

20-23 EKiM 2016
BODRUM-MUĞLA

17. ULUSAL TURiZM KONGRESi

"AKADEMi SEKTÖR BULUŞMASI"

DETAY YAYINCILIK
Ankara, 2016

DETAY YAYINLARI : 758

1. Baskı : Ekim 2016
ISBN : 978-605-9440-07-3
Yayıncı Sertifika No : 13188
Matbaa Sertifika No : 26649

© Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

Her hakkı saklıdır. Yazarından ve yayınevinden yazılı izin alınmaksızın bu kitabın fotokopi veya diğer yollarla kısmen veya tamamen çoğaltılması, basılması ve yayınlanması yasaktır. Aksine davranış, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu gereğince, 5 yıla kadar hapis ve adli para cezaları ile fotokopi ve basım aletlerine el konulmasını gerektirir.

Dizgi : Detay Yayıncılık
Kapak Tasarım : Detay Yayıncılık
Baskı ve Cilt : Bizim Büro Matbaacılık ve Basımevi
1. Sanayi Caddesi Sedef Sokak No: 6/1 İskitler-Ankara



GENEL DAĞITIM ve İSTEME ADRESİ
DETAY ANATOLIA AKADEMİK YAYINCILIK LTD. ŞTİ.
Adakale Sokak No: 14/1-5 Kızılay/ANKARA
Tel : (0.312) 434 09 49 • Faks: (0.312) 434 31 42
Web: www.detayyayin.com.tr • e-posta: detayyay@gmail.com

TERÖR, POLİTİK İSTİKRARSIZLIK VE GÜVENLİĞİN TÜRK TURİZMİNE ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Nedim YÜZBAŞIOĞLU
Prof. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
nedimy@akdeniz.edu.tr
Yunus TOPSAKAL
Arş. Gör., Akdeniz Üniversitesi, Turizm Fakültesi
topsakal.yunus@gmail.com
Pınar ÇELİK
Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO
pnr.celik@gmail.com

ÖZET

Turizm sektörü dünya ekonomisinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Destinasyonlar turizmin oluşturduğu ekonomik faydalardan daha fazla pay almak için rekabete başlamıştır. Fakat turizm sektörünü küresel boyutta etkileyen, destinasyonlara olumsuz imaj yaratan, destinasyonların risk düzeyini arttıran birçok faktör destinasyonları turizm yönünde olumsuz etkilemektedir. Bu faktörlerden en önemlileri terör olayları, politik istikrarsızlık ve güvenliktir. Bu konular ile yapılmış ve terör olaylarının, politik istikrarsızlığın ve savaşın turizmi ve destinasyon imajını olumsuz yönde etkilediğini belirlemiş araştırmalar mevcuttur. Son beş yıla bakılınca Türkiye'nin bazı terör örgütlerinin hedefinde olması, darbe girişimi gibi politik krizler ile bazı ülkeler ile kriz yaşaması, Türkiye'ye sınır komşusu olan Suriye'deki iç çatışma ve artan göçlerden dolayı turizm olumsuz etkilenmektedir. Bu araştırmanın amacı 2013-2016 yıllarının ilk yarısında Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ziyaretçi sayılarını ve gelirleri içeren turizm verilerine göre terör olayları, politik istikrarsızlık ve güvenliğin turizm sektörüne etkilerini incelenmektir. Ayrıca elde edilen sonuçlar doğrultusunda geleceğe ve 2023 Türkiye Turizm Stratejisine yönelik önerilerde bulunulmaktadır. Bu araştırma terör olaylarının, kriz ve özellikle politik krizlerin turizm sektörüne etkilerini değerlendirmeyi amaçlayan genel tarama türünde betimsel bir araştırmadır.

Anahtar kelimeler: Terör, Politik İstikrarsızlık, Güvenlik, Turizm, Türkiye

GİRİŞ

Ödemeler dengesini iyileştirmenin ve döviz rezervini arttırmanın en önemli kaynağı olmasından dolayı ev sahibi ülke için turizm sektörü çok önemlidir (Khadroo, 2007). 2011 yılında, dünya genelinde 6 trilyon US $ değerinde gayri safi milli hâsıla turizm sektöründen elde edilmiştir ve bu sektör 225 milyon iş sağlamıştır. Turizm sektörünün % 4 oranında büyümesi, 2022 yılında 328 milyondan fazla iş sağlaması ve dünya genelinde 10 trilyon US $ değerinde gayri safi milli hâsılası elde edileceği tahmin edilmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 2013). Aynı zamanda dünyada ziyaretçi sayısının da 2030 yılında 1,8 milyara ulaşılacağı öngörülmektedir (Dünya Turizm Örgütü, 2013). Turizm faaliyetlerinin, gelişmekte olan ülkelerin ve gelişmiş ülkelerin az kalkınmış bölgelerinin ekonomileri için oldukça önem arz ettiği bilinmektedir. Bu sebeple ekonomik olarak kalkınmak isteyen ve turizm arzında bulunan ülkelerin sayısı her geçen yıl artmaktadır.

Büyüyen turizm sektöründen ekonomik olarak daha fazla pay almak isteyen destinasyonlar turizm stratejilerini iyi bir şekilde tasarlamalıdır. Fakat turizm sektörü diğer olaylardan ve sektörlerden en çok etkilenen sektörlerden biridir. Özellikle de terör olayları, politik istikrarsızlık, güvenlik ve savaş turizm sektörünü ve destinasyon imajını derinden etkileyen faktörlerdir. Bundan dolayı destinasyonlar bu faktörleri göz ardı etmeden geleceğe yönelik turizm stratejileri ve politikaları belirlemelidir. Bu araştırmanın amacı 2013-2016 yıllarının ilk yarısında Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ziyaretçi sayılarını ve gelirleri içeren turizm verilerine göre terör olayları, politik istikrarsızlık ve savaşların turizm sektörüne etkileri incelenmektir. Ayrıca elde edilen sonuçlar doğrultusunda geleceğe ve 2023 Türkiye Turizm Stratejisine yönelik önerilerde bulunmak hedeflenmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Politik İstikrarsızlık, Terör, Güvenlik ve Turizm

Literatürde politik istikrarsızlığın turizm sektörüne olası etkilerini inceleyen çalışmalar mevcuttur. Bunlar arasında en çok bilinen araştırma Neumayer (2004) tarafından yapılan ve sonuç olarak insan hakları ihlalleri, çatışma ve diğer politik / şiddet olayları gibi itici olan politik faktörlerden dolayı turizm sektöründe büyük düşüşlerin olduğunu belirlediği araştırmadır. Ayrıca Llorca-Vivero (2008) 130 turizm destinasyonunda gerçekleştirmiş olduğu araştırmasında Neumayer'in (2004) bulduğu sonuçların aynısını elde etmiştir. Sonuç olarak politik açıdan insan hakları ihlalleri ve çatışma gibi itici politikalara sahip destinasyonlar ziyaretçiler tarafından pek tercih edilmemektedir. Çünkü politik istikrarsızlığın turizm üzerindeki olumsuz etkisi terör olaylarından daha şiddetlidir (Saha ve Yap, 2014). Ayrıca Saha ve Yap (2014) gerçekleştirmiş oldukları araştırmada güçlü bir politik istikrarın olduğu destinasyonlarda terör olaylarının turizmi daha az etkilediğini belirlemiştir. Benzer şekilde tarihi dokusu ve doğal çekicilikleri olan destinasyonlarda politik istikrar var ise bu destinasyonlardaki bazı terör olayları ziyaretçilerin bu destinasyonu tercih etmeleri önünde engel oluşturmamaktadır (Yap ve Saha, 2013).

Politik istikrarsızlığın turizme etkisi gibi terör olayları ile bağlantılı olarak da destinasyonlar ziyaretçi kaybı yaşamaktadır. Richter ve Waugh (1986) terör türlerini ideolojik, stratejik ve taktiksel olarak üç sınıfa ayırmıştır. İdeolojik terör olaylarının etkisi uzun sürmekte ve ulusal düzeyde hissedilmektedir. İdeolojik terör olaylarına örnek olarak ev sahibi ülkenin ekonomisine zarar vermek için ziyaretçileri hedef olan terör olayları gösterilebilir (Hall ve O'Sullivan, 1996). Taktiksel terör olayları ise hırsızlık / soygun gibi kısa süre etkili olaylardır. Richter ve Waugh'a (1986) göre ziyaretçileri hedef alan terör olayları genelde stratejik olaylıdır ve ana amaç uluslararası medyada ev sahibi destinasyonun imajını zedelemektir. Terör olaylarının ziyaretçilerin destinasyonlar tercihlerini nasıl değiştirdiği ve alınması gereken önlemler ile ilgi yapılmış birçok çalışma (Aimable ve Rosello, 2009; Causevic ve Lynch, 2013; Feridun, 2011; Saha ve Yap, 2014; Solarin, 2015; Yap ve Saha, 2013) literatürde mevcuttur. Politik istikrarsızlık gibi bir destinasyondaki terör olayları ve özellikle de ziyaretçilere yönelik yapılan terör olayları ile ilgili çalışmalar turizmde düşüş yaratan önemli bir faktördür. Kısacası Cook'un (1990) belirttiği gibi ziyaretçilerin destinasyonu ziyaret niyetini değiştiren terör olayları ev sahibi destinasyonun turizm sektörünü derinden etkilemektedir. Çünkü ziyaretçiler terör gibi olguları destinasyonun güvenliğini belirlemede kullanmaktadır (Hartz, 1989). Sonuç olarak ziyaretçiler terörün olmadığı destinasyonları ziyaret etmek istemektedir (Mansfeld, 1996).

Turizm ve güvenlik iç içe olan iki olgudur ve güvenlik destinasyonların çekiciliğini artıran en önemli unsurlardan biridir (Boakye, 2012). Daha önceden belirtildiği gibi terörizm, savaş, suç ve politik belirsizlik gibi güvenlik endişeleri turizm destinasyonlarını tercih etmede karar almaya etki eden önemli bir faktördür (Hall vd., 2004). Ziyaretçiler bir destinasyonda kendilerini güvende hissetmezlerse destinasyona karşı olumsuz bir izlenim geliştirmekte ve bu da olası ziyaretleri azaltmaktadır (George, 2010). Fakat Altındağ (2014) yapmış olduğu suç ve turizm ile ilgili çalışmasında suçun güney Avrupa ülkelerinde turizme olan etkisinin güzel hava ve kum plajlardan dolayı diğer destinasyonlara göre daha az etkilediğini belirlemiştir.

Türkiye dünya turizminde önemli bir rekabet avantajına sahip olmasına rağmen son yıllarda Türkiye sınırında yaşanan Suriye iç savaşı ve Rusya ile olan ekonomik ve politik krizler gibi bazı politik, terör, güvenlik olaylarından dolayı 2015 yılının ikinci yarısında ve 2016 yılının ilk yarısında büyük oranda turizm kaybı yaşamıştır. Tablo 1'de 2014-2016 yıllarında Türk turizmini etkileyen bazı olaylar sunulmuştur.

Bu olaylardan Rusya ekonomik krizi, Ankara Garı ve Atatürk Havalimanı terör saldırıları, Rus uçağının düşürülmesi, darbe girişimi gibi bazı olayların Türk turizmine vermiş olduğu zarar turizmi derinden etkilemiştir. Ayrıca 2016 Ağustos ayının son günlerinde Türkiye'nin başlatmış olduğu operasyonlar dünya kamuoyundaki bazı yanlı haberlerden dolayı turizm sektörüne zarar vermeye başlamasına rağmen, 2016 Eylül ayının ilk haftasına Rusya'nın Türkiye'ye charter uçuşlarını tekrar başlatması ile Rus uyruklu turistler Türkiye'yi ziyarete başlamıştır. Bu olaylar Türkiye'yi turizm planlama ve politikası açısından bazı önlemler almaya itmiştir ve şuan ki mevcut 2023 Turizm Stratejilerinin bu olayları ve önlemleri göz önüne alarak revize edilme ihtiyacını doğmuştur.

Tablo 1. 2014-2016 yılları Türk Turizmini Etkileyen Bazı Olaylar

Tarih	Terör Olayı / Kriz / Politik Kriz / Güvenlik Tehdidi
2014 / 2015	Rusya ekonomik krizi
06.01.2015	İstanbul Emniyet Müdürlüğü Turizm Şubesi terör saldırısı
14.07.2015	Nice, Fransa terör saldırısı
20.07.2015	Suruç Belediyesi Amara Kültür Merkezi terör saldırısı
02.08.2015	Doğubayazıt Jandarma Karakolu terör saldırısı
10.09.2015	Ankara Garı önü terör saldırısı
13.11.2015	Paris, Fransa terör saldırısı
24.11.2015	Türkiye tarafından Rus Su-24 uçağının düşürülmesi
12.01.2016	Sultanahmet Meydanı terör saldırısı
10.02.2016	Avrupa Birliği mülteci krizi
17.02.2016	Çankaya ilçesi asker servisi araçlarına terör saldırısı
13.03.2016	Kızılay Meydanı Güvenpark terör saldırısı
19.03.2016	İstiklal Caddesi terör saldırısı
28.04.2016	Bursa Ulu Cami yakınında terör saldırısı
01.05.2016	Gaziantep Emniyet Müdürlüğü terör saldırısı
02.06.2016	Alman Meclisinin "sözde Ermeni Soykırım Tasarısını" onaylaması
07.06.2016	İstanbul Vezneciler Çevik Kuvvete yönelik terör saldırısı
28.06.2016	Atatürk Havalimanı terör saldırısı
15.07.2016	Darbe girişimi
24.07.2016	Almanya Würzberg, Reutlingen, Münh ve Ansbach terör saldırısı
24.08.2016	Türkiye'nin Cerablus Operasyonu

2023-Türkiye Turizm Stratejileri

Türkiye ekonomisinde turizm sektörü önemli bir paya sahiptir. 2012 yılında Türkiye dünya turizminde ziyaretçi sayısı bağlamında altıncı ülke olmuş ve ortalama 25.653 $ milyon geliri sadece turizm sektöründen elde etmiştir (Dünya Turizm Örgütü, 2013).
Türkiye turizm sektöründeki rakiplerine oranla daha çok kaynak ve çekiciliğe sahiptir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na (2007) göre Türkiye golf turizmi, termal ve sağlık turizmi, doğa turizmi, kış turizmi, yayla turizmi, yat turizmi, kongre turizmi gibi çeşitli alternatif turizm türleri bakımından potansiyele sahip bir destinasyondur. 2023-Türkiye Turizm Stratejisi ülkenin turizm potansiyelinin ve turizmin ekonomiye katkısının kayda değer oranlarda olduğu belirlenince hazırlanmıştır. 2023-Türkiye Turizm Stratejisi'ne göre 2023 yılında Türkiye için 63 milyon ziyaretçi hedefi belirlenmiştir. Türkiye daha önce söylendiği gibi tarihi alanları, kendine özgü plajları gibi çekiciliklerinden dolayı turizmi ülke geneline yayma ve yeni turizm destinasyonları yaratma potansiyeline sahiptir.
2023-Türkiye Turizm Stratejisi'ndeki bazı önemli hedefler şunlardır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007);

- 63 milyon ziyaretçi
- 86 milyar $ turizm geliri, turist başı 1350 $ harcama
- 20 milyon yerli ziyaretçi
- Turizm gelirlerinin %1'inin tanıtım için kullanılması

Bunun dışında yabancıların mal ve mülk satın almalarının kolaylaştırılması; Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sivil örgütler ve yatırımcılar ile daha çok işbirlikleri yapması; Uzak Doğu, Pasifik, Hindistan ve Çin ziyaretçileri için reklam ve tanıtımlara ağırlık verilmesi gibi bazı strateji ve politikalarda Kültür ve Turizm Bakanlığı'na 2023-Türkiye Turizm Stratejisi'nde yer almaktadır.

YÖNTEM

Bu araştırma terör olaylarının, kriz ve özellikle politik krizlerin turizm sektörüne etkilerini değerlendirmeyi amaçlayan genel tarama türünde betimsel bir araştırmadır. Araştırmanın evrenini Türkiye'nin 2013-2016 yılları arasındaki ilk yarıyılın turizm verileri oluşturmaktadır. Verilerde sadece ilk yarıyılın (Ocak-Haziran dönemi) kullanılmasının nedeni 2016 yılının şuan sadece bu verilerinin olmasıdır. Araştırmanın örneklemini Kültür ve Turizm Bakanlığının veri tabanında kayıtlı olan 2013-2016 yıllarının Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ziyaretçi sayılarını ve gelirleri içeren turizm verileri oluşturmaktadır. 2013-2016 yıllarının Türkiye'yi ziyaret eden yabancı ziyaretçi sayılarını ve gelirleri içeren turizm verilerine göre terör olaylarının, kriz ve özellikle politik krizlerin turizm sektörüne etkileri incelenmektedir. Ayrıca elde edilen sonuçlar doğrultusunda geleceğe ve 2023 Türkiye Turizm Stratejisine yönelik önerilerde bulunulmaktadır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin 2013 – 2016 yıllarında yılın ilk altı ayı bazında dağılımı Tablo 2'de verilmiştir. 2013 yılında ilk altı aya göre en çok yabancı ziyaretçi Haziran ayında ülkeyi ziyaret etmişken, en az ziyaret edilen ay Ocak ayı olmuştur.

Tablo 2. Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Yıllara ve Aylara Göre Dağılımı

Aylar/Yıllar	2013	2014	2015	2016
Ocak	1.104.754	1.146.815	1.250.941	1.170.333
Şubat	1.268.440	1.352.184	1.383.343	1.240.633
Mart	1.841.154	1.851.980	1.895.940	1.652.511

Nisan	2.451.031	2.652.071	2.437.263	1.753.045
Mayıs	3.810.236	3.900.096	3.804.158	2.485.411
Haziran	4.073.906	4.335.075	4.213.109	2.438.293
6 Aylık Toplam	14.549.521	15.238.900	14.894.754	10.740.226

Tablo 2 incelendiğinde 2014 yılında geçen yılın aynı aylarına göre sürekli bir artış gözlemlenmektedir. Fakat 2015 yılı verilerine bakıldığında Nisan ayından itibaren sürekli bir düşüş olduğu göze çarpmaktadır. Bu düşüşün 2016 yılının ilk yarısında da devam ettiği ve 2015 yılındaki düşüşten daha fazla olduğu görülmektedir. 2015 yılındaki düşüşün altına yatan en önemli nedenler biri Rusya ekonomik krizidir. Düşüşün 2016 yılında katlanarak devam etmesine neden olarak ise Türkiye tarafından Rus Su-24 uçağının düşürülmesi ve Sultanahmet Meydanı terör saldırısı gösterilebilir.

Türkiye'ye gelen yabancı ziyaretçilerin 2013 – 2016 yıllarında yılın ilk altı ayı bazında değişim oranları Tablo 3'de sunulmuştur. 2013 yılında geçen yılın ilk altı ayı temel alınarak hesaplanan değişim oranına göre en çok artışın olduğu ayların Şubat ve Mart olduğu, en az artışın olduğu ayın ise Haziran olduğu belirlenmiştir. Haziran ayında ülkeyi ziyaret etmişken, en az ziyaret edilen ay Ocak ayı olmuştur.

Tablo 3. Türkiye'ye Gelen Yabancı Ziyaretçilerin Yıllara ve Aylara Değişim Oranları

Aylar/Yıllar	2013/2012 (%)	2014/2013 (%)	2015/2014 (%)	2016/2015 (%)
Ocak	12,54	3,81	9,08	-6,44
Şubat	27,15	6,60	2,30	-10,32
Mart	26,06	0,59	2,37	-12,84
Nisan	13,02	8,20	-8,10	-28,07
Mayıs	17,86	2,36	-2,46	-34,67
Haziran	4,93	6,41	-4,89	-40,86
6 Aylık Toplam	14,35	4,73	-2,25	-27,89

Genel olarak 2013 yılının ilk altı ayında gelen ziyaretçi sayısında % 14,35'lik bir büyüme gerçekleşmişken 2014 yılında bu büyüme oranı % 4,73'de kalmıştır. 2014 yılında geçen yıla göre en az büyümenin sağlandığı aylar Mart ve Mayıs olduğu görülmektedir. 2015 yılına bakıldığında ise ilk altı ayda gelen ziyaretçi sayısında %2,25 düşüş olduğu belirlenmiştir. Dikkat çekici olan şudur ki 2015 yılında geçen yıla göre Ocak ayında % 9,08 büyüme yakalanmışken, büyüme Nisan ayında -%8,10 ile aniden düşüşe dönmüştür ve 2016 Haziran ayı dâhil bu düşüş hızını arttırarak devam etmiştir. 2016 yılına bakıldığında geçen yıla oranla ilk ayda gelen ziyaretçi sayısında %27,89 oranında düşüş gerçekleşmiştir. 2016 yılındaki düşüş Ocak ayında Haziran ayına kadar artan bir hızla gerçekleşmiş ve Haziran ayında -%40,86 oranında geçen yıla göre bir düşüş belirlenmiştir. Mayıs ve Haziran 2016 aylarındaki düşüşün yüksek olmasının sebebi olarak bu aylarda Türkiye'ye gelen Rus ziyaretçilerin Türkiye – Rusya arasındaki uçak ve politik krizden dolayı Türkiye'yi ziyaret etmemesidir. 2016 yılının ilk çeyreğindeki düşüşün ikinci çeyreğe oranla daha az olması da Türkiye'yi ziyaret eden Alman turistlerin ülkeyi halen tercih etmelerinden dolayıdır, çünkü ilk çeyrekte Türkiye'yi en çok Alman turistler tercih etmektedir.

Yıllara ve aylara göre turizm gelirleri dağılım Tablo 4'de ve değişim oranları ise Tablo 5'de özetlenmiştir. Tablo 4 ve 5 incelendiğinde 2014 yılı ilk altı ay gelirlerde toplam %6,3 büyüme sağlandığı görülmektedir. 2014 yılının ilk atı ayında geçen yıla göre en az büyüme Mart ayında gerçekleşmişken en çok büyüme Haziran ayında gerçekleşmiştir.

Tablo 4. Yıllara ve Aylara Göre Turizm Gelirleri Dağılımı (milyon $)

Aylar/Yıllar	2013	2014	2015	2016
Ocak	1.451,0	1.520,4	1.625,5	1.412,0

Şubat	1.383,7	1.442,3	1.427,3	1.188,8
Mart	1.814,2	1.845,2	1.816,0	1.465,6
Nisan	1.951,5	2.103,3	1.863,8	1.352,8
Mayıs	2.992,7	3.146,4	2.719,4	1.838,4
Haziran	3.371,6	3.726,2	3.150,5	1.709,0
6 Aylık Toplam	12.964,6	13.783,7	12.602,5	9.047,6

Tablo 5. Yıllara ve Aylara Göre Turizm Gelirleri Değişim Oranları

Aylar/Yıllar	2014/2013 (%)	2015/2014 (%)	2016/2015 (%)
Ocak	4,8	6,9	-13,1
Şubat	4,2	-1,0	-16,7
Mart	1,7	-1,6	-19,3
Nisan	7,8	-11,4	-27,4
Mayıs	5,1	-13,6	-32,4
Haziran	10,5	-15,5	-43,2
6 Aylık Toplam	6,3	-8,6	-28,2

Tablo 4 ve 5'e göre 2015 yılında Şubat ve Mart ayında gelirlerde küçük oranda düşme gerçekleşmişken, Nisan ayından itibaren artan oranda düşme gözlemlenmiştir. 2015 yılı ilk yarısında elde edilen turizm gelirlerinin geçen yılın ilk yarısına oranla %8,6 oranında düştüğü belirlenmiştir. 2015 yılı ilk yarısında elde edilen turizm gelirlerindeki düşüş gelen ziyaretçi sayısındaki düşüşten daha fazladır. 2015 yılının ilk çeyreğinde başlayan bu düşüş hızla artan bir oranla 2016 yılının ilk yarısında da devam etmiştir. 2016 yılında özellikle Haziran ayında geçen yıla göre %43,2 oranında bir azalma olmuştur. 2016 yılı ilk yarısında elde edilen turizm gelirlerinin geçen yılın ilk yarısına oranla %28,2 oranında düştüğü belirlenmiştir. Fakat 2015 yılının aksine 2016 ilk yarısında elde edilen turizm gelirlerindeki düşüş gelen ziyaretçi sayısındaki düşüş ile orantılıdır. Bundan dolayı 2016 yılında gelen yabancı ziyaretçilerin diğer 2015 yılına oranla ülkeye daha fazla bıraktığı söylenebilir. Ayrıca 2016 yılında Türkiye'ye diğer yılların aksine Rus ve İngiliz turistlerden daha çok Gürcistan ve İran'dan yabancı ziyaretçi geldiği Tablo 6'da görülmektedir.

Tablo 6'da ise Ocak-Haziran dönemlerinde gelen yabancıların milliyetlere göre ilk 3 ülke verilmiştir. Buna göre 2014 yılının ilk yarısında gelen ziyaretçilerin milliyetine göre dağılımına bakıldığında ilk ülke Rusya, ikinci ülke Almanya ve üçüncü ülke İngiltere'dir. 2015 yılının ilk yarısında ise Alman ziyaretçi sayısında artış olmuşken Rus ve İngiliz ziyaretçi sayısında azalma başlamıştır.

Tablo 6. Ocak-Haziran Dönemlerinde Gelen Yabancıların Milliyetlere Göre İlk 3 Ülke

	Gelen Yabancı Sayısı	Milliyet Payı (%)
2014		
Rusya	1.923.811	12,62
Almanya	1.901.523	12,48
İngiltere	961.130	6,31
2015		
Almanya	2.109.763	14,16
Rusya	1.454.618	9,77
İngiltere	950.313	6,38
2016		
Almanya	1.502.949	13,99
Gürcistan	1.038.228	9,67
İran	859.954	8,01

2015 yılının ilk yarısında gelen ziyaretçilerin milliyetine göre dağılımına bakıldığında (Tablo 6) ilk ülke Almanya, ikinci ülke Rusya ve üçüncü ülke İngiltere'dir. 2016 yılının ilk yarısında ise ilk üç ülke arasında yer alan Rusya ve İngiltere'nin yerine yaşanan krizler ve terör olaylarından dolayı Gürcistan ve İran ilk üçe geçmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörü insanların, özellikle yabacı ziyaretçilerin yer değiştirmesine dayanan bir sektördür. Ziyaretçilerin ziyaret edecekleri destinasyonları tercih etmelerinde birçok faktör rol oynamaktadır. Bu faktörlerden terör, politik istikrarsızlık ve güvenlik konuları turizmi derinden etkilemektedir. Ziyaretçilerin bazı destinasyonlardan kendilerine özgü çekiciliklerden dolayı vazgeçememesine rağmen özellikle politik krizler destinasyonlarda ziyaretçi ve geliri en yüksek düzeylerde düşürebilmektedir.

Araştırma'da Türk turizmini etkileyen bazı terör, politik kriz ve güvenlik sorunları incelenmiş ve buna eşzamanlı olarak Türkiye'nin ziyaretçi ve gelir rakamlarının değişimleri irdelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre Türkiye ve Rusya arasındaki savaş uçağı krizi ve Sultanahmet'teki turistlere yönelik saldırılardan dolayı Türkiye'nin 2016 yılı ilk yarısındaki ziyaretçi sayısı geçen yıla oranla yüksek oranlarda azalmıştır. Fakat gelirler ve düşüş oranı karşılaştırılınca gelirlerin ziyaretçi sayısındaki düşüşe nazaran daha az düştüğü belirlenmiştir. Bunun temel sebebi ise 2016 yılının ilk yarısında Rus ziyaretçi yerine gelen Gürcistan ve İran uyruklu vatandaşların kişi başı harcamalarının daha yüksek olması gösterilebilir.

Türkiye sahip olduğu rekabet avantajını artan terör ve güvenlik olaylarına rağmen korumak, arttırmak ve yeni pazarlarda başarılı olabilmek için iyi tasarlanmış ve sistematik bir turizm stratejisi ve politikası belirlemelidir. 2023-Türkiye Turizm Stratejisi'nde öngörülen 20 milyon yerli ziyaretçi sayısını yakalamak için ülke içindeki tanıtım ve imkânların arttırılması gerekmektedir. Ayrıca yerli ziyareti sağlamak için yerel acenteler teşvik edilerek ülke içinde yerel halka yönelik aktivite, eğlence, fuar gibi organizasyonlar düzenlemesi sağlanmalıdır.

Türkiye için gerçekleri yansıtan, hedef pazarları etkileyen ve değişen turizm eğilimlerine ayak uydurabilecek bir imaj seçilmelidir. Seçilen hedef pazarların ilgisini çekecek çekicilikler (tarihi doku, doğal güzellikler, plaj, deniz) seçilmeli ve o hedef pazara özel tanıtımlar düzenlenmelidir. Ayrıca özel ve kamu kurumları işbirliği yaparak alt ve üst yapıyı iyileştirmelidir. Örneğin, kamu ve özel sektör işbirliği içinde havayolları ağını hedef pazarlara (2023-Türkiye Turizm Stratejisi'ndeki gibi Uzak Doğu, Pasifik, Asya, Afrika, Hindistan) yönelik olarak genişletmelidir.

Son olarak rakip ülkelerin terör, politik kriz, savaş, güvenlik tehdidi gibi durumlarda geliştirip uyguladıkları strateji, politika ve eylemler Türkiye tarafından izlenmeli, Türkiye mevcut olan veya olması muhtemel terör, politik kriz ve güvenlik tehdidi gibi durumlarda uygulanabilir bir acil turizm eylem planları hazırlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Aimable, E. ve Rossello, J. (2009). The short-term impact of 9/11 on European airlines demand. European Journal of Tourism Research, 2(2): 145-161.

Altındağ, D. T. (2014). Crime and international tourism. Journal of Labor Research, 35(1): 1-14.

Boakye, K. A. (2012). Tourists' views on safety and vulnerability. A study of some selected towns in Ghana. Tourism Management, 33(2): 327-333.

Causevic, S. ve Lynch, P. (2013). Political (in)stability and its influence on tourism development. Tourism Management, 34, 145–157.

Cook, W. J. (1990). The effect of terrorism on executives' willingness to travel ınternationally, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), The City University, New York.
Dünya Turizm Örgütü, (2013). Tourism highlights 2013 edition, [URL: http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2013-edition] (Erişim 15 Mayıs 2016).
Feridun, M. (2011). Impact of terrorism on tourism in Turkey: Empirical evidence from Turkey. Applied Economics, 43(24): 3349-3354.
George, R. (2010). Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of table mountain National Park, Cape Town. Tourism Management, 31(6): 806-815.
Hall, C. M. and O'Sullivan, V. (1996).Tourism, Political Stability and Violence. İçinde A. Pizam and Y. Mansfeld (Der.), Tourism, Crime and International Security Issues, New York: Wiley, ss. 105-121.
Hall, C. M., Timothy, D. J. ve Duval, D. T. (2004). Security and tourism: Towards a new understanding?. Journal of Travel and Tourism Marketing, 15(2-3): 1–18.
Hartz, C. (1989). Business Executives as International Terrorist Targets. İçinde J. R. Buckwalter, (Der.), International Terrorism: The Decade Ahead, Chicago, IL: The University of Illinois at Chicago, Office of International Criminal Justice, ss. 21-28.
Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). Tourism Strategy of Turkey and Action Plan of Tourism Strategies (2007-2013), Ankara, Türkiye: Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, ISBN:978-975-17-3260-6.
Llorca-Vivero, R. (2008). Terrorism and international tourism: New evidence. Defence and Peace Economics, 19(2): 169–188.
Mansfeld, Y. (1996). Wars, Tourism and the "Middle East" Factor. İçinde A. Pizam and Y. Mansfeld (Der.), Tourism, Crime and International Security Issues, New York: John Wiley, ss. 265-278.
Neumayer, E. (2004). The impact of political violence on tourism: Dynamic cross national estimation. The Journal of Conflict Resolution, 48(2): 259–281.
Richter, L. K. ve Waugh, W. L. (1986). Terrorism and tourism as logical companions. Tourism Management, 7(4): 230-238.
Saha, S. ve Yap, G. (2014). The moderation effects of political instability and terrorism on tourism development: A cross-country panel analysis, Journal of Travel Research, 53(4): 509-521.
Solarin, S. A. (2015). September 11 attacks, H1N1 influenza, global financial crisis and tourist arrivals in Sarawak. Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 26(2): 298–300.
Yap, G. ve Saha S. (2013). Do political instability, terrorism and corruption have deterring effects on tourism development even in the presence of UNESCO heritage? A cross-country panel estimate. Tourism Analysis: An Interdisciplinary Journal, 18, 587-599.