

T.C.
İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

JEOPOLİTİK RİSKİN TÜRKİYE TURİZMİNE ETKİSİ

Yüksek Lisans Tezi

Halit KERİM

OCAK 2020

T.C.
İSTANBUL MEDENİYET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

JEOPOLİTİK RİSKİN TÜRKİYE TURİZMİNE ETKİSİ

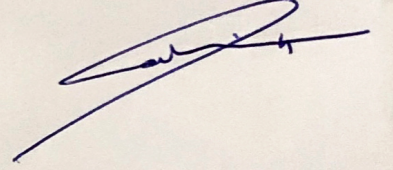
Yüksek Lisans Tezi
HALİT KERİM

OCAK 2020

BİLDİRİM

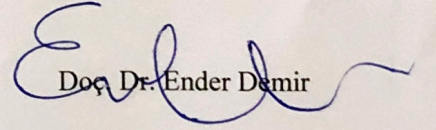
Hazırlamış olduğum tez tamamıyla kendi çalışmamdır, akademik ve etik kuralları gözeterek hazırladığımı ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt ederim.

Halit Kerim



Danışmanlığını yaptığım işbu tezin tamamen öğrencinin çalışması olduğunu, akademik ve etik kuralları gözeterek çalıştığımı taahhüt ederim.

Doç. Dr. Ender Demir



İMZA SAYFASI

Halit KERİM tarafından hazırlanan "Jeopolitik Riskin Türkiye Turizmine Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında hazırlanmış ve jürimiz tarafından kabul edilmiştir.

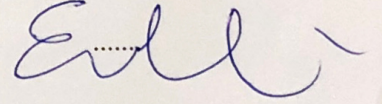
JÜRİ ÜYELERİ

İMZA

Tez Danışmanı:

[Doç. Dr. ENDER DEMİR]

Kurumu: İstanbul Medeniyet Üniversitesi



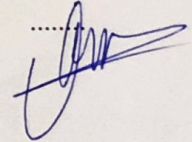
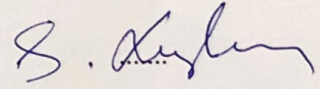
Üyeler:

[Prof. Dr. SALİH KUŞLUVAN]

Kurumu: İstanbul Medeniyet Üniversitesi

[Prof. Dr. Gökhan Karabulut]

Kurumu: İstanbul Üniversitesi



Tez Savunma Tarihi: 28/01/2020

ÖZET

JEOPOLİTİK RİSKİN TÜRKİYE TURİZMİNE ETKİSİ

Kerim, Halit

Yüksek Lisans Tezi, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Danışman: Doç. Dr. Ender Demir

OCAK, 2020. 63 sayfa

Turizm; sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir getirici hiçbir uğraşıda bulunmamak şartı ile bireylerin geçici süre konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin tümüdür. (Dünya Turizm Örgütü-WTO). Turizm sektöründeki ilerleme, son otuz yıl içerisinde tahmin edilenden fazla yaşanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş sanayi devletleriyle turizm endüstrisi sayesinde rekabet edebilen ve hatta öne geçen endüstriler karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada turizm olgusu, sürdürülebilir kalkınma stratejisine büyük katkılar sağlamaktadır (Oktayer vd., 2007: 13).

Diğer sektörlerle kıyasla kadınların bu sektörde daha yoğun olarak çalışıyor olması, statülerin güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Genç işgücüne gösterdiği talep sayesinde turizm sektörünü işsizlikten en fazla etkilenen bu kesimin istihdam edilmesine olanak sağlamak ve sosyal huzursuzlukların baş göstermesine kısmen engel teşkil etmektedir.

Jeopolitik risk kavramı turizm açısından incelenirse birçok parametre gündeme gelmektedir. Turizm sektöründe jeopolitik risk ise azımsanamayacak kadar büyük öneme sahip bulunmaktadır. Terör gruplarının yapmış olduğu faaliyetler kadar yaşanan siyasi çatışmalar, belirli bir ulusa yönelik yapılan saldırılar ve ülke içi karışıklıklar da turizm sektörüne balta vurmaktadır. Türkiye etki alanı oluşturma ve hakkındaki olumsuz imajdan aklanabilmek amacı ile dış politika hedefleri doğrultusunda kültür turizmine ağırlık vermektedir.

Araştırmamızın amacı; jeopolitik risk ve turizm kavramları çerçevesinde şekillenmektedir. Gerek Türkiye'de ve gerekse dünyada turizm faaliyetleri, turizme ilişkin gelirler ve diğer göstergeler incelenmektedir. Jeopolitik riskin genel manada irdelenmesi, risk etmenleri ve örneklerin analiz edilmesi önem teşkil etmektedir.

Halit Kerim

İÇİNDEKİLER

GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1 : TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA TURİZM	3
1.1. Turizm Kavramı	3
1.2. Türkiye'de Turizmin Gelişimi	4
1.2.1 Tarihsel Yönden Gelişim	4
1.2.2 Turist Sayısı Yönünden Gelişim	5
1.2.3 Ekonomi Gelirleri Yönünden Gelişim	6
1.2.4 Kalkınma Yönünden Gelişim	11
1.3. Dünyada Turizmin Gelişimi	12
1.3.1 Tarihsel Yönden Gelişim	12
1.3.2 Ekonomi Gelirleri Yönünden Gelişim	12
1.3.3 Turist Sayısı Yönünden Gelişim	15
1.3.4 Dünya Turizmi ve Dış Politika.....	17
BÖLÜM 2 : BELİRSİZLİKLER VE RİSKLER	19
2.1. Belirsizlikler ve Risk	19
2.1.1 Belirsizlik Kavramı ve Çeşitleri	19
2.1.2 Risk Kavramı ve Çeşitleri	21
2.1.3 Belirsizlik ve Risk Kavramları ve Arasındaki Farklılıklar	24
2.2. Belirsizlikler ve Risklerin Turizme Etkisi	25
BÖLÜM 3 : JEOPOLİTİK RİSK VE ÖLÇÜMÜ	26
3.1. Jeopolitik Risk Nedir?	26
3.2. Jeopolitik Riskin Ölçümü.....	30
3.2.1 Jeopolitik Risklerin Ölçümü Kavramı ve Yönetimi	30
3.2.2 Yeni Jeopolitik Risk Endeksi (GPR)	33
3.3. Jeopolitik Risk ve Turizm	34
3.3.1 Türkiye'nin Jeopolitik Riskleri ve Turizm	34

3.3.2 Turizmi Etkileyen Jeopolitik Riskler	35
3.3.3 Jeopolitik Riskler ve Turizm Krizi	36
3.3.4 Terörün Jeopolitik Anlamda Turizme Etkileri	36
3.3.5 Terörün Türkiye Turizmine Etkisi.....	37
3.3.6 Siyasi Çatışmaların Turizme Etkisi	40
3.3.7 Jeopolitik Risklerin Ekonomik olarak Turizme Etkisi	41
BÖLÜM 4 : VERİ VE YÖNTEM	42
4.1. Araştırmanın Verileri	42
BÖLÜM 5 : BULGULAR	45
5.1. Bulgular.....	45
SONUÇ	47
KAYNAKÇA	49
ÖZGEÇMİŞ	54

GİRİŞ

Turizm sözcüğü ilk olarak İngilizler tarafından 19. Yüzyılda Avrupa'ya yapılan çeşitli yolculuklar için kullanılmıştır. (Towner, 1985) İkinci dünya savaşı sona erdikten sonra bu yolculuklar dünya çapında yaygınlık kazanarak, turizm anlamını insanlar aralarında dilden düşürmez olmuştur. Eskiden yalnız varlıklı ve gezgin kimselerin yaptığı bu geziler, ulaşım kolaylıklarının gelişmesi sayesinde (hız, konfor, güvenlik) ve kısa zamanda herkesin tatil yapmasını kolaylaştıran toplumsal gelişmeler (oteller, moteller, kampingler, tatil köyleri) sonucunda gittikçe artmıştır. Bu bir yerden farklı yere geçiş faaliyetleri ilk çağlardan günümüze kadar sürekli ivme kazanarak artmıştır.

Turizm günümüzün en önemli kitle hareketini oluşturmaktadır. Geçici bir konaklama olmasına rağmen gelişen teknolojiye bağlı olarak insanların gidecekleri yerleri görme fırsatı olmadan kendi ülkeleri içerisinde birçok yerleşim yerine ya da bir kaç ülkeyi kolayca görüntülemeleri mümkün olmaktadır. Önemli bir tüketim olayı olması nedeniyle pazar ekonomisi gereği özendirilmektedir. Gerek tüketicilerin haklarının korunması, gerekse hizmet harcamalarının ülke ekonomisine katkı sağlayacak biçimde yönlendirilmektedir. (Kahraman, 1978).

Dünya çapında uygulanan ticari, politik, kültürel ve sosyal açılar gibi en çok üzerinde durulan küresel pazar alanları arasında yerini konumlamış ve serbest piyasa ekonomisi içerisinde getirisi ciddi derecede yüksek olan bir alan olarak önemini arttırmıştır. Turizm birçok ülke için çok önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. (Özalp 2005) .

Turizm, çağımızda döviz girdisini artırıcı, istihdam oluşturma özellikleriyle ülke ekonomilerine katkı sağlamaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) yaptığı son araştırmalara göre; turizm, 1,4 milyar dolarlık gelir oluşturan, yaklaşık 280 milyon insana istihdam sağlayan bir endüstridir. Bununla birlikte, geleceğe yönelik yapılan tahminlere göre; 2021 yılında, yaklaşık 1.7 milyar insan turizm faaliyetlerinde bulunması ve bundan yaklaşık 2 trilyon dolar harcamada beklenmektedir. Verilere istinaden, turizmin dünya ekonomisi içinde en büyük ve en hızlı gelişen endüstrilerden biri olduğu aşıkardır.

Araştırmamızın amacı; risk, jeopolitik, jeopolitik risk ve turizm kavramları çerçevesinde şekillenmektedir. Gerek Türkiye'de ve gerekse dünyada turizm faaliyetleri, turizme ilişkin gelirler ve diğer göstergeler incelenmektedir. Jeopolitik riskin genel manada irdelenmesi, risk etmenleri ve örneklerin analiz edilmesi önem teşkil etmektedir.

Araştırmamızın içeriği ise dünyada ve özellikle de Türkiye'de jeopolitik riskin araştırılması ve ölçülmesine dayanmaktadır. Jeopolitik risk faktörleri ve bu faktörlerin ölçümü irdelenmektedir. Jeopolitik risk oluşturan olaylar ve bu olayların turizme ve dolaylı olarak da ekonomiye olan yansımaları değerlendirilmektedir. Türkiye'nin konumu, ilişkileri, siyaseti, iklimi, yaşadığı belirsizlikler, riskler ve bunlara benzer birçok özelliğinin yanında jeopolitik risklerin Türkiye turizmine olan yansımaları ayrıntıları ile ele alınmaktadır.

Araştırmamızın varsayımları incelendiğinde;

- Jeopolitik risk her ülke için tehlike oluşturmaktadır.
- Jeopolitik risk ile turizm arasında bir ilişki söz konusudur.
- Jeopolitik risk ile turizm arasındaki ilişki ters yönlü bir ilişkidir. Jeopolitik riskin artmasıyla birlikte turizm faaliyetlerinde gerileme, jeopolitik riskin azalmasıyla birlikte turizm faaliyetlerinin olumlu etkileneceği açıktır.

Araştırmamızın sınırlılıkları analiz edilmek istendiğinde ise;

- Jeopolitik riskin Türkiye turizmi odaklı olarak incelemesi yapılmaktadır.
- Türkiye üzerinden jeopolitik risk ölçümü söz konusu olmaktadır.
- Jeopolitik risk ve belirsizlik odaklı inceleme ve ölçüme gidilmektedir.

Bu çalışmada veri toplama ve değerlendirme teknikleri kullanılmakta; kaynak olarak da dergi, kitap, tez ve diğer kaynaklar kullanılmıştır.

1. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE VE DÜNYADA TURİZM

1.1. Turizm Kavramı

İnsanoğlu göçebe yaşamından yerleşik toplum düzenine geçerken, tarihin akışı içerisinde farklı neden ve amaçlarla yaşadığı yerin dışındaki başka bir coğrafi alana sürekli olarak gidip gelmiştir. Çoğunluklu olarak ticari amaç güden bu seyahatler, turizm olgusunun oluşması ve gelişmesine yardımcı olmuştur.

Orta Çağ dönemine gelindiğinde Avrupa’da sosyal, ekonomik ve kültürel yaşam dinin etkisi altında olduğu için seyahat hareketleri de dinin etkisi altında kalmış, bu devirde yapılan kutsal yerlerin hac amacıyla ziyareti ve haclı seferleri dinin ön planda tutulduğu yer değiştirme hareketleri olmuştur (Öztaş, ve Karabulut, 2006).

Sanayi devrimi turizme canlılık vermiş, gelişme imkânı sunmuş ve yeni bir boyut kazandırmıştır. Buharlı gemi ve demiryollarının, yaygın olarak insanların günlük yaşamında yer almaya başlaması, yolculuk süresini kısaltmış ve masrafları düşürmüştür. Böylelikle sadece zenginlerin katılabildiği bir etkinlik olan seyahat, toplumun orta kesimlerine de yayılmıştır (Öztaş, ve Karabulut, 2006: 3).

Tarihte ilk organize turizm hareketini Thomas Cook 1841 yılında gerçekleştirmiştir. Cook, Loughboroungh’da Anti alkolizm kongresine 570 kişilik bir grubu kişi başı sabit bir fiyat karşılığında trenle götürüp getirmek suretiyle ilk organize seyahati başarıyla gerçekleştirmiştir. 20. yüzyılda savaşlar dünya genelinde turizmin gelişmesini olumsuz etkileyen en önemli faktör olmuştur. Ancak savaştan sonra dünyada sağlanan barış ortamı ve savaşta sağlanan teknolojik bilgi birikiminin sivil yaşama aktarılmasıyla turizm hızlıca gelişmeye devam etmiştir (Öztaş, ve Karabulut, 2006).

Turizm sözcüğü, Latince’den alınan dönme hareketi anlamındaki ‘tornus’ kelimesinden türemiştir. Aynı şekilde İngilizcede ‘tour’, Fransızcada da ‘tourner’ sözcükleri olarak da kullanılmaktadır. Bu kelimenin tam anlamı hareket edilen yere 6 dönmektir. Yani dairesel olarak amaç, hareket ettiğin yere geri dönmektir (Usta, 2001; Akat, 2000). Türk Dil Kurumuna göre turizm “dinlenmek, eğlenmek, görmek ve tanımak gibi amaçlarla yapılan gezi veya bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü” olarak açıklanmıştır (TDK, 2009).

Hunziker’in bu tanımı Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği (AIEST) çalışmaları sonrası tekrardan düzenlenerek turizmin belirgin yönleri ortaya çıkartılmıştır (Jayapalan, 2001: 5; Kozak ve ark. 2017: 5) .

1.2. Türkiye'de Turizmin Gelişimi

Bacasız fabrika olarak nitelendirilen, Türkiye'nin yıllardır önem arz eden sektörlerinden birisi turizm sektörüdür. Son yıllarda Türkiye'yi incelersek küresel turizm arenasında önemli sayılan gelişmeler göstermiş ve bu alanda dünyanın en hızla gelişen destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Gelen turist ve konaklanan geceleme sayıları, iç ve dış pazar turizm gelirleri, turizm hizmetleri yatırımları ve konaklama kapasitelerindeki artışlar gibi en önemli göstergelerin tümü bu durumun doğruluğunu onaylamaktadır.

1.2.1 Tarihsel Yönden Gelişim

Ülkemizde cumhuriyetin ilanından sonra turizm alanında yapılan faaliyetlerden ilki Türk Seyyah in Cemiyeti'nin kurulmasıdır. 1923'te kurulan bu derneğin amacı büyük turlar düzenleyip İstanbul ve Bursa gibi şehirlerde antik değerleri yerli ve yabancı turistlere gerçek yönüyle tanıtabilmektir (Öztaş ve Karabulut, 2006: 8; Ünlüöner ve ark., 2007: 237).

Daha sonraları Türkiye Turing Kulübü (TTK) 1930 yılında ismini değiştirerek kamu yararına hizmet eden dernek olarak tanınmış böylelikle yıllar boyu turizm ve kültür alanında bir devlet organı gibi çalışmıştır. Bu çalışmalar sonucunda, Türkiye'nin ilk turizm afişleri ve ilk karayolu haritaları bastırılmış turizm ile ilgili ilk incelemeler gerçekleştirilmiştir. Kurum, İstanbul ve Bursa'ya ilk turların düzenlenmesine öncülük ederek, buradaki tarihi ve kültürel mirasın tanıtımına katkıda bulunmuştur (Gürsoy, 2006: 5).

Cumhuriyet döneminde turizmin ulaşım ayağıyla ilgili ilk önemli gelişme Türkiye Tayyare Cemiyeti'nin kurulması olmuştur. Dernek kuruluşuna müteakip Türk Hava Yolları'nın temellerini 1925'te atılarak ulaşım alanında en önemli kurumlardan birisi haline gelmiştir. 1933'te Otelciler ve Hancılar Cemiyeti'nin kurulması ise konaklama sektöründe örgütlenmelerin oluştuğuna dair işaretlerdendir (Kozak ve ark. 2017: 148).

Türkiye'de turizmin gelişimi ile ilgili 1950'li yıllara kadar önemli adımların atılmadığı araştırmalara göre söylenebilir. Bir yandan 1923-50 yılları arasında, çoğu zaman savaşların hâkim olduğu dünyadaki siyasi çalkantılardan dolayı küresel anlamda turizmin sönük şartlarda geçmesi, bir diğer yandan yeni kurulmuş olan Türkiye Cumhuriyeti'nin çözmesi gereken iç ve dış ekonomik siyasal ve toplumsal sorunların olması turizm konusunda yeterli çalışmaların yapılamamasına yol açmıştır.

1950-1960 yılları arasındaki dönemde, çeşitli nedenlerden dolayı artan yabancı ziyaretçilere hizmet verebilen konaklama ve turizm tesislerinin ihtiyacına göre özellikle konaklama tesisi yatırımlarının teşvik edilmesi sağlanmıştır (Kozak ve ark., 2017: 152). 1960'ların başında Türkiye'de yeni gelişmeye başlayan turizm sektörü 27 Mayıs 1960 ihtilali ile tümüyle bir durgunluk içine girmiştir (Çavuş ve ark., 2009: 18). Turizm sektörünün Türkiye'de gelişiminin hızlanması ve yapısal değişimi ise 1980'li yıllarda başlamış bulunmaktadır (Yarcan, 1994).

1.2.2 Turist Sayısı Yönünden Gelişim

Türkiye turizmi dünya ortalamalarının çok üzerinde bir büyüme hızına ulaşmış, son yıllarda hızlıca dünyaca bilinen ve tanınan bir gezi ülkesi haline gelmiştir. Türkiye en çok turist ağırlayan ülke sıralamasında 6., turizm gelirlerinde ise 14. konuma gelmiştir. Türkiye'yi ziyaret eden turist sayısı yıllar itibari ile mercek altına alındığında :

Tablo 1.1: Türkiye'ye Gelen Toplam Turist Sayısı

Yıllar	Yabancı Ziyaretçiler	Yıllar	Yabancı Ziyaretçiler
2009	27,347,977	2014	36,837,900
2010	28,510,852	2015	36,244,632
2011	31,324,528	2017	32,410,034
2012	31,782,832	2018	39,488,401
2013	34,910,098	2019	48,046,201

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK Verileri

Tablo 1.1 incelediğimizde, 2009 yılından bu günümüze kadar geçen süre içerisinde, Türkiye'nin gelen turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından gayet önemli sayılabilecek gelişmeler kaydettiği incelenmektedir. Tablodaki rakamları incelediğimizde, gelen turist sayısı 2009 yılında yaklaşık 28 milyondan, 2018 yılında 39 milyona kadar yükseldiğine şahit olmaktadır. Türkiye ekonomisine önemli katkılara sahip turizm endüstrisi, son 9 yıllık süreç içerisinde, özellikle had safhaya ulaşan terör sorununun oluşturduğu kayıpları yaşamakla birlikte, tekrardan hızla yükselmiştir. Gelen turist sayılarını incelediğimizde, rakamların her geçen yıl arttığını, ve yükseldiğini görmekteyiz (Tavik Köletavitoğlu, 2002).

Tablo 1.2: Türkiye'ye Gelen Toplam Turistlerin Kıtalaraya Göre Dağılımı

Bölge	2016	%	2017	%	2018	%
Avrupa Birliği	12,263,052	48.37	12,172,486	37.56	16,260,841	41.18
Toplam Avrupa	13,161,876	51.92	13,148,492	40.57	17,380,554	44.01
Bağımsız Devletler Topluluğu (BDT)	5,670,686	22.37	10,618,403	32.76	11,847,714	30.00
Toplam OECD	11,204,225	44	10,616,129	33	14,021,686	35.51
Asya	4,787,777	18.89	6,922,910	21.36	7,791,192	19.73
Amerika	174,899	0.69	182,698	0.56	879,974	2.23
Afrika	666,733	2.63	794,252	2.45	1,156,667	2.93
TÜRKİYE Top.	25,352,213	100.00	32,410,034	100.00	39,488,401	100.00

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK (<http://ttyd.org.tr/tr/> turizm-istatistikleri)

Tablo 1.2'ye göre Türkiye'ye gelen turistlerin kıtalara göre dağılımına baktığımızda, 2016-2018 yılları arasında, gelen turistlerin neredeyse yarısı AB ülkelerinden gelenlerin oluşturduğu gözlemlenmektedir. Diğer bir ifadeyle, Türkiye'ye dönük turizm talebinin neredeyse %50'si OECD ülkelerinden, %27'si de Doğu Avrupa ülkelerinden gelmektedir. Avrupa ülkelerini sırasıyla Asya ,Amerika ve Afrika ülkeleri takip etmektedir.

1.2.3 Ekonomi Gelirleri Yönünden Gelişim

Globalleşme sürecinde ise, Türkiye turizminin ifade ettiği anlam, sunduğu turistik ürünlerini koruyarak, sektörün küresel turizmde daha etkin bir rol oynayarak katılımı sağlamak ve döviz girdisi ve gelirlerini arttırarak ekonomimizin küresel ekonomi ile eşleşmesini sağlamaktır. Türkiye ve benzeri gelişmekte olan ülkeler için bu kaçınılmaz bir zorunluluktur. Zira, Türkiye’de yatırımların çoğalması, istihdamın artması, kalkınma seviyesinin hızlandırılması, bölgelerarası istikrarın sağlanması ve ödemeler açığı dengesinin giderilmesi gibi sorunların çözümü turizm sektörünün ilerlemesi ve gelişimine bağlıdır. (Çeken, s. 139)

Türkiye’de turizm önemli bir devlet politikası olarak kabul edilerek buna göre destekleyici düzenlemeler yapılması ve özellikle verilen teşviklerin arttırılması turizm yatırımlarına olan ilgiyi çekmiş ve büyümesine hız kazandırmıştır. Zamanla artırılan turizm yatırımları ve başarılı tanıtım çalışmaları sonucunda döviz gelirlerinde önemli artışlar sağlanmış, milli gelire olan katkısı ve ürettiği iş ve istihdam hacmi ile turizm sektörü, genel ekonomi üzerinde büyük etkiler oluşturmuş ve Türk ekonomisinin vazgeçilmez temel taşlarından biri olmuştur.

Turizm sektörünün diğer sektörlerden daha fazla gelir sağlamasına olanak tanıyan bazı avantajları mevcuttur. Bunlar arasında (Unur, 2000: 6):

- Sürekli olarak büyüme gösteren bir endüstri olması,
- Turizm sektörünün turistlerin üretim yerine gidip tüketmek zorunda oldukları bir endüstri olması,
- Bu sektör, hem ekonominin çeşitlenmesini sağlamakta hem de ihracata bağımlılığı azaltmaktadır.

Turizm endüstrisindeki ilerleme, son otuz yıl içerisinde tahmin edilenden fazla yaşanmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş sanayi devletleriyle turizm endüstrisi sayesinde rekabet edebilen ve hatta öne geçen endüstriler karşımıza çıkmaktadır. Bu noktada turizm olgusu, sürdürülebilir kalkınma stratejisine büyük katkılar sağlamaktadır (Oktayer vd., 2007: 13).

Tablo 1.3: Yıllara Göre Türkiye Turizm Gelirleri Sayıları

Yıllar	Turizm Geliri (Milyon US\$)	Yabancı Ziyaretçi	Yıllar	Turizm Geliri (Milyon US\$)	Yabancı Ziyaretçi
2009	25,064	27,347,977	2014	34,306	36,837,900
2010	24,93	28,510,852	2015	31,465	36,244,632
2011	28,116	31,324,528	2017	26,284	32,410,034
2012	29,007	31,782,832	2018	29,513	39,488,401
2013	32,309	34,910,098	2019	34,520	48,046,201

Kaynak: T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TÜİK (<http://ttyd.org.tr/tr/> turizm-istatistikleri)

Tablo 1.3.'de 2009-2018 yılları arasındaki ziyaretçi sayıları ve turizm gelirleri gösterilmektedir. Ülkemize gelen ziyaretçi sayısı ve gelir seviyesi gelen yabancı turistlerin sadece turizm hizmetlerinde değil ayrıca diğer sektörlerde yaptıkları tüketim harcamalarının ekonomiyeye olan katkısını yoğun bir şekilde gözlemlenmektedir. (İçöz, 2001, s.189)

Türkiye'de 2019 yılının 1. çeyreğinde turizm gelir ve giderleri analiz edildiğinde büyük bir çoğunluğu yabancı ziyaretçiler oluşturmıştır. En fazla turizm harcamasını ise yurt dışında ikamet eden vatandaşlar gerçekleştirmiştir. Gelen yerli ve yabancı turistlerin GSM dolaşım hizmetleri ve marina hizmet harcamalarının da etkisi gözlemlenmektedir : (TÜİK 2019)

- 4.6 Milyar Dolar Turizm getirisi elde edilmiştir
- Turizm Geliri Dağılımları: %80.3 Yabancı Ziyaretçiler, %19.7 Yurt Dışında İkamet Eden Vatandaşlar
- Ortalama Turizm Harcaması Kişi Başı 697 Dolar : 678 Dolar Yabancılar , 765 Dolar Yurt Dışında İkamet Eden Türk vatandaşları

2019 yılının Ocak, Şubat ve Mart ayları baz alınarak sağlanan turizm gelirleri \$ üzerinden analiz edildiğinde;

- Yabancı ziyaretçilerden elde edilen gelirin;
 - En fazla olduğu ay Mart ayı,
 - En düşük olduğu ay ise Şubat ayı olmaktadır.
- Yurtdışında ikamet eden Türklerden elde edilen gelirin;
 - En fazla olduğu ay Ocak ayı,
 - En düşük olduğu ay ise Şubat ayı olmaktadır.
- GSM dolaşım ve marina hizmetleri harcamalarından elde edilen gelirin;
 - En fazla olduğu ay Mart ayı,
 - En düşük olduğu ay ise Şubat ayı olmaktadır.

Sahip olduğu önemli özellikler sebebiyle Turizm sektörü, bir çok sektörle doğrudan veya dolaylı olarak ilişki içerisinde. Ülkemize gelen yabancı turistlerin ve yerli turistlerin iç turizme katılmalarında yapmış oldukları turistik harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak hedefiyle yapılan yatırımlar, hem turizm sektöründe hem de sektörü besleyen diğer sektörlerde yeni istihdam olanakları oluşturmakta ve toplam gelirlerini arttırmaktadır

(Hasan Olalı ve Alp Timur 1988, s. 106)

Turistlerin farklı alanlarda yapmış oldukları harcamalar sonucunda meydana gelen gelir, bireylerin gelir ve refah seviyelerini yükseltirken, döviz getirisi olması sebebiyle de Türkiye'nin dışalım gücünü ve yeni yatırımlar yapabilme olanağını arttırmaktadır. Bu gelişim aynı zamanda milli gelirin de artması demektir. Turizmde oluşan yüksek gelirin başta tarım, inşaat, mobilya-dekor, tekstil ,gıda ve benzeri pek çok sektörü doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği aşikardır.

Ayrıca, Genel olarak değerlendirildiğinde turizm harcamalarının sektörel dağılımı konusunda birtakım sonuçlara ulaşan araştırmalar bulunmaktadır. Buna istinaden; turizm gelirin bir ülkede yaklaşık %30'unun tarıma, %20'sinin çalışanlara, %15'inin turizm işletmelerine, %15'inin ticari kuruluşlara gittiği ve kalan %20'sinin ise vergi geliri olarak kamuya yansıdığı hesaplanmıştır (Kozak, s. 127).

Tablo 1.4: Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri (1990-2017)

Yıllar	Turizm Geliri (Milyon Dolar)	İhracat (Milyon Dolar)	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı (%)	Turizm Gideri (Milyon Dolar)	İthalat (Milyon Dolar)	Turizm Giderlerinin İthalata Oranı (%)
1990	3,225.0	12,959	24,9	520.0	22,407	2,3
1996	5,962.1	32,067	18,5	1,265.0	42,331	2,9
2000	7,636.0	30,923	24,6	1,711.0	52,882	3,2
2001	10,066.5	34,81	28,9	1,738.0	38,092	4,5
2002	11,900.9	40,705	29,2	1,880.0	47,109	3,9
2003	13,203.1	52,472	25,1	2,424.8	65,883	3,6
2004	17,076.6	68,833	24,8	2,954.4	91,271	3,2
2005	20,322.1	78,509	25,8	3,394.6	111,445	3
2010	24,930.9	120,992	20,6	5,874.5	177,317	3,3
2015	31,464.7	151,97	20,7	5,698.3	200,127	2,8
2016	22,107.4	150,161	14,7	5,049.8	191,02	2,6
2017	26,283.6	166,161	15,8	5,137.2	225,117	2,3

Kaynak: TCMB, www.tcmb.gov.tr; T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 15.05.2018

1990-2017 yılları arasında turizm sektörünün Türkiye ekonomisindeki yeri incelendiğinde;

- Turizm gelirlerinin GSMH içindeki yerinin;
 - ✓ 2000, 2003, 2004, 2005, 2006 ve 2016 yıllarında düşüş yaşamış olduğu,
- Turizm gelirlerinin ihracata olan oranının;
 - ✓ 2003, 2004, 2005, 2010, 2016 yıllarında düşüş yaşamış olduğu,
 - ✓ 1990, 1996, 2000, 2002, 2015 ve 2017 yıllarında ise artış yaşamış olduğu,
- Yıllar içerisindeki turizm gelirlerinin;
 - ✓ 1990 yılından 2017 yılına değin yalnızca 2016 yılında düşüş yaşamış olduğu

Turizmin ülke ekonomisine sadece olumlu etkilerinin olmadığı ayrıca olumsuz etkilerinin de var olduğu bilinmektedir. Bu nedenle turizmin ekonomiye etkilerini olumlu ve olumsuz olmak üzere iki gruba ayırarak şu şekilde inceleyebiliriz:

A. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri;

Ziyadesiyle emek ve uğraş gerektiren turizm sektörü ülkelere sağladığı faydalar göz ardı edilemez derecede önemlidir. Turizm ülkelerde gelir oluşturma, istihdamı yükseltme ve en önemlisi de ülkeye döviz geliri sağlama özelliği ile ön plana çıkmaktadır. Bugün ulaşılan nokta da ise turizm, sektör bazında dünyanın en hızlı gelişen ve büyüyen konumunda olmakla birlikte, birçok ülke/bölge için de ulusal ve uluslararası gelirin önemli kaynağını oluşturmaktadır (Bahar, Baldemir 2008,s99). Turizm özellikle ülkelerin dış ticaret açıklarının azaltılması ve ekonomilerinin iyileşmesinde etkili ekonomi politikası aracı görülmektedir.

1. **Ödemeler Dengesi Üzerindeki Etkisi;** Gelir ve gider arasındaki farkı ödemeler dengesi gösterir. Turizm sektörü, özellikle yabancı turizmde önemli bir girdi konumundadır. Artan cari açığın kapatılması ve maliyetler düşürülerek yüksek kar sağlanıp bilançonun dengede kalabilmesi için oldukça önemli bir faktördür. Bir ülkenin toplam döviz gelirleri toplam döviz giderlerinden az ise ödemeler dengesinin açık verdiği, toplam döviz giderlerinin girdileri aşmaması durumunda ise ödemeler dengesinin fazla verdiği söylenebilir (Tutar vd., 2013:16).
2. **Gelir Yükseltici Etkisi;** Bir ülke ya da bölge genelinde yapılan turistik harcamalar, önce bölgedeki insanların ve dolayısıyla bölgenin gelirini arttırmakta, ayrıca turizm doğrudan veya dolaylı olarak bağlantılı sektörlerle gelir yaratarak, çarpan mekanizmasının da yardımıyla ulusal ekonomiye çok daha fazla bir girdi getirmektedir (Gülbahar, 2008: 156).
3. **İstihdam Artırıcı Etkisi;** Turizm, yoğunluklu olarak fiziksel hizmet veren bir sektör olması nedeniyle ve teknolojik ilerlemelerin bu sektörde çalışan işgücünü çok etkilememesi sebebiyle yeni istihdam olanaklarının oluşturulması konusunda sanayi sektöründen daha başarılı bir sektör olarak gözlemlenmektedir (Yıldız, 2011: 69). Turistik ürün ve hizmetlere talep olduğu sürece sektörde işgücü talebi kaçınılmazdır. Buna göre sezonun yüksek olduğu dönemlerde turizm istihdam talebi artar, buna karşın düşük olduğu dönemlerde talep azalmaktadır (Sarı ve Uçar, 2010: 339).
4. **Bölgelerarası Gelişme Üzerindeki Etkisi;** Turizm sektörü bölgelerarası dengesizliğin giderilmesinde tarım ve sanayideki kadar yeterli kaynak ve gelişme imkânına sahip olmasa da zengin turistik arz verilerine sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikaları uygulamaları sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmalarını sağlayacaktır. Turizmin temel hizmetleri bölgelerin doğal, sosyo-kültürel ve tarihsel kaynaklarına bağlı olduğundan diğer sektörlerle göre kalkınmayı hızlandırmaktadır. Diğer sektörlerin varlığı birden fazla faktöre bağlı olabilir. Turizmde ise sektörün gelişmesi aynı zamanda 54 tane sektörün de gelişmesi demektir. Sektörlerin gelişmesi bölgenin kalkınmasını hızlandırmakta ve bölgelerarası dengesizlik veya azgelişmişlik sorunu da turizm sektörü sayesinde en aza

indirilmektedir (Çeken, 2008: 302). Burada önemli olan bölgenin sunduğu ve talep bulan turizm arz potansiyelidir. Bu da bölgede turizmin gelişmesine ve daha fazla gelir, yatırım ve istihdama neden olmaktadır.

5. **Alt ve Üst Yapı Hizmetlerine Etkisi;** Oluşan turizm talebini gerçek anlamıyla karşılamının temel koşulu, altyapı ve üstyapı hizmetleri bakımından hazır olabilmektir. Turizmden sağlanan gelişmelerin alt ve üst yapıyı geliştirici ve yönlendirici bir etki gösterdiği söylenebilir (Tezcan vd., 2008: 830). Örneğin, Antalya Hava Limanı yenilenmiş, 2005 yılında ikinci pist ve terminal binası hizmete açılmış, karayolları, haberleşme ve telekomünikasyon alanında birçok yatırım yapılmış ve dünya standartları yakalanmaya çalışılmıştır.

B. Turizmin Olumsuz Ekonomik etkileri;

1. **Dış Alım Etkisi;** Turizm dış açık sorunu yaşayan ülkelere ithalatta ve ihracatta ortaya çıkan düşmeler sonucunda dış açığının azalması gibi bir avantaj sağlasa da diğer taraftan düşen ihracat ve ithalata nazaran rakip endüstrilerin üretim düzeyleri olumsuz yönde etkilenmektedir. Türkiye için TL'nin revalüasyonu döviz cinsinde ihracat mallarını nasıl pahalı, ithalat mallarını ucuz hale getiriyorsa turistik aktiviteleri de aynı kanalla etkilemektedir. Yani Türkiye'ye gelen turistin harcadığı döviz miktarı cinsinden alabildiği mal ve hizmet miktarı azalmakta bu da turizm sektörünün gelirlerini olumsuz yönde etkilemektedir (Yıldız ve Durgun, 2010: 2).
2. **Fırsat Yatırımı Etkisi;** Fırsat maliyetinin yüksek olması ile kaynak eksikliği içinde olan ülkelerin kısıtlı kaynaklarını turizm yerine alternatif yatırım alanlarına aktardıkları zaman elde edecek oldukları gelirlerdir. Bu ülkeler için kaynak kıtlığı söz konusu olduğu için kaynaklarını turizm yerine bu alanlara aktardıkları zaman elde edecekleri gelirlerin, turizmden elde edecekleri gelirlerden yüksek olmaması gerekir. Ayrıca sürdürülebilir kalkınma açısından özellikle orman ve tarım arazilerinin tahribi yoluyla turizmin geliştirilmesi oldukça sakıncalıdır (Albeni ve Ongun, 2005: 97).
3. **Enflasyon Üzerindeki Etkisi;** Turizmin barındırdığı avantajlar düşünüldüğünde, turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarda meydana gelecek bir artış otomatik olarak bir enflasyon faktörü olacak ve bu fiyat artışları kısmen, kısa süre içinde coğrafi olarak yoğunlaşmış turistik akımlardan daha yüksek bir seviyeye akacaktır. Turizmin enflasyonist karakteri hem yöre halkı, hem de ekonomi için önemli bir maliyet oluşturmaktadır. Turizm nedeniyle bir bölgede ortaya çıkan enflasyon ve fiyat yükselmeleri, bu bölgede turistik talebin yoğunlaşması nedeniyle kısa süreli ve bölge sınırları içinde kalıcı şekilde de gerçekleşebilir. Turizm mevsiminin sona ermesi ile birlikte fiyatlarda eski düzeyine inme eğilimi başlar (İçöz, 1991: 19).

4. **Mevsimsellik Etkisi;** Yılın belirli dönemlerinde turizm hareketlerinin yoğunlaşması ve ağırlıklı olarak yabancılar tarafından yapılması, yüksek talebin olduğu yaz dönemlerinde konaklama arzını zorlar. Kış döneminde ise talbin azalmasıyla arzın atıl kalmasına neden olur. Bu durum, yılın belirli dönemlerinde konaklama tesislerinin faaliyetlerini durdurmasına ya da düşük gelirlerle çalışmasına iter. Sonuç olarak sektör sezonda bir dönem kazandığı gelirle sezon sonunu tolare ederek bir yıl geçinmek zorunda kalır. Böylece işgücünün büyük bir kısmı işten çıkarılır. Yani sezonluk işgücü sorunu oluşur. Milli ve kişi başına düşen gelirden de azalma olur (Bahar ve Kozak, 2013: 186).
5. **Aşırı Bağımlılık;** Yapılan veya yapılacak olan yatırımlarda ve geliştirilmesinde sadece turizm sektörüne bağımlı kalarak diğer sektörlerle yatırım yapılması olarak açıklanır. Atıl kapasite, düşük doluluk oranı ve politik sıkıntılar gibi risklere oldukça duyarlı turizm yapısı, kar maksimizasyonu amaçlı ancak uluslararası rekabette oldukça açık, bir turizm tarzı şekillenmesi için bağımlılıktan kaçınılmalıdır. (Soyak, 2013: 6).

Turizm sektörü kendi alanı dışında ekonomideki diğer sektörlerle yakından alakalıdır. Global ekonomide sektörlerin aralarında sağladıkları mal ve hizmet miktarı ile üretim miktarı arasındaki ilişkiler en geniş anlamda "sektörler arası bağımlılık" olarak nitelendirilmektedir. Turizm, tüm iş sektörlerini birleştiren özelliklere sahip olması ve bu sektörlerle güçlü bağları bulunması bakımından önemli bir konumda bulunmaktadır (Egeli, 1997: 240).

1.2.4 Kalkınma Yönünden Gelişim

Türkiye'nin kalkınma planları içerisinde turizm planlarının büyük önemi vardır. İlki 1963 yılında yapılmıştır. 2007 yılında hazırlıkları tamamlanan ve cumhuriyetin 100. Yılına atıfta bulunulan "Turizm Stratejisi ve Eylem Planı 2023" Türk turizmine yön veren önemli bir rapordur. Bu raporda vizyona yönelik bazı ilkeler sayılmıştır(www.dpt.gov.tr, 15.07.2012);

- Hükümetlerin sosyo-ekonomik hedeflerinin turizmin gelişmesi ile desteklemesi,
- Sürdürülebilir çevre politikalarının turizmin gelişmesinin ile desteklenmesi,
- Devletler arası işbirliklerinin güçlendirilmesi,
- Ulusal gelişme politika hedeflerinin sektörel gelişme politikaları hedefleri ile uyumlu olması,
- Pazarlama ve Tanıtımların yurtiçi ve yurtdışında etkin kılınması,

Yine 2023 stratejilerine göre, tanıtım ve pazarlama stratejisi kapsamında, "Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması" ülke tanıtımında uluslararası organizasyonlara ev sahipliğinin ve katılımın yoğun olarak yapılmasına önem verileceği belirtilmiştir. Buradan varılacak sonuç, turizm politikasında yurtdışı tanıtımlarında, uluslararası faaliyetleri ön planda tutma eğiliminin olmasıdır.

1.3. Dünyada Turizmin Gelişimi

1.3.1 Tarihsel Yönden Gelişim

Turizm hareketinin başlangıcı yazı, para ve tekerlek gibi temel ihtiyaçları M.Ö. 4000 yıllarında ilk bulan ve kullanan Sümerlere kadar götürülebilir. Bu anlamda ilk gezginlerin ise Finikelilerin olduğu söylenebilir. Bir diğer uygarlık ise M.Ö. 3000 yıllarına dayanan piramitler ve tapınaklar nedeniyle Mısır gezginlerin ilgisini en çok çeken ülkelerden biri olmuştur. Gezinler için yolların güvenlik altına alındığı, konaklama ve dinlenme amacıyla Eski Mısır ve Babil krallığında, evlerin ve bahçelerin inşa edildiği bilinmektedir (Barutçugil, 1984: 28). Eski çağlarda ulusların ticaret maksadı ile ülkeleri veya komşu bölgeleri ziyaret etmesi de bir turizm aktivitesi olarak değerlendirilmektedir. O dönemlerde karayollarının yoksunluğu düzensiz ve az sayıda olması, uzak yolculukların deniz yolu ile yapılmasına sebebiyet vermiştir. (Doğanay, 2001: 17).

Uluslararası Turizm, dünya barışına hizmet etmek, istihdam sağlamak ve ekonomik gelir gibi yaşamsal fonksiyonlar ifa edilmesine olanak sağlamaktadır.(Kubilay Baysal, 1988, s.7). Turizm ayrıca toplumsal alanda da önemli değişime yol açmaktadır. Diğer sektörlerle kıyasla kadınların bu sektörde daha yoğun olarak çalışıyor olması, statülerin güçlenmesine katkıda bulunmaktadır. Aynı durum gençleri de kapsamaktadır. Genç işgücüne gösterdiği talep sayesinde turizm sektörünü işsizlikten en fazla etkilenen bu kesimin istihdam edilmesine olanak sağlamakta ve sosyal huzursuzlukların baş göstermesine kısmen engel teşkil etmektedir.(Faruk Şen, 1999, s.21).

1.3.2 Ekonomi Gelirleri Yönünden Gelişim

Turizmin ülkeler ve ekonomiler için çok önemli bir yapı taşı olduğunu kabul etmek gereklidir. Turizm endüstrisi sayesinde ülkeler kendilerini farklı toplumlara tanıtmaya imkanı bulmakta ve böylelikle ekonomiye büyük katkılar sağlanmaktadır. Ayrıca turizm sektörünün, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasında oluşan farklılıkları gidereceği düşünülmektedir. Turizm endüstrisinin ekonomik kalkınma üzerindeki büyük potansiyeli ise gereken önemi kazanmasını sağlamaktadır. Gerek bölgeler ve gerekse ülkeler arasındaki, ekonomik sosyal ve kültürel farklılıklar ya da uçurumlar göz önüne alındığında, turizm endüstrisinin bu farklılıkları hızlı biçimde yok edecek bir potansiyel olduğu açıktır (WTO, 1980: 1).

Global ekonomide ise turizm oynadığı rolle gittikçe artan önemde sahiptir. WTTC'nin (Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi) yaptığı araştırmalara göre dünyanın üçüncü büyük sektörü turizm olup bugün dünyada seyahat endüstrisi olarak tanınmaktadır. Dünya turizmi yaklaşık bir trilyon dolarlık hacme ulaşarak 280 milyon kişiye istihdam olanağı sağlamaktadır.

Böylelikle seyahat endüstrisi dünyanın toplam istihdam hacminin %11 yakınına karşılayarak dünyada en çok istihdam oluşturan sektör konumuna gelmektedir. Ayrıca dünya seyahat endüstrisi şu andaki istihdam sayılarına göre dünyadaki her dokuz çalışandan birisine sahip bulunmaktadır. Günümüzde dünya seyahat endüstrisine yılda 900 milyar doların üzerinde yatırım yapılmakta ve 800 milyar doların üzerinde gelir elde edilmektedir. Diğer bir getiri yolu olan vergi ile de, seyahat endüstrisi dünya ekonomisine 700 milyar USD nin üzerinde bir katkı sağlamaktadır.(UNWTO 2016).Bu önemli endüstrisinin boyutları sürekli gelişmekte ve kapsamına banka, finans kurumu, iletişim firmaları ve sigorta şirketleri dahil olmaktadır. Buna nazaran işbirliği yapan çok uluslu ve ulusal Şirketlerin ortaklık kurması uluslararası turizm endüstrisinin boyutlarını coğrafi olarak da büyötmektedir. (Şökrö Yarcan,1995, s1).

Turizm endüstrisinin ekonomik ve sosyo-költörel değeriinde artış görölmektedir. Bireylerin yaptığı seyahatler, yemek, içmek, gezmek, şifa bulmak ve benzeri ihtiyaçlarını karşılamak adına devamlılık sağlamaktadır. Bu faaliyetler, kimi zaman eğlence için, kimi zaman şifa için ve kimi zamansa dini faaliyetlerini gerçekleştirmek adına ortaya çıkmaktadır (Başol, 2002: 151). Turizm sektörünü oluşturan endüstri çeşitleri : (Önlö önen, Tayfun ve Kılıçlar, 2007):

- Seyahat organizatörleri (Düzenleyiciler),
- Konaklama ve taşıma hizmetleri,
- Yeme ve içme faaliyetleri,
- Çeşitli etkinlikler.

Turizm endüstrileri, sağladıkları ve potansiyeliyle birlikte, birçok özeliği içerisinde barındırmaktadır. Bunlar arasında öne çıkanlar (Olalı ve Korzay, 1989: 5-6);

- İktisadi bir faaliyeti teşkil etmektedir.
- Şimdiye değin yararlanılmayan bazı unsurları iktisadi mala dönüştörmektedir.
 - ✓ Dağ, Hava, İklim gibi.
- Birçok endüstriden girdi sağlayan bir endüstri konumundadır.
- Gelişmekte olan ölkeler adına döviz getirisi olarak önem teşkil etmektedir.
- Sağlamış olduğu iş imkanları ile işsizliğin çoğalmasını engellemektedir.
- Konukseverlik endüstrisi niteliği taşımaktadır.
- Bölgesel ve ölkesel bağlamda ekonomik ve költörel mübadeleye katkı sağlamaktadır.
- Rasyonel kullanımının sağlandığında atık kaynakları aktive getiren bir işleve sahiptir.
- Doğrudan ya da dolaylı biçimde birçok sektörü etkisi altına almakta ve yansımalarını hem bireyler, hem toplumlar hem de ölkeler yakından hissetmektedir.

Turizmin ekonomiye diğerk bir katkısı da kalkınma noktasında ortaya çıkmaktadır. Bu etkiler üç nokrada sınıflandırılmaktadır (Krippendorf, 1994: 3).

- Birinci aşamada, turizm sektöründeki gelişmeler, devlet politikasıyla desteklenmemektedir. Turistler geldiğinde bölge halkı evlerini kiralamakta ve turistlerin yiyecek ihtiyaçlarını karşılamaktadır.
- İkinci aşamada, devlet desteği gündeme gelmektedir. Aynı zamanda özel sektörün de devreye girdiği görülmektedir. Turizm sektörü içerisinde faaliyet gösteren alan sayısında da artış olmaktadır.
- Üçüncü aşamada, ortaya çıkan hizmet seviyesi önem taşımaktadır. Burada, turizm sektörüne yapılan yatırımlar sonucunda hem gelir hem de istihdam olarak tüm ülke ekonomisine yansıma yaşanmaktadır.

Turizmin daha fazla ülke nezdinde ciddiye alınması ve gereken önemin verilmesi konusunda bazı veriler öne çıkmaktadır (Sharpely, 2002: 83).

- Dünyada gayri safi milli hasılanın yaklaşık % 11 inin bu işe yatırılması,
- WWTC (2017, 2017a) tarafından hazırlanan raporlara göre, Dünya çapında Turizmin GSYH'ye doğrudan etkisi 2.306 milyar USD dir.

Tablo 1.5: Dünya Turizm Gelirleri (Milyon \$)

SIRA	ÜLKE	2018	2017	2016	2015
1	ABD	214.5	210.7	206.9	206.9
2	İspanya	73.8	68.1	60.5	56.6
3	Fransa	67.4	60.7	54.5	58.3
4	Tayland	63.0	57.5	48.8	44.9
5	İngiltere	51.9	49.0	47.9	50.2
6	İtalya	49.3	44.2	40.2	39.4
7	Avustralya	45.0	41.7	37.0	34.2
8	Almanya	43.0	39.8	37.5	36.9
9	Japonya	41.1	34.1	30.7	25.0
10	Çin	40.4	32.6	44.4	45.0
11	Macao	40.2	35.6	30.4	31.0
12	Hong Kong	36.7	33.3	32.8	36.2
13	Hindistan	28.6	27.4	22.4	21.0
14	TÜRKİYE	25.2	22.5	18.7	26.6
15	Avusturya	23.0	20.5	19.3	18.2

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü Mayıs 2019 Barometresi

Tablo 1.5 ışığında, ABD ve Türkiye'nin de içerisinde bulunduğu birçok ülkenin 2015-2018 yılları arasındaki turizm gelirleri verilmiştir. Burada:

- 2018 yılındaki en yüksek miktar ABD'ye ait olmakta ve 214.5 milyon Dolar'dır.
- İkinci sırada ise İspanya bulunmaktadır. İspanya ise 2018 yılında turizmden 73.8 milyon \$ gelir sağlamıştır.
- Türkiye'ye bakıldığında ise dünya genelinde 14.sırada bulunmakta,
 - ✓ 2017 yılında 22.5 milyon \$,
 - ✓ 2018 yılında 25.2 milyon \$ turizm geliri sağladığı görülmektedir.

1.3.3 Turist Sayısı Yönünden Gelişim

Türkiye'nin uluslararası turizme gerek duymasının ise bazı önemli nedenleri mevcuttur. Bu nedenler şu şekilde incelenmektedir:

- ✓ Her geçen gün turizme olan talepte artış görülmesi,
- ✓ Döviz çıkmasına ait sorunlara çözüm getirebilme ihtimalinin olması,
- ✓ Gelişme maliyetlerinin düşük olmasından dolayı tercih sebebi olması,
- ✓ Bazı olgulardan daha az etkilenmesi: Ekonomik kısıtlamalar, Tarifelerden, Kotalardan, (A. Çımat ve O. Bahar 2003, 3(6))

Görüldüğü gibi, turizm endüstrisinin birçok olumlu yanı söz konusudur. Gerek muafiyetleri ve gerekse ekonomik sıkıntılara getirdiği çözümler, onu her geçen gün daha gerekli hale getirmektedir.

Tablo 1.6: Dünya Turist Sayıları Sıralaması

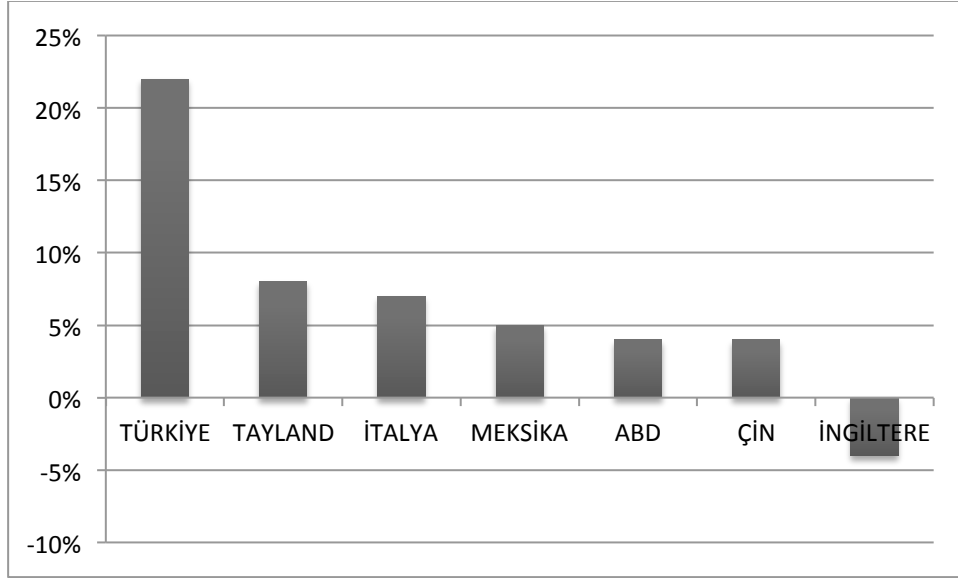
SIRALAMA	ÜLKELER	2018	2017	2016	2015
1	Fransa	89	86.9	82.6	84.5
2	İspanya	82.2	81.8	75.3	68.2
3	A.B.D.	80	76.9	76.4	77.8
4	Çin	62.9	60.7	59.3	56.9
5	İtalya	62.1	58.3	52.4	50.7
6	TÜRKİYE	45.8	37.6	30.3	39.5
7	Meksika	41.4	39.3	35.1	32.1
8	Almanya	38.9	37.5	35.6	35.0
9	Tayland	38.3	35.4	32.5	29.9
10	İngiltere	36	37.7	35.8	34.4

Kaynak: DTÖ (Dünya Turizm Örgütü) 2019 Mayıs Barometresi

Tablo 1.6 ışığında, Türkiye dünya sıralamasında 2018 yılı en çok turist çeken 6. ülke oldu. önceki yıllara nazaran turist sayısını en fazla arttıran ülke ise yüzde 22 ile yine Türkiye oldu. Dünyada en fazla ziyaret edilen ülkeyse Fransa oldu. Turist sayısında üst sıralarda yer almasına rağmen Türkiye turizm gelirlerinde ise ilk 10'a giremedi.

BM Dünya Turizm Örgütünün 2018 yılında hazırladığı turizm verilerine göre 2018’de en fazla uluslararası turist ağırlayan ülke 89 milyon ile Fransa oldu. İspanya 83 milyon turist çekerek ikinci sırada Amerika Birleşik Devletleri is 80 milyon turist ağırlayarak üçüncü sırada yer aldı. Sıralamada takip eden 63 milyon ile Çin yer alırken onu 62 milyon ile İtalya izledi. Listenin altıncı sırasında ise dünya çapından 46 milyon turist ile Türkiye yer aldı.

Tablo 1.7: Dünya Turist Sayısı Değişimi



Kaynak: BM Dünya Turizm Örgütü 2018 Barometresi

Önceki yıllar ile 2018 yılındaki turist sayısı karşılaştırıldığında ise en büyük artış oranını Türkiye'nin yakaladığı gözlemlenmektedir. Türkiye turist sayısını yüzde 22 artırarak yüzde 8 ile Taylan'dı ve yüzde 7 ile İtalya'yı geride bırakmıştır. İlk 10'daki diğer ülkelerin turist sayıları yüzde 5 civarında artarken turist sayısı düşen tek ülke yüzde 4 ile İngiltere oldu.

Ünlü yazar Yeoman (2012) Fütürist yaklaşıma sahip fikirleriyle bilinen yazar yayınladığı; “2050-Tomorrow’s Tourism” adlı kitabında gelecekte servet, teknoloji ve doğal kaynaklar üçlüsüne göre turizmin ve seyahat tercihlerinin belirleneceğini vurgulamaktadır. Bir başka eserinde Yeoman (2008); küresel turizmde önümüzdeki yıllarda yeni deneyimler, yeni destinasyonlar, lüks, kültür ve otantikliği yükselen trendler arasına yerleştirmektedir.

Her yıl Dünya Ekonomik Forumu (WEF) tarafından yayınlanan Seyahat ve Turizm Rekabet Raporuna göre küresel bazda yapılan rekabet edebilirlik sıralamasında Türkiye 46. olarak yer almıştır (WEF, 2013). Raporda; 20 tanesi dünya kültür mirası listesinde yer alan zengin kültürel kaynakları, çok sayıda düzenlenen fuar ,sergiler ve güçlü yaratıcı endüstrileri olarak Türkiye'nin en güçlü olduğu alanlar gösterilmektedir.

Türkiyenin genel turizm altyapısı ve havayolu taşımacılığına yönelik altyapısı 2011'e kıyasla gözle görülür bir biçimde büyüdüğü vurgulanmaktadır. Buna karşın, güvenlik ve asayiş konusundaki kaygı verici ortam, Demiryolu, bağlantı noktaları ve karayolu taşımacılığı altyapısındaki yetersizlikler ile bilişim ve iletişim teknolojilerindeki eksiklikler özellikle turizm alanında hızla gelişmekte olan bir destinasyona göre tatmin edici bulunmamaktadır. Tüm bunlara nazaran; raporda son yıllarda Türkiye'nin gelen ziyaretçi sayısında önemli artış yaşadığı da vurgulanmaktadır.

1.3.4 Dünya Turizmi ve Dış Politika

Dünyanın politik görünümü ile birlikte global sistemin aktörlerinin oynadıkları roller de değişmiştir. Güvenlik, tehdit, risk terimlerinin farklı anlamlar kazanması neticesinde ulusal çıkar tanımlaması da değişmiştir. Bu çıkarlara ulaşmak için kullanılan dış siyasal araçlarda çeşitlenmiştir. Bu minvalde yeni güç tanımlamalarına uygun olarak etkinleştirilen yeni politik araçlardan biri de turizmdir. İlk bakışta ekonomik kazanç elde edilen hizmet sektörünün bir dalı olarak turizmin görülmesiyle birlikte, yumuşak güce hizmet eden bir dış politika aracı olarak da kullanılmaktadır. Küreselleşme süreci ise bunu mümkün kılan gelişmelerden biri olmuştur.

Değişimlere ivme veren ve yön kazandıran bir süreç olarak küreselleşme varlık göstermektedir. Değişime yön verdiği her alanda oluşturduğu dolaylı ve doğrudan etkileri sayesinde iletişim imkanlarının artmasına ve ulaşımın maliyetinin düşmesine neden olmuştur. Bu da turistler açısından yurt dışı turizm faaliyetlerini daha çekici hale getirmiştir. Turist sayısındaki artışlar odakları turizme çekmiş ve geleneksel güç olarak sayılmayacak güç odaklarını bu alanda düşünmeye sevk etmiştir. Dünya liderliğini ilan eden ABD soğuk savaş sonrası kendisi ile rekabet etmek isteyen dünyanın ekonomik ve politik güçleri, dış politika araçları arasına turizmi dahil etmişlerdir. Böylece yumuşak güç unsurlarından biri olarak turizm tanımlanmıştır. Uluslararası oyuncuların resmi kanallardan girmek istemedikleri veya giremedikleri ülkelere aralarında iletişimin kurulabilmesi için turizm kullanılmıştır.

Turizm, aktörler açısından hem mali kazanç elde ettikleri hemde siyasi kazanımlar edindikleri bir alan haline gelmiştir. Turizm farklı açılardan uluslararası aktörlere hem devlet kanalıyla politika geliştirip uygulama imkanı sağlaması yönünden, hem de girişimcilerin ve STK ların etkinlik gösterebilecekleri faaliyet alanlarını içermesi sebebiyle de önemlidir. Örnek olarak öğrenci değişim programları vasıtasıyla farklı devletlere giden gençlere hükümetler yapacakları özel turizm etkinlikleri vasıtasıyla ülkelerinin kültürlerini tanıtmaya fırsatı bulmaktadırlar. Aynı zamanda, tur programlarına ekleyecekleri kültür turizmi etkinlikleriyle seyahat acenteleri de benzer bir işlevi yerine getirmektedirler. Bu anlamda turizm, halkları birleştirici ve tanıtıcı bir misyonu yerine getirme potansiyeline sahiptir.

Globalleşme süreci soğuk savaşın bitişiyle hız kazananarak ulus devletlere yıldızı parlayan turizm hizmet sektörü aracılığıyla tanıtım konusunda yeni imkanlar sağlamaktadır.

Turizm sektörü 1990 yıllarından itibaren globalleşmenin de rüzgarını arkasına alarak devletlerin dış politikalarına hizmet eder hale gelmiş ve en çok para kazandıran sektörlerden biri olmuştur. Küreselleşme ile daha az maliyetli, daha hızlı ve alternatifler sunan alanlar haline gelen iletişim ve ulaşım hizmetleri uluslararası turizmin gelişmesini sağlamıştır (Çeken, Dalgın Karadağ, 2009: s22). Uluslararası turizm ulus devletlere kendi kültür ve değerlerini başka ülkelerin toplumlarına aracı olmadan tanıtmaya imkanı sunmaktadır. Küresel turizmde faaliyet alanlarının artması hükümetlerin hareket alanlarını zenginleştirmektedir. Örnek olarak Fuar ve kongre turizmi sayesinde diğer devletlerdeki iş dünyasıyla bağlantıya geçmek kolaylaşırken bu faaliyetler Türkiye gibi devletler için avantaj anlamına gelmekte ve bu gelişmeler memnuniyet verici olarak değerlendirilmektedir. (Gür 2014: s5). Ayrıca ülke halklarında hayranlık ve benzeri hislerin oluşumunda etkili olmaktadır.

Halkların bu hislerinin vasıtasıyla, turizmin kapsadığı etki alanının ve erişilecek insan sayısının sonuç olarak artacağı bilinmektedir. Sonuç olarak ülke daha çok turistin gelip ziyaret etmek isteyeceği de bir yer olacaktır. (Akbaş ve Tuna, 2012: s9) Ayrıca önemli bir hususta unutulmamalıdır ki bir hükümet özellikle dış politikadaki inandırıcılığı, ülkenin cazibesi ve albenisi arttıkça ikna kabiliyeti de aynı oranda artmaktadır. Böylelikle hükümetler turizm faaliyetleri vasıtasıyla hem gelir elde etmekte hem de daha düşük maliyetli imaj ve tanıtım çalışmaları yapma imkanı bulmaktadırlar.

Türkiye etki alanı oluşturma ve hakkındaki olumsuz imajdan aklanabilmek amacı ile dış politika hedefleri doğrultusunda kültür turizmine ağırlık vermelidir. Fakat kültür turizminin payının 2000'li yıllardan itibaren turizm gelirleri arasında azaldığı gözlemlenmektedir. Bunun sebebinin daha az maliyetli olması nedeniyle seyahat acentelerinin turistleri tatil turizmine yönlendiriyor oluşu olarak gösterilmesidir. (Çulha: 1832) Bu minvalde devletin alacağı önlemlerle seyahat acentalarının kar kaygısına düşmeleri azaltılmalı ve turistlerin kültür turizmine teşviği sağlanmalıdır. Devletin kültür diplomasisi kapsamında tanıtım için yurt dışındaki firmalardan destek alınması, sergilere gidilmesi, festivallere katılınması başvuru yöntemlerinden bazılarıdır ve verim de alınmaktadır.

Tanıtım ve destek konusunda özel teşebbüsle birlikte 2000'li yıllarda yürütülen çalışmaların amacına ulaştığı görülmektedir (Barlas Bozkuş: 15-17). Türkiye'nin TİKA vasıtasıyla yürüttüğü kültür tanıtım çalışmalarının yanısıra özel teşebbüslerle iş birlikleri yapması kültür turizmi faaliyetlerinin artırılmasında etkili olacaktır. Bu yolda kısa dönemlik geçici karlılarsa belki daha kârlü fakat kalıcı ve karlı uzun dönemli yatırım olarak düşünülmesi dış politikamızın yararına olacaktır. Bu tür uygulamalar uluslararası arenada ve yerelde hem Türkiye adına bir sempati oluşturacak hemde politikacıların işlerini kolaylaştıracaktır. Meydana getirdiği olumlu imaj sayesinde turizm halkların devletlerin karar mekanizmalarına ulaşabilecekleri köprü kurulabilir. Bununla birlikte turizmin bir yumuşak güç unsuru olabileceğini mümkün kılar. (Akbaş ve Tuna, 2012: 8)

2. BÖLÜM

BELİRSİZLİKLER VE RİSK

2.1. Belirsizlik ve Risk Kavramları

Bir ürün veya hizmet satın alırken tüketicilerin hissettiği belirsizlik ve kaygılar risk kavramı ile karşılığını bulmaktadır. Risk pazarlama bilimi içerisinde tüketici davranışları başlığı altında algılanıp, tüketicinin satın alma sürecinden karşılaştığı olumsuz sonuçlar ve belirsizlikler olarak devam etmektedir. Satın alma sürecinde tüketiciler seçimlerine göre bir takım kararlar verirler ve verdikleri bu kararlardan tatmin ve memnuniyet duymak isterler. Fakat bu satın alma kararlarının ardından bir takım olumsuz sonuçlar ile karşı karşıya gelinmesi kaygısı ve bu bağlamda bir takım risklerle karşı karşıya kalabilecekleri algısı içerisinde bulunabilirler. (Karamustafa ve Erbaş, 2011: s104) Farklı bir ifadeyle tüketiciler ortaya çıkacak olumlu olumsuz sonuçları satın alma davranışı sonrası tam olarak kestirememektedirler. Bu sebeple belirsizliğin yüksek olduğu hallerde yüksek risk algısı altında satın alma kararı vermek zorunda kalmaktadırlar.

2.1.1 Belirsizlik Kavramı ve Çeşitleri

Gelecekteki herhangi bir olayın ve olası sonuçlarını etkileyen unsurların tam olarak bilinmediği ve bunların meydana gelme olasılıkları hakkında nesnel bir varsayımda bulunulamadığı durum belirsizlik olarak tanımlanmaktadır (Runde, 1998: 540). Bir olayın sonucunun olasılığı, değeri ile ilgili bilgisizlik varsa, seçimin etkileyeceği sonuçlar ve muhtemel seçim listesi bilinmiyorsa belirsizlik ön plana çıkmaktadır (Lavoie, 1992: 43-44).

Belirsizlik, beklenen ve öngörülen bir olayın gerçekleşmemesi ile “sürpriz-şok”, öngörülemezliği ve ölçülemezliği ile “bilgisizlik” içermektedir. Belirsizlik ile karşı karşıya kalan birey karar alma sürecinde farklı davranışlar sergileyebilmektedirler. İnsanlar şaşkınlık, kararlarını erteleme veya kararlarından vazgeçme yönünde tercih yaparak belirsizliğe tepki göstermektedirler (Alada, 2000: 123). Belirsizlik karar vericinin bilgi ve tutumuna göre değişkenlik gösterebilmektedir. Gerçek dünyada aynı koşullar altında farklı kişiler farklı olasılıkları farklı sonuçlara bağlayarak farklı davranışlar sergileyebilirler.

Tüketicilerin satın alma öncesinde sağlam ve doğru bilgi edinmeye çalışmaları hem satın alma hem de karar verme sürecinde sağlıklı ve rasyonel tercihlerin yapılmasında etkilidir.

Belirsizlik kavramı, birden fazla boyut ve karmaşık bir yapıya sahip olan tüketici davranışı araştırmalarında, satın alma ve karar verme sürecindeki etkisine yönelik olarak dört farklı boyutla karşımıza çıkmaktadır:

- **Bilgisizlik:** Birey konu ile bağlantılı herhangi bir bilgiye sahip değildir.
- **Şiddetli belirsizlik:** Kısmi ve kesin olmayan bir karar vermek için yeterli bilgiye sahip olunduğunda bulunmaktadır.
- **Hafif belirsizlik:** kesin bir karar vermek için doğru bir bilgiye sahip olmak. Kesinlik: kararın değeri verildiğinde ya da bilindiğinde gerçekleşmektedir.
- **Kesinlik:** kararın değeri verildiğinde ya da bilindiğinde gerçekleşmektedir.

Belirsizlik kavramı, birden fazla boyut ve karmaşık bir yapıya sahip olan tüketici davranışı araştırmalarında, satın alma ve karar verme sürecindeki etkisine yönelik olarak dört farklı boyutla karşımıza çıkmaktadır:

- **Bilgi belirsizliği,** alternatif tercihlerin ve değişkenlerin ne ile ilgili olduğuna dair bilgi eksikliğinden kaynaklanan belirsizliktir. İhtiyaç duyulan bilgi miktarı arttıkça arama maliyetleri de buna bağlı olarak artış göstermektedir. (Urbany ve Wilkie, 1989: 208-215).
- **Seçim belirsizliği,** Lanzetta'nın (1963) özgün yapısını oluşturduğu en iyi alternatif seçimin belirsiz olması olarak tanımlanmaktadır. Bir seçim kümesinde mevcut alternatifler arasındaki benzerlikler veya farklılıklar seçim belirsizliğini artırıcı etkide bulunmaktadır (Lanzetta, 1963: 239-265). Farklı seçenekleri bilen tüketici rasyonel karar verme güdüsüyle faydasını maksimize etmeye odaklı iken hangisinin en iyi alternatif olduğu konusunda kafası karışacağından seçim belirsizliği ortaya çıkmaktadır.
- **Değerlendirme belirsizliği,** karar almanın tasarım aşamasında yer alan marka veya alternatifler hakkında karar vermek için mevcut bilgilerin nasıl yorumlanacağına yönelik belirsizliktir. Tüketiciler farklı alternatifleri ve değer kıstaslarını ölçemediklerinde ya da kıyaslama yapamadıklarında ortaya çıkmaktadır. (Lanzetta, 1963: 213).
- **Uygulama belirsizliği,** karar alma aşamasında tüketicilerin karşı karşıya gelebileceği belirsizliklerdir. Elektronik pazarlarda, internet üzerinden ödemeler, firma güveni, firma hataları gibi durumlarda tüketiciler uygulama belirsizliği ile karşı karşıya kalırlar (Lauraéus, 2011: 37).

2.1.2 Risk Kavramı ve Çeşitleri

Çok eski bir tarihe sahip olan risk kelimesinin köken olarak antik Yunancadaki “rhiza” sözcüğünden geldiği kabul edilmektedir. Esas olarak Latince’de “tehlike”yi ifade eden “risicum, resicum ve riscus” sözcüklerinin kökeni olarak kabul edilmektedir. (Bernstein, 2006: 26).

Risk kavramı Türkçe’ de risk kelimesinin eş anlamlısı olarak kullanılan riziko kavramı sözcüğünden gelmiştir (Bernstein, 2006: 26). TDK’nın Güncel Türkçe Sözlüğüne göre risk kavramı, “zarara uğrama tehlikesi” olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımlamadan yola çıkılarak Türkçe kaynaklarda eş anlamlı olarak kullanılan risk ve riziko kavramlarının geleceğe yönelik arzulan ve beklenenin dışında ortaya çıkan sonuçların kayıp, zarar olasılığı, tehlike ve belirsizlik olgularını ön plana çıkardığı gözlenmektedir (Çipil, 2013: 1-13).

Karar verecek olan birey belirli bir eylem veya olayın olası tüm sonuçlarını değerlendirip her birinin gerçekleşme ihtimalini göz önünde bulundurarak riski öngörebilmektedir. Birey riski en aza indirmek için belli bir maliyete katlanarak olası olumsuz sonuçlara karşı önlem alabilmektedir.

Literatürde risk, sübjektif risk ve objektif risk olarak iki kategoride ele alınmaktadır. Bauer objektif risk yerine sübjektif (algılanan) riske odaklanmıştır. Karar alma sürecinde sınırlı bilgiye sahip olan tüketici, daha önce deneyim sahibi olmadığı yeni satın alma durumu ile çoğu kez karşı karşıya kalmaktadır. Riskin ölçülmesini imkânsız kılan kısıtlar (bilgi eksikliği, gelir, zaman) çerçevesinde algılanan risk ölçümü yapılmaktadır (Mitchell, 1999: 164).

Jacoby ve Kaplan karar aşamasında algılanan risk türlerini beş başlık altında özetlemişlerdir:

- ✓ **Finansal Risk:** Belirlediği bir marka yada bir ürünün seçilmesi sonrası tüketicinin hissettiği parasal kayıptır (Yaraş 2009: s200). Satın alma kararı vermek zorunda kalan tüketici ne kadar yüksek maliyetli ürün alır ise verilecek yanlış bir kararda maliyeti de bi o kadar yüksek olması kaçınılmazdır. (Özel ve Gürpınar, 2005: 54).
- ✓ **Performans (İşlevsel) Risk :** Satın alınan ürünün veya hizmetin uygun biçimde kullanılamaması durumunu açıklar. (Jacoby ve Kaplan, 1972: s383). Ürüne ilişkin geçmiş deneyimler veya bilinen bir markaya sahip olması gibi unsurlar performans riskini azaltmaktadır.

- ✓ **Sosyal Risk:** Bir ürünü kullanan bireye diğer insanların kendisi hakkındaki olumsuz düşünceleri riski olarak tanımlanmaktadır. (Demir, 2011:268) Yanlış ürün seçen bireyin toplum karşısında utanç duygusu yaşamasına neden olabilecektir (Schiffman ve Kanuk, 2000).
- ✓ **Fiziksel Risk:** Ürünün kullanımı sonrasında tüketicinin yaşayabileceği fiziksel ve sağlık problemlerine ilişkin algılanan risk türüdür. (Demir, 2011: 268) Tatil sürecinde yaşanabilecek; trafik kazası, terör saldırısı, fiziki saldırı ihtimali gibi riskler de fiziksel risk algısına örnek olarak verilebilir.
- ✓ **Psikolojik Risk:** Tüketicinin seçtiği ürünün kendini algıladığı kişisel imajıyla uyumlu olmama olasılığıdır (Funchs ve Reichel, 2006: 95). Örneğin, güneş lekelerine karşı şapka kullanması gereken ancak bu durumda gülünç konuma düşeceğinden endişelenen bir turist psikolojik riskten etkilenmektedir. Her ne kadar Jacoby ve Kaplan tarafından tanımlanan risk türleri içerisinde bulunmasa da “zaman riskinin” de literatürde en çok karşılaşılan risk türlerinden biri olduğu gözlemlenmektedir (Lim, 2003; Reichel vd., 2007; Quintal vd., 2009; Karamustafa vd., 2013). Özellikle turizm açısından zaman riskinin önemli olduğu düşünüldüğünden bu çalışmada yer verilen bir diğer faktör olarak “zaman riski algısı” ele alınacaktır.
- ✓ **Zaman Riski:** Kullanım, deneme ve öğrenme gibi nedenlerden dolayı ürüne ilişkin olarak ortaya çıkabilecek zaman kaybına ilişkin risk algısını ifade etmektedir. Turizm açısından değerlendirildiğinde ise, turistin satın aldığı tatilde geçireceği sürenin fırsat maliyeti zaman riski algısı olarak ifade edilebilir. Daha keyifli bir tatil ya da tatil yerine tercih edilebilecek başka bir faaliyet, turistin satın aldığı tatilin fırsat maliyetini oluşturmaktadır (Roney, 2011: 26). Tatilde harcanan zamanın verimli kullanılamamasının telafisi belki de bir sonraki yıla kadar mümkün olmayacaktır. Dolayısıyla turist için tatilde geçirilen zamanın verimliliği büyük önem taşımaktadır.

Tablo 2.1: Ülkelere Göre Risk Faktörü İlişkisi

		N	Mean Rank.			N	Mean Rank.
Fiziksel Risk Algısı	Rusya	371	1001,56	Sosyo-Psikolojik Risk	Rusya	371	1124,63
	Almanya	278	1071,56		Almanya	278	1066,24
	İngiltere	300	918,74		İngiltere	300	917,94
	Diğ. Avrupa Ülkeleri	357	990,05		Diğ. Avrupa Ülkeleri	358	939,39
	Doğu ve Orta Avrupa Ülkeleri	217	1042,11		Doğu ve Orta Avrupa Ülkeleri	218	1056,67
	Amerikan Kıtası Ülkeleri	154	956,52		Amerikan Kıtası Ülkeleri	154	786,74
	Pasifik Doğu Asya	141	925,11		Pasifik Doğu Asya	141	906,52
	Müslüman Yoğ. Ülkeler	157	948,25		Müslüman Yoğ. Ülkeler	157	959,14
Finansal Risk Algısı	Rusya	371	993,98	Zaman Riski Algısı	Rusya	371	1030,56
	Almanya	278	1011,49		Almanya	278	1066,26
	İngiltere	300	957,26		İngiltere	300	916,18
	Diğ. Avrupa Ülkeleri	358	1008,84		Diğ. Avrupa Ülkeleri	358	1025,41
	Doğu ve Orta Avrupa Ülkeleri	218	1057,45		Doğu ve Orta Avrupa Ülkeleri	217	956,71
	Amerikan Kıtası Ülkeleri	154	862,4		Amerikan Kıtası Ülkeleri	154	987,63
	Pasifik Doğu Asya	141	914,77		Pasifik Doğu Asya	141	898,86
	Müslüman Yoğ. Ülkeler	157	1048,61		Müslüman Yoğ. Ülkeler	157	930,76
Performans Riski Algısı	Rusya	371	980,93	Genel Risk Algısı	Rusya	371	999,04
	Almanya	278	1059,9		Almanya	278	1025,01
	İngiltere	300	915,24		İngiltere	299	931,92
	Diğ. Avrupa Ülkeleri	358	1054,12		Diğ. Avrupa Ülkeleri	358	986,66
	Doğu ve Orta Avrupa Ülkeleri	218	1056,14		Doğu ve Orta Avrupa Ülkeleri	218	1027,22
	Amerikan Kıtası Ülkeleri	154	904,82		Amerikan Kıtası Ülkeleri	154	990,89
	Pasifik Doğu Asya	141	877,34		Pasifik Doğu Asya	141	928,44
	Müslüman Yoğ. Ülkeler	156	958,12		Müslüman Yoğ. Ülkeler	157	1008,71

Kaynak: Ateş oğlu ve Türker 2013.

Tablo 2.1 incelendiğinde katılımcıların hangi bölgelerden geldikleri ve bulunan risk faktörlerinin karşılaştırılma sonuçları verilmiştir. Tablo 2.1 e göre beş faktörün tamamında genel risk algısı faktörü dışında kalan anlamlı farklılıklar olduğu görülmektedir. Genel ortalamaları değerlendirilecek olursa fiziksel risk algısı açısından en yüksek riski Almanya'dan gelen turistlerin sahip olduğu görülmektedir. Gelen turistler açısından Almanya'yı sırasıyla Doğu ve orta Avrupa ülkeleri takip etmektedir.

Sonuçlara göre İngiltere ve Doğu Asya Pasifik ülkelerden gelen turistlerin en düşük fiziksel risk algısına sahip olduğu gözlemlenmektedir. Finansal risk düşüncesi açısından risk algısının en yüksek olduğu ilk iki gruba bakılacak olursa Doğu ve Orta Avrupa ülkeleri ile Müslüman ülkelerin olduğu dikkati çekmektedir. Buna nazaran Doğu Asya Pasifik ve Amerika Kıtası ülkelerinin en düşük performans riski algısına sahip ülkeleri oluşturduğu gözlemlenmekte ve bu risk algısı türü olumlu bir başarıya sahip oldukları anlamına gelmektedir.

Tablo 2.1 değerlendirildiğinde performans riski algısı ile sosyopsikolojik risk algısından benzer sonuçların çıktığı ayrıca Almanya ve Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin en yüksek, Doğu Asya Pasifik ve Amerikan Kıtası ülkelerinden gelen turistlerin ise en düşük risk algısına sahip oldukları görülmektedir.

Son olarak genel ortalamalar incelendiğinde Almanya ve Diğer Avrupa ülkelerinden gelen turistlerin en yüksek zaman riski algısına sahip olduğu, buna karşın en düşük zaman riski algısına sahip Doğu Asya Pasifik ve İngiltere'den gelen turistlerin olduğunu ifade etmek mümkündür.

2.1.3 Belirsizlik ve Risk Kavramları arasındaki Farklılıklar

Belirsizlik ve risk kavramları sıklıkla birbiri yerine ve bağlantılı olarak kullanılmasına rağmen modern literatürde birbirinden farklı kavramlar olduğu görülmektedir. Bir olayın sonucunun olasılığı ve değeri kestirilemiyorsa, muhtemel tercih alternatifleri ve bunlardan kaynaklı sonuçların nedenleri ortaya konamıyorsa belirsizlik söz konusudur. Ancak belirlenecek tercih sonunda ortaya çıkabilecek sonuç için belirli olasılık değerleri bilinebiliyorsa ve kazanç ya da kayıp olma olasılığı hesaplanabiliyorsa risk durumu söz konusudur (Demir, 1996: 44-45).

Birey ortaya çıkan ve gerçekleşen risk ve belirsizlik karşısında psikolojik faktörlerin etkisiyle zihinsel bir karmaşa yaşayarak rasyonel ve mantıklı davranışlardan uzaklaşabilmektedir. Belirsizlik, bilgisizlik ve sürpriz-şok boyutu ile ortaya çıkan şoktan sonra şekillenen ve hesaplanamayan bir kavramdır. Fakat riskte bilgi mevcuttur (Yalçınkaya, 2004: 10).

2.2. Belirsizlikler ve Risklerin Turizme Etkisi

Türkiye'nin turizm endüstrisi, risklerin belirlenmesi, risklerin değerlendirilmesi ve risklere karşı alınan önlemlerin geliştirilmesi gibi risk yönetimi eksikliği çekmektedir. Türkiye turizmini negatif yönde etkileyen risklere örnek olarak terör, uluslararası politika, doğal afetler ve dünya çapında ekonomik durgunluk verilebilir.

Turizm endüstrisinin gelecekte çeşitli tehdit ve risklere karşı korunması ve önlemler alınması için gerekli stratejiler geliştirilerek Türkiye'de turizm alanındaki makro düzeyde risk yönetim modelinin geliştirilmesi turizm açısından önem arz etmektedir. Türk turizminin iyileştirilmesi için yapılması gerekenlerin başında risk yönetimi olduğu düşünülmüştür.

Ülkemizin önemli lokomotifleri olan turizm sektörü önceki yıllarda yaşadığı artış ile dikkat çekerken, 2015 yılının ilk yarımında Türkiye'ye gelen turist sayısında büyük bir azalma yaşanmıştır. Bu düşüş turizm gelirlerini de olumsuz olarak etkilemiştir. 2015'in ilk 6 ayında turizm gelirleri geçen yıla oranla azalmıştır. Belirsizliklerin olduğu yerde turizmin gelişemeyeceğini, "dış dünyada güvenlik sorunu olan bir ülke olarak görünmesi konusunda, turizmin geleceği için bu algının düzeltilmesi konusunda bir yol haritası çizilmesi gereklidir. Lokomotif konumundaki turizm sektörünü bu belirsizliklere mahkum etmenin ülke ekonomisinde de belirsizliklerin doğmasına, zafiyetlerin yaşanmasına neden olacağı açıktır.

3.BÖLÜM

JEOPOLİTİK RİSK VE ÖLÇÜMÜ

3.1. Jeopolitik Risk Nedir?

Jeopolitik risk kavramına değinmeden önce jeopolitik kavramından bahsetmekte fayda görülmektedir. Sözlükteki anlamıyla Jeopolitik kelimesi; Coğrafyadaki Siyasal ve Ekonomik verilere göre dış siyasetin belirlenmesidir. Alan Politikası veya Siyasi Coğrafya demektir. İngilizce Geopolitics, Fransızca Geopoli-tique, Almanca Jeopolitik. Daha geniş anlamlandırılırsa ülkelerin coğrafi özellikleri ile politikaları arasındaki ilişkileri inceleyen bilimdir. Farklı bir ifadeyle uluslararası politikada, coğrafi faktörlerin güç ilişkileri üzerindeki etkisinin gözlemlenmesidir.

Kavramsal olarak Jeopolitik farklı yaklaşımlara göre değerlendirilmek istendiğinde, ulusa ait politika değerlendirmesi yapmak adına, güç değerlendirmesi yaparken bölgeye ilişkin değişen ve de değişmeyen faktörleri inceleyerek kendi bölgesinde yer alan güç birimlerini inceleyen bir bilim dalıdır. Bu noktada ülkeye ait coğrafya etkin bir biçimde değerlendirmeye alınmaktadır. Coğrafi yapı irdelenirken ülkeye ait güç merkezleri de mercek altına alınarak güç-hedef ilişkisi ortaya konmaktadır. Coğrafi yapı içerisindeki devletin ilerleme politikalarını ve güvenliğinin bütünü oluşturur (İşcan, 2004: 52).

Türkiye'nin Jeopolitiğinden bahsedildiğinde, tabii, insani ve ekonomik olayların dağılımını, birbirleri arasındaki bağlantılarını, neden ve sonuçlarını inceleyip ulaşılan bu verilere göre dış politikanın belirlenmesidir. Bu sebeple konumsal veriler analiz edilirken, çok ayrıntılı bir şekilde Türkiye'nin coğrafi özellikleri ile siyasetleri arasındaki ilişkiler ele alınmalıdır.

Jeopolitik açıdan bakıldığında Türkiye büyük önem arz eden bir ülkedir. Bu önemi, hem coğrafi hem de insani özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Coğrafi konum açısından önemli avantajları vardır. Öte yandan aynı zamanda bulunduğu bölgede bir çok ülke su sıkıntısı ile yüzleşirken, Türkiye elinde bulundurduğu büyük su rezervleri ile avantajını korumaktadır. Ancak bu kaynaklarını tam anlamıyla değerlendirememektedir. Bu sebepten dolayı olarak tarımı tam arzu edilen düzeyde gelişmiş sayılamaz. Yurt geneli geniş yerler kaplayan yaylalarında yarı göçebe bir biçimde hayvancılık yapılmakta fakat hayvancılık faaliyetinde modernizasyon yapılamadığından dolayı, tam anlamı iler sahip olduğu potansiyeli kullanılmış değildir .

Türkiye komşu ülkeleri arasında en fazla yeraltı rezervlerine sahip olmasına (<http://www.mta.gov.tr/v3.0/bilgi-merkezi/maden-rezervleri>) ancak gerekli sermaye ve teknolojik altyapının olmaması nedeniyle, tam anlamıyla sanayileşememiştir. Fakat gelişime yönelik ciddi atılımlar ve yatırımlarla ilgilenmektedir. Eğer planlandığı üzere mevcut atılımlar gerçekleşirse, bölgede gelişmiş bir ülke olması kaçınılmazdır.

Halen kalkınmakta olan Türkiye büyük oranda enerjiye ihtiyaç duymaktadır. Sürekli büyümekte ve hacmi genişlemekte olan iç ve dış ticareti bulundurmasına rağmen, her yıl ticari açık vermektedir. Buna nazaran sürekli artış gösteren dış borçlar ve paralelinde katlanan borç faizleri, ülkeyi hatırı sayılır sıkıntılara sokmuştur. Türkiye son 15 yılda bu sorunlara yönelik büyük atılımlar yapmış ve IMF'ye olan borcunu sıfırlamıştır. Çok makro sıkıntılar çekmesine karşın, dünyada önemli yere sahip olmasının temel nedeni coğrafi ve jeopolitik konumunun öneminden ileri gelmektedir.

Jeopolitik bir disiplin olarak ele alınmak istendiğinde (Hasanov, 2012: 202-204);

- Yeryüzüne ilişkin durumu,
- Bu duruma etki eden unsurları,
- Ülkelere ilişkin jeopolitik kalkınmayı da kapsayan bir olguya işaret etmektedir.

Jeopolitiğe etki eden unsurlar analiz edilmek istendiğinde ise üç ana kategori gündeme gelmektedir. Bunlar; değişmeyen unsurlar, zaman ve değişen unsurlar şeklindedir. Değişmeyen unsurlar; su, iklim, stratejik kaynaklar, coğrafi bütünlük, coğrafi konum, jeolojik ve jeomorfolojik özellikler ve ülkelerinden coğrafi unsurlarından oluşmaktadır. Değişen unsurlar içerisinde ise; siyasal değerler, askeri değerler, ekonomik değerler, sosyokültürel değerler ve bilim ve teknoloji değerleri yer almaktadır (Kesen, 2019).

Jeopolitiğin coğrafi unsurları üzerinde durulmak istendiğinde (Kaya, 2014: 7-8);

- Coğrafi konum: Ülkeye ilişkin coğrafi konum;
 - ✓ Ülkenin hangi iklim kuşağı içerisinde yer aldığını,
 - ✓ Ana ulaşım güzergâhları,
 - ✓ Önemli çatışma noktalarına ve güç merkezlerine uzaklığı tarif edilmektedir.

- Sınırların coğrafi bütünlüğü:
 - ✓ Siyasi sınırlar, devletlerin egemenlik alanlarını belirlemekte ve diğer devletlerden ayırt edilmektedir.
- Doğal kaynaklar ve geniş ülke alanı:
 - ✓ Saha ve büyüklüğü jeopolitik açıdan çok önemli kabul edilmektedir.
 - ✓ Stratejik kaynakları kapsayan bu alan: maden yatakları, tarımsal verimlilik, su kaynakları ve petrolü içermektedir.
 - ✓ Bu ve benzeri değerlere sahip olan devlet ise jeopolitik öneme sahip bulunmakta ve odak noktası haline gelmektedir.
- Coğrafi özellikler:
 - ✓ Jeomorfolojik yapı, o ülkenin coğrafi özellikleri içerisinde değerlendirilmektedir.
 - ✓ Fiziki coğrafya kapsamında:
 - Yer şekilleri,
 - Toprak yapısı,
 - İklim özellikleri ve ülkenin geometrik yapısı,
 - Bitki örtüsü kabul edilmektedir.

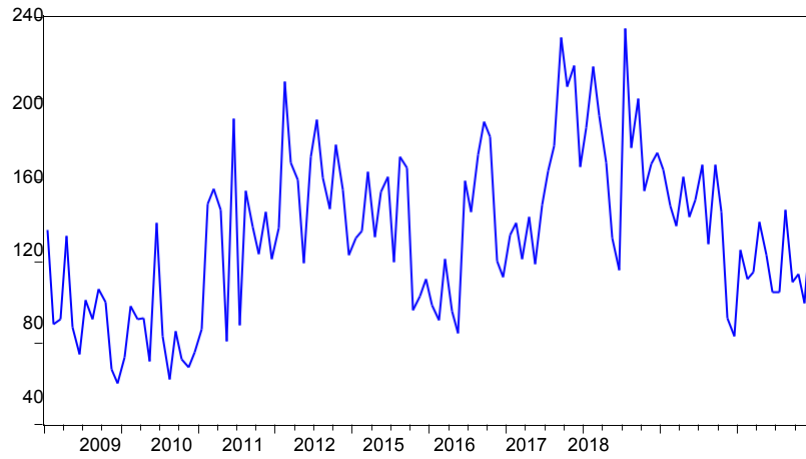
Jeopolitik kavramına eşdeğer olan bir kavram olan jeopolitik risk ise bazı riskleri bünyesinde barındırmaktadır. Jeopolitik risk kapsamında (Caldara ve Iacoviello, 2018: 6-7);

- Terör eylemleri ve savaşlar,
- Devletlerarası ilişkileri belirleyen ilişkilerin barışçıl ve de normal şekilde etkileyen riskler yer almaktadır.

Bahsedilenler hem mevcut riskleri hem de olabilecek riskleri içermektedir. Bu riskler devletlerin birbirleriyle olan ilişkilerinde dini, ekonomik ve uluslararası arenadaki örgütler tarafından gerçekleştirilen eylemleri de kapsamaktadır. Bazı durumlarda ise ulusal sınırlar bünyesinde ortaya çıkan sıkıntı ve gerilimler zamanla büyüyerek ulusu aşan bir mahiyet kazanmakta ve jeopolitik risk bünyesinde kabul edilmektedir.

Jeopolitik risk ülkelerin yaşadıkları çevresel sorunların yol açtığı coğrafi riski açıklamaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin son 10 yılda içerisinde bulunduğu coğrafi konumda yaşanan savaş ve terör olaylarının jeopolitik riskler olarak ülkeyi etkilediği ve bu risklerin yapılacak olan yatırımlar üzerinde Türkiye'ye yoğun etkisi olacağını göstermektedir.

Tablo 3.1: Türkiye'nin Jeopolitik Risk Seviyesi



Şekil 3.1’de yapılan incelemelere göre jeopolitik risk seviyesi açısından Türkiye dalgalı bir seyir izlemektedir. Borsa İstanbul sektör getirileri üzerinde yapılan incelemelerde ülkeye ilişkin iç politik risk seviyesi jeopolitik riskin nedenli yatırımcı üzerindeki etkisi olduğunu ve buna dayanarak yatırımcıların tedirginliğini artırdığı sonucuna varılmıştır. Doğrudan yatırımlar üzerine çok fazla araştırmanın olmaması çalışmamızı daha spesifik açıdan değerlendirmemize ve özellikle endeks getirileri üzerinden sınırlandırmamıza neden olmuştur.

Jeopolitik ve Politik risk arasındaki farka bakacak olursak politik riskte ülkeye ait iç problemler incelenirken jeopolitik riskte ise dış faktörler nedeniyle yükselen risk ölçülmektedir. Bu risklerin seviyelerinin ölçülmesi için riski oluşturan unsurları parçalara ayırarak endekse etki eden mikro ölçekteki değişkenin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

3.2. Jeopolitik Riskin Ölçümü

Globalleşen dünyada büyümek veya varlığını sürdürmek isteyen şirketler dış pazarlara açılmak zorundadırlar. Bu yolda karşılaşılan en büyük tehditlerden birisi de jeopolitik risktir. Bu nedenle çalışılacak ülkelerin jeopolitik risk açısından araştırılması, ölçülmesi, değerlendirilmesi ve oluşabilecek risklere karşın risk yönetiminin planlanması gerekmektedir. Eğer bu konuda risk yönetimi çalışması yapılmazsa şirketler büyük kayıplarla veya zararlarla karşılaşabilirler. Bazı riskler ülkelerdeki politik sistem kaynaklı belirli risklerdir. Politik riskin yönetimi hem yatırım öncesi hem de yatırım sonrası yapılmalıdır. (Ankara sanayi odası yay. mayıs 2013)

3.2.1 Jeopolitik Riskin Ölçümü Kavramı ve Yönetimi

Jeopolitik risk ölçümü “uluslararası alanda faaliyet gösterilme sürecinde risklerin incelenmesi, analiz edilmesi ve değerlendirilmesi aşamaları olarak tanımlanabilir. Jeopolitik istikrarsızlığın analiz edilmesi uluslararası iş çevrelerinde büyük bir önem arz etmektedir. Bu nedenle hassasiyete sahip olan başarılı uluslararası işletmeler çevrelerdeki değişimlere göre iş yapma risklerini değerlendirmelerinde fayda vardır.

Jeopolitik riski değerlendirme ve yönetme konusunda uluslararası pazarlama şirketleri iki temel aşamayı uygulamaktadırlar. Bu aşamalar:

- Riskin olasılığını ve bir arada getireceği riskleri tanımak
- Risklerle mücadele konusunda plan ve politikalar üretmek

Jeopolitik riskin ölçülmesi konusunu daha iyi kavrayabilmek adına risk yönetimi aşamalarından bahsetmek gerekli olmaktadır. (Kurumsal Risk Yönetimi Der, 2014: 4);

- Riskin erkenden teşhis edilmesi,
- Riske ait önlemlerin alınması,
- Risklerin yönetimine ilişkin sisteminin kurulması,
- Risk yönetimi konusunda uzman bir komite kurulması ön plana çıkmaktadır.

Çoğu ülkedeki risk ölçüm kuruluşları, genel riski de kapsayan ekonomik, finansal ve politik riski ölçmek için özgün göstergelere sahiptirler. Rugman’a göre International Country Risk Guide yeni bir risk değerlendirme ve ölçme modeli kullanır. Bu model birtakım bileşenleri politik risk için kullanır.

Bunlar devletlerin istikrarlılıkları, Sosyo-ekonomik koşulları, Yatırım profilleri, İç ve Dış çatışmaları, Yolsuzlukları, Askerin siyasete karışması, Dini gerginlikler gibi etnik gerginliklerdir.

Tablo 3.2: Jeopolitik Ölçüm

KATEGORİ ARAMA	KELİMELEER
Jeopolitik Tehditler	Risk, gerginlik, belirsizlik
Nükleer Tehditler	Nükleer savaş veya atomik savaş veya nükleer fikir ayrılığı veya nükleer füze/ korku, tehdit, risk, tehlike
Savaş Tehditleri	Savaş riski veya risk veya savaş veya savaş korkusu veya askeri tehdit veya savaş tehdidi
Terörist Tehditler	Terörist tehdit veya terörist tehditler veya terörizm tehdidi, terörizm çelengi veya terörist risk veya terör riski veya terör tehdidi veya terör tehditleri
Savaş Eylemleri	Başlangıç veya salgın veya kızıışma Hava saldırısı veya ağır kayıplar
Terörist Eylemler	Terörist eylem ve terörist eylemler

Kaynak: Caldara ve Iacoviello Yıl 2018. Measuring Geopoliticalrisk, North Carolina State University, p. 12.

Tablo 3.2 ışığında, Coğrafyada meydana gelen çeşitli tehlikeler ülkeleri tehdit eder. Bu tehlikelere karşı etkili tedbirler ise coğrafi şartlara göre alınmalıdır. Tüm ülkelerin çevre coğrafyasında bulunan tehditler doğal olarak kendisine doğru istikametle yönelir. Dış politika hedefleri dahilinde bu istikametlerin savrulması gereklidir. Günümüzde tüm yollarla gelen sadece yüzeyde değil her yönle açık, havadan veya coğrafi engellere tabi olmayan sosyolojik ve psikolojik tehlikeler bulunmaktadır. İletişim kanallarının kullanımındaki artış bu etkileri kolaylıkla heryere ulaştırabilmektedir.

Devletler kendilerine yaklaşan tehditleri askeri ve siyasi olmak üzere iki biçimde savurmaktadır. Son ihtimal olan askeri biçimde devletler kendine özgü yöntemler kullanmaktadır siyasi hareket tarzında ise, tehlikenin yaklaşma yönü üzerindeki devleti kontrol altına almak ve diğer ülkeleri bundan men etmek, eğerki buna olanak sağlayamadığı halde ‘tampon ülke’ oluşturmaktır.

Dünyanın birçok noktasında bulunan terör örgütleri insanların yaşamlarına büyük tehditler oluşturmaktadır. Bulundukları ülkelerde başlıca politik, finansal, sosyal, kültürel gibi alanlarda toplumsal düzen ve barışı hedef alan terör faaliyetleri, birçok sorun doğurmaktadır. Turizm devletler için önemli ekonomik gelir ve tanıtım aracı haline geldiğinden dolayı terör faaliyetlerinden en çok zarar gören sektörlerin başında gelmektedir. Turizmde risk algılaması konusunda ise bazı araştırmalar söz konusu olmaktadır. Jeopolitik riskin turizm sektöründe tespit edilmesi noktasında genel olarak turistlerin güvenlik ve de emniyet algıları ön plana çıkmaktadır (Rittichainuwat ve Chakraborty, 2009). Eğer ziyaretçilerde yüksek bir biçimde güvenlik riski algılaması oluşmuş ise bu durum seyahat tercihlerini olumsuz etkilemektedir (Lepp ve Gibson, 2003). Bu riski ise seneler itibari ile ülkeye gelen turistlerin sayısında yaşanan düşüş ile tespit etmek mümkün görünmektedir.

Jeopolitik Riskin ölçümüne değinirken risk yönetimine değinmeden ölçümden net bir sonuca alınamaz bu minvalde yabancı pazarlarda boy gösteren firmalar ortaya çıkabilecek jeopolitik risklerden etkilenirler. Bu sebeple olası karşılaşılabilecek politik risklerin yönetimi önemli konumda olmaktadır. Şirketlerin performansı üzerindeki Jeopolitik risklerin olası etkilerini değerlendirebilmek için karmaşık bir yaklaşımı gereklidir. Yurt dışı pazar seçeneklerinin birçoğu planlama aşamasında yapılabilir görülmesine rağmen, riski yüksek olan ülkelere kaçınmak gerekir. Finansal anlamda bir takım düzenlemeler yapılabilir başlıca projenin nakit akışı ya da gelecekteki nakit akışı iskonto edilebilir. Farklı bir seçenek ise politik risklere karşı mümkün olduğu kadar kendini sigortalamaktır.

Jeopolitik riskler ışığında riski minimize etmek amacıyla 5 uygulanabilecek yöntem önerilir;

- Risklerden planlı olarak kaçınmak,
- Kısa dönemde kâr yükseltme,
- Maliyet yarar oranını kamulaştırmada değiştirme,
- Yerel hissedarlara sahip olma,
- Politik gelişmeleri ve değişimleri avantaja çevirme.

Özet olarak globalleşen dünyada şirketler dış pazarlara yönelmek zorundadırlar. Jeopolitik risk bu yolda karşılaşılabilecekleri en büyük risklerin önünde gelmektedir. Firmaların önemseydiği diğer önemli bir husus ise karşılaşılabilecekleri kayıp ve zarardan kaçınılmasıdır. Bu sebeple jeopolitik risk bakımından gidilecek ülkelerin araştırma, ölçülme, analiz edilme, değerlendirme ve olası risklere karşı risk yönetiminin yapılması zorunludur. Firmalar eğer risk yönetimi yapmazlarsa büyük kayıplar ve zararlarla karşı karşıya kalmaları kaçınılmazdır. Özellikle global yada çok uluslu şirketlerin bu konuya hassasiyet gösterdikleri gözlenmektedir.

3.2.2 Jeopolitik Risk Endeksi (GPR)

Yeni bir jeopolitik risk endeksi (GPR) ile yapılan analizler incelendiğinde özellikle 1995-2016 dönemi aralığı için 18 ülkenin risk panel verileri, sabit etkiler ve tahminler kullanıldığında jeopolitik risklerin gelen turizm üzerindeki yüksek risk etkisi ölçülmüştür. Buna göre Jeopolitik risklerin inbound turizmi olumsuz yönde etkilediği görülmektedir.

Bazı durumlarda jeopolitik risklerden kaçınmak zor hatta kaçınılmaz olabilir. Örneğin, Türkiye ve İsrail, jeopolitik risklerin genellikle yüksek olduğu Orta Doğu'da bulunmaktadır. Böyle bir durumda, ülkeler GPR'ın turizm üzerindeki olumsuz etkilerini telafi etmek için inbound turizmin itici gücüne odaklanmalıdır. Bu aşamada ülkeler, farklı ülke veya bölgelerden turist çekmek için turizm pazarlarını çeşitlendirmelidir. (Gholipour et al. 2016; Demir and Gozgor 2018)

GPR Endeksine göre destinasyon ülke etkenlerinin turizme etkilerinden bazıları :

- Gayri safi yurtiçi hasıla gelen turizmi beklendiği gibi olumlu etkilemektedir.
- Döviz kurunun devalüasyon etkisi olumludur, bu da bir kaynak ülkenin para biriminin değer kaybının ülkeyi daha ucuz hale getirdiğini ve bu da gelen turizmi artırdığını gösterir.
- Nüfus (ülke büyüklüğünün temel ölçüsü) inbound turizmi olumlu etkilemektedir.
- Daha yüksek bir enflasyon kaynak ülkeyi daha pahalı hale getirir ve bu da gelen turizm seviyesini düşürür.

Bu bulgular ışığında jeopolitik risklerin turizm sektörünün gelişmesine engel olduğunu gözlemlenmektedir. Jeopolitik risklerin (GPR endeksi ile ölçülen) turizmin gelişmesi üzerindeki olumsuz etkileri hakkındaki ilk kanıtlar bu şekilde belgelenmektedir. Ayrıca, küresel jeopolitik risklerin azalmasının turizm gelişimine olumlu katkıda bulunabileceğini göstermektedir.

3.3. Jeopolitik Risk ve Turizm

Jeopolitik risk kavramı turizm açısından incelenmek istendiğinde ise birçok parametre gündeme gelmektedir. Sektör olarak turizm bölgelerarası gelişim ile ekonomik ve sosyal gelişim arasındaki farklılıkları en aza düşürme hedefini taşımaktadır. Sanayi, Tarım vb. alanlar açısından yeterli geliştirme olanakları ve kaynaklara sahip olmayan fakat zengin turizm olanaklarına sahip ülke veya bölgelerin turizmde dengeli, etkin ve planlı bir politika uygulaması neticesinde gelişim sağlanması kaçınılmazdır. Bunun neticesinde uluslararası turizm gelirinden söz konusu ülke ekonomileri ciddi oranlarda pay elde edeceklerdir. (Ozan ve Metin, yıl 2006).

Turizm sektöründe jeopolitik risk ise azımsanamayacak kadar büyük öneme sahiptir. Öncelikle uluslararası seyahatler değerlendirilirken seyahat riskinin önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Bununla birlikte risklerin uluslararası seyahatler için de gayet önemli bir endişe kaynağı oluşturduğu belirtilmektedir. (Gibson ve Zang, 2009). Amaçları turizm olarak gelen ziyaretçilerin son yıllarda ünlü turizm yerlerine yaptıkları seyahatlerden vazgeçmesi, endişelendikleri yüksek risk ve tehlikelerin olasılığından kaynaklanmaktadır (Kozak, Crotts ve Law, 2007).

3.3.1 Türkiye'nin jeopolitik riskleri ve Turizm

Son zamanlarda Türkiye sorun çıkmasının önlenmesi açısından çok boyutlu, proaktif ve bölgesel ikili ilişkilere önem veren, dünyada ve bölgesinde barış, istikrar ve güvenliği öne planda tutan yeni bir dış politika yolları izlemektedir. (<http://www.mfa.gov.tr/sorular.tr.mfa>) Son yıllarda turizm olanakları ile Türk dış politikasının en önemli araçlarından birisi haline gelmiştir (TTCI Report 2019). Yumuşak güç olarak adlandırılan turizm kattığı değerlerle ve gelişimi desteklediğinden önemli dış politika aracı olarak değerlendirilmektedir.(turkishnews.com, 2012). Bu bağlamda tarihsel, kültürel değerler, toplumsal özellikler, gelenekler gibi özellikler kullanılarak karşı devletlerin dış politika tercihlerini etkileme faaliyeti yumuşak güç olarak adlandırılmaktadır. (Akın, 2012).

Türkiye ülke olarak siyasal çevresine duyarlı, komşularının yaşadıkları sorunlardan haberdar, bu ülkelerin yönetimlerine ve haklarına saygılı bir dış politika izlemekte aynı zamanda turizmi deniz ve kırsal kısımdan çıkaran ve bu kadar kültürünü, tarihini, kaplıcalarını, toplantı ve kongre turizm imkanlarını kapsayan geniş yelpazede zenginliklerinin ortaya çıkmasına önem vermektedir. (Sade, 2011)Türkiye'nin izlediği yeni dış politika vizyonu çerçevesinde aktif siyasetin ve özellikle sıfır sorun politikasının vizelerin kaldırıldığı komşu ülkelerden gelen turist sayısının yükselmesinde ciddi artış sağladığı gözlemlenmektedir. Türkiye'ye gelen her 10 turistten 4'ü komşu ülkelerden gelmekte ve bu sayılar geçen yıllara oranla gözle görülür bir şekilde yıllarboyu artmaktadır. (Emitt Rapor 2019).

3.3.2 Turizmi etkileyen jeopolitik riskler

Turizm noktasında jeopolitik riskler literatür temelinde 5 risk faktörü temelinde ele alınmaktadır. Bunlar (Çetin söz ve Ege, 2012: 160);

- Savaş ve politik istikrarsızlık,
- Sağlık endişeleri,
- Suç,
- Terörizm,
- Doğal afetler şeklinde sınıflandırılmaktadır.

Jeopolitik riskler söz konusu olduğunda, turistler o bölge veya ülkeden kaçınırken farklı koordinatları tercih etmektedir. Çekim yerinde terörist faaliyetlerin meydana gelmesi neticesinde turistler farklı bir çekim yerine yönelebilmektedirler. Böylelikle hem turizm sektöre uğramakta hem de büyük bir döviz kaybı söz konusu olabilmektedir. Bu durum örneklendirilmek istendiğinde (Bahar ve Kozak, 2005: 97);

- 11 Eylül Saldırıları,
- İstanbul'da 2003 Kasım'ında meydana gelen bombalama olayları,
- Hong Kong'da 2003 yılındaki SARS salgını,
- Afrika'daki salgılar ve HIV virüsü,
- 2004 yılında Güney Asya'da görülen deprem ve tsunamiler kaşımıza çıkmaktadır.

Büyüyen ekonomik sektör bünyesinde birçok tehdit bulunmaktadır bunların ilki volkanik patlamalar, fırtınalar, depremler gibi doğal unsurlardır. İkincisi ise beşeri unsurlar olarak insan eliyle oluşturulmuş unsurlardır. Beşeri unsurlara isyan, ayaklanma, terörizm, suç, siyasi ayaklanma, savaş ve bölgesel gerginlikler örnek verilebilir ve sosyal ve politik iki alt başlığa ayrılabilir. (Sönmez, vd.,1999: 15). Beşeri unsurlardan terör faaliyetleri ve terörizm ele alındığında, bu durumun birey üzerinde turizm talebine yönelik karar ve davranışına olumsuz etkisi olabilir. Bunun en büyük sebebi bireylerin kararlarındaki önceliğin güvenlik ve risk unsuru olmasıdır. Dolayısıyla terör ve diğer risk unsurları turizm talebini etkileyen unsurlardan biri olarak gösterilmektedir . Diğerisi ise genel ekonomik denge üzerinde oluşan olumsuz etkidir. Bu iki farklı etkinin bir arada meydana gelmesi her birinin ayrı olarak yaratacağı etkiden daha büyük bir olumsuz etki meydana getirmektedir.(Özcan ve Özmen, 2016: 71).

3.3.3 Jeopolitik riskler ve Turizm Krizi

Turizm sektörüne verilen önem her geçen gün artmaktadır. Buna sebep olarak yoğun rekabete dayalı bir sektör konumundaki turizmin, bir yandan gelişen ve gelişmekte olan ekonomiler için vazgeçilmez bir gelire dönüşmüş olması, öte yandan önemli bir tanıtım aracı olması gösterilebilir. Fakat bunun yanında turizm sektörünün kırılgan bir tarafı da vardır. Buna sebep olarak ekonomik krizler, kurdaki dalgalanmalar, politik ve hukuki uygulamalar, çevresel olaylar, terör faaliyetleri, politik çatışmalar gibi gelişmelerden fazla oranda etkilenmesi gösterilebilir.

Bu olumsuz yönde etkilenmelere örnek olarak turizm verileri üzerine yapılan çalışmalarda terör ve siyasi çatışma faaliyetlerinin yaşandığı her dönemde ve her bölgede, söz konusu olayların sebep olduğu can ve mal kayıplarına ilaveten güvensiz ortam algısı verilebilir. Nitekim terörizm ve terör faaliyetleri turizm işletmelerinin olağan faaliyetlerini tehdit eden, turistik bölgenin güvenli olmadığı izlenimi yaratan ve bölgesel turizm talebinin ve harcamalarının azalması nedeniyle yöresel turizm işletmelerinin faaliyetlerini uygulayamamaları veya varlıklarını sürdürememeleri, bölgesel olarak ekonomik ve turizm talebinde azalmaya yol açmaktadır ve bu durum **turizm krizi** olarak tanımlanmaktadır. (Yıldız ve Durgun, 2010: 7).

3.3.4 Terörün Jeopolitik anlamda Turizme Etkisi

Bir ülkenin turizm talepleri o ülkenin turizm alanındaki sunacağı hizmetler kalitesine, yansıtacağı turistik hedef imajına zarar verebilecek siyasi gelişmelere ve turistlerin can ve mal güvenliğini tehdit eden terör olayları gibi spontane gelişen olaylara karşı son derece kırılgan bir yapıya sahiptir (Serçek ve Serçek, 2016: 432). Terör olaylarının başlıca amaçlarından basın ve medya üzerinden imaja zarar verme, bölgesel ve ulusal boyutta ekonomiyi zedeleme ve eş zamanlı olarak kendi tanıtımını yaparak kendine çekme açısından turistik bölgeler ve turistler hedef alınarak düzenlenen saldırılar son dönemde artmaktadır. Bu artışın kısa devrede turizm talebi üzerinden turizm sektörüne, uzun devrede ise devletlerin ekonomisi üzerine olumsuz etkiler yaratacağı aşikardır. (Güvenek ve Alptekin, 2015: 24).

Nitekim terör olayları ve terörizm ülkede güven atmosferinin zarar görmesine sebep olarak finans, piyasa ve istihdamda belirsizliğe neden olmakta, bu belirsizliklerin yanında terörizm ile çatışma giderleri yatırımdan kamu giderlerine, tüketimden ithalat ve ihracata maliyetlerin artış göstermesine ve sonuç olarak ekonomik alanındaki tüm sektörlerin olumsuz etkilenmesinden kaynaklanan gayri safi milli hasılanın(GSMH) azalmasına, ekonomik gelişmenin yavaşlamasına sebep olmaktadır.

Ekonomiye etkisi açısından turizm sadece ulusal boyutla kalmayıp aynı zamanda uluslararası boyutta da gözlemlenmektedir. Örnek olarak, Eylül 2001 tarihinde New York'ta Dünya Ticaret Merkezi'ne gerçekleştirilen terör saldırısı sonucunda 3000 kişinin ölümüyle evrensel terörizm kendini bir kez daha ortaya çıkarmıştır. Bu da Amerika'daki turistlerin konaklama işletmelerine %20 - %50 oranında rezervasyon iptali yapmalarına sebep olmuştur. Dolayısıyla konaklama işletmelerinin büyük oranda zararının yanında, Ülke çapında incelendiğinde Amerika'nın sadece turizm hasılatında en az 2 milyar \$ zarara uğramasına neden olmuştur.(Goodrich, 2002: 576). Turizmin uluslararası ekonominin başlıca unsurlarından biri olmasından dolayı adeta terörizmin hedefi haline gelmiştir. Bir gün içinde bir yandan milyonlarca insan diğer yandan önemli miktarda para hareketliliğini bünyesinde bulunduran turizm sektörü, bu özelliği ile boyutu önemsenmeksizin herhangi bir terör olayından uluslararası düzeyde negatif yönde olarak etkilenmektedir.

Turizm sektörünün devamlılığı için gereken şey terörizmin meydana getirdiği koşulların aksi koşullarının oluşturulmasıdır. Bir başka deyişle terörizm ve turizm arasındaki bağlantı bir diğerinin varlığı ya da yokluğuyla açıklanabilir. Bütün olarak değerlendirildiğinde güçsüzün güçlüye karşı silahlı siyaset yapma ve gayri muntazam bir savaş biçimi olarak incelendiğinde terörizmin ve terör olaylarının hedef kitle olarak karşılık verme niyeti olmayan savunmasız, hazırlıksız bir kitle belirlediği gözlemlenmektedir. Bu da mecburi harcama sınıfında olmayan turizm alanının ve turistlerin hedef kitle durumunda olmasının sebebini açıkça göstermektedir.

Terörizm ve turizm arasındaki bağlantının, turizm sektörünü hedefleyen faaliyetlerin ulusal boyuttaki ekonomilere ve küresel turizm sektörüne uğrattığı darbeler incelendiğinde oluşan zararın ileri düzeyde olduğu görülmektedir. Turizm sektörünün ulusal ekonomi bakımından büyük oranda önem taşıması, barış ve güven ortamında büyüme olanağı sağlayabilmesi, terörizm, savaş ve politik istikrarsızlık gibi olaylarda ülke imajının zarar görmesinin yanında ülke yönünde turizm talebinin ciddi oranda azalması terör örgütlerinin ilgilerini bu sektöre çekmektedir. (Yılmaz, 2005: 54).

3.3.5 Terörün Türkiye Turizmine Etkisi

Tablo 3.3'de 2010 ve 2017 yılları arasında Türkiye'de ortaya çıkan bazı terör ve siyasi çatışma faaliyetleri ile turizm alanına olan etkileri gösterilmiştir. Tablodaki resmi datalar; İstanbul, Ankara, İzmir ve Kayseri İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, Türkiye İstatistik Kurumu ve CnnTürk internet sitesi adreslerinden tedarik edilmiştir. Yıllara ve Bölgelere Göre Türkiye'de ortaya çıkan terör saldırıları belirlenirken, kamuoyu üzerinde oluşturduğu etkiler, gösterilen tepkiler, şiddet derecesi ve turizm üzerindeki olası etkileri göz önünde bulundurulmuştur.

Tablo 3.3: Bölgelere Göre Türkiye’de ki Terör Saldırıları ve Yabancı Turist Sayısı

Tarih	Şehir	Yaşamını Yitiren Kişi Sayısı	Önceki Yıl (Aynı Ay) Turist Sayısı	O Yılkı (Aynı Ay) Turist Sayısı	Sonraki Yıl (Aynı Ay) Turist Sayısı
5 Ocak 2017	İzmir	7	16398	13330	24330
1 Ocak 2017	İstanbul Reina	39	692173	559 371	888995
10 Aralık 2016	İstanbul Vodafone Park	29	821808	674031	888365
28 Haziran 2016	İstanbul Atatürk Havalimanı	45	1091356	707051	827494
17 Şubat 2016	Ankara Genelkurmay	28	23570	21027	27010
12 Ocak 2016	İstanbul Sultanahmet	11	691495	692172	559371
10 Ekim 2015	Ankara Kızılay	103	27931	28025	29599
1 Şubat 2013	Ankara ABD Büyükelçiliği	2	14738	17062	16574
25 Mayıs 2012	Kayseri	3	2383	2 272	2607

Kaynak: İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri, TÜİK ve CNN Türk

Tablo 3.3 göz önüne alındığında hem turist sayısı hem de yol açtığı ekonomik kayıp açısından şu sonuçlara ulaşılmaktadır;

- Türkiye’de ortaya çıkan terör faaliyetlerinin meydana geldiği süreçten itibaren turist sayısında sebep olduğu azalma ile turizm sektörünü negatif yönde etkilediği saptanmıştır. Turist sayılarındaki azalmaların bilhassa terör faaliyetlerinin meydana geldiği dönemlerde bir önceki dönemlere göre arttığı ve dahası sonraki dönemde meydana gelen turist artışının , 2010 - 2016 yılları arasında ortaya çıkan artışlar göz önüne alındığında, daha az miktarda olduğu görülmektedir.
- Turist miktarının azalmasının yüzdesi dikkate alındığında en fazla azalmanın turizm hedefindeki iller olmalarından kaynaklı İstanbul ve İzmir’de, en az azalmanın olduğu iller ise Ankara ve Kayseri’de gözlemlenmiştir.
- Ankara’nın başkent olmasından kaynaklı düşük seviyede azalma olduğu saptanmıştır. Bunun yanında Ankara’ya yakın illerde bulunan turistlerin karayollarını kullanarak Ankara’ya günü birlik geziler gerçekleştirmesi ve Ankara’nın başkent olmasıyla bağlantılı olarak her kesimden insanın bu konuda hassas olmasından kaynaklı oluşan pozitif algı operasyonu ile yaşanan olayların hızla ortadan kaldırılmasına yardımcı olmaktadır.
- Öte yandan bilhassa İstanbul’da ortaya çıkan 1 Ocak 2017, 28 Haziran 2016 ve 10 Aralık 2016 tarihlerindeki terör saldırılarının eğlence ve spor turizmi alt dallarında incelendiğinde önem gösteren ve havalimanı gibi stratejik alanlarda yapılmış olması, İstanbuldaki turizm sektöründe ciddi boyutta olumsuz etki yaratmıştır.

Terör faaliyetlerinin tesadüfî olmaması ve her şeyin önceden planlanmış olduğunun bilinmesi durumlara vakıf olabilmenin en önemli noktalarından biridir. Bu bağlamda hedef alınan ülkenin politik, ekonomik ve sosyokültürel dengelerine zarar verme amaçlı stratejik açılar belirlenmeye çalışılır. Bu doğrultuda yaşanan bazı terör vakalarının yol açtığı ekonomik neticeler yorumlandığında, TÜİK'in yaptığı 2017 ye ait resmi verilere göre kişi başı turist harcama gelirleri 681 Dolar, 2016 kişi başı turizm geliri 705 dolar, 2015 yılı kişi başı turizm geliri ise 756 dolardır. Bu rakamlara baktığımızda terörün doğrudan ülke gelirlerini etkilediği ve doğal olarak gelen turistlerin korku veya benzeri sebebler sonucu harcamalarını azaltması veya daha kısa süreli kalması gibi nedelerden dolayı kişi başı harcama düşmektedir.

a) Eğlence sektörü turizm denince akla gelen en önemli unsurlardan biridir. Yılbaşı gecesi 2017 yılının ilk günü etkinlikleri esnasında Türkiye ve dünya çapında tanınan ünlü eğlence mekânına silahlı saldırı düzenlenmiştir. Bunun sonucunda ünlü eğlence mekanında 25 yabancı uyruklu insanın yaşamını kaybetmesi dünya basınında geniş yer bulmasına sebep olmuştur. Bu yaşananlardan sonra bir önceki yıl İstanbul'a aynı ayda gelen turist sayısı yaklaşık 135,000 kişi azalmış ve 90,3 milyon \$ ekonomik zarara yol açmıştır. Dünya çapında tanınan ünlü eğlence mekanının yapılan bu saldırı, hayat kayıpları ve ekonomik zararları haricinde genel anlamıyla Türk eğlence turizminde büyük prestij kaybına da yol açmıştır.

b) İstanbul'da düzenlenen dünyaca ünlü futbol takımının maçı sonrası stadyum yakınında düzenlenen saldırı dünya basınında geniş yer bulmuştur. 2016 yılında gerçekleşen bu saldırıda bir önceki dönemle karşılaştığımızda yaklaşık turist sayısında 150.000 kişi azalma görülmüş ve 104,1 milyon \$'lık ekonomik zarara yol açmıştır. Yaşanan kayıplar ve ekonomik kayıplar haricinde Dünya Kupası, Avrupa Final Maçları, Olimpiyat Oyunları ve diğer uluslararası spor etkinliklerini Türkiye'ye çekebilmek amacı ile yapılan çalışmalara büyük darbe vurarak imajına, ekonomisine, tanıtımına, ve prestijine hem kısa dönemde hemde uzun dönemde büyük zararlar verilmiştir.

c) 28 Haziran 2016 tarihinde Türkiye'nin önde gelen havalimanı olması sebebi ve dünya uçuşlarında önemli bir transit noktası olması sebebi ile İstanbul Atatürk Havalimanı'na gerçekleşen saldırı, küresel basında çok fazla yer almıştır. Önce havalimanı saldırısı sonrasında gerçekleşen darbe girişiminin etkilerinin turizm sezonuna denk gelmesi, Türkiye'nin Ohal sürecine girmesi, başta AB ülkeleri olmak üzere bir çok ülke tarafından vatandaşlarına Türkiye'ye gitmemeleri yönünde uyarılar yapılmıştır. Ayrıca küresel basının olayları sürekli gündemde tutmasından sebep olarak 2016 yılında bir önceki yılın aynı dönemine göre yaklaşık 390.000 kişilik azalarak 271 milyon \$'lık ekonomik zarara yol açmıştır.

3.3.6 Siyasi Çatışmaların Turizme Etkisi

Terör örgütlerinin faaliyetleri ve yaşanan politik çatışmalar, belirli devletlere yönelik yapılan saldırılar ve ülkenin iç karışıklıklarında turizm sektörünün gelişmesine balta vurmaktadır. Türkiye’de 2010 ile 2017 yılları arasında yaşanan küresel platformda yankı bulan bir takım siyasi polemikler ve yine Türkiye’de meydana gelen başarısız darbe girişimine ilişkin resmi veriler Tablo 3.4’de verilmiştir.

Tablo 3.4: Siyasi Çatışmaların Turizme Etkileri

Tarih	Ülke	Önceki Yıl Aynı Ay Turist Sayıları	O Yılki Aynı Ay Turist Sayıları	Sonraki Yıl Aynı Ay Turist Sayıları
11 Mart 2017	Hollanda Miting Skandalı	717534	632111	Açıklanmadı.
2 Haziran 2016	Almanya’da Ermeni Soykırımı Tasarısı’nın Kabulü	4724786	3300837	299111
15 Temmuz 2016	Türkiye Darbe Girişimi	5480501	3468201	5075960
9 Aralık 2016	ABD’li Papaz Andrew Craig Brunson’un tutuklanması	755460	438580	313451
24 Kasım 2015	Rus Savaş Uçağının Düşürülmesi	3451729	2842971	683334
31 Mayıs 2010	İsrail Mavi Marmara Olayı	252040	93264	81714

Kaynak: TÜİK, Cnntürk web siteleri verileri

Tablo 3.4 ışığında, Türkiye ile aralarında gerçekleşen birtakım politik çatışmalar ile yaşanan ülkelerden gelen turist rakamlarındaki farklar aynı dönemlere göre farklı yıllara ait şekilde listelenmiştir. Özellikle 2016 yılı sonunda yaşanan başarısız darbe girişimi genel bir izlenim ortaya katmak hedefi ile tabloya eklenmiştir. Siyasi polemiklerin yaşandığı yıl ve bir sonraki yıl resmi veriler göz önüne bulundurulduğunda ülkeye gelen turist rakamlarında önemli sayıda azalmaların yaşandığı açıkça gözlemlenmektedir. Gelen turistlerin azalmasının bu denli yüksek olmasındaki sebebin siyasi çatışmaların yaşandığı ülkelerin kendi vatandaşlarına Türkiye’ye gitmemeleri çağrısı yapması ve bu konuda uygulamalarda bulunması buna en büyük etkenlerden gösterilebilir. Nitekim gelişmelerdeki en dikkat çekici bir husus ise yaşanan siyasi polemiklerin olumsuz sonuçları tek taraflı olarak sadece Türkiye’ye etki etmesidir. Zira TÜİK’in açıkladığı 2017 verilerine dayanarak rusya uçağı düşürülmesinden önceki yıl turist olarak Rusya’ya giden Türk vatandaşlarının sayısı takribi 169 bin olmasına rağmen olay sonrası Rusya’ya giden Türklerin sayısı 85 bin’e düşmüştür.

3.3.7 Jeopolitik Risklerin Ekonomik olarak Turizme Etkisi

Terör faaliyetleri , politik çatışmalar ve diğer jeopolitik riskler başta ulusal ve uluslararası seviyede ekonomik ve siyasi ilişkiler açısından derin sıkıntılara sebebiyet vermektedir. Sürekli gelişen iletişim yöntemleri ve sosyal medya vasıtasıyla yapılan psikolojik baskılar ve algı operasyonları yaşanan sorunlara eklendiğinde hedeflenen ülkeye zararı istenmeyen düzeylere ulaşmaktadır. Yeni açılımlara ve gelişimlere engel olmasıyla birlikte toplum içerisinde korkuya ve kaosa sebep olmaktadır. Bu polemiklerin yol açtığı ekonomik sonuçlara yönelik yapılan yorumlamalar TÜİK'in yayınladığı resmi verilerden alınmıştır.

- a) 12 Ocak 2016 tarihinde İstanbul'da Alman turist grubuna yapılan bomba saldırısı ve yine 2 Haziran 2016 tarihinde Ermeniler ile ilgili Almanya Parlamentosu'nda alınan kararlar sonrasında yaşanan bazı politik sorunlar, Türk Alman ilişkisini kötü yönden etkilemiştir. Yaşanılan bu iki üzücü olay neticesinde 2016-17 yıllarındaki azalış 2015 yılı turist sayısına göre yaklaşık 3 milyon azalış göstermiştir. Söz konusu yıllara ait düşüş neticesinde Türkiye ekonomisine kişi başı turist harcamaları göz önünde bulundurulduğunda yaklaşık 2 milyar \$ zarar vermiştir.
- b) Rusya ile geçmiş yıllarda pek çok sorun yaşanmasına rağmen, Turizm açısından Türkiye için çok önemli konuma sahiptir. 2015 te yaşanan uçak düşürülmesi hadisesi ile yine 2016 yılında Rus Büyükelçisi'ne düzenlenen suikast girişimleri Rusya ve Türkiye arasındaki turizm çalışmaları adeta durma noktasına gelmiştir. Buna nazaran 2014 te Rusyadan Türkiye'ye gelen turist sayıları tarihin en yüksek seviyesine ulaşmasına rağmen yaşanan olaylar nedeni ile 2015-16 yıllarında turist sayıları yaklaşık 3,5 milyona kadar azalmış ve ekonomiye yaklaşık 2,5 milyar dolara yakın zarar vermiştir ve son yılların en düşük değerlerine inmiştir.
- c) Benzer şekilde ABD, Hollanda ve İsrail hükümetleri ile yaşanan bazı politik sıkıntılar da Türk turizm sektörüne ciddi zararlar vermiştir. Bu ülkelerle meydana gelen olaylar neticesinde aynı yıl ile bir sonraki yıl kıyaslanırsa ülkemize gelen turist sayısı takribi 1 milyon düşerek ekonomiyi yaklaşık 2 milyar dolar'lık zarar uğratmıştır.
- d) Son olarak Türk turizminin gelişmeye başladığı senelerden bu yana sektörü kötü yönde en fazla etkileyen olay 15 Temmuz da yapılmaya çalışılan başarısız darbe girişimi olmuştur. Bu olayın Türk turizminin en etkin yaşandığı yaz sezonunda oluşması, ortaya çıkan korku ve kaos ortamı, sonrasında yaşanan diğer terör faaliyetleri, hükümetler arası gerginlikler daha sonrası olağan üstü hal sürecinin başlaması, başta AB olmak üzere çok sayıda devlet tarafından vatandaşlarına tehlike uyarılarının yapılmasına sebebiyet vermiştir. Sonuç olarak 2017 yılı ile bir önceki yıl turist sayılarına bakılacak olursa 11 milyon turist azalış ve Türk ekonomisine yaklaşık 8 milyar dolar'lık ekonomik kayıp yaşatmıştır.

4. BÖLÜM

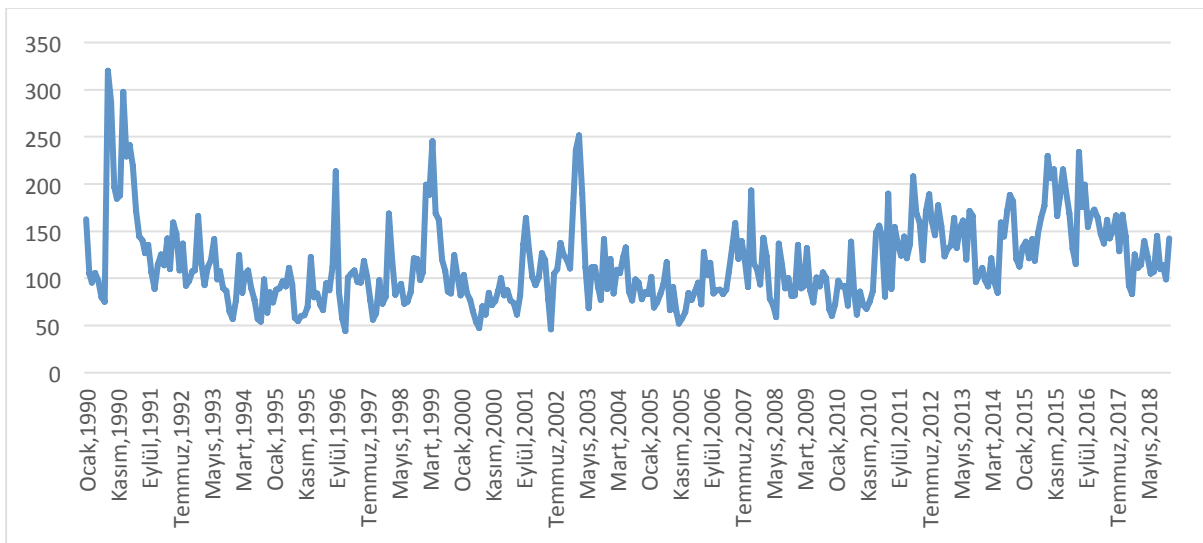
VERİ VE YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Verileri

Bu tezin analiz kısmında kullanılacak olan veri temel olarak üç kaynaktan toplanmıştır. Petrol fiyatları, kur (Dolar/TL), ve enflasyon verisi Federal Reserve Economic Data (FRED) sitesinden elde edilmiştir. Aylık turist verisi ise Türkiye Seyahat Acentaları Birliği'nin (TÜRSAB) web sitesinden, Jeopolitik Risk verisi ise Caldara ve Iacoviello (2018)'den alınmıştır. Caldara ve Iacoviello (2018) küresel ekonomi içerisinde jeopolitik anlamda belirsizlik bırakan olayların etkilerini ölçmek amacı ile geliştirilen jeopolitik belirsizlik endeksi (GPR), ülkelerin bölgeler nezninde barışçıl ve demokratik yöntemlerle çözölemeyen iktidar çekişmelerini önemseyerek global ekonomide savaş, terör ve ölkeler arası gerginliklerle belirsizlik oluşturan jeopolitik olayların etkilerini ölçecek şekilde hesaplanmaktadır. En açıklayıcı şekliyle GPR endeksi, uluslararası alanda ileri gelen gazetelerde buna benzer jeopolitik belirsizlikler konusunu içeren makalelerdeki haberlerin yoğunluğuna dayalı olarak ölçölmektedir. (Caldara ve Iacoviello, 2018: 2-3).

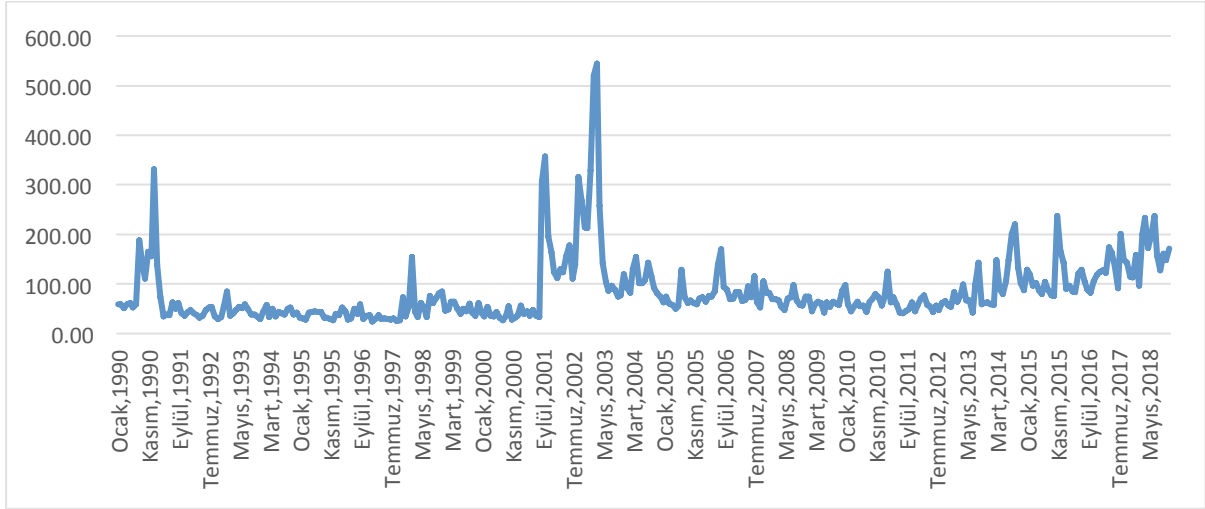
Şekil 4.1 ve Şekil 4.2'de Türkiye ve Dünya'daki jeopolitik risk indeksinin yıllara göre değişimi gösterilmektedir. Göröldüğü üzere Türkiye dönemsel olarak büyük riskler ile karşılaşmıştır. Tarihi rekor seviyeye 1990 yılında ulaşırken, 250 seviyelerine 1999 ve 2003 yıllarında ulaşmıştır. Daha sonraki yıllarda ise artan bir trend olmakla birlikte daha önce yaşadığı rekor seviyelere tekrar ulaşmamıştır.

Şekil 4.1: Jeopolitik Risk Endeksi – Türkiye (1990-2018, aylık)



Kaynak: <https://www2.bc.edu/matteo-iacoviello/gpr.htm>

Şekil 4.2: Jeopolitik Risk Endeksi – Dünya (1990-2018, aylık)



Kaynak: <https://www2.bc.edu/matteo-iacoviello/gpr.htm>

Tezde temel olarak jeopolitik risklerin turist sayısına etkisi Türkiye özelinde incelenecektir. Fakat bu analize ayrıca petrol fiyatları, kur (dolar), enflasyon (tüketici fiyat endeksindeki değişim) değişkenleri de kontrol değişkeni olarak dahil edilecektir. Bir başka deyişle, aylık turist sayısı (T) modelde bağımlı değişken, jeopolitik riskler (GPR), petrol fiyatları (P), enflasyon (CPI) ve kur (EXC) bağımsız değişkenlerdir. Değişkenler arasında yüksek seviyede bir korelasyon tespit edilmemiştir. Tezin ana olarak ele aldığı değişken ise GPR yani jeopolitik risktir. Turist sayısı aylık olarak ele alındığında büyük oranda mevsimsellik etkisi sahip olduğu için, Eviews X-12-ARIMA filtresi ile düzenlenmiştir. İlk olarak birim kök testi ile durağanlık analizi yapılmıştır. Durağan olmayan serilere farkı alınarak durağan hale getirilmiştir. İkinci aşamada ise ARDL testini gerçekleştirebilmek için değişkenler arasında eş bütünleşmenin varlığı analiz edilmelidir. Eş bütünleşmenin olması için geliştirilen modele sınır testi uygulanmalı ve bu teste göre F istatistiği, alt ve üst sınır kritik değerleri yönünden yorumlanmalıdır. Kullanılan yöntemde eş bütünleşme tespit edildiği için ARDL testi uygulanmıştır ve kısa ve uzun dönem katsayı tahminleri yapılmıştır.

Uygulamada aşağıdaki model kullanılmıştır:

$$\Delta T_t = a_0 + \gamma T_{t-1} + \varphi_1 GPR_{t-1} + \varphi_2 CPI_{t-1} + \varphi_3 EXC_{t-1} + \varphi_5 P_{t-1} + \sum_{i=0}^j \gamma_i \Delta P_{t-i} + \sum_{i=0}^k \gamma_i \Delta EXC_{t-i} + \sum_{i=0}^l \gamma_i \Delta CPI_{t-i} + \sum_{i=1}^m \gamma_i \Delta T_{t-i} + \sum_{i=0}^n \gamma_i \Delta GPR_{t-i}$$

Modelde T aylık turist sayısını; GPR jeopolitik risk indeksini; CPI tüketici fiyat endeksinin; EXC kur; P ise petrol fiyatlarını göstermektedir. Bu model doğrusal ARDL modelini göstermektedir. Yani model simetrik etkiyi göstermektir, asimetric etkiyi ise NARDL modeli ile test etmek mümkündür. ARDL modelinde bağımlı ve açıklayıcı değişkenlerin gecikmesi

dağıtılmış haldedir ve tüm değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini simetrik olarak ölçer. Modelde gecikmelerin ne olacağı hakkında doğru modelin tespitinde ve kısa dönem dinamikleri sonrasında değişkenlerin uzun dönem patikasına ne kadar bir hızla geri dönmesinin ölçülmesine de yarar. Ve uzun dönem eş bütünleşme olup olmadığını da gösterir.

5. BÖLÜM

BULGULAR

5.1. Bulgular

Bu çalışma temel olarak jeopolitik riskin Türkiye turizmine etkisini göstermektedir. Buna göre ilke olarak jeopolitik risk tanımı ve ilgili literatür verilmiştir. Bu bölümde ise dördüncü bölümde geliştirilen model ait bulgular sunulmaktadır. ARDL modeline ait sonuçlar Tablo 4.1’de verilmiştir. Değişkenler için farklı gecikme değerleri kullanılmıştır yani değişkenlerin etkileri farklı dönemlerde görülebilmektedir. Buna göre, jeopolitik riskler aylık turist sayısını kısa vadede olumsuz olarak etkilemektedir. Bu bulgular temel olarak Demir vd. (2019) ile benzerlik taşımaktadır. Demir vd. (2019) panel veri analizi ile 18 ülke için jeopolitik riskin negatif etkisini bulmuştur. Bu tezde ise kısa vade bu etki tespit edilmiştir. Jeopolitik riskin kısa vade katsayısı negatif olarak bulunmuştur. Bu Türkiye’deki jeopolitik riskteki bir artışın turist sayısını kısa vadede olumsuz etkilediğini göstermektedir. Model bulgularına göre, jeopolitik riskin uzun vadede katsayısı ise istatistiksel olarak anlamlı değildir. Bu da turistler açısından uzun vadede jeopolitik riskin önemli bir değişken olmadığını, jeopolitik riskin kısa vadede önemli bir etken olduğu bulunmuştur. Yani jeopolitik risklerin negatif etkisi kısa sürede turist sayısına etki ederken, uzun vadede bir etkisi mevcut değildir. O yüzden Türkiye jeopolitik risklerin ani artışının turizmin gelişmesi üzerindeki kısa vade etkisini öngörerek, önleyici tedbirler almalıdır. Türkiye sadece yurtiçi değil, bölgesel gelişmeler nedeniyle artma ihtimali olan jeopolitik riski de göz önünde bulundurmalıdır. Turist açısından uzun vadede jeopolitik riskler önem taşımamaktadır, kısa vadede seyahat kararlarını etkileyici bir faktördür.

Petrol fiyatları kısa vadede turist sayısını arttırmaktadır. Literatürde petrol fiyatlarının hem olumlu hem de olumsuz etkisi olduğu yönünde bulgular mevcuttur. Petrol fiyatlarındaki artış, talep artışını, dolayısıyla ekonomideki iyileşmenin bir göstergesi olarak düşünüldüğünde, pozitif ilişki anlamlı olarak göz önüne alınabilir. Yine benzer şekilde artan kur değerleri de Türkiye’ye daha fazla turist gelmesini sağlamaktadır. Bu da beklentiler dahilindedir. Artan kur bir başka deyişle Türk Lirası’nın değer kaybı, Türkiye’yi turistler açısından daha cazip hale kısa vadede de getirmektedir. Fakat bu etki uzun vadede negatife dönmektedir. Yani TL’deki değer kaybı, turist için kısa vadede Türkiye’yi seçme konusunda olumlu etki yapmaktayken, uzun vadede bu etki terse dönmektedir. Artan tüketici fiyatları endeksi yani bir başka deyişle enflasyon, turist sayısını azaltıcı etkisi de bulunmaktadır. Modelde kullanılan değişkenler, turist talebini tahmin etmekte yani açıklamakta önemli ölçüde yeterlidir, R^2 0.68 olarak bulunmuştur.

Tablo 4.1 ARDL (Gecikmesi Dağıtılmış Otoregresif Model) Tahmin Sonuçları

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata
ΔGPR_t	-0.08**	(0.04)
ΔP_t	0.36***	(0.12)
ΔEXC_t	0.70**	(0.30)
ΔCPI_t	-2.37***	(0.85)
$EXRC_{t-1}$	-0.19**	(0.02)
GPR_{t-1}	-0.05	(0.09)
χ^2_{HET}	63.73	[0.000]
χ^2_{SER}	0.14	[0.761]
R^2	0.68	

Not: *, **, *** sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyini göstermektedir. GPR jeopolitik riski; P petrol fiyatlarını; EXC kuru; CPI tüketici fiyat endeksini göstermektedir.

Jeopolitik riski oluşturan olaylar ve bu olayların turizme ve dolaylı olarak da ekonomiye olan yansımaları değerlendirildiğinde Türkiye'nin konumu, ilişkileri, siyaseti, iklimi, yaşadığı belirsizlikler, riskler ve bunlara benzer birçok özelliğinin yanında jeopolitik risklerin Türkiye turizmine olan yansımaları açıkça gözlemlenmektedir. Jeopolitik risk kavramı turizm açısından incelenirse birçok parametre gündeme gelmektedir ve bu parametreler doğrultusunda Turizm sektöründeki jeopolitik riskler azımsanamayacak kadar büyük öneme sahip olmaktadır. Bu bulgular ışığında jeopolitik risklerin turizm sektörünün gelişmesine engel olduğunu gözlemlenmektedir. Jeopolitik risklerin (GPR endeksi ile ölçülen) turizmin gelişmesi üzerindeki olumsuz etkileri hakkındaki ilk kanıtlar bu şekilde belgelenmektedir. Ayrıca, küresel jeopolitik risklerin azalmasının turizm gelişimine olumlu katkıda bulunabileceğini göstermektedir.

SONUÇLAR

Risklerin azaltılması için; Güvenliğin sağlanması, Risk yönetimi eksikliğinin giderilmesi, Risklere karşı korunma ve önlemlerin alınması, Tanıtımın artırılması gibi bir takım önlemler alınması gereklidir.

Gelişim içinse; Uzun dönemli politika ve stratejilerin oluşturulması, Eksiklerin giderilmesi, Devlet politikası yapılması ve Kalkınma planlarında yer alması önemli etkenlerdir.

Türkiye'nin turizmden daha fazla kazanım sağlayabilmesi ve sektörün ülke ekonomisine katkısının daha fazla olabilmesi için uzun dönemli turizm politika ve stratejilerinin oluşturulması eksikliklerin giderilmesi önem arz etmektedir. Bu doğrultuda ülke ekonomisi için vazgeçilmez bir sektör olan turizmin, devlet politikası olarak ele alınması ve beş yıllık kalkınma planlarının dışında ayrı bir turizm politikası-planının oluşturulması gerekmektedir.

Turistlerin turistik ürün ve hizmet satın alma tutum ve davranışlarında etkili olan unsurlardan biri de güvenlidir. Seyahat edilecek ülkenin güvenli olması, turistlerin tercihlerinde öncelikli yer bulabilmektedir. Bu nedenle turizm sektörüne yönelik plan ve politikalarda özellikle metropol ve turizm kentlerinin güvenlik konusuna ilişkin sürecin ve alınacak tedbirlerin organizasyonuna daha fazla önem verilmelidir.

Turizm endüstrisi, risklerin belirlenmesi, risklerin değerlendirilmesi ve risklere karşı alınan önlemlerin geliştirilmesi gibi risk yönetimi eksikliği çekmektedir. Dünya turizmini negatif yönde etkileyen risklere örnek olarak terör, uluslararası politika, hava ve iklim koşulları ve dünya çapında ekonomik durgunluk verilebilir. Turizm endüstrisinin gelecekte yaşanacak çeşitli tehdit ve risklere karşı korunması ve önlemler alınması için gerekli stratejiler geliştirilerek turizm alanındaki makro düzeyde risk yönetim modelinin geliştirilmesi turizm açısından önem arz etmektedir. Turizmin iyileştirilmesi için yapılması gerekenlerin başında risk yönetimi olduğu düşünülmüştür.

Coğrafyada meydana gelen çeşitli tehlikeler ülkeleri tehdit eder. Bu tehlikelere karşı etkili tedbirler ise coğrafi şartlara göre alınmalıdır. Tüm ülkelerin çevre coğrafyasında bulunan tehditler doğal olarak kendisine doğru istikametle yönelir. Dış politika hedefleri dahilinde bu tehditlerin savrulması gereklidir. Günümüzde tüm yollarla gelen sadece yüzeyde değil her yönle açık, havadan veya coğrafi engellere tabi olmayan sosyolojik ve psikolojik tehlikeler bulunmaktadır. İletişim kanallarının kullanımındaki artış, bu etkileri kolaylıkla her yere ulaştırabilmektedir.

Turizm sektöründe jeopolitik risk azımsanamayacak kadar büyük öneme sahiptir. Öncelikle uluslararası seyahatler değerlendirilirken seyahat riskinin önemli bir faktör olduğu görülmektedir. Bununla birlikte risklerin uluslararası seyahatler için de gayet önemli bir endişe kaynağı oluşturduğu belirtilmektedir. (Gibson ve Zang, 2009 Amaçları turizm olarak gelen ziyaretçilerin son yıllarda ünlü turizm yerlerine yaptıkları seyahatlerden vazgeçmesi, endişelendikleri yüksek risk ve tehlikelerin olasılığından kaynaklanmaktadır (Kozak, Crotts ve Law, 2007).

Bazı durumlarda jeopolitik risklerden kaçınmak zor hatta kaçınılmaz olabilir. Örneğin, Türkiye ve İsrail, jeopolitik risklerin genellikle yüksek olduğu Orta Doğu'da bulunmaktadır. Böyle bir durumda, ülkeler GPR'ın turizm üzerindeki olumsuz etkilerini telafi etmek için gelen turizmin diğer itici güçlerine odaklanmalıdır. Bu aşamada ülkeler, farklı ülke veya bölgelerden turist çekmek için turizm pazarlarını çeşitlendirmelidir. (Gholipour et al. 2016; Demir and Gozgor 2018)

Bu bulgular ışığında jeopolitik risklerin turizm sektörünün gelişmesine engel olduğunu gözlemlenmektedir. Jeopolitik risklerin (GPR endeksi ile ölçülen) turizmin gelişmesi üzerindeki olumsuz etkileri hakkındaki ilk kanıtlar bu şekilde belgelenmektedir. Ayrıca, küresel jeopolitik risklerin azalmasının turizm gelişimine olumlu katkıda bulunabileceğini göstermektedir.

ARDL modeline ait sonuçlara göre, jeopolitik riskler aylık turist sayısını kısa vadede olumsuz olarak etkilemektedir. Bir başka değişle artan jeopolitik riskler turist sayısını kısa vadede düşürmektedir. Uzun vadede ise anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Yani jeopolitik risklerin negatif etkisi kısa sürede turist sayısına etki ederken, uzun vadede bir etkisi mevcut değildir. O yüzden Türkiye jeopolitik risklerin ani artışının turizmin gelişmesi üzerindeki kısa vade etkisini öngörerek, önleyici tedbirler almalıdır. Turist açısından uzun vadede jeopolitik riskler önem taşımamaktadır, kısa vadede seyahat kararlarını etkileyici bir faktördür. Petrol fiyatları kısa vadede turist sayısını arttırmaktadır. Yine benzer şekilde artan kur değerleri de Türkiye'ye daha fazla turist gelmesini sağlamaktadır. Fakat bu etki uzun vadede negatife dönmektedir. Artan tüketici fiyatları endeksi yani bir başka değişle enflasyon, turist sayısını azaltıcı etkisi de bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alp Timur, Turizmin Gelir Etkisi, Turizm Dergisi, Ankara, 1986, s189.
- Ak, B., ve H.D. Sevin, (2000). Turist Sağlığı ve Turist Sağlığı İmkânları Açısından Antalya Bölgesinde Bir İnceleme, *Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi Dergisi*, 5(1):89-100.
- Akbulut, G., (2010). Türkiye'de Kaplıca Turizmi ve Sorunları, *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1).
- Akbaş, Z. ,Tuna, H., (2012),“Bir dış Politika Aracı Olarak Yumuşak Gücün Turizm Sektörüne Etkisi: Türkiye Örneği Üzerinden Bir Değerlendirme” Finans Politik &Ekonomik Yorumlar, Cilt: 49, Sayı: 571.
- Albeni, M. ve Ongun, U. (2005) “Antalya Turizminin Türk Turizmi İçerisindeki Yeri ve Krizlerin Antalya Turizmi Üzerindeki Etkileri”, Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 10 (2): 93-112.
- Avcıkurt, C., Çeken, H., (1998). Dünyada ve Türkiye’de Sağlık Turizmi ve Geliştirilmesi, ‘Turizmde Seçme Makaleler’, *TUGEY yayını*: 47; İstanbul, s. 27-36.
- Aydın D., Şeker S., (2011). *Sağlık Turizmi ve Turistin Sağlığı Uygulama Rehberi*, T.C. Sağlık Bakanlığı Tedavi Hizmetleri Genel Müdürlüğü, Ankara, s. 6.
- Bahar, O. ve Kozak, M., (2005). *Küreselleşme Sürecinde Uluslararası Turizm ve Rekabet Edilebilirlik*, Ankara, Detay Yayıncılık, s. 97.
- Bahar O. ve Kozak, M. (2013) “Turizm Sektörünün Ulusal Ekonomiler Üzerindeki Etkileri”, O. BAHAR ve M. KOZAK içinde, *Turizm Ekonomisi* (s. 184). Eskişehir, Türkiye: Anadolu Üniversitesi.
- Barlas Bozkuş,Ş.,Kültür Diplomasisinin Sınırları:Türk Kültür ve Sanatının Uluslararası Platformlarda Tanıtımı(1980-2010).
- Başol, K., (2002). *Türkiye Ekonomisi*, 11. Bölüm, İstanbul, Türkmen Kitabevi, s. 351.
- Batı Akdeniz Kalkınma Ajansı (BAKA), (2011). *Sağlık Turizmi Sektör Raporu*, Antalya.
- Burns, N. ve Grove, V. K., (1993). The Practise of Nursing Research: Conduct, critique & utilization, Second Edition, *Elsevier Science Health Science*.
- Caldara, D. ve Iacoviello, M., (2018). Measuring Geopolitical Risk, *International Finance Discussion Papers*, S. 1222, s. 6-7.
- Çelik, A. (2008). ‘‘Kültür Turizmi Çerçevesinde İnanç Turizmi Diyarbakır ili örneği’’, *Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü Uzmanlık Tezi*.

Çetinsöz, B.C. ve Ege, Z., (2012). Turistlerin Demografik Özelliklerine Göre Risk Azaltma Stratejileri: Alanya Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Cilt 23, Sayı 2, s. 160.

Çeken, H. (2008) “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 10 (2): 293-306.

Çeken, H., Dalgın, T., Karadağ, L., (Bahar 2009), "Küreselleşme ve Uluslararası Turizm Arasındaki İlişki", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (İLKE), sayı 22.

Çulha, O., "Kültür Turizmi Kapsamında Destekleyici Ürün Olarak Deve Güreşi Festivalleri Üzerine Bir Alan Çalışması", Journal of Yasar University.

Çımat, A. ve Bahar, O., (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçerisindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme, Akdeniz Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), s. 4

Dinçer, M. Z., (1993). *Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm*, Filiz Kitapevi; İstanbul, s. 5.

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2011 Yılı Raporu.

Ender Demir, Giray Gozgor, Sudharshan, Reddy Paramati (2018). Do geopolitical risks matter for inbound tourism? <https://doi.org/10.1007/s40821-019-00118-9>

Qi C.X., Gibson H. J., Zhang J. J. (2009). Perceptions of Risk and Travel Intentions: The Case of China and The Beijing Olympic Games, *Journal of Sport and Tourism*, 14 (1): 43-67.

Gonzales, A., Brenzel, L., Health Tourism and Related Services; Caribbean, Development and International Trade, Final Report, 2001, <http://www.iadb.org/intal/intaledi/PE/2009/03451.pdf>, 15.09.2019.

Gurbetoğlu, A., (2018). Bilimsel Araştırma Yöntemleri, s. 8, <http://agurbetoglu.com/files/2-%20ARA%C5%9ETIRMA%20%20T%C3%9CRLER%C4%B0.pdf>, 11.09.2019.

Gülbahar, O. (2008) “Turizmin Türkiye’de 1980 Sonrası Dönemde Cari İşlemler Dengesine Etkisi”, Journal of Qafqaz University, 24: 154-168.

Gür, N., (Temmuz 2014), "Yeni Türkiye'nin yumuşak Güç Unsuru Turizm", SETA Perspektif, Sayı: 58.

Hasanov, A., (2012). *Jeopolitik Teorileri Metodolojisi Aktörleri, Tarihi, Karakteristiği, Kavramları*, Babıali Kültür Yayıncılık, İstanbul, s. 202-204.

Hasan Olalı ve Alp Timur, Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988, s. 106

İçöz, O. (1991) “Enflasyonun Turizm Sektörüne Etkileri”, *Anatolia*, 2 (1): 19-21.

İçöz, O. ve Kozak, M. (2002) “Turizm Ekonomisi”, Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları, 2.

Basım.

İlhan, S., (2002). Jeopolitik Kavramı ve Unsurları, *Avrasya Dosyası*, Jeopolitik Özel, C.8, S. 4, s. 318.

İşcan, İ.H., (2004). Uluslararası İlişkilerde Klasik Jeopolitik Teoriler ve Çağdaş Yansımaları, *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, C. 1, S. 2, s. 52.

Jayapalan, N., 2001, An introduction to tourism, Atlantic Publishers and Distributors, New Delhi.

Kahraman, N., (1978). Türkiye’de Sağlık Turizmi, Ankara.

Kaya, F., (2014). Coğrafi Potansiyelleri Temelinde Türkiye Jeopolitiği ve Dünya Siyasetindeki Yeri, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, s. 7-8.

Kesen, Y., (2019). "Jeopolitikte Etkili Olan Unsurlar", <http://akademi.yucelkesen.com/jeopolitikte-etkili-olan-unsurlar/>, [Erişim Tarihi: 04.08.2019].

Kıngır, S. (2015). ‘Konya İli Örneğinde Kalkınma ve İnanç Turizmi’, *Bartın: Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 12(6), 178.

Kuo, H. I. C., Chen W., Tseng, L., Ju and B. Huang, (2008). Assessing impact of SARS and Avian Flu and International Tourism demand to Asia, *Tourism Management*, 29.

Kubilay Baysal, Uluslararası Seyahat (Turizm), İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, Yayın No:519, İstanbul, 1988, s.7, s.3.

Kozak M., Crofts J.C., Law R. (2007). The Impact of The Perception of Risk on International Travellers, *International Journal of Tourism Research*, 9 (1), s. 233-242.

Kozak, N., (2012). Genel Turizm Bilgisi, T.C. *Anadolu Üniversitesi Yayını* No: 2472, s. 6.

Krippendorf, J., (1994). *The Holiday Makers, Understanding the Impact of Leisure and Travel*, Oxford, Butterworth-Heinemann, s. 3.

Kurumsal Risk Yönetimi Derneği, (2014). Kurumsal Risk Yönetimi, s. 4, https://www.tide.org.tr/uploads/Aysan_Sinanlioglu.pdf, [Erişim Tarihi: 02.08.2019].

Lepp, A. ve Gibson, H., (2003). Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism, *Annals of Tourism Research*, 30 (3), S. 606 - 624.

Nagihan Oktayer, Nazan Susam, Murat Çak, (2007). *Türkiye’de Turizm Ekonomisi*, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2007-69, İstanbul, s. 13.

Olalı, M. Korzay, (1989). *Otel İşletmeciliği*, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayın No: 214, s. 5-6.

Ozan, B., ve Metin, K., (2006). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Öztaş, K., ve Karabulut, T., 2006, Turizm ekonomisi genel turizm bilgileri, Nobel Yayınları, Ankara.

Özalp, G., (2005). "Sağlık Turizmi", *Hastane Dergisi*, Sayı: 7, Ankara.

Prof. Dr. Ramazan ÖZEY. TÜRKİYE'NİN JEOPOLİTİĞİ. Değişimler ve Öncelikler Kitabı.

Rittichainuwat, B.N., Qui, J., ve Leong, H.K., (2003). The Collective Impacts of a Bundle of Travel Determinants on Repeat Visitation, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, s. 219.

Rittichainuwat, B.N. ve Chakraborty, G., (2009). Perceived Travel Risks Regarding Terrorism and Disease: The Case of Thailand, *Tourism Management*, 30 (3): 410-418.

Roehl, W.S. ve Fesenmaier, D.R., (1992). Risk Perceptions and Pleasure Travel: An Exploratory Analysis, *Journal of Travel Research*, 30 (4): 17-26.

Şahin, G. ve Tuzlukaya, Ş., (2013). *Turizm Türleri ve Turizm Politikaları*, Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Şükrü Yarcın, Turizm Endüstrisinin Yapısı , Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 550, İstanbul, 1995, s.1.

Tarlow, (2010).

Tezcan, K., Karadeniz, E., Kandır, S. Y. ve Önal, Y. B. (2008) “Türk Turizm Sektörünün Gelişimi Açısından Uygulanan Vergi Politikalarının Değerlendirilmesi”, IV. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, Antalya: 827-851

Tutar, F., Alpaslan, C., Tutar, E. ve Erkan, Ç. (2013) "Turizm Sektörünün İstihdam Üzerine Etkileri", *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 2 (4): 14-27.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2019). Turizm Geliri ve Gideri, s. 10, <https://yigm.ktb.gov.tr/Eklenti/63642,turizm-istatistikleri-2019-iceyrekpdf.pdf?0>, 04.09.2019.

T.C. Sağlık Bakanlığı, (2012). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu 2012*, Sağlık Bakanlığı Hizmet Genel Müdürlüğü Sağlık Turizmi Genel Başkanlığı, Ankara.

T.C. Sağlık Bakanlığı, (2014). *Sağlık Turizminin Geliştirilmesi Programı Eylem Planı (2014-2018)*, Ankara.

Taşkın, E. ve Şener, Y., (2015). *Sağlık Turizm Markası*, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 36.

Tavik Köletavitoğlu, Türk Turizminin Geliştirilmesi, II. Turizm Şurası, Cilt:1, 2002, s.113

TURSAB. (2018). Turizm verileri: İstatistikler, <https://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler>, 28.09.2019.

<https://tr.euronews.com/2019/09/06/turkiye-2018-de-dunya-genelinde-turist-sayisini-en-fazla-arttiran-ulke-oldu-listede-6-sira>

<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=30606>

Unur, K., (2000). Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi, Dokuz Eylül Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(3), s. 6.

Uluslararası Pazarlama Açısından Politik Risk ve YönetimiPROf. DR. KENAN AYDIN Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi (<http://www.aso.org.tr/b2b/asobilgi/sayilar/dosyamayishaziran2013.pdf>)

Ünlüöner, N., Tayfun, A. ve A. Kılıçlar, A., (2007). *Turizm Ekonomisi*, 1. Basım, Ankara, Nobel Yayınları.

World Tourism Organisation, (WTO), (1980). *Manila Declaration on World Tourism*, Madrid, World Tourism Organisation, s. 1.

Vaz, Aslı, (2019). TÜROFED Turizm Bülteni, https://www.turofed.org.tr/_files/_pdf/BULTEN/turofed-turizm-bulteni-mart-2019.pdf, 03.09.2019.

Yalçın, P., (2006). *Türkiye’de Sağlık Turizminde Altyapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma*, Ankara Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi, Ankara.

Yarcan, Ş., (1994). *Turizm Endüstrisinin Yapısı*, Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Yıldırım, H.H. ve Altunkaya, Ü., (2006). Türkiye’nin Sağlık Turizmi Potansiyeli Güçlükler, http://www.absaglik.com/saglik_turizmi_turkiye.pdf,

Yıldız, Z. (2011) “Turizmin Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 3 (5): 54-71.

Yıldız, Z. ve Durgun, A. (2010) “2008 Küresel Ekonomik Krizi ve Turizm Sektörü Üzerine Etkileri”, Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 2 (1): 1-15.

<http://turizm.gov.tr>, 01.09.2019.

<https://www.wttc.org>, 27.09.2019.

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı: Halit Kerim

Uyruğu: T.C.

Doğum Tarihi ve Yeri : 11 Ekim 1989, İstanbul

Elektronik Posta : halidkerim@hotmail.com

EĞİTİM

Derece	Kurum ve Mezuniyet Yılı
Lisans	University of Jordan , İşletme Fakültesi , Yönetim Bilişim Sistemleri
2011	
Lisans	Boğaziçi Üniversitesi , Yönetim Bilişim Sistemleri
2013	
Yüksek Lisans	Marmara Üniversitesi , İşletme Fakültesi , Yönetim ve Organizasyon
2015	
Yüksek Lisans	İstanbul Medeniyet Üniversitesi , Turizm Fakültesi , Turizm İşletmeciliği
2019	

İŞ TECRÜBESİ

Tarih	Kurum	Görev
2011-halen	Kerim Turizm	Genel Müdür
2012-halen	Beyoğlu Noterleri	Yeminli Tercüman

YABANCI DİLLER

İngilizce

Arapça