlaşılacağı üzere pandemi döneminde tesis ve yatak kapasitesinde bir artış yaşanmıştır. Salgına rağmen konaklama işletmelerinin arz kapasitesinin artış göstermesi salgın öncesi yatırım belgeli tesislerin faaliyete geçmesiyle açıklanabilir.

2020 Temmuz ve 2021 Ocak ayında Metro Türkiye’nin NielsenIQ araştırma şirketi ortaklığı ile 3372 katılımcıyla oteller üzerinde gerçekleştirdiği araştırma sonucunda oteller için öncelik sırasına göre; hijyene odaklanmak ve çok kalabalık olmamak, web sitelerine önem vermek, Güvenli Turizm Sertifikası almak ve misafirlerini bilgilendirmek, misafirlerin özel günlerine ilişkin hizmetler sunmak gibi önemli tavsiye ve çıkarımlar geliştirilmiştir. Ayrıca araştırmada misafirlerin % 86’sının öncelikli olarak tesiste hijyen sertifikası olup olmadığını kontrol ettiği saptanmıştır (Metro Türkiye, 2021).

Türkiye’de konaklama işletmelerinin ziyaretçilerin sağlık ve hijyen konusunda güvenini sağlayarak salgın sürecinde misafir sayılarını arttırabilmelerinde önemli bir etken olan “Güvenli Turizm Sertifikası”na sahip ve başvuru sürecinde olan tesis sayıları, 15 Mayıs 2021 itibariyle Bakanlık Belgeli 2345 işletme ve Belediye Belgeli 1602 işletme olmak üzere toplam 3994 tesis şeklindedir (TGA, 2021b). Buna göre toplam konaklama tesis sayıları içerisindeki “Güvenli Turizm Sertifikası”na sahip tesislerin oranının başvuru aşamasında olanlar dahil % 31,13 olduğu görülmektedir.

2.2. Covid-19 Sürecinde Tur Operatörleri ve Seyahat Acenteleri

Covid-19 pandemisi sürecinde grup ve kitlesel seyahat hareketlerinin kısıtlamalar sebebiyle durma noktasına gelmesi seyahat acentelerini olumsuz etkilemiştir. 2020 yılı Nisan ayında McKinsey tarafından dünya çapında yaklaşık 1200 tur operatörüyle yapılan bir araştırmada, rezervasyonlarda bir önceki yıla göre kaybın % 85 oranında olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırmada sektörün dünya genelinde 2020 yılı sonunda uğrayacağı kaybın % 73 seviyelerinde olabileceği öngörülmüştür (TÜRSAB, 2020:12). Türkiye’de ise sektörün daha önce Tablo 2’de belirtildiği üzere 2020 yılında paket tur gelirlerinde % 77,51’lik ve tur gelirlerinde % 78,36’lık bir azalışın gerçekleşmiş olması, McKinsey’in dünya geneli araştırmasında öngörülen orandan da daha yüksek düzeyde etkilendiğini göstermektedir.

Rekabetçi tur operatörleri ve seyahat acenteleri bünyelerindeki alt markalar da dahil olmak üzere çevrimiçi rezervasyon sistemleri ve mobil akıllı uygulamalar gibi yenilikleri faaliyetlerinde

kullanılmaktadırlar. Salgın sonrasında ziyaretçilerin çoğunun seyahat taleplerini acentelere gitmeden akıllı uygulamalar üzerinden gerçekleştirmesiyle geleneksel acente hizmeti anlayışının daha da zayıflayacağı tahmin edilmektedir (Atay, 2020: 170). Statista'nın Mayıs 2021'de yayınladığı verilere göre uluslararası çevrimiçi seyahat acentesi sektörünün 2019 yılındaki toplam büyüklüğü 744,73 milyar \$'a ulaşmıştır. Bu rakamın salgın nedeniyle 2020 yılında yaklaşık 596 milyar \$'a gerilemesi beklenirken ilerleyen süreçte yıllık % 11,24 büyüme oranıyla 2023 yılında yaklaşık 820 milyar \$'a ulaşması öngörülmektedir (Statista, 2021a).

Dijital seyahat acentesi sektörü özelinde incelendiğinde ise dünyada en yüksek gelir elde eden işletmelerin Booking Holdings ve Expedia Group olduğu görülmektedir. 2019 yılında Booking Holdings 15,07 milyar \$ gelir, Expedia Group ise 12 milyar \$ gelir elde etmişlerdir. 2020 yılı gelirleri ele alındığında Booking Holdings gelirlerinin yaklaşık % 55'lik düşüşle 6,8 milyar \$'a gerilediği, Expedia Group gelirlerinin ise benzer oranda % 56'lık bir azalışla 5,2 milyar \$'a gerilediği gözlenmiştir (Statista, 2021b). Bu durum tur operatörlerinin ve seyahat acentelerinin dünya genelinde % 70'in üzerinde gerilediği 2020 yılı salgın sürecinde, dijital seyahat acentesi sektörünün daha az etkilendiğini ve çevrimiçi seyahat pazarının salgın sonrası dönemde de yükselişine hızla devam edeceği şeklinde değerlendirilebilir.

Konaklama işletmelerinde olduğu gibi seyahat acenteleri de Güvenli Turizm Sertifikası programına özellikle tur ve transfer araçları için dahil olmaktadır. 15 Mayıs 2021 tarihi itibarıyla Türkiye genelinde

1589 adet tur ve transfer aracına Güvenli Turizm Sertifikası belgesi verilmiştir (TGA, 2021b). 2019 yılı turizm verilerine göre; Türkiye’de A Grubu 11.234 adet, B Grubu 58 adet ve C Grubu 118 adet olmak üzere toplam 11.410 adet seyahat acentesi bulunmaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020a). 2020 yılı sonundaki seyahat acentelerinin sayısı ise A Grubu 12.098 adet, B Grubu 53 adet ve C Grubu 118 adet olmak üzere toplam 12.269 acente sayısına ulaşmıştır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021). C Grubu acente sayısında değişim gözlenmezken, B Grubu acente sayısı beş eksilmiştir. Burada dikkat çeken ise ilgili dönemlerde A Grubu seyahat acentesi sayısının 859 adet artış göstermesidir. Bununla birlikte bu artış 2018-2019 yılında gerçekleşen 1105 adet A Grubu acente sayısı artışından yaklaşık % 22 oranında daha azdır.

2.3. Covid-19 Sürecinde Yiyecek-İçecek İşletmeleri

Covid-19 salgını sosyal hayatı ve ekonomiyi oluşturan çok sayıda sektörde yıkıcı bir etki yaratırken, yiyecek-içecek sektörü de bundan en fazla etkilenen sektörlerden biri olmuştur. Alınan önlemler ve tüketicilerin sağlık endişelerinin artmasıyla çok sayıda yiyecek-içecek işletmesi faaliyetlerine ara vermek durumunda kalmışlardır (İflazoğlu & Aksoy, 2020: 3363).

2020 Mayıs “Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Global Pazar Raporu 2020-30: Covid-19 Etkisi ve İyileştirme” raporuna göre uluslararası yiyecek ve içecek hizmetleri pazarının 2019’da 3.606,1 milyar \$’dan salgının etkisiyle yıllık bileşik büyüme oranında % 2,9 azalış ile birlikte 2020’de 3.503,3 milyar \$’a düşmesi ve 2021’den itibaren yıllık % 8’lik bir

büyüme ile toparlanarak 2023 yılında 4.290,1 milyar \$'a ulaşması öngörülmüştür. Raporda ayrıca organik ve yerel olarak üretilen yiyeceklerin giderek daha popüler hale geldiği ve tüketicilerin organik ve yerel olarak yetiştirilen gıda ürünlerini sunan restoran ve kafelerden hizmet alma eğilimi gösterdikleri saptanmıştır. Bununla birlikte rapora ilişkin yapılan araştırmada yiyecek ve içecek hizmetleri endüstrisindeki rekabetçi şirketlerin içeriklerini yükselterek daha sağlıklı yemeklerle uygulamalar yaparak kendilerini farklılaştırmaya çalıştıkları belirlenmiştir (Research and Markets, 2020).

2020 Aralık ayında yayınlanan “Yiyecek ve İçecek Hizmetleri Global Pazar Raporu 2021: Covid-19 Etkisi ve 2030’a İyileştirme” raporuna göre ise 2020’de salgınının etkisiyle yiyecek-içecek hizmetleri pazarının 2.764,06 milyar \$'a gerilediği ve yıllık bileşik büyüme oranında % 18,5’luk gelişme göstererek 2021 yılında pazar büyüklüğünün 3.274,89 milyar \$'a ulaşması öngörülmüştür. Ayrıca raporda ilerleyen yıllarda % 6’lık yıllık büyüme ile 2025 yılında pazar büyüklüğünün 4.172,72 milyar \$'a ulaşacağı tahmin edilmektedir (The Business Research Company, 2020).

Deloitte araştırma merkezinin Haziran 2020 raporuna göre Türkiye’de yiyecek-içecek sektöründe faaliyet gösteren irili ufaklı 100 bin işletmeye bağlı doğrudan 2 milyon çalışan ile 2019 yılında 125 milyar TL düzeyinde ekonomik büyüklüğe erişilirken, 2020 yılında Covid-19’un etkisiyle bu hacmin % 52’lik oranda bir azalışla 65 milyar TL seviyelerine gerilemesi öngörülmüştür (Deloitte, 2020:3). Türkiye turizm istatistiklerine göre ise Tablo 2’de belirtildiği üzere 2020 yılında

bir önceki yıla oranla turizm harcama kalemlerinde yeme-içme segmentinde % 58,33'lük bir kayıp gerçekleştiği görülmektedir.

Metro Türkiye'nin araştırma şirketi NielsenIQ işbirliği ile 2020 Temmuz-2021 Ocak döneminde 3.372 katılımcı ile gerçekleştirdiği "Covid-19 Dönemi Otel ve Restoran Ziyaretçilerinin Beklentileri" araştırmasına göre restoranlarda temel beklentiler içerisinde yer alan fiyat-performans dengesi ve lezzet kriterleri, Covid 19'un etkisiyle hijyenik ve temiz bir ortam kriterine doğru bir değişimi işaret etmektedir (Metro Türkiye, 2021).

Araştırmada restoranlarda alınan önlemlere ilişkin tedbirler önem sırasıyla; Tuvaletlerin Düzenli Sterilizasyonu (%83), Personelin Kişisel Koruma Ekipmanlarını Düzenli Değiştirmesi (%80), Masaların Düzenli Dezenfeksiyonu (%78), İç Mekanda Taze Hava Dolaşımı (%78), Mesafeli Oturma Düzeni (%76), Personelin Düzenli Test Olması (%70) şeklinde saptanmıştır (Metro Türkiye, 2021). Servis ve mutfak ile ilgili alınan önlemlerin başında; Tek Kullanımlık Servis Malzemeleri (% 65) gelirken, genel hizmetler ve ödemelere ilişkin tedbirlerin başında ise Temassız Ödeme ve Menü Seçenekleri (% 49) geldiği belirlenmiştir. Özellikle 2020 Kasım ayında alınan kararlar neticesinde restoranların sadece gel-al ve paket servis sunabilmelerine izin veren düzenlemelerden sonra bu hizmetlerde oluşan talebin rekor düzeyde artış gösterdiği gözlenmiştir (Metro Türkiye, 2021).

Covid-19 salgını sürecinde yiyecek ve içecek hizmetleri sektöründe yukarıda belirtilen olumsuz ekonomik etkilerin yanında özellikle tüketicilerin paket servise internet üzerinden yönelmelerinin artmasıyla

beraber çevrimiçi yemek teslimatı sektöründe gelişim gözlenmektedir. 2021 yılında dünya genelinde 151,52 milyon \$'a ulaşması beklenen sektör büyüklüğünün yıllık % 6,36'lık büyüme oranıyla 2024 yılında pazar hacminin 182,32 milyar \$'a ulaşması öngörülmekle birlikte 2021'de tüketici başı ortalama gelirin 113,49 \$ olacağı ve 2024 yılına kadar tüketici sayısının 1.589,3 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir (Statista, 2021c).

Türkiye genelinde 16 Mayıs 2021 tarihi itibarıyla Güvenli Turizm Sertifikasına sahip Bakanlık Belgeli 84, Belediye Belgeli 1.166 adet restoran ve kafe bulunmaktadır (TGA, 2021b).

2.4. Covid-19 Sürecinde Turizm Rehberliği

Covid-19 salgınıyla birlikte neredeyse tüm turizm faaliyetlerinin durma noktasına gelmesi, gelirlerini turlardan kazanan profesyonel turist rehberlerinin salgından en fazla etkilenen meslek gruplarından biri olmasına neden olmuştur (Atay, 2020: 171). 2020 yılı Haziran ayı itibarıyla daha önce alınan sert tedbirlerin gevşetilmesi ve yeni normale geçilmesi ile turlar yarı kapasitede düzenlenmeye başlanmış ve turizm işletmeleri hayata geçirilen hijyen kuralları ile tekrar faaliyetlerine başlamıştır.

Turizm faaliyetlerinin kademeli olarak yeniden başlamasıyla birlikte T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı pandemi sürecinde turist rehberleri için de uyulması gereken kurallara yönelik bir genelge yayınlamıştır. Genelgeye göre; Turist Rehberleri Birliği (TUREB) tarafından rehberlere pandemi kapsamında hijyen ve salgın konularında çevrimiçi

eğitim verilmesi, rehberlerin hijyen, maske ve sosyal mesafe kurallarına uyması ve bu hususlarda turistleri daimi olarak bilgilendirmesi ve uyarması, tur araçlarında koruyucu ekipmanların eksiksiz bulundurulması, turdaki katılımcıların 14 günlük sağlık geğmişı konusunda bilgilerinin istenmesi, olası hastalık belirtilerine sahip katılımcıların sağlık kuruluşlarına sevki, hastalık tanısı veya hasta olanlarla teması bulunan rehberlerin sağlık kuruluşlarınca irtibata geğerek 14 gün süresince çalışmaması gerekmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2020b).

Turist rehberlerinin meslekleri gereği hayatlarını ekonomik açıdan sürdürebilmeleri için tur faaliyetlerine katılabilmeleri gerekmektedir. Rehberler seyahat kısıtlamaları ve sokağa çıkış yasaklarından dolayı çalışamaz duruma geçtiklerinden birikimlerini tkermeye başlamışlar ve maddi açıdan zor durumlarla karşılaşmışlardır. Düzgün ve Kurt'un 2020 Ağustos ayında Ankara'daki turist rehberleri üzerinde yaptığı bir araştırmada, turist rehberlerinin salgın sürecinde hem psiko-sosyal hem de ekonomik açıdan nasıl etkilendikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada elde edilen sonuçlar Ekonomik, Güven ve Gelecek Planlaması şeklinde üç kategoride toplanmıştır. Buna göre ekonomik olarak geçimini bu meslekten sağlayan turist rehberlerinin sezon boyunca işsiz kalması, ciddi düzeylerde ekonomik kayıpların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ekonomik etkileri hafifletmek adına diğer alanlarda olduğu gibi turist rehberlerine de kredi olanakları sunulmuştur. Fakat sunulan bu imkanın st limitlerden değil de halka sunulandan herhangi bir farkı olmadığı saptanmıştır.

Güven konusunda rehberler, salgın sürecinde sınırlı sayıda düzenlenen turlarda hem acente yetkilileri hem de tur katılımcıları çerçevesinde salgının ciddiyetinin farkında olunmayan durumlarla karşılaşarak güvensizlik yaşamışlardır. Buna bağlı olarak rehberlerin psikolojik olarak da etkilendiği belirlenmiştir. Gelecek Planlamasında ise, rehberlerin salgın sürecinde insanların tercihlerinin değişerek özellikle açık havada düzenlenecek turizm faaliyetlerine katılmaya daha çok istekli olacakları düşüncesine sahip oldukları saptanmıştır. Salgın sürecinde rehberler sadece maddi yönden zorlanmamış, psikolojik ve sosyal yönden de etkilenmişler ve bu etkilerin rehberler üzerinde ciddi gelecek kaygıları oluşturduğu belirlenmiştir. Turist rehberleri yapıları gereği özgür yaşam tarzını benimsemiş ve kalabalık ortamlarda mesleklerini icra eden bireyler olmalarından salgın döneminden oldukça ciddi bir biçimde olumsuz olarak etkilenmişlerdir.

TUREB ve Turizm Bakanlığı işbirliği neticesinde turist rehberlerine Mart 2021 itibariyle Türkiye genelinde uygulanan aşılama çalışmalarında öncelik verilmesi sağlanmıştır. Türkiye’de rehber odaları kayıtlarında 19 Mayıs 2021 tarihi itibariyle bölgelere göre Marmara’da 1238; Ege’de 1029; İç Anadolu’da 934; Akdeniz’de 909; Karadeniz’de 469; Güneydoğu Anadolu’da 210 ve Doğu Anadolu’da 101 olmak üzere toplam 11.348 profesyonel turist rehberi bulunmaktadır (TUREB, 2021).

3. COVID-19 ile BİRLİKTE DEĞİŞEN TURİST EĞİLİMLERİ

Covid-19 Dünya genelinde tüketici davranışlarını da yüksek derecede etkilemektedir. KPMG’nin 12 ülkede 70.000 katılımcı ile üç aylık

dönemlerde yaptığı araştırmanın 2020 Eylül ayı raporuna göre tüketicilerin çok büyük bir kısmının Covid-19 sürecinin 1 yıldan daha uzun vadede atlatılacağını düşündüğü sonucuna ulaşılmıştır. Pandemi süreciyle ortaya çıkan “Hesaplı, Seçici ve Dijital” tüketici modelinin en önemli önceliğinin ise “Kişisel Güvenlik” olduğu saptanmıştır (KPMG Türkiye, 2020b).

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre tüketicilerin tasarrufa daha öncesinde hiç olmadığı kadar önem verdikleri ve böylelikle 6-12 ay aralığındaki harcamaların Covid-19 öncesi döneme kıyasla % 22 oranında azalacağı, gerekli olmayan satın almalara yönelik harcamaların ise % 34 oranında düşeceği öngörülmektedir. Bir önceki Temmuz ayı dönemindeki araştırma raporunda katılımcılara yöneltilen “*Ekonomik durumunuz yeterli olsa kısıtlamalar gevşetildiğinde ne yapardınız?*” sorusuna katılımcıların verdiği yanıtlara göre ilk sırada yer alan öncelikleri tatil ve dışarıda sosyalleşmek iken, Eylül ayındaki araştırmada ortaya çıkan ilk üç öncelik ise sırasıyla; tasarruf etmek, dışarıda yemek yemek isteği ve evde tatil şeklinde olmuştur. Katılımcıların eskisi gibi sosyal aktivitelere katılarak para harcama eğiliminde olmadıkları ve salgın döneminde en üst seviyede tasarruf etmeye eğilim gösterdikleri gözlenmiştir. Katılımcıların % 43’ünün ekonomik olarak zor bir dönemden geçtiğinin belirlendiği araştırmada, tüketicilerin dışarıya çıkma konusunda ve yaşamlarını eskisi gibi devam etmede daha az istekli oldukları saptanmıştır. Bununla birlikte katılımcıların yaklaşık % 20’sinin evde oturmayı tercih ettiği ve bu sayının bir önceki araştırmanın üç katı oranında artış gösterdiği

belirlenmiştir. Tüketicilerin Covid-19 öncesine göre kişisel güvenliği önceleyerek daha seyrek alışverişe yöneldiği ve alışverişlerde yerel tedarikçileri daha çok tercih ettiği gözlenmiştir (KPMG Türkiye, 2020b).

Google uzmanlarının Şubat 2021 yılında Google Trend verileri üzerinden 2021 yılı ve sonrasında devam etmesi beklenen tüketici eğilimlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği araştırmada ise ilk beş eğilim; tüketicilerin artık vitrin gezme eğilimini internete taşıdıkları, kimden alışveriş yaptıklarına daha çok dikkat ettikleri, daha iyi fırsatlar bekledikleri, her ürün için kapsamlı teslimat seçenekleri sunulmasını istedikleri ve tüketicilerin taleplerine ilişkin hareketliliğin devam edeceği saptanmıştır (Sinclair & Çilingir, 2021).

Dünya genelinde turist eğilimleri incelendiğinde salgınların görülmeye başlamasıyla birlikte turist davranışlarında değişiklikler ortaya çıkmıştır ve bununla birlikte turistler salgınlardan etkilenen ülkelere gitmeme eğilimi göstermektedirler. Salgın süreçlerinde turistler hava limanları, otobüs terminalleri ve tren garları gibi kalabalık alanlarda hastalıktan etkilenme konusunda endişe duyabilmektedirler. Buna bağlı olarak özel otomobil ile seyahat etme eğilimleri artış göstermektedir. Ayrıca turistlerin kalabalıktan kaçınmalarının yanında daha kapsamlı sağlık sigortaları yaptırdıkları ve bilmedikleri yemeklerden uzak durma eğiliminde oldukları da görülmektedir. Bunlarla birlikte turistlerin kendi ülke ekonomilerini desteklemek amacıyla iç turizme yöneldikleri de gözlenmektedir (Zeydan & Gürbüz, 2020: 128). Aynı zamanda turistlerin kalabalıktan uzaklaşmak, temizliği kendi kontrollerinde

sağlamak ve kendi yemeklerini yapmak gibi sebeplerden dolayı günlük ev, karavan ve yat kiralama eğiliminde oldukları görülmektedir (Demir vd., 2021: 83).

Wachyuni ve Kusumaningrum'un (2020) yaptıkları bir araştırmada, turistlerin % 65'inin altı aylık yakın vadede 1-4 günlük doğa turizmine yönelik turlara katılma eğiliminde oldukları saptanmıştır. Diğer taraftan turistlerin konaklama işletmeleri tercihinde de tutumlarının değiştiği görülmektedir. Otellerde konaklama eğilimi gösteren turistlerin butik veya zincir otellere yöneldikleri gözlenmektedir. Bu durum turistlerin butik otel işletmelerinin çok fazla kalabalık olmayacağı ve zincir otellerin de salgın tedbirlerine daha fazla önem vereceği düşüncelerinden kaynaklanabilmektedir (Kılıç vd., 2020: 558).

Sonuç olarak dünya çapında turizm, Covid-19 salgınından en çok etkilenen sektörlerden biri olmaya devam etmekte ve görünüm halen daha belirsizliğini korumaktadır. Aşılarla ilgili cesaret verici haberler salgından kurtulma umutlarını artırmakla birlikte halen sektörün 2022 yılına kadar hayatta kalmasının önünde pek çok zorluklar bulunmaktadır. İç turizmin yeniden canlanmaya başlaması bazı destinasyonlarda işler ve işletmeler üzerindeki pandemi etkisinin azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Bununla birlikte gerçek iyileşme ancak uluslararası turizm geri döndüğünde mümkün olabilecektir. Bu, küresel işbirliği ve salgından kurtulmaya dayalı çözümler gerektirmektedir. Ancak bu şekilde seyahat kısıtlamaları güvenli bir şekilde kaldırılabilir. Turizm ekosistemindeki işletmelerin ayakta kalması, sürekli hükümet desteği olmaksızın risk altındadır ve

hükümetler, turizme gelen darbeyi hafifletmek, iş kayıplarını en aza indirmek ve 2021 ve sonrasında iyileşme sağlamak için fedakar adımlar atmış olsalar da, daha fazlasının yapılması gerekmektedir. Covid-19 pandemi krizi, gelecekteki turizmi yeniden düşünmek için bir fırsattır. Turizm bir dönüm noktasındadır ve bugün alınan önlemler yarının turizmini şekillendirecektir. Hükümetlerin, dijitalleşmeden faydalanırken, düşük karbon geçişini desteklerken ve daha güçlü, daha sürdürülebilir ve dirençli bir turizm ekonomisi inşa etmek için gereken yapısal dönüşümü teşvik ederken, bu pandemi krizinin uzun vadeli sonuçlarını dikkate alması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Alaeddinoğlu, F., & Rol, S. (2020). Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı, 233-258.
- Artantaş, E., & Gürsoy, H. (2020). Covid-19 Üzerine Temel Sosyal Tartışmalar Ve Türkiye'nin Aldığı Tedbirlere Ait Bir Çerçeve. *Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(2), 158-171.
- Atay, L. (2020). COVID-19 Salgını ve Turizme Etkileri. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 17(1), 168-172.
- Dalkıran, G. B., & Bayrak, Ö. A. (2020). Pandemi Dönemi Turizmde Rusya Pazarı ve Türkiye'ye Yönelik Seyahat Planlarında Sağlık Turizmi Boyutu. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 221-228.
- Deloitte. (2020). *COVID-19 Etkisinde Restoran Sektörünün Bugünü ve Geleceği*. Deloitte: <https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/consumer-business/articles/COVID-19-etkisinde-restoran-sektorunun-bugunu-ve-gelecegi.html#>
Erişim Tarihi: 16.05.2021
- Demir, M., Şen Demir, Ş., Doğanay Ergen, F., & Dalgıç, A. (2021). Covid-19 Sürecinde Tüketicilerin Otel Seçimini Etkileyen Faktörler. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 7(1), 82-93.
- Düzgün, E., & Kurt, A. (2020). Covid-19 (Koronavirüs) Salgınının Turist Rehberleri Üzerindeki Etkileri: Ankara Turist Rehberleri Odası Örneği. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(23), 18-38.
- Google. (2021). *Covid-19 Dünya İstatistikleri*. Google: <https://g.co/kgs/D3oLs5>
Erişim Tarihi: 30.05.2021
- Göral, R., & Yurtlu, M. (2021). Uluslararası Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Endeksi Kapsamında Türkiye'nin Güçlü ve Zayıf Yönlerinin Değerlendirilmesi. *Sosyal, Beşeri Ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(6), 544-576.
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, Tourism and Global Change: A Rapid Assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1-20.
- İflazoğlu, N., & Aksoy, M. (2020). Tüketicilerin COVID-19 Salgını Sürecinde Yiyecek-İçecek İşletmelerinden Bekledikleri Hizmetin Niteliğine İlişkin Bir Araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(4), 3362-3377.

- Kılıç, B. (2021). Covid-19 Salgınında Kriz Yönetiminin Önemi: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının Güvenli Turizm Sertifikası Örneği. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(4), 354-367.
- Kılıç, B., Aslan, H., & Gövce, M. (2020). Covid-19 Sonrası Turistik Tüketim Tutumu. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Özel Sayı*, 554-570.
- KMPG Türkiye. (2020a). *Turizm Sektörünün Mali Gündemi ve Sürdürülebilirlik* KMPG Türkiye: <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2021/03/turizm-sektorunun-mali-gundemi-surdurulebilirlik-2021.pdf> Erişim Tarihi: 14.04.2021
- KPMG Türkiye. (2020b). *Pandemi sonrası yeni küresel tüketici modeli: Hesaplı, dijital, seçici*. KPMG Türkiye: <https://home.kpmg/tr/tr/home/medya/press-releases/2020/10/pandemi-sonrasi-yeni-tuketici-modeli.html> Erişim Tarihi: 19.05.2021
- Lee, C. K., Song, H. J., Bendle, L. J., Kim, M. J., & Han, H. (2012). The Impact of Non-Pharmaceutical Interventions for 2009 H1N1 Influenza on Travel Intentions: A Model of Goal-Directed Behavior. *Tourism Management*, 33(1), 89-99.
- LePan, N. (2020). *A Visual History of Pandemics*. World Economic Forum: <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/a-visual-history-of-pandemics> Erişim Tarihi: 08.05.2021
- Metro Türkiye. (2021). *Kovid-19 Dönemi Otel ve restoran Ziyaretçilerinin Beklentileri*. Metro: https://brosurler.metro-tr.com/kovid-19-donemi-otel-ve-restoran-ziyaretcilerinin-beklentileri-arastirmasi/page/1?itm_pm=tr:arastirma:con:home:hsb:catalouge::::Date:22032021&_ga=2.229963547.621328532.1621170528-960814737.1621170528 Erişim Tarihi: 16.05.2021
- OECD. (2020). *The territorial impact of COVID-19: Managing the crisis across levels of government*. OECD.org: https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=128_128287-5agkkojaa&title=The-territorial-impact-of-covid-19-managing-the-crisis-across-levels-of-government Erişim Tarihi: 10.05.2021
- Research and Markets. (2020). *Global Food and Beverage Services Market Report 2020-2030: COVID-19 Impact and Recovery Assessment - ResearchAndMarkets.com*. Research and Markets: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5023971/food-and-beverage-services-global-market-report#src-pos-1> Erişim Tarihi: 16.05.2021
- Sinclair, L., & Çilingir, A. (2021). *Hazırlıklı olmak için 2021 yılında her pazarlamacının bilmesi gereken 5 perakende trendi*. Think with Google:

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/tr-tr/icgoruler/tuketici-trendleri/perakende-trendler-tahminler/> Erişim Tarihi: 19.05.2021

- Soylu, Ö. B. (2020). Türkiye Ekonomisinde Covid-19'un Sektörel Etkileri. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(5), 169-185.
- Statista. (2021a). *Online travel agent market size worldwide in 2019, with a forecast for 2020 and 2023*. Statista: <https://www.statista.com/statistics/1179020/online-travel-agent-market-size-worldwide/> Erişim Tarihi: 16.05.2021
- Statista. (2021b). *Revenue of Booking Holdings worldwide from financial year 2007 to 2020*. Statista: <https://www.statista.com/statistics/225455/booking-holdings-total-revenue/> Erişim Tarihi: 16.05.2021
- Statista. (2021c). *Online Food Delivery*. Statista: <https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/online-food-delivery/worldwide> Erişim Tarihi: 16.05.2021
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı. (2020). *Dünya Ekonomisindeki Son Gelişmeler Bülteni 2020 / 4 (Ekim-Aralık)*. T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı: https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/03/Dunya_Ekonomisinde_Son_Gelismeler-2020_Yili_4_Ceyrek.pdf Erişim Tarihi: 10.05.2021
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020a). *Sınır İstatistikleri 2019 Yılı Sınır Giriş-Çıkış İstatistikleri*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü: <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-249709/yillik-bultenler.html> Erişim Tarihi: 15.05.2021
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2020b). *Turist Rehberliği Hizmetinde COVID-19 Pandemi Sürecinde Uyulması Gereken Kurallara İlişkin Genelge*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://www.ktb.gov.tr/TR-265204/turist-rehberligi-hizmetinde-covid-19-pandemi-surecinde-.html> Erişim Tarihi: 19.05.2021
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). *Turizm İstatistikleri 2020*. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü: <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/81939,3103turizmistatistikleri2020-4pdf.pdf?0> Erişim Tarihi: 22.02.2021
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2020). *Covid-19 Salgın Yönetimi ve Çalışma Rehberi*. Covid-19 Bilgilendirme Platformu: <https://covid19.saglik.gov.tr/Eklenti/40340/0/covid-19salginyonetimivecalismarehberipdf.pdf> Erişim Tarihi: 11.05.2021
- TGA. (2020a). *Türkiye'nin Sağlık Altyapısı ve Covid-19 Yönetim Süreci*. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı: <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-saglik-altyapisi-ve-covid-19-yonetim-sureci/> Erişim Tarihi: 11.05.2021

- TGA. (2020b). *Güvenli Turizm Görsel Uygulamaları*. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı: <https://tga.gov.tr/guvenli-turizm-gorsel-uygulamaları/> Erişim Tarihi: 12.05.2021
- TGA. (2020c). *Türkiye'nin Güvenli Turizm Sertifikasyon Programı Hakkında*. Türkiye Tanıtım ve Geliştirme Ajansı: <https://www.tga.gov.tr/turkiyenin-guvenli-turizm-programi-hakkında/> Erişim Tarihi: 12.05.2021
- TGA. (2021a). *Turizm Sektörü Çalışanları İçin 'Aşılama Kayıt Sistemi' Başlıyor*. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı: <https://tga.gov.tr/bultenler/turizm-sektoru-calisanlari-icin-asilama-kayit-sistemi-basliyor/> Erişim Tarihi: 12.05.2021
- TGA. (2021b). *Güvenli Turizm Sertifikasına Sahip İşletmeler*. Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı: <https://tga.gov.tr/search-hotel-category/> Erişim Tarihi: 15.05.2021
- The Business Research Company. (2020). *Food And Beverage Services Global Market Report 2021: COVID-19 Impact And Recovery To 2030*. The Business Research Company: <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/food-and-beverage-services-global-market-report-2020-30-covid-19-impact-and-recovery> Erişim Tarihi: 16.05.2021
- TUREB. (2021). *Rehber Odalarına Göre Turist Rehberi Sayıları*. Türkiye Turist Rehberleri Birliği: <http://tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/> Erişim Tarihi: 15.05.2021
- TÜRSAB. (2020). *Covid-19 Sürecinde Türkiye ve Dünya Turizmi Değerlendirmesi*. Türkiye Seyahat Acentaları Birliği: <https://www.tursab.org.tr/assets/uploads/arastirmalar/covid-19-surecinde-turkiye-ve-dunya-turizmi.pdf> Erişim Tarihi: 15.05.2021
- United Nations. (2020). *COVID-19 and Transforming Tourism*. United Nations: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/sg_policy_brief_covid-19_tourism_august_2020.pdf Erişim Tarihi: 20.05.2021
- UNWTO. (2021a, 01 31). *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, January 2021*. UNWTO elibrary: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.1> Erişim Tarihi: 31.01.2021
- UNWTO. (2021b). *UNWTO World Tourism Barometer and Statistical Annex, March 2021*. UNWTO: <https://www.e-unwto.org/doi/abs/10.18111/wtobarometereng.2021.19.1.2> Erişim Tarihi: 20.05.2021
- Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The Effect of Covid-19 Pandemic: How Are The Future Tourist Behavior? *Journal of Education Society and Behavioural Science*, 33(4), 67-76.

- WCTE. (2021). *Recommendation on COVID-19 Certificates for International Travel*. UNWTO: https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2021-05/WCTE_Rec_COVID19Certificate_Final_0.pdf?rc8dui4ZzJlohERld7aozQH3omxWj6Dz= Erişim Tarihi: 20.05.2021
- WTTC. (2020a). *'Safe Travels': Global Protocols & Stamp for the New Normal*. World Travel & Tourism Council: <https://wttc.org/COVID-19/Safe-Travels-Global-Protocols-Stamp> Erişim Tarihi: 12.05.2021
- WTTC. (2020b). *'Safe Travels' Stamp Application*. World Travel & Tourism Council: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/SafeTravels%20Documents/WTTC%20Safe%20Travels%20Stamp%20Guide.pdf?ver=2021-02-25-203248-887> Erişim Tarihi: 12.05.2021
- WTTC. (2020c). *Hospitality-Global Protocols for The New Normal*. World Travel & Tourism Council: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Protocols%20for%20the%20New%20Normal%20-%20Hospitality.pdf?ver=2021-02-25-183105-457> Erişim Tarihi: 12.05.2021
- WTTC. (2021). *Economic Impact Reports*. World Travel Tourism Council: <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> Erişim Tarihi: 15.05.2021
- Zeydan, İ., & Gürbüz, A. (2020). 21. Yüzyıldaki Pandemiler ve Turizm Sektörüne Etkileri. *3rd International Economics, Business and Social Sciences Congress*. Çevrimiçi 20-22 Kasım, ss. 126-132.

BÖLÜM 4

TURİZMDE ÇEVRE DAR BOĞAZLARI

Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR¹

Merve KAR²

¹ Selçuk Üniversitesi. Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Konya, Türkiye. safakunuvar@selcuk.edu.tr ORCID:0000-0001-9177-8704

² Selçuk Üniversitesi. Turizm Fakültesi, Konya, Türkiye. Doktora Öğrencisi. merveysiz@gmail.com ORCID:0000-0002-3612-5679

GİRİŞ

Günümüzde turizm ile bağlantısı önemli olan çevrenin turistler açısından önemi gün geçtikçe artmaktadır. Turizmin çevreye olumlu etkilerinden çok olumsuz etkilerinin olduğu da bilinmektedir. Turistlerin ve işletmelerin çevreye verdikleri zararlar çevre sorunlarını beraberinde getirmektedir.

Doğal kaynakların tümünün kullanımı sırasında başlıca ilke, doğa içinde korumanın ve doğal kaynağı kullanır iken dengenin sağlanmasıdır. Doğal kaynakların aşırı ve dengesiz bir biçimde kullanılmasından dolayı içinde bulunduğumuz yüzyılda çevre sorunlarının ve çevreye verilen zararın dünyadaki tüm canlıların hayatlarını tehdit eden bir boyuta geldiği söylenebilir (Bayer, 1990: 136-137; Kızılırmak, 2012: 2). Kitleleşen yaşamın karmaşıklığından dolayı insanlar sayısı ve türleri hızla artan çevre sorunlarının olduğunu görmekteyiz. Hava, su ve toprak kirliliği, doğal yaşamın ve kültürel değerlerin hızla yok olması ve insan sağlığını tehdit edecek boyuta gelen gürültünün artması çevre sorunlarının başlıcaları olmaktadır. Bu sorunların sebeplerinden bazıları da, kentleşme, sanayi ve turizm gibi etkenlerin gelişiminin plansız ve kontrolsüz gelişiminden dolayı olmaktadır (Türküm, 1998:180).

Turizmde çevre dar boğazları, turistler ve işletmeler tarafından dikkate alınmalı ve bunlar üzerinde iyileştirme çabalarının olması gerekmektedir. Bölüm içerisinde sırasıyla; turizm ve çevre ilişkisi, turizmin çevreye etkileri, turizmde çevre dar boğazları ile çevre

sorunlarıyla ilgili yapılmış başlıca antlaşmalar ve sözleşmeler konularına kavramsal çerçevede değinilecektir.

1. TURİZM VE ÇEVRE İLİŞKİSİ

Günümüzde turizm sektörü, etkileşim alanının fazla olduğu, kendine has bir tarihi ve dili olan ve insanların katıldığı kitlesel bir hareket niteliği kazandığı görülmektedir. Turizm; ulaşım, seyahat acenteleri, yeme-içme işletmeleri, konaklama işletmeleri vd. gibi birçok sektörler bağlantılı ve kendi içinde de birçok yan kuruluşu olan bir şemsiye görünümündedir. Ayrıca turizm, 21. yüzyıla damgasını vuran günümüzdeki telekomünikasyon ve enformasyondan sonra, dünyadaki üç temel hizmet sektöründen biri durumundadır (Bahar, 2003:150-151).

Turizmin sadece ekonomik bir olay olmadığı, turizm ve çevre ilişkisinin ihmal edildiği yıllarca sonra fark edilmiştir. Turizmin talebine dönüşen üç çevresel kaynak bulunmaktadır. Bu kaynaklar (Kızılırmak, 2012:2);

- Doğal kaynaklar (ormanlık alanlar, deniz kıyıları, ulusal parklar vb.)
- İnsan yapısı kaynaklar (tarihi kent dokuları, arkeolojik alanlar vb.)
- Sosyo-kültürel kaynaklar (yeme-içme, merasim vb. gibi örf ve adetler).

2. TURİZMİN ÇEVREYE ETKİLERİ

Turizm ve çevre ilişkisi özellikle son yıllarda hem sektörde hem de akademide en çok tartışılan konulardan biri haline gelmiştir. Çevre, en önemli turizm kaynaklarından birisi iken aynı zamanda turizmin en önemli etkileri de çevre üzerinde olduğu görülmektedir. Bu bağlamda turizm, bir yandan çevreye olumlu etkileri bulunurken aynı zamanda olumsuz etkileri de bulunmaktadır.

2.1. Turizmin Çevreye Olumlu Etkileri

Turizm bir ülke veya bölge tarafından planlamanın ve kontrolün iyi yapılması sayesinde hızlı bir şekilde gelişebilen bir sektör olmaktadır. Bu sektörde hammadde kültürel, tarihi ve doğal güzellikler olmaktadır ve süreklilik bu hammaddelerin korunmasına bağlıdır. Ülke veya bölgelerde turizmin gelişmesi, turizmin devamlılığının sağlanabilmesi açısından çevreye olan ilgiyi arttıracaktır. Bu durumda turizmin çevre üzerinde olan olumlu etkileri (Avcıkurt, 2003:33) şu şekilde sıralanabilir;

- *Doğal alanların korunması*; denizdeki yaşam, milli parklar veya bölgesel parklar turizm sayesinde korunabilir.
- *Arkeolojik, tarihi mekânların ve mimari tarzın korunması*; turistik çekiciliklerden olan tarihi ve arkeolojik yerler, turizm sayesinde korunabilir ve iyileştirilebilir. Diğer türlü bu kötü kullanımdan dolayı kaybolur ve bir mirasın yok olması söz konusu olabilmektedir.

- *Çevre bilincinin ve kalitesinin artması*; bölgelere gelen turistlerden dolayı yerel halk çevre konusunda daha bilinçli hale gelir ve bu sayede çevre bilincinin de artmasına sebep olabilmektedir.
- *Altyapının iyileştirilmesi*; turistlerin bir bölgeyi keşfetmesinden dolayı yaşanan yoğunluktan dolayı turizm gelişir ve ekonomik olarak o bölge daha iyi yerlere gelmektedir. Bu şekilde yerel yönetim bölgenin turistler için ve yerel halk için altyapı donanımlarını, su teminini ve yolları ile ilgili gelişimini sağlar ve geliştirir.
- *Alternatif istihdam sağlaması*; yerel halk için alternatif istihdam ve gelir olanakları sağlaması noktasında katkılar sağlayabilir.

2.2. Turizmin Çevreye Olumsuz Etkileri

Turizmin çevre üzerinde olumlu etkilerinin yanı sıra bir o kadar da çevrenin kalitesini bozan bir etkinliktir. Çevre sorunlarının özellikle belirli bir bölgede yükselişte olması, bölgenin çekiciliğini yok eder ve turizmden dolayı bir kirlilik kaynağı olarak görülebilmektedir (İçöz, 1994:20-21). Turizmin doğal çevre üzerinde olumsuz etkilerini ana hatlarıyla ele aldığımızda öne çıkan etkiler şu şekildedir;

2.2.1. Altyapı ve Kaynakların Fazla Yoğunluk

Turizm gelişimi, kaynakların zaten kıt olduğu bölgelerde tüketimi artırdığında doğal kaynaklar üzerinde baskı oluşturabilir. En yaygın kaydedilen örneklerden bazıları su kaynaklarının kullanılması, arazi bozulması ve diğer yerel kaynakların tükenmesidir (Stainton, 2020).

2.2.2. Doğa Tahribatı

Turizmin mevsimselliği ve popüler turizm destinasyonları genellikle çevreye duyarlı alanlar ve özellikle kıyı ve dağlık alanlarda birçok ekosistemin bozulması sürdürülebilir olmayan bir turizm gelişimiyle sonuçlanmaktadır. Kitle turizminin daha da yaygınlaşması ile turistler kendi grupları ile deneyimli rehberler aracılığında doğal ve kültürel alanları görmeye ve keşfetmeye daha çok ilgi göstermektedirler. (Kumar & Ramaswamy, 2010:2). Bu nedenle, turistlerin daha çok ilgi göstermeye başlaması destinasyonun hazırlıklı olmamasından ve turistlerin gerekli bilgilendirmeleri almamalarından dolayı doğal alanların yanlış kullanımına ve tahribatına sebep olmaktadır.

2.2.3. Bölgeye Özgü Doğal Değerlerin Zarar Görmesi

Önemli arazi kaynakları arasında verimli toprak, ormanlar, sulak alanlar ve yaban hayatı bulunmaktadır. Ne yazık ki, turizm genellikle söz konusu kaynakların bozulmasına katkıda bulunmaktadır. Turizm tesislerinin artan inşaatı, bu kaynaklar ve doğal manzaralar üzerindeki baskıyı artırmıştır. Pitoresk manzaralar genellikle turizm tarafından tahrip edilmektedir. Günümüzde pek çok destinasyon, hangi gelişmenin ne tarzda gerçekleşebileceği konusunda sınırlamalara ve kısıtlamalara sahipken, çoğu bu tür kuralları empoze etmemektedir. Çevresindeki mimari veya peyzaj ile karakterize olmayan yüksek oteller ve binalar ateist çekiciliğin olmamasına katkıda bulunur. (Stainton, 2020)

Turistlerin benzersiz kùltürlere olan ilgisi, topluluklar için olumsuz etkilere ve ciddi bozulmalara neden olabilmektedir. Çok sayıda ziyaretçi tarafından istila edilen topluluk örnekleri, gelenekler ve plansız ve yönetilmeyen turizmin kùltürel hayatta kalmasına yönelik tehditler oluşturmaktadır. Turizm destinasyonlarında zaman zaman yabancılar tarafından (genellikle hükümetin onayıyla) yerli veya yabancıların bulunduğu alanlarda inşa edilmektedir. Geleneksel topluluklar destinasyon ve kùltürlerinin kendilerine ait olduğunu ve arzu edilen gelişmenin kendilerine doğru gelmediğini doğrulamaktadırlar. Bu durumlar, işbirliğine ve karşılıklı yarar sağlamada çatışmalara neden olmaktadır. Yerel toplulukları ve turizmi olumsuz etkileyen düşmanlıklara ulaşmak ve aşılacak hedef haline gelmektedir. Sıklıkla, kùltürel sorunlar örtüşmekte ve suya, kıyı kaynaklarına ve vahşi hayata erişim gibi çevresel konular daha da kötüleşmektedir (UNEP, 2012).

2.2.4. Doğal dengenin bozulması

Turizmin önemli bir bileşeni olan seyahat etmek çevresel etki kaynaklarının da sebebi olmaktadır. Turistler gitmek istediği destinasyona çeşitli ulaşım araçlarıyla gitmektedir ve bu yoğun kullanım beraberinde hava kirliliği ve gürültü kirliliğini getirmektedir. Turizmin iklim değişikliği etkileri dolayısıyla büyük ölçüde hava yolculuğuna bağlıdır. Turistler bilinçsizce ve gittikleri destinasyon hakkında bilgi sahibi olmadıkları durumda bitkilere, hayvanlara zarar verebilmektedirler (Buckley, 2011:402).

3. TURİZMDE ÇEVRE DAR BOĞAZLARI

Çevre sorunlarının kaynağı olarak ilk bakışta sanayileşme olgusu karşımıza çıkmaktadır. Sanayileşmeden kaynaklanan fabrika atıklarının doğal kaynaklarının tahribine ve yok olmasına ve çevre kirliliğine (hava su, gürültü gibi) çevre sorunlarının da kaynağı olmaktadır. Bununla birlikte günümüzde çevre sorunlarının teknoloji ile olan bağlantısı, teknolojinin içeriğini sorgulamayı zorunlu kılmaktadır. Birçok şirket daha çok kâr hırsı ile ürettikleri teknolojilerin olumsuz çevresel etkilerini göz ardı edebilmektedir. Bu çerçevede çevre sorunlarının genel özellikleri (Demirtaş, 2011:49);

- Sorunlar birbirleri ile bağlantılıdır, bu nedenle de bu sorunlar çok yönlü ve karmaşıktır. Çevre sorunlarında gözlenen bu karmaşıklık toplumsal sorunları da etkiler.
- Çevre sorunları evrensel nitelik taşırlar. Bu nedenledir ki çevre sorunlarının uluslararası ilişkiler boyutu da göz önünde bulundurulur.
- Çevre sorunlarının önemli bir özelliği de bu sorunların yol açtıkları olumsuz sonuçların kalıcı olabilmesidir. Dolayısıyla çevre sorunları uzun vadeli etkiler yaratacağı için çevrenin eski hale getirilmesi büyük maliyetler gerektirecektir.

Turizm iyi planlanmadığı durumda, çevresel dar boğazlar yaratmaktadır. Turizmden kaynaklanan çevresel dar boğazlar şu şekilde sıralanabilir:

3.1. Çevre Kirliliği

Turizm, diğer endüstrilerle aynı kirlilik türlerine neden olabilmektedir. Bunlar; hava emisyonları; gürültü kirliliği, katı atık ve çöp; kanalizasyon, yağ ve kimyasallardır. Turizm endüstrisi ayrıca mimari ve görsel kirlilik biçimlerine de katkıda bulunmaktadır. Turist taşımacılığında kaynaklanan *hava kirliliği*, özellikle ulaşım enerji kullanımına bağlı CO2 emisyonları olmak üzere küresel düzeyde etkilere sahiptir. Bu durum, ciddi yerel hava kirliliğine katkıda bulunabilir. Aynı zamanda iklim değişikliğine de katkıda bulunmaktadır. Uçaklardan, arabalardan, otobüslerden (kar motosikletleri ve jet skiler vb.) kaynaklanan *gürültü kirliliği*, insanlar için rahatsızlık, stres ve hatta işitme kaybına neden olabilmektedir. Ayrıca yaban hayatında da sorunlara ve hayvanların doğal aktivitelerini değiştirmelerine neden olmaktadır. Turist faaliyetlerinin yoğun olduğu ve doğal cazibe merkezlerinin bulunduğu bölgelerde *atık ve çöp*, turizmin çevresel etkilerine önemli ölçüde katkıda bulunan ciddi bir sorundur. Uygun olmayan atık imhası, doğal çevrenin en büyük zararlarından biri olabilir. Nehirler, manzaralı alanlar ve yol kenarları, plastik şişelerden kanalizasyona kadar, genellikle atıkla dolu alanlardır. Otellerin, rekreasyonların ve diğer tesislerin inşası genellikle artan *kanalizasyon kirliliğine* neden olur. Özellikle gelişmekte olan dünyada pek çok destinasyon, kanalizasyon kirliliğinin çözümü konusunda katı yasa zenginleştirmelerine sahip değildir. Sonuç olarak, atık su dünyadaki turistik cazibe merkezlerini çevreleyen denizleri ve gölleri kirletmekte ve bu, bölgedeki flora ve

faunaya zarar verir ve mercan resiflerinde ciddi hasara neden olabilmektedir (Stainton, 2020).

3.2. Su Problemi

Turizm endüstrisi genellikle oteller, yüzme havuzları, golf sahaları ve turistler tarafından kişisel su kullanımı için su kaynaklarını aşırı kullanır. Bu, su kıtlığına ve su kaynaklarının bozulmasına ve ayrıca daha fazla miktarda atık su üretilmesine neden olabilir. Akdeniz gibi daha kurak bölgelerde, su kıtlığı konusu özellikle endişe vericidir (Stainton, 2020). Akdeniz ülkelerinin tümünde turizmden dolayı oluşan "atık su" miktarının her yıl arttığı görülmektedir. 2025 yılında 1.5 milyar m³ seviyesine ulaşabileceği düşünülen atık su miktarını bugün ortalama 400 milyon m³ olarak tahmin edilmektedir. Akdeniz'de kıyısı olan ülkelere turizmden dolayı gelen yapılaşmanın, bu bölgedeki yoğunlukların ve yaz aylarında artan atık su miktarları, bu bölgedeki geleneksel (fosseptik) kullanımı yetersiz hale getirmeyi sağlamaktadır. Bir yandan yeni kanalizasyon şebekelerinin inşaatına başlanırken bir yandan da yetersiz kalan fosseptik yerine atık suların toplanarak yerleşim alanlarının dışına çıkarması yoluna gidilmiştir. Kanalizasyonla toplanan atık sular zorunlu olarak deniz ortamına ulaşmaktadır. Seyreltme kapasitesi çok düşük olan kıyı suları bu yüzden hızla kirlenmektedir (Issı, 2011: 125).

3.3. Konut Sorunu ve Gecekondulaşma

Büyük şehirlerde imar kurallarının dışına çıkarak izin verilmeyen yerlere (dereleler, su havzaları, yeşil alanlar) gecekonduların yapılması

birçok felaketin nedeni olduğu gibi, barınan kişiler için de imkanların kısıtlı olduğu görülmektedir. Globalleşme süreci ile birlikte gecekondulu alanlarında yaşayan insanların kentlerin varlıklı kesimlerinden giderek uzaklaşma eğilimlerine girmeleri ve gettolaşma eğilimi göstermeleri de gelecekte önemli olumsuzlukları gündeme getirecektir. Bu gidişat büyük kentler için büyük güvenlik sorunlarını da beraberinde getirecektir. Türkiye’de imar kanunları başta olmak üzere gecekondulaşmanın önlenmesi ve iyileştirilmesi konusunda pek çok düzenleme yapılmasına rağmen gecekondulu yapıyı engellenememiştir (Demirtaş, 2011).

3.4. Yönetim Problemi

Şehirlerin hızla büyümesi ve sürekli canlı ve hareketli yerler olmasından dolayı çıkabilecek sorunlar da yönetimin ön görmesi gerekmektedir. Bu şekildeki şehirlerde yönetimin programlı ve devamlılığının olduğunu gösteren hizmetlerle öne çıkması gerekmektedir.

3.5. Arazi Problemi

Turizmin yoğun olduğu bölgelerde hızlı ve yoğun bir yapılaşmaya rastlanmaktadır. Tarım arazilerinin imara açılması gibi durumlarla karşılaşılabilir. Türkiye’de özellikle kıyı şeritlerinde yoğun turizm amaçlı yapılaşma olduğu görülmektedir. (Ekim, 2017: 57). Birçok destinasyonda arazi kullanım planlaması ve inşaat düzenlemelerinin eksikliği, kıyı şeridi, vadiler ve doğal yollar boyunca genişleyen yayılmaları kolaylaştırmaktadır. Turizm işletmeleri ve

yollar, işgörenlere tahsis edilen barınaklar, hizmet alanları, otopark ve atık toplama alanları gibi destekleyici alt yapıyı içeren kullanımlar yayılmayı oluşturmaktadır. Bu, bir turist destinasyonunu daha az çekici hale getirebilir ve talep kaybına katkıda bulunabilmektedir. Çoğu zaman turizm, yapılarını destinasyonun doğal özellikleri ve yerli mimarisiyle bütünleştirememektedir. Farklı tasarımlara sahip büyük, baskın tatil köyleri, herhangi bir doğal ortam yerinde görünmeyebilir ve yerel yapısal tasarımla çatışabilmektedir (Stainton, 2020).

3.6. İşsizlik

Şehirlerde gelişen sanayi ve diğer iş kollarının işgücüne ihtiyacı olduğundan dolayı, bunu gidermek adına mevsimsel veya kalıcı olarak o şehre göç gerçekleşmektedir. Fakat o bölgede doğup büyüyen ve yaşayan kişilerinde işe ihtiyacı olmaktadır. Destinasyon bunu karşılamadığı için işsizlik artışı görülmektedir. Turizmin bir hizmet sektörü olması ve turistlerle birebir iletişimin fazla olmasından dolayı daha donanımlı ve eğitilmiş personel arayışı olmaktadır. Bunun sonucunda o bölgede yaşayan kişilerin işsiz kalması durumu oluşmaktadır.

3.7. Eğitim Problemi

Gelişen ve büyüyen şehirlerin önemli sorunlarından biri de eğitimidir. Eğitimin hem yerel halk hem de oraya yerleşmeyi veya ziyaret etmeyi düşünen kişiler için önemi oldukça büyüktür. Ayrıca turistik bölgelerdeki üniversitelerin genelde şehrin dışında olmasından dolayı öğrenciler içinde bir sorun oluşturmaktadır.

3.8. Sağlık Problemi

Sanayileşme ve teknolojik gelişmenin ölüm oranlarını azalttığı, insan ömrünü uzattığı bilinmektedir. Ancak hızla kentleşen toplumlarda kentlerin yeni hastalıklara yol açtığı da bilinen bulgular arasındadır. Özellikle kalp damar hastalıkları ile nevroz tipi hastalıkların büyük kent merkezlerinde daha çok görüldüğü bilinmektedir. Yine büyük kent merkezlerinin uyuşturucu alışkanlığını arttırdığı ve suç işleme oranını da yükselttiği görülmektedir (Demirtaş, 2011:98). Bu durumda bir turizm bölgesinin yoğun kentleşmesi yerel halkın alışık olmadığı bir şekilde yaşamaya zorlanmasından dolayı sağlık problemi de önemli bir çevre sorunu haline gelmektedir.

3.9. İklim Değişikliği (Küresel Isınma)

Küresel ısınma ve iklim değişiklikleri genellikle fosil yakıtların sınırsız bir şekilde kullanılması, sanayileşme, tropik yağmur ormanlarının yok olması, enerji üretimi, atıklar ve tarımsal etkinlikler gibi birçok insan faaliyetlerinden oluşmaktadır. Fakat bu ısınmanın en önemli kaynakları enerji üretiminde kullanılan fosil yakıtlar (kömürler, petrol, doğal gaz vs.) ve sanayileşmedir. Önlemlerin alınmaması durumunda küresel ısınma ve iklim değişikliklerinin artmasının sonucu olarak, orman yangınları, su kaynaklarının ve yağışların azalması, yaz sıcaklarının artması, kuraklık ve çölleşme, ekosistemlerdeki değişimler, biyo çeşitlilikte yok oluş, gıda üretimindeki azalma, hastalıklar gibi birçok olumsuz sonuçların ortaya çıkacağı ileri sürülmektedir (Kınacı, 2009: 16-17).

4. ÇEVRE SORUNLARIYLA İLGİLİ YAPILMIŞ BAŞLICA ANTLAŞMALAR VE SÖZLEŞMELER

Çevre kirliliğinin genel tanımı; *“insanların etkinlikleri sonunda, ekolojik dengenin bozularak, bazı maddelerin dünyanın bazı katmanlarında birikmesi ve o katmanın doğal kompozisyonunun bozulmasıdır”* şeklinde yapılabilir. Çevre kirliliğinde insana yönelik tanımda ise; insanoğlunun yaşamış olduğu ortamdaki bazı maddelerin miktarındaki artış ve bu artışın insanın yaşamındaki olumsuz etkileri olarak yapılabilir. Ülkeler kirlenen çevrenin karşısında ekolojiyi korumak için sözleşmeler, bildirgeler ve anlaşmalar imzalamışlardır (Doğan, 2016:222). TBB (2014)’nin *“Çevre hukukunun gelişim süreci, tüm insanlık için ortak olan bir sorunsal çözüme şeklindeki ortak amaca yönelik, uluslararası ve ulusal gelişmelerin birbirini beslemesi, birbirinden etkilenmesi şeklinde olmuştur. Belirtilen karşılıklı etkileşimde “uluslararası çevre hukukuna dahil esas ve kavramlar zamanla ulusal düzeylerdeki çevre hukukuna yansıtıldığı gibi, ilk planda ulusal düzeylerde geliştirilen bazı ilke ve araçlar da zamanla uluslararası alana taşınmıştır. Bu etkileşimler sonuçlarını bölgesel düzeylerde de göstermiş ve Avrupa Birliği Çevre Hukuku ya da Avrupa Çevre Hukuku bu bağlamda doğup gelişmiştir”* açıklayıcı tanımıyla sözleşmelerin önemi de anlaşılmaktadır (Türkiye Barolar Birliği, 2014).

Tablo1: Uluslararası Çevre Sözleşmeleri

Yıl	Yer	Konu
1971	Ramsar	Özellikle Su Kuşlarının Yaşama Ortamı Olarak Uluslararası Öne Sahip Sulak Alanlar Hakkında Sözleşme
1972	Paris	Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi
1972	Stockholm	BM İnsan ve Çevre Konferansı Bildirgesi
1973	Washington (Cites)	Nesli Tehlikede Olan Yabani Bitki Ve Hayvan Türlerinin Uluslararası Ticaretine İlişkin Sözleşme
1976	Barselona	Akdeniz'in Deniz Ortamı ve Kıyı Bölgesinin Korunması Sözleşmesi
1979	Bern	Avrupa'nın Yaban Hayatı ve Yaşama Ortamlarını Koruma Sözleşmesi.
1985	Granada	- Avrupa Mimari Mirasının Korunması Sözleşmesi
1989	Basel	Tehlikeli Atıkların Sınırlar Ötesi Taşımının Ve Bertarafının Kontrolüne İlişkin Sözleşme
1989	Lahey	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) Haybe (Lahey) Turizm Bildirisi (Turizm İnter Parlamenter Konferansı)
1992	Valetta	Avrupa Arkeolojik Mirasının Korunması Sözleşmesi
1992	Rio	Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi
1992	Rio	Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi
1992	Rio	BM Ormancılık Prensipleri
1994	Paris	Paris Özellikle Afrika'da Ciddi Kuraklık ve/veya Çölleşmeyle Mücadele İçin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi
1997	Kyoto	Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'ne Yönelik - Kyoto Protokolü
1998	Aarhus	Çevresel Konularda Bilgiye Erişim, Karar Vermede Halkın Katılımı ve Yargıya Başvuru Sözleşmesi
2000	Floransa	Avrupa Peyzaj Sözleşmesi
2009	Cartagena	Biyogüvenlik Protokolü
2012	Rio	Rio+20 BM Sürdürülebilir Kalkınma Konferansı

Kaynak: (Türkiye Barolar Birliği, 2014)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü doğal, tarihi ve coğrafi çekiciliklerden oluşmaktadır. Dünyadaki birçok ülke bu değerlere herhangi bir maliyet olmaksızın sahiptir. Fakat ülkeler ve devletlerin bu değerleri bir turistik ürün haline getirip pazarlanması sorunun ana kaynağı olmaktadır. Bu değerlerin devamlılığı o destinasyondaki gelişimi de etkilemektedir. Ekonomik olarak büyük bir katkı sağlayan turizmin çevreyi korumak içinde bir aracı haline gelmesi gerekmektedir. Turistlerin ve işletmelerin çevreye verdikleri zararlardan dolayı turizmin devamlılığı

ve yerel halkın hatta doğada yaşamını devam ettiren canlıların hayatları tehlikeye girmektedir. Kültür turizminin ve diğer alternatif turizm çeşitlerinin son zamanlarda turistler tarafından daha çok tercih edilmesinden dolayı çevre sorunları da artış göstermektedir. Turistlerin ve işletmelerin bilinçlendirilmesi bu durumda önemli olmaktadır.

Turistler, çevre yanlısı tavırlar benimseyerek çevre sorunlarının iyileştirilmesine katkıda bulunabilir ve turistik faaliyetlerin geliştirilmesi sırasında aşağıdaki gibi yeterli davranışlarda bulunabilirler (Stefanica & Butnaru, 2015:600):

- Turist seyahatlerinde daha az kirletici ulaşım araçlarının kullanılması;
- Çevreye zarar verebilecek davranışlara daha az ilgi gösterilmesi
- Doğa (bitkileri tahrip etmek, hayvanları rahatsız etmek, çöpü özel tasarlanmış mekanlarda depolamamak, gürültü,vb.);
- Güç enerjisini ve su tüketimini azaltmaya, atık toplamaya daha fazla dikkat eden bir otelin misafirleri;
- Çevre üzerinde faydalı eylemlere daha fazla katılım (ağaç dikmeye katılım, seçici atıkların toplanması, su ve enerji tasarrufu);
- Ekolojik bir vergi ödemeyi veya gelir vergisinin belirli bir yüzdesini çevre üzerindeki etkilerini azaltmak için yönlendirmeyi kabul etmek.

Tüm bunlar, çevre sorunlarının ciddiyetinin farkında olunmasının bir sonucu olarak iyileştirilebilir. Turistlerin çevre sorunları ve bunların

yarattığı etki ile ilgili yeterli bilgilerine dayalı olarak gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak, kitle iletişim araçlarına ve yerel makamlara, otellere vb. önemli bir rol düşmektedir. Bu nedenle, çevrenin korunmasının günümüzde turizm için vazgeçilmez bir koşul olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Avcıokurt, C. (2003). *Turizm Sosyolojisi*. Ankara: Detay Yayınları.
- Bahar, O. (2003). Kitle Turizminin Çevre Üzerindeki Olası Etkileri: Bodrum Örneği. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 150-158.
- Buckley, R. (2011). Tourism and Environment. *The Annual Review of Environment and Resources*, 397-416.
- Demirtaş, N. (2011). *Turizm ve Çevre*. Ankara: Ankara Üniversitesi Uzaktan Eğitim Yayınları.
- Doğan, M. (2016). *Turizm ve Çevre*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Ekim, V. (2017). Bafa Gölü Tabiat Parkı Ve Çevresinin Ekoturizm Potansiyelinin Belirlenmesi Ve Çevre Sorunları. *Yüksek Lisans Tezi*. Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi. Fen Bilimleri Enstitüsü. Çevre Bilimleri Ana Bilim Dalı.
- İçöz, O. (1994). "Çevre Sorunları Turizmi Tehdit Ediyor mu? *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18-22.
- Issı, Y. (2011). Türkiye Turizminin Yapay V E Doğal Çevre Üzerindeki Etkileri. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 1-4.
- Kınacı, B. (2009). Gaziantep'deki Otellerde Çalışan Yiyecek İçecek Personelinin Çevre Sorunlarına İlişkin Görüşleri Ve Tüketim Davranışları. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Gazi Üniversitesi. Eğitim Bilimleri Enstitüsü. Aile Ekonomisi Ve Beslenme Eğitimi Anabilim Dalı.
- Kızılırmak, İ. (2012). Dünyada ve Türkiye'deki Turizm İşletmelerinde Çevre Korumaya Yönelik Uygulamalar: Amacı ve Önemi. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-12.
- Kumar, G., & S.Ramaswamy. (2010). Tourism and Environment: Pave the Way for Sustainable Eco-Tourism. *SSRN Electronic Journal*, 1-8.
- Stainton, H. (2020, Ekim 23). *Environmental impacts of tourism*. [www.tourismteacher.com: https://tourismteacher.com/environmental-impacts-of-tourism/](https://tourismteacher.com/https://tourismteacher.com/environmental-impacts-of-tourism/) adresinden alındı
- Stefanica, M., & Butnaru, G. I. (2015). Research on tourists' perception of the relationship between tourism and environment. *Procedia Economics and Finance*, 595-600.

Türkiye Barolar Birliği. (2014). *Uluslararası Çevre Koruma Sözleşmeleri*. Ankara: Türkiye Barolar Birliği Yayınları.

Türküm, A. S. (1998). Çağdaş Toplumda Çevre. *Çağdaş Yaşam Çağdaş İnsan* (s. 165-182). içinde Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

UNEP. (2012). *Tourism in the Green Economy*. : United Nations Environment Programme (UNEP) and World Tourism Organization (UNWTO).

BÖLÜM 5

TURİZMDE GASTRONOMİK DAR BOĞAZLAR

Öğr. Gör. Hasan YAVUZ¹

¹ Dicle Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Diyarbakır, Türkiye. h.yavuz54@hotmail.com ORCID ID: 00000001-8521-6107

GİRİŞ

Son yıllarda gastronomiye talep artmış ve bu talep karşısında yeni bir turist hareketi olarak gastronomik turizm kavramı oluşmuştur. Gastronomi turizmi geniş bir ivme kazanmış ve gastronomi temalı turizm hareketleri hız kazanmıştır. Bu bağlamda gastronomi turizmi ve gastronomi Dünya’da önem kazanıp gelişmeye başlamıştır. Bu gelişmeye bağlı olarak rekabet üstünlüğü sağlamanın ön koşulu gastronomideki sorunların giderilmesi gerekmektedir.

Teknoloji ve küreselleşmenin etkisi ile soyut ve somut değerler göz ardı edilmeye başlanmıştır ancak gastronomi yiyecek ve içecek kültürünün pazarlanması ile ortaya çıktığı için küreselleşmeye olumsuz etki sunmaktadır. Küreselleşmenin etkisi ile üreten değil de tüketen tüketen bir toplum haline gelen Dünya’da gastronomi kendi kültür ve varlıklarını korurken turist isteklerine göre güncellenmeye, korunmaya ve en iyi şekilde sunulmaya ihtiyaç duymaktadır. Gastronomi turizmi ülke ve bölge tarafından doğru politika ile kullanıldığında kalkınmaya ve ülke değerlerinin sürdürülebilirliğine önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Gastronomi her ne kadar kültür bağlamında kendini pazarlasa da eğitime, pazarlamaya, gastronomik kimliğe, coğrafi işaretlere vb. alanlarında oluşan sorunlar çözülmezse dünya ile rekabette geride kalınması kaçınılmaz olacaktır.

1. TURİZM VE GASTRONOMİ İLİŞKİSİ

Gastronomi iyi yemek yeme ve pişirme sanatıdır. Gastronominin kökleri eski uygarlıklara dayanmasına rağmen turizm bağlamında yeni bir çalışma alanıdır (Kivela ve Crotts. 2006: 255).

Günümüzde değişen turist profilleri doğrultusunda farklı olan kültürleri tanıma isteği ile farklı kültürlere ait yiyecek- içecek deneyimleme amacı turizm hareketleri hız kazanmış ve kültürel turlar düzenlenmeye başlanmıştır (Bucak ve Yiğit, 2019: 1310). Bu bağlamda yine çağımız insanının yemek yeme alışkanlığı fizyolojik bir ihtiyaç olmaktan çıkmış ve farklı tatlar arayan insanlardan aynı tadı arayan insanlar olarak 2 şekilde karşımıza çıkmaktadır. Bu 2 özellikte de gastronominin gelişimine katkı sağlamaktadır. (Musayeva, 2019: 6).

Gastronominin turizm ile bir bütün haline getirilmesi ya da gastronomi turizm hareketlerinin geliştirilmesi bölgenin gastronomik kimliğine (iklim, kullanılan gıda ürünleri, kullanılan pişirme teknikleri, yöreye özgü yiyecek-içecek vb.) bağlı kalınırsa bir gelişme sağlanabileceği düşünülmekte olup yine bölgenin gastronomik potansiyelinin ortaya çıkarılmasına katkı sağlayacaktır. Aksi takdirde gastronomik turist hareketlerinde istenen başarı sağlanması zor olacaktır (Yılmaz, 2017: 177).

Dünyada geniş bir tedarik zincirine sahip olan gastronomi turizmini ulusal ve uluslararası kuruluşlar kültürel yiyecek-içeceklerinin varlığını sürdürmesi amacı ile gastronomi varlıklarını

tescillemektedirler. Bununla beraber gastronomi varlıkları aracılığı ile hem yerel kalkınma hem de ülke kalkınmasına katkı sağlanmış olmaktadır. Çünkü gastronomi turizmi farklı kültürlerden olan tatları tatmayı amaçlayan geniş bir turizm pazarına sahiptir. (Çağlı, 2012: 100).

2. GASTRONOMİDEKİ EĞİTİM SORUNLARI

Meslek gruplarından biri olan gastronomi ve mutfak sanatları alanı için eğitim oldukça önemlidir. Çünkü yiyecek-içecek sektörü çalışanları veya eğitim verenlerinin mutfakta hata payı yoktur. Mutfakta hatalı şekilde hazırlanıp sunulan yiyecek-içecek arzulanan tat ve kokuda olmalı ki hazırlanıp sunulduktan sonrası geri dönüşü yoktur.

Gastronomi eğitimin verildiği eğitim kuruluşlarında müfredatın hazırlanmasında özenli olmak gerekmekte olup özellikle uygulamalı derslere ağırlık verilmesi önem arz etmektedir. Arıkan ve ark. yaptıkları çalışmaya göre karşılına çıkan en büyük problem eğitim verilen mutfakların yetersizliğidir. Bu bağlamda eğitim mutfaklarının sorunlarının giderilmesi önerilmektedir (Arıkan vd, 2018: 593).

Asıl amaç, öğrencilere sınıf öğretiminin yanı sıra pratik iş deneyimi sağlamak iken, mesleki eğitim köklerinden üniversite ortamına doğru geliştikçe, hem ders amaçları hem de öğrencilerin beklentileri daha derin öğrenmeye doğru değişti. Öğrencilerin bilgi edinme sorumluluğu artarken, eğitimciler tarafından öğrencileri daha eleştirel

olarak değerlendirilen sonuçlara hazırlamak için tasarlanan öğretim yöntemleri aynı hızda gelişmemiştir. Eğitimciler, eğitim tasarımının üniversite sınıflarında kullanılan yapılandırılmış öğretmen merkezli öğrenme stratejisini, kâr amaçlı mutfak işyerlerinde kullanılan yaklaşımla nasıl birleştirebileceği konusunda hala mücadele etmektedirler (Thibodeaux, 2012). Bu bağlamda uygulamalı derslere ağırlık verilmemesi gastronomi eğitimi alan öğrencilerin pratik eğitimden yoksun kalmasına sebep olmaktadır. Müfredatın dengeli olması ve pratiği ön planda olması, öğrenci odaklı ders verilmesi ve bu dersler verilirken sektör çalışanları ile işbirliği yapılması eğitimin kalitesinin arttıracaktır. (Kozak ve Açıköz, 2015: 9).

Gastronomi eğitimi verilen kurumların müfredatlarında dil eğitimine de ağırlık vermeleri gerekmektedir. Çünkü gastronomi turizmi dünyada önemli bir pazara sahiptir ve durumda da dilin önemi ortaya çıkmaktadır. Dil eğitiminde birden fazla dil öğretilmesi ve yurt dışı öğrenci değişim programlarına eğilimin artırılması eğitim gören öğrencilere katkı sağlayacaktır (Ünüvar, 2020: 233).

Gastronomi eğitimi alan öğrencilerin sorunlarından olan staj dönemindeki problemlerin çözülmesi gerekmektedir. İşletmeler staja gelen öğrenciyi eğitimini tamamlamış olarak görmekte ancak öğrenci henüz eğitim aşamasında ve bu durumda d işletme öğrenci arasında çatışma çıkmaktadır. Eğitim veren kurumun stajları ayarlaması ve işletmeye stajın verilen eğitimin bir parçası olduğunun anlatılıp bilinçlendirmeleri sorunları belli bir noktada azaltacaktır. Bununla beraber öğrencinin staj eğitimi boyunca en az asgari ücret almaları

için YÖK ile gerekli çalışmaların yapılması gastronomi eğitimini alan öğrenciler için meslek eğitiminde fayda sağlayacaktır (Kozak ve Açıkgöz, 201: 11).

3. GASTRONOMİ EĞİTİMDEKİ MUTFAK SORUNLARI

Gastronomi eğitimi veren üniversitelerde genel olarak karşılaşılan en büyük sorun eğitim verilen mutfağın yetersizliğidir. Bu yetersizlikler genel olarak fiziksel mekanın verimli bir şekilde kullanılamaması, ekipman yetersizliği, mutfağın ve ekipmanların öğrenci kapasitesini karşılayamaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Başka bir sorun ise mutfakta eğitimde kullanılan gıda teminatının yeterli ölçüde yapılamamasıdır (Arıkan vd, 2018: 599).

Gastronomi eğitimi verilen üniversitelerin mutfak sorunlarını çözmek amacı ile kaynak ayırmaları önerilmektedir. Çünkü mutfaklar belirli standartlara henüz erişememiştir, örneğin soyunma odası, lavabo vb. temel ihtiyaçlar dahi henüz giderilememiştir. Fiziki sorunların çözülmesinin yanı sıra eğitim verilen mutfakta tek düze eğitimin dışına çıkılması; örneğin, pastane, barista eğitimi, servis bölümü vb. çeşitlilik sağlanması eğitimi daha verimli ve kapsamlı yapacaktır (Ünüvar, 2020: 233-234).

Gastronomi eğitiminde mutfak sorunları arasında yer alan bar, depo, soyunma odaları, tadım alanları ile enerji, drenaj, atıklar ve havalandırma sistemleri ve iş güvenliği konusunda yetersizlikler bulunmaktadır. Bu bağlamda bölümdeki öğretim görevlileri mutfak planlamacılarıyla mutfak sorunları ile ilgili çalışmalar yürütmeli ve

eğitim mutfaklarına gerekli olan standartlar getirilmelidir. Üniversite yönetimleri, fakülte yönetimleri, mutfak planlama büroları ve endüstriyel mutfak tasarımcılarının işbirliğiyle gerçekleştirilebilecek bu çalışmalarda sorunun tamamen ortadan kalkması, binaya uygun mutfak değil mutfağa uygun bina projesi hazırlanmasına bağlıdır (Kozak ve Açıkgoz, 2015: 13-14).

4. TURİZİMDEKİ GASTRONOMİK SORUNLAR

Gastronomi turizmi kültürel turizm hareketlerine talebin çoğalması ile yeni bir turizm kolu olarak ortaya çıkmıştır. Turistlerin farklı kültürleri tanıma isteğinin yanında farklı yemek kültürlerini de tatmak istemeleri gastronominin turizmde önemli bir yere sahip olmasına katkı sağlamıştır. Dünya pazarında gastronomi turizmine önemli ölçüde önem verilmekler birlikte Türkiye’de tanıtım eksikliğinden dolayı gastronomi turizmde arzu edilen yere varılamamıştır. Oysaki Türkiye bulunduğu coğrafya, iklim ve farklı kültürlerin kaynaşması ile eşsiz ve zengin bir mutfağa sahiptir (Susever, 2014: 1).

Türkiye için turizmi deniz-kum-güneş turizmi ile sınırlı tutmak zengin kültürel varlıklarımızdan olan gastronomiye yeterli önemin verilmemesi olumsuz bir durumdur. Gastronomi turizm pazarı önemli ölçüde büyümüş olup ülkemizde de bu duruma ayak uyduramamak ülke ve işletmeler açısından bir rekabet zaafı olarak karşımıza çıkabilmektedir (Çağlı, 2012: 100-101).

Gastronomi turizminin gelişmesi tanıtıma bağlı olduğu kadar ülkemizdeki işletmelerin yiyecek-içecek kalitesine özen göstermeleri,

Türk yemeklerine öncelik vermeleri, müşteri ilişkileri ile ilgili eğitimleri sağlamaları gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlayacaktır (Üner ve Şahin, 2016: 96).

5. GASTRONOMİDE MARKALAŞMA SORUNLARI

Gastronomi marka şehrin oluşmasına önemli katkı sağlarken gastromilli olguda markalaşma sürecini hızlandırmaktadır. Gastromilli olgusunun benimsenmemesi maralaşma sürecini yavaşlatacaktır (Şahin, 2017: S464). Gastromilliyetçiliğin amacı sahip olunan ulusal mutfağın milli duygular ile korunup, sürdürülmesi çalışmasıdır (Bucak ve Yiğit, 2019: 1309).

Günümüzde küreselleşmenin etkisi ile ülkeler kültürel varlıklarını kaybetme etkisi ile karşı karşıya gelmiştir ve en çok etkilenen varlıklardan biride yeme içme yani gastronomi alanındadır. Ancak gastromilliyetçiliğin ortaya çıkması ile gastronomi kültürünün korunması sağlanabilmektedir. Çünkü gastromilliyetçiliğin amacı var olan yiyecek içecek kültürünü korumaktır. Bununla beraber coğrafi işaretleme de ülkenin var olan yiyecek-içecek ürünleri ile diğer ülkelerden ayrışmasına ve ürünlerin ulusal damgaya sahip olmasına katkıda bulunarak ülkeye veya yöreye ait bir marka haline gelmesine katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda coğrafi işaretleme gastromilliyetçiliği ön plana çıkartmakta ve bölgenin gastronomik olarak markalaşmasına katkı sağlamaktadır (Şahin, 2017: 464).

Yiyecek ve dış politikanın kesişme noktasında var olan gastrodiplomasi, bir ülkenin mutfak lezzetlerini kamu diplomasisi

yürütülerek ulusal marka farkındalığını artırmayı amaçlayan bir araç olarak kullanılmaktadır. Gastrodiplomasi, yabancı kültürü zevk ve dokunuşla somut hale getirmek için kültürel diplomasiyi, mutfak diplomasisini ve ulus markalaşmasını birleştiren bir kamu diplomasisi biçimidir (Rockower, 2012: 236).

Yurt dışında Türk restoranlarının azlığından dolayı Türk mutfak kültürünün tanıtılmasında eksik kaldığı gözlemlenmektedir. Ancak Asya ülkeleri gastrodiplomasiyi etkin kullanmakta ve dünyanın birçok yerinde restoranlar açmaktadır. Ülkemizde bu bağlamda Kültür ve Turizm Bakanlığı diğer ülkelerde Türk mutfak kültürünü tanıtacak restoranların açılmasına destek vermeleri gerekmektedir. Türk mutfak kültürünün tanıtım çalışmaları etkinliklerle, sosyal medya ile desteklenmeli ve tanıtım çalışmaları da devlet politikası olarak ele alınmalıdır. Tüm çalışmalar uzun vadede Türk mutfak kültürünün tanınmasına, ülkeye ekonomik katkıda bulunmasına ve Türk yemek kültürünün markalaşma sürecine katkı sağlayacaktır (Bucak ve Yiğit, 2019: 1316).

6. COĞRAFI İŞARETLEME

Günümüzde gastronomi turizmi adına referans özelliği taşıyan coğrafi işaretleme aynı zamanda kültürel ve yerel ürünlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılmasına katkı sağlamaktadır (Kaya ve Çakır Keleş, 2019: 232).

“Küreselleşmenin gstromilli yapının gelişmesine engel olduğu anlaşılmakta aynı zaman da coğrafi işaretleminin de küreselleşmeye

olumsuz katkısı olduğu düşünüldüğünde, gastromilliyetçilik için coğrafi işaretlemenin önemi anlaşılmaktadır ‘’(Şahin, 2017: 460).

Coğrafi işaretin pek çok olumlu katkısı bulunmaktadır. Bu katkılar üretim kaynaklarında çeşitliliği teşvik etmekte olup bio çeşitliliği, doğal kaynakları ve çevreyi koruyup turizmde sürdürülebilirliği sağlamaktadır. Üretim kaynaklarının çeşitliliği bitki türleri, hayvan ırkları, zanaat gibi ürünler olabilmektedir. Örneğin coğrafi işaret şartlarından biri olan bazı peynirler belirli bir hayvan ırkının sütünden üretilmesi gerekmektedir. Yani dolaylı olarak hem o hayvan türü korunmuş olur ve üretilen peynirin orjinallliği korunmuş olur (Tepe, 2008: 28).

Coğrafi işaret bağlamında Türkiye’de ürün tescillenmesinin azlığı sebebi ile yerel ürünlerin korunamaması işletmeler ve orijinal ürünler için sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Coğrafi işaret hem ürünün korunmasına hem de gastronomi turizmine referans olması bağlamında dikkate alınması gereken bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Özkan, 2019: 17). Aynı zamanda coğrafi işaret sahte ürünlerin ortaya çıkmasını engellemekte ve üreticiyi korumakta hem de tüketicinin orijinal ürüne erişmesine de katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda üretimi yapılan ürünlerin coğrafi işaret kapsamında denetimlerinin yapılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda coğrafi işaretlerin çoğaltılması ve ürünlerin yasal olarak korunmaya alınması önem arz etmektedir. Çünkü denetimi yapılmayan, korunmayan ürünlerde özgünlük yok olabilir ve bu durumda da kalite düşer

böylece dünya pazarında talepte azalmaya yol açıp ürünün fiyatında da ciddi düşüşler meydana gelir (Tepe, 2008: 28-30).

Türkiye'nin zengin kültür varlıklarından biri olan yeme-içme kültürüne yurt dışından gelen turistlerin ilgisi büyüktür. Bu durumda coğrafi işaret ile gastronomi kültürünü bir marka haline getirme gerekliliğini göstermektedir (Özkan, 2019: 17).

7. GATRONOMİDE PAZARLAMA SORUNU

Yiyecekleri ana çekicilik unsuru olarak kullanarak yiyecek odaklı pazarlama stratejileri geliştirmek, farklı yiyecekleri tatmak isteyen turistleri çekebilecek temel faktörleri bilmek gastronomi destinasyonun da pazarlama adına önemlidir (Karim ve Chi, 2010: 534).

Türkiye'de turizm taleplerini karşılayacak pek çok kültürel varlık olmasına karşın ki bunlardan biride gastronomi kültürüdür hala kıyı turizminin pazarlanması ile sınırlı kalmıştır. Oysa değişen turist taleplerine göre etkin bir pazarlama stratejisi geliştirmek kaçınılmaz olacaktır. Dünya da pek çok ülke gastronomi turizmine başlamış ve etkin pazarlama stratejileri geliştirmiştir. İlerleyen süreçlerde çok büyük bir pazarlama stratejisi olan gastronomi turizminin önemi anlaşılacak olup Türkiye'nin zengin gastronomi kültürü pazara sunulacaktır (Güzel Şahin ve Ünver, 2015: 71). Türkiye'de gastronomi turizminin pazarlama eksikliğinin yanı sıra yemek kültürünün tam olarak keşfedilip bilinmemesi de bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Gastronomik varlıkların kurum ve kuruluşlar

tarafından korunması ve kayıt altına alınması gerekmektedir (Yılmaz, 2017: 177).

Günümüzde pek ok ülke tanıtımlarını ulusal yemek kültürleri üzerinden yapmaktadırlar. Örnek olarak ülkemizdeki Çin restoranları, İtalyan restoranları vb. olarak verilebilir. Bu bağlamda diğer ülkelerin yemek kültürleri gastronomik olarak tanıtılmış olup pazarlama aracı olarak kullanılmaya zemin hazırlanmış olmaktadır. “Örneğin İtalyan pizza ve makarnalarının ülkemizde ya da diğer ülkelerde, hemen her markette bulunabiliyor olması aslında pizza ya da makarnalarla ilgili bir durum değil İtalyan kültürünün bizim sokağımızdaki markete, oradan da evimize kadar girebilmiş olmasıyla ilgilidir. Çünkü küresel çağda pazarlanan ürünler değil ürünler üzerinden kültürel değerler ve yaşam şekilleridir” (Yurdigül, 2010: 147).

Dünyada, Türk gastronomi kültürü ile ilgili bir çok etkinlik yapılmasına karşın gastrodiplomasi bakımından etkinlik yapıldığı söylenmez. (Türker, 2018: 24). Gastrodiplomasi ile oluşturulacak etkinlikler mutfağımızı pazarlamada etkili sonuçlar vereceği düşünülmektedir.

Gastronomi turizminin pazarlanmasında yabancı dil bilgiside önemli ölçüde yer tutmaktadır. Çünkü ağızdan ağızdan ağıza pazarlamanın etkinliği göz önünde bulundurulduğunda yabancı dil bilgisinin önemi ortaya çıkmaktadır. Yabancı dili iyi konuşabilen bir personel turist ile iletişim kurabilecektir. Bu bağlamda gastronomi eğitimi verilen

kurumların iyi bir dil eğitimi vermeleri da gastronomi turizminin gelişmesine katkı sağlayacaktır (Türkeri, 2014: 9).

SONUÇ

Gastoronomi turizminde başarılı olmak için ilk olarak eğitimdeki sorunların çözülmesi önem arz etmektedir. Çünkü çağdaş dünyada eğitim diğer ülkelere karşı rekabet üstünlüğü sağlayacaktır. Alanında uzman veya eğitim almış personel hizmetteki kaliteyi arttıracaktır. Bu bağlamda gastronomi eğitiminde teorikte ve pratikte verilecek eğitimlerin standartlaştırılması ve sorunların (dil eğitimi, mutfak teçhizatı vb.) giderilmesi gerekmektedir.

Gastrodiplomasi aracılığı ile kurumların mutfak kültürlerini desteklemek amacı ile Türk mutfaklarını desteklemeleri ve etkinlikler düzenlemeleri gastronomi turizmine ve gastronomi pazarlamasına önemli ölçüde katkı sağlayacaktır.

Coğrafi işaretle ile gastronomi varlıklarının yasal olarak güvence altına alınması önem arz etmektedir. Çünkü coğrafi işaret referansı ile birçok gastronomik turizm hareketleri oluşmakta ve günümüzde birçok gastronomik paket tur düzenlenmektedir. Bu hareketlerin yanı sıra coğrafi işaret ile ürünü orijinal bir şekilde sürdürülebilirliği sağlanmış olmakta olup çevreye ve yöre halkına olumlu yönde etki etmektedir. Coğrafi işaret ile satın alınmak istenen ürünü kendine özgü olan bölgeden alınması yöre halkının kalkınmasına katkı sağlayacaktır. Aynı zamanda coğrafi işaret pazarlama aracı olarak kullanılabileceğinden ve marka şehir olmayı da katkı sağlayacağından uzun vadede turizm hareketlerini olumlu yönde etkileyecektir ve böylece ülke ekonomisine olumlu katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ab Karim, S., ve Chi, C.G.Q. (2010). Culinary Tourism as a Destination Attraction: An Empirical Examination of Destinations' Food Image. *Journal of Hospitality Marketing & Management, Volume, 19, Issue, 6, 531-555*
- Arıkan, E., Altınöz Sürücü, Ö., Arman. A. (2018). Problems and Solution Proposals in Training Kitchens of Higher Education Institutions. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 6/2, 592-601*
- Bucak, T., ve Yiğit, S . (2019). Gastromilliyetçilik ve Gastrodiplomasi Kavramları Üzerine Bir Değerlendirme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 21 (4), ss:1305-1320*
- Çağlı, I.B. (2012). *Türkiye’de Yerel Kültürün Turizm Odaklı Kalkınmadaki Rolü: Gastronomi Turizmi Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tez. İstanbul Teknik Üniversitesi. İstanbul
- Güzel Şahin, G., ve Ünver, G. (2015). Gastronomy Tourism as a Commodity of Destination Marketing: A research on İstanbul’s Gastronomy Tourism Potential. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies 3/2, 63-73*
- Kaya, M., ve Çakır Keleş, M. (2019). Destinasyon Markalaşmasında Gastronomik Ürünlerin Rolü: Bafra İlçesi Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi , 28 (2), 227-240*
- Kivela, J., Crotts, J. C. (2006). Tourism and Gastronomy: Gastronomy’s Influence on How Tourists Experience a Destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research, 30(3), 354–377*
- Kozak, N., ve Açıkgöz, Z. (2015). 7. Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı Sonuç Raporu. 7. Akademik Turizm Eğitimi Arama Konferansı

“Gastronomi Eğitimi Arama Konferansı”. Antalya. I. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, II. Türkiye Aşçılar Federasyonu.

Musayeva, N. (2019). *Türkiye’de Gastronomi Turizmi: Mevcut Durum, Sorunlar Və Çözüm Arayışları*. Lisans Bitirme Tezi. Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi. Bakü.

Özkan, F. (2019). *Gastronomik Kimlik Oluşturmada Coğrafi İşaretli Ürünlerin Etkisi: Afyonkarahisar Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi. Afyon.

Rockower, P. S. (2012). Recipes for gastrodiploamacy. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(3), 235–246.

Susever, E.A. (2014). *Pazarlama İletişimi Aracı Olarak Her Şey Dahil Sisteminin Türk Mutfağı Tanıtımındaki Yeri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi. İstanbul

Şahin, A. (2017). Examination Of The Notion Of Gastronationalism: Geographical Indication And Branding Factors. *The Journal of International Social Research. Volume, 10 Issue: 48*, 459-467

Şahin, S., Girgin, G.K., Kozaoğlu, İ.H., Coşkun, G.N. (2018). A Research on E-Complaint Behaviour of Gastronomy Tourists: Alaçatı Sample. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 6/1, 68-82

Tepe, S. (2008). *Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri. T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı*. Uzmanlık Tezi. Ankara

Thibodeaux, W. R. (2012). *The Practical Side of Culinary Arts Education: The Role of Social Ability and Durable Knowledge in Culinary Arts Externships*. University of New Orleans Theses and Dissertations. Ph.D. Urban Studies. New Orleans.

- Türker, N. (2018). Gastrodiplomasi Türk mutfağının tanıtımında bir araç olabilir mi? *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 14-29.
- Türkeri, İ. (2014). Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitiminin Özel Nitelikli Sorunları Ve Çözüm Önerileri. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi. Volume 3, Issue:4, Bahar, 1-14*
- Üner, E.H., ve Şahin, G.G. (2016). Evaluation of the Gastronomy Tourism Potential of Turkey's in All Inclusive Sale System. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 4/3,76-100
- Ünüvar. R.C. (2020). *Türkiye'de Gastronomi Eğitiminin Mevcut Durumu, Sorunları Ve Çözüm Önerileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi. Konya
- Yılmaz, G. (2017). An Evaluation of the Relationship Between Gastronomy and Tourism. *Journal of Travel and Hospitality Management* 14 (2), 171-191.
- Yurdigül, A. (2010). *Kültür Endüstrisi Bağlamında Yemek Kültürü Eleştirisi*. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum.

BÖLÜM 6

TURİZMDE EKONOMİK DAR BOĞAZLAR

Doç. Dr. Alper ATEŞ¹

Öğr. Gör. Halil SUNAR²

¹ Selçuk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Konya, Türkiye.
alpera@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0002-4347-7306

² Giresun Üniversitesi, Tirebolu Mehmet Bayrak Meslek Yüksekokulu, Seyahat-Turizm ve Eğlence Hizmetleri Bölümü, Giresun, Türkiye.
halil.sunar@windowslive.com, ORCID ID: 0000-0002-5131-4056

GİRİŞ

Tarih boyunca tüm devletler, iktisadi gelişimler sağlayarak yönettikleri toplumların refah seviyelerini yükseltmek amacıyla, içinde buldukları koşullara bağlı olarak gelir elde edebilecekleri kaynaklar bulmaya çalışmış ve bu kaynakların özelliklerinin desteklediği ticari faaliyetlere yönelmişlerdir. Turizm sektörünün dünya ekonomisi içerisindeki payı özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonraki birkaç istisnai dönem haricinde her geçen yıl artmıştır. Turizm faaliyetlerine katılım bilhassa gelişmiş toplumlarda geniş kitlelerde karşılık bulmuş ve daha uzak mesafelere seyahatler edilerek uluslararası turizm gelişmiştir. Turizmin oluşturduğu bu küresel boyuttaki hareketliliğin ekonomik, sosyo-kültürel ve politik etkileri önemli sonuçlar doğurmuş ve ülkelerin turizm sektörüne verdiği önemi artırmıştır.

Turizm ekonomisini konu edinen alan yazınında, birçok araştırmacının da ulaştığı olduğu genel bir sonuç olan uluslararası turizm hareketleri ile küresel ekonomi arasında sebep-sonuç temelli önemli bir ilişkinin varlığı hakkında çalışmalar bulunmaktadır. Bu ilişki, uluslararası ekonomi iklimindeki değişimlere ve gelişmelere bağlı olarak uluslararası turizm faaliyetlerinin de benzer şekilde artıp azaldığının örnekleri üzerine kurulmuştur. Bu ilişkinin sadece tek yönlü olmadığı, turizm faaliyetlerinin de küresel ekonomi üzerinde belirleyici olduğu bilinmektedir. Turizm sektörünün ekonomik etkileri ülkelerin karşılaştıkları ekonomik sorunların ve dar boğazların aşılmasında, turizm sektörünün oluşturduğu dinamik ve maliyetsiz ekonomik etkiler ülkelerin turizm sektörü üzerine yoğunlaşmasına neden olmuştur.

1. TURİZM VE EKONOMİ İLİŞKİSİ

Ülkelerin ekonomi politikalarının en önemli hedefi ekonomik büyüme ve bu büyümenin devamlılığını sağlamaktır. Bu nedenle ekonomi politikasının etkinliği ekonomik büyüme oranıyla ölçülmektedir. Ekonomik büyüme ile toplumun refah düzeyi arasında da önemli bir ilişki bulunmaktadır. Ekonomik büyüme oranı yükseldiğinde, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacak daha fazla iş fırsatı ve daha fazla mal ve hizmet bulunmaktadır. Ekonomi politikaları oluşturulurken ekonomik büyümeyi artıran ve geleneksel olarak sanayi sektörüne odaklanılmaktadır. Özellikle 1960'lı yıllardan günümüze kadar geçen süre zarfında, birçok ülke ekonomik hedeflerine ulaşmak için uygun bir yol olarak turizm sektörüne yönelmiştir. Bunun en önemli nedeni olarak turizm sektörünün, düşük gelir düzeyine sahip ülkelerde kalkınmayı teşvik etmesi ve bu ülkelerdeki ekonomik dengesizliği hafifletmek için kaynak elde etme noktasında önemli fırsatlar sunmasıdır (Nissan, Galindo ve Méndez, 2011: 1567-1568). Turizm sektörü ulusal gelir hesaplarında farklı bir şekilde ele alınmaktadır. Yurtiçi turizm harcamaları ile yabancı turistlere satılan ürün ve hizmetler, turistlerin yapmış olduğu harcamalar tüketim harcaması olarak hesaplanmaktadır. Ülke vatandaşlarının kendi ülkeleri dışında başka bir ülkedeki turizm amaçlı yapmış oldukları harcamalar ve ulaşım giderleri ithalat olarak kabul edilmektedir. Yabancı turistlerin, bir başka ülkede yapmış oldukları turizm amaçlı harcamalar, o ülke için ihracat olarak kabul edilmektedir (Bahar ve Kozak, 2005: 8). Kalkınma stratejisi olarak bazı ekonomistler, ihracatın en iyi yolunun imalat

ürünleri olduğunu savunmaktadır. Fakat bu durum az gelişmiş ülkeler için kullanılan teknolojilerin yeterli olmaması, ürünlerin maliyetlerinin yüksek olması nedeniyle ürünlerin dış pazardaki rekabet şansını azaltacağını belirtmişlerdir (Öztürk ve Aslanoğlu, 1998: 281). Bu nedenle turizm sektörü özellikle turist harcamaları, birçok ülkede döviz kazançları yoluyla ödemeler dengesinin iyileştirilmesine katkıda bulunarak, alternatif bir ihracat biçimi işlevi görmüştür. Ayrıca turizm kaynaklı gelirler, dünya çapında ülkelerde istihdam, hane halkı gelirini ve hükümet gelirini artırarak önemli bir gelir kaynağı oluşturmaya başlamıştır (Oh, 2005: 39). Burada özellikle gelişmekte olan ülke yönetimleri ihracata dayalı büyüme modeli uygulayarak bir yandan üretkenliği artırırken ve daha fazla ihracat yaratırken, diğer yandan da ülkenin mali durumunu dengelemesine imkan veren bir kâr yaratarak ihracatı genişletmek ve aynı zamanda ödemeler dengesi bozulmadan büyüme oranını artırmaktadır (Mc Combie ve Thirlwall, 1994: 233).

2.TURİZM ENDÜSTRİSİNİN DÜNYA EKONOMİSİNDEKİ YERİ

Kuramsal araştırmalar, uluslararası turizm faaliyetleri ile uluslararası ticaret arasında nedensellik anlamında önemli bir ilişkinin varlığını iddia etmektedir (Önal, 2020: 396). Ekonomide turizmin gelir etkisi "çarpan etkisi" kavramı ile açıklanmaktadır. Çarpan etkisi, "*marjinal harcamaların, ihracatın ve tüketim eğiliminin gelirler üzerindeki teorik ve kantitatif etkisini tayin eden katsayı*" olarak ifade edilmektedir (Yıldırım ve Karaman, 2001: 148). Turizm, ulusal ekonomide çarpan nedeniyle geniş kapsamlı bir gelir etkisi oluşturmaktadır. Çünkü,

turistler gittikleri ülkede, konaklama, yeme-içme, ulaştırma, alışveriş ve rekreasyon gibi ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılamak için bir takım tüketim harcamalarında bulunmaktadırlar. Bu tüketim harcamaları, bu durum ilgili ülke ekonomisi içinde çeşitli şekillerde devrederek, dolaylı yoldan yeni gelirlerin oluşmasını sağlamaktadır. Bu mekanizmanın ilerlemesi sonucu oluşan nihai turizm geliri, turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile turistik yatırım harcamalarına oranla oldukça yüksektir (Bahar ve Kozak, 2005: 13). Gerek doğrudan gerek dolaylı yoldan ekonomiye katkı sağlaması bakımından turizm sektörünün ülkeler için önemi büyüktür.

Tablo 1. 2006-2019 Yılları Arasında Dünya Seyahat ve Turizm Endüstrisinin GSYH'na Doğrudan ve Toplam Katkısı (Milyar ABD Doları)

Yıllar	Doğrudan Katkı	Artış Oranı Yüzdesi(%)	Toplam Katkı	Artış Oranı Yüzdesi(%)
2006	1.629	-	5.160	-
2007	1.809	11	5.765	11
2008	1.928	6	6.259	8
2009	1.794	-6	5.803	-7
2010	1.911	6	6.108	5
2011	2.157	12	6.925	13
2012	2.207	2	7.094	2
2013	2.304	4	7.432	4
2014	2.388	3	7.674	3
2015	2.320	-2	7.444	-2
2016	2.381	2	7.650	2
2017	2.567	7	8.240	7
2018	2.750	7	8.810	6
2019	2.893	5	9,258	5

Kaynak: www.statista.com, 2021

Tablo 1 incelendiğinde 2006 ile 2019 yılları arasındaki dönemde dünya seyahat ve turizm endüstrisinin GSYH'na doğrudan katkısının en fazla

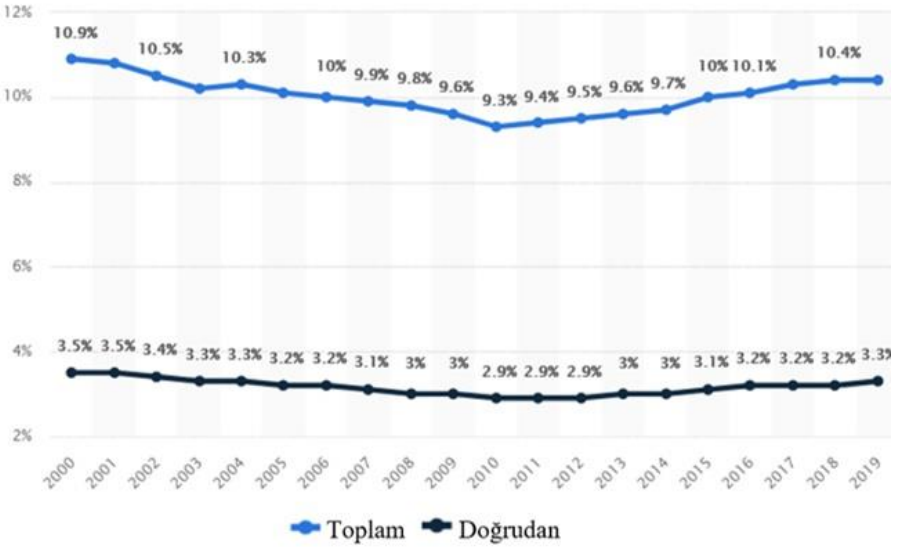
olduğu yıl 2 893 milyar ABD Doları ile 2019 yılı olmuştur. Bu dönem içerisinde bir önceki yıla göre doğrudan katkının yüzdelik artış olarak bakıldığında en fazla artışın yaşandığı yıl %12 ile 2011 yılı olmuştur. 2006 ile 2019 yılları arasında 2009 yılında %6 ve 2015 yılında %2 negatif büyüme gerçekleşmiştir. Benzer durumda 2006 ile 2019 yılları arasında dünya seyahat ve turizm endüstrisinin GSYH'na toplam katkısında da en fazla büyüme %13 ile 2011 yılı olurken; 2009 yılında %7 ve 2015 yılında %2 negatif büyüme gerçekleşmiştir.

Yaşanan krizler meydana geliş şekli, süresi, etki gücü, toplumsal algılanışı ve meydana getirdiği olumsuz yönlü rüzgârla kitleleri etkisi altına alarak emek yoğun bir sektör olan, güven, mutlu anılar, farklı ve unutulmaz deneyimler üzerine kurulu olan turizm sektöründe de olumsuz bir atmosfer oluşturmaktadır (Şahin ve Güzel, 2020: 258). 2009 yılındaki negatif büyümenin nedeni ise; 2007 yılının Haziran ayında ABD'de konut (Morgage) piyasasında yaşanan krizin 2008 yılının son çeyreğinden itibaren hızlı bir biçimde finansal krizin tüm dünyaya yayılmasıdır. Bu kriz ile yatırım fonlarının ve sigorta şirketlerinin batması ile Büyük Buhran'dan sonraki en şiddetli kriz olarak nitelendirilmektedir (Aydoğuş, 2009: 30).

2015 yılındaki negatif büyümenin nedeni ise, 2014 yılında bir yandan ülkelerin ekonomik büyümelerine ivme kazandırmaya çalışırken diğer taraftan ABD Merkez Bankası'nın parasal genişlemeyi bitirmesi, Avrupa ülkelerinin krizden önceki seviyelere ulaşmaya çalışması ve durgunluktan kurtulamamaları, Çin ekonomisindeki yavaşlama, Ortadoğu'daki belirsizliklerin devam etmesi ve petrol ile doğalgaz

fiyatlarının gerilemesiyle Rusya ekonomisinde yol açtığı daralma etkili olmuştur (TOBB Ekonomik Rapor, 2014). Ayrıca dünya genelinde büyüme oranlarının düşmesi, dünya genelinde işsiz insan sayısının 200 milyonu geçmesi, gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerindeki daralma, küresel ticaret hacmindeki yıllık büyümenin küresel kriz öncesi seviyelere ulaşamamasıdır (TOBB Ekonomik Rapor, 2015).

Şekil 1. 2000-2019 Yılları Arasında Dünya Geneli Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Ürettiği GSYH Payı



Kaynak: www.statista.com, 2021

Şekil 1 incelendiğinde 2000 ile 2019 yılları arasındaki dönemde dünya seyahat ve turizm endüstrisinin GSYH' daki toplam katkısının oranının en fazla olduğu yıl %10,9 ile 2000 yılı; en az olduğu yıl ise %9,3 ile 2010 yılı olmuştur. Benzer şekilde dünya seyahat ve turizm endüstrisinin GSYH' daki doğrudan katkısının en fazla olduğu yıl %3,5 ile 2000 yılı iken, en az olduğu yıl %2,9 oranı ile 2010 yılı olmuştur.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'nün Ocak 2020 raporuna göre dünya çapında uluslararası turist girişleri 2019 yılı toplamında bir önceki yıla oranla %4 artarak 1,5 milyar kişiye ulaştığını belirtmiştir. Küresel olarak, seyahat ve turizmin GSYH'ya doğrudan katkısı 2019 yılında yaklaşık 2,9 trilyon ABD doları olmuştur (www.statista.com, 2020). Buna bağlı olarak ekonomik getirisi bakımından uluslararası ticarete petrolden sonra ikinci sırada turizm sektörü yer almaktadır (Kar, Zorkirişçi ve Yıldırım, 2004: 89). COVID-19 salgınının küresel turizm üzerindeki yıkıcı etkisi, 2020 yılında bir önceki yıla oranla uluslararası turist girişlerinde %87'lik bir düşüş olduğunu belirtmiştir. Bu durum UNWTO Dünya Turizm Barometresine göre, uluslararası seyahatlerdeki düşüş, ekonomik anlamda ihracat gelirlerinde tahmini 1,3 trilyon ABD doları kaybı olduğu belirtilmektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi Başkanı ve CEO'su Gloria Guevara ise pandemi nedeniyle seyahat ve turizm sektörünün Covid-19 nedeniyle çöküşle karşı karşıya olduğunu ve hayatta kalma mücadelesi gösterdiğini belirtmiştir (Jiang ve Wen, 2020: 2).

Tablo 2. 2000 ile 2019 Yılları Arasında Türkiye'nin İhracat Gelirleri (Milyon \$), Turizm Gelirleri (Milyon \$), Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı, Ortalama Harcama ve Turizm Gelirlerinin GSYH İçindeki Payı

Yıllar	İhracat	Turizm Gelirleri	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı	Ortalama Harcama	Turizm Gelirinin GSYH İçindeki Payı
2000	27.774	7 636	27,5	732	2,9
2001	31 334	10 450	33,4	696	4,1
2002	36 059	12 420	34,4	640	3,7
2003	47 252	13 854	29,3	850	4,4
2004	63 167	17 076	27,0	843	4,2
2005	73 476	20 322	27,7	842	4,1
2006	85 534	18 594	21,7	803	3,4
2007	107 271	20 942	19,5	770	3,1
2008	132 027	25 415	19,2	820	3,3
2009	102 142	25 064	24,5	783	3,9
2010	113 883	24 931	21,9	755	3,2
2011	134 906	28 115	20,8	778	3,4
2012	152 478	29 351	19,2	795	3,3
2013	157 610	34 305	21,3	824	3,4
2014	151 802	32 309	21,8	828	3,7
2015	143 934	31 464	21,9	756	3,7
2016	142 606	22 107	15,5	705	2,6
2017	156 992	26 283	16,7	681	3,1
2018	167 967	29 512	17,5	647	3,8
2019	171 531	34 520	20,1	666	4,6

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜRSAB

Tablo 2 incelendiğinde 2000 ile 2019 yılları arasında Türkiye turizm gelirlerinin toplam ihracat içinde önemli bir paya sahiptir. 2000 yılından 2008 yılına kadar Türkiye turizm gelirleri önemli artışlar yaşamıştır. 2008 yılında ABD’de konut (Mortgage) piyasasında yaşanan krizin yılın son çeyreğinden itibaren hızlı bir biçimde finansal krizin tüm dünyaya yayılması sonucu tüm dünyada olduğu gibi turizm sektörünü de olumsuz etkilemiştir. 2011 yılında turizm gelirlerinin

büyümesine yeniden ivme kazanmasıyla 2014 yılına kadar artış yaşanmış, 2014, 2015 ve 2016 yıllarında Türkiye turizm gelirlerinde azalma yaşanmıştır. Türkiye turizm sektörü içerisinde Rus pazarı önemli bir paya sahiptir. Buna bağlı olarak Rusya'ya Kırım politikaları nedeniyle ABD'nin yaptırım uygulaması, Rusya'nın para birimi olan Ruble'nin ABD Doları karşısında değer kaybetmesine neden olmuştur. Bu durum ABD Doları bazındaki tatillerin fiyatlarının artmasına neden olmuş ve bu durumdan Türkiye turizm sektörü dolaylı olarak etkilenmiştir. 2015 yılında Türkiye ile Rusya arasında yaşanan "Uçak Krizi" ve iki ülke arasında yaşanan gerginlik sonrasında Rusya'nın devlet yetkililerinin Rus vatandaşlarına Türkiye'ye gitmemelerine yönelik ve Türkiye'de olan Rus vatandaşları için geri dönmelerine yönelik çağrılarda bulunması, bazı uçak seferlerinin iptal edilmesi, vizesiz seyahat uygulamasının kaldırılması gibi yaptırımlar Rusya'dan gelen ziyaretçi sayısını olumsuz etkilemiştir (Turizm Günlüğü, 2018). 2016 yılındaki turizm gelirlerinin azalmasında ise, 12 Ocak Sultan Ahmet saldırısı olarak bilinen patlama, Türkiye'de yaşanan terör olayları, 15 Temmuz darbe girişimi, İstanbul Atatürk Havalimanında, İstanbul Dolmabahçe'de ve Kayseri'deki bombalı saldırılar (Hacıoğlu ve Çavuşoğlu, 2018: 33-34) ve dünya basınında Türkiye'deki can güvenliği konusunda ki çıkan olumsuz haberler nedeniyle oluşan olumsuz algılar etkili olmuştur (Sunar, Ateş, Yılmaz, 2019: 357-358).

2020 yılının başlarında etkisini gösteren Covid-19 salgını tüm dünyayı etkilediği gibi Türkiye turizm sektörünü de önemli ölçüde etkilemiştir. 2020 yılının belirli dönemlerinde pandeminin etkileri nedeniyle getirilen seyahat kısıtlamaları gibi nedenlerden dolayı bir önceki yıla

oranla %69,14 azalış göstererek toplam ziyaretçi sayısı 15,9 milyon kişi olmuştur. 2020 yılında Türkiye turizm gelirlerinde bir önceki yıla oranla %65,1 azalarak 12,1 Milyar ABD Doları gelir sağlanmış, ortalama harcama ise, %14,5 artarak 762 ABD Doları olmuştur (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2021).

SONUÇ

Ülkeler ekonomi politikaları oluşturulurken yüksek yatırım ve teknoloji gerektiren sanayi sektörü dışında ekonomik hedeflerine ulaşmak için özellikle düşük gelir düzeyine sahip olan ülkelerde kalkınmayı teşvik etmesi, kaynak elde ederek ekonomilerindeki dengesizlikleri hafifletmesi açısından uygun bir yol olarak turizm sektörüne yönelmiştir. Dünya geneli nüfusun önemli bir oranının turizm faaliyetlerine katılması sonucu ekonomik anlamda dünya turizm pastasının büyük olması ve bu pastadan pay elde eden özellikle gelişmekte olan ülkelerin toplam gelirlerinin önemli bir bölümünü turizm gelirleri oluşturmaktadır. Yaşanan küresel krizler yaşamın tüm alanlarını etkilediği gibi turizm sektörünü de etkilemektedir. Turizmin kırılgan yapısı nedeniyle gelişmekte olan ülke ekonomileri bir yandan yaşanan küresel krizlerden etkilenirken, diğer yandan ekonomilerinde önemli bir yeri olan turizm sektörünün de krizden etkilenmesiyle ekonomik açıdan krizlerin olumsuz etkilerini daha fazla hissetmelerine neden olmakta ve bu küresel krizleri gelişmiş ülkelere göre daha geç sürede toparlanmakta ve atlatmaktadır. Küresel boyuttaki krizlerin dışında ise, ülkelerin uyguladıkları turizm politikaları, hedef pazarları konumundaki ülkeler ile olan ilişkileri, aralarındaki yasal düzenlemeler

veya bu pazarlara olan bağımlılıkları da turizm gelirlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Ülkeler arası ikili ilişkiler bir taraftan turizm sektörüne olumlu etki ederken diğer taraftan oluşabilecek bir kriz durumunda ülkeler arasındaki turizm pazar paylarının büyüklüğüyle aynı doğrultuda ekonomik etkisi bulunmaktadır. Oluşabilecek bu tip durumlarda olumsuzları en aza indirmek için ülkeler pazara bağımlılıklarını azaltacak alternatif pazarlara yönelmeli ve bu doğrultuda planlamalar ve stratejiler oluşturmalıdır.

KAYNAKÇA

- Aydoğuş, O., (2009). 2008-2009 Küresel Krizi'nden Geçerken Türkiye Ekonomisi Üzerine Bazı Gözlem ve Değerlendirmeler, *TİSK Akademi*, Cilt 4 Sayı II, s. 26-50.
- Bahar, O., Kozak, M. (2005). *Küreselleşme Sürecinde: Uluslararası Turizm ve Rekabet Edilebilirlik*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Hacıoğlu, N., Çavuşoğlu, F. (2018). Türkiye'nin Karşılaştığı Küresel, Bölgesel ve Yerel Olaylar ve Turizm Sektörüne Etkilerinin İncelenmesi: Antalya ve İstanbul Örneği. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 23-40.
- <https://www.statista.com/statistics/1099933/travel-and-tourism-share-of-gdp/>, Erişim Tarihi: 5.05.2021
- <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/>, Erişim Tarihi: 5.05.2021
- <https://www.statista.com/topics/962/global-tourism/>. Erişim Tarihi: 5.05.2021
- Jiang, Y., Wen, J. (2020). Effects of COVID-19 on Hotel Marketing and Management: A perspective article. *International Journal of Comtemporary of Hospitality Management*. pp. 2563-2573.
- Kar, M., Zorkirişçi E. ve Yıldırım M. (2004). “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4 (8), ss. 87-112.
- McCombie, J. S. L., Thirlwall, A. P. (1994). The Balance-of-Payments Constraint as an Explanation of International Growth Rate Differences. *In Economic Growth and the Balance-of-Payments Constraint* (pp. 232-261). Palgrave Macmillan, London.
- Nissan, E., Galindo, M. A., Méndez, M. T. (2011). Relationship between tourism and economic growth. *The Service Industries Journal*, 31(10), 1567-1572.
- Oh, C. O. (2005). The Contribution of Tourism Development to Economic Growth in The Korean Economy. *Tourism Management*, 26 (1), 39-44.
- Önal, İ. (2020). Uluslararası Turizm Hareketlerinin, Uluslararası Ticaretin Bir Parçası Olarak Ülkelerin Ekonomik Gelişimi ve Refahına Etkisi: 2003-2020 Yılları Arasında Türkiye Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(3), 369-383.

- Öztürk, A., Aslanoğlu, M. (1998). *Ekonomik Planlama*. Ekin Kitabevi. Bursa.
- Sunar, H., Ateş, A., Yılmaz, R. (2019). Türkiye Turizm İstatistiklerinin Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS) Yöntemiyle Performans Değerlendirmesi ve Karşılaştırılması, *The Third International Congress On Future Of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability* (Futourism 2019). Bildiriler Kitabı, ss. 354-359. Mersin.
- Şahin, İ., Güzel, F.Ö. (2020). Olumsuz Güncel Gelişmelerin ve Krizlerin Türk Turizmine Etkileri: Profesyonel Turist Rehberlerinin Değerlendirmeleri ve Sektörel Çözüm Önerileri, *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (2), Ekim 2020, ss. 257-280.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi, 21.05.2021.
- TOBB Ekonomik Rapor, (2014). <https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2015/71GK/ekonomikrapor-2014.pdf>, Erişim Tarihi: 25.05.2021
- TOBB Ekonomik Rapor, (2015). <https://www.tobb.org.tr/Documents/yayinlar/2016/72GK/72-Genel-KurulEkonomikRapor2015.pdf>, Erişim Tarihi: 25.05.2021
- Turizm Günlüğü, İşte Türkiye-Rusya Turizmini Olumsuz Etkileyen Uçak Krizinin Görüntüleri, 27 Kasım 2018. <https://www.turizmgunlugu.com/2018/11/27/iste-turkiye-rusya-turizmini-olumsuz-etkileyen-ucak-krizinin-goruntuleri/>. Erişim Tarihi: 21.05.2021.
- TÜRSAB, <https://www.tursab.org.tr/istatistikler-icerik/turizm-geliri>, Erişim Tarihi, 21.05.2021.
- UNWTO. (2020). World Tourism Barometer N° 18 January 2020. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020>, Erişim Tarihi, 21.05.2021.
- Yıldırım K., Karaman D. (2001). *Makro Ekonomi*. Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı, 2. Basım, Yayın No: 145, Eskişehir.

BÖLÜM 7

TURİZMDE SOSYAL VE TOPLUMSAL DAR BOĞAZLAR

Prof. Dr. Rıdvan KOZAK¹

Mustafa COŞKUNER²

¹ Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, Türkiye. rkozak@anadolu.edu.tr

ORCID ID: 0000-0001-5846-0489

² Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm Fakültesi, Doktora Öğrencisi, Eskişehir, Türkiye. mustafacoskuner03@gmail.com

ORCID ID: 0000-0003-3032-1836

GİRİŞ

Kültürün birçok farklı alanla ilişkisi bulunmaktadır. Literatürde kültür kavramı sosyoloji, edebiyat, siyasi, psikoloji, sanat tarihi, tarih ve folklor gibi disiplinler tarafından değerlendirilmiştir. Kültür, bilgiyi, sanatı, ahlakı, örf ve adetleri, insanın içinde yaşadığı toplumdan kazandığı bütün yetenek ve alışkanlıkları kapsayan, atalarından miras kalan maddi-manevi değerler bütünü olarak ifade edilmektedir (Kafesoğlu, 1992: 15). Her toplumun, kendilerini diğer toplumlardan farklı kılan fakat kendi içinde kaynaştırıcı ve barıştırıcı bir rol oynayan din, dil, gelenek ve görenek gibi kültürlerini oluşturan değerleri vardır (Karadeniz ve Sezer, 2018: 357). Kültürel değerlerin turistik ürün tasarımında kullanımı özgünlük ve kalite sağlamak ve turistlerin ziyaret deneyimini zenginleştirmektedir (Öter, 2010: 175). Bu duruma karşılık turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısının önemli sayılara ulaşmasıyla birlikte turizmin geliştiği destinasyonlarda ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel gibi birçok değişime neden olabilmektedir (Özdemir ve Kervankıran, 2011). Turizm sektörünün ekonomi ve fiziksel çevre üzerindeki açık ve görünür etkilerinin bulunmasının yanı sıra, arzı oluşturan destinasyonların değer sistemlerinde, geleneksel yaşam tarzlarında, aile ilişkilerinde, bireysel davranışlarda daha genel bir bakış açısıyla toplum yapısındaki değişiklikler dahil olmak üzere turizmin sosyal ve kültürel olarak olumlu ve olumsuz bir takım etkileri bulunmaktadır (Ratz, 2002: 54). Bu etkiler turizm sektöründe ziyaretçiler ile destinasyonda yaşayan insanlar arasındaki sosyal değişimlere neden olan bir süreç ile ortaya çıkmaktadır (Yoon, Gürsoy ve Chen, 2001: 364). Turistik ürünlerin temelini oluşturan üç temel

faktörden birisi sosyo-kültürel faktörlerdir (Usta, 2001: 109). Ziyaretçiler ile destinasyonda yaşayan toplumun ekonomik yapısı, eğitim ve kültür düzeyleri benzerlik göstermesi gibi durumlarda toplumsal değişimler daha az düzeyde yaşanmaktayken; ülke kültürlerinde ve ekonomik açıdan büyük farklılıklar olması durumunda ise değişim ve/veya etkileşim daha büyük boyutta gerçekleşmektedir (Demircioğlu, 1997: 137). Turizmin sosyo-kültürel etkileri, turizmin değer sistemlerinde, bireysel davranışlarda, aile ilişkilerinde, kolektif yaşam tarzlarında, güvenlik seviyelerinde, ahlaki davranışlarda, yaratıcı ifadelerde, geleneksel törenlerde ve topluluk organizasyonlarında meydana gelen değişikliklere olumlu ve olumsuz katkıda bulunması olarak ifade edilmektedir. Bu etkilerin odak noktasında “insan” olmasından dolayı turistlerle ve onu destekleyen endüstriyle doğrudan ve dolaylı ilişkilerinden kaynaklanan ev sahibi toplum üzerindeki etkileriyle ilgilenmektedir (Berno, 1995: 4). Literatürdeki çalışmalar arasında ekonomik anlamda ülkelerin turizm sektörüne yoğunlaşması nedeniyle turizmin etkileri konusunda en fazla ekonomik üzerine çalışmalar olsa da son yıllarda turizmin sosyo-kültürel etkileri konusunda da birçok çalışma bulunmaktadır.

1. TURİZMİN SOSYO-KÜLTÜREL ETKİLERİ

Günümüzde turizm olgusunun insan hayatının önemli bir parçası olması ile birlikte çok farklı turizm türleri ortaya çıkmıştır. Tüketici ve turizm eğilimleri destinasyona göre farklılıklar göstermekte ve sosyolojik, ekonomik, psikolojik ve teknolojik faktörler farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Her bir değişim ve

gelişime, turizm sektöründe doğrudan veya dolaylı olarak kısa, orta veya uzun vadede karşılığı görülmektedir (Ateş, Şahin ve Sunar, 2020: 186). Turizm, sahip olduğu yapısı gereği içerisinde farklı birçok unsuru barındırmaktadır. Turizmin yapısal özelliği gereği bir bölgeyi ziyaret eden ziyaretçiler ile o bölgede yaşayan bölge halkı arasında sosyo-kültürel bir etkileşim gerçekleşmektedir. Sosyo-kültürel sahiplikler toplumsal düzeni sağlayan değerler ve inançlardan oluşmaktadır. Bu değerlerin her biri toplumu tanımlayan ve nasıl davranılması gerektiğini gösteren bir bilgi kaynağıdır (Cheng, Kruger ve Daniels, 2003: 91). Turistlerin seyahatlerinde kendi toplumsal değerlerini ve yargılarını, yaşam biçimlerini ve alışkanlıklarını da beraberinde götürmektedirler (Kozak, Kozak ve Kozak, 2010: 88). Bu noktada bir genelleme yapılacak olursa turizmde turist gönderen ülkeden daha fazla turist kabul eden ülkenin toplumsal yaşamını etki ettiği yönündedir (Akış Roney, 2011: 114). Turizmde insanların karşılıklı olarak etkileşimleriyle değer kazanması nedeniyle Cohen (1984) çalışmasında yerel halk ile turistin karşılaştığı noktada sosyolojik bir bakış açısıyla turizmin sosyo-kültürel olarak değişimler incelenebildiğini belirtmiştir. Literatür incelendiğinde turizmin sosyo-kültürel etkileri üzerine birçok çalışma bulunmakta ve bu çalışmalarda toplumsal odaklı olup turizmin sosyo-kültürel etkilerine yönelik farklı araştırmacılar tarafından farklı gruplamalar yapılmaktadır. Turizmin toplumsal yapı üzerindeki etkileri (Avcıkurt, 2007: 63):

Turizmin birey üzerindeki etkileri: Turizm yerel halkın boş zaman aktivitelerinde önemli değişikliklere neden olabilmekte, yeni kültürleri tanınmasına yardımcı olarak dil becerilerini de geliştirmelerine imkan

sağlamaktadır (Ratz, 2000: 7). Bireyler farklı amaçlar doğrultusunda turizm aktivitelerine katılmaktadır. Turistler ile yerel halk arasındaki etkileşime bağlı olarak, bireyler kişisel birikimlerini evrensel değerlerle yenileyebilme imkânına sahip olmakta ve bu ilişkiler sonucunda toplumsal değişime neden olabilmektedir (Avcıkurt, 2007: 63). Turizm bireylerin daha hoşgörülü olmasını sağlamakta, dil becerileri geliştirmekte ve dünya barışına katkı sağlamaktadır.

Turizmin aile yapısı üzerindeki etkileri: Günümüzde aileler yapı olarak büyüdükçe, çocuklar olgunlaşması ve yoğun iş hayatının da eklenmesiyle aile içerisindeki bağlar zayıflayabilmektedir. Aileler birlikte zaman geçirmek ve bu bağları yeniden güçlendirmek için ailecek yapılan turizm aktiviteleriyle telafi etmeye çalışmaktadırlar. Bu durum daha çok turist gönderen ülkeler için geçerli olmaktadır. Bu durum turizm olayının gerçekleştiği destinasyonlarda yaşayan aileler üzerine turizmin etkilerini farklılaştırabilmektedir (Demircan, 2010: 125). Turizm bir yandan kadınların daha özgür duruma gelmeleri, kadınların çalışma hayatına katılmaları gibi aile yaşamlarındaki rollerinde de değişimler sağlamaktadır. Turizm az gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde ise, geleneksel değerleri olumsuz etkilemekte, kuşaklar arasında çatışmayı artırmakta, yardım ve iş birliğini azaltmakta, geç evlenme, boşanma sayılarında artış gibi olumsuz etki edebilmektedir (Doğan, 1987: 178).

Turizmin toplum üzerindeki etkileri: Toplum insan etkileşimlerinden oluşan bir yapı olmasına bağlı olarak turizmin insanlar arasındaki etkileşiminin bir sonucu olarak toplumu da etkilemektedir. Özellikle

kırsal kesim olarak ifade edilen bölgelerin turizme açılması sonucu zamanla kentsel değerleri kabul etmek zorunda kalınması, yaşam tarzları ve geleneksel kültürün yapısında değişimlere neden olmaktadır. Bu duruma olumu yönleri olarak ise, teknolojik açıdan gelişim sağlamakta, iletişim araçları sayesinde dış dünyayla bağlantı kurulmasına olanak sağlayarak modernleşme sürecinde turizm önemli etkenlerden biri olarak kabul edilmektedir (Emekli, 2001: 203).

Turizmin toplumsal sınıflar üzerindeki etkileri: Toplumun sosyal sınıf kavramı bireylerin gelir, yaşam tarzı, eğitim gibi belirli özelliklerine göre ayrılmasıdır. Turizm toplumdaki sosyal sınıflara göre değişiklik gösterebildiği gibi etkileri de sosyal sınıflar üzerine değişik biçimlerde olabilmektedir. Turizm genel olarak sosyal sınıflar üzerindeki dengesizlikleri artırmakta, yerel halkın istihdam ağırlıklı değişimlere neden olabilmekte, belirli bir yere yoğunlaşılmasıyla üretim yapısında, yaşam standartlarında ve toplumun sosyo-kültürel yapısında değişimlere neden olabilmektedir (Demircan, 2010: 128).

Turizmin demografik etkileri: Nüfus artışı, yaş, cinsiyet gibi boyutlar toplumun sosyal yapısındaki demografik etkenlerdir. Turistik bölgelerdeki ekonomik etkenler nedeniyle bu yerlere doğru bir göç hareketi olmakta ve bu göç hareketi ile birlikte barınma, eğitim, sağlık, kültürel yozlaşma, alt yapı gibi çeşitli bir takım sorunları da ortaya çıkartmaktadır. Bu durum bazı bölgelerde tersine işlemekte ve kırsal alanlarda turizmin gelişmesiyle tam tersi bir göç yaşanmaktadır (Avcıkurt, 2007: 66).

Turizmin hayat standartları üzerindeki etkileri: Turizm, turist ile yerel halk arasında çift taraflı bir etkileşim söz konusudur. Bu etkileşim ekonomik olabildiği gibi, kendi toplumsal değerlerini ve yargılarını, yaşam biçimlerini ve alışkanlıklarını da etkileyerek bir takım değişimlere neden olabilmektedir. Bu durum bir taraftan iş fırsatları oluşturmakta ve ekonomik fayda sağlaması sonucu yaşam standartlarındaki iyileşmeler ve değişimlerle toplum ve çevre bilincini artırmaktadır (Avcıkurt, 2007: 67).

Turizmin eğitim üzerindeki etkileri: Turizmin ekonomi içerisindeki payına bağlı olarak turizm faaliyetleri devlet mekanizmasının önemli bir parçası haline gelmesiyle eğitim kurumlarını da etkilemiştir. Turizm sektörünün ihtiyacı olan kalifiye eleman yetiştirmek, toplumun turizm faaliyetlerinin getirilerinden daha fazla fayda sağlayabilmek gibi amaçlarla çeşitli düzeylerde turizm ile ilgili eğitimler verilmektedir (Avcıkurt, 2007: 58). Yükseköğretimde turizm eğitimi; önlisans, lisans ve lisansüstü (yükseklisans, doktora) düzeyde eğitim verilmekte olup, gerek turizm sektörünün ihtiyacı olan kalifiye eleman yetiştirmek, gerekse Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın ihtiyaç duyacağı yönetici adaylarını ve üniversitelerde araştırma yapabilecek turizm akademisyenlerini yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Sunar ve Demirtaş, 2020: 69; Gürdal, 1994: 167). Turizm ayrıca yerel halkın özellikle yabancı dilini geliştirmesine olanak sağlamakta, kendi bilgi ve becerilerini artırarak ufkunu genişletmesi, farklı bakış açısı sağlaması açısından oldukça önemli katkıları bulunmaktadır.

Turizmin genel anlamda bu sosyal etkilerinin yanı sıra bir toplumun kültürünü oluşturan maddi ve manevi tüm değerleri bir yandan turizm çekiciliklerini oluşturmakta diğer bir yandan ise bu unsurlar üzerine etki etmektedir. Toplumun kültürel değerleri olarak dil, din, örf, ahlak, hukuk, gelenek, davranış, zevkler, sanat, mutfak gibi unsurlar destinasyonlar arasındaki rekabette destinasyonun kendine özgü değerlerini oluşturmaktadır. Bu değerlerin bir yandan turizme açılması, kültürün tanıtılmasına katkı sağlamak ve bu değerleri koruyarak gelecek nesillere aktarılması noktasında önem arz etmektedir. Literatür incelendiğinde turizmin sosyo-kültürel etkileri genel olarak olumlu ve olumsuz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

Genel olarak turizmin olumlu yöndeki sosyo-kültürel etkileri (Akış Roney, 2011: 111-112; Kozak vd., 2010 : 91 - 95):

- Turizmin geliştiği bölgelerde, turist ile yerel halk arasındaki iletişim ve etkileşim sonucu bireylerin önyargılarından kurtularak daha hoşgörülü olmakta ve böylece turizm sektörü dünya barışına katkı sağlamaktadır.
- Turizm sayesinde kültürler arası bir etkileşim söz konusu olmakta ve kültürel alışveriş artmaktadır.
- Turizm yeni mesleklerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.
- Turizm yerel halka bir takım istihdam imkanları sağlamaktadır.
- Turizm kültürel birikimi ve eğitim seviyesini artırarak daha fazla araştırmacı olmalarını sağlamaktadır.
- Turizm, kültürel miras bilincini aşılıyarak, onların sahiplenilerek korunmasını ve gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlamaktadır.

- Turizm benimsenen kültürel değerlerin adaptasyonunu sağlayarak, toplum yapısındaki bağları güçlendirmektedir.
- Turizmin gelişmesiyle ekonomik getirileri sayesinde destinasyonun gelişmesi ve alt yapı eksikliklerinin giderilmesi, mevcut değerlerin korunması, devamlılığının sağlanmasına katkı sağlamaktadır.
- Turizm, destinasyondaki toplumsal etkinlikleri desteklemeye yardımcı olmakta ve destinasyonun ekonomik etkinlikleri açısından da önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır.
- Turizm aile yapısı ve kadın hakları konusunda bazı değişimlere neden olarak kadınların, turizm yoluyla daha özgür bir konuma gelmeleri ve istihdam edilmelerine katkı sağlamaktadır.

Genel olarak turizmin olumsuz yöndeki sosyo-kültürel etkileri (Akış Roney, 2011: 112-113; Kozak vd., 2010 : 94 - 97):

- Turizm bir destinasyonun kültürel varlıkları korumaya yönelik tedbirlerin yeterli düzeyde alınmaması sonucunda zarar görebilmekte ve el sanatları yemek kültürü gibi unsurlarda değişimler olabilmekte ve kültürün yozlaşmasına ve kendi benliklerinden uzaklaşmasına neden olmaktadır.
- Turizm, yerel halkın turistlerin kendi toplumlarıyla benzeşmeyen tüketim alışkanlıklarını, kılık kıyafeti ve farklı yaşam tarzlarını taklit edebilmektedir.
- Turizm ahlaki değer ve davranışlar üzerinde bir takım olumsuz etkilere yol açmaktadır. Uyuşturucu, alkol, kumar, seks işçiliği, suç işleme ve suç oranlarını arttırdığı görüşleri bulunmaktadır.

- Yabancı sözcüklerin yerli halkın konuşma dilinde zamanla artmasıyla dilde yabancılaşmaya yol açabilmektedir.
- Turizm yerel halkın sahip olduğu dostluk, arkadaşlık, konukseverlik gibi manevi değerlerin ticarileşmesine neden olabilmektedir.
- Turizmin yol açtığı nüfus yoğunluğu yerel halkın yaşam alanını daraltabilmekte, fiyat artışlarına neden olabilmektedir.
- Bölge halkı ile ziyaretçiler arasında gelir farklılıkları ve sosyal farklılıklardan dolayı çeşitli çatışmalar yaşanabilmektedir.
- Turistler ve yerel halk arasında çok belirgin ırksal farklılıkların olduğu yerlerde ırksal gerginlikler ortaya çıkabilmektedir.
- Turizmle birlikte özellikle kadınların sektörde çalışmaya başlamaları ile ailevi sorunlar, boşanma oranlarının arttığı gözlemlenmektedir.

SONUÇ

Turizmin yapısı gereği destinasyonun ziyaretçileri ile destinasyonda yaşayan ve turizm endüstrisinde doğrudan görev alan ve/veya sahip olduğu kültürel değerlerle bir turizm ürünü oluşturan yerel halk arasında sosyo-kültürel etkileşimler yaşanması kaçınılmazdır (Akmeşe ve Sunar, 2019: 1893-1894). Literatürde turizmin yerel halk üzerine etkileriyle ilgili farklı zaman dilimlerinde farklı araştırmacılar tarafından birçok çalışma yapılmıştır. Turizmin birçok olumlu ve olumsuz etkisi bulunmasına rağmen, özellikle gelişmekte olan ülke ekonomileri için önemli ölçüde gelir getirici etkisi ön plana çıkmaktadır. Bir toplumun kültürünü oluşturan maddi ve manevi tüm

değerleri bir yandan yoğun rekabet ortamında destinasyonun diğerlerinden ayırt edici turizm çekiciliklerini oluşturmaktayken diğer yandan ise bu kültürel değerler üzerine etkileri bulunmaktadır. Bu değerlerin turizme açılmasıyla, kültürel mirasın korunması, kültürün tanıtılmasına katkı sağlaması, refah düzeyini artırması, yeni iş imkanları sunması, istihdam oluşturması gibi bir çok olumlu etkileri bulunmaktadır. Bu durumun yanı sıra bazı araştırmacılar, gerekli önlemler alınmaması, planlı büyüme stratejilerinin uygulanmaması, plansız büyüme gibi nedenlerden dolayı turizmin kültürel bozulmaya yol açtığını (Crick, 1989: 308), doğal güzelliklerin ve kültürel mirasın tahribata uğradığını (Wood, 1997: 5), kültürün metalaştırıldığını (Nash, 1981: 81) belirtmişlerdir. Bu nedenlerle turizmin olumlu sosyo kültürel etkilerinden daha fazla faydalanmak, olumsuz sosyo- kültürel etkilerini en aza indirmek veya ortadan kaldırabilmek amacıyla bir takım planlamalar, stratejiler izlenmeli ve bunun sürdürülebilir olmasının sağlanması önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akış Roney, S. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Akmeşe, K. A., Sunar, H. (2019). Turizmin Ekonomik Çevresel ve Sosyo-Kültürel Etkilerinin Yerel Halk Tarafından Algılanması: Hatay İli Örneği, *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, (Issn:2630-631X) 5(26): ss.1892-1900
- Ateş, A., Şahin, M., Sunar, H. (2020). Hayat Değiştiren Seyahat: Doğum Turizmi, 4. Uluslararası Akdeniz Sempozyumu, Bildiriler Kitabı, 22-24 Ekim, Mersin. ss. 183-195.
- Avcıkurt, C. (2007). *Turizm Sosyolojisi Turist-Yerel Halk Etkileşimi*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Berno, T. E. L. (1995). *The Socio-Cultural and Psychological Effects of Tourism on Indigenous Cultures*. Master Thesis, University of Canterbury, England.
- Cheng, A. S., Kruger, L. E., Daniels, S. E. (2003). "Place" as an Integrating Concept in Natural Research Politics: Propositions for a Social Science Research Agenda. *Social and Natural Research* , 16, pp.87-104.
- Cohen, E. (1984). *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings*. *Annual Review of Sociology*, 10(1), pp.373-392.
- Crick, M. (1989). Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings and Servility, *Annual Review of Anthropology* 18: 307-44.
- Demircan, Ş. (2010). *Turizmin Sosyo Kültürel Etkileri: Antalya/Muratpaşa İlçesi Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Antalya.
- Demircioğlu, A. G. (1997). Turizm Çevre Etkileşimi Bakımından Sürdürülebilir Turizm Planlaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Dergisi*, 12 (2), 135-147.

- Doğan, H. Z. (1987). *Turizmin Sosyo-Kültürel Temelleri*. Uğur Ofset Matbaacılık ve Ticaret. İzmir.
- Emekli, G. (2001). *Bergama'nın Turizm Coğrafyası ve Turizmin Sosyo-Ekonomik Etkileri*, Bergama Belediyesi Kültür Yayınları, Bergama, İzmir.
- Gürdal, M. (1994). Türkiye'de Mesleki Turizm Eğitiminin Bugünkü Yapısı, Mevcut Sorunları ve Çözüm Yolları. Birinci Baskı, Erciyes Üniversitesi Yayınları. Nevşehir.
- Kafesoğlu, İ. (1992) Türk Millî Kültürü, İstanbul: Boğaziçi Yayınları.
- Karadeniz, H., Sezer, İ. (2018). UNESCO Değeri Olarak Işık Dili (Kuşdili) Ve Turistik Ürün Potansiyeli, İçinde: (Karaman, A., Sayın, K. ve Ateş, A.) *Türkiye'nin Unesco Değerleri ve Turizm Potansiyeli*, Eğitim Yayınevi, Konya. ss. 357-381.
- Kozak, N. , Kozak, A. Meryem ve Kozak, M. (2010). *Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar*, (9. Baskı) Detay Yayıncılık, Ankara.
- Nash, D. (1981). Tourism as an Anthropological Subject, *Current Anthropology* 22(5): 461–85.
- Öter, Z. (2010). Türk El Sanatlarının Kültür Turizmi Bağlamında Değerlendirilmesi, *Millî Folklor*, Yıl 22, Sayı 86, 174-185.
- Özdemir, M. A. ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve Turizmin Etkileri Konusunda Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Afyonkarahisar Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 24, 1-25.
- Ratz, T. (2000). "The Social-Cultural Impact of Tourism Case of Lake Balaton. *Research Support Scheme*, Virtus. pp.1-20.
- Ratz, T. (2002). Residents' perceptions of the socio-cultural impacts of tourism at Lake Balaton, Hungary. *In Tourism and Sustainable Community Development* (pp. 54-65). Routledge.

- Sunar, H., Demirtaş, N. (2020). Turizm Yükseköğretiminde Küreselleşme ve Uluslararasılaşma, (Editör: Ömür Hakan Kuzu). İçinde: *Turizm Yükseköğretiminde Güncel Konular ve Eğilimler*, Eğitim Yayınevi, Konya.
- Usta, Ö. (2001). *Genel Turizm*. Anadolu Matbaacılık. İzmir.
- Wood, R. (1997). Tourism and the State: Ethnic Options and Construction of Otherness. pp. 1–34 in Robert Wood and Michel Picard (eds) *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press.
- Yoon, Y., Gürsoy, D. ve Chen, J.S. (2001). Validating a Tourism Development Theory With Structural Equation Modeling. *Tourism Management*, 22, ss.363-372.



ISBN: 978-625-7562-69-0