

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**TÜRKİYE’DE COVID-19 PANDEMİSİNİN TURİZM
SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: SEÇİLMİŞ AVRUPA
BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Prof. Dr. Suzan ERGÜN

Hazırlayan
Rabia SEÇKİN

MALATYA-2022

T.C.
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**TÜRKİYE’DE COVID-19 PANDEMİSİNİN TURİZM
SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: SEÇİLMİŞ AVRUPA
BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

RABİA SEÇKİN

Danışman
PROF. DR. SUZAN ERGÜN

MALATYA-2022

ONUR SÖZÜ

Prof. Dr. Suzan ERGÜN'ün danışmanlığında yüksek lisans tezi olarak hazırladığım “Türkiye’de Covid-19 Pandemisinin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş Avrupa Birliği Ülkeleri İle Karşılaştırmalı Analizi” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

RABİA SEÇKİN

ÖNSÖZ

“Türkiye’de Covid-19 Pandemisinin Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi: Seçilmiş Avrupa Birliği Ülkeleri ile Karşılaştırmalı Analizi” başlıklı çalışma, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, yüksek lisans programında Prof. Dr. Suzan ERGÜN’ün danışmanlığı ile hazırlanmış yüksek lisans tezidir.

Yüksek lisans eğitimim boyunca ve bu tez çalışmamı hazırlamam sırasında değerli bilgisini, tecrübesini ve güler yüzüyle desteklerini esirgemeyen kıymetli danışmanım Prof. Dr. Suzan ERGÜN’e teşekkürlerimi sunarım.

Hayatımın her döneminde ve aldığım her kararda arkamda duran ve benim için bütün fedakârlıkları gösteren babam Abdurrahman SEÇKİN, annem Nuran SEÇKİN ve ablam Beyza Nur SEÇKİN’e bu tezi hazırlamam sırasında verdikleri desteklerden ötürü çok teşekkür ederim.

ÖZET

Günümüzde artan küreselleşme birlikte turizm sektörü dünyanın en fazla büyüyen ve en dinamik sektörlerinden biri haline gelmiştir. Turizm, insanların yaşadıkları yerlerden yirmi dört saatten fazla ve bir yıldan az olacak şekilde, sağlık, eğlence, iş, boş zamanın değerlendirilmesi ve spor gibi çeşitli amaçlarla yurt içinde ya da yurt dışında gerçekleştirdiği faaliyetlerdir. Turizm sektörünün büyümesi sadece ekonomik gelişmeye neden olmaz aynı zamanda ev sahibi ülke açısından farklı pozitif etkilerde ortaya çıkarır. Zira turizmdeki ilerlemeyle birlikte politik, kültürel ve sosyal çevre de bundan olumlu etkilenir. Turizm aracılığıyla insanlar diğer şehirleri görebilir, boş zamanlarını değerlendirebilir ve diğer alanlarda faaliyetlere katılabilir. Bu sayede ülkeler ekonomik açıdan önemli gelirler elde ettiği için turizm özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınması açısından çok faydalı bir araçtır.

Diğer yandan 31 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Wuhan eyaletinde ortaya çıkıp daha sonra tüm dünyaya yayılan Covid-19 virüsü diğer sektörlerde olduğu gibi turizm sektöründe de olumsuz etkiler ortaya çıkarmıştır. Bu olumsuzlukların başlıca nedenleri ülkelerin kayıplarının yaşanmasını önlemek veya en aza indirebilmek amacıyla ülke içi ve ülke dışına yapılacak seyahatlere sınırlandırmalar getirmesi, restoran, kafe ve pastane gibi işletmelerin kapatılması, havayolu ile seyahatlerin sınırlandırılması, turizm işletmelerinin kapatılması, sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, maske ve mesafe zorunlulukları ve Covid-19 virüsünü taşıyanların ve onun temaslılarının karantina altına alınması gibi faktörlerdir. Alınan bu tedbirler tüm dünyada olduğu gibi Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinde de turizm faaliyetlerinin gerilemesine neden olmuştur. Bugün pandeminin etkilerinin hafiflemesi ile alınan bu tedbirlerin gevşetilmesiyle turizm sektörü üzerindeki olumsuzluklar azalmış ve turizm sektörü tekrar toparlanma sürecine girmiştir.

Bu çalışmada Covid-19 pandemisinin Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesinin turizm sektörü üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu inceleme yapılırken Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesinin turizm verilerinin karşılaştırılması yapılmış ve Covid-19 pandemisinin turizm sektörü üzerinde kısa vadede bir büyük olumsuz etkisinin olmadığı ancak uzun vadede önemli ölçüde olumsuzlukların yansıdığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Covid-19, Pandemi, Türkiye.

ABSTRACT

Today, with the increasing globalization, the tourism sector has become one of the fastest growing and most dynamic sectors in the world. Tourism is the activities carried out by people in the country or abroad for various purposes such as health, entertainment, business, leisure time and sports, for more than twenty-four hours and less than one year from the places where they live. The growth of the tourism sector not only causes economic development, but also creates different positive effect for the host country. Because, together with the progress in tourism, the political, cultural and social environment is also positively affected. Through tourism, people can see other cities, spend their free time and participate in activities in other areas. In this way, tourism is a very useful tool for the economic development of developing countries, as countries earn significant incomes in terms of economy.

On the other hand, the Covid-19 virus, which emerged in Wuhan, China on December 31, 2019 and later spread to the whole World, had negative effects in the tourism sector as in other sectors. The main reasons for these negativities are the restrictions on travel within the country and abroad in order to prevent or minimize the losses of the countries, the closure of businesses such as restaurants, cafes and patisseries, the limitation of travel by air, the closure of tourism businesses, the implementation of curfews, mask and distance requirements and quarantine of those who carry the Covid-19 virus and their contacts. These measures have caused a decline in tourism activities in Turkey and European Union countries as well as all over the world. Today, with the easing of the effect of the pandemic and the relaxation of these measures, the negative effects on the tourism sector have decreased and the tourism sector has entered the recovery process again.

In this study, the effects of the Covid-19 pandemic on the tourism sector of Turkey and five selected European Union countries were examined. While conducting this study, the tourism data of Turkey and five selected European Union countries were compared and it was concluded that the Covid-19 pandemic did not have a major negative impact on the tourism sector in the short term, but significant negative effects were reflected in the long term.

Keywords: Tourism, Covid-19, Pandemic, Turkey.

İÇİNDEKİLER

ONUR SÖZÜ.....	iv
ÖNSÖZ..	v
ÖZET.....	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER.....	viii
TABLolar LİSTESİ	xii
GRAFİKLER LİSTESİ.....	xiv
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xvi
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM SALGIN VE COVID-19

1.1. Salgın Kavramı	4
1.2. Salgının Belirleyicileri	4
1.3. Salgınlara Çıkış Nedenleri	8
1.4. Salgından Korunma.....	9
1.5. Salgınlara Tarihçesi.....	9
1.5.1. Veba	10
1.5.2. Kolera.....	11
1.5.3. Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu (SARS).....	13
1.5.4 Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS)	13
1.5.5. Ebola	14

1.6. Salgınların Diğer Etkileri	15
1.7. Covid-19 Virüsü	17

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİDEKİ YERİ

2.1. Turizm Kavramı	21
2.2. Turist Kavramı	24
2.3. Turizmin Özellikleri	27
2.4. Turizm Çeşitleri	27
2.4.1. Kişi Sayısına Göre Turizm Çeşitleri	28
2.4.1.1. Bireysel, Grup ve Kitle Turizmi	28
2.4.2. Ziyaret Yerine Göre Turizm Çeşitleri	28
2.4.2.1. Yurtiçi ve Yurtdışı Turizm	28
2.4.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm Çeşitleri	28
2.4.3.1. Gençlik, Yetişkin ve Üçüncü Yaş Turizmi.....	29
2.4.4. Amaca Göre Turizm Çeşitleri	29
Turizm faaliyetleri çeşitli amaçlarla gerçekleştirilmektedir. Amaca göre turizm faaliyetleri; av turizmi, sağlık turizmi, inanç (din) turizmi, Yayla ve akarsu turizmi, öğrenci ve gençlik turizmi, macera turizmi, sosyal ve kültürel turizm, eko turizm, kongre turizmi, kış ve dağ turizmi, politik turizm ve engelli turizmi diye gruplara ayrılmaktadır.....	29
2.4.4.1. Av Turizmi	29
2.4.4.2. Sağlık Turizmi	30
2.4.4.3. İnanç (Din) Turizmi.....	30
2.4.4.4. Yayla ve Akarsu Turizmi	30
2.4.4.5. Öğrenci Turizmi	31
2.4.4.6. Macera Turizmi	31
2.4.4.7. Sosyal ve Kültürel Turizm.....	31
2.4.4.8. Eko Turizm.....	31
2.4.4.9. Kongre Turizmi	32
2.4.4.10. Kış ve Dağ Turizmi	32

2.4.4.11. Politik Turizm.....	32
2.4.4.12. Engelli Turizmi.....	32
2.5. Turizmin Ekonomik Etkileri	32
2.5.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri	33
2.5.1.1. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi.....	33
2.5.1.2. Turizmin İstihdama Etkisi	34
2.5.1.3. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi	36
2.5.1.4. Turizmin Diğer Sektörlere Etkisi	37
2.5.1.4.1. Turizmin Tarım Sektörü Üzerine Etkisi	38
2.5.1.4.2. Turizmin Sanayi Sektörü Üzerine Etkisi	38
2.5.1.4.3. Turizmin Hizmet Sektörü Üzerine Etkisi	39
2.5.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri.....	40
2.5.2.1. Turizmin İthalat Etkisi.....	40
2.5.2.2. Turizmin Mevsimsellik Etkisi	41
2.5.2.3. Turizmin Enflasyon Etkisi.....	42
2.5.2.4. Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi	43
2.5.2.5. Turizmin Yabancı Sermaye Etkisi.....	44

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE VE SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE COVID-19 SALGINININ ÜLKE EKONOMİLERİNE ETKİSİ

3.1. Covid-19 Pandemisinin Türkiye ve Seçilmiş Avrupa Birliği Ülke Ekonomilerine Etkisi	46
3.1.1. Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkisi.....	46
3.1.2. Covid-19 Pandemisinin Fransa Ekonomisine Etkisi.....	51
3.1.3. Covid-19 Pandemisinin İtalya Ekonomisine Etkisi	55
3.1.4. Covid-19 Pandemisinin Macaristan Ekonomisine Etkisi.....	59
3.1.5. Covid-19 Pandemisinin Hırvatistan Ekonomisine Etkisi.....	63
3.1.6. Covid-19 Pandemisinin Avusturya Ekonomisine Etkisi.....	67

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
COVID-19 SALGINININ TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ
ETKİSİNİN SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE
KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

4.1. Turizm Sektörünün Türkiye ve Seçilmiş Ülkeler Ekonomisindeki Yeri.....	72
4.1.1. Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri.....	72
4.1.2. Turizm Sektörünün Fransa Ekonomisindeki Yeri.....	79
4.1.3. Turizm Sektörünün İtalya Ekonomisindeki Yeri	83
4.1.4. Turizm Sektörünün Macaristan Ekonomisindeki Yeri	88
4.1.5. Turizm Sektörünün Hırvatistan Ekonomisindeki Yeri	93
4.1.6. Turizm Sektörünün Avusturya Ekonomisindeki Yeri.....	98
4.2. Covid-19 Pandemisinin Türkiye ve Seçilmiş Ülkelere Etkilerinin	
Karşılaştırmalı Analizi	103
4.2.1. Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi	103
4.2.2. Uluslararası Düzeyde Gelen Turist Sayıları.....	106
4.2.3. Uluslararası Turizm Gelirleri	115
4.2.4. Uluslararası Turizmde Çıkan Kişi Sayısı.....	120
4.2.5. Uluslararası Turizm Harcamaları	124
SONUÇ VE ÖNERİLER	128
KAYNAKÇA.....	138

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 1.1: Salgının Tıbbi Belirleyicileri.....	5
Tablo 1.2: Salgınlara Sosyal ve İdari Belirleyicileri	7
Tablo 2.1: Smith'in Turist Tipleri ve Yerel Topluma Etkileri	26
Tablo 2.2: Dış Turizm Bilançosu.....	37
Tablo 4.1: Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı ve Bu Katkının Payı (2019-2021).....	75
Tablo 4.2: Türkiye'de Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)....	77
Tablo 4.3: Türkiye'ye En Çok Ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)	77
Tablo 4.4: Türkiye'nin En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)	78
Tablo 4.5: Fransa'da Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı ve Bu katkıının Payı (2019-2021)	79
Tablo 4.6: Fransa'da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021).....	81
Tablo 4.7: Fransa'ya En Çok Ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)	82
Tablo 4.8: Fransa'nın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%).....	83
Tablo 4.9: İtalya'da Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı ve Bu Katkının Payı (2019-2021)	84
Tablo 4.10: İtalya'da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021).....	86
Tablo 4.11: İtalya'ya En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%).....	87
Tablo 4.12: İtalya'nın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)	88
Tablo 4.13: Macaristan'da Seyahat Ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı Ve Bu Katkının Payı (2019-2021)	89
Tablo 4.14: Macaristan'da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)	91
Tablo 4.15: Tablo 4: Macaristan'a En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%).....	92
Tablo 4.16: Macaristan'ın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%).....	93
Tablo 4.17: Hırvatistan'da Seyahat Ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı Ve Bu Katkının Payı (2019-2021)	94
Tablo 4.18: Hırvatistan'da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)	96
Tablo 4.19: Hırvatistan'a En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)	97
Tablo 4.20: Hırvatistan'ın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%).....	97

Tablo 4.21: Avusturya’da Seyahat ve Turizmin GSYH’ye Toplam Katkısı ve Bu Katkının Payı (2019-2021)	99
Tablo 4.22: Avusturya’da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)	101
Tablo 4.23: Avusturya’ya En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)	101
Tablo 4.24: Avusturya’nın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%).....	102
Tablo 4.25: Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi (2017-2019-2021).....	104
Tablo 4.26: Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksine Göre Ülke Sıralamaları (2017-2019-2021)	105
Tablo 4.27: Uluslararası Turizmde Gelen Kişi Sayıları (2018-2021)	107
Tablo 4.28: Uluslararası Turizm Gelirleri (Cari ABD Doları) (Bin Dolar) (2018-2020)	116
Tablo 4.29: Uluslararası Turizmde Çıkan Kişi Sayıları (2018-2020)	120
Tablo 4.30: Uluslararası Turizm Harcamaları (Cari ABD Doları) (Bin Dolar) (2018-2020).....	124

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3.1: Türkiye'nin Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)	48
Grafik 3.2: Türkiye'de 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021).....	49
Grafik 3.3: Türkiye'de 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları.....	50
Grafik 3.4: Fransa'nın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2021)	52
Grafik 3.5: Fransa'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021).....	53
Grafik 3.6: Fransa'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları.....	54
Grafik 3.7: İtalya'nın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)	56
Grafik 3.8: İtalya'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021)	57
Grafik 3.9: İtalya'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları	58
Grafik 3.10: Macaristan'ın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022).....	60
Grafik 3.11: Macaristan'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021).....	61
Grafik 3.12: Macaristan'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları.....	62
Grafik 3.13: Hırvatistan'ın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)	64
Grafik 3.14: Hırvatistan'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2002-2021).....	65
Grafik 3.15: Hırvatistan'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları.....	66
Grafik 3.16: Avusturya'nın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)	68
Grafik 3.17: Avusturya'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021).....	69
Grafik 3.18: Avusturya'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları.....	70
Grafik 4.1: Türkiye'de Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)	75
Grafik 4.2: Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020).....	76
Grafik 4.3: Fransa'da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)	80
Grafik 4.4: Fransa'da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)	81

Grafik 4.5: İtalya'da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)	85
Grafik 4.6: İtalya'da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)	86
Grafik 4.7: Macaristan'da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020).....	90
Grafik 4.8: Macaristan'da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020).....	91
Grafik 4.9: Hırvatistan'da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020).....	95
Grafik 4.10: Hırvatistan'da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020).....	95
Grafik 4.11: Avusturya'da Toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri (2015-2020)	99
Grafik 4.12: Avusturya'da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020).....	100

KISALTMALAR LİSTESİ

AA:	Anadolu Ajansı
AB:	Avrupa Birliği
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
CBC:	Sınır Ötesi İşbirliği
CDC:	Hastalık Kontrol ve Korunma Merkezleri
CNB:	Hırvatistan Ulusal Bankası
ECB:	Avrupa Merkez Bankası
EVH:	Ebola Virüs Hastalığı
ESCP:	Paris İşletme Okulu
DRC:	Demokratik Kongo Cumhuriyeti
GSMH:	Gayrisafi Milli Hasıla
GSYH:	Gayrisafi Yurtiçi Hasıla
HSGM:	Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü
ILO:	Uluslararası Çalışma Örgütü
IMF:	Uluslararası Para Fonu
KOBİ:	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
MB:	Merkez Bankası
MERS:	Orta Doğu Solunum Sendromu
OECD:	İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı
PEPP:	Pandemi Acil Satın Alma Programı
SARS:	Şiddetli Akut Solunum Sendromu
TDGSYH:	Turizm Doğrudan Gayri Safi Yurtiçi Hasıla

TTDI:	Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
UNWTO:	Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü
WB:	Dünya Bankası
WHO:	Dünya Sağlık Örgütü
WTO:	Dünya Turizm Örgütü
WTTC:	Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi

GİRİŞ

Salgın belirli bir topluluk, nüfus veya bölge içinde belirli bir süre boyunca çok sayıda insanı etkileyen vakaların ortaya çıkmasıdır. Salgınlar, herhangi bir nedenle küçük bir alanda başlayıp, ardından bir bölge ve ülkeye yayılıp daha sonrasında tüm dünyayı etkisi altına alabilme niteliğine sahiptir. Tarih boyunca salgın hastalıklar toplumu birçok yönden etkileyen önemli sorunlar şeklinde ortaya çıkmıştır. Salgın hastalıklar birçok can kaybına neden olmuştur. Bu nedenle hem insanlar hem de devletler kendilerini korumak için birçok önlem almışlardır. Alınan önlemler neticesinde ülkeler salgınlardan bir ölçüde korunabilmeyi başarmış olmalarına rağmen salgının neden olduğu ekonomik durgunluk, işsizliğin artması, enflasyonun yükselmesi, GSYH büyüme oranlarının düşmesi gibi diğer olumsuzluklarla karşı karşıya kalmış ve toparlanmaları uzun süre almıştır. Tarihte salgın hastalıklar nedeniyle birçok medeniyet ve imparatorluk yıkılmış, insanların psikolojileri etkilenmiş hatta intiharlara neden olmuştur. Yine salgınlar nedeniyle işgücü arzı yetersizliği ortaya çıkmıştır. Bazen de salgınlar işletmelerin iflasına ve işsizliğin artmasına neden olmuştur. Salgınların yaşanmasıyla birlikte her sektör ve özellikle de turizm sektörü ağır bir biçimde etkilenmiştir.

Çin merkezli olan ve 2019 yılının Aralık ayında ortaya çıkan Covid-19 salgını tüm dünyayı kasıp kavuran bir salgın hastalıktır. Salgın hastalık tükürük yolu ile insandan insana bulaşmaktadır. Bu salgına yakalanan insanlarda boğaz, baş, kemik ve gözde ağrılar olurken kalp çarpıntısı, üşüme ve nefes darlığı belirtileri de ortaya çıkmıştır. Salgının görüldüğü ülkelerde sokağa çıkma yasakları, maske zorunluluğu, uluslararası seyahat kısıtlamaları, ülkeye giriş çıkışların yasaklanması, bazı şehirlere giriş çıkışların kapatılması, vakanın görüldüğü mahalle ya da köylere giriş ve çıkışların yasaklanması, HES kodu zorunluluğu, restoran, kafe ve eğlence alanlarının kapatılması gibi önlemler alınmıştır. Alınan önlemler sonucunda ülke ekonomileri büyük zorluklar yaşamıştır. Ekonomilerinin zarar görmemesi veya en az düzeyde zarar görmesi için hükümetler birçok yardım ve teşvik paketini uygulamaya koymuşlardır.

Alınan tedbirler insanların korunmasına ve vaka sayılarında azalmaya neden olsa da yine de ekonomiler salgından olumsuz etkilenmiştir. En çok etkilenen sektörlerin başında da turizm sektörü gelmektedir. Turizm sektörünün daha olumsuz etkilenmesinin temel nedeni esnek bir talep yapısına sahip olmasıdır. Turizm faaliyetlerine katılımının zorunlu bir ihtiyaç olmaması, onun vazgeçilebilir ve

ertelenebilir olması insanların salgından korunabilmek adına yurtiçi ve yurtdışı turizm faaliyetlerine katılmak istememelerine ve turist sayılarında düşüşe yol açmıştır. Yaşanılan düşüş neticesinde turizm gelirleri azalmış ve ülkeler döviz dar boğazına girmiştir. Döviz gelirlerindeki azalma ülkelerin cari açıklarını kapatmada sıkıntılara neden olmuştur.

Turizm, insanların devamlı olarak ikamet ve gelir elde ettiği yerler dışına seyahat, din, eğlence, spor, dinlenme, vb. ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gitmeleri ve gittikleri yerlerde turizm kuruluşlarının mal ve hizmetlerini tüketerek yapılan ekonomik etkinliklerin bütünüdür. Turizm, uzun yıllardır insanlar ve devletler için önemli bir faaliyet alanı olmuştur. Turizm faaliyetleri sonucunda insanlar boş zamanlarını değerlendirip iyi vakit geçirirlerken, devletler de önemli ölçüde gelir elde etme imkânına kavuşmuşlardır Turizmin öznesi turisttir. Turist, gelir elde etme amacı olmaksızın eğlenmek ve dinlenmek için ya da bilimsel, kültürel, idari, sportif, dinsel, diplomatik, vb. amaçlarla, ikamet ettiği yerin dışına kalıcı olarak gitmemek şartıyla çıkan ve belirli bir süre tüketici olarak kalıp seyahat eden ve tekrardan ikamet ettiği yere dönen kişidir.

2019 yılında Çin'in Wuhan Eyaletinde ortaya çıkıp daha sonra tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 pandemisi ülke ekonomilerini büyük ölçüde etkilemiştir. Yaşanan olumsuzlukların en önemli nedenleri arasında hükümetlerin ve insanların salgından korunmak için aldıkları önlemler gelmiştir. Alınan önlemler vaka sayılarında azalış yaşanmasına ve pandemi döneminin erkenden sonlanmasına katkı sağlamış olsa da ekonomik olarak zorluklar yaşanmasına neden olmuştur. Turizm sektörünün de esnek talep yapısına sahip olması nedeniyle pandemiden hemen olumsuz etkilenen sektörlerin başında gelmiştir. Çalışmada üzerinde durulan ülkeler olan Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya'yı her yıl milyonlarca insan ziyaret etmektedir. Deniz-kum-güneş üçlüsüne sahip alanları, turistik ve eğlence mekânları, tarihi eser niteliği taşıyan yapıtları ve görülmeye değer doğal güzellikleri onları turizm cenneti ülke konumuna getirmiştir. Ancak bu ülkeler Covid-19 pandemisinden önemli ölçüde etkilenmiştir.

Bu tez Covid-19 salgınının Türkiye ve seçilmiş Avrupa Birliği ülkelerinde (Fransa, İtalya, Avusturya, Macaristan, Hırvatistan) turizm sektörü üzerindeki etkilerini açıklamaktadır. Araştırmanın amacı Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesinde Covid-19 pandemisinin turizm sektörü üzerine etkisinin karşılaştırmalı olarak ortaya

konulmasıdır. Tezin hazırlanmasında literatür taraması yapılmış, yerli ve yabancı internet yayınlarından, dergi makalelerinden, raporlardan, kitaplardan, uluslararası kuruluşların verilerinden ve daha önceden aynı konuda hazırlanmış tezlerden yararlanılmıştır. Çalışma Covid-19 pandemisinin Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkelerinin turizm sektörleri üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak ortaya koymak açısından literatüre katkı sağlamaktadır.

Bu çalışmada “Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkeleri ile karşılaştırıldığında Covid-19 pandemisinin turizm sektörüne ne gibi etkileri olmuştur?” sorusuna yanıt aranmıştır.

Çalışmanın temel varsayımları şu şekildedir:

- Covid-19 pandemisi Türkiye’nin turizm sektörünü olumsuz etkilenmiştir.
- Covid-19 pandemisi Fransa, İtalya, Macaristan, Avusturya ve Hırvatistan’ın turizm sektörünü olumsuz etkilemiştir.

Tezin bölümlendirilmesi şu şekildedir: Birinci bölümde salgın kavramı üzerinde durulmuş, tarihte yaşanmış salgın hastalıklara yer verilmiş ve Covid-19 salgınına değinilmiştir. İkinci bölümde turizm ve turist kavramı, turizm çeşitleri ve turizmin ekonomik etkilerinden bahsedilmiştir. Üçüncü bölümde ise Covid-19 pandemisinin Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülke ekonomilerine etkisi ele alınmıştır. Son bölümde ise, “Covid-19 Salgınının Türkiye’de Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisinin Seçilmiş Avrupa Birliği Ülkeleri İle Karşılaştırmalı Analizi” ana başlığı altında ilk olarak turizm sektörünün Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya ekonomisindeki yeri açıklanmış daha sonra ise Covid-19 pandemisinin etkileri Türkiye ve bu beş ülke arasında karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Çalışma Covid-19 pandemisinin Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkelerinin turizm sektörleri üzerindeki etkilerini karşılaştırmalı olarak ortaya koymak açısından bu alandaki literatüre katkı sağlamaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

SALGIN VE COVID-19

Salgınlar tarih boyunca insan yaşamının bir parçası olmuştur. Yaşanılan salgınlar insan sağlığını etkilediği gibi insanların ölümüne neden olmuş ve aynı zamanda devletleri de etkilemiştir. Salgın ve Covid-19 başlıklı bu bölümde ilk olarak salgın kavramı incelenmiş, daha sonra ise tarihte yaşanmış diğer salgınlardan bahsedilmiş ve en son Covid-19 salgını açıklanmıştır.

1.1. Salgın Kavramı

Salgın belirli bir ülkede, bölgede, nüfusta veya bir grup insan arasında, belirli zamanda tahmin edilenden daha çok sayıda vaka tespit edilmesine denir (TÜBA, 2020:23). Var olan salgında olgu miktarı, enfeksiyonun tipi, bulaştırma derecesi, salgına maruz kalmış toplumun özellikleri, aşılama aşılama durumu ve hastalığı önceden geçirmiş olup olmama etkenlerine bağlı olarak farklılaşma görülmektedir. Toplumlar bazı salgınlar belirli derecelerde görülebilmekte ve buna “endemik” denmektedir. Diğer yandan salgınların bazı toplumlar içinde düzenli olarak fakat daha fazla oranlarda görülebilmeye “hiper endemik” denmektedir. Daha sınırlandırılmış bir alanda ortaya çıkan salgın “outbreak” olarak adlandırılabilir. Ülke çapında veya daha geniş bölgede gelişen salgın ise “epidemi” olarak isimlendirilirken, birden fazla ülke ya da kıtaları içeren salgın ise “pandemi” adını almaktadır. Fakat “pandemi” ile “outbreak” genellikle aynı anlamda kullanılmaktadır. Dil Kurumu’nun sözlüğünde epidemi ile salgın eş anlamda verilmektedir (Hacımustafaoğlu, 2018:172).

1.2. Salgının Belirleyicileri

Ortaya çıktığı ve görüldüğü her bölgeyi/ülkeyi büyük ölçüde etkileyen salgınların tıbbi, idari ve sosyal belirleyicileri olmak üzere üç belirleyicisi bulunmaktadır. Bu belirleyicilere Tablo 1.1’de avantaj ve dezavantajlarını da içerecek şekilde yer verilmiştir.

Tablo 1.1: Salgının Tıbbi Belirleyicileri

Belirleyici	Avantaj	Dezavantaj
Yüksek Bulaşma Hızı		• Kısa zamanda toplumun önemli bir bölümünün enfekte olma potansiyeli
Patojenitenin (Belirtili Seyretme) Orta Seviyede Olması	• Semptomatik olan hasta sayısı daha azdır • Bakım hizmeti ve tedaviye çok fazla talep olmamaktadır.	• Salgının yayılımı yükselir
Virülansın Orta-Üst Seviyede Olması	• Asemptomatikler, orta ve hafif seyirlielerde ölüm gerçekleşmez.	- Hastaneye yatırılması gereken hastalarda %5 ve %6 arasında ölüm • Kronik hastalığı olanlarda ve yaşlılarda ölüm oranları daha yüksektir • Az zamanda hasta yatağı sayısında artış ve yoğun bakım desteğinin gerekliliği
Çocuklarda Ve Gençlerde Daha Hafif Seyir	• Aktif nüfusun daha az etkilenmesi	• Yaşlı insanların daha fazla etkilenmesi ile çok daha fazla yoğun bakım gereksinimi oluşur
Temaslıların Ve Vakaların Erken Teşhisi	• Erken korunma ve karantina önlemleri • Toplumsal güvenin olması	
Tanı Testi Fazlalığı (Merkez Fazlalığını Da İçerir)	• Vaka sayılarındaki yükseklik • Temaslı olanların erkenden tespiti • Erken zamanda sonuç	
Yaşlı Nüfusun Fazlalığı		• Semptomatik hasta sayısının yükselmesi • Yoğun bakım ve yatağa olan ihtiyacın artması
Kişi Başına Hasta Yatak Miktarında Fazlalık	• Standart hastane tedavi ve bakımları • Panikte azalma • Tıbbi şartlara uymadaki artış	
Kişi Başına Ventilator Ve Yoğun Bakım Fazlalığı	• Ağır hastalar arasında seçim yapmaya gerek duyulmaması	
Uzman Hekim Yeterliliği	• Tanıda, hasta takibinde ve tedavide elde edilen başarı • Sağlık bakımıyla alakalı enfeksiyonda düşme	
Doktor Sayısındaki Yeterlilik	• Tanıda, hasta takibinde ve tedavide geçirilen sürede başarı • Uzmanların desteklenmesi ve rahatlatılması • Disiplinlerin birbirine desteği • Sağlık bakımı ile alakalı enfeksiyonda düşme	
Sağlık Personeli Yeterliliği	• Sağlık çalışanı başına düşen hasta sayısında azalma • İyi tedavi • Sağlık bakımı ile alakalı enfeksiyonun düşmesi	• Kit üretimi ve temin sorunu • Merkezler arasında farklılıklar • Talepte yükselme • Maliyet
Koruyucu Ekipman Yeterliliği	• Sağlık bakımı ile alakalı enfeksiyonun düşmesi • Sağlık personeli kaygısının düşmesi • Vaka sayılarındaki düşme	• Fazla kullanım ve israf yapmak • Ulaştırmanın Yetiştirilememesi
El Yıkama	• Salgının yayılma hızında	• Psikolojik sorunlarda yükseliş

Oranında Sıklık Ve Kaliteli Hijyen Uygulamalarında Artma	azalma •Diğer bulaşıcı hastalıkların sıklığında azalma	• Su kullanımında israfın artması
Sağlıklı İnsan Gücünün Planlı Ve Etkin Kullanımı	•Sağlık bakımı ile alakalı enfeksiyonun düşmesi •Sağlık personeli kaygısının düşmesi • Aile kaygısında düşme	• İzinlerin planlaması •Organizasyon yapılması • Yeden insan ve geri kademe gücünün tespit edilmesinin ardından gerekli görüldüğünde görev başına davet edilmeleri
Koordinasyon Ve Kurumsal İletişim	• Müdahale hızındaki artış • Tamamlayıcı etkenlerin devreye sokulması • Daha az zamanda salgının kontrole alınması • Güvende artış	

Kaynak: TÜBA, 2020:26-27.

Tablo 1.1'e bakıldığında salgının sadece tıbbi belirleyicilerinin olmadığı diğer belirleyicilerinin de bulunmasının yanında bu belirleyicilerin hem avantajı hem de dezavantajının olduğu görülmektedir. Salgının tıbbi belirleyicilerinden bir tanesi yüksek bulaşma hızıdır. Yüksek bulaşma hızının herhangi bir avantajı bulunmamaktadır. Ancak kısa sürede insanların büyük bölümünün enfekte olma potansiyeli gibi dezavantajı bulunmaktadır. Temaslıların ve vakaların erken teşhisinin herhangi bir dezavantajının olmamasının yanında erken korunma ve karantina önlemlerinin alınmasını ve toplumsal güvenin sağlanması gibi avantajları vardır. Salgının bir diğer tıbbi belirleyicisi olan tanı testinin fazlalığının bir dezavantajı bulunmamaktadır. Bu vaka sayılarında yüksekliğin olmasında avantaj sağlarken temaslı olanların erkenden tespitini ve erken zamanda sonuç almasını da sağlamaktadır. Yaşlı nüfusun fazla olması semptomatik hasta sayısının yükselttiği için ve yoğun bakım ve yatağa olan ihtiyacı arttırdığı için dezavantaj doğuran bir durumdur. Yaşlı nüfusun çok olmasının herhangi bir avantajı bulunmamaktadır. Kişi başına hasta yatak miktarının fazla olması, bakımları arttırır, paniği azaltır ve tıbbi şartlara uymayı arttırır. Bu durum faydalı olduğu için bir dezavantaj oluşturmamaktadır. Kişi başına ventilatör ve yoğun bakım fazlalığının olması dezavantaj doğurmayan bir durumdur. Ağır hastalar arasında seçim yapmaya gerek duyulmaması gibi faydaları vardır. Uzman hekimlerin fazla olması herhangi bir olumsuzluk barındırmazken tanıda, hasta takibinde ve tedavide elde edilen başarı ve sağlık bakımıyla alakalı enfeksiyonda düşme gibi avantajlar sağlamaktadır. Koordinasyon ve kurumsal iletişim de bir diğer tıbbi belirleyicidir. Bu belirleyici, müdahale hızının artmasını, tamamlayıcı etkenlerin devreye sokulmasını, daha kısa sürede salgının kontrole alınmasını ve insanların güveninin artmasını sağlar. Bu olumlu

bir durum olduğu için herhangi bir dezavantajı bulunmamaktadır. Hem avantajı hem de dezavantajının bulunduğu belirleyiciler ise patojenitenin orta seviyede olması, virölansın orta-üst seviyede olması, çocuklarda ve gençlerde daha hafif seyir, sağlık personeli yeterliliği, koruyucu ekipman yeterliliği, el yıkama oranında sıklık ve kaliteli hijyen uygulamalarında artma ve sağlıklı insan gücünün planlı ve etkin kullanımıdır.

Tablo 1.2’de salgının sosyal ve idari belirleyicilerine yer verilmiştir. Bu belirleyiciler etkili ve güçlü organizasyon, toplumsal kısıtlama tedbirlerinin zamanında devreye sokulması ve bilimsellik ve şeffaflıktır. Bu belirleyicilerin avantaj ve dezavantajlarına yine Tablo 1.2’de değinilmiştir.

Tablo 1.2: Salgınlara Sosyal ve İdari Belirleyicileri

	Avantajlar	Dezavantajlar
Etkili ve Güçlü Organizasyonlar	- Görev, yetki ve sorumlulukların tanımlanması - Veri akımının gerçekleştirilmesi - Yaşanılan durumun farkına varma - Müdahalenin zamanında yapılma olanağı - Sahiplik ile güven hissi - Kurumlar arası eşgüdüm ile işbirliği - Sorunun büyüklüğünün belirlenmesi - Gereksinimlerin karşılanması ve ulaştırmanın sağlanması	- Kurumlarda ve kişilerde bıkkınlık - Kurumların arasında eşgüdümde sorun ve zorlukların yaşanması - Kriz merkezi gibi kurumun olmadığı durumda rutinin karmaşıklığı
Toplumsal kısıtlama tedbirlerinin zamanında devreye koyulması	- Salgının yayılım hızının azalması - Salgının zamana yayılması	- Panik ve stres yaşamada artış - Üretimde ve ekonomik alanda kayıplar - Hastanede ve evde izolasyon ortamında olanların gereksinimlerin karşılanması - Günlük gelir sağlayarak geçinmeye çalışanlara destekler - Psikolojik sorunlar yaşayan insan sayılarındaki artış - C ve D vitamininin azalması ve diğer beslenme sorunları - Obezite bireylerin sayısındaki artış
Bilimsellik ve Şeffaflık	Toplum güveni ve doğru yorum	Doğru anlatım yapılmazsa panik ve riskte artış

Kaynak: TÜBA, 2020:27.

Etkili ve güçlü organizasyonun avantajları görev, yetki ve sorumlulukların tanımlanması, veri akımının gerçekleştirilmesi, yaşanan durumun farkına varılması, müdahalenin zamanında yapılması, sahiplik ile güven hissi, kurumlar arası eşgüdüm ile işbirliği, sorunun büyüklüğünün belirlenmesi ve gereksinimlerin karşılanması ve ulaştırmanın sağlanmasıdır. Dezavantajları ise, kurumlarda ve kişilerde bıkkınlık,

kurumların arasında eşgüdümde sorun ve zorlukların yaşanması ve kriz merkezi gibi kurumun olmadığı durumda rutinin karmaşıklığıdır. Sosyal ve idari belirleyicilerden bir diğeri ise toplumsal kısıtlama tedbirlerinin zamanında devreye sokulmasıdır. Bu belirleyici, salgının yayılım hızını azaltır ve salgının zamana yayılmasını sağlar. Panik ve stres yaşamada artış, üretimde ve ekonomik alanda kayıplar, hastanede ve evde izolasyon ortamında olanların gereksinimlerinin karşılanması, günlük gelir sağlayarak geçinmeye çalışanlara destekler, psikolojik sorunlar yaşayan insan sayılarındaki artış, C ve D vitamininin azalması ve diğer beslenme sorunları, obezite bireylerin sayısındaki artış bu belirleyicilerin dezavantajlarıdır. Son belirleyici ise, bilimsellik ve şeffaflıktır. Toplum güveni ve doğru yorum gibi avantajları bulunurken, panik ve riskte artışa neden olması gibi dezavantajları da bulunmaktadır.

1.3. Salgınlara Çıkış Nedenleri

İnsan hayatını büyük ölçüde tehlikeye atan salgınlara farklı çıkış nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenlerden ilki iklim düzensizlikleri ve değişiklikleridir. Bu, su yetersizliğine, sıcaklığın aşırı yükselmesine, kemirici ve sivrisineklerin artmasına, seller ve kuraklığa neden olmaktadır. İkinci neden, demografik ve insan davranışlarındaki değişikliklerdir. Bunlar nüfus artışı, köyden kente göçler, cinsel davranışlarda değişiklikler, kentlerin büyümesi, ayaklanmaların çıkması ve madde bağımlılığındaki artışlar olarak kendini göstermektedir. Üçüncü neden sosyo-ekonomik faktörlerdir. Bunlar, göç ve mevsimlik işçiliktir. Dördüncü neden ise ekolojik değişikliklerdir. Ekolojik değişiklikler, İnsan ve hayvan ilişkilerindeki değişiklikler, yabani hayat alanlarının genişlemesi ya da daralması, hayvanların ve kuşların göç davranışları, yabani hayatı etkileyen müdahaleler, arazi kullanımındaki değişiklikler ve toprağın özellikleri, sokak hayvanlarının sayısındaki artış, tarım faaliyetleri, baraj projeleri, kuraklık, seller, ormanların azalması ya da artmasıdır. Salgınlara beşinci nedeni, direnç ve hastane tedavi problemleridir. Bunlar doku ve organ nakli, kan transfüzyonu, antibiyotik direnci ve bağışıklığı baskılanmış birey sayısındaki artışlardır. Altıncı neden küresel ticarettir. Bunlar, cansız taşıyıcılar, hayvanlar, yem ve gıdalar vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Diğer nedenler ise, teknolojik gelişmeler, mikrobiyal adaptasyon ve değişim, sanitasyon ve hijyen eksikliği, savaşlar, küresel seyahatlerdir (TÜBA, 2020:33-34).

1.4. Salgından Korunma

Bir salgın ortaya çıktığı dönemde beraberinde olumsuz sonuçlar ortaya çıkarabilmektedir. Salgınların olumsuz etkilerinden korunmak için önlemler alınması bu etkileri en aza indirecektir.

Salgından korunmak için öncelikle hijyen kurallarına dikkat edilmelidir. Sonrasında ise bu hastalıklar ile ilgili halka gerekli bilgilendirme yapılmalıdır. Annelere ve çocuklarına beslenme bozukluğu durumunda ağır enfeksiyonlar geçirebilecekleri hatırlatılmalı ve bu alanla ilgili beslenme eğitimleri verilmelidir. Yeterli olacak miktarda su sağlanmalı ve suların klorlanması yapılmalıdır. İnsan ve hayvan atıkları sağlığa zarar vermeyecek şekilde ortadan kaldırılmalıdır. Aşı çalışmaları hızlandırılıp bağışık duruma getirilmelidir. Gıda denetimi yapılmalı ve gıda maddeleri üretenler ve satanlar taşıyıcılık açısından gözlemlenmeli, gıda maddelerinden düzenli olarak örnekler alınarak kontrol sağlanmalıdır. Hayvanlar sürekli kontrol edilmelidir. Bulaşıcı hastalıklar ile mücadele bakımından yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Salgın kontrol planlaması oluşturulmalı ve bu planlar revize edilmelidir. Laboratuvarlar geliştirilmelidir. Sektörler arası iş birliği yapılmalıdır. Salgının ortaya çıkmasının ardından salgınla mücadele etmek için gerekli olan araç ve gereçler belirlenmeli ve bunlar kısa sürede temin edilmelidir. Bulaşıcı hastalığı engellemek hususunda klinik ve epidemiyolojik araştırmalar yapılmalı ve yapılan araştırmalar desteklenmelidir (Kocabadak, 2021:21-22). Bu önlemler salgının varlık süresini, bulaştığı insan sayısını ve salgının yarattığı tahribatı en aza indirmektedir.

1.5. Salgınların Tarihçesi

Tarih boyunca insanlar birçok salgın hastalığa maruz kalmış ve bu salgınlar insanlar için her zaman sorun teşkil etmiştir. Çünkü salgın hastalıklar sadece enfekte olan bireyleri değil, aynı zamanda bütün toplumu da birçok yönden etkilemiştir. Mikroorganizmalar da insanlar gibi modern ulaşım imkânlarından yararlandığı için, salgın hastalıklar eskiden olduğundan daha yakın ve daha hızlı tehlike haline gelmiştir (Parıldar, 2020:19).

İnsanların salgınla ilk olarak ne zaman karşılaştığı ve yaşanan ilk pandemilerin tarihi net olarak bilinmemektedir. Ancak tarih boyunca adı konulmamış pek çok toplu ölümlerle karşı karşıya kalındığı tarihsel bir gerçektir. Tarihi kaynaklar, pandemileri ve

etkilerini yazmaya 1510 yılından itibaren başlamaktadır. Bu yıllarda solunum yollarını etkileyen ve Asya'dan başlayıp Avrupa'ya kadar yayılan bir salgın hastalıktan bahsedilmektedir. Diğer taraftan M.Ö. 412 yılında Hipokrat, grip gibi bir hastalıktan bahsetmektedir. Kayıtlı olan büyük grip pandemilerinin çoğunlukla Çin merkezli Asya'da başladığı ve son 400 yıl içerisinde gerçekleştiği bilinmektedir (Karagöz, 2020:46-47).

Tarih boyunca birçok salgın hastalık ortaya çıkmıştır. Bu salgınlardan bazıları, veba, kolera, şiddetli akut solunum yolu sendromu (SARS), Orta Doğu solunum sendromu (MERS), eboladır. Bu salgınlar ile ilgili bilgiler aşağıda kısaca verilmektedir.

1.5.1. Veba

Kaynaklara göre tarihte ilk veba salgını 541 yılında Mısır'da görülmüştür. Birçok dini, ekonomik ve sosyal etkisi olan bu salgın, Bizans İmparatorluğu'nun zayıflamasına neden olduğu için Bizans İmparatoru'na ithafen "Justinianus Vebası" (541-542) adını almıştır. Avrupa, Kuzey Afrika, Güney ve Orta Asya nüfusunun %50 ile %60'ının bu salgında hayatlarını kaybettiği bilinmektedir (Parıldar, 2020:22). Justinianus Vebası nedeniyle Doğu Roma İmparatorluğu'nda nüfusun büyük oranda azalması, işgücü miktarında sıkıntı yaşanmasına yol açmış ve bu da işgücü maliyetlerini yükseltmiştir. Maliyetlerin artması enflasyonda da yükselişe neden olmuştur. Toprak sahiplerinin ölmesi, aile ya da yakınlarının veba salgınından dolayı mahsulle ilgilenememeleri tarımda olumsuz bir etki yaratmış ve bu da gıda üretiminde azalmalara ve şehirlerde kıtlıkların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Başka bir mali problem ise altın sikkelerinin değer kaybetmesidir. Roma yönetimi gelirlerinde meydana gelen sert düşüşe karşı daha düşük kalitede altın paralar basmış ve bakır sikkeler de aynı dönemde değerini yitirmiştir (Türk vd., 2020:615). Justinianus Vebası sonrasında, büyük nüfus kayıplarının ve doğum oranlarının düşmesinin neden olduğu yüksek ücretler, İslam tarihinin erken yüzyıllarda fiyatı daha yüksek mallara olan talebi arttırmış ve böylece bu malların üretimini özendirerek ekonomik gelişmeyi desteklemiştir. İslam'ın Altın Çağı olarak adlandırılan bu dönemde yüksek ücretler, Mezopotamya'da dünyanın diğer bölgelerinden temin edilen yeni bitkilerin ekilmesine ve tarımda verimlilik artışına yol açmıştır. Kent ekonomisinde de yüksek gelir ve yüksek ücretlerin yarattığı talep, mamul mallar üretiminde teknolojik gelişmelere, Hindistan'dan ve Çin'den yapılan lüks

malların ithalatının artmasına ve uzun mesafeli ticarete canlanmaya yol açmıştır (Pamuk, 2020).

Tarihte görülen ikinci veba salgını 1347-1351 yılları arasında yaşanmış ve “kara ölüm” olarak adlandırılmıştır. “Kara ölüm” denmesinin nedeni, hastalığın belirtisi olarak siyah renkli şişliklerin (apse ve LAP) olmasıdır. Dünya ikliminde 1330’lu yıllardaki değişimler nedeniyle bozkırlardaki kemirgenler yok olmuş, kuru ve sıcak rüzgârlar pire, bakteri ve hayvanları, çöllerden Moğolların yerleşim yerlerine taşımış, ipek ve taze bahar gibi ürünlerin ticareti ile hastalık Asya ve Avrupa’ya yayılmış ve 1348 yılından sonra Avrupa’yı şiddetli bir şekilde etkilemiştir (Parıldar, 2020: 22). Veba salgınına yakalanan kişilerin üçte ikisi ölürken, etkilenen yerlerdeki nüfusun %30-%50 oralarında bu salgından hayatlarını kaybettikleri tarihi kayıtlara geçmiştir (Cartwright, 2020).

İkinci veba salgını eş zamanlı olarak Avrupa’da ekonomik durgunlaşmaya yol açmıştır. Ticaret yoluyla malları tedarik etmek ve üretmek tehlikeli ve zor olduğu için gerek yerel olarak üretilen gerekse de uzak yerlerden ithalatı gerçekleştirilen malların fiyatları hızlı bir şekilde artmış ve böylece ekonomide ani ve aşırı enflasyon yaşanmıştır. Yaşanan hastalık ve ölümlerden dolayı işgücünün azalması, işgücü maliyetlerinde artışa neden olmuştur. İşgücündeki yetersizlik ücretleri arttırmış ve bunun sonucunda yaşam standartları yükselmiştir. Gelirdeki artış özellikle kentsel bölgelerde üretimi gerçekleştirilen ürünlerde ve lüks tüketimde artışa neden olmuştur. Üçüncü veba salgını 1855 yılında, Qing hanedanının Xianfeng İmparatoru’nun beşinci yılında Çin’in Yunnan şehrinde ortaya çıkmıştır. Bu veba salgını bütün kıtalara yayılarak Çin ve Hindistan’da 12 milyondan fazla kişinin hayatını kaybetmesine yol açmıştır. Salgın Çin’de insanları göç etmek zorunda bırakmış ve böylece tarımsal üretimde önemli ölçüde azalmalar yaşanmıştır. Tarımsal ürünlerdeki kıtlığın yanında Çin’in bazı bölgelerinde önemli bir ticaret ürünü olan pamuk ekimi ve hasadı da salgından önemli ölçüde etkilenmiştir (Türk vd., 2020:616-619).

1.5.2. Kolera

İlk kolera salgını Hindistan’daki Ganj Nehri Deltası’nda, Kalküta yakınlarında patlak vermiş ve sonrasında ülkenin geri kalanına yayılmaya devam etmiştir. 1820’lerin başında, kolonizasyon ve ticaret hastalığı Güneydoğu Asya, Orta Asya, Orta Doğu, Doğu Afrika ve Akdeniz kıyılarında taşınmıştır. Bu salgından ölenlerin sayısı

bilinmemektedir. Ancak İngiliz birlikleri arasında kaydedilen 10 bin ölüme dayanarak, araştırmacılar Hindistan genelinde yüz binlerce kişinin hastalıktan hayatını kaybettiğini bildirmişlerdir. 1820 yılında Endonezya'daki Java adasında 100 bin kişinin öldüğü kayıtlara geçmiştir. 1823'te kolera salgını, Bengal Körfezi çevresi haricinde dünyanın büyük bir kısmında yok olmuştur (CBC, 2010).

İkinci kolera salgını Hindistan'da başlamış ve 1830 yılında Rusya'da görülmesinin ardından Finlandiya ve Polonya'ya da ulaşmıştır. İngiltere'de Ekim 1831 yılında iki yıllık bir salgın ortaya çıkmış ve 22 bin kişinin ölümüne yol açmıştır. İrlandalı göçmenlerin patates kıtlığından ve yoksulluktan kaçmaları, hastalığın Avrupa'dan Kuzey Amerika'ya taşınmasına neden olmuştur. 1832 yılının yaz mevsimine gelindiğinde, Montreal'de 1220 ve Quebec'te 1000 kişi daha hayatını kaybetmiştir. Hastalık daha sonra Detroit ve New York üzerinden ABD'ye ulaşmış ve 1833 yılında Latin Amerika'da görülmüştür. Üçüncü kolera salgını ölümcül olarak kabul edilmiş ve ilk olarak Hindistan'da görülmüştür. 1854'te yalnızca İngiltere'de 23 bin kişi hayatını kaybetmiştir. Dördüncü salgın ise, Mekke'yi ziyaret eden Hintli Müslüman hacıların hastalığı Orta Doğu'ya yaydığı Bengal Bölgesi'nde başlamıştır. 90 bin Mekke hacısından en az 30 bini bu hastalıktan yaşamını yitirmiştir. Beşinci pandemi Hindistan'ın Bengal Bölgesi'nde ortaya çıkmıştır. Bu salgın, 1893 ve 1894 yılları arasında Rusya'da 200 bin insanın ölümüne yol açmıştır. Yüzyılın başında, altıncı pandemi Kuzey Afrika, Orta Doğu, Avrupa ve Rusya'nın bazı bölgelerine ulaşmadan önce Hindistan'da 800 binden fazla insanın hayatını kaybetmesine neden olmuştur. 1923 yılına gelindiğinde Hindistan'da hala birçok kolera vakası bulunmasına rağmen dünyanın çoğunda azalmıştır. Yedinci pandemi Endonezya'da ortaya çıkmıştır. Asya ve Orta Doğu'daki insanları oldukça olumsuz etkilemiş ve 1971 yılında Afrika'da da görülmüştür. İtalya'ya ise 1973 yılında yayılmıştır (CBC, 2020).

Bu salgının yayılması, büyük ölçüde ticaret, emperyalizm, göç (özellikle köle ticareti) ve askeri çatışma yoluyla olmuş ve sanayileşmenin artması sonucunda salgının yayılımında artış görülmüştür. Hastalığın nedeni tespit edilene kadar ülkeler sağlık sisteminde önemli ve büyük değişiklik yapma girişiminde bulunmamıştır. Koleranın nedeninin Robert Koch tarafından bulunmasının ardından sosyal refah sistemiyle desteklenen bir sağlık altyapısı oluşturulmaya başlanmıştır. İlave olarak bulaşıcı hastalıkların önüne geçmek için uluslararası kuruluşlar da kurulmaya başlanmıştır (Türk vd., 2020:619).

1.5.3. Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu (SARS)

Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) olarak bilinen ve Türkçe karşılığı “Şiddetli Akut Solunum Yolu Sendromu” olan salgın, Korona Virüsün (SARS-CoV) sebep olduğu bir solunum yolu hastalığıdır. Damlacıklar yoluyla insandan insana bulaşmaktaydı (Parıldar, 2020:20). İlk olarak Kasım 2002’de Çin’in Guangdong eyaletinin Foshan şehrinde görülmüştür. Temmuz 2003’e kadar SARS-CoV’un uluslararası yayılımı 26 ülkede 8098 SARS vakası ve 774 kişinin ölümüyle sonuçlanmıştır (WHO, 2004:4). En çok vaka ve ölümlerin görüldüğü ülke SARS virüsünün ortaya çıktığı Çin olmuştur. Çin’de 5 bin 327 kişide SARS virüsü tespit edilmiş ve 349 kişi hayatını kaybetmiştir. İlk virüs vakası Çin’de, son virüs vakası ise ABD’de tespit edilmiştir (Şahbaz, 2021:4-5).

Amerika’daki salgının ekonomik maliyetlerinin hesaplanması kolay olmamış ve bununla birlikte, 1846-1850 yılları arasında New Orleans’ta salgın hastalık için 45 milyon dolar harcamanın dışında göç, ticaretteki azalma ve emek kaybı bölgeyi önemli derecede etkilemiştir. Memphis’te ise nüfusun çoğunluğu salgından etkilenmesinin yanında yerel işletmelerin kaybı 100 milyon dolar olmuş ve Mississippi vadisinde toplam ticari kayıp ise 200 milyon dolar olmuştur (Türk vd., 2020:620).

1.5.4 Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS)

Middle East Respiratory Syndrome (MERS), Türkçe karşılığı ile “Orta Doğu Solunum Sendromu” olarak ifade edilmektedir. Yakın temas yolu ile insandan insana yayılan ve öksürük, nefes darlığı ve ateş belirtileri gösteren MERS-CoV enfeksiyonu her yaş grubuna bulaşabilmektedir. İlk olarak 2012 yılının Eylül ayında Suudi Arabistan’da görülmüş fakat geriye dönük araştırmalar neticesinde bilinen ilk olgunun 2012 yılının Nisan ayında Ürdün’de ortaya çıktığı sonucuna varılmıştır. MERS’in Arap Yarımadası’nın dışında bilinen en büyük salgını 2015’te Kore Cumhuriyeti’nde ortaya çıkmış ve ülke dışından gelen bir kişinin salgına neden olması dikkatleri çekmiştir. İlkbahar aylarında MERS özellikle hastane kaynaklı salgınlara neden olmuş ve hastalık yıl boyunca yeni hastalarda da görülmüştür (Parıldar, 2020:20).

MERS salgını, Kore’de 2,6 milyar ABD doları turizm geliri kaybına ve 2,1 milyon yabancı ziyaretçinin azalmasına neden olmuştur. Turist sayılarında düşüş yaşanmasıyla bağlantılı olarak yiyecek ve içecek hizmeti, ulaşım ve konaklama

sektörlerinde öngörülen kayıplar sırası ile 359 milyon ABD doları, 106 milyon ABD doları ve 542 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Kayıplar, Haziran ve Temmuz 2015'te konaklama, yiyecek ve içecek hizmetleri sektörleri ile 2015 yılının Haziran ayında ulaşım sektörü için tahmin edilenden çok daha düşük hizmet endeksleri yoluyla meydana gelmiştir (Türk vd., 2020:625).

1.5.5. Ebola

Ebola virüsü hastalığı (EVH), önceden “ebola hemorajik ateşi” olarak bilinmekteydi. Bu virüs insanlarda çok sık görülmeyen ancak ciddi ve genellikle ölümlere neden olan bir virüs olmuştur (WHO, 2021). Bu hastalık insanlara ebola virüsü ile enfekte olmuş hayvanlarla temas etme sonucunda (genel olarak kesme, pişirme, yeme sonrası) ya da enfekte olmuş bireyin vücut sıvılarına temas sonucunda bulaşmıştır. İnsandan insana bulaşma genellikle, enfekte kişilerin kan veya diğer vücut sıvılarının veya sekresyonlarının (idrar, dışkı, semen, tükürük), sağlıklı bireylerin hasar görmüş cildi ya da mukos membranına bulaşması yoluyla olmuştur (T.C. Sağlık Bakanlığı HSGM, 2020). Ortalama EVH vaka ölüm oranı %50 olarak gerçekleşmiştir. Geçmiş salgınlarda ölüm oranları %25-%90 arasında değişiklik göstermiştir. İyi bir salgın kontrolü, enfeksiyon önleme vaka yönetimi ve kontrol uygulamaları, temaslı takibi ve sürveyans, iyi bir laboratuvar hizmeti, sosyal seferberlik ve güvenli definler gibi önlemler ile mümkün hale gelmiştir. Ebola virüsü ilk olarak 1976 yılında biri Nzara, Güney Sudan'da ve diğeri Demokratik Kongo Cumhuriyeti (DRC), Yambuku'da olmak üzere iki eş zamanlı salgın ortaya çıkmıştır. Son vaka ise, hastalığa adını veren Ebola Nehri yakınlarındaki bir köyde görülmüştür (WHO, 2021). Mevcut bilimsel bulgular sonucunda ebola virüsünün doğal konakçısı meyve yarasaları olmuştur. Türkiye'de bugüne kadar Ebola Virüs Hastalığına yakalanmış vaka tespit edilmemiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı HSGM, 2020).

Ebola virüsü 2014-2016 yılları arasında da görülmüştür. 2014 yılında da ortaya çıkan ebola salgını, görüldüğü ülkelerde hane halkı gelirlerinde azalmaya ve yoksullukta artışa neden olmuştur. Ebola salgını ortaya çıktığı dönemde Sierra Leone, Gine ve Liberya'da ekonomik anlamda olumsuz sonuçlara neden olmuştur. Bu ülkeler üzerinde ebola salgınının genel etkisi 2,8 milyar dolar olmuştur. Sierra Leone'de %50 oranında özel sektör işgücü kaybı gerçekleşmiştir. Sierra Leone, Liberya ve Gine'de 2015 yılında GSYH 2,2 milyar dolar azalmıştır. Ortaya çıkan bu etki sadece

makroekonomik istikrarı değil aynı zamanda özel sektör büyümesini, beşeri sermaye gelişimini ve gıda güvenliğini de tehdit etmiştir. Salgının en fazla görüldüğü Afrika’da salgının görüldüğü bölgelere tarım işçilerinin gitmek istememesi nedeniyle tarımsal üretim olumsuz etkilenmiş ve ana gelir kaynağı tarımsal ürünler olan çiftçiler ve ülkeler gelirlerinde büyük kayıplar yaşamıştır. İşçi kaybı ve seyahat kısıtlamaları nedeniyle madencilik faaliyeti azalmış ve Liberya’daki hareket kısıtlamaları nedeniyle elmas ve altın madenciliğinde azalmalar yaşanmıştır. Altın, demir cevheri ve boksit fiyatları salgının yoğun şekilde görüldüğü Afrika ülkelerinde önceki yıllara göre %30-60 oranında düşüş yaşamıştır. Ekonomik faaliyetlerin azalması, vergi ve tarifelerden sağlanan gelirden de düşüş yaşanmasına neden olmuştur. Salgının toplam toplumsal ve ekonomik maliyetlerinin 53 milyar dolar olduğu tahmin edilmektedir (Türk, vd., 2020:624-625).

1.6. Salgınların Diğer Etkileri

Salgınlar tarihin her döneminde farklı şekillerde ve farklı isimlerle ortaya çıkmıştır. Bu salgınların ortaya çıkmasıyla beraber gerek toplumlar ve gerekse ülkeler birçok yönden etkilenmiştir. Salgınların ekonomik etkilerinin dışında demografik, sosyal-dini, psikolojik, siyasi, askeri etkileri ile sanata ve bilime olan etkileri de bulunmaktadır. Bu etkiler aşağıda kısaca açıklanmıştır (Tokaç, 2020):

- Salgınların demografik etkileri; kitlesel ölümler yoluyla dünya nüfusunda azalmalara yol açmalarıdır. 14. yüzyılda ortaya çıkan ve Avrupa’da büyük etkiler yaratan veba salgınından dolayı Avrupa nüfusunun yarıya yakını ölmüş ve ancak üç asır sonra Avrupa’nın salgın öncesi nüfusuna ulaştığı görülmüştür.
- Salgınların sosyal ve dini etkileri; yaşanan salgınların göçlere neden olmaları ve şehirlerin yerlerinde değişiklikler meydana gelmeleridir. Salgınlar Yahudiler veya Çingeneler gibi gruplara nefret duyulmasına neden olmuş ve salgının çıkma nedeninin belirli gruplara bağlanması nedeniyle o gruplara şiddet eylemleri yapılmıştır. 14. yüzyılda ortaya çıkan veba salgını, Rönesans’ın başlamasına neden olan en önemli olay olmuştur. Batı toplumunun karanlık çağdan kurtulmasında ve Katolik Kilisesinin baskıları karşısında Martin Luther’in Protestanlığı ortaya çıkarmasında da veba salgınının etkisi olmuştur.
- Salgınların psikolojik etkileri; insanların duygu, his ve bilinçlerini kaybedip birbirlerini öldürmek istemeleri ve intihar etmeleridir.

- Salgınların siyasi etkileri; Roma İmparatorluğu’nun çökmesidir. Roma İmparatorluğu askeri güçlere yenilmemiş ancak veba salgınına yenilerek imparatorluğunun sonuna gelmiştir. Veba salgını gibi hastalıklar, bazı devletlerin yıkılmasına neden olmuş ve diğer bazı devletlerde ise yönetimin el değiştirmesine neden olmuştur.
- Salgınların askeri etkileri; orduların yıkılması ve savaşların kaybedilmesidir. 452 yılında Atilla, ikinci Roma Seferi’ne çıktığı sırada ordusunda görülen salgın hastalık üzerine seferini tamamlayamamıştır. 1918 yılında ortaya çıkan ve “İspanyol Gribi” adıyla bilinen enflüanza salgınının Birinci Dünya Savaşı’nın bitmesinin en büyük nedenlerinden biri olmuştur.
- Salgınların sanata etkileri; sanatçıların salgın döneminde yaptığı eserlere olan etkilerdir. Salgın hastalıklar çıktığı dönemde var olan sanatları etkilemiştir. Kara Ölüm ile birlikte Orta Çağ’da vebanın etkisi sanatta da görülmüştür. Veba salgınları, Shakespeare ve onun çağdaşlarının oluşturduğu eserlerde en önemli esin kaynağı olmuştur. Romeo ve Juliet’in ayrılmalarının nedeni bir komplo olarak anlatılsa da satır aralarına gizlenmiş sebep aslında veba salgını olmuştur. 1917 yılında Albert Camus’a, kaleme aldığı La Peste (Veba) adlı romanıyla Nobel Edebiyat Ödülü’nü almaya hak kazandıran, romanında anlatmış olduğu 20. yüzyılda Cezayir’in Oran şehrinde görülen bir veba salgını olduğu düşünülse de gerçekte o dönemde Nasyonel Sosyalizm (Nazizm) vebasına yaptığı eleştiriler olmuştur.
- Salgınların bilime etkileri; salgın hastalığın tedavisi için ortaya çıkan bilimsel gelişmelerdir. Salgın hastalıkları önlemek için yapılan çalışmalar neticesinde bilimsel gelişmeler hızlanmış ve bilimsel alanda olumlu gelişmeler yaşanmıştır. Salgın hastalığın nedenlerinin tespiti veya tedavisine yönelik olan gelişmeler (aşıların geliştirilmesi) bilimsel gelişmeler olarak ifade edilmiştir. İsaac Newton buluşlarının büyük bir kısmını, 1665 yılından itibaren iki yıl boyunca Avrupa’nın büyük bir bölümünü etkilemiş olan veba salgını nedeniyle Cambridge Üniversitesi’nde eğitim ve öğretime ara verilmesinden dolayı uzakta yaşamak zorunda kaldığı Woolsthorpe’taki annesinin çiftliğinde gerçekleştirmek zorunda kalmıştır. En çok bilinen buluşu olan yer çekimi kanunu dışında, fizik ve matematik alanlarında da pek çok buluşa imza

atmıştır. Optik üzerine yaptığı çalışmalarında prizmadan geçirilen beyaz ışığın renklerine ayrıldığını İbn Heysem'in fikirlerinden yararlanarak bulmuştur.

1.7. Covid-19 Virüsü

Salgın hastalıklar, insanlık tarihinin her döneminin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Sosyal, ekonomik, psikolojik, demografik, kültürel ve daha birçok yönden toplumsal hayatı büyük ölçüde etkilemiştir. Ortaya çıktığı her dönem ve her toplumda milyonlarca insanın ölümüne neden olan ve dünya tarihine adı geçen salgın hastalıkların yanına günümüzün küresel boyutlu salgını olarak ilan edilen Covid-19 eklenmiştir (Hacıoğlu ve Sağlam, 2021:17).

Covid-19 ilk olarak 31 Aralık 2019 tarihinde, Çin'in Wuhan eyaletinde canlı hayvan ve deniz ürünleri satan bir pazarda çalışan dört kişide ve aynı günlerde bu pazara gelen çok sayıda insanda akciğer enfeksiyonu belirtilerinin teşhis edildiğinin açıklanmasının ardından gündeme gelmiştir. Hastalığa yakalanmış insanlardan alınan örneklerin incelenmesinin ardından hastalığın nedeni olan virüsün SARS (2002) ve MERS (2012) gibi korona virüs ailesinden olduğu 7 Ocak'ta tespit edilmiş ve yeni korona virüs 2019 (2019-nCoV) olarak adlandırılmıştır. Sonrasında ise Covid-19 adı verilmiştir (Özel Olimpos Hastanesi, 2022). Korona virüs, insanlarda ya da hayvanlarda hastalıklara neden olan büyük bir virüs ailesidir. İnsanlarda, birkaç korona virüs soğuk algınlığından Orta Doğu Solunum Sendromu (MERS) ve Şiddetli Akut Solunum Sendromu (SARS) gibi çok daha şiddetli hastalıklara kadar birçok solunum yolu enfeksiyonlarına neden olmuştur (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020).

Dünyanın çeşitli yerlerinde eş zamanlı olarak yayılım gösteren ve birçok birey için tehdit unsuru olan salgınlar, Dünya Sağlık Örgütü tarafından pandemi olarak ilan edilmektedir. Covid-19 salgını, Çin'de görülmesinin ardından neredeyse tüm dünya ülkelerine yayılıp, birçok can kaybına neden olmuştur. Bu nedenle, 11 Mart 2020 tarihinde Covid-19 virüsü, WHO pandemi olarak ilan edilmiştir. Dünya Sağlık Örgütü bu salgın hastalığı pandemi olarak ilan etmesinin nedenini, söz konusu virüsün yayılım hızına bağlamış ve bütün dünya ülkelerine birkaç adımdan oluşan bir öneride bulunmuştur. Atılacak olan adımlar sırasıyla, “sakin ve hazır olmak, virüsü tespit etmek ve yayılmasını engellemek, hastaları tedavi etmek, virüsün yayılım hızını düşürmek, sağlık ile alakalı var olan bilgileri geliştirip diğer ülkeler ile paylaşmak” olarak açıklamıştır (Öztürk, 2020:18).

Covid-19'un bazı durumlarda belirsiz olguları olabileceğini belirtmekle beraber, bunların derecesi tam olarak bilinmemektedir. En fazla görülen belirtiler, öksürük, nefes darlığı ve ateştir. Zatürre, böbrek yetmezliği, ağır solunum yetmezliği ve ölüm gibi şiddetli olgularda gelişebilmektedir. Virüs, hastalığa yakalanmış kişilerin öksürmeleri ve aksırmaları ile ortama yayılan damlacıkların başka insanlar tarafından solunması ile bulaşmakta ve yayılmaktadır. Virüs, solunum parçacıkları ile kirlenmiş yüzeylere dokunulmasının ardından ellerin yıkanmadan yüz, burun, ağız ve göze dokundurulması ile de bulaşabilmektedir. Covid-19 virüsü ile ilgili bugüne kadar edinilen bilgiler, bazı kişilerin daha fazla hastalandıklarını ve ciddi belirtiler gösterme tehdidi altında olduğunu ortaya koymuştur. Virüsten en fazla etkilenenler, 60 yaş üstü bireyler, ciddi kronik tıbbi rahatsızlıkları olanlar, kalp hastalığı olanlar, hipertansiyonu olanlar, diyabet hastaları, kronik solunum yolu hastalığı olanlar, kanser hastaları ve sağlık personelleridir. Çocuklarda ise hastalık hafif belirtiler göstermiştir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2020).

Covid-19 pandemisi ilk ortaya çıktığında sadece hastalar ile ilgilenen bireylerin maske kullanması önerisinde bulunulmuştur. Bununla amaç, gereksiz olarak maske kullanılmasının önlenmesiyle ihtiyaç duyan bireylerin maskelere ulaşmasının sağlanmasıdır. Ancak pandemi büyüyüp virüsü kapalı kişilerin sayısı arttıkça enfeksiyonun yaygın hale gelmesiyle birlikte belirti göstermeyen bireylerin de bulaştırıcı olmasından dolayı toplu alanlarda maskenin devamlı olarak kullanılması tavsiye edilmiş ve hatta ilk zamanlarda bazı ülkelerde zorunlu hale getirilmiştir (Kızıltepe, 2021:11). Maske kullanımının yaygınlaşması virüsün yayılımının engellenmesine büyük katkı sağlamıştır.

10 Ağustos 2022 tarihi verilerine göre dünya genelinde Covid-19 virüsüne yakalanan kişi sayısı 591.602.347 kişi olmuş ve 6.442.881 kişi hastalık nedeniyle vefat etmiştir. İyileşen kişi sayısı ise 563.605.402 olmuştur (worldometer.info, 2022).

Vaka sayısının yapılan test sayısına bağlı olduğu unutulmamalıdır. Yani yapılan test sayısı ne kadar fazla ise vaka sayısındaki artış da ona bağlı olarak artar veya azalır. 10 Ağustos 2022 tarihi ile ABD'de yapılmış toplam test sayısı 94.128.907, Hindistan'da yapılmış toplam test sayısı 44.190.697, Fransa'da yapılmış toplam test sayısı ise 34.117.888'dir. Covid-19 pandemisinden en fazla etkilenen taraflardan biri küresel ticaret olmuştur. 2008 küresel mali krizinin etkilerinden hala kurtulamayan

dünya 2019 yılının son çeyreğinde küresel mal ticaret hacminde ciddi düşüşler yaşamıştır. Ortaya çıkan bu düşüş 2020 yılının ikinci çeyreğine kadar sürmüştür. Aşılama hızı ve sıkı karantina kurallarında yapılan esnemeler sonucunda 2020 yılının üçüncü çeyreğinde küresel ticaret hacminde yükselmeler yaşanmıştır. Küresel ticaret hacmindeki artış 2021 yılının ilk çeyreğinde %1,5, ikinci çeyreğinde %4,6, üçüncü çeyreğinde %2,4 olmuştur. İthalat ve ihracatın ortalamasıyla ölçülen dünya ticareti ise, nominal ABD doları bazında üçüncü çeyrekte yıllık bazda %24 artmıştır. Yaşanan bu büyüme, ikinci çeyrekteki %46'lık artıştan daha zayıf, fakat ilk çeyrekteki %15 oranlık bir artıştan daha güçlü olmuştur. (Mammadov, 2022:13-16).

2019 yılında dünya genelinde %2,8'lik bir büyüme gerçekleşirken 2020 yılında Covid-19 salgınının hızlı bir yayılma göstermesi, aşı çalışmalarının aktif olarak devam ettiği ancak uygulamaya konulmadığı süre boyunca alınan önlemler doğrultusunda %-3,1'lik bir negatif büyüme sağlanmıştır. 2021 yılı itibariyle aşı çalışmalarının aktif olarak uygulanması ve kontrollü serbestleşmenin gerçekleşmesi sonucunda tüketim ve üretim miktarlarında ciddi artışların yaşanması dünya genelinde %5,9'luk bir pozitif büyümeye sebep olmuştur. Gelişmiş, Gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkeler bağlamında ekonomik büyüme açısından Covid-19 salgınından en fazla etkilenen grup, 2020 yılı itibariyle %-4,5'lik negatif büyüme ile gelişmiş ekonomilerde yaşanmıştır. 2021 yılında gelişmiş, gelişmekte olan ve gelişmemiş ülke grupları 2020 yılında gösterdikleri negatif büyümeden sıyrılarak pozitif büyümeye geçmiştir. Ancak en fazla büyüme verisi gelişmemiş ekonomilerde yaşanarak %6,7 olmuştur. Bir önceki yıla göre ise bu durumun aksine gelişmiş ekonomilerin daha fazla büyüme oranı gerçekleştirdiği görülmüştür (Ünüvar ve Aktaş, 2022:129-130).

Pandeminin en önemli diğer bir ekonomik etkisi de enflasyon üzerine olmuştur. Enflasyon 2020 yılında enflasyon dünyada %3,2, gelişmiş ekonomilerde %1,4 ve gelişmekte olan ekonomilerde %5,1 iken 2021 yılında bu oranlar ciddi bir biçimde artmıştır. Gelişmiş ekonomilerde bir önceki yıla göre 4 kat artarak %2,8, gelişmekte olan ekonomilerde %0,4 yükselerek %5,5, dünyada enflasyon %1,1 artarak %4,3 düzeylerine gelmiştir (Mammadov, 2022:16).

Salgının Çin'de ortaya çıkmasına rağmen, en az ekonomik daralma Çin'de gerçekleşirken en fazla ekonomik daralma İngiltere'de gerçekleşmiştir. En fazla işsizlik ise ABD ve Kanada'da gerçekleşmiştir. Çin'de ise işsizlik normal seyrinde devam

etmiştir. İhracat ve ithalatta ise en çok olumsuz etkilenen ülke ise İngiltere olmuştur (Ünüvar ve Aktaş, 2022:137).

Covid-19 pandemisinin kuşkusuz en fazla etkisi işsizlik üzerine olmuştur. Dünya genelinde işsizlik son yılların en yüksek noktasına ulaşmıştır. Dünya’da 2020 yılında işsizlik %6,47 olarak gerçekleşmiş ve 2021 yılında ciddi biçimde artarak %9,8’e yükselmiştir. Dünya ile kıyaslandığında gelişmiş ekonomilerde işsizlik 2020 yılında %6,6 iken, 2021 yılında %5,8 seviyelerine düşmüştür (Mammadov, 2022:16). Dünya genelinde yaşanan bu olumsuzluklar Covid-19 vaka sayılarının düşmesiyle birlikte eski seviyelerine ekonomilere verilen teşvik ve yardımlar sayesinde dönebilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

TURİZM SEKTÖRÜNÜN EKONOMİDEKİ YERİ

Turizm, uzun yıllardır insanlar ve devletler için önemli bir faaliyet alanı olmuştur. Turizm faaliyetleri sonucunda insanlar boş zamanlarını değerlendirip iyi vakit geçirirlerken, devletler de önemli bir gelir elde etme imkânına kavuşmuşlardır.

Bu bölümde ilk olarak turizm ve turist kavramı, turizmin özellikleri ve turizm çeşitleri incelenmekte, daha sonra turizmin ekonomik etkilerinden bahsedilmektedir.

2.1. Turizm Kavramı

Turizm kavramı Latince dönme eylemi anlamına gelen “tornus” kelimesinden türemiştir. Kökenindeki dönme eylemi anlamına rağmen batı dillerine değişmeden girmiştir. Örneğin İngilizce kelimelerden “tour” ve “touring” kelimeleri de tornus kelimesinden gelmiştir. Tour (Tur) kelimesi, sitelerin ve yörelerin gezi ziyaretlerini, dairesel bir eylemi, gezmek amacıyla ya da ticari bir amaçla yapılan mekân değiştirme faaliyetini; touring kelimesi ise, tümüyle keyfi ya da eğitim veya kültür amaçlı gezileri ifade etmektedir. Ayrıca Fransızcadaki tourner ve tour kelimeleri Latincedeki “tornus” kelimesinden gelmektedir. Tourner kelimesi, dönmek veya döndürmek anlamına gelmektedir. Tour kelimesi ise seyahat ve dönme eylemi anlamında kullanılmaktadır. Başlanılan yere geri dönmek şartıyla gerçekleştirilen kısa ya da uzun süreli seyahatleri ifade etmektedir. Turist kelimesi Türkçede seyyah olarak ifade edilmektedir. Bilimsel tabirinde ve yerli halkın dilinde “turist” ile “turistik” kelimeleri Fransızcadan gelmektedir (Gür, 2019:14).

Turizm kavramının öznesi insandır. Bugüne kadar birçok bilim adamı ve uzman tarafından turizm kavramı tanımlanmıştır. Fakat şimdiye kadar en fazla kullanılan 1941 yılında Prof. Dr. Walter Hunziker’in yapmış olduğu tanımdır. Bulut (2021) kendi eserinde Hunziker’in turizm tanımına, “yabancıların yerleşmeye dönüşmemek koşuluyla ve kazanç elde etme amaçlarına dayanmayan konaklamalarından ve seyahatlerinden oluşan ilgi ve olayların tamamıdır” şeklinde yer vermiştir. Bu tanım İktisadi İşbirliği ve Gelişme Teşkilatı (OECD) tarafından benimsenmiştir. Turizmin ilk tanımı ise, E. Guyar Freuler tarafından 1905 yılında yapılmıştır. Freuler turizmi “zamanla artan hava değişimi ve dinlenme isteğine, doğal güzellikleri görme ihtiyacına ve bunlardan alınan zevke, endüstri ve ticaretin gelişimine,

ulaştırma araçlarının gelişimi sonucunda insan topluluklarının ilişkiler kurmalarına dayanan çağın en önemli olaylarından biri” olarak tanımlamıştır (Bulut, 1998:6).

Ekonomik anlamda ilk tanım 1910 yılında, Avusturyalı ekonomist Herman Von Schullar tarafından yapılmıştır. Kurtdere (2021) kendi eserinde Herman Von Schullar’ın turizm tanımını, “dünya üzerindeki bir ülke, bir şehir ya da bir bölgeden, yabancı olarak adlandırılan insanların ülkeye giriş yapması ve ülkede geçici süre kalışları ile ortaya çıkan hareketlerin, ekonomik anlamıyla tarif edilmesi” şeklinde belirtmiştir. Ancak bu tanım o dönemde yeterli görülmemiş ve tartışma konusu olmuştur. Bunun üzerine başka bir ekonomist Pickard, “turizmin temel fonksiyonunun ülkeye giren ve ülkede harcama yapan yabancıların bu harcadıkları döviz kaynaklarının ekonomiye olan etkileri ve ülkeye olan faydalarını araştırmaktır” şeklinde yeni bir tanım yapmıştır (Kurtdere, 2021:7). İktisadi alanda yapılabilecek bir diğer tanım ise, insanların devamlı olarak ikamet ve gelir elde ettiği yerler dışına seyahat, din, eğlence, spor, dinlenme, vb. ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gitmeleri ve gittikleri yerlerde turizm kuruluşlarının mal ve hizmetlerini tüketerek yapılan ekonomik etkinliklerin bütünü şeklindedir (Bulut, 1998:7).

Turizm kavramı Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından, “bireylerin ikamet ettikleri yerin dışında bir yerde yirmi dört saatten az ve bir yıldan fazla kalmamak koşuluyla, sağlık, spor, eğlence, boş zamanın değerlendirilmesi ve iş gibi farklı nedenlerle yaptığı faaliyetlerdir” şeklinde tanımlanmıştır (Çeken, 2016:14). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) turizmi “Boş vakitleri değerlendirmek amacıyla insanların iş veya diğer sebepler nedeniyle günlük yaşamsal alanlarının dışındaki yere yönelik seyahat etme ve seyahat hareketleri sırasındaki tüm aktivitelerdir” şeklinde ifade etmiştir (Kurtdere, 2021:8). Ayrıca UNWTO, turizmi, uzun süredir dünyanın en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olarak tanımlamıştır (Bölen, 2018:4-5).

Turizm, özellikleri nedeniyle diğer piyasalardan farklılık göstermektedir. Turizm piyasasında ürün hem diğer piyasa ürünleri ile hem de ulusal ve uluslararası turistik ürünler ile rekabet etmektedir. Ayrıca tüketicinin üründen faydalanabilmesi için üretim yerinde bulunması gerekmektedir. Turizm sektörü çoğunlukla hizmet sektörü olmasına rağmen, diğer sektörleri de büyük oranda kapsamaktadır. Turizm kesin bir

ifadeyle beş önemli bileşenden oluşmaktadır. Bunlar: konaklama, yeme-içme, ulaştırma firmaları, kamusal sektör işletmeleri ve özel sektör firmalarıdır (Öztürk, 2022:6).

Turizm sektörü, turizm amacıyla seyahat edenler için doğrudan mal ve hizmet sunan işletmeler ile dolaylı olarak ilişkisi olan ve belirli alanlarda faaliyet gösteren işletmelerin oluşturduğu bütünleşik bir hizmet üretim sektörleri kümesidir. Çeşitli nedenlerle seyahate çıkan ve turizm olayını gerçekleştiren insanlara mal ve hizmet sunan çok sayıda örgüt ve işletmelerden oluşur. Bu işletmelerden önemli bir bölümü seyahat, konaklama ve turistik çekiciliklerle ilgilidir. Ekonomik, sosyal, kültürel ve doğal çevre ile sürekli iletişim içerisinde çok yönlü bir faaliyet alanı olan turizm; ulaşım, yeme-içme konaklama, eğlence, alış-veriş ve seyahat organizasyonu gibi hizmetlerin tümünü içermektedir. Günümüzde küresel ekonomide gelişmiş ve azgelişmiş ülkeler açısından ekonomik anlamda gelir, istihdam ve döviz girdisi sağlayan turizm sektörü, hizmetler sektörünün bir alt dalıdır (Çeken, 2016:24-25).

Turizm sektörü hizmetler sektörünün alt dalı olmasının yanında, kendine özgü özellikleri nedeniyle diğer sektörlerden de yararlanmakta ve onlarla iç içe olmaktadır. Çok sayıda faaliyet dalı tarafından yerli ve yabancı turistlere satılmak için mal ve hizmetler üretilmektedir. Üretilen mal ve hizmetin bir kısmı turistlere doğrudan tüketilmek üzere satılmakta, geri kalan kısmı ise nihai talebin diğer unsurlarına veya ara tüketime yönelmektedir. Turizm sektörünün temel faktörleri ülkenin kültürel, tarihi ve doğal değerleridir. Bu yüzden diğer sektörlerle göre turizm sektörünün dışa bağımlılığı azdır. Turizm sektörü, serbest malları da değerlendiren bir üretime sahip olmasının yanında, bölgesel kaynaklara dayalı bir gelişim olanağı da sunmaktadır. Diğer sektörlerle oranla turizm sektöründe makineleşme ve otomasyon imkânı daha azdır. Bu yüzden, diğer sektörlerle göre emeğe olan gereksinim çok daha fazladır. Sektörün istihdam yoğunluğu emek yoğun üretim sebebiyle yüksektir. Turizm sektöründe firmalar, eksik rekabet piyasası koşullarında faaliyet gerçekleştirirler. Ülke, bölge ve turistik bölgelerde turizm kaynaklarının değişiklik göstermesi ve turizmin mevsimlik özelliği, turistik mal ve hizmet üreticilerinin fiyatları kabul ettirdikleri bir ortamın oluşmasına ve piyasanın monopolcü rekabet ve oligopol piyasa şartları altında çalışmalarına neden olmaktadır. Turizm sektöründe hizmetler üretildiği anda tüketilmektedirler. Bu nedenle turizm hizmetleri stoklanamazlar. Turizm sektöründe risk oldukça yüksektir. Ülkenin politik istikrarına ve sosyo-ekonomik gelişme düzeyine, dünya ekonomik konjonktüründeki olumsuz şartlara önemli ölçüde bağımlı ve duyarlı bir sektör olan turizm sektörü,

ülkedeki konjonktürel ve yapısal bozuklukların tümünden, değişik boyutlarda ve olumsuz şekilde etkilenmektedir. Turizm sektöründe ekonomik verimlilik ile birlikte sosyal verimlilik de bulunmaktadır. Turizm sektörü zorunlu mal ve hizmetleri üreten ve bu gereksinimleri karşılayan sektörlerden biri değildir. Çünkü turistik tüketim, zorunlu olmayan (lüks, konfor, kültür, boş zamanları değerlendirme) tüketim alanına girmektedir. Turistik tüketim ve seyahat eğilimindeki sürekli farklılaşmalar ve bu farklılaşmalara ayak uydurma zorunluluğu sektörün üretimini dinamik hale getirmektedir. Turizm sektöründe özellikle tüketicilerin rasyonel olmayan davranışları bulunmamaktadır. Bu davranışların başlıca sebepleri, dünya görüşü, gelenekler, sosyal yapı, psiko-sosyal etkenler, snobizm, moda, vb.dir. Ülke ekonomisinde turizm sektörünün etkinliği fazladır. Küçük bir ithalat ile kısa sürede döviz arzını etkilemesi, bölgeler arası dengesizliği gidermesi, yüksek düzeyde katma değer oluşturmaya ve oldukça çok istihdam olanağı sunması ülke ekonomisi açısından turizm sektörünün etkinliğini yükseltmektedir. Turizmin sektörler kesiti olma özelliği ve sektörün sınırlarını belirlemedeki güçlükler, sektörün incelenmesine faydalanılabilecek bir veri toplama sisteminin oluşturulmasına engel olmaktadır (Ünlüöner vd., 2007:40-41).

2.2. Turist Kavramı

Turizm olayının gerçekleşebilmesi için mutlaka bir özneye ihtiyaç duyulmaktadır. Turizm faaliyetinin öznesi “turist” olarak adlandırılmaktadır (Ulu, 2010:6). Bazı ülke ekonomilerinde turizmin önemli ölçüde ağırlık kazanması ve turizme verilen önemin gittikçe artması turist kavramının açıklanmasını zorunlu hale getirmiştir. Turist kavramının tanımının açık bir şekilde yapılması turizmin hacminin belirlenmesinde önemli bir faktördür. Turist kavramının kökeni 17. yüzyıla dayanmaktadır. Turist, Ogilvy tarafından; “devamlı olarak yaşadığı yerden en fazla bir yılığına ayrılan ve geri dönmek şartıyla gittiği yerlerde, oralarda kazanmadığı parasını harcayan kimsedir” şeklinde tanımlanmıştır (Kozak, 2012:5).

İlk turist tanımı 20. yüzyılın ikinci çeyreğinde yapılmıştır. Yapılan tanımlamaya göre, ülkeye en az bir günlük zaman diliminde kalmak suretiyle bir takım sebeplerden ötürü gelmiş olan kişi veya kişiler turist olarak ifade edilmiştir. Bu kişiler: ticaret maksatlı yolculuk edenler, kendi ülkesinden başka bir ülkede kamu görevlisi olarak çalışanlar, öğrenciler, ülkesinden başka bir ülkeye çalışmak için gidenlerdir (Efetürk, 2021:38).

Turist, gelir elde etme amacı olmaksızın eğlenmek ve dinlenmek için ya da bilimsel, kültürel, idari, sportif, dinsel, diplomatik, vb. amaçlarla, ikamet ettiği yerin dışına kalıcı olarak gitmemek şartıyla çıkan ve belirli bir süre tüketici olarak kalıp seyahat eden ve tekrardan ikamet ettiği yere dönen kişidir (Bahar ve Kozak, 2008:32).

Bir diğer tanıma göre turist, kültürel ve doğal turistik yerleri ziyaret etmek, dinlenmek, eğlenmek, bilinmeyenleri öğrenmek gibi turistik amaçları gerçekleştirmek için en az 24 saat süreliğine seyahat eden, en az bir gecelik konaklayan ve turistik işletmelerin mal ve hizmetlerine talepte bulunan bireydir. Ayrıca bir kişinin turist olarak değerlendirilebilmesi için sürekli olarak yaşamış olduğu yerden ticari amaçlarla başka bir yere gitmemesi ve turistik mal ve hizmet üretimi yapan işletmelerden turistik ürünleri talep etmesi ve bunlarla ilgili olarak harcamalar yapması gerekmektedir. Ek olarak, turistler kendi aralarında yerli ve yabancı turist olarak değerlendirilmektedir. Kendi ülkesi sınırları içerisinde seyahat eden turistlere “yerli turist”, yaşadığı ülke sınırları dışından başka bir ülkeye seyahat eden turistlere ise “yabancı turist” denmektedir (Özkök, 2014:15).

Turist, turizm faaliyetlerinin belirleyicisi olmakta ve turizm faaliyetinin öznesini teşkil etmektedir. Turistin temel amacı psikolojik tatmin sağlamaktır. Turist, ekonomik kazanç elde etmeyi amaçlamadan seyahat eden ve turizm faaliyetine katılabileceği yeterli gelire ve boş zamana sahip olan kişi olarak da ifade edilmektedir. Zaman kavramı turist için fazlasıyla önem teşkil etmektedir. Kısa sürede istediği kadar eğlenmek, dinlenmek ve birçok yer görmek istemektedir. Turist, seyahat ettiği yerlerden çok memnun ve mutlu bir şekilde dönmeyi istemekte ve bütün işlerinin sorunsuz bir şekilde gerçekleşmesini beklemektedir. İdari, sportif, bilimsel, dini, diplomatik, vb. amaçlarla seyahate çıkanlar da turist sayılmaktadır. Çalışmak, uzun süreli eğitim almak ve yerleşmek amacıyla gidenler ile transit yolcular turist olarak görülmemektedir. En az bir gece konaklayan günübirlikçiler de turist olarak kabul edilmektedir (Çeken, 2016:17-18).

Smith, turist tipleri üzerine çalışmalar yapmıştır. Smith, turistik etkinliklerine göre turistleri yedi ayrı bölümde sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırma, a)Seçkin; b)Garip; c)Araştırmacı; d)Olağandışı; e)Kitle; f)Kitlemsi; g)Kapsamlı turistler. Tablo 2.1’de Smith’in oluşturduğu turist tiplerini ve bunların yerel topluma olan etkileri verilmektedir. Smith’in turist tiplerinde bulunan seçkin turistler, var olan bilgilerini

arttırmanın yanı sıra değişiklik ve güzel vakit geçirmek gibi amaçlarla seyahat acentalarının verdikleri hizmetlerden de faydalanarak seyahatlerini yaparlar. Yerel toplumun yaşam tarzını kolaylıkla benimser ve uyum gösterirler. Garip turistler, tatil heyecanını yaşamak ve kalabalık yerlerden uzaklaşmak isterler. Araştırmacı turistler, yeni bulgular ve bilgiler arayan tiplerdir. Beslenme, giyinme ve barınma gibi ihtiyaçlarda yerel geleneklere kolaylıkla uyum gösterebilirler. Olağandışı turistler, yerel toplumun kültürüne az da olsa ilgi göstermeye çabalar ve organize turlarla seyahat etmeyi tercih ederler. Kitle turistlerin sayıları çok fazladır. Kitle turistler orta sınıf değerini paylaşır ve seyahat ettikleri yerlerde kendi ülkelerindeki yaşam şartlarını ve tarzını ararlar. Başlangıç aşamasında olan kitle turistleri ise, kitlemsi turistler olarak adlandırılırlar. Gün geçtikçe sayıları artan bu turistler, ya bireysel olarak ya da küçük gruplar şeklinde seyahat ederler. Kapsamlı turistler, turistik hizmetlerde belirli standartlar ararlar. Bütün bu turist tiplerinin yerel toplum üzerinde yarattığı etkiler, araştırmacı turistlerden kapsamlı turistlere doğru gittikçe artan bir etki göstermektedir (Avcıkurt, 2007:19-21).

Tablo 2.1: Smith'in Turist Tipleri ve Yerel Topluma Etkileri

Turist Tipleri	Seyahate Katılma Sayıları	Yerel Kaidelere Uyumluluğu	Topluma Etkileri	
Araştırmacı	Çok azlardır	Yerel kaide ve kültürel değerleri kabul ederler	↓	Gittikçe artan bir etki
Seçkin	Sayıları azdır	Tamamen uyum sağlarlar		
Garip	Yaygın olarak görülmezler	İyi uyum sağlarlar		
Olağandışı	Nadiren görülür	Bir ölçüde uyum sağlarlar		
Kitlemsi	Artan sayıda görülür	Batı tarzı donanımları ararlar		
Kitle	Çok sayıda görülür	Batı tarzı donanımları beklerler		
Kapsamlı	Kalabalık şekilde görülürler	Batı tarzı donanımları talep ederler		

Kaynak: Avcıkurt, 2007:20.

Turist kavramı bazı kavramlarla ilişki içerisindedir. Bu kavramlar aşağıda tanımları ile birlikte verilmiştir (Çeken, 2016:17). Yabancı turist bu kavramlardan biridir. Yabancı turist: İkamet ettiği ülkeden kültür, aile, dost ve akraba ziyareti, eğitim-öğretim, spor, din, merak, iş, dinlenme, eğlence, için başka bir ülkeye seyahat eden, çeşitli toplantılara (siyasi, dini vb.) katılmak amacıyla giden ve gittiği ülkede 24 saatten az olmayacak kadar kalan veya en az bir gece ülkenin konaklama tesislerinde kalan

kişidir. Başka bir kavram ise yabancı ziyaretçidir. Bir ülkeye gelen ve konaklama süresi 24 saati geçen ya da 24 saatten az olan tüm yabancı kişileri ifade eder. Yabancı ekskürsiyonist (transit-günübirlikçi ziyaretçi) bir diğer kavramdır. 24 saatten az süreyle gittiği ülkede kalan ya da gittiği ülkenin bir konaklama tesisinde bir gece kalmadan seyahat eden kişidir. Son kavram ise turist olmayan yabancılar kavramıdır. Çeşitli nedenlerle bir ülkeye giden (mülteci, göçebe, yabancı diplomatlar, konsolosluk temsilcisi vb.) fakat günübirlikçi veya turist sayılmayan yabancılar bu kavram içerisinde değerlendirilmektedir.

2.3. Turizmin Özellikleri

Turizm faaliyetlerinin gün geçtikçe gelişmesinin yanında ulusal ve uluslararası düzeyde önemi de artmaktadır. Turizmin kendine özgü birtakım özellikleri bulunmaktadır. Bu özellikler (Çeken, 2016:16);

- Turizm faaliyeti, geçici süre ile gerçekleştirilmekte ve birkaç gün, hafta ya da ay ile sınırlı olmaktadır.
- Turizm, statik ve dinamik olarak iki unsurdan oluşmaktadır. Dinamik unsur seyahat, statik unsur ise konaklamadır.
- Turizm, karmaşık yapısı ile turizm, olaylar ve ilişkiler bütünüdür.
- Turizm faaliyeti, para kazanma, işçi olma, ücretli iş ve mesleklerde çalışma gibi ekonomik nedenlerle gerçekleştirilmemektedir.
- Turizm faaliyeti, çalışılan ve yaşanılan yer dışında yapılmaktadır.
- Turizm yapısı itibariyle stoklanamaz. Bu yüzden

2.4. Turizm Çeşitleri

XXI. yüzyılda gelişen en önemli hizmet sektörlerinden biri, turizm olmuştur. İnsanların ekonomik gelir düzeylerindeki artış, haberleşme ve ulaşımda ortaya çıkan teknolojik alandaki iyileşmeler ve insanların yaşamının kolaylaşması ile gelişen boş zamanların değerlendirilmesi ihtiyacı gibi sebeplerden ötürü ulusal ve uluslararası seviyede turizm faaliyetlerine katılım sürekli olarak artış göstermektedir (Özdemir ve Kervankıran, 2011:2).

Turizm faaliyetleri, kişi sayısına, ziyaret edilen yere, katılanların yaşlarına ve amaca göre farklı şekillerde sınıflandırılmaktadır.

2.4.1. Kişi Sayısına Göre Turizm eşitleri

Turizm faaliyeti gerçekleştirilirken kişi sayısında farklılıklar görülmektedir. Kişi sayısına göre turizm; bireysel, grup ve kitle turizmi olarak e ayrılmaktadır.

2.4.1.1. Bireysel, Grup ve Kitle Turizmi

Bireysel turizm, seyahat gerçekleştirmenin ve konaklamanın bireysel olarak organize edilmesi ve planlanması ile oluşan turizm şeklidir. Grup turizmi ise, seyahat ve konaklamanın mümkün olduğunca kolektif olarak düzenlendiği turizm biçimidir. Son olarak, organizasyonu önceden yapılan seyahatler, konaklamalar ve diğer hizmetlerin götürü fiyatı belirli, grup şeklinde ve sürekli olarak belirli yerlerde organize edilen turizm türüne ise kitle turizmi denmektedir (eken, 2016:23-24).

2.4.2. Ziyaret Yerine Göre Turizm eşitleri

Turizm faaliyetleri farklı ülke, bölge veya şehirde gerçekleştirilmektedir. Bu durum bireylerin istek ve amaçlarına göre farklılık göstermektedir. Ziyaret edilen yer açısından turizm yurt içi ve yurt dışı turizm olarak ikiye ayrılmaktadır.

2.4.2.1. Yurtiçi ve Yurtdışı Turizm

Yurtiçi turizm, insanların her zaman ikamet ettikleri yer ve ülke sınırlarının dışında seyahat etmek yerine, ülke içindeki diğer bazı bölgelere seyahat etmeleridir. Yurt içinde gerçekleştirilen bir tatil bireyler için uygun maliyetli bir seçenek olabilmekte ve ülke sakinlerini ülkelerinin tarihinden ve kültüründen haberdar etmek gibi avantajlara sahiptir. Yurtdışı turizm ise, yurtiçi turizmin aksine bir ülke vatandaşlarının başka bir ülke veya ülkelere yaptıkları seyahat olarak kabul edilmektedir. Dünya Turizm rgt (WTO), yurtdışı turizmi “Boş zaman, iş ve diğer amaçlar için birbirini takip eden bir yılı geçmemek şartıyla her zamanki ortamlarının dışında kalan yerlere seyahat etmek ve kalmak” olarak tanımlamaktadır (Omarli, 2021:8-9).

2.4.3. Katılanların Yaşlarına Göre Turizm eşitleri

Turizm faaliyetlerini gerçekleştiren kişiler farklı yaş grubundaki insanlar olmaktadır. Yaş gruplarına göre turizm gençlik turizmi, yetişkin turizmi ve yaş turizmi olarak e ayrılmaktadır.

2.4.3.1. Gençlik, Yetişkin ve Üçüncü Yaş Turizmi

Gençlik turizmi, 15-24 yaş grubunda olan kişilerin annesinin, babasının veya herhangi bir aile bireylerinin gözetiminde olmadan kendi başlarına yaptıkları turizm faaliyetidir. Yetişkin turizmi ise genellikle 25-60 yaşları arasındaki kişilerin katıldığı turizm faaliyetidir. Yetişkin turizmi gerçekleştirenlerin çoğunun evli veya aile hayatı olan yoğun çalışma temposundaki kişilerdir. Bu gruptaki kişiler tatillerini belli bir dönemde, genellikle yaz aylarında kısıtlı bir zaman içinde yapmaktadırlar. Yaş turizmi ise, genellikle 60 yaş üstü kişilerin katıldıkları ve çoğunluğunun emekli ve çocuklarını büyütmüş ve zaman konusunda kısıtlılık yaşamayan kişilerin oluşturduğu turizm çeşididir. Dünyada sağlık şartlarındaki iyileşme ve ortalama insan ömründeki uzama nedeniyle bu yaş grubuna yönelik turizm etkinlikleri başta sağlık turizmi olmak üzere zamanla artmaktadır (Polat, 2019:20-21).

2.4.4. Amaca Göre Turizm Çeşitleri

Turizm faaliyetleri çeşitli amaçlarla gerçekleştirilmektedir. Amaca göre turizm faaliyetleri; av turizmi, sağlık turizmi, inanç (din) turizmi, Yayla ve akarsu turizmi, öğrenci ve gençlik turizmi, macera turizmi, sosyal ve kültürel turizm, eko turizm, kongre turizmi, kış ve dağ turizmi, politik turizm ve engelli turizmi diye gruplara ayrılmaktadır.

2.4.4.1. Av Turizmi

Avcı niteliği taşıyan bireylerin avlanmak için belirli kurallarla gerçekleştirdikleri etkinliklerdir. Av turizmi, yabancı ve yerli avcılarının yaşadıkları ülkede ve ülkeleri dışında başka coğrafyalara gitmek, oralarda avlanmak ve yabani hayvanları gözlemlemek ve avlamak amacıyla gerçekleştirdiği faaliyetleri kapsar. Avcılar, av turizmi etkinlikleri ile yabani hayvanların post, diş, boynuz vb. anı değerinde olan bölümlerine sahip olmanın yanında, farklı kültürlerle tanışma ve çeşitli coğrafyaları görme imkânı da elde etmektedir. İnsanlara doğal yaşam ortamı içerisinde çeşitli tecrübeler kazanma imkânı veren, safari, avcılık, sportif olta balıkçılığı ve kuş gözlemciliği av turizminin kapsamına girmektedir (Çakır ve Sandalcılar, 2018:33-34).

2.4.4.2. Sağlık Turizmi

Turizmin amaçları yalnızca farklı yerler görmek, eğlenmek ve farklı insanlarla tanışmak olmamakla birlikte, ayrıca iklim tedavisinden ve şifalı sulardan faydalanmak gibi amaçları da vardır. Sağlık nedeniyle turizme katılma aşağıda belirtilen türlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Ünlüönen vd., 2007:21).

- **Klimatizm:** Temiz ve açık havanın şifasından faydalanmak amacıyla deniz kenarlarında ve dağ istasyonlarında sağlanan bir tedavi şeklidir. Bu tedavi şekline “temiz hava tedavisi” adı da verilmektedir.
- **Termalizm:** Ilıca, içmeler ve kaplıcalar gibi şifa kaynağı olan doğal su kaynaklarının sağlık kurallarına dikkat edilerek tedavi amacıyla kullanılmasıdır. En eski güzellik ve tedavi yöntemlerindendir. İçme suyu ve kaplıca kaynaklarından faydalanmak amacıyla yapılan turizm ve kaplıca turizminden faydalanmak isteyenler için uzunca bir konaklama zamanına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu özelliği ile kaplıca turizmi işletme ve ülkede ekonomik getirinin artmasını sağlamaktadır (Ünlüönen vd., 2007:21).
- **Üvalizm:** Belirli ürünü olan bazı yörelerin sebze ve meyvelerle gerçekleştirilen tedavi şekli ya da bu ürünlerin kullanımından zevk alan kişilere sunulmasıdır.

2.4.4.3. İnanç (Din) Turizmi

İnsanların yaşadıkları yerlerin dışına dini inanışlarını tatmin etmek için geçici süreliğine çıkması ve gittikleri yerlerde turizm işletmelerinin ürettikleri mal ve hizmetlerden talep etmeleri inanç turizmi olarak adlandırılır (Usta, 2005:5). Hac ve umre ziyaretleri buna örnek verilebilir.

2.4.4.4. Yayla ve Akarsu Turizmi

İnsanların yaz aylarında yaşadıkları yerleri bırakarak, kültürü ve bozulmamış doğasının yanında insanları büyüleyen yaylalara çıkmaları ve orada bulunan etkinliklere katılmaları, yayla turizmini oluşturmaktadır. Akarsu turizmi ise ırmak ve nehirlerin doğa yürüyüşü rafting, olta balıkçılığı ve yüzme gibi farklı etkinlikler için kullanılmasıdır (Güner, 2018:7).

2.4.4.5. Öğrenci Turizmi

Öğretim kurumlarının öğretmen ve öğrencilerini içeren ve genel olarak toplu olarak gerçekleştirilen turistik geziler öğrenci turizmini oluşturmaktadır. Gençler kendileri için indirimli, sade, özel, basit ve diğer gençlerle bir araya gelebilecekleri konaklama tesislerini talep etmektedirler. Ek olarak gençler psikolojik yapılarından dolayı maceraya, değişime ve harekete açık ve turizm aktivitelerine katılım oranları diğer yaş gruplarındaki bireylerden daha fazladır (Ünlüönen vd., 2007:22).

2.4.4.6. Macera Turizmi

Macera turizmi, değişikliğe ihtiyacı olan, risk ve tehlikelerden hoşlanan, heyecan ve korku hislerini yaşamaktan zevk duyan bireylerin talep ettiği turizm çeşididir. Bu turizm çeşidi kişilere farklı deneyimler yaşama, görme ve farklı şeyler öğrenme olanağı sunmaktadır. Macera turizmi, kaya tırmanışları, doğa gezileri, yamaç paraşütü, mağaracılık gibi aktiviteleri kapsamaktadır (Çeken, 2016:22).

2.4.4.7. Sosyal ve Kültürel Turizm

Sosyal turizm, satın alma gücü düşük halkın turizm etkinliklerinden faydalanması amacıyla alınan tedbirler, yapılan çalışmalar ve teşvikler ile beraber bu insanların da turizme katılmalarını kapsamaktadır. Kültür turizmi ise toplum, bölge, endüstri ya da bölgelerin, endüstrilerin önerileriyle ev sahibi veya dışardan gelen insanların o ülkedeki sanatsal, bilimsel ve tarihi mirasları görmeye gelmesini içermektedir (Güner, 2018:7).

2.4.4.8. Eko Turizm

Diğer adı doğa turizmi olan eko turizm, turistlerin boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla deniz, kum ve güneş üçlüsünden oluşan bir tatil yerine farklı deneyimler yaşama ve doğanın eşsiz güzelliklerini görme arzusuyla gitmelerinden doğan turizm çeşididir. Doğa turizminin amaçlarından bir tanesi, doğa tahribatının önüne geçilmesidir. Eko turizm 1983 yılında Hector Ceballos-Lascrain tarafından “doğa manzarası, yabani hayvan, yabani bitki ve kültür kalıntılarını görmek amacıyla el değmemiş alanlara yapılan seyahatler” şeklinde tanımlanmıştır (Efetürk, 2021:39-40).

2.4.4.9. Kongre Turizmi

Kongre turizmi, bireylerin sürekli olarak yaşadıkları veya çalıştıkları yerler dışında uzmanlık gerektiren meslek kollarında ya da bilimsel alanlarda, belirli bir konuda bilgi alışverişi yapmak için bir araya gelmelerinden oluşan konaklama, seyahat, olay ve ilişkilerin toplamıdır (Çeken, 2016:19).

2.4.4.10. Kış ve Dağ Turizmi

Hızlı gelişmeler ve sanayileşmenin sonucunda, bireylerin sağlıklı ve sıkıcı bir yaşam alanından kurtulmak amacıyla kış aylarında karlı, dağlık ve ormanlık bölgelere; yaz aylarında ise deniz kıyılarına ve sahillere gitmeleridir (Ünlüöner vd., 2007:22).

2.4.4.11. Politik Turizm

Politik turizm, ülkelerin karşılıklı ilişkileri maksadıyla birbirlerine yaptıkları ziyaretlerdir. Politik turizm, siyasi ilişkiler olarak da tanımlanabilmektedir. Devlet adamlarının, diplomat ve kamu görevlilerinin ülke dışına siyasi ve ticari bir anlaşma veya işbirliği maksadıyla yaptığı seyahatleri ifade etmektedir (Efetürk, 2021:44).

2.4.4.12. Engelli Turizmi

Engelli insanların rehabilitasyon ve özel bakım ile tekrardan topluma kazandırılabilmesi amacıyla gerçekleştirilen turizm faaliyetidir. Bu kişilerin oluşturdukları turizm aktiviteleri olarak benimsenen engelli turizmi, insanların işitme, görme, mobilite ve zihinsel olarak erişimine olanak sağlayan eşit ve bağımsız biçimde küresel olarak oluşturulmuş turizm mal, hizmet ve çevrelerinin tamamını kapsamaktadır (Şen, 2021:32).

2.5. Turizmin Ekonomik Etkileri

Turizm, tarihsel, kültürel ve sosyal yönleri sahip olan bir faaliyet olsa da en çok ekonomik boyutuyla ele alınan sosyal bir faaliyettir. Turizm, tasarrufun ve boş zamanın nasıl değerlendirileceği ile alakalı ekonomik bir karar ile başlayan ve tüketim, yatırım, ihracat, kamu gelirleri ve istihdam gibi ekonomik taraflara sahip olan sosyo-ekonomik bir olaydır. Turizmin yarattığı ekonomik sonuçlar genel olarak makro düzeyde ülkeleri etkilemekte ve bu da iki şekilde kendini göstermektedir. Bunlardan birincisi parasal nitelikli etkilerdir. Bu etkiler; devletin vergi gelirlerini yükseltmesi,

yabancı para arzını arttırarak milli paranın değerini arttırması, turizm gelirlerinin tekrar dağılımını sağlayarak ekonomiyi canlandırması ve iç fiyatları etkilemesidir. Turistik harcamaların yarattığı ikinci etki de, reel ekonomik etkilerdir. Bunlar ekonomideki üretim ve istihdam artışıdır. Genellikle turizm faaliyeti ile alt yapının gelişmesi, istihdamın artması, yatırımların çoğalması, ileri ve geri bağlantılar nedeniyle diğer sektörlerde meydana gelen değişimler şeklinde etkiler ortaya çıkmaktadır. Makro etkilerin dışında fiyatlar ve reel ücretler üzerine etkisi, dışsal ve içsel ekonomilere etkisi gibi mikro alanda da etkileri mevcuttur (Samırkaş ve Bahar, 2013:3-4).

Turizm, hem ulaştığı boyut hem de yaşadığı hızlı ilerleme açısından büyük önem arz eden ekonomik faaliyet alanıdır. Çoğu ülke turizmden daha fazla gelir ve kar elde edebilmek amacıyla büyük çaba göstermektedir (Avcıkurt, 2007:35).

Turizmin ülke ekonomilerine etkileri şu şekildedir (Dinç, 2017:66-67):

- Turizm gelir artışına ve yaşam seviyesinin artmasına katkı sağlar.
- Yerel ekonomiyi geliştirir.
- İstihdam olanaklarını arttırır.
- Bir ekonomide kamunun elektrik, telefon ve ulaşım gibi altyapı yatırımlarını ve özel sektörün üstyapı yatırımlarını arttırarak gelişmeyi sağlar.
- Vergi gelirlerini arttırır.
- Ticari hayatı canlandırır.

Bu bölümde turizmin ulusal ekonomi üzerinde ortaya çıkardığı makro ve mikro etkilerin neler olduğu, olumlu ve olumsuz yönleri ile birlikte ele alınmıştır (Bahar ve Kozak, 2008:155).

2.5.1. Turizmin Olumlu Ekonomik Etkileri

Turizm sektörünün herkes tarafından kabul edilen olumlu ekonomik etkileri aşağıda incelenmiştir (Samırkaş ve Bahar, 2013:4).

2.5.1.1. Turizmin Gelir Yaratıcı Etkisi

Turizmin gelir yaratıcı etkisi, hiç şüphesiz en önemli olumlu ekonomik etkisidir. Turistlerin seyahat etmek için gittikleri ülke veya bölgede gezi, konaklama, eğlence, ulaşım, yeme-içme, hediyelik eşya, alışveriş gibi ihtiyaçlarını karşılamak için yapmış oldukları harcamalar söz konusu o ülke ya da bölgenin ekonomik yönden gelir

sağlamasına ve gelirinde artışa neden olmaktadır. Turizm sektörü, çoğu sektörle bağlantılı olduğu için, sağlanan turizm geliri bu sektörlerdeki çoğu mal ve hizmet tüketimini, üretimini, ithalat ve ihracatını arttırmaktadır. Dolayısıyla, turizmden sağlanan gelir tarım, inşaat ve sanayi gibi sektörlerin faktör sahipleri tarafından harcanarak ve ekonomide farklı yollarla el değiştirerek, diğer faktör sahiplerinin de gelir elde etmesini sağlamaktadır (Bahar ve Kozak, 2008:161-162). Sağlanan kazanç, insanların refah ve gelir seviyelerinin artmasının yanında, artan döviz rezervi ülkenin dışalım gücünü arttırmaktadır. Turistlerin yaptığı harcamaların yanında, turizm vergi gelirlerini arttırıcı bir özelliği de sahiptir. Turizmde kullanılan ithal mallardan alınan gümrük vergileri, havaalanı vergileri, vize ücretleri, çalışanlardan alınan gelir vergisi ve turizm işletmelerinden alınan kurumlar vergisi de devletin gelirlerini arttırıcı faktörler arasındadır. Turizm yoluyla ortaya çıkan bu gelir artışı ekonomik gelişmeye katkı sağlar (Avcıkurt, 2007:41-42). Ayrıca, turizmin bölgeler arasındaki ekonomik dengesizliği giderici özelliği de bulunmaktadır.

2.5.1.2. Turizmin İstihdama Etkisi

Turizm sektörü, emek yoğun üretim tekniğine dayanan bir sektördür ve istihdam imkânları yaratması bakımından önem arz etmektedir. Turizm sektöründe işletmeler, turistlerin taleplerini karşılamak amacıyla yeni yatırımlar gerçekleştirmeye önem vermektedirler. Diğer yandan turizm sektöründe artan yatırımlar ile birlikte istihdamda artış meydana gelirken, yatırımların tamamlanması ile beraber nitelikli işgücünün istihdamı için yeni iş olanakları gelişmektedir. Yiyecek-içecek, konaklama-rekreasyon ve seyahat-ulaştırma alanlarında doğrudan; tarım, eğitim bankacılık, sanayi, inşaat vb. sektörlerde ise dolaylı olarak iş imkânları oluşturmaktadır (Kızılgöl ve Erbaykal, 2008:354-355).

Turizm sektörünün gelişimi ile beraber turizm yatırımlarının ve tesis sayılarının artması, işgücü talebini arttırırken; turizmin mevsimlik özelliği nedeniyle turistik işletmelerde talebin arttığı dönemde de işgücüne duyulan ihtiyaç ve talep artmaktadır. Dolayısıyla devamlı bir istihdam arttırıcı niteliğe sahiptir. Turizmde istihdam olanaklarının yüksek olmasının başlıca dört nedeni bulunmaktadır. Bunlar (Çeken, 2016:139):

- **Emek Yoğunluğu:** Turizm sektöründe genellikle rezervasyon işlemlerinde teknolojinin kullanımı zamanla artmakla birlikte, yiyecek-içecek, konaklama

hizmetleri veren işletmelerde emek yoğunluğu daha fazladır. Ek olarak turizmde genel olarak küçük ölçekli aile işletmelerinin sayısının fazla olması da emek yoğun faaliyetlerin oranını artırmaktadır.

- **Düşük Ücretli İşler:** Emek yoğun çalışan turizm işletmelerinde genellikle vasıfsız ya da yarı vasıflı ucuz işgücü kullanılmaktadır. Ayrıca, turizm sektöründe çok sayıda sezonluk işçinin çalışması ve bu işçilerin kendi içinde sendikalaşarak ya da birlik kurarak toplu pazarlık yapabilme gücünde olamamaları ücretlerin düşük olmasını da beraberinde getirmektedir.
- **Yarı zamanlı veya Geçici İstihdam:** Turizm sektöründe geçici sürelerde, turizme talebin arttığı sezonlarda artan talep ile beraber çok sayıda kişi işe alınmaktadır. Geçici veya yarı zamanlı personel çalıştırma iki unsura dayanmaktadır. Bunlar:

- Sabit kapasite ile istihdam edilen birçok işletmede geçici veya yarı zamanlı personel çalıştırmak, eleman giderlerinin belirli bir bölümünün işveren tarafından sabit maliyetlerden değişken maliyetlere çevirmesini sağlamaktadır. Bu da toplam maliyetin azalması anlamına gelmektedir.
- Turizm ve seyahat aktivitelerinin özelliği normal saatlerin dışında da çalışmayı veya 24 saat çalışmayı gerektirmesi yarı zamanlı ya da değişik vardiyalar olarak çalışma şekilleri anlamına gelmektedir. Bu nedenle çalışanların çoğu ek iş yapanlar veya işgücü tanımında olmayan öğrencilerdir. Bu durum, turizm istihdam alanında ekonomiye yapmış olduğu gerçek katkıyı belirlemeyi güçleştirmekte ve resmi kayıtlarda yer alamamaktadır.
- **Mevsimsellik (Sezonluk):** Turizmin mevsimsel bir etkinlik olması nedeniyle iki tür emek piyasasının varlığından bahsedilebilir. Bir yıllık süreyle turizm sektöründe (özellikle şehir otellerinde ve belli başlı otellerin yönetim kademelerinde) çalışanlar ve turizm sezonunun başlamasıyla beraber talepteki artışa bağlı olarak turizm sektöründe sezonluk çalışanlar şeklindedir.

Turizmde ve turizmle bağlantılı sektörlerde kadınların istihdamdaki payları oldukça yüksektir. Bunun nedeni kadın beceri ve bilgisi konusuna giren işlerin fazla olmasıdır. Turizm sektöründe farklı eğitim seviyelerinden ve her yaştan çeşitli özelliklere sahip işçilere yönelik iş olanakları bulunmaktadır. Mevsimsellik, ücretlerin

düşüklüğü ve çalışma şartlarında zorluklar neticesinde işletmeler arasında personel transferleri meydana gelmektedir. Ayrıca, yarı zamanlı çalıştırılan işçinin sayısının çok fazla olması gibi nedenlerle yabancı ya da ülke vatandaşı olan insanların turizm ile ilişkili olan sektörlerde kaç kişinin istihdam edildiğine istatistiki yöntemlerle ulaşabilme imkânı mevcut değildir. Geldikleri ülkenin özelliklerine bağlı olarak yabancı uyruklu işçiler; rehberler, konaklama ve seyahat işletmelerinde çalışan personel ve animasyon ekipleridir. Konaklama ve ulaştırmanın yapıldığı ve tatilin olmadığı farklı çalışma zamanlarında tüm gün mesai olmaktadır. Turizmde mesai saatleri genellikle tam günden üç ayrı 8 saate ayrılmış biçimde belirlenmektedir. Örnek olarak, gece boyunca çalışmak normal olarak görülmektedir. Uzmanlaşma gerektiren halkla ilişkiler, aşçılık ve servis gibi meslekler turizmde gereklidir. İşgücünde sendikalaşma yoktur. İşçiler arasında organize olma, düzenli iletişim ve ortak hareket etme çok azdır. Gelişmekte olan bölgelerde ücretler fazla yüksek değilken gelişmiş olan bölgelerde ücretler yüksektir (İzgi, 2017:38-39).

2.5.1.3. Turizmin Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi

Dış ödemeler dengesi, turist kabul eden ülkenin uluslararası düzeyde ekonomik durumunu açık ve iyi bir şekilde gösteren ölçü olarak kabul edilir. Ödemeler dengesi, genellikle bir yıl olacak şekilde belirli bir zaman dilimi içerisinde bir ülkenin vatandaşları ile yabancı ülke vatandaşları arasında yapılan tüm ekonomik yönlü işlemlerin sistemli olarak tutulan kayıdır (Avcıkurt, 2007:36-37). Ülke ekonomisi için, ödemeler dengesinde açık ya da fazla olması oldukça önemlidir. Bunun nedeni, ödemeler dengesi ülkedeki istihdam düzeyi, gelir, döviz kurları, dış borçlar, ekonomik büyüme ve kalkınma hızı gibi birçok unsura etki etmektedir. Uluslararası turizm sonucunda ortaya çıkan döviz hareketleri, turist gönderen ülkenin döviz talebini, turist kabul eden ülkenin de döviz arzını arttırdığı için ülkelerin dış ödemeler dengesini etkilemektedir. Turizm gelirleri bu özelliği ile döviz darlığında olan ve ödemeler dengesinde açık veren ülke ekonomileri açısından önemli bir döviz kaynağı olmaktadır. Başka bir ifade ile ürün ve hizmetlerin ihracatı sonucunda ülkeye gelen turistlerin satın aldığı maldan sağlanan gelirlerin arasında bir fark olmaması, turizm faaliyetlerinin ihracat olarak nitelendirildiği bu çerçevede özellikle turizm harcamalarının az olduğu gelişmekte olan ülkelerde ödemeler dengesindeki açıkları kapatmak amacıyla turizmden yararlanmak büyük öneme sahiptir (Ulu, 2010:13).

Tablo 2.2’de dış turizm bilançosunun aktif ve pasifinde yer alan işlemler gösterilmiştir.

Tablo 2.2: Dış Turizm Bilançosu

Aktif (Turizm Gelirleri)	Pasif (Turizm Giderleri)
Turistlerin ülkedeki ulaştırma, konaklama, eğlence, yeme-içme vb. ödemeleri	Vatandaşların ülke dışında ulaştırma, konaklama, eğlence, yeme-içme vb. harcamaları
Turizm amacıyla hediyeelik eşya ve tüketim malları dış satımları	Turizm amacıyla hediyeelik eşya ve tüketim malları dış alımları
Turizm amaçlı dış yatırımların yapılması ve ülkeye kar getirisi	Turizm amacıyla yabancı sermaye yatırımları ve ülke dışına kar götürüsü
Turizm amacıyla yabancıların kiralamış oldukları tesislerin kira gelirleri	Turizm amacıyla yabancıların kiraladıkları tesislere verilen ücretler
Yabancı çalışanın eğitimi için yapılan harcamalar	Yabancı ülkedeki çalışan için yapılan eğitim harcamaları
Yabancıların ülkedeki turizm amaçlı tanıtım ve reklam harcamalarına bağlı gelirler	Yabancı ülkelerde yapılan turizm amaçlı tanıtım ve reklam ödemeleri
Yabancı turizm işletmelerinden elde edilen komisyonlar	Yabancı turizm işletmelerine verilen komisyon ödemeleri
Yabancıların ülkedeki sigorta ve banka kurumlarına yapmış olduğu ödemeler	Yerli işletmelerin dış ülkelerdeki sigorta ve banka kuruluşlarına verdiği ödemelerden oluşan giderler
Diğer döviz gelirleri	Diğer döviz çıkışları
Net gider	Net gelir

Kaynak: Samırkaş ve Bahar, 2013:8.

Tablo 2.2 incelendiğinde ödemeler bilançosunun aktif kısmında, ülkeye gelen turistler tarafından yapılan her çeşit turizm harcamaları ve pasif kısmında ise yurt dışına çıkan vatandaşların gittikleri ülkede yapmış oldukları turizm harcamaları yer almaktadır. Dış turizm bilançosunun aktif kısmında yer alan turistlerin gerçekleştirdikleri turizm harcamalarının ödemeler dengesine olumlu yönde bir etkisi olmaktadır. O ülke vatandaşının yabancı bir ülkede gerçekleştirdiği harcamalarının ise ödemeler dengesine negatif etkisi olmaktadır Dolayısıyla, döviz geliri, döviz giderlerini aşarsa turizm, ödemeler bilançosu üzerinde olumlu bir etki sağlamış olacaktır (Samırkaş ve Bahar, 2013:7). Ters durumda da olumsuz bir etki meydana gelmiş olacaktır.

2.5.1.4. Turizmin Diğer Sektörlere Etkisi

Turizm sektörü, turizm faaliyetinin yapıldığı ülke ya da bölgede bulunan diğer sektörleri doğrudan ya da dolaylı şekilde etkilemektedir. Ortaya çıkan bu etki, turizm faaliyetlerinin gerçekleştiği ülke ya da bölge için önemli olduğu gibi ulusal ekonomi için de önem teşkil etmektedir. Tarım sektörü başta olmak üzere, hizmet ve sanayi sektörü üzerine de etkileri bulunmaktadır.

2.5.1.4.1. Turizmin Tarım Sektörü Üzerine Etkisi

Turizm sektörünün etkilediği en önemli sektör, tarım sektörüdür. Tarım sektörünün ek talebi turizm sektörüne bağlı olarak oluşmaktadır. Bu da üretimi artırmaktadır. Üretimdeki bu artış tarım sektöründe üretim ve geliri arttırmakta ve yeni iş imkânlarının doğmasını sağlamaktadır. Turizm sektörünün gelişmesi, tarım sektöründe üretimde çeşitliliği sağlamakta, ürün kalitesini arttırmakta ve kaliteli ürünün gerçek değerinin bulunmasına katkı sağlamaktadır. Bunun sonucu olarak bölgede geçimini tarımdan sağlayan kişilerin gelir ve refah düzeyinde artış meydana gelmektedir (Samırkaş ve Bahar, 2013:12).

Tarım sektöründe yer alan insanların ürünlerinin değerinin artması ve gelirlerinde artış meydana gelmesi, turizm talebinde yaşanan artışa bağlı olarak turistlerin beslenme ihtiyaçlarını karşılayan tarım ürünlerine talebin artması ile gerçekleşmektedir. Ayrıca, turizm faaliyetlerinin çok fazla yaşandığı bölgelerde arazilerin değerlerinde artış meydana gelmektedir. Benzer şekilde bu arazilerde kamp vb. amaçların gerçekleştirilmesi için turizme açılması ile de ek gelir sağlama imkânı ortaya çıkmaktadır (Ünlüönen vd., 2007:171).

Turizmin tarım sektörüne olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bunlardan bazıları, tarım bölgelerinde turizm faaliyetlerinin artması ile birlikte artan turizm yatırımlarının tarımsal alanları azaltması veya düzensiz bir şekilde büyümesi, bölgede yaşayan ve sadece tarım ile uğraşan bireylerin bölgedeki artan fiyatlar (ev, kiralar vb.) neticesinde ekonomik yönden olumsuz etkilenmesi, bölgedeki bazı mesleklerin yok olması (balıkçılık, ormancılık vb.) ve hızlı büyüme ile çevre kirliliğinin artması ve ekolojik çevrenin bozulmasının yanı sıra bitki örtüsünün de olumsuz etkilenmesi olumsuz etkilerin başında gelmektedir (Kızıldemir, 2017:48).

2.5.1.4.2. Turizmin Sanayi Sektörü Üzerine Etkisi

Turizm sektörünün sanayi sektörü üzerindeki etkileri, turizme olan talebin artmasına bağlı olarak turizm yatırımlarının çoğalması ile birlikte yapılan yatırımlarda kullanılan sanayi malları üzerinde görülmektedir. Turizmin etkisi, yatırım malları üreten sanayiler üzerinde az, ara ve tüketim malları üreten sanayiler üzerinde ise, yüksek oranda görülmektedir. Sanayi mallarına olan talep, turistik bölgelerde yapılan altyapı yatırımlarının geliştirilmiş modern araçlarla yapılması ile artmıştır. Turizm sektöründe

sabit sermaye yatırım düzeyinin yüksek olduğu işletmelerin (konaklama vb.) yapımında kullanılan her türlü araç-gereç (madeni eşya, demir, sanayi ürünleri, çimento, orman eşyaları, toprak, elektrik üreten malzemeler, dokuma, plastik malzemeler vb.) ve bu araç-gereçlerin üretimini gerçekleştiren sanayi ve iş kolları turizm sayesinde canlanmaya başlamaktadır. Yani turizmin gelişmesi, sanayi sektörünün de gelişmesi anlamına gelmektedir. Bu da turizm talebindeki artışa bağlı olmaktadır. Bilişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeler turizm sektöründe bilgisayarların bazı bölümlerde kullanımında artışa yol açmaktadır. Teknolojik ve modern eşyaların üretimini gerçekleştiren sanayi kollarında da talep ve gelir artışı meydana gelmektedir. Gelişmiş veya gelişmekte olan bazı ülke ya da bölgelerde gerçekleştirilen turizme dayalı yatırım harcamaları, ulaştırma sektörü için yapılan altyapı imkânlarının geliştirilmesi ile ticaret ve sanayi sektörlerinin hammadde üretimine, pazarlanmasına, tedarikindeki problemlerin çözülmesine ve böylece milli gelirin artmasına katkı sağlamaktadır. Turizm talebinin artması, sanayi sektöründe istihdamda da artışa yol açmaktadır. Turizm faaliyetlerinin çok olduğu bölgelerde ve turist gelişlerinin arttığı mevsimlerde talepteki artış ile birlikte tarım mallarında ve tarıma dayalı sanayilerde üretim artmaktadır. Buna örnek olarak, bitkisel yağ sanayisi, meyve suları, unlu mamuller, konserve ve şarap verilebilir (Çeken, 2016:149-150).

2.5.1.4.3. Turizmin Hizmet Sektörü Üzerine Etkisi

Turizm sektörü kendisinin de içinde bulunduğu hizmetler sektörünün öneminin artmasına katkı sağlamaktadır. Ödemeler dengesi incelendiğinde uluslararası hizmetler kalemi içinde uluslararası turizmin değerlendirildiği görülmektedir. Turizm ekonomisi açısından bakıldığında ise, ödemeler dengesindeki en önemli kalemler uluslararası hizmetlerdir. Dolayısıyla turizm sektörü, kendisinin de içinde bulunduğu hizmetler sektörünü de büyük oranda etkilemekte ve bunun yanı sıra iyileşmesine de farklı alanlarda fayda sağlamaktadır (Kızıldemir, 2017:49) Turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkileri şunlardır (Korkmaz, 2019:45-46):

- Cari tüketim ile ilgili üçüncü üretim sektörünün gelişmesine katkı sağlar (manav, ekmek, market, et vb.).
- Donatım ve tasarım sanatları ile ilgili üçüncü üretim sektörünü iyileştirir (boyacı, elektrikçi, demirci vb.).

- Konfor bakımından üçüncü üretim sektörünü iyileştirir (kafe, moda evleri, spor malzemeleri, parfümeri vb.).
- Sağlık ve güvenlik hizmetleriyle alakalı üçüncü üretim sektörünü iyileştirir (sağlık merkezleri, sigorta, polis, banka vb.).
- Lüks hizmetler ile alakalı üçüncü üretim sektörünü iyileştirir (sauna, rehber, kuyumcu, antikacılar, gece kulübü, vb.).

2.5.2. Turizmin Olumsuz Ekonomik Etkileri

Turizmin olumlu etkisinin yanında olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu olumsuz etkilerin açıklanması turizm sektörünün daha iyi anlaşılmasına yardımcı olmaktadır.

2.5.2.1. Turizmin İthalat Etkisi

Uluslararası turizm, ülkelerin ekonomik bağımsızlığını sağlamaktadır. Gelişmiş ülkelerden üçüncü dünya ülkelerine giden turistler bölge ekonomisi üzerinde bağımlılık yaratabilmektedir. Turizmin hem tüketim amaçlı hem de toplumun tüketim alışkanlıklarında ortaya çıkarabileceği etkileri nedeniyle, bazı malların yurtdışından ithali gerekebilmektedir. Turizm faaliyetleri ile birlikte teknolojik yatırımlar da artacağı için ülkenin ithal eğilimi artabilmektedir. Bu durum, özellikle gerekli sermaye ve teknolojiye sahip olmayan gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülkelerdeki turizm hareketleri için söz konusu olmaktadır. Ülke içinde belirli bölgelerde turizmin gelişmesi, yerli ve yabancı turistlerin yanında çalışmak amacıyla o bölgeye gelecek olan kişilerin mal ve hizmet taleplerini arttırabilmekte, bu da o bölgede mal ve hizmetlerin fiyatlarının yükselmesine (bölgesel enflasyona) yol açabilmektedir (Bahar ve Kozak, 2008:172).

Turizm vasıtası ile gelir olarak elde edilen döviz, turizm ile alakalı bir ürün ya da hizmete olan talebi karşılayabilmek amacıyla kullanıldığında döviz kaybına dönüşmektedir. Ülke vatandaşının pasif dış turizmine katılırken götürdüğü dövizler ödemeler bilançosu üzerinde negatif olarak kaydedilmektedir. Bu “Görünmeyen ithalat (dış alım)” olarak adlandırılmakta ve ödemeler dengesinde turizm faaliyetleri nedeniyle döviz çıkışları anlamına gelmektedir. Örneğin, bir ülkeye gelen yabancı turistlerin getirdiği dövizler görünmeyen ihracat olarak adlandırılırken, turist gönderen ülkeden çıkan dövizler görünmeyen ithalat olarak adlandırılmaktadır. Ayrıca, turizm

hizmetlerini gerçekleştirmek için yapılan ve ülkeden döviz çıkışına neden olan diğerk dış alım da “ek ithalat” olarak ifade edilmektedir. Ek ithalat kapsamındaki hizmetler, turistler için yurt dışından alınan her çeşit mal ve hizmetler, turistik tesislerde kullanılmak için ithal edilen her çeşit inşaat malzemeleri, turizm sektöründe çalışan personelin ödemeleri, ülkede turizm için yabancı sermaye vasıtasıyla kurulmuş işletmelerin kar transferleri, tanıtım ve reklam için yurt dışında yapılan ödemeler, yurt dışında yapılan turizm yatırımları ve turizm sektöründe çalışacak personelin yurt dışı eğitim ödemeleridir. Bunun yanında, turistlerin tüketmesi amacıyla ithal edilen her çeşit gıdalara ödenen döviz ve turistlerin gelirken beraberinde getirdikleri her çeşit gıdaların toplamdaki değeri ekonomide sızıntı olarak görölmektedir. Bunun nedeni, ülkenin ekonomisine bir katkılarının olmamasıdır. İthalatın artması, ülkedeki üretim faktörlerinin etkinliğini azaltmaktadır (Ertürk, 2018:90-91).

2.5.2.2. Turizmin Mevsimsellik Etkisi

Turizm, bütün bir yıl boyunca devamlılık arz eden bir etkinlik olmasına rağmen, yılın belirli dönemlerinde yoğunlaşmakta ve turizm faaliyetlerinin zaman bakımından yoğunlaştığı bu döneme “turizm mevsimi” denmektedir. Turizmin mevsimselliğı, özellikle yoğun bir şekilde ekonomisi turizme bağı olan ülkelere önemli ekonomik problemlere neden olabilmektedir. Mevsimlik işçiler, güvenli olmayan işlerde çalışmakta ve genellikle bir sezondan diğerkine kadar istihdam edilme şansları yok olmaktadır. Bunun yanında yetersiz barınma ve çalışma koşulları mevcut problemleri daha da arttırmaktadır. Turizm faaliyetleri belirli mevsimlerde aşırı yoğun, diğerk mevsimlerde düşük yoğunlukta olması, büyük kentler dışındaki konaklama tesislerinin yılın bu dönemlerinde atıl kalmasına ve böylece yapılan yatırımın geri dönme süresinin uzamasına neden olmaktadır. Turizm yatırımlarının yüksek maliyetli olması, sabit faiz ve işletme giderleri bulunmasına karşın, mevsimsel bir talebe sahip olması, turizm yatırımları için bir takım teşvik unsurlarının bulunması ihtiyacını meydana getirmektedir (Samırkaş ve Bahar, 2013:17).

Mevsimselliğın neden olduğı olumsuzlukları gidermek için turizm sezonunun on iki aya yayılması, kıyı turizmi haricinde diğerk turizm çeşitlerinin geliştirilmesine ve uygulanmasına yönelik strateji ve politikalar üretilmesi turizm bölgesinde boşta kalan kapasitenin ve sonuç olarak kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağılayacaktır. Eğer kamu ve özel sektör temsilcileri tarafından bu belirtilen noktalar dikkate alınırsa, o

bölgeye olan turizm talebinde bir artış söz konusu olacak ve turizm gelirleri ile ülkeye gelen turist sayısında artış meydana gelecektir. Ayrıca, ürün çeşitlendirmesini başarıyla uygulayabilen turizm bölgeleri, turizmin bu mevsimsellik özelliğini en aza indirerek pazar payını koruyacak, geliştirecek, yeni pazarlara girebilecek ve bunun sonucunda da rakiplerine oranla daha fazla rekabet gücü elde edecektir (Bahar ve Kozak, 2008:176).

2.5.2.3. Turizmin Enflasyon Etkisi

Ekonomide, toplam talebin toplam arzı aşması sonucunda fiyatlar genel seviyesinde meydana gelen artış enflasyon olarak adlandırılmaktadır. Turizmin meydana getirdiği enflasyon etkisi değişik şekillerde ortaya çıkmaktadır. Turizm sezonu ile birlikte az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yabancı turistlerin alım gücünün yerli halka göre çok daha fazla olduğu düşünüldüğünde turistlerin fiyatı yüksek mal ve hizmetleri satın almaya ve daha fazla fiyat ödemeye razı oldukları görülmektedir. Bölgede faaliyet gösteren perakendeci satıcılar, turistlere sattıkları turizm ürününün fiyatını arttırarak kar paylarını arttırmak istemektedirler. Bu durumda meydana gelen fiyat artışları beraberinde maliyet artışını da getirmekte ve bunun sonucunda enflasyon oranı bölgesel olsa bile bir yükselme eğilimine girmektedir. Turizm sezonunda, özellikle arsa ve gayrimenkul fiyatları bu genel fiyat artışları karşısında yükselmektedir. Bu durumda ise, gayrimenkullerin değerinin artması nedeniyle bireyler daha çok kira ile vergi ödemekte ve dolayısıyla enflasyon baskısı artmaktadır (Bahar ve Kozak, 2008:172-173).

Turizm bölgesinde veya ülkesinde turizmin gelişmesiyle birlikte enflasyonist baskı oluşup oluşmayacağı durumlar farklılık göstermektedir. Bir ülkede turizmden elde edilen net döviz geliri döviz giderinden az ise, turizm enflasyonist bir baskıya yol açabilmektedir. Çünkü bu durumda elde edilen döviz geliri, turizm sektörünün üretmiş olduğu turizm ürünü tarafından emilmiş olacaktır. Yani ülkedeki döviz arz-talep dengesinde bir bozulma meydana geldiğinde, ekonomide fiyat istikrarı sağlanamayacak ve bunun sonucunda enflasyon ortaya çıkacaktır. Yani turizm yoluyla talep edilen döviz miktarı, döviz arzını aştığında enflasyon ortaya çıkabilmektedir. Turizm sektörü ulusal ekonomi içinde diğer sektör çalışanları açısından önemli bir sektör olarak değerlendirilmektedir. Ülkelerin turizmi pilot sektör olarak seçtiği düşünüldüğünde, turizmin enflasyonist bir baskı oluşturmaması kaçınılmazdır. Çünkü gelişmekte olan ülkelerde olduğu gibi turizm sektöründe diğer sektörlerle oranla daha fazla gelir elde

etme şansı var olduğu için diğer sektörlerden turizme yönelik bir iş ve girişimci akını olmaktadır. Böylece, turizm sektörünün ekonominin genelinde enflasyonist bir baskı meydana getirme ihtimali ortaya çıkmaktadır. Bu ihtimal turizmin ülke ekonomisi içinde sahip olduğu ekonomik ağırlıkla paralellik göstermektedir. Turizmin enflasyonist bir baskı oluşturup oluşturmayacağı reel döviz kuru değerine göre de belirlenebilmektedir. Şöyle ki; turizm etkisiyle harcanan ulusal para miktarı, turizmden sağlanan net döviz geliri toplamından yüksekse, bu durumda reel döviz kuru 1'den küçük olacağı için turizmin enflasyonist bir baskı oluşturması muhtemel olmaktadır. Fakat döviz kurunun 1'e eşit ya da 1'den büyük olduğu durumlar için herhangi bir enflasyonist baskı söz konusu olmayacaktır (Kızıldemir, 2017:52).

2.5.2.4. Turizmin Fırsat Maliyeti Etkisi

Ekonomide genel olarak sınırlı kaynaklar ile sınırsız ihtiyaçları karşılayabilmek için bazı isteklerden vazgeçilmesi veya isteklerin başka zamana ertelenmesi gerekmektedir. Böyle sınırlı kaynakların seçiminde alınan her karar, başka bir seçimden vazgeçmeyi gerektirmektedir. Seçilen kararın maliyeti seçiminden vazgeçilen alternatif seçenektir. Bu da kaçırılan fırsat anlamında “fırsat maliyeti” adını almaktadır (Ertürk, 2018:91).

Turizm sektörü açısından düşünüldüğünde, ülkelerin turizm sektörüne yapacakları yatırımla elde edecekleri gelirin diğer sektörlerle yapıldığı zaman elde edileceği tahmin edilen gelir ile karşılaştırılmasına kısaca “turizmin fırsat maliyeti” denilmektedir. Bu anlamda fırsat maliyeti olgusu, ülkenin kıt olan ekonomik kaynaklarının en iyi yerlere yönlendirilmesi sonucu elde edilebilecek en yüksek hâsıla miktarı olarak da algılanabilmektedir. Örnek olarak, bir bölgede yatırım için bütçeden belirli bir miktar kaynak ayrıldığı varsayılın. Bu parasal kaynağın, büyük beş yıldızlı bir otelin inşa edilmesinde, söz konusu bölgenin su ve kanalizasyonun yapımında ya da bir okulun inşasında kullanılabileceği düşünülecek olursa, var olan kaynağın o bölgenin ihtiyacını karşılayacak ve kişi başına düşen gelir ile ulusal geliri de kısa vadede yükseltebilecek en iyi seçeneğe yönlendirilmesi gerekmektedir. Eğer yapılan fayda/maliyet analizine göre, yatırımın yapılması gereken en verimli alan okul inşaatı iken, kaynaklar otel yapımına ayrılırsa, kaynakların etkin ve verimli kullanımından söz etmek mümkün olmayacak ve sonuç olarak ülke insanı açısından ekonomik bir refah kaybı oluşacaktır (Bahar ve Kozak, 2008:175).

2.5.2.5. Turizmin Yabancı Sermaye Etkisi

Yabancı sermaye, ülkelerin doğal kaynaklar dâhil olmak üzere mevcut üretim faktörlerini etkin ve verimli bir şekilde kullanabilmeleri amacıyla gerekli olan fakat ülkede yeterli ölçüde olmadığı için dış ülkelere sağlanan sermaye olarak tanımlanmaktadır (Çeken, 2016:162). Özellikle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için yabancı sermaye küreselleşme ile birlikte ihtiyaç duyulan sermaye birikiminin sağlanmasında, üretim faktörlerinin etkin bir şekilde kullanılarak tasarruf ve yatırım yetersizliklerinin giderilmesinde ve rekabet gücünün artırılmasında ve istihdamın artırılarak üretim kapasitesinin genişletilmesinde önemli bir rol oynamaktadır (Cıngılı, 2018:46).

Yabancı sermaye yatırımlarının ekonomi üzerinde olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de mevcuttur. Bunun nedeni yabancı sermayenin bir başka ülkeye kar amacıyla gitmesidir. Dolayısıyla, yabancı sermaye en yüksek kar beklentisi nerede ise o bölgeye gitmekte ve “homo economics” özelliğinden dolayı da kendi karını maksimum yapmayı amaçlamaktadır. Yabancı sermayenin turizm sektörü üzerindeki olası etkileri şöyledir (Bahar ve Kozak, 2008:177-179):

- Yabancı firmaların kendi aralarında yaptıkları dikey ve yatay birleşmeler, piyasada tekelleri bir güç oluşmasına neden olmakta ve bunun sonucunda yerli firmalar bu firmalarla rekabet edemeyecek duruma gelerek rekabetçi gücünü ve pazar payını kaybetmektedirler.
- Gittikleri ülkede çalıştıracakları personeli kendi ülkelerinden götüren yabancı sermayedarlar, gidilen ülkedeki istihdam yapısı üzerinde olumsuz etkiler ortaya çıkarabilmektedir. Ek olarak, çalıştırdıkları personelin maaş ödemesi şeklinde yurt dışına bir döviz çıkışı da söz konusu olabilmektedir.
- Yabancı sermayenin ülkeye girmesiyle, yatırım için gerekli olan gelişmiş makine ve teçhizatın yurt dışından ithal edilme yoluna gidilmesi döviz kaybına yol açabilmektedir.
- Yabancı firmaların; teknolojik olanakları, bilgi birikimi ve sermaye yapısı bakımından yerli firmaların çok ilerisinde olması, yerli firmaların zaman içinde yabancı firmalarla rekabet etmesini zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla, çeşitli ekonomik yararlar sağlamak ve yerli turizm sektörünü geliştirmek için gelen

yabancı sermayenin bu yıkıcı gücü karşısında, yerli firmalar zamanla faaliyetlerini durdurmak zorunda kalabilmektedirler.

- Yabancı sermaye yoluyla gelen firmaların turizm sektöründeki tüketim kalıplarını farklılaştırmaları, ithalata olan bağımlılığın artmasına ve dolayısıyla turizmin meydana getirdiği çarpan etkisinin azalmasına neden olmaktadır.
- Yabancı firmalar, yatırım maliyetlerinin artmasına neden olduğu için yerli firmaların sermayeleri yetersiz kalmakta ve bunun sonucunda yerli firmalar yüksek fiyatlı gayrimenkulleri satın alamamakta ve dolayısıyla turizm sektörüne yatırım yapmaktan vazgeçebilmektedirler.
- Yabancı firmaların, ülke içerisinde temin edebilecekleri bazı yatırım ve ara mallarını dışarıdan ithal etmeleri, yabancı sermayenin ülke ekonomisi ve turizm sektörü üzerinde oluşturduğu diğer bir olumsuz etkidir.
- Yabancı firmaların sağladıklarını gelirin çoğunu, ülke içerisinde tam olarak yatırıma dönüştürmeden kendi ülkesine götürmesi, söz konusu ülkenin ödemeler dengesinde bir açığa yol açmakta ve dolayısıyla ülke ekonomisi bundan olumsuz olarak etkilenmektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE VE SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE COVID-19 SALGINININ ÜLKE EKONOMİLERİNE ETKİSİ

Covid-19 pandemisi nedeniyle ülkeler ekonomik alanda büyük ölçüde etkilenmiştir. Yaşanan olumsuzlukların en önemli nedenleri arasında hükümetlerin ve insanların salgından korunmak için aldıkları önlemler gelmektedir. Alınan önlemler vaka sayılarında azalış yaşanmasına ve pandemi döneminin erkenden sonlanmasına katkı sağlamış olsa da ekonomik olarak zorluklar yaşanmasına neden olmuştur.

Turizm sektörü olumlu ve olumsuz gelişmelerden hemen etkilenebilen bir sektör olma özelliğine sahiptir. Bu nedenle pandemi her sektörü etkilemiş ancak turizm sektörüne yarattığı etki büyük ekonomik kayıpların oluşmasına neden olmuş ve insanların işsiz kalması gibi büyük ekonomik problemleri beraberinde getirmiştir. Covid-19 salgını tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’yi de olumsuzlukların içine sürüklemektedir. Özellikle turizm sektöründe yaşanan olumsuz gelişmeler Türkiye’yi her alanda zorlamaktadır.

Bu bölümde Covid-19 pandemisinin Türkiye, Fransa, İtalya, Avusturya, Macaristan ve Hırvatistan ekonomilerine etkileri incelenmektedir.

3.1. Covid-19 Pandemisinin Türkiye ve Seçilmiş Avrupa Birliği Ülke Ekonomilerine Etkisi

Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya ekonomileri Covid-19 pandemisinden önemli ölçüde etkilenmektedir. Etkilerini işsizlik, GSYH ve enflasyon üzerinde göstermektedir.

3.1.1. Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkisi

Türkiye’de Covid-19 pandemisi Mart ayının ortasından itibaren iktisadi faaliyetleri iç talep, dış ticaret ve turizm kanallarıyla etkilemeye başlamış ve etkiler Nisan ayından itibaren derinleşerek tüm ekonomiye yayılmıştır (Adıgüzel, 2020:191). Türkiye’ye Covid-19 pandemisi ABD ve Avrupa Birliği ülkelerinden sonra gelmesine rağmen ilk vakanın açıklanmasının ardından vaka sayıları hızla artmıştır. Daha sonra alınan tedbirler vasıtasıyla pandeminin ülkeye yayılımını engellemek amaçlanmıştır. İnsanlar arasındaki teması ve etkileşimi azaltmaya yönelik alınan önlemler, en başta

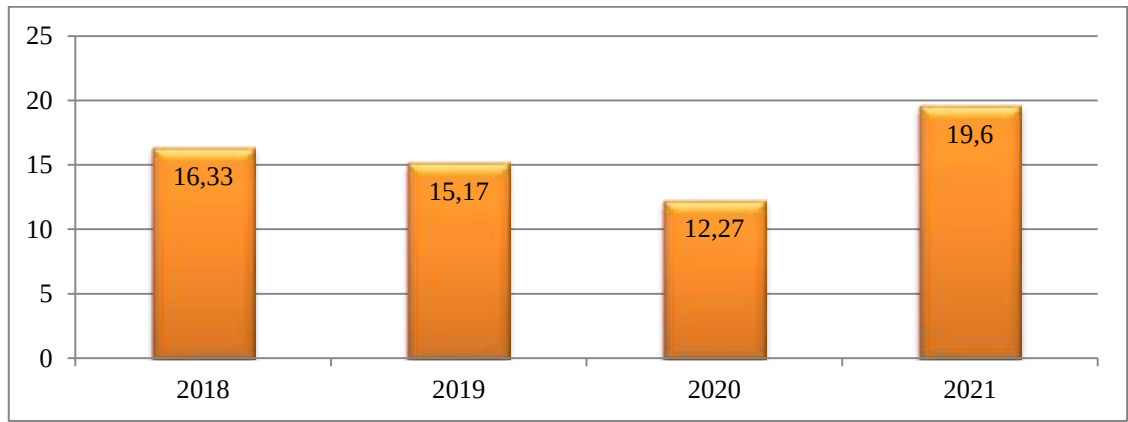
hizmet sektörü olmak üzere ekonomide var olan birçok sektörü etkilemiştir (Demirbaş, vd., 2020:31).

Covid-19 pandemisinin tüm dünyaya hızla yayılmasının ardından her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de sosyal mesafelendirme amacına yönelik olarak insanların toplu olarak bulunduğu mekânlar kapatılmış ve ulaşım önemli kısıtlamalar getirilmiştir. Covid-19 tedbirleri sonucunda tedarik zincirlerinin kopması ve birçok ekonomik faaliyetin daralması nedeniyle küresel boyutta bir ekonomik krizle karşı karşıya kalınmıştır (Taymaz, 2020). Türkiye’de Mart 2020’de ilk Covid-19 vakasının tespit edilmesinin ardından %4,5 oranında ekonomik büyüme kaydedilmiş ve yılın ikinci çeyreğinde %9 oranında daralma yaşanmıştır. İlk şokun yaşanmasının ardından verilen teşvikler sayesinde iktisadi faaliyetler hız kazanmış ve yılın üçüncü çeyreğinde %6,7 oranında ekonomik büyüme yaşanmıştır. Türkiye ekonomisi 2020 yılının dördüncü çeyreğinde ise %5,9 oranında büyümüş ve yılı pozitif bir büyüme ile kapatmıştır. 2020 yılının üçüncü ve dördüncü çeyreğinde yaşanan büyümelerin nedenleri, düşük faiz politikası ve daha çok kredi genişlemesidir. Kamu destekli krediler ve teşvik programları ekonominin toparlanmasına hız kazandırmış ve büyümenin ana etmeni olmuştur. Ancak bu tür bir büyümenin kendini enflasyon şeklinde göstermesi beklenmiştir. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de salgın döneminde küresel talep şoku nedeniyle gerileyen faizler, 2020 yılının ikinci yarısından sonra yeniden artmaya başlamış ve 2020 yılının sonlarında %15 seviyelerini görmüştür. Türkiye’de son dönemde fiyatlardaki artışın en önemli nedenlerinden bir tanesi döviz kurundaki artışlardır. Döviz kurundaki artış faizin arttırılmasıyla dengelenmeye çalışılmış, bu da yatırımları azaltarak ekonomik büyümeyi istikrarsız bir hale getirmiştir. Covid-19 pandemisinin etkilerinin en şiddetli hissedildiği yıl olan 2020 yılının ikinci çeyreğinden itibaren salgının ortaya çıkardığı olumsuz etkileri azaltmak amacıyla maliye politikası araçları etkin bir şekilde kullanılmıştır. Böylece Türkiye ekonomisinin bütçe dengesi büyük oranda açık vermiştir. Salgın boyunca işini kaybeden insanlara verilen nakdi yardımlar, devletin sağladığı vergi kolaylıkları ve vergi ertelemelerinin yapılması, esnaf ve kobilere yönelik olarak uzun vadeli ve düşük faizli kredi olanakları sunması, harcamaların artması ve vergi gelirlerinin azalmasıyla sonuçlandığı için 2020 yılının Mart ve Nisan aylarında bütçe açığı ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan bu olumsuzluklar ekonomiye duyulan güveni azaltmıştır. Güvenin azalmasında salgının başlarında alınan karantina önlemleri etkili olmuştur. Alınan önlemlerin sonucunda normalleşmenin

kademeli olarak artmaya başlaması ve iktisadi faaliyetlerin tekrardan canlanması ekonomiye olan güvenin artmasına neden olmuştur (Sertkaya ve Baş, 2021:154-160).

Salgının yoğun olarak yaşandığı 2020 yılından itibaren alınan tedbirler doğrultusunda dolaylı olarak petrol fiyatlarının düşmesi, arz-talep arasında yaşanan dengesizlikler, ülkelerin döviz kurlarında çeşitli etkilerden kaynaklı dalgalanmaların yaşanması sonucunda enflasyon oranları da etkilenmiştir (Ünüvar ve Aktaş, 2022:134).

Grafik 3.1’de 2018-2022 yılları arasında Türkiye’nin tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranları verilmiştir.



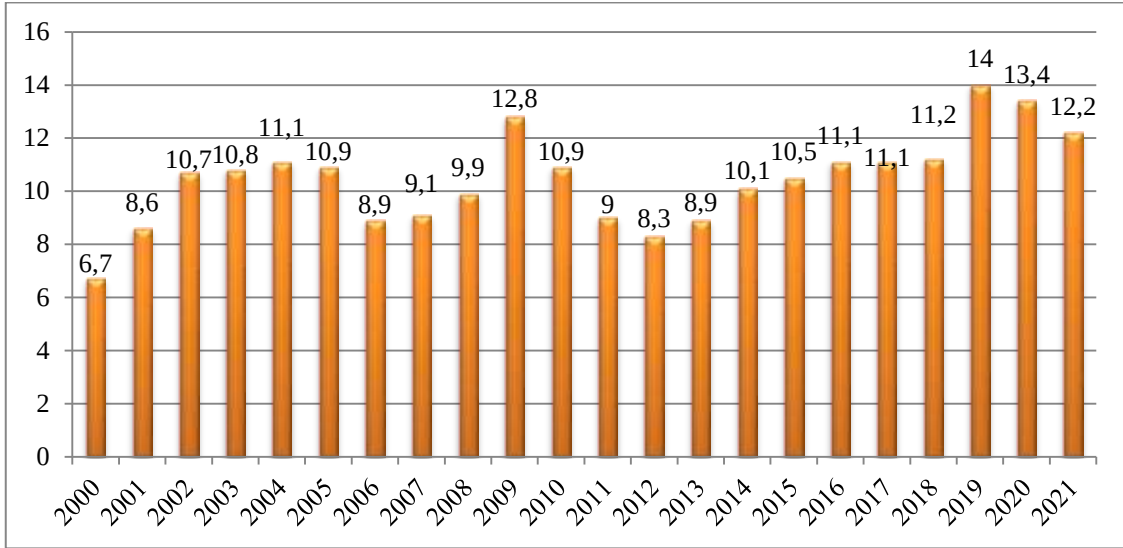
Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.1: Türkiye'nin Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)

Türkiye’nin 2018 yılında tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranı %16,33 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında ise bu oran %7,1 oranında azalarak %15,17’ye düşmüştür. 2020 yılında ise bir önceki yıla göre %19,11 oranında bir azalma yaşanmış ve %12,27’ye düşmüştür. 2021 yılında bir önceki yıla göre %59,73 oranında bir artış gerçekleşerek %19,6 olarak kayıtlara geçmiştir. Covid-19 pandemisi ile bağlantılı olarak bir değerlendirme yapıldığında 2019 yılı ile pandeminin Türkiye’de yoğun olarak hissedildiği yıl olan 2020 yılı karşılaştırıldığında pandeminin Türkiye ekonomisinde enflasyon oranlarını çok fazla etkilemediği görülmüştür. Bu durumun en büyük nedeni, var olan salgının Türkiye ekonomisi üzerine olabilecek olumsuz etkilerini en aza indirmek amacıyla Merkez Bankası (MB) tarafından faiz indirimi uygulanması, firmalarda yaşanan nakit akışlarının düzenlenmesi, likidite ihtiyaçlarının karşılanması gibi tedbirler olumsuz etkilerinin bir süre önüne geçmiştir. 2021 yılında yaşanan yükselmenin en temel nedeni ise hem talep hem de maliyette yaşanan artışlar ve döviz

kurunun yükselmesidir. Buna ek olarak tarımsal kuraklık, gıda fiyatlarında yaşanan artış ve tedarik sürecindeki sıkıntılar enflasyon oranlarının yükselmesine neden olmuştur (Ünüvar ve Aktaş, 2022:134).

Grafik 3.2’de Türkiye’nin 2000-2021 yılları arasındaki 15-64 yaş arası işsizlik oranları verilmiştir.



Kaynak: www.ilo.org. ve www.tuik.org.

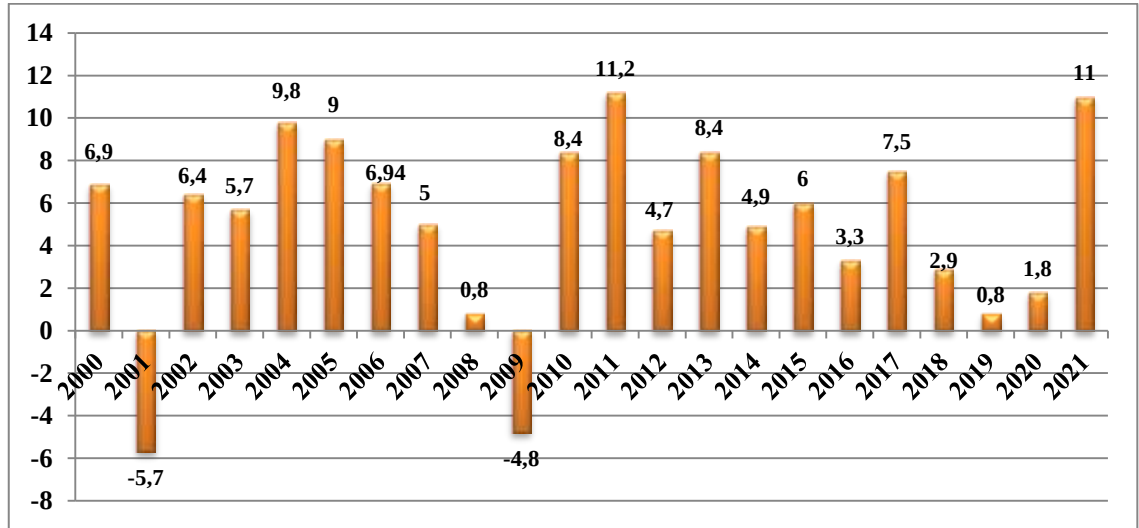
*2000-2020 arası www.ilo.org; 2021 yılı www.tuik.org.

Grafik 3.2: Türkiye’de 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021)

Grafik 3.2’de görüldüğü üzere Türkiye’de 2000 yılında 15-64 yaş grubu işsizlik %6,7 oranında gerçekleşmiştir. İşsizlik 2004 yılına kadar istikrarlı bir biçimde artış göstermiştir. 2005 yılına gelindiğinde işsizlik oranında bir önceki yıla göre %1,8 oranında bir düşme yaşanmış ve %10,9 oranında gerçekleşmiştir. 2006 yılına gelindiğinde ise %18,34 oranında düşerek %8,9 oranında işsizlik oranı yaşanmıştır. 2007 yılında bu oran bir önceki yıla göre %2,24 artarak %9,1 olarak kayıtlara geçmiştir. 2008 yılına gelindiğinde ise işsizlik oranı %9,9 oranında gerçekleşmiştir. Küresel ekonomik kriz nedeniyle işsizlik her ülkede olduğu gibi Türkiye’de de ülke ekonomisini etkilemiş ve işsizlikte yükselmeler meydana gelmiştir. 2019 yılında bu olumsuz etki nedeniyle bir önceki yıla göre %29,29 oranında bir artışla %12,8 olarak gerçekleşmiştir. 2000-2009 yılları arasındaki en yüksek işsizlik oranının yaşanmasının ardından 2012 yılına kadar işsizlik oranı düşmüştür. 2012 yılında %8,3 olarak gerçekleştikten sonra 2019 yılına kadar sürekli bir yükselme görülmüştür. 2019 yılında Covid-19

pandemisinin ortaya çıkmasının ardından 2020 yılında Türkiye’yi etkisi altına almasıyla birlikte ekonomi büyük ölçüde etkilenmiştir. Yaşanan ekonomik sıkıntıların yanında işsizlik oranı da etkilenmiştir. Ancak 2019 yılında %14 olarak gerçekleşen işsizlik pandemisinin en şiddetli görüldüğü yıl olan 2020 yılında %4,28 oranında azalarak %13,4 olarak kayıtlara geçmiştir. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre bu oran %8,95 oranında azalarak %12,2 olmuştur. Covid-19 pandemisi nedeniyle işten çıkarmaları engellemek için işten çıkarma yasaklarının getirilmesi ve verilen teşviklerin artması nedeniyle işsizlik oranları düşmüştür. Kamuya alınan binlerce işçinin de işsizlik oranlarının azalmasında etkisi bulunmaktadır.

Grafik 3.3’te 2000-2021 yılları arasındaki Türkiye’nin GSYH büyüme oranları gösterilmektedir.



Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.3: Türkiye’de 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları

Grafik 3.3’e bakıldığında Türkiye’de 2000 yılında GSYH oranı %6,9 oranında büyümüştür. 2001 yılında ise %5,7 oranında GSYH’de küçülme yaşanmıştır. 2000-2021 yılları arasında en fazla küçülmenin yaşandığı yıl 2001 yılı olmuştur. 2002 yılında ekonomi tekrardan toparlanmış ve %6,4 oranında bir GSYH büyümesi gerçekleşmiştir. 2008 küresel ekonomik krizine kadar %5 seviyelerinin üzerinde sürekli olarak büyüme gerçekleşmiştir. Ancak 2008 yılında sadece %0,8 oranında bir büyüme gerçekleşmiştir. Bu büyüme bir önceki yıla göre %84 daha az gerçekleşmiştir. 2009 yılında ise küresel ekonomik kriz etkisini daha fazla göstermiş ve o yıl GSYH’de %4,8 oranında küçülme yaşanmıştır. 2010 yılında GSYH büyük ölçüde gelişim göstererek %8,4 oranında

büyüme yaşamıştır. Covid-19 pandemisinin 2020 yılında Türkiye’de görülmesinin ardından GSYH de büyük ölçüde etkilenmiştir. 2020 yılında GSYH oranı bir önceki yıla göre %125 artmış ve %1,8 olarak kayıtlara geçmiştir. Ekonominin birçok alanı 2020 yılında kötü yönde etkilenmişken GSYH oranında büyüme yaşanmıştır. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %511,11 daha fazla büyüyerek %11 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye’de 2021 yılında son 20 yılın en yüksek GSYH büyüme oranı gerçekleşmiştir. Bu kadar yüksek bir GSYH büyüme oranının gerçekleşmesinin nedenlerinin başında yatırımlarda gerçekleşen artışlar, imalat sanayi üretimi ve ihracatın önemli ölçüde artmasıdır (Ünüvar ve Aktaş, 2022:134).

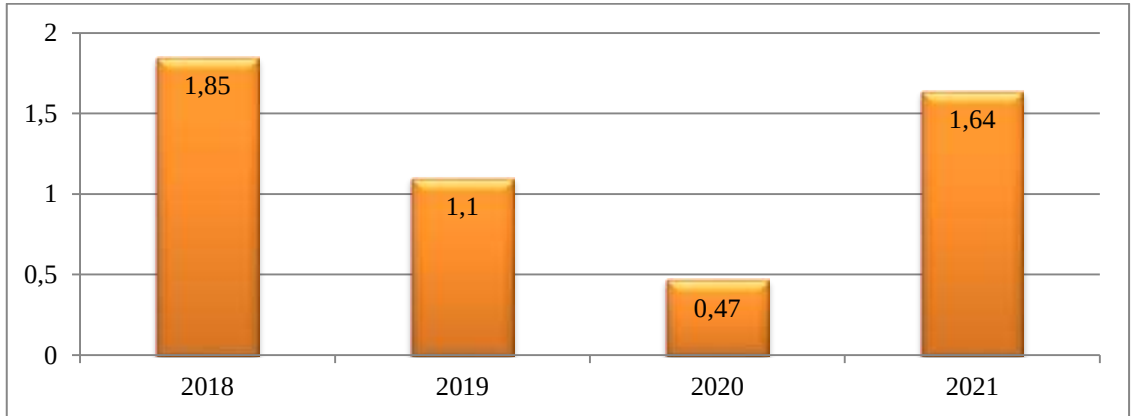
3.1.2. Covid-19 Pandemisinin Fransa Ekonomisine Etkisi

Fransa ekonomisinin büyük bölümünü sanayi ve hizmet sektörü oluşturur. Hatta Fransa GSYH’sinin %70’i hizmet sektöründen meydana gelmektedir. Fransa aslında, otomotiv, havacılık ve demiryolu sektörlerinin yanı sıra kozmetik, ilaç ve lüks mallarda da küresel liderler arasında yer almaktadır. Covid-19 pandemisi her ülkede olduğu gibi Fransa ekonomisini de büyük ölçüde etkilemiştir. Fransa’da 17 Mart 2020 tarihinde uygulanmaya başlatılan karantina, zorunlu olmadığı düşünülen birçok faaliyetin durdurulmasına yol açmıştır. Pandemi Fransız ürünlerini almayı bırakan uluslararası müşterilerin tüketimini azaltarak Fransa ekonomisinde olumsuz bir talep şoku yaratmıştır. Salgının patlak vermesiyle birlikte, özellikle gıda tedarik zincirlerinde önemli bir kısa vadeli panik satın alma gerçekleşmiştir. Panik satın alma durumu ve işgücündeki rahatsızlıklar nedeniyle arza dayalı kesintiler gibi talebe dayalı derin bir şok yaşanmıştır. Fransa’da iç tüketim, Nisan 2020’de Şubat 2020’ye göre yaklaşık olarak üçte bir, Mart 2020’ye göre %20, Mayıs 2020’ye göre %34,1 oranında düşüş göstermiştir. Son on yılda hane halkı tüketimi, tarihinin en büyük düşüşünü yaşamıştır (Sülün, 2020:117-123). Birçok Avrupa ülkesinde gıda ve tarım endüstrisi pandemiden olumsuz olarak etkilenmiştir. Fransız çiftçiler, Covid-19 kısıtlama zamanlarında 1500 ton peyniri satamadıkları için bu peynirler israf olmuştur (BBC News, 2020).

İleri bir sanayi ülkesi olan Fransa’da tarım, gıda ve otomobil sanayileriyle birlikte, turizm önemli bir ihracat sektörü olarak göze çarpmaktadır (Avcıkurt ve İlban, 2016:78). Fransa’da turizm GSYH’nin yaklaşık %8’ini temsil etmekte ve milyonlarca kişiye istihdam imkânı sağlamaktadır. Ancak küresel pandemi ve buna bağlı seyahat kısıtlamaları ile sektör büyük bir darbe almıştır. Kilitlenme nedeniyle, Avrupa’daki

birçok mağaza perakende satışları üzerindeki büyük etki nedeniyle kapanmak zorunda kalmıştır. Bu yüzden, Fransız Hükümeti, perakende mağaza sahiplerini, kapanmak zorunda kalan küçük şirketler için üç ay boyunca kiralarını kaldırmaya teşvik etti. Bunun amacı ofisler için gayrimenkul değerini düşürmektir. Ayrıca ulusal ve yerel düzeyde hem Fransa hem de Avrupa Birliği uluslararası seyahat kısıtlamaları, sokağa çıkma yasakları ve sosyal mesafe kuralları nedeniyle üretimlerinde bir düşüş yaşadı (Sülün, 2020:123-125). Fransa'daki karantina önlemleri 75 bin restoran, 3 bin kulüp ve 40 bin kafenin kapanmasıyla sonuçlandı ve teknik işlere yerleştirilen 1 milyon çalışanı etkiledi (www.ilo.org.).

Grafik 3.4'te 2018-2021 yılları arasında Fransa'nın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranları verilmektedir.

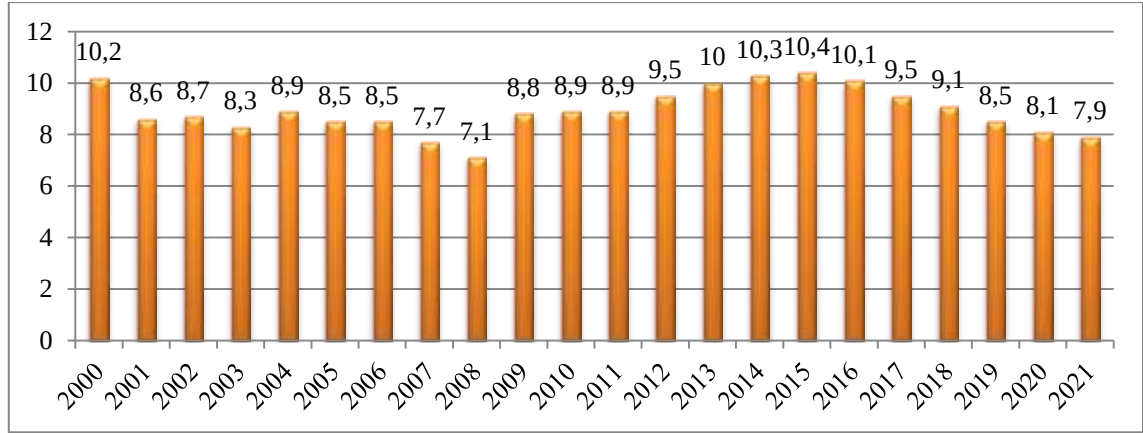


Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.4: Fransa'nın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2021)

Fransa'nın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranı 2018 yılında %1,85 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılına gelindiğinde bu oran bir önceki yıla göre %40,54 azalarak %1,1'e düşmüştür. 2020 yılında Fransa'da enflasyon oranı düşmeye devam etmiştir. 2020 yılında %0,47 oranında enflasyon yaşanmış ve bu oran bir önceki yıla göre %57 daha az gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %248,93 oranında bir artışla %1,64 olarak kayıtlara geçmiştir.

Pandeminin Fransa’da işsizlik oranları üzerindeki etkisini görebilmek amacıyla Grafik 3.5’te 2000-2021 yılları arasındaki işsizlik oranları verilmiştir.

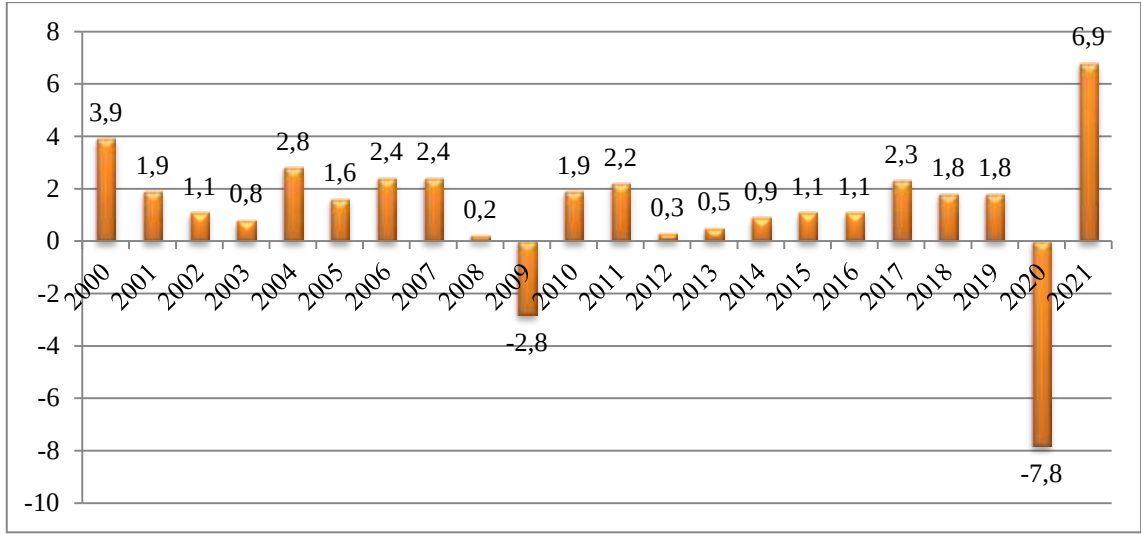


Kaynak: www.ilo.org.

Grafik 3.5: Fransa'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021)

Grafik 3.5’te görüldüğü üzere 2000 yılında Fransa’da işsizlik oranları %10,2 düzeyindedir. Bu oran 2003 yılına kadar kademeli olarak düşmüş ancak 2004 yılında tekrar artarak %8,9 olarak gerçekleşmiştir. 2004 ve 2008 yılları arasında tekrardan düşüş eğilimine geçmiş ve 2000 ve 2021 yılları arasındaki en düşük işsizlik oranı 2008 yılında %7,1 olmuştur. 2008 yılında ortaya çıkan küresel kriz nedeniyle 2009 yılından 2015 yılına kadar işsizlik oranlarında artış yaşanmıştır. 2009 yılında %8,8 olarak gerçekleşmiş ve 2010 yılında %1,14 oranında artış göstererek %8,9 olmuştur. 2011 yılında ise bir önceki yıla göre işsizlik oranlarının bir artış ya da azalma görülmemiş ve %8,9 olarak kayıtlara geçmiştir. 2012 yılında bir önceki yıla göre işsizlik oranı %6,74 oranında bir artış göstererek %9,5 olmuştur. 2013 yılında bir önceki yıla göre %5,26 oranında artış yaşanmış ve işsizlik oranı o yıl %10’a çıkmıştır. 2014 yılında ise 2013 yılına göre %3 artarak %10,3 oranında işsizlik yaşanmış ve 2015 yılında bu oran artarak %10,4 olarak gerçekleşmiştir. 2015 yılından sonra ise işsizlik oranları 2021 yılına kadar düşüş yaşamıştır. 2019 yılında ortaya çıkan ve ekonomiyi olumsuz olarak etkileyen Covid-19 pandemisi Fransa’da işsizlik oranlarında bir artışa neden olmamıştır. 2019 yılında %8,5 iken 2020 yılında bu oran %4,7 azalarak %8,1 olmuş ve 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %2,47 oranında bir azalışla %7,9 olmuştur.

Grafik 3.6’da Fransa’nın 2000 yılından 2021 yılına kadar olan GSYH büyüme oranları verilmiştir.



Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.6: Fransa'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları

Grafik 3.6’da görüldüğü üzere Fransa’da 2000 yılında GSYH %3,9 oranında bir büyüme yaşamıştır. Ancak 2003 yılına kadar GSYH büyüme oranlarında düşüşler yaşanmıştır. 2004 yılında ise tekrardan GSYH’de %2,8 oranında bir büyüme gerçekleşmiştir. 2008 yılında ortaya çıkan küresel kriz Fransız ekonomisini büyük ölçüde etkilemiştir. Yaşanan kriz GSYH büyüme oranlarında azalmalara neden olmuştur. 2008 yılında bir önceki yıla göre büyüme oranı %91,66 oranında daha az olmuş ve %0,2’lik bir büyüme yaşamıştır. Küresel kriz 2009 yılında GSYH oranı bir önceki yıla göre %91,66 oranında daha az büyümüş ve %2,8 oranında bir küçülme yaşamıştır. 2019 yılında ortaya çıkan ve 2020 yılında Fransa ekonomisine büyük zararlar veren Covid-19 pandemisi nedeniyle 2020 yılında GSYH büyüme oranı bir önceki yıla göre %533,33 oranında daha az büyümüş ve o yıl %7,8 oranında bir küçülme yaşamıştır. 2000-2021 yılları arasında en fazla küçülme 2020 yılında yaşanmıştır. 2020 yılında yaşanan bu durumun ardından 2021 yılında Fransa GSYH’si büyük bir toparlanma yaşamıştır. 2021 yılında son 22 yılın en büyük GSYH büyümesi meydana gelmiştir. Bir önceki yıla göre GSYH %188,46 oranında artarak %6,9 oranında bir büyüme gerçekleşmiştir. Covid-19 pandemisinin olumsuz etkileri nedeniyle alınan önlemlerin azaltılması, kapatma kararlarının kaldırılması ve aşılarda ortaya çıkmasıyla normalleşmenin artması nedeniyle 2021 yılı bir önceki yıla göre GSYH oranlarındaki büyüme oranlarında daha iyi bir dönem olmuştur.

3.1.3. Covid-19 Pandemisinin İtalya Ekonomisine Etkisi

Covid-19'un ortaya çıkardığı pandemi ile yüzleşmek ve uğraşmak durumunda olan ilk Avrupa Birliği ülkelerinden biri İtalya'dır. Covid-19 ortaya çıkan, kaybolan ve tekrardan ortaya çıkan bir virüstür. Sağlıkla ilgili düzenlemelere uymak ekonomik gereksinimlerle çatışmıştır. Bu yüzden pandemi nedeniyle kilitlenmeler yaşanması üretim üzerinde olumsuz etki yaratmış ve bu da tüm emtia sektörlerinde ilerlemelerin duraksamasına neden olmuştur. İtalya'da 2020 yılının ikinci çeyreğinde gerçekleştirilen servet, 2020 yılının ilk çeyreğine göre 50 milyar euro azalarak 406 milyar euro'dan 356 milyar euro'ya düşmüştür. İtalyan hükümeti, bu zorlu ekonomik dönemin kötü etkilerini azaltmak için harcamaları teşvik etmeyi ve dolayısıyla ülkenin ekonomisine yeni bir destek sağlamayı hedefleyen birçok önlem almıştır (Lowry, 2020).

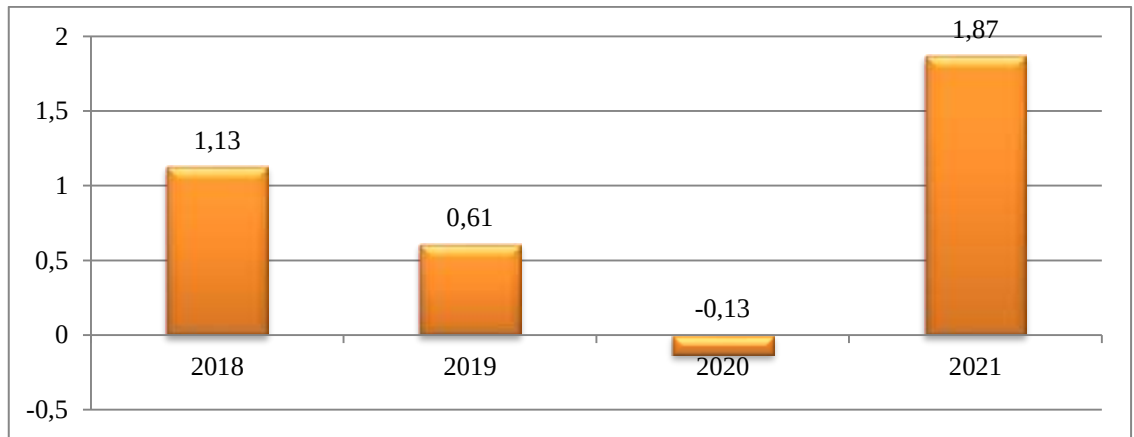
Ocak ayının sonunda Amerika Birleşik Devletleri'nin Çin'e yakın bir zaman içinde seyahat gerçekleştiren yabancıların girişini geçici süre ile yasakladığını ilan etmesinin ardından İtalyan Hükümeti, Çin'e yapılan seyahatlere ve Çin'den gelen uçuşlara yasaklar koydu. Fakat Sağcı Popülist Lig Partisinin baskılarına karşılık alınan bu tedbir, her yıl yaklaşık olarak 16 milyar dolarlık İtalyan malını satın alan büyük ticaret ortağı Çin ile gerilim yaratabilecek bir önlem olmuştur. Alınan bu önlem Çin'den İtalya'ya dolaylı yollarla yapılan varış problemlerini de çözmemiştir (Subacchi, 2020).

İtalya, ilk karantinadan kısmi olarak 18 Mayıs 2020 tarihinde çıkmıştır. Pandemi nedeniyle spor, eğlence ve ticaret gibi sektörler kapalı kalmış, insanların gelirlerinin daralmasıyla harcamalar azalmış, birçok işçi işten çıkarılmış ve ekonomi büyük ölçüde zarar görmüştür. Ayrıca işletmeler, karantina döneminde ertelenen kira ücretleri gibi sabit yönetim maliyetlerini ödemek zorunda kalmıştır. Covid-19 pandemisinin güvenlik amacıyla mesafe sınırlamaları ve genel zorlukları nedeniyle giyim mağazaları, restoranlar ve diğer hizmetler uzun süre toparlanamamıştır (ESCP, 2021). Pandemi öncesinde İtalya'nın şehirlerinde ve büyük kasabalarında paket halinde yiyecek ve içecekler sunulmaktayken, pandeminin ortaya çıkmasından sonra bu sunum şekli tüm ülkeye yayılmıştır. Bazı yerler, çevrimiçi videolarla evde kolaylıkla hazırlanabilecek önceden pişirilmiş ve paketlenmiş kutu yemekler sunmayı teklif ederek daha da yaratıcı hale gelmiştir. Büyük dağıtım şirketlerinin karlarının büyük bir kısmını aldığını fark eden birkaç kuruluş, kendi sistemlerini kurmuştur. Paket servis sunumlarını genişleten sadece restoranlar olmamıştır. Genel olarak eve teslim de

pandemi ile yaygınlaşan bir seçenek haline gelmiştir. Örneğin, eve yiyecek sipariş verilmek istendiğinde, özellikle süpermarketlerin artık çok uğraşmasına gerek kalmadan çevrimiçi bir slot rezervasyonu ile sipariş verebilme imkânı ortaya çıkmıştır (The Local İt, 2022).

2020 yılının Mart ayı için turizm ve konaklama sektörlerinde hükümet işletmelere izin verdi ve sosyal güvenlik ve zorunlu sigorta ödemeleri ile KDV ödemeleri askıya alındı. Çalıştırılmak istenmeyerek işten çıkarılan turizm sektöründeki mevsimlik işçiler, Mart ayı için pandeminin etkilerinin en yoğun hissedildiği yıllarda 600 euro tazminat aldı. Cura İtalia kararnamesinin kabulü uyarınca İtalya’da hükümet, Cassa entegrasyonunu (destek fonu) ekonominin tüm sektörlerini kapsayacak şekilde genişletti (www.ilo.org.).

Grafik 3.7’de 2018-2021 yılları arasında İtalya’nın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranları verilmiştir.

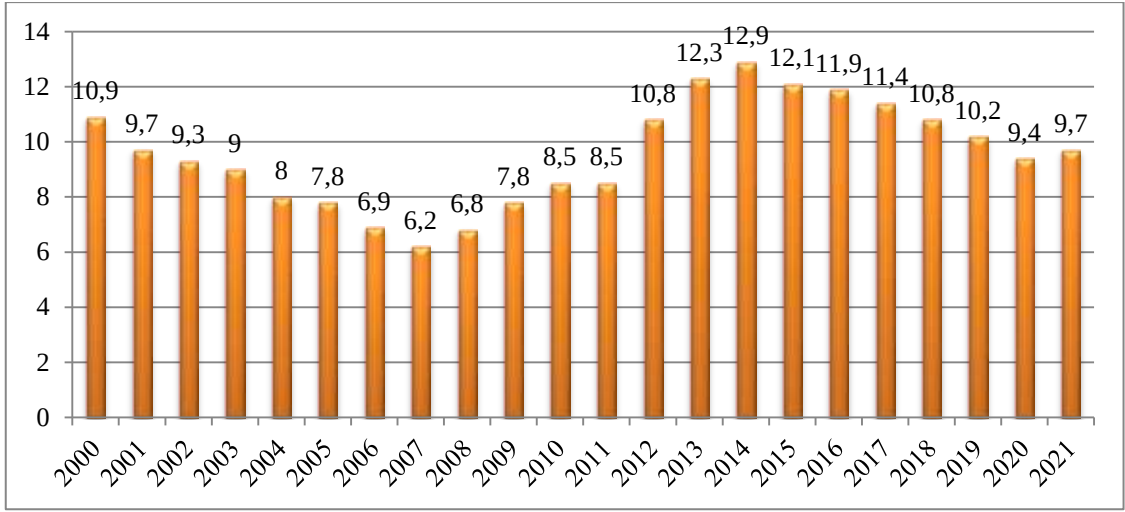


Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.7: İtalya'nın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)

İtalya’da 2018 yılında tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranı %1,13 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında bu oran %46 oranında düşüş yaşamış ve %0,61 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında %-0,13’e düşmüştür. 2021 yılında ise %1,87 oranına yükselmiştir.

Grafik 3.8’de İtalya’da 2000-2021 yılları arasında 15-64 yaş grubundaki bireylerin işsizlik oranları verilmiştir.

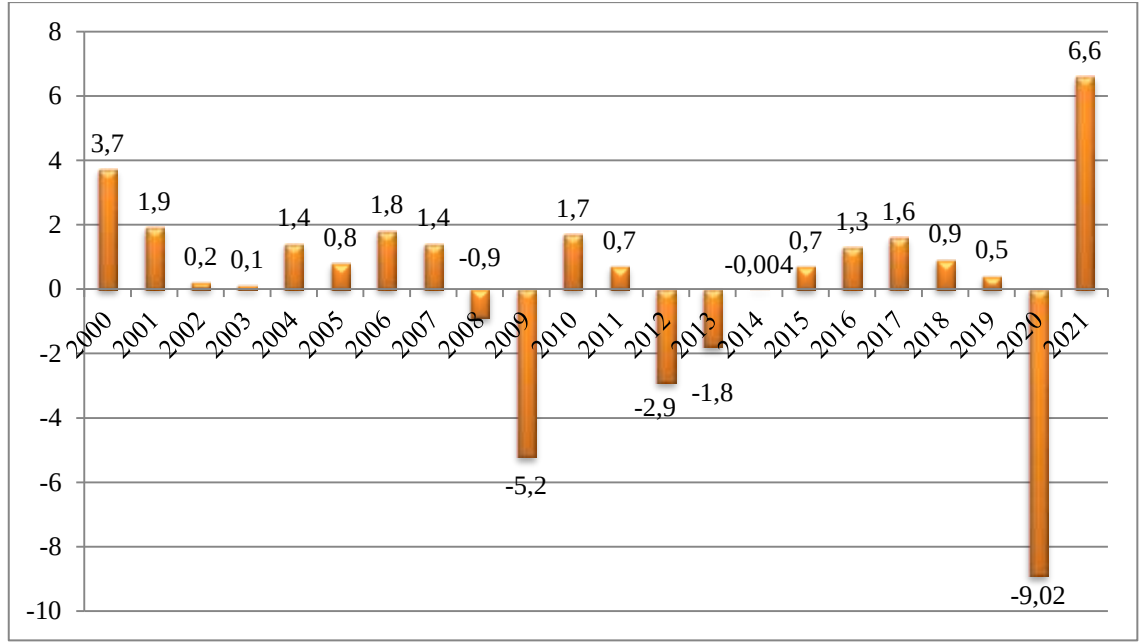


Kaynak: www.ilo.org.

Grafik 3.8: İtalya’da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021)

Grafik 3.8’de görüldüğü üzere İtalya’da 2000 yılında işsizlik oranı %10,9 olarak gerçekleşmiştir. 2000 yılından 2007 yılına kadar her yıl işsizlik oranları istikrarlı bir şekilde azalma yaşamış ve 2000-2021 yılları arasında en düşük işsizlik oranına 2007 yılında ulaşılmıştır. Ancak 2008 yılında ortaya çıkan küresel kriz İtalya ekonomisini büyük ölçüde etkilemiş ve tekrardan işsizlik oranlarında artışa neden olmuştur. 2008 yılında bir önceki yıla göre işsizlik oranı %9,68 oranında artarak %6,8 olarak gerçekleşmiştir. İşsizlik oranlarında 2014 yılına kadar artış yaşanmış ve 2000-2021 yılının en yüksek işsizlik seviyesine 2014 yılında %12,9 oranıyla ulaşılmıştır. 2014 yılında işsizlik oranları tekrardan düşme eğilimine girmiştir. Covid-19 virüsünün ortaya çıkmasından önce 2018 yılında işsizlik oranı %10,8 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında bu oran %5,5 oranında azalarak %10,2’ye düşmüştür. 2020 yılında ise bu oran %7,84 oranında azalarak %9,4’e düşmüştür. Ancak 2021 yılına gelindiğinde işsizlik oranı %3,19 oranında bir artış yaşayarak %9,7 olarak kayıtlara geçmiştir.

Grafik 3.9’da İtalya’nın 2000-2021 yılları arasında GSYH büyüme oranları verilmiştir.



Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.9: İtalya'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları

Grafik 3.9’da görüldüğü üzere İtalya’nın 2000 yılında GSYH’si %3,7 oranında büyümüştür. 2008 yılına kadar düşük büyüme oranlarına rağmen ekonomide küçülme yaşanmamıştır. Ancak 2008 yılında ortaya çıkan küresel ekonomik krizi İtalya’da GSYH’nin %0,9 oranında küçülmesine neden olmuştur. Küresel kriz 2009 yılında GSYH’nin bir önceki yıla göre %477,77 oranında daha da küçülmesine neden olmuş ve %5,2 oranında bir küçülme gerçekleşmiştir. Bu küçülmenin ardından GSYH 2010 yılında bir önceki yıla göre %132,7 daha fazla büyüyerek %1,7’lik bir büyüme oranıyla kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında orta çıkan Covid-19 pandemisi 2020 yılında İtalya’nın GSYH büyüme oranını büyük ölçüde düşürmüştür. O yıl İtalya’nın GSYH’si %9,02 oranında bir küçülme yaşamıştır. 2000-2021 yılları arasında yaşanan en fazla GSYH küçülme oranı 2020 yılında gerçekleşmiştir. Yaşanan bu küçülmenin Covid-19 pandemisinin etkisinin İtalya ekonomisini ne derece etkilediğinin anlaşılmasında önemli bir göstergedir. 2020 yılında yaşanan bu durumun ardından 2021 yılında İtalyan Hükümetinin ekonomik önlemleri ve teşviklerini artırması, salgından korunmak için aldığı önlemleri kaldırması, kapatma kararı verilen her türlü işletmelerin bu kararın kaldırılmasından sonra tekrardan faaliyete girmesi ve aşı uygulamalarının olumlu yönde etki etmesi nedeniyle GSYH 2020 yılına göre büyük bir artış göstererek %6,6 oranında

büyümüştür. 2000-2021 yılları arasında en fazla GSYH büyümesi 2021 yılında yaşanmıştır.

3.1.4. Covid-19 Pandemisinin Macaristan Ekonomisine Etkisi

Macaristan, tüm ülkelerde olduğu gibi Covid-19 pandemisinden olumsuz olarak etkilenmiştir. Yaşanan bu olumsuzluklar ekonomik alanda da kendini göstermiştir. Covid-19 pandemisinden önce Macaristan ekonomisi iyi durumdaydı ve dış talepte artışın yaşanması ile güçlü bir toparlanma yaşanması bekleniyordu. Pandemi Macaristan'ın ihracata yönelik ekonomisine sert bir darbe vurmuş ve 2016-2019 döneminde gelirlerini artıran ve işsizlik oranını son 30 yılın en düşük seviyelerine düşüren istikrarlı bir büyüme döneminin son bulmasına neden olmuştur. Aşıların hızla kullanılması, firmalara ve işçilere yönelik olarak politika desteği verilmesi ekonominin toparlanma yoluna girmesine etki etmiştir (OECD, 2021).

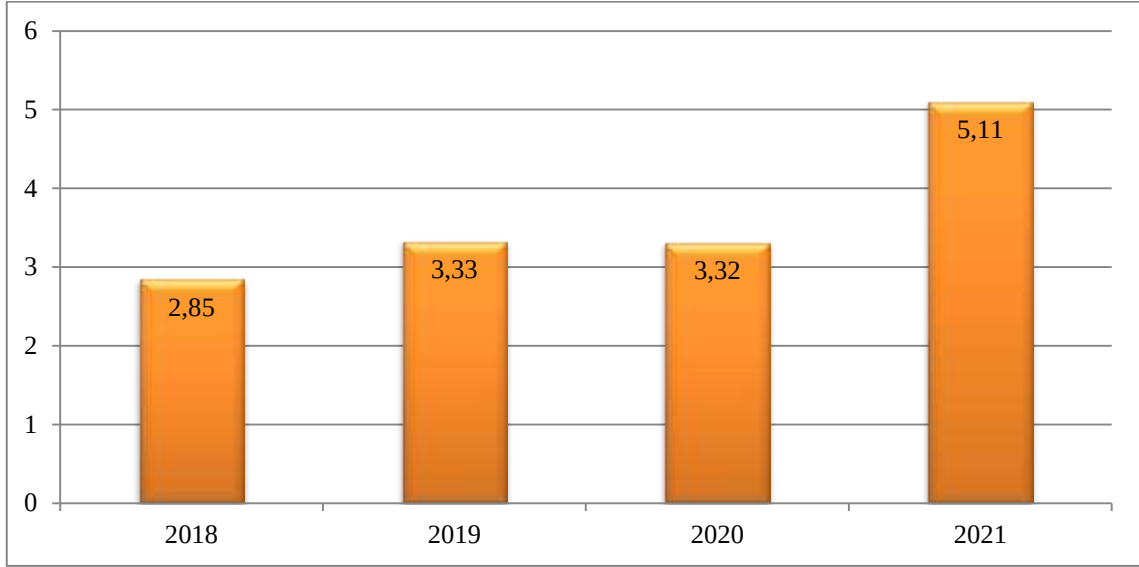
Macaristan'da Covid-19 pandemisinin ortaya çıkması güçlü bir dönemi kesintiye uğratmıştır. İlk pandemi dalgasını hafifletmek amacıyla alınan politika tedbirleri Avrupa Birliği ortalamasından daha sert olmasına rağmen Macaristan ekonomisi, pandemi nedeniyle ciddi biçimde kısıtlanmış olan hava ve turizm taşımacılığının dışında otomotiv sektörü gibi son derece döngüsel endüstrilere büyük ölçüde maruz kalmasından dolayı etkilenmiştir. Uluslararası tedarik zincirlerinin restore edilmesi ile ve karantina tedbirlerinin gevşetilmesi ile ekonomi güçlü bir şekilde toparlanmıştır. 2020 yılının Ağustos ayına kadar endüstriyel üretim ve perakende satışlar yıllık bazda sadece %2,1 ve %1,2 oranlarında düşmüştür (ec.europa.eu, 2020).

Salgının ekonomik etkilerini sınırlamak için alınan önlemlerden kamu maliyesi de büyük ölçüde etkilenmiştir. Salgın döneminde KOBİ'ler için sübvansiyonlu kredi programı, idari ücret artışı ve emekli maaşı artışlarının tekrardan uygulamaya konması, 25 yaşının altındaki işçiler için gelir vergisi indirimi ve çocuklu ailelere bir kerelik gelir vergisi iadesi uygulanmıştır. Ülke ekonomisinde uzun yıllar baskın güç olan tarım sektörü Covid-19 pandemisi döneminde GSYH'nin %3,4'ünü oluşturmuş ve çalışan nüfusun %4,7'sini istihdam etmiştir (Lloyds Bank, 2022).

Macaristan ekonomisinin GSYH'sinin yaklaşık %157,2'sini ticaret oluşturmaktadır. İthalatta ve ihracatta en yüksek payı yedek parça ve otomobil sektörü oluşturmaktadır. Macaristan'ın ihracat kalemleri arasında ilaç ve bilgi işlem kalemleri

de yer yer alırken elektronik devreler, petrol ürünleri ve telefonlar da ana ithalat kalemleri arasında yer almaktadır. 2021 yılında ithalatın değeri 95,9 milyar euro ve ihracatın değeri 98,1 milyar euro olarak gerçekleşmiştir. Mal dış ticaret dengesindeki fazla 2,3 milyar euroya gerilemiştir (www.creditagricolegroup.com).

Grafik 3.10'da 2018-2021 yılları arasında Macaristan'ın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranları verilmiştir.

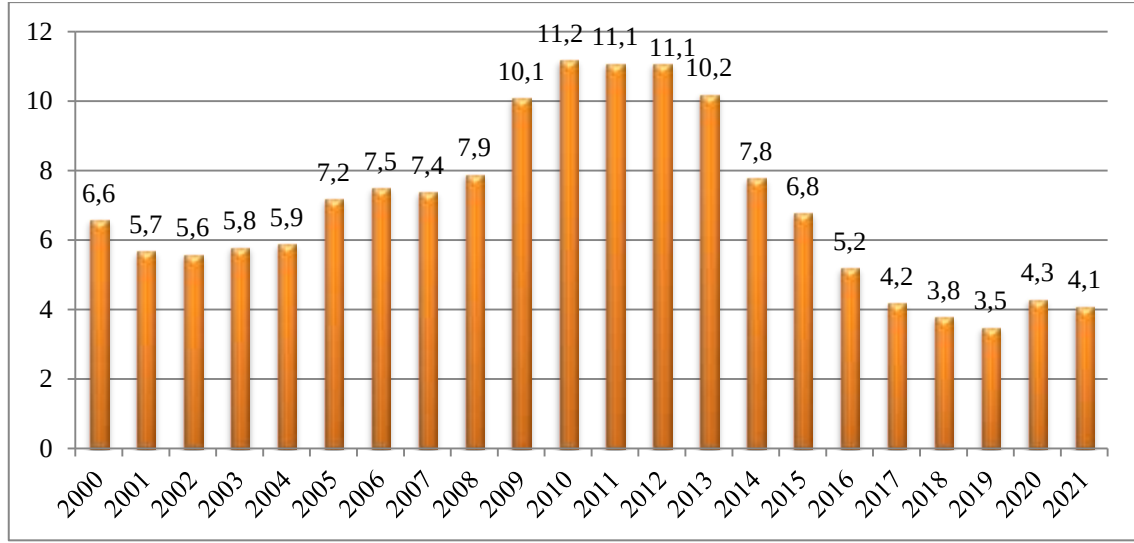


Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.10: Macaristan'ın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)

Macaristan'ın 2018 yılında tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyonu %2,85 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran 2019 yılında %16,84 oranında bir artışla %3,33 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında ise bir önceki yıla göre %0,3 oranında azalmış ve %3,32'ye düşmüştür. 2021 yılında 2020 yılına göre %53,91'lik bir artış ile %5,11 olarak kayıtlara geçmiştir.

Grafik 3.11’de Macaristan’ın 2000-2021 arasındaki 15-64 yaş grubunun işsizlik oranları verilmiştir.

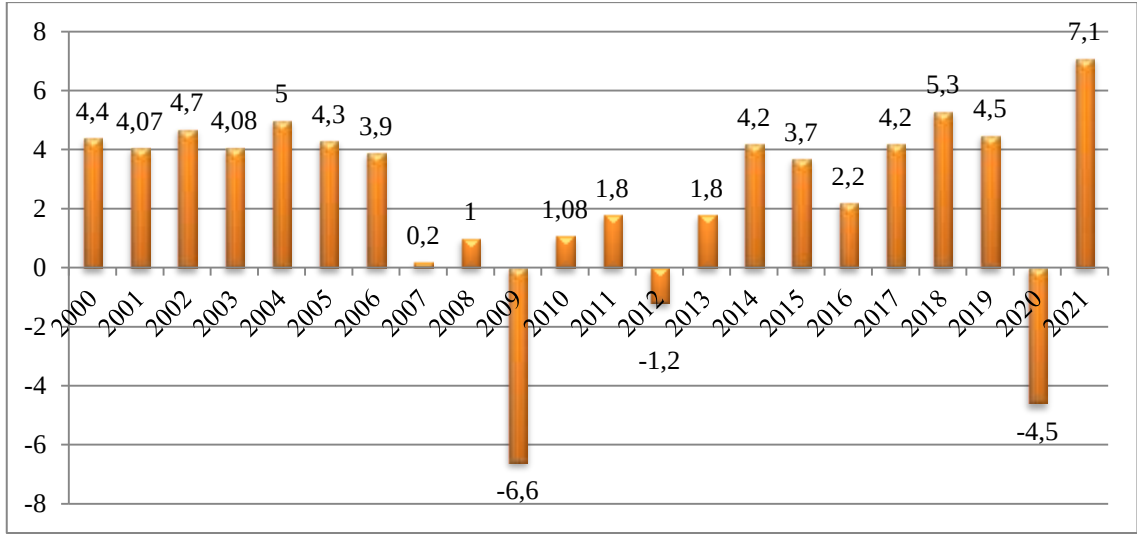


Kaynak: www.ilo.org.

Grafik 3.11: Macaristan'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021)

Grafik 3.11’de görüldüğü üzere Macaristan’da 2000 yılında işsizlik %6,6 oranında gerçekleşmiştir. 2002 yılına kadar işsizlik oranları düşüş, o yıldan sonra 2006 yılına kadar artış göstermiştir. 2006 yılında %7,5 olarak gerçekleşmiştir. 2007 yılında işsizlik oranı bir önceki yıla göre %1,33 oranında düşmüş ve %7,4 olmuştur. 2008 yılında ise küresel kriz nedeniyle işsizlik oranı yükselme eğilimine girmiştir. 2008 yılında, bir önceki yıla göre işsizlik oranı %6,75 oranında yükselerek %7,9 olmuştur. 2009 yılında ise bir önceki yıla göre %27,85 oranında bir artış yaşanmıştır. İşsizlik oranlarındaki bu kadar yüksek bir artışın ardından 2000-2021 yılları arasında en yüksek işsizlik oranına %10,2 ile 2010 yılında ulaşılmıştır. Ancak 2010 yılından sonra işsizlik oranları 2019 yılına kadar düşüş göstermiş ve 2019 yılında son yirmi yılın en düşük işsizlik oranına ulaşılmıştır. 2019 yılında %3,5 olarak gerçekleşen işsizlik oranı pandeminin olumsuz koşullarının etkisiyle sonraki yıllarda yükselme eğilimine girmiştir. Pandemi nedeniyle Macaristan’da birçok işyeri geçici süreyle ya da tamamen kapanmıştır. Kapanmaların ardından milyonlarca insan işsiz kalmıştır. 2020 yılına gelindiğinde işsizlik oranı bir önceki yıla göre %22,86 oranında bir artışla %4,3’e yükselmiştir. Pandeminin ülke ekonomilerine yaşattığı kötü koşulların etkisinin Macaristan’da az da olsa azaldığı 2021 yılında işsizlik oranı bir önceki yıla göre %4,65 oranında bir azalma ile %4,1 olarak kayıtlara geçmiştir.

Grafik 3.12’de Macaristan’ın 2000-2021 yılları arasında GSYH büyüme oranları verilmiştir.



Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.12: Macaristan'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları

Grafik 3.12’de Macaristan’da 2000 yılında GSYH büyüme oranı %4,4 olarak gerçekleşmiştir. 2008 yılına kadar istikrarsız bir şekilde azalma ve artışlar yaşanmıştır. 2008 yılında Macaristan’ı da etkisi altına alan küresel ekonomik kriz GSYH’nin sadece %1 büyümesine neden olmuştur. Küresel krizin 2009 yılında da devam etmesi nedeniyle GSYH %6,6 oranında bir küçülme yaşamıştır. Bu oran son yirmi yılın en düşük GSYH büyüme oranının gerçekleştiği yıldır. 2010 yılında ise küresel krizin etkisi azalmış ve GSYH %1,8 oranında bir büyüme kat etmiştir. 2000-2021 yılları arasında GSYH en çok 2009 yılında küçülmüştür. Küresel krizin etkisinin geçmesinin ardından ekonomi sonraki yıllarda eski seviyelerine dönmüştür. Ancak 2019 yılında ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına aldığı gibi Macaristan’ı da etkisi altına alan Covid-19 pandemisinin etkisinin tam olarak hissedilmediği 2019 yılında GSYH %4,5 oranında büyümüştür. Bu büyüme bir önceki yıla göre %15,09 oranında daha az gerçekleşmiştir. 2020 yılında Macaristan hükümetinin aldığı tedbirler ve kısıtlamalar ekonomiyi de etkilemiş ve GSYH o yıl %4,5 oranında bir küçülme yaşamıştır. 2021 yılına gelindiğinde ekonomi büyük ölçüde toparlanmış ve GSYH oranı %7,1 oranında büyümüştür. Bu büyüme Covid-19 pandemisinin etkisinin 2021 yılında azaldığını göstermektedir. Aşı uygulamalarının artması, normalleşmenin başlaması ve kısıtlamaların kaldırılması ekonominin tekrardan iyileşmesini ve diğer yıllara göre daha yüksek bir GSYH büyüme oranının gerçekleşmesini sağlamıştır.

3.1.5. Covid-19 Pandemisinin Hırvatistan Ekonomisine Etkisi

Ülkede düşük enflasyon oranı, istikrarlı para birimi ve büyüme oranı gibi istikrar göstergesi verilere karşılık, büyük cari açık ve dış borç oranı, düşük rekabet gücü gibi göstergelerle birlikte ekonomik yapı kendini göstermektedir. Büyüme trendi gösteren bir ekonomiye sahip olan Hırvatistan'da turizm, ekonominin yeniden şekillenmesinde önemli faktörlerden biridir (The World Bank Erişim: 16.05.2022).

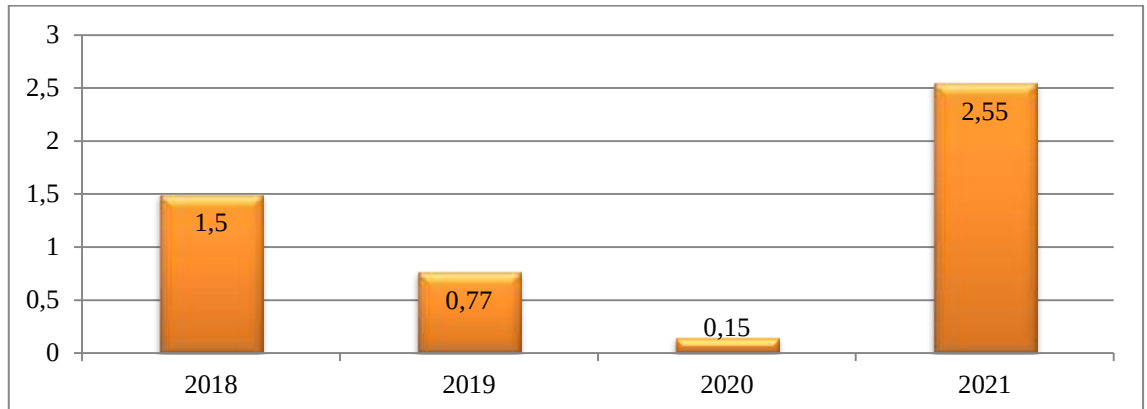
Hırvatistan ekonomisi, 2008 yılındaki büyük krizden tam anlamıyla çıkamamış ve bu krize hazırlıksız yakalanmıştır. 2020 yılının Mart ayında işletmelerin ve fabrikaların tamamen ya da kısmen kapanmasından dolayı neredeyse tüm alanlarda sanayi üretiminde düşüş yaşanmıştır. Dünya ekonomilerindeki kapanmalar ve talepte meydana gelen düşüşten dolayı özellikle Avrupa Birliği'nde büyük öneme sahip olan dış ticaret ortaklarından mal ithalatı yapılmasında büyük bir düşüş yaşandı (Roška, vd., 2021:60). 16 Mart 2020 tarihinde Hırvatistan hükümeti, Covid-19 hastalığının yayılmasını kontrol altına almak amacıyla başta KOBİ'ler olmak üzere hemen hemen tüm ekonomik birimleri etkileyen bir karantina uygulaması ilan etmiştir (Sataic, 2021:22).

Covid-19 pandemisinin ortaya çıkmasından Hırvatistan finansal sistemi büyük ölçüde etkilenmiştir. Kötüleşmeye başlayan ekonomi nedeniyle ekonomik gerileme, makro ihtiyati politikalarının uygun şekilde ayarlanması ve yurt içi mali hizmetler sektörünün istikrarını korumak amacıyla sistematik risklerin uygun biçimde izlenmesi büyük ölçüde önem arz etmiştir. Bu nedenle Hırvatistan hükümeti, finans sisteminin düzenleyici ve denetçileri, pandemi krizine karşı önlemler almıştır. CNB, para politikasını hemen ayarlamış, döviz kuru istikrarını ve işletmeler, hükümet ve vatandaşlar için uygun olan finansman şartlarını korumak amacıyla mevcut tüm araçları ve tedbirleri kullanmıştır. Covid-19 pandemisi arz ve talepte negatif şok meydana getirmiş ve mali çöküşe neden olmuştur. Hırvatistan'ın finansal sistemi, yaşanan olumsuz durumlar ve gelecekte büyüme beklentisi altında büyük zorluklar ile karşı karşıya kalmıştır. Covid-19 pandemisinin yurt içi mali sistem üzerindeki olumsuz etkisi yatırım fonlarındaki çıkışlardan dolayı kurumsal yatırımların varlıklarında azalma, sermaye piyasalarında fiyatların yükselmesi ve yerli para üzerindeki deflasyonist baskı şeklinde kendini göstermiştir. Hırvatistan ekonomisi krizlere ve dış şoklara karşı fazlasıyla hassas, uluslararası gelişmelere bağlı, dışa açık ve küçük bir ekonomi olarak

değerlendirilebilir. Covid-19 pandemisinin ilk şoku mali piyasalara yayılmış ve tüm piyasaları ve tüm varlık sınıflarını eşit şekilde etkileyen negatif yatırımcı hissiyatına damgasını vurmuştur. Finansal piyasalarda ortaya çıkan şokun etkisi 2008 küresel mali krizde ortaya çıkan şoktan ve ekonomideki büyük daralmalar sonucunda ortaya çıkan şoktan daha az olmuştur. Hırvatistan'ın bankacılık sektörü de pandemiden olumsuz yönde etkilenmiştir. Bankacılık sektörü pandemi döneminde iyi sermayelendirilmiş ve istikrarlı olmasına rağmen, bankaların operasyonları büyük risk altına girmiştir. Bankaların serbest para rezervleri 2020 yılının Kasım ayında tarihinin en yüksek seviyelerine çıkmış ve bu faiz oranlarının salgın öncesi düzeylere benzer olarak şimdiye kadarki en düşük seviyelerinde tutulmasına fayda sağlamıştır (Drazenovic, vd., 2021:204-215).

Hırvatistan'da 2020 yılında Covid-19 pandemisi ve iki yıkıcı deprem nedeniyle %8,1 oranında ekonomide daralma yaşanmıştır. Pandemi ile alakalı riskler azalıyor gibi görünmesine rağmen Rusya'nın Ukrayna'yı işgal etmesi, zayıf dış talep (hem dolaylı olarak Hırvatistan'ın ana ticaret ortakları üzerindeki etkisi yoluyla hem de Rusya ve Ukrayna ile doğrudan ticaret bağlantıları aracılığıyla) ve daha fazla enerji ve gıda dâhil olmak üzere ithalatta yeni zorluklar getirmiştir. Covid-19 pandemisinin iş ve tüketici güveni ve reel harcanabilir gelir üzerinde de olumsuz etkilere neden olmuştur. (The World Bank, 2022).

Grafik 3.13'te 2018-2021 yılları arasında Hırvatistan'ın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranları verilmiştir.

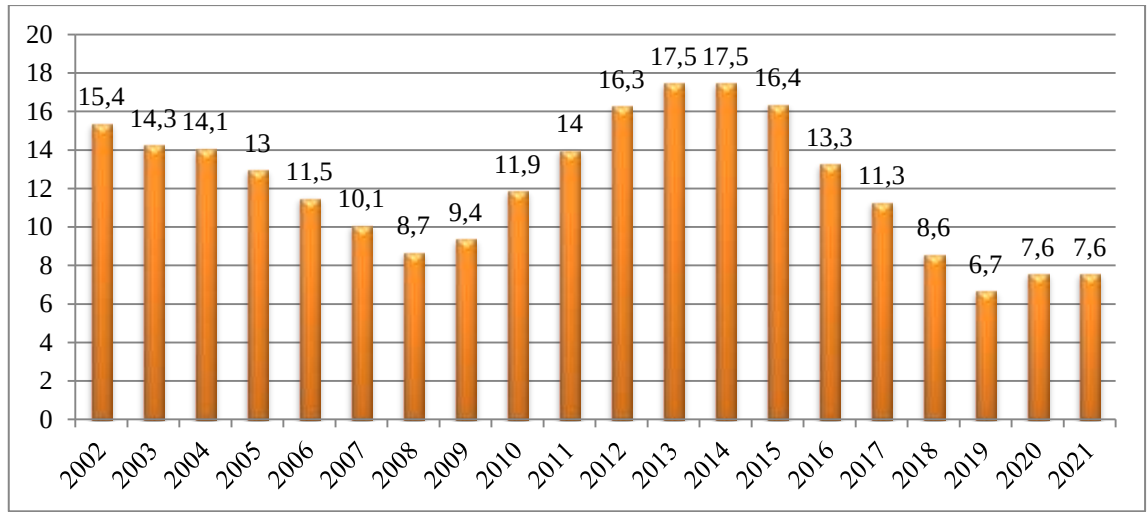


Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.13: Hırvatistan'ın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)

Hırvatistan'ın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranı 2018 yılında %1,5 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında bu oran %48,66 azalarak %0,77 oranına düşmüştür. 2020 yılına bakıldığında bu enflasyonun %0,15 oranına düştüğü görülmüştür. Bu oran bir önceki yıla göre %80,51 daha az gerçekleşmiştir. 2021 yılında bir önceki yıla göre %1600 oranında büyük bir artış yaşayarak %2,55 olarak kayıtlara geçmiştir.

Grafik 3.14'te 2002-2021 yılları arasında Hırvatistan'ın 15-64 yaş arası bireylerin işsizlik oranları verilmiştir. 2000 ve 2001 yılı işsizlik oranlarına ulaşamadığı için analize 2002 yılı ile devam edilmiştir.



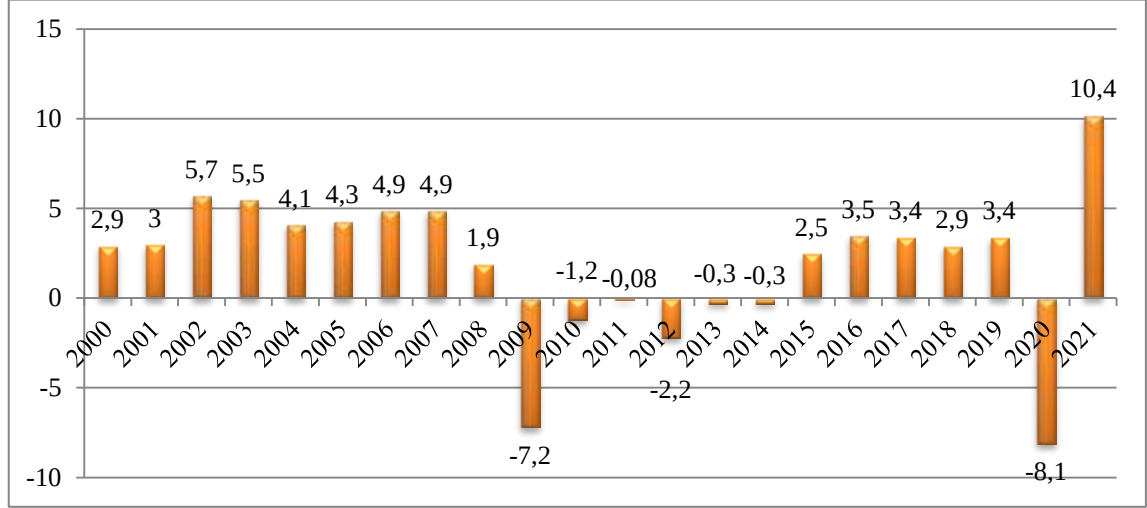
Kaynak: www.ilo.org.

Grafik 3.14: Hırvatistan'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2002-2021)

Grafik 3.14'te görüldüğü üzere Hırvatistan'da 2002 yılı işsizlik oranı %15,4 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran 2003 yılında %14,3 oranında bir azalma ile %14,3'e, 2004 yılında ise %14,1'e düşmüştür. İşsizlik oranlarında yaşanan bu düşüş 2007 yılına kadar devam etmiş, 2008 yılında ortaya çıkan küresel kriz nedeniyle işsizlik oranları her ülkede olduğu gibi Hırvatistan'da da 2008 yılından sonra artış eğilimine girmiştir. 2008'den 2013 yılına kadar işsizlik oranları artmıştır. 2002-2021 yılları arasında Hırvatistan'da en yüksek işsizlik oranı %17,5 ile 2013 yılında yaşanmıştır. Aynı oran 2014 yılında da devam etmiştir. 2014 yılında en yüksek seviyeye ulaştıktan sonra tekrardan düşme eğilimine girmiş ve 2019 yılına kadar işsizlik oranları düşüş yaşamıştır. 2020 yılında pandemi nedeniyle tüm dünyada olduğu gibi Hırvatistan'da da iş yerlerinin geçici olarak ya da tamamen kapanması nedeniyle işgücüne olan talep azalmıştır. Dolayısıyla milyonlarca insan bu salgın hastalık nedeniyle işsiz kalmıştır. 2019 yılında bir önceki yıla göre işsizlik oranlarında %22,09 oranında bir düşüş

yaşanmıştır. Ancak 2020 yılına gelindiğinde işsizlik oranı 2019 yılına göre %13,43 oranında bir artış ile %7,6 olarak gerçekleşmiştir. Covid-19 pandemisinin yıkıcı etkisi 2021 yılında da devam etmiş ve o yıl işsizlik oranlarında bir artış ya da azalma olmadan %7,6 olarak kayıtlara geçmiştir.

Grafik 3.15'te Hırvatistan'ın 2000 yılından 2021 yılına kadar olan GSYH büyüme oranları verilmiştir.



Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.15: Hırvatistan'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları

Grafik 3.15'e bakıldığında Hırvatistan'ın 2000 yılında GSYH'sinde %2,9 bir büyüme gerçekleşmiştir. 2001 yılında bu oran %3 artarak %3 oranında bir büyüme gerçekleşmiştir. 2002 yılında GSYH %5,7 büyümüştür. Bu GSYH'nin bir önceki yıla %90 daha fazla büyüdüğü anlamına gelmektedir. 2003 yılına gelindiğinde ise bir önceki yıla göre %3,5 daha az bir büyüme gerçekleşerek %5,5'lik bir büyüme sağlanmıştır. 2004 yılında ise bu oran biraz daha azalarak %4,4 oranında bir büyüme yaşanmıştır. 2004 yılından 2007 yılına kadar GSYH sürekli bir büyüme eğilimi gerçekleştirmiştir. Ancak küresel ekonomik krizin etkisiyle 2008 yılında bir önceki yıla göre GSYH büyüme oranı %61,2 oranında azalarak %1,9 olmuştur. Küresel kriz 2009 yılında ekonomiyi daha fazla olumsuz etkileyerek 2009 yılında GSYH'nin %7,2 oranında küçülmesine neden olmuştur. 2010 yılında tekrardan büyüme yaşanmıştır. 2019 yılında gelindiğinde GSYH %3,4 oranında bir büyüme yaşamıştır. Bu oran 2018 yılına göre %17,24 daha fazla bir büyüme olduğunu göstermektedir. Hırvatistan GSYH oranı bu pandemiden olumsuz yönde etkilenmiştir. 2020 yılında GSYH %8,1 oranında bir

küçülme yaşamıştır. Bu 2000-2021 yılları arasında yaşanan en yüksek GSYH küçülme oranıdır. Bu oran pandeminin Hırvatistan ekonomisine ne derece büyük bir darbe vurduğunun göstergelerinden biridir. 2020 yılında GSYH oranında yaşanan bu çöküşün ardından Hırvatistan ekonomisi, 2021 yılında ekonomik teşvik ve tedbirlerin işe yaraması, normalleşme çalışmalarının başlaması, aşı uygulanan insan sayısındaki artış ve kapanmaların sona ermesi vb. birçok nedenle tekrardan toparlanmış ve 2021 yılında %10,4 oranında büyümüştür. Bu büyüme 2000-2021 yılları arasındaki en yüksek GSYH büyüme oranıdır.

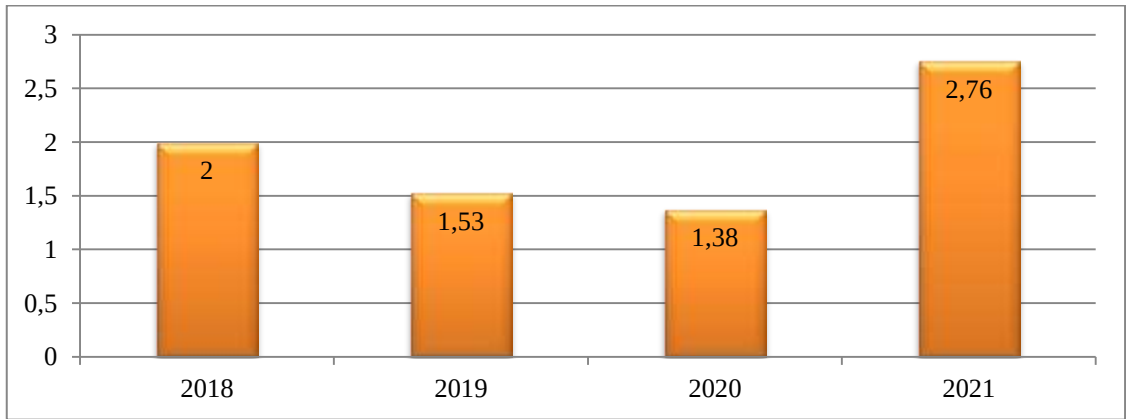
3.1.6. Covid-19 Pandemisinin Avusturya Ekonomisine Etkisi

Avusturya, Covid-19 pandeminden olumsuz olarak etkilenmiştir. Pandemi ciddi bir ekonomik durgunluğa yol açmıştır. Sokağa çıkma yasakları, sosyal mesafe de dâhil olmak üzere sağlık krizini kontrol etmeyi hedefleyen tedbirler, ekonomiyi önemli derecede bozmuştur. Avusturya'nın reel GSYH büyümesi 2020 yılında %6,3 oranında düşüş yaşamıştır. Firmaların üretim ve hizmetleri, özellikle turizm gibi temasın yoğun olduğu sektörlerde ciddi biçimde azalmış ve dahası verimlilikte de azalmalar meydana gelmiştir. Ayrıca talep yönlü özel tüketim ve yatırımlar da düşmüştür. Benzeri yaşanmamış politika tepkisi, pandeminin olumsuz ekonomik etkilerini hafiflemesine katkı sağlamıştır (IMF, 2021).

Avusturya'da ilk vaka tespit edilinceye kadar özellikle ekonomide hafif bir zayıflama görülmektedir. Avrupa Merkez Bankası (ECB) aylık tahvil alımlarını azaltarak 2019 yılının ortalarına kadar para politikasının normalleşmesine yönelik çalışmalar gerçekleştirmiştir. Fakat 2019 yılının ikinci yarısında yaşanan hafif bir gerilemeden dolayı genişleme rotasına tekrardan başlanmıştır. Covid-19 krizine ECB hızlı bir şekilde tepki vermiştir. Özellikle 18 Mart 2020 tarihinde 750 milyar euro tutarında duyurulan PEPP (Pandemi Acil Satın Alma Programı) için geçerli olmuştur. Program, Euro bölgesindeki finansal piyasalarının sakinleşmesine yol açmış ve Euro ülkelerinin başarısız devlet tahvillerinin faiz oranlarının düşürülmesini sağlamıştır. Avusturya, 2020 yılının Şubat ayının sonlarından itibaren hızlı bir şekilde yayılan pandemiye geniş kapsamlı tedbir kataloğu ile tepki göstermiş ve bu özellikle hizmet sektöründe Mart ayının ortasında neredeyse tam bir soyutlanmaya yol açmıştır. Sanayi sektörü bu durumdan sadece dolaylı ya da daha az ciddi bir biçimde etkilenmiştir. Fakat Çin, diğer Asya ülkeleri ve ardından İtalya'dan gelen girdilerin zamanında

ulaşmamasından dolayı 2020 yılının ilk aylarında tedarik zincirinde yaşanan gecikmelerden zarar görmüştür. Bu durum, satış pazarlarında yaşanan zorluklar ve Avrupa’da seyahat ve ulaşım kısıtlamaları ile çok daha artış göstermiştir. 2020 yılındaki ekonomik gelişmeler Covid-19 pandemisini ve buna yönelik siyasi tepkileri yansıtmaktadır. Mart ayının sonundaki ekonomik çöküntüyü, Nisan ayının ikinci yarısından itibaren mağazaların açılması sayesinde yeniden büyük bir toparlanma izlemiş ve ekonomi canlanma yaşamıştır. Mayıs ayı itibariyle, kısmen yaz turizmindeki canlı talep sayesinde yaz boyu devam eden daha yavaş ama istikrarlı bir toparlanma süreci başlamıştır. Sonbaharın başında, vaka sayısında artış olmasına raşmen ve katma değer istikrarlı olarak önceki yılın altında kalmasına raşmen Ekim ayının sonuna kadar ekonomi kısmen olumlu bir ilerleme yaşamıştır. Siyasetçiler, Covid-19 vakalarındaki sert artışa sadece Kasım ayının başında ilk olarak kısmi ve iki hafta sonra sıkı bir karantina ile tepki göstermiştir. Bu durum sonucunda ekonomik faaliyetler ilkbahardaki kadar olmasa da Kasım ayının ikinci haftasından sonra tekrardan sert bir düşüş görülmüştür. 17 Kasım’da yaşanan sert kilitlenme sonrasında ekonomi Aralık ayının ikinci haftasından sonra kısmi gevşemenin ardından toparlanma yaşamıştır (Badelt, 2021:2-14).

Grafik 3.16’da 2018-2021 yılları arasında Avusturya’nın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranları verilmiştir.



Kaynak: www.worldbank.org.

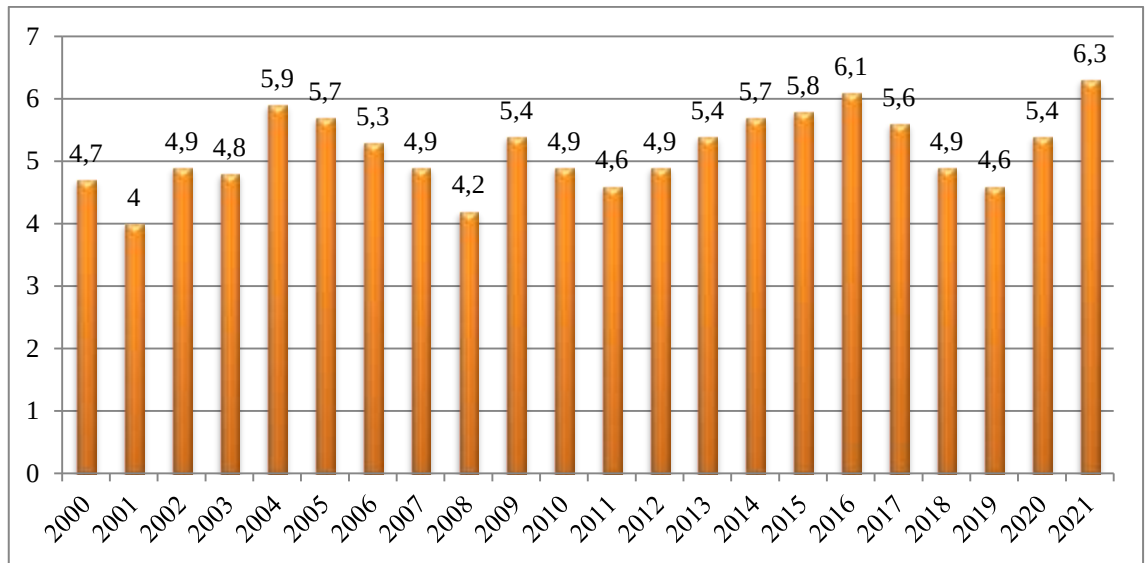
Grafik 3.16: Avusturya’nın Tüketici Fiyatlarına Göre Yıllık Enflasyon Oranları (2018-2022)

Avusturya’nın tüketici fiyatlarına göre yıllık enflasyon oranı 2018 yılında %2 olarak gerçekteşmiştir. Bu oran 2019 yılında %23,5 azalmış ve %1,53 olmuştur. 2020

yılına gelindiğinde bir önceki yıla %9,8 azalmış ve %1,38 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise bu enflasyon oranı %2,76 olarak kayıtlara geçmiş ve bu oran bir önceki yıla göre %100 artış göstermiştir.

Pandemi, savunmasız olan işgücü kesimlerini orantısız olarak etkilemiştir. Tekrarlanan pandemi dalgaları ve karantina uygulamaları nedeniyle özellikle sanat ve konaklama sektörlerinde istihdam, pandemi öncesi seviyelere kıyasla pandemi sırasında yaklaşık olarak %20 oranında düşerken, Salzburg ve Tirol gibi turizme odaklanmış bölgelerdeki işçiler de iş kayıplarından olumsuz etkilenmişlerdir. Önceki krizlere benzer olarak, kadın, genç, yabancı ve mavi yakalı işçiler; erkek, yaşlı, yerli ve beyaz yakalı işçilere kıyasla Covid-19 pandemisinden orantısız biçimde etkilenmişlerdir (IMF, 2021).

Grafik 3.17’de Avusturya’da 2000-2021 yılları arasında 15-64 yaş arası işsizlik oranları verilmiştir.



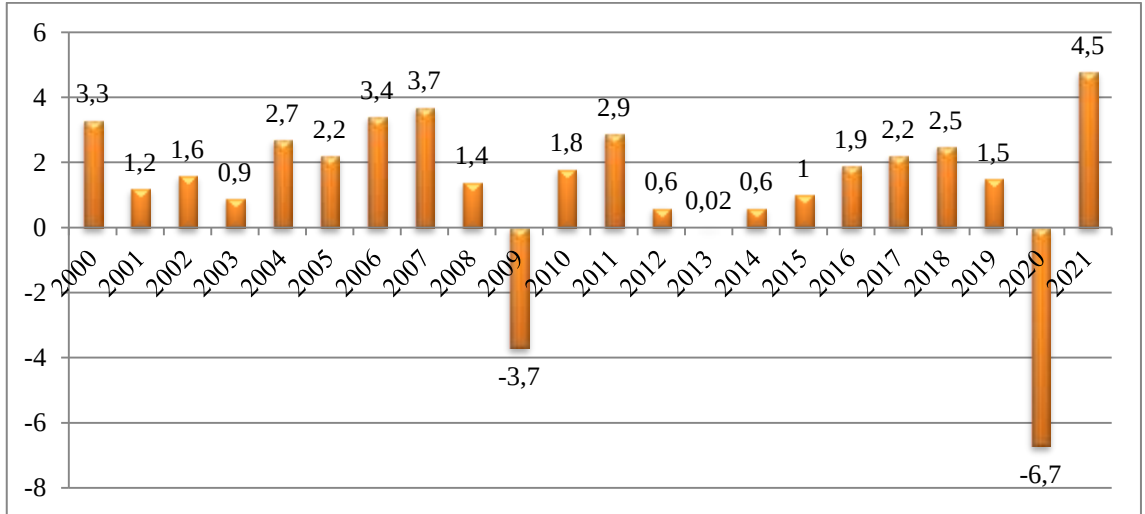
Kaynak: www.ilo.org.

Grafik 3.17: Avusturya'da 15-64 Yaş Arası İşsizlik Oranları (2000-2021)

Grafik 3.17’de bakıldığında Avusturya’da işsizliğin 2000-2021 yılları arasında dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. 2000 yılında işsizlik oranı %4,7 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran 2001 yılında %14,89 oranında bir azalma göstermiş ve %4’e düşmüştür. 2002 yılında ise %22,5 oranında bir artış yaşamış ve %4,9 olmuştur. 2003 yılında yaşanan %2,04’lük bir artıştan sonra 2004 yılında işsizlik oranı bir önceki yıla göre %22,92 oranında bir artış yaşayarak %5,9 seviyesine çıkmıştır. 2004 yılından 2008

yılına kadar işsizlik oranında sürekli bir azalma yaşanmıştır. Ancak 2008 yılında küresel kriz Avusturya'daki insanların işsiz kalmasına neden olmuş ve 2009 yılında işsizlik oranının bir önceki yıla göre %28,57 oranında artış yaşamasına sebep olmuştur. Küresel krizin ortaya çıkmasının ardından 2011 yılında işsizlik oranları azalış göstermiştir. Ancak 2012 yılından 2016 yılına kadar işsizlik oranı artış eğilimine girmiştir. 2016 yılından Covid-19 pandemisinin ortaya çıktığı yıl olan 2019 yılına kadar ise işsizlik oranı sürekli olarak düşmüştür. 2019 yılında, bir önceki yıla göre %6,12 oranında bir düşüş yaşamış ve %4,6 olarak gerçekleşmiştir. Covid-19'un işgücüne olan talebi azaltmasıyla, işyerlerinin geçici ya da tamamen kapatılmasıyla işsizlik oranı 2020 yılında 2019 yılına göre %17,39 oranında bir artış göstererek %5,4 olarak kayıtlara geçmiştir. Pandeminin işgücü üzerindeki etkisi 2021 yılında da devam etmiş ve 2021 yılında işsizlik oranı bir önceki yıla göre %16,66 oranında artarak %6,3 seviyesine çıkmıştır. 2000-2021 yılları arasında en yüksek işsizlik seviyesine 2021 yılında ulaşılmıştır.

Grafik 3.18'de Avusturya'nın 2000 yılından 2021 yılına kadar GSYH'de yaşanan büyüme oranları verilmiştir.



Kaynak: www.worldbank.org.

Grafik 3.18: Avusturya'da 2000-2021 Yılları Arasında GSYH Büyüme Oranları

Grafik 3.18'de verilen oranlara bakıldığında 2000 yılında GSYH'nin %3,3 oranında arttığı görülmektedir. Ancak 2001 yılında bu oran %63,63 oranında büyük bir azalış yaşayarak sadece %1,2 oranında bir büyüme yaşanmıştır. 2002 yılında GSYH %1,6 oranında büyümüştür. 2000-2006 yılları arasında GSYH'de istikrarlı bir büyüme

görülmemiştir. 2008 yılında ortaya çıkan ve tüm ülkeleri etkisi altına alan küresel kriz Avusturya'nın GSYH büyüme oranını bir önceki yıla göre %62,16 azaltmıştır. 2008 yılında %1,4'lük bir büyümenin ardından 2009 yılında küresel krizin etkisi kendini çok sert bir şekilde hissettirmiş ve GSYH %3,7 oranında küçülmüştür. 2019 yılında GSYH %1,5 büyürken pandeminin olumsuz etkilerinin en çok hissedildiği yıl olan 2020 yılında bir önceki yıla göre büyük bir düşüş yaşanmış ve %6,7 oranında bir küçülme meydana gelmiştir. Avusturya'da en düşük GSYH büyüme oranı 2020 yılında %6,7'lik bir küçülme ile gerçekleşmiştir. Avusturya'da 2020 yılında yaşanan bu çöküşün ardından 2021 yılında tekrardan toparlanmış ve %4,5 oranında bir GSYH büyüme oranına ulaşmıştır. 2000-2021 yılları arasında en fazla GSYH büyüme oranı 2021 yılında gerçekleşmiştir. 2021 yılında tekrardan büyüme eğilimine girmesinin nedeni Covid-19 pandemisi nedeniyle her sektörde yaşanan durgunluklar ve ekonomik çöküşe neden olan kapanmaların ortadan kaldırılması ve aşıların yaygınlaşmasıyla normalleşmenin yaşanmasıdır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

COVID-19 SALGINININ TÜRKİYE’DE TURİZM SEKTÖRÜ ÜZERİNDEKİ ETKİSİNİN SEÇİLMİŞ AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİ İLE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Dünyada her yıl milyonlarca insan turizm faaliyetlerine katılmaktadır. Turizm faaliyeti sonucunda ülkeler ekonomik kazançlar sağlamakta ve ülke insanların refahı artmaktadır. Ancak 2019 yılında Çin’in Wuhan Eyaletinde ortaya çıkıp daha sonra tüm dünyaya yayılmaya başlayan Covid-19 pandemisi turizm faaliyetlerini durma noktasına getirmiş ve dolayısıyla ülke ekonomileri bu pandemiden büyük ölçüde etkilenmiştir.

Bu bölümde ilk olarak turizm sektörünün Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkelerinin ekonomilerindeki yeri açıklanmış, daha sonra Covid-19 pandemisinin turizm sektörüne etkisi Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesi ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Ülkelerin seçiminde en çok gelen kişi sayısına sahip ilk on Avrupa Birliği ülkesinden turizm verilerine ulaşılabilen beş ülkeye yer verilmiştir.

4.1. Turizm Sektörünün Türkiye ve Seçilmiş Ülkeler Ekonomisindeki Yeri

Turizm sektörü ülke ekonomileri açısından büyük katkısı olan bir sektör özelliği taşımaktadır. Ülkelerin GSYH’sine, istihdamına büyük katkılarının olmasının yanında ihracat ve ithalatta da büyük payı bulunmaktadır.

4.1.1. Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisindeki Yeri

Turizm faaliyetleri özellikle gelişmekte olan ülkeler açısından döviz girdisini arttırıcı ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye katkı sağlayan aynı zamanda uluslararası kültürel ve toplumsal iletişimi sağlayıcı ve bütünleştirici etkisiyle dünya barışının korunmasında büyük ölçüde payı olan bir sektördür. Emek yoğun bir yapıya sahip olan turizm sektörü, sektördeki sermaye/iş gücü oranının düşük olması nedeniyle az yatırımla daha çok istihdam sağlama özelliğine sahiptir. XX. yüzyılın ikinci yarısında turizm, ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve ekonomik darboğazların aşılmasında, adeta bir kurtuluş umudu haline gelmiştir. Turistik hareketler genel olarak yöresel, bölgesel ve ulusal düzeyde gelişme sağlamıştır (Çımat ve Bahar, 2003:2-5; Zengin, 2010:105-106).

Diğer yandan Türkiye coğrafi konumu itibariyle eski dünya kıtaları olan Asya, Avrupa ve Afrika arasında doğal bir köprü konumundadır. Bu nedenle tarihin ilk devirlerinden beri kıtalar arası ilişkiler büyük ölçüde Anadolu toprakları üzerinden olmuştur. Savaşlar, göçler, istilalar, ticaret yolları ve haberleşme için Anadolu toprakları sürekli kullanılmış ve birçok uygarlığın beşiği olmuştur. Tüm bu uygarlıkların birleşimi, şimdiki Anadolu kültürünün temelini oluşturmuştur. Bu unsurlarında etkisiyle turizm sektörü Türkiye ekonomisinin vazgeçilmez yapı taşlarından biri haline gelmiş ve özellikle dış ticaret açığına, enflasyona ve işsizliğe çare arayan hükümetlerin önemle üzerinde durduğu bir konu olarak daima gündemdeki yerini korumuştur (Çımat ve Bahar, 2003:2-5; Hepaktan ve Çınar, 2010:139).

Türkiye’de turizm uzun yıllar güneş, deniz, kum, doğal güzellikler gibi kaynakları kullanan ve teknolojisi basit bir iktisadi etkinlik olarak görülmüştür. Ülkenin döviz darboğazı ve işsizlik gibi başlıca sorunlarına turizmin çözüm getireceği beklenmiş ve sektörün gösterdiği büyük gelişmeyle Türkiye ekonomisinin ve dolayısıyla kalkınmanın önemli kaynaklarından biri olmuştur (Çımat ve Bahar, 2003:2-5).

Türkiye ekonomisinde turizm, 1980 öncesi dönemde kalkınma planları, 1980 sonrasında ise küreselleşme eğilimleri ve liberal politikalar ile önem kazanmaya başlamıştır. Turizmin ülkeye giren döviz miktarını artırmada önemli rol oynaması 1990’lı yıllarda turizme ağırlık verilmesini sağlamıştır. 2000’li yıllardan sonra ise turizm en büyük gelişimini yaşamıştır. Bunda, turizm sektöründen elde edilen döviz maliyetinin düşük olması, ürünün üretildiği yerde tüketilmesi, turizm gelirlerinin ödemeler dengesi üzerinde yaptığı olumlu etkiler ve düşük maliyetli ihracat özelliğine sahip olması etkili olmuştur. Türkiye ekonomisinin sıklıkla krizlerle karşı karşıya kalması onu doğanın ve tarihin kendisine sunduğu nimetleri kullanmaya zorlamıştır. Ek olarak uluslararası turizmin sürekli ve kesintisiz artışı, bu sektöre olan ilginin artmasına neden olmuştur (Dinç, 2017:66-67).

Uluslararası turizm endüstrisinin sürekli büyümesi, gelişmekte olan ekonomilerin ve tabi ki Türkiye’nin bu pazardan pay alma isteğini arttırmıştır. Bu isteğin en önemli nedenleri (Bilgiçli ve Altınkaynak, 2016:567):

- Turizm faaliyetine katılanların sayısı her geçen gün artmaktadır.
- Turizm, dış ticaret açıklarının çözümünde can simidi konumundadır.

- Turizm, ülkeler arasındaki sınırlandırmalardan az etkilenerek gelişim göstermektedir.
- Turizmde tüketicinin hizmetin üretildiği ülkeye gitme zorunluluğu, ihracı mümkün olmayan değerlerin ihraç edilmesini sağlamaktadır.
- Turizm Türkiye'nin artan işsizlik oranları ve işgücüne katılanların işsizlik sorunlarının da çözümüne katkı sağlamaktadır.
- Turizm katılımcılarının sayısının periyodik artışına bağlı olarak Türkiye'nin turizm gelirleri de artmaktadır.

Türkiye'de ekonomi politikalarının derinlemesine tartışılmaya başlandığı 1960'lı yıllar, aynı zamanda turizmin öneminin kavranmaya başlandığı yıllar olarak ifade edilmektedir. Fakat hedefler ve gerçekleşme sonuçlarına göre turizm yatırımlarına ayrılan pay 1980'li yıllara kadar toplam sabit sermaye yatırımlarının %0,7'sini geçememiştir. Turizmin bugünkü düzeyine ulaşmasında, 1982 yılında çıkarılan 2634 sayılı Turizm Teşvik Kanunu ile sektöre sağlanan yatırım teşviklerinin ve mali desteğin çok önemli bir yeri vardır (Akın vd., 2012:68).

1980 yılından sonra turizm sektörünün en çok olumsuz etkilendiği yıllardan biri 2016 yılıdır. Bu yılda turist sayısında, gelirlerde, GSMH içindeki payda ve dış ticaret açıklarını kapama payında ciddi bir düşüş yaşanmıştır. Bu düşüşün en büyük nedenleri Rusya ile Türkiye arasında yaşanan gerginlik ve 15 Temmuz darbe girişimidir (Altun, 2019:9).

Türkiye yüksek turizm potansiyeline sahip bir ülke konumundadır. Ancak Türkiye kendisine yönelik turizm talebini artırabilmek ve ekonomik gelişmesini tamamlayabilmek için turizm koşullarını çok iyi analiz etmek durumundadır (Çımat ve Bahar:5-6).

Tablo 4.1’de Türkiye’de seyahat ve turizmin GSYH’ye toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

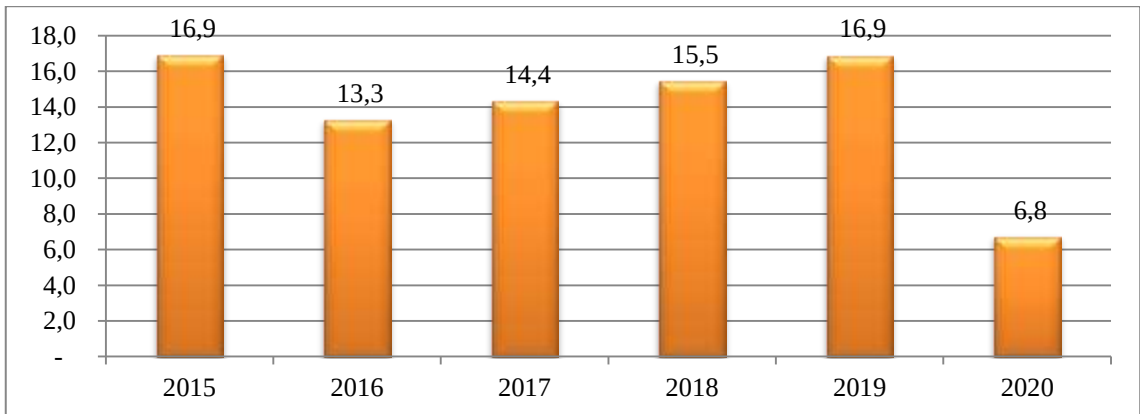
Tablo 4.1: Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı ve Bu Katkının Payı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin GSYH’ye Toplam Katkısı (milyar ABD doları)	Seyahat ve Turizmin GSYH’ye Toplam Katkısının Payı (%)
2019	78.2	11
2020	36.9	5.1
2021	59.3	7.3

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.1’de görüldüğü üzere 2019 yılında Türkiye’de seyahat ve turizmin GSYH’ye toplam katkısı 78.2 milyar ABD doları olmuştur. Seyahat ve turizmin GSYH’ye toplam katkısının payı %11’dir. 2020 yılına gelindiğinde bu katkı bir önceki yıla göre %52.8 oranında bir azalma ile 36.9 milyar ABD dolarına düşmüştür. Aynı yılda seyahat ve turizmin GSYH’ye toplam katkısının payı ise %5.1 olmuştur. 2021 yılında seyahat ve turizmin GSYH’ye katkı bir önceki yıla göre %60.6 oranında artmış ve 59.3 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Bu katkısının payı %7.3’tür.

Grafik 4.1’de Türkiye’de 2015-2020 yılları arasında toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.

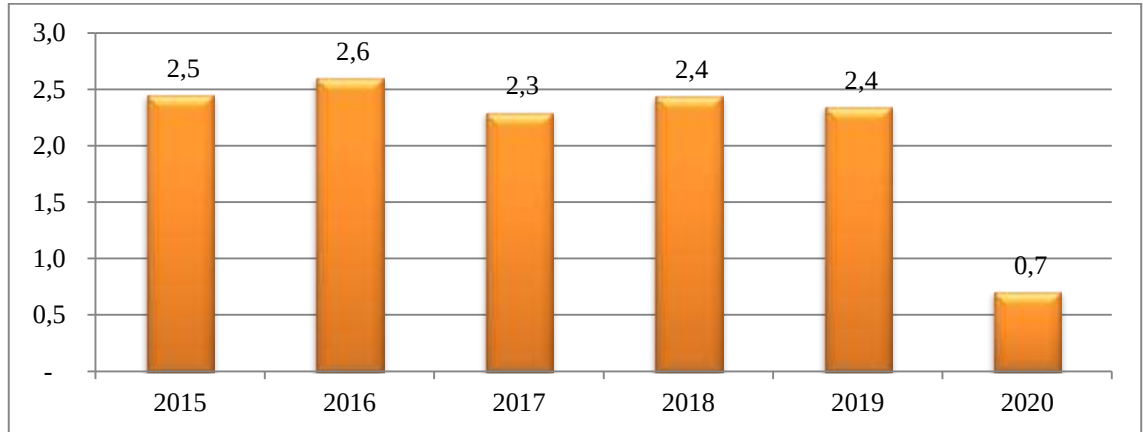


Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.1: Türkiye’de Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)

Grafik 4.1’de görüldüğü üzere 2015 yılında Türkiye’de toplam ihracatın içinde uluslararası turizm gelirlerinin payı %16.9 olmuştur. Bu 2016 yılında %21,3 oranında bir artışla %13.3’e düşmüştür. 2017 yılında ise bu oran bir önceki yıla göre %8.27 artarak %14.4 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılına gelindiğinde bu pay %7.63 oranında artışla %15.5 olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında bu pay %9.03 oranında artmış ve %16.9’a yükselmiştir. 2020 yılına gelindiğinde ise uluslararası turizmin toplam ihracat içindeki payı Covid-19 pandemisinin etkisiyle %59.76 oranında bir azalış ile %6.8’e düşmüştür.

Grafik 4.2’de Türkiye’de 2015-2020 yılları arasında toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamaları verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşılamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.



Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.2: Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)

Grafik 2’de görüldüğü üzere 2015 yılında toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %2.5 olmuştur. Bu pay 2016 yılında bir önceki yıla göre %4 artarak %2.6’ya yükselmiştir. 2017 yılında ise bir önceki yıla göre %11.53 oranında azalmış ve %2.3’e düşmüştür. 2018 yılına gelindiğinde bu pay 2017 yılına göre %4.34 artmış ve %2.4’e yükselmiştir. 2019 yılında bu pay bir önceki yıl ile aynı oranda gerçekleşmiştir. 2020 yılına gelindiğinde toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %70.83 oranında bir azalışla %0.7 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu kadar yüksek oranda düşüş yaşanmasının nedeni Covid-19 pandemisinin ekonomiye olan olumsuz etkileridir.

Tablo 4.2’de 2019-2021 yılları arasında Türkiye’de seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

Tablo 4.2: Türkiye’de Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (milyon iş)	Seyahat ve Turizmin İstihdama Katkısının Payı (%)
2019	2.59	9.2
2020	2.13	8
2021	2.42	8.4

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.2’ye bakıldığında 2019 yılında Türkiye’de seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı 2.59 milyon iş olduğu görülmektedir. Seyahat ve turizmin istihdama katkısının payı ise %9.2 olmuştur. 2020 yılında bu katkı bir önceki yıla göre %18 oranında azalarak 2.13 milyon iş olarak gerçekleşmiştir. Bu katkının payı %8 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılına gelindiğinde seyahat ve turizmin istihdama katkısı bir önceki yıla göre %14 artmış ve 2.42 milyon işe yükselmiştir. Gerçekleşen bu katkının payı %8.4 olmuştur.

Tablo 4.3’te 2019 ve 2021 yıllarında Türkiye’ye en çok ziyaretçi gönderen ilk beş ülkenin yüzdelik oranları verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.3: Türkiye’ye En Çok Ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)

Ülkeye Gelenler			
2019		2021	
Rusya	%12	Rusya	%15
Almanya	%8	Almanya	%9
İran	%5	Ukrayna	%7
Bulgaristan	%5	İran	%5
Gürcistan	%4	Bulgaristan	%4
Dünyanın geri kalanı	%65	Dünyanın geri kalanı	%59

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.3'e bakıldığında 2019 yılında Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ülkenin Rusya (%12) olduğu görülmektedir. Rusya'yı sırasıyla Almanya (%8), İran (%5), Bulgaristan (%5) ve Gürcistan (%4) takip etmektedir. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %65 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise Türkiye'ye en çok ziyaretçi gönderen ülke yine Rusya (%15) olmuştur. Diğer ülkeler ise sırasıyla Almanya (%9), Ukrayna (%7), İran (%5) ve Bulgaristan (%4) olmuştur. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %59 olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 4.4'te 2019 ve 2021 yıllarında Türkiye'nin en çok ziyaretçi gönderdiği ilk beş ülke verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşılamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.4: Türkiye'nin En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)

Ülkeden Çıkanlar			
2019		2021	
Yunanistan	%13	Yunanistan	%15
Bulgaristan	%10	Bulgaristan	%13
Gürcistan	%8	İran	%12
İran	%7	Gürcistan	%6
Suudi Arabistan	%5	Arnavutluk	%3
Dünyanın geri kalanı	%57	Dünyanın geri kalanı	%51

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.4'te görüldüğü üzere 2019 yılında Türkiye'nin en çok ziyaretçi gönderdiği ülkeler sırasıyla Yunanistan (%13), Bulgaristan (%10), Gürcistan (%8), İran (%7) ve Suudi Arabistan (%5) olmuştur. Geri kalan ülkelerin oranı %57 olarak kayıtlara geçmiştir. 2021 yılında ise Türkiye'nin en çok ziyaretçi gönderdiği ülke Yunanistan (%15) olmuş ve onu sırasıyla Bulgaristan (%13), İran (%12), Gürcistan (%6), ve Arnavutluk (%3) takip etmiştir. Geri kalan ülkelerin oranı %51'dir.

Türkiye'de 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında Covid-19 pandemisi nedeniyle bir önceki yıla göre azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında

seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalarak seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır.

4.1.2. Turizm Sektörünün Fransa Ekonomisindeki Yeri

Fransa, UNESCO'nun Dünya Mirası Listesi'ne kayıtlı 37 sitesi bulunmaktadır. Yüksek kültürel ilgiye sahip şehirlere, plajlara, sahil beldelerine ve kayak merkezlerine sahiptir (World Tourism Forum Institute, Erişim:27.07.2022). Avrupa seyahat endüstrisi için lider bir turizm pazarı olan Fransa, önemli uluslararası etkinliklere ve dünyaca ünlü yerlere ev sahipliği yapmaktadır. Hem uluslararası hem de iç turizmin Fransız ekonomisi üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Yılda milyonlarca uluslararası ziyaretçi ağırlayan Fransa, uluslararası turizm için lider bir destinasyona sahiptir. Başkent Paris Avrupa'nın ve dünyanın en çok ziyaret edilen şehir destinasyonlarından biridir. Fransa'nın diğer Batı Avrupa ülkeleri ile sınırı olan coğrafi konumu ve ek tünel ve feribot bağlantıları, sakinlerine Avrupa'yı dolaşmaları için farklı fırsatlar sunmaktadır (Statista.com).

Tablo 4.5'te 2019-2021 yılları arasında Fransa'da seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

Tablo 4.5: Fransa'da Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı ve Bu katkının Payı (2019-2021)

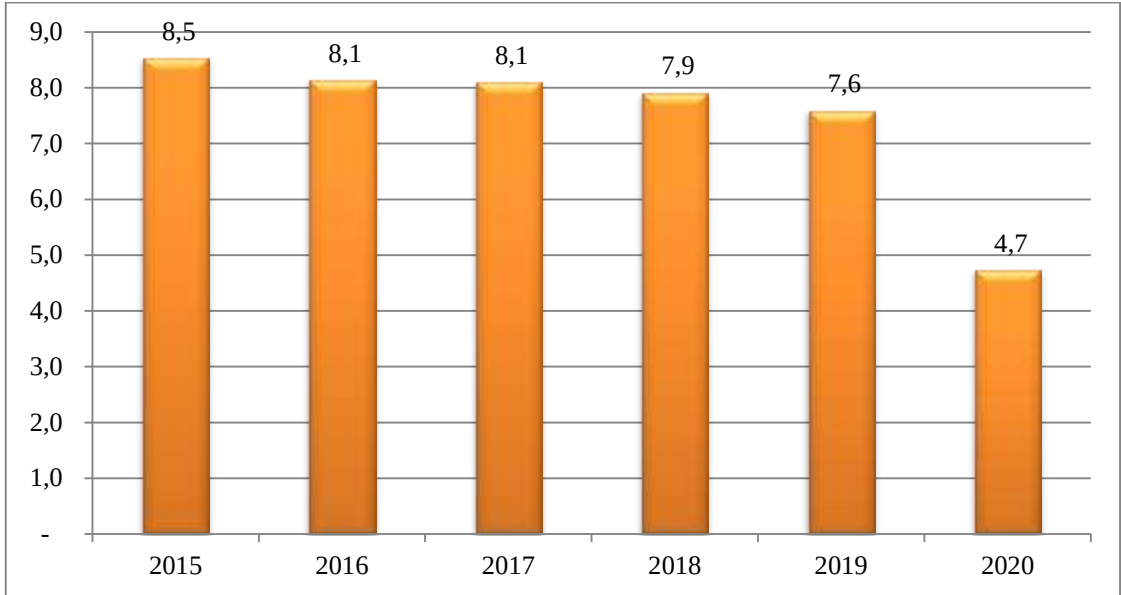
Yıllar	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı (milyar ABD doları)	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısının Payı (%)
2019	233.3	8.4
2020	126.5	-5
2021	177.9	6.5

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.5'te görüldüğü üzere Fransa'da 2019 yılında seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı 233.3 milyar ABD doları olmuştur. Bu katkının payı %8.4 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu katkı bir önceki yıla göre %45.8 oranında azalarak 126.5 milyar ABD dolarına düşmüştür. Bu katkının payı %5'e düşmüştür.

2021 yılında bu katkı %40.6 oranında bir artışla 177.9 milyar ABD dolarına yükselmiştir. Gerçekleşen bu katkının payı ise %6.5'e yükselmiştir.

Grafik 4.3'te Fransa'da 2015-2020 yılları arasında toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.

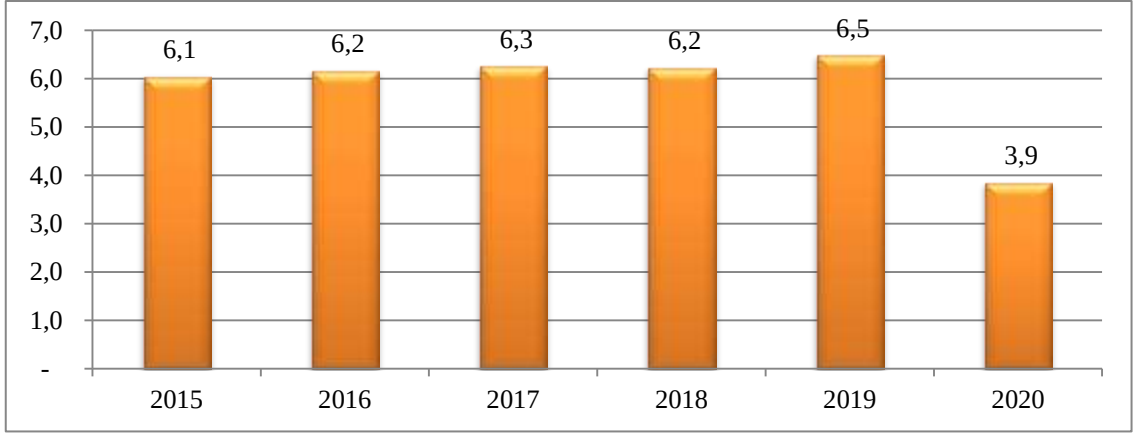


Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.3: Fransa'da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)

Grafik 4.3'te görüldüğü üzere Fransa'da 2015 yılında toplam ihracatın içinde uluslararası turizm gelirlerinin payı %8.5 olmuştur. Bu 2016 yılında %4,7 oranında bir azalışla %8.1'e düşmüştür. 2017 yılında ise bu oran bir önceki yıl ile aynı oranda gerçekleşmiştir. 2018 yılına gelindiğinde bu pay %2.46 oranında azalış göstererek %7.9 olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında bu pay %3.7 oranında azalmış ve %7.6'ya düşmüştür. 2020 yılına gelindiğinde ise uluslararası turizmin toplam ihracat içindeki payı Covid-19 pandemisinin etkisiyle %38.15 azalarak %4.7'ye düşmüştür.

Grafik 4.4'te Fransa'da 2015-2020 yılları arasında toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamaları verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.



Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.4: Fransa'da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)

Grafik 4.4'te görüldüğü üzere 2015 yılında Fransa'da toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %6.1 olmuştur. Bu pay 2016 yılında bir önceki yıla göre %1.63 artarak %6.2'ye yükselmiştir. 2017 yılında ise bir önceki yıla göre %1.61 oranında azalış göstermiş ve %6.3'e çıkmıştır. 2018 yılına gelindiğinde bu pay 2017 yılına göre %1.58 oranında azalarak %6.2'ye düşmüştür. Bu pay 2016 yılı ile aynıdır. 2019 yılında bu pay bir önceki yıla göre %4.83 azalmış ve %6.5 oranında bir paya sahip olmuştur. 2020 yılına gelindiğinde toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %40 oranında bir azalışla %3.9 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu kadar yüksek oranda düşüş yaşanmasının nedeni Covid-19 pandemisidir.

Tablo 4.6'da 2019-2021 yılları arasında Fransa'da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı verilmiştir.

Tablo 4.6: Fransa'da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (milyon iş)	Seyahat ve Turizmin İstihdama Katkısının Payı (%)
2019	2.68	9.4
2020	2.43	8.6
2021	2.60	9

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.6'da görüldüğü üzere 2019 yılında Fransa'da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı 2.68 milyon iş olmuştur. Seyahat ve turizmin istihdama toplam

katkısının payı %9.4 olmuştur. 2020 yılında bu katkı %9.5 oranında azalarak 2.43 milyon işe düşmüştür. Bu katkının payı %8.6 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılına gelindiğinde seyahat ve turizmin istihdama katkısı %7.1 artarak 2.60 milyon iş olmuştur. Gerçekleşen katkının payı %9 olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 4.7’de 2019 ve 2021 yıllarında Fransa’ya en çok ziyaretçi gönderen ilk beş ülkenin yüzdelik oranları verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.7: Fransa'ya En Çok Ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)

Ülkeye Gelenler			
2019		2021	
İngiltere	%14	Almanya	%19
Almanya	%14	Belçika	%17
Belçika	%12	İspanya	%9
İtalya	%8	İngiltere	%9
İsviçre	%8	İsviçre	%8
Dünyanın geri kalanı	%45	Dünyanın geri kalanı	%38

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.7’de görüldüğü üzere Fransa’ya 2019 yılında en çok ziyaretçi gönderen ilk iki ülke İngiltere (%14) ve Almanya (%14) olmuştur. Bu ülkeleri sırasıyla Belçika (12), İtalya (%8) ve İsviçre (%8) takip etmiştir. Bu ülkelerin dışında kalan ülkelerin yüzdesi ise %45’tir. 2021 yılında ise Fransa’ya en çok ziyaretçi gönderen ülke Almanya (%19) olmuştur. Diğer ülkeler ise sırasıyla Belçika (%17), İspanya (%9), İngiltere (%9) ve İsviçre’dir (%8). Dünyanın geri kalan ülkelerin oranı ise %46’dır.

Tablo 4.8’de 2019 ve 2021 yıllarında Fransa’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ilk beş ülke verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.8’de görüldüğü üzere Fransa’nın 2019 yılında en çok ziyaretçi gönderdiği ülkeler sırasıyla İspanya (%20), İtalya (%14), İngiltere (%6), Fas (%4) ve Almanya’dır (%3). Bu ülkelerin dışında kalan ülkelerin oranı ise %52’dir. 2021 yılında Fransa’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke İspanya (%25) olmuştur. İspanya’yı

sırasıyla İtalya (%16), Yunanistan (%5), Portekiz (%5) ve Fas (4) takip etmiştir. Bu ülkelerin dışında kalan tüm ülkelerin oranı %46 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.8: Fransa'nın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)

Ülkeden Çıkanlar			
2019		2021	
İspanya	%20	İspanya	%25
İtalya	%14	İtalya	%16
İngiltere	%6	Yunanistan	%5
Fas	%4	Portekiz	%5
Almanya	%3	Fas	%4
Dünyanın geri kalanı	%52	Dünyanın geri kalanı	%46

Kaynak: www.wttc.org.

Genel olarak Fransa’da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında Covid-19 pandemisi nedeniyle azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talebin azalmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır.

4.1.3. Turizm Sektörünün İtalya Ekonomisindeki Yeri

Dünya çapında uluslararası turist gelişlerinde dünyada beşinci sırada, Avrupa’da üçüncü sırada olan İtalya, doğal manzaraları, sanatsal alanları, ünlü mutfacı ve büyüleyici kültürü sayesinde her yıl milyonlarca turisti ülkesinde ağırlıyor (Statista.com). İtalya, bir turizm merkezi olarak ünlüdür. Turizm endüstrisi hem ulusal hem de uluslararası himaye altında gelişmiştir. Venedik, Floransa, Napoli ve Roma gibi büyük kültür merkezleri dışında en popüler yerler, kuzeydeki Alp tepeleri ve gölleri ve kıyı tatil köyleri ve adalarıdır; kuzey Adriyatik kıyısı; Abruzzo Ulusal Parkı; Tiren Denizi’ndeki küçük adalar (Elba, Capri ve Ischia); Gran Paradiso Ulusal Parkı ve Dolomitler; Sardunya’nın Zümrüt Sahili; Ligurya ve Amalfi nehirleri (Britannica, Erişim:27.07.2022).

21. yüzyılın başlarında yılda 40 milyondan fazla yabancı ziyaretçi çekmiştir. İtalya'daki turizm endüstrisi, dünyadaki durgunluk ve Basra Körfezi Savaşı sırasında yaşanan düşüş de dâhil olmak 1987'den itibaren bir düşüş yaşamıştır. Fakat 1990'larda yeniden toparlandı ve denizaşırı ve yerli turist sayısında artışlar yaşandı. Ek olarak, 2000 yılında Roma Katolik Kilisesi tarafından üçüncü bin yılın gelişini kutlamak için teşvik edilen Jübile kutlamaları, Roma'ya ve kilisenin merkezi olan yerleşim bölgesi Vatikan'a milyonlarca turist çekmiştir. Papa Francis 2016'yı Vatikan'da daha çok hacı çeken bir olay olan olağanüstü bir Merhamet Jübilesi ilan etti (Britannica, Erişim: 27.07.2022).

İtalya'nın başkenti uzun zamandır İtalya'daki turistler için en popüler yerlerden biri olmuştur. Roma, özellikle 2019 yılında şehrin otel tesislerine en fazla varış yapan Amerikalı turistler arasında popüler hale gelmiştir. Ancak 2020 yılındaki COVID-19 salgını sırasında en yüksek rakamı Birleşik Krallık 'tan gelen ziyaretçilere aittir. Şehir sadece uluslararası turistler arasında popüler olmamıştır. Çünkü Roma'nın otelleri 2019 yılında yaklaşık üç milyon İtalyan ziyaretçiyi kaydetmiş, ancak yurt içi varışlar ertesi yıl Covid-19 pandemisi sırasında yarıdan fazla azalma yaşamıştır.

Tablo 4.9'da İtalya'da 2019-2021 yılları arasında seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

Tablo 4.9: İtalya'da Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı ve Bu Katkının Payı (2019-2021)

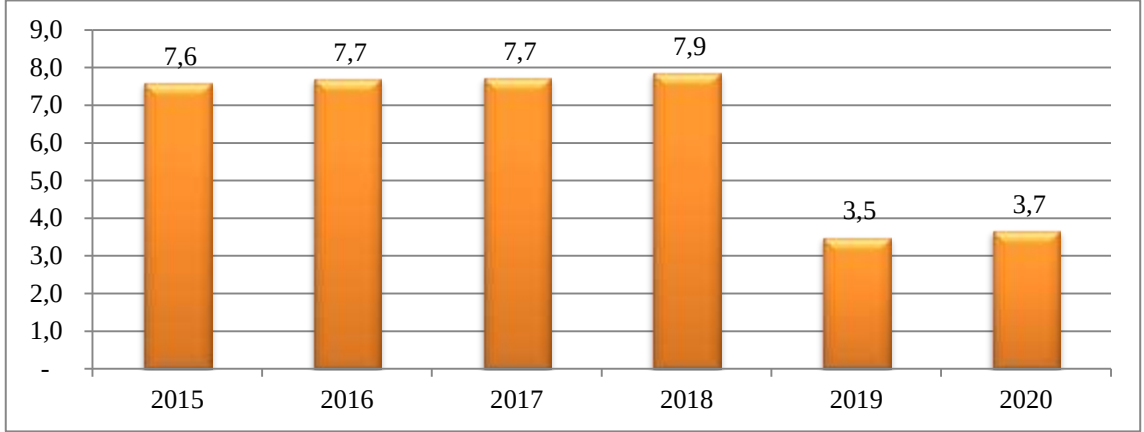
Yıllar	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı (milyar ABD doları)	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısının Payı (%)
2019	214.5	10.6
2020	113	-9.1
2021	179	6.6

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.9'da görüldüğü üzere İtalya'da 2019 yılında seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı 214.5 milyar ABD doları olmuştur. Bu katkının payı %10.6 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılına gelindiğinde bu katkı bir önceki yıla göre %47.3 oranında bir azalma ile 113 milyar ABD dolarına düşmüştür. Bu toplam katkının payı ise

%-9.1 olmuştur. 2021 yılında ise bu katkı bir önceki yıla göre %58.5 artmış ve 179 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Katkının payı %6.6'ya yükselmiştir.

Grafik 4.5'te İtalya'da 2015-2020 yılları arasında toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.

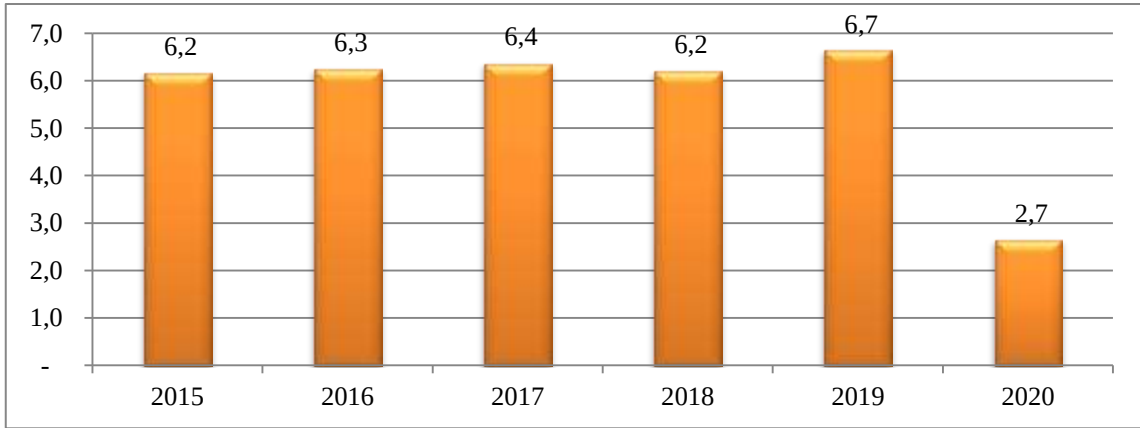


Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.5: İtalya'da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)

Grafik 4.5'e bakıldığında İtalya'da 2015 yılında toplam ihracatın içinde uluslararası turizm gelirlerinin payının %7.6 olduğu görülmektedir. Bu pay 2016 yılında %1.3 oranında bir artışla %7.7'ye yükselmiştir. 2017 yılında ise bu oran bir önceki yıl ile aynı oranda gerçekleşmiştir. 2018 yılına gelindiğinde bu pay %2.59 oranında artarak %7.9 olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında bu pay bir önceki yıla göre %55.7 oranında azalmış ve %3.5'e düşmüştür. 2020 yılına gelindiğinde ise uluslararası turizmin toplam ihracat içindeki payı bir önceki yıla göre %5.7 oranında artış göstererek %3.7'ye yükselmiştir. Görüldüğü üzere diğer ülkelerde Covid-19 pandemisinin etkisiyle uluslararası turizm gelirlerinin toplam ihracat içindeki payı 2020 yılında azalış gösterirken İtalya'da artış göstermiştir.

Grafik 4.6'da 2015-2020 yılları arasında İtalya'da toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamaları verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.



Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.6: İtalya’da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)

Grafik 4.6’da görüldüğü üzere 2015 yılında İtalya’da toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %6.2 olmuştur. Bu pay 2016 yılında bir önceki yıla göre %1.61 artarak %6.3’e yükselmiştir. 2017 yılında ise bir önceki yıla göre %1.58 oranında azalış göstermiş ve %6.4’e çıkmıştır. 2018 yılına gelindiğinde bu pay 2017 yılına göre %3.12 oranında azalarak %6.2’ye düşmüştür. Bu pay 2015 yılı ile aynıdır. 2019 yılında bu pay bir önceki yıla göre %8.06 artmış ve %6.7 oranında bir paya sahip olmuştur. 2020 yılına gelindiğinde toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %59.7 oranında bir azalışla %2.7 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu kadar yüksek oranda düşüş yaşanmasının nedeni Covid-19 pandemisidir.

Tablo 4.10’da 2019-2021 yılları arasında İtalya’da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

Tablo 4.10: İtalya’da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (milyon iş)	Seyahat ve Turizmin İstihdama Katkısının Payı (%)
2019	2.85	12.2
2020	2.41	10.6
2021	2.64	11.6

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.10’da görüldüğü üzere 2019 yılında İtalya’da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı 2.85 milyon iş olmuştur. Seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısının payı %12.2 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında ise bir önceki yıla göre bu katkı %15.4 oranında azalmış ve 2.41 milyon işe düşmüştür. Bu katkının payı %10.6’ya düşmüştür. 2021 yılında bu katkı bir önceki yıla göre %9.4 oranında artarak 2.64 milyon işe yükselmiştir. Gerçekleşen katkının payı ise %11.6 olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 4.11’de 2019 ve 2021 yıllarında İtalya’ya en çok ziyaretçi gönderen ilk beş ülkenin yüzdelik oranları verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşılamadığı için 2019 ve 2021 yılı verileri ile analiz yapılmıştır.

Tablo 4.11: İtalya’ya En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)

Ülkeye Gelenler			
2019		2021	
Almanya	%22	Almanya	%23
Fransa	%12	Fransa	%15
İngiltere	%9	Avusturya	%8
Avusturya	%7	İsviçre	%7
ABD	%6	İngiltere	%6
Dünyanın geri kalanı	%44	Dünyanın geri kalanı	%40

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.11’de görüldüğü üzere 2019 yılında İtalya’ya en çok ziyaretçi gönderen ülke Almanya (%22) olmuştur. Onu sırasıyla Fransa (%12), İngiltere (%9), Avusturya (%7) ve ABD (%6) takip etmiştir. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %44 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise Fransa’ya en çok ziyaretçi gönderen ülkeler sırasıyla Almanya (%23), Fransa (%15), Avusturya (%8), İsviçre (%7) ve İngiltere (%6) olmuştur. Dünyanın geri kalan ülkelerin oranı ise %40 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.12’de 2019 ve 2021 yıllarında İtalya’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ilk beş ülke verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşılamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.12: İtalya'nın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)

Ülkeden Çıkanlar			
2019		2021	
Fransa	%20	Fransa	%27
İspanya	%13	İspanya	%14
İngiltere	%6	Yunanistan	%7
Almanya	%5	Almanya	%4
Yunanistan	%4	Avusturya	%4
Dünyanın geri kalanı	%51	Dünyanın geri kalanı	%44

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.12’de 2019 yılında İtalya’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke Fransa (%20) olmuş ve onu sırasıyla İspanya (%13), İngiltere (%6), Almanya (%5) ve Yunanistan (%4) takip etmiştir. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %51 olmuştur. 2021 yılında ise İtalya’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke Fransa (%27) olmuştur. Fransa’yı sırasıyla İspanya (%14), Yunanistan (%7), Almanya (%4) ve Avusturya (%4) takip etmiştir. Diğer ülkelerin oranı ise %44 olarak gerçekleşmiştir.

İtalya’da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında Covid-19 pandemisi nedeniyle bir önceki yıla göre azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır.

4.1.4. Turizm Sektörünün Macaristan Ekonomisindeki Yeri

Macaristan’ın ışıklar şehri olarak anılan muazzam başkenti Budapeşte’den birçok köyüne ve muhteşem manzarasına kadar, bu Doğu Avrupa ülkesi güçlü bir tarih ve gelenek duygusu hissettirmektedir. Macaristan’da ziyaret edilecek en iyi yerler ve yapılacak şeyler sadece başkentte değildir. Macaristan’daki görünüşü bir tablo konusu olmaya değerlikteki şehirler ve kasabalar, klasik eski tarihi cazibesini korumuştur. Çoğu Türk işgalcilerden İtalyan Rönesans tasarımcılarına kadar her şey dahil çeşitli bölgesel kültürlerden etkiler sergilemektedir (Dearsley, 2021).

Macaristan'ın en popüler turistik yerleri olan Orta Tuna ve Budapeşte, Batı Transdanubia ve Balaton Gölü her yıl şarap bölgelerini ve termal kaplıcalarını ziyaret eden ve ulusal mutfağın tadını çıkaran milyonlarca ziyaretçiyi kendine çeker. Macaristan'ı ziyaret edenler, Airbnb'den pansiyon ve konuk evlerine, New York Palace ve Seasons Hotel gibi lüks otellere kadar çok çeşitli konaklama yerlerine sahiptir (Statista.com).

Tablo 4.13'te 2019-2021 yılları arasında Macaristan'da turizmin GSYH'ye toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

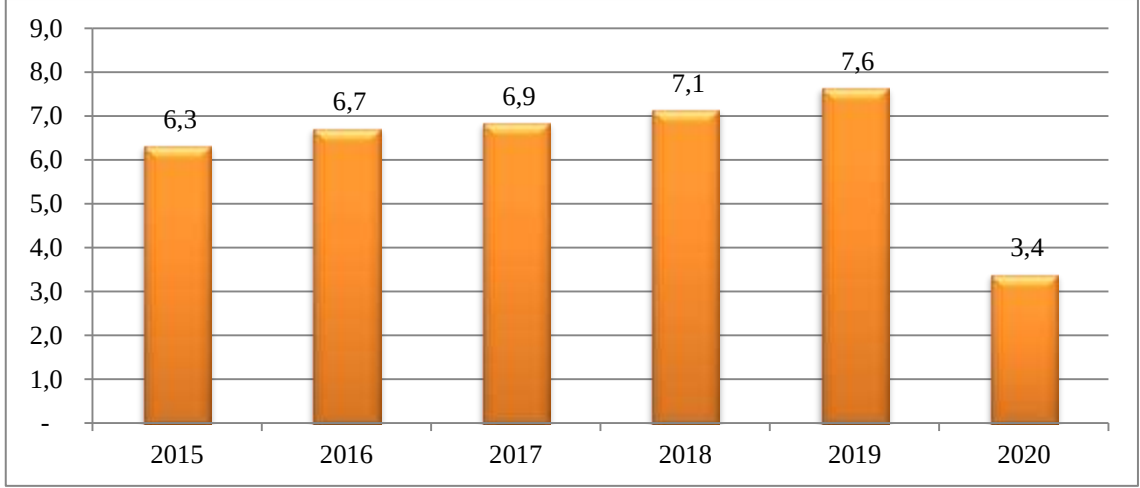
Tablo 4.13: Macaristan'da Seyahat Ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı Ve Bu Katkının Payı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı (milyon ABD doları)	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısının Payı (%)
2019	14,670.7	8.3
2020	6,784.5	4
2021	8,252.6	4.6

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.13'te görüldüğü üzere 2019 yılında Macaristan'da seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı 14,670.7 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısının payı %8.3'tür. 2020 yılında ise bir önceki yıla göre %53.8 oranında bir azalma ile 6,784.5 milyon ABD doları olmuştur. Bu katkının payı %4 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu katkının düşmesinin nedeni Covid-19 pandemisidir. 2021 yılında pandeminin etkisinin azalmasıyla seyahat ve turizmin GSYH'ye katkısı tekrardan artış göstermiştir. 2021 yılında seyahat ve turizm GSYH'ye bir önceki yıla göre %21.6 oranında bir artışla 8,252.6 milyon ABD doları katkı sağlamıştır. Bu katkının payı ise %4.6 olmuştur.

Grafik 4.7'de 2015-2020 yılları arasında Macaristan'da toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.

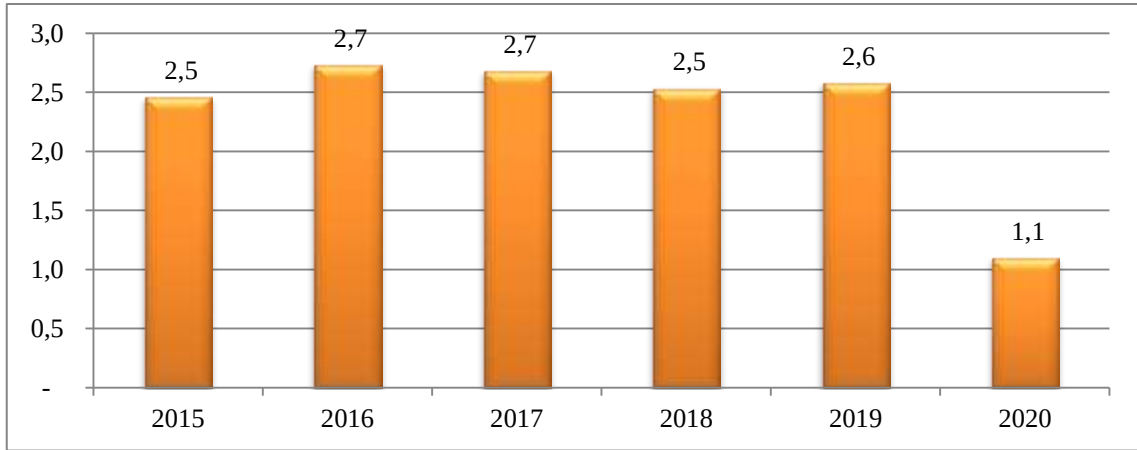


Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.7: Macaristan’da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)

Grafik 4.7’de görüldüğü üzere Macaristan’da 2015 yılında toplam ihracatın içinde uluslararası turizm gelirlerinin payı %6.3 olmuştur. Bu 2016 yılında %6.34 oranında bir artışla %6.7’ye düşmüştür. 2017 yılında ise bu oran bir önceki yıla göre %2.98 oranında artarak %6.9 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılına gelindiğinde bu pay %2.89 oranında artış göstererek %7.1 olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında bu pay %7.04 oranında artmış ve %7.6’ya çıkmıştır. 2020 yılına gelindiğinde ise uluslararası turizmin toplam ihracat içindeki payı %55.26 azalarak %3.4’e düşmüştür. 2015 yılından 2019 yılına kadar istikrarlı bir biçimde artış gösteren bu pay 2020 yılında Covid-19 pandemisinin Macaristan’da görülmesinin ardından Macar hükümetinin ve insanların almış olduğu önlemler neticesinde azalış göstermiştir.

Grafik 4.8’de Macaristan’da 2015-2020 yılları arasında toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamaları verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.



Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.8: Macaristan’da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)

Grafik 4.8’de görüldüğü üzere 2015 yılında Macaristan’da toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %2.5 olmuştur. Bu pay 2016 yılında bir önceki yıla göre %8 artarak %2.7’ye yükselmiştir. 2017 yılında ise bir önceki yıl ile aynı oranda paya sahip olmuştur. 2018 yılına gelindiğinde bu pay 2017 yılına göre %7.4 oranında azalarak %2.5’e düşmüştür. Bu pay 2015 yılı ile aynıdır. 2019 yılında bu pay bir önceki yıla göre %4 artmış ve %2.6’ya yükselmiştir. 2020 yılına gelindiğinde toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %57.7 oranında bir azalışla %1.1 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu kadar yüksek oranda düşüş yaşanmasının nedeni Covid-19 pandemisidir.

Tablo 4.14’te 2019-2021 yılları arasında Macaristan’da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı verilmiştir.

Tablo 4.14: Macaristan’da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (bin iş)	Seyahat ve Turizmin İstihdama Katkısının Payı (%)
2019	430.9	9.3
2020	395.8	8.6
2021	404.8	8.7

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.14'te görüldüğü üzere 2019 yılında Macaristan'da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı 430.9 bin iş olmuştur. Seyahat ve turizmin istihdama katkısının payı ise %9.3 olmuştur. 2020 yılına gelindiğinde bu katkı bir önceki yıla göre %8.1 oranında azalma ile 395.8 bin işe düşmüştür. Bu katkının payı %8.6 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %2.3 oranında bir artış yaşanmış ve bu katkı 404.8 bin işe yükselmiştir. İstihdama olan bu katkısının payı ise %8.7 olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 4.15'te 2019 ve 2021 yıllarında Macaristan'a en çok ziyaretçi gönderen ilk beş ülkenin yüzdelik oranları verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.15: Tablo 4: Macaristan'a En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)

Ülkeye Gelenler			
2019		2021	
Almanya	%15	Almanya	%21
Romanya	%9	Romanya	%15
Slovak Cumhuriyeti	%8	Slovak Cumhuriyeti	%12
Avusturya	%7	Avusturya	%9
İngiltere	%5	Çek Cumhuriyeti	%7
Dünyanın geri kalanı	%55	Dünyanın geri kalanı	%37

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.15'e bakıldığında 2019 yılında Macaristan'a en çok ziyaretçi gönderen ülke Almanya (%15) olmuştur. Almanya'yı sırasıyla Romanya (%9), Slovak Cumhuriyeti (%8), Avusturya (%7) ve İngiltere (%5) olmuştur. Geriye kalan ülkelerin oranı %55 olmuştur. 2021 yılında ise Macaristan'a en çok ziyaretçi gönderen ülke Almanya (%21) olmuş ve onu sırasıyla Romanya (%15), Slovak Cumhuriyeti (%12), Avusturya (%9) ve Çek Cumhuriyeti takip etmiştir. Dünyanın geri kalanının oranı ise %37 olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 4.16'da 2019 ve 2021 yıllarında Macaristan'ın en çok ziyaretçi gönderdiği ilk beş ülke verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.16: Macaristan'ın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)

Ülkeden Çıkanlar			
2019		2021	
Ukrayna	%15	Hırvatistan	%17
Avusturya	%9	Ukrayna	%14
Hırvatistan	%9	İtalya	%8
Slovak Cumhuriyeti	%8	Avusturya	%7
İtalya	%7	Slovak Cumhuriyeti	%6
Dünyanın geri kalanı	%52	Dünyanın geri kalanı	%47

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.16'ya bakıldığında 2019 yılında Macaristan'ın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke Ukrayna (%15) ve onu sırasıyla Avusturya (%9), Hırvatistan (%9), Slovak Cumhuriyeti (%8) ve İtalya (%7) takip etmiştir. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %52 olmuştur. 2021 yılında ise Macaristan'ın en çok ziyaretçi gönderdiği ülkeler sırasıyla Hırvatistan (%17), Ukrayna (%14), İtalya (%8), Avusturya (%7) ve Slovak Cumhuriyeti'dir (%6). Dünyanın geri kalan ülkelerin oranı ise %47 olarak gerçekleşmiştir.

Macaristan'da 2020 yılında bir önceki yıla göre Covid-19 pandemisi nedeniyle seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında bir önceki yıla göre azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır.

4.1.5. Turizm Sektörünün Hırvatistan Ekonomisindeki Yeri

Hırvatistan, Avrupa'da popüler bir tatil yeri ve Orta ve Doğu Avrupa bölgesinde en çok ziyaretçi çeken turizm pazarıdır. Sıcak bir Akdeniz iklimine sahip olan Hırvatistan, Güneydoğu Avrupa'da önde gelen bir tatil beldesidir. Avrupa'nın her yerinden turist çekmektedir. Ancak Avusturya ve Almanya'dan gelen ziyaretçiler arasında en popüleridir. Ziyaretçilerin çoğu, ülkenin Adriyatik Denizi'ndeki sayısız

sahil kasabasında kalmayı tercih etmektedir. Gemilerin genellikle Hırvat limanlarına ya da yat limanlarına uğradığı deniz ve kruvaziyer turizmi de turizm sektöründe önemli bir rol oynamaktadır. Hırvatistan'ın en çok ziyaret edilen şehirlerinden biri Dubrovnik'tir (Statista.com).

Tablo 4.17'de 2019-2021 yılları arasında seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

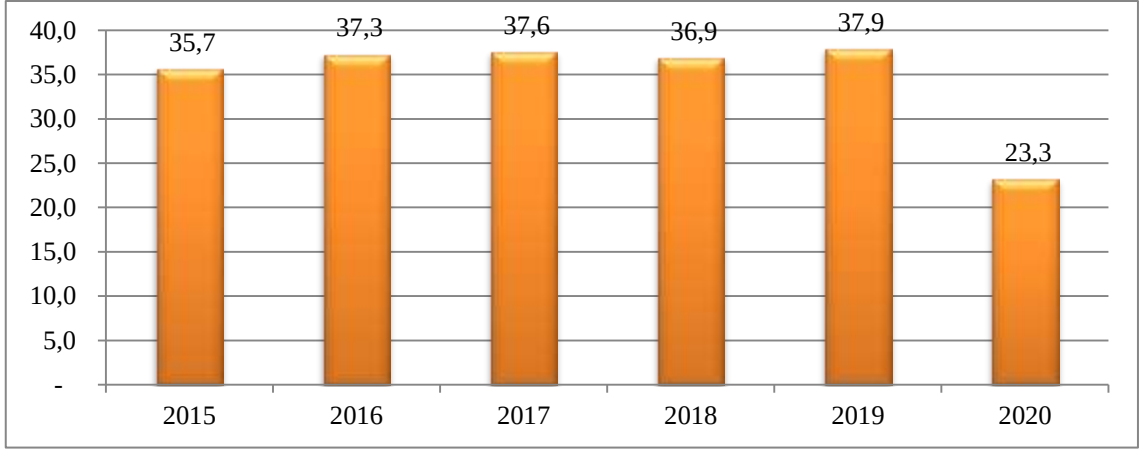
Tablo 4.17: Hırvatistan'da Seyahat Ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı Ve Bu Katkının Payı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısı (milyon ABD doları)	Seyahat ve Turizmin GSYH'ye Toplam Katkısının Payı (%)
2019	16,550.1	24.8
2020	8,099.1	13.2
2021	10,872.3	16.1

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.17'de görüldüğü üzere 2019 yılında Hırvatistan'da seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı 16,550.1 milyon ABD doları olmuştur. Seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısının payı ise %24.8 olmuştur. 2020 yılında bir önceki yıla göre %51.1 oranında bir azalışla toplam katkı 8,099.1 milyon ABD dolarına düşmüştür. Bu katkının payı %13.2 olarak gerçekleşmiştir. Covid-19 pandemisi, 2020 yılında seyahat ve turizmin GSYH'ye olan katkısının düşmesine neden olmuş ancak yaşanan bu olumsuz etki 2021 yılında azalmıştır. 2021 yılında toplam katkı bir önceki yıla göre %34.2 oranında artmış ve 10,872.3 milyon ABD doları olmuştur. Gerçekleşen bu katkının payı ise %16.1'e yükselmiştir.

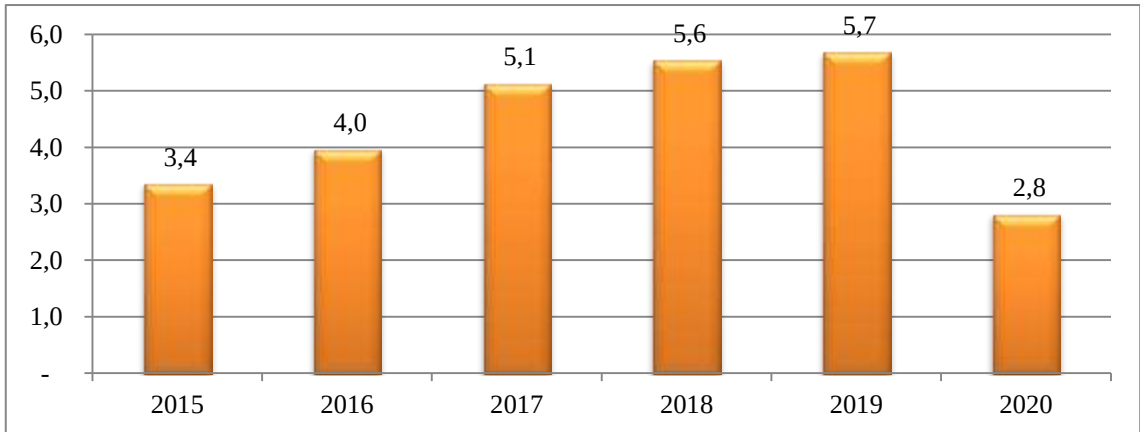
Grafik 4.9'da Hırvatistan'da 2015-2020 yılları arasında toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.



Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.9: Hırvatistan’da Toplam İhracatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Gelirleri (2015-2020)

Grafik 4.9’a bakıldığında Hırvatistan’da 2015 yılında toplam ihracatın içinde uluslararası turizm gelirlerinin payının %35.7 olduğu görülmektedir. Bu pay 2016 yılında bir önceki yıla göre %4.48 oranında bir artışla %37.3’e yükselmiştir. 2017 yılında ise bu oran %0.8 oranında artarak %37.6’ya yükselmiştir. 2018 yılına gelindiğinde bu pay %1.86 oranında azalarak %36.9 olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında bu pay bir önceki yıla göre %2.71 oranında artarak ve %37.9’a yükselmiştir. 2020 yılına gelindiğinde ise Covid-19 pandemisinin etkisiyle uluslararası turizmin toplam ihracat içindeki payı bir önceki yıla göre %38.52 oranında azalış göstererek %23.3’e düşmüştür.



Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.10: Hırvatistan’da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)

Grafik 4.10’da 2015-2020 yılları arasında Hırvatistan’da toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamaları verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.

Grafik 4.10’da görüldüğü üzere 2015 yılında Hırvatistan’da toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %3.4 olarak gerçekleşmiştir. Bu pay 2016 yılında bir önceki yıla göre %17.64 artarak %4’e yükselmiştir. 2017 yılında ise bir önceki yıla göre %27.5 oranında artmış ve %5.1’e yükselmiştir. 2018 yılına gelindiğinde bu pay 2017 yılına göre %9.8 artarak %5.6’ya yükselmiştir. 2019 yılında bu pay bir önceki yıla göre %1.78 oranında artış göstermiş ve %5.7 olarak kayıtlara geçmiştir. 2020 yılına gelindiğinde toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %50.87 oranında bir azalışla %2.8 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu kadar yüksek oranda düşüş yaşanmasının nedeni Covid-19 pandemisinin ekonomiye olan olumsuz etkileridir.

Tablo 4.18’de 2019-2021 yılları arasında Hırvatistan’da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı verilmiştir.

Tablo 4.18: Hırvatistan’da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (bin iş)	Seyahat ve Turizmin İstihdama Katkısının Payı (%)
2019	393.7	23.2
2020	325.1	19.4
2021	333.5	19.7

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.18’e bakıldığında 2019 yılında Hırvatistan’da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısının 393.7 bin iş olarak gerçekleştiği görülmektedir. Seyahat ve turizmin istihdama katkısının payı ise %23.2 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılına gelindiğinde bir önceki yıla göre %17.4 oranında bir azalışla bu katkı 325.1 bin iş olmuştur. İstihdama olan bu katkısının payı %19.4 olarak kayıtlara geçmiştir. 2021 yılına gelindiğinde seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı bir önceki yıla göre %2.6 azalarak 333.5 bin iş olmuştur. Bu katkının payı %19.7 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.19’da 2019 ve 2021 yıllarında Hırvatistan’a en çok ziyaretçi gönderen ilk beş ülkenin yüzdelik oranları verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.19: Hırvatistan’a En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)

Ülkeye Gelenler			
2019		2021	
Almanya	%17	Almanya	%26
Slovenya	%8	Avusturya	%10
Avusturya	%8	Slovenya	%9
İtalya	%7	Polonya	%9
Polonya	%5	Çek Cumhuriyeti	%7
Dünyanın geri kalanı	%55	Dünyanın geri kalanı	%40

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.19’a bakıldığında 2019 yılında Hırvatistan’a en çok ziyaretçi gönderen ülke Almanya (%17) olmuştur. Almanya’yı sırasıyla Slovenya (%8), Avusturya (%8), İtalya (%7) ve Polonya (%5) takip ettiği görülmektedir. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %55 olmuştur. 2021 yılına gelindiğinde ise Hırvatistan’a en çok ziyaretçi gönderen ülkeler sırasıyla Almanya (%26), Avusturya (%10), Slovenya (%9), Polonya (%9) ve Çek Cumhuriyeti’dir (%7). Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %40 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.20’de 2019 ve 2021 yıllarında Hırvatistan’ın en çok ziyaretçi gönderdiği ilk beş ülke verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.20: Hırvatistan’ın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)

Ülkeden Çıkanlar			
2019		2021	
Fransa	%27	Fransa	%28
İtalya	%12	İtalya	%14
Slovenya	%9	Slovenya	%6
Avusturya	%6	Almanya	%6
Bosna-Hersek	%5	Bosna-Hersek	%6
Dünyanın geri kalanı	%41	Dünyanın geri kalanı	%41

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.20'ye bakıldığında 2019 yılında Hırvatistan'ın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke Fransa (%27) olduğu görülmektedir. Fransa'yı sırasıyla İtalya (%12), Slovenya (%9), Avusturya (%6) ve Bosna-Hersek (%5) takip etmiştir. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %41 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise Hırvatistan'ın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke sırasıyla Fransa (%28), İtalya (%14), Slovenya (%6), Almanya (%6) ve Bosna-Hersek (%6) olmuştur.

Hırvatistan'da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında bir önceki yıla göre Covid-19 pandemisi nedeniyle azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve göre seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre artışlar görülmüştür.

4.1.6. Turizm Sektörünün Avusturya Ekonomisindeki Yeri

Avrupa'nın önde gelen turistik yerlerinden biri de Avusturya'dır. Avusturya turizmi tamamen saraylar, kaleler, göller, dağlar, tarih, sanat, müzik, mimari ve çok daha fazlası ile alakalıdır. Avusturya, kuzeyde Çek Cumhuriyeti ve Almanya, güneyde Slovenya ve İtalya, doğuda Slovakya ve Macaristan, batıda ise İsviçre ve Lihtenştayn ile komşudur. Diğer pek çok ülkeyi ziyaret etmenin kolay olduğu stratejik konumu nedeniyle Avrupa'yı gezenler için en popüler ziyaret yerlerinden biridir. Fakat Avusturya şehirlerinin sunduğu muhteşem sanat ve mimarinin yanı sıra, birçok doğal güzelliklere sahiptir. Avusturya turizmi, dev dağları ve küçük gölleri kucaklayan küçük köylerden, büyük şehirlerin hemen dışındaki engebeli çayırlara kadar doğa tutkunları için bir cennettir. Viyana'daki tarihi Salzburg bölgesi, kraliyet anıtları ve Innsbruck yakınlarındaki göller, Orta Avrupa'da deniz kıyısı bulunmayan güzel ülke Avusturya'yı önemli bir turizm merkezi haline getirmiştir. Viyana belediye binası, Aziz Stephen Katedrali, Hohensalzburg ve Mirabell Sarayı Avusturya'nın en önemli turistik alanlarıdır. Kültür başkenti Salzburg ve ulusal başkent Viyana, Avusturya'da gezip görülecek en popüler yerlerden ikisidir (www.traveltriangle.com).

Tablo 4.21'de 2019-2021 yılları arasında Avusturya'da seyahat ve turizmin GSYH'ye toplam katkısı ve bu katkının payı verilmiştir.

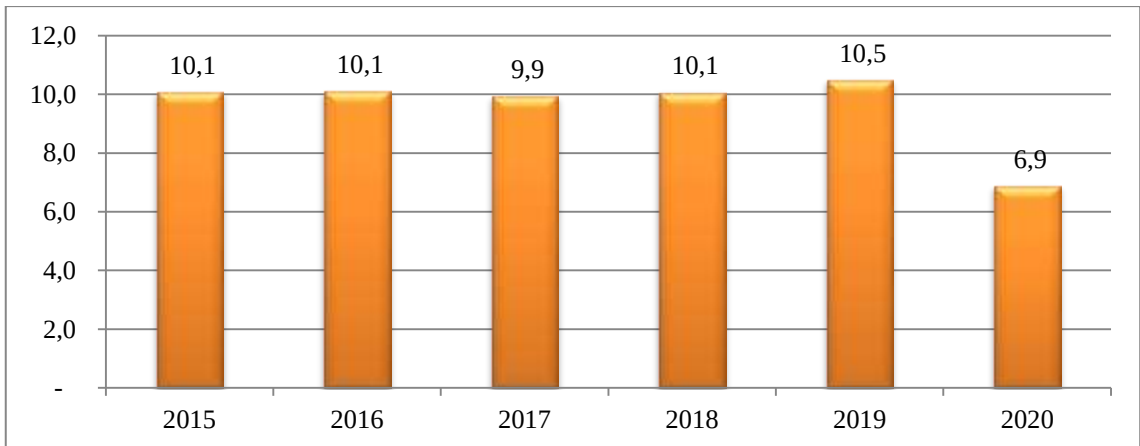
Tablo 4.21: Avusturya’da Seyahat ve Turizmin GSYH’ye Toplam Katkısı ve Bu Katkının Payı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin GSYH’ye Toplam Katkısı (milyar ABD doları)	Seyahat ve Turizmin GSYH’ye Toplam Katkısının Payı (%)
2019	48.8	10.7
2020	33.4	7.9
2021	31.7	7.1

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.21’de görüldüğü üzere 2019 yılında Avusturya’da seyahat ve turizmin GSYH’ye toplam katkısı 48.8 milyar ABD doları olmuştur. Seyahat ve turizmin GSYH’ye toplam katkısının payı ise %10.7 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu katkı bir önceki yıla göre %31.7 oranında azalarak 33.4 milyar ABD dolarına düşmüştür. Bu katkısının payı ise %7.9 olmuştur. 2021 yılına gelindiğinde bu katkı %5 oranında bir düşüş yaşamış ve 31.7 milyar ABD doları olmuştur. Katkının payı ise %7.1’e düşmüştür.

Grafik 4.11’de 2015-2020 yılları arasında Avusturya’da toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.

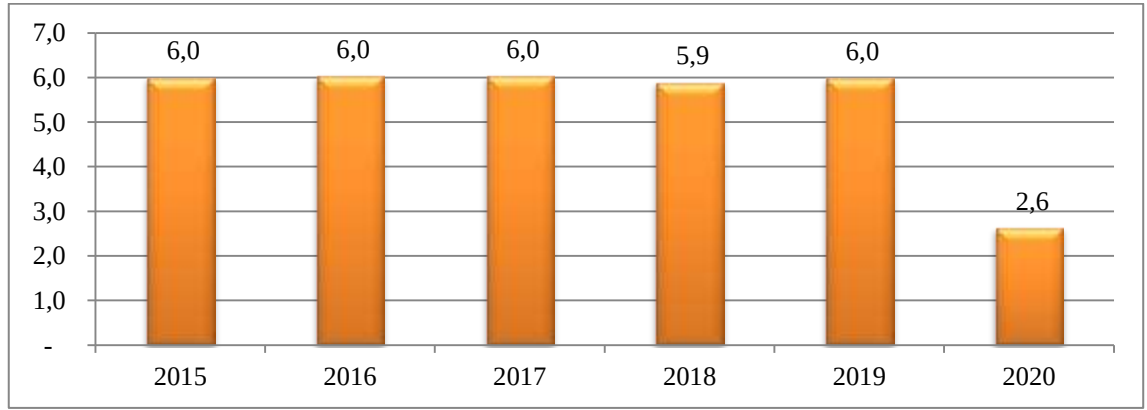


Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.11: Avusturya’da Toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri (2015-2020)

Grafik 4.11’de görüldüğü üzere Avusturya’da 2015 yılında toplam ihracatın içinde uluslararası turizm gelirlerinin payı %10.1 olmuştur. Bu 2016 yılında bir önceki yıl ile aynı oranda gerçekleşmiştir. 2017 yılında ise bu oran bir önceki yıla göre %1.98 oranında azalarak %9.9’a düşmüştür. 2018 yılına gelindiğinde bu pay %2.02 oranında artış göstererek %10.1 olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında bu pay %3.96 oranında artmış ve %10.5’e çıkmıştır. 2020 yılına gelindiğinde ise Covid-19 pandemisinin etkisiyle uluslararası turizmin toplam ihracat içindeki payı %34.28 azalarak %6.9’a düşmüştür.

Grafik 4.12’de Avusturya’da 2015-2020 yılları arasında toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamaları verilmiştir. 2015 yılı öncesi ve 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıllar arasında yapılmıştır.



Kaynak: www.wttc.org.

Grafik 4.12: Avusturya'da Toplam İthalatın Yüzdesi Olarak Uluslararası Turizm Harcamaları (2015-2020)

Grafik 4.12’de görüldüğü üzere Avusturya’da toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamaları 2015, 2016 ve 2017 yılında %6 olarak gerçekleşmiştir. 2018 yılına gelindiğinde bu pay 2017 yılına göre %1.66 oranında azalmış ve %5.9’a düşmüştür. 2019 yılında bu pay tekrardan %6’ya çıkmıştır. 2020 yılına gelindiğinde toplam ithalatın içinde uluslararası turizm harcamalarının payı %56.66 oranında bir azalışla %2.6 olarak gerçekleşmiştir. 2020 yılında bu kadar yüksek oranda düşüş yaşanmasının nedeni Covid-19 pandemisinin olumsuz ekonomik etkileridir.

Tablo 4.22’de 2019-2021 yılları arasında Avusturya’da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı verilmiştir.

Tablo 4.22: Avusturya’da Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (2019-2021)

Yıllar	Seyahat ve Turizmin İstihdama Toplam Katkısı (bin iş)	Seyahat ve Turizmin İstihdama Katkısının Payı (%)
2019	518.1	11.4
2020	459.7	10.3
2021	462.7	10.2

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.22’ye bakıldığında 2019 yılında Avusturya’da seyahat ve turizmin istihdama toplam katkısı 518.1 bin iş olduğu görülmektedir. Seyahat ve turizmin istihdama katkısının payı %11.4 olarak kayıtlara geçmiştir. 2020 yılında bu katkı %11.3 oranında azalarak 459.7 bin işe düşmüştür. Bu katkının payı %10.3’e düşmüştür. 2021 yılına gelindiğinde bu katkı %0.6 oranında artmış ve 462.7 bin iş olmuştur. Katkının payı %10.2 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.23’te 2019 ve 2021 yıllarında Avusturya’ya en çok ziyaretçi gönderen ilk beş ülkenin yüzdelik oranları verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşılamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.23: Avusturya’ya En Çok ziyaretçi Gönderen İlk Beş Ülke (%)

Ülkeye Gelenler			
2019		2021	
Almanya	%45	Almanya	%49
Hollanda	%7	Hollanda	%7
İsviçre	%5	İsviçre	%5
İtalya	%3	İngiltere	%4
Çin	%3	Çek Cumhuriyeti	%3
Dünyanın geri kalanı	%37	Dünyanın geri kalanı	%33

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.23’e bakıldığında 2019 yılında Avusturya’ya en çok ziyaretçi gönderen ülke Almanya (%45) olmuş ve onu sırasıyla Hollanda (%7), İsviçre (%5), İtalya (%3) ve Çin (%3) takip etmiştir. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı %37 olmuştur. 2021 yılında ise Avusturya’ya en çok ziyaretçi gönderen ülke Almanya (%49) olmuştur. Almanya’dan sonra en çok ziyaretçi gönderen ülkeler sırasıyla Hollanda (%7), İsviçre

(%5), İngiltere (%4) ve Çek Cumhuriyeti (%3) olmuştur. Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %33 olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 4.24'te 2019 ve 2021 yıllarında Avusturya'nın en çok ziyaretçi gönderdiği ilk beş ülke verilmiştir. 2020 yılı verilerine ulaşamadığı için 2019 ve 2021 yıllarına ait verilerle analiz yapılmıştır.

Tablo 4.24: Avusturya'nın En Çok Ziyaretçi Gönderdiği İlk Beş Ülke (%)

Ülkeden Çıkanlar			
2019		2021	
İtalya	%25	İtalya	%27
Almanya	%12	Hırvatistan	%13
Hırvatistan	%8	Almanya	%11
Macaristan	%7	İspanya	%7
İspanya	%7	Macaristan	%5
Dünyanın geri kalanı	%41	Dünyanın geri kalanı	%36

Kaynak: www.wttc.org.

Tablo 4.24'e bakıldığında 2019 yılında Avusturya'nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke sırasıyla İtalya (%25), Almanya (%12), Hırvatistan (%8), Macaristan (%7) ve İspanya'dır (%7). Dünyada geri kalan ülkelerin oranı ise %41'dir. 2021 yılında ise Avusturya'nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke İtalya (%27) olmuştur. Diğer ülkeler sırasıyla Hırvatistan (%13), Almanya (%11), İspanya (%7) ve Macaristan'dır (%5). Dünyanın geri kalan ülkelerinin oranı ise %36'dır.

Avusturya'da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında bir önceki yıla göre Covid-19 pandemisi nedeniyle azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talebin azalmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisinin azalmasına rağmen seyahat ve turizmin GSYH'ye ve istihdama toplam katkısı azalmıştır. Bunun nedeni pandeminin Avusturya ekonomisine olan olumsuz etkisinin henüz azalmamış olması ve turizm faaliyetlerinin artmamış olmasıdır.

4.2. Covid-19 Pandemisinin Türkiye ve Seçilmiş Ülkelere Etkilerinin Karşılaştırmalı Analizi

Covid-19 pandemisi hem Türkiye'nin hem de seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesinin (Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya) turizm sektörünü büyük ölçüde etkilemiştir. Hükümetlerin vaka sayılarını azaltmak için aldığı tedbirler ve insanların virüsten korunmak için seyahat etmek istememeleri turizm sektörünü olumsuz etkileyen temel unsurlardır.

Bu bölümde Covid-19 pandemisinin turizm sektörüne olan etkisi Türkiye ile Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya arasında seyahat ve turizm gelişim endeksi, uluslararası düzeyde gelen turist sayıları, uluslararası turizm gelirleri, uluslararası turizmde çıkan kişi sayıları ve uluslararası turizm harcamaları açısından karşılaştırma yapılarak analiz edilmektedir.

4.2.1. Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi

Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi (TTDI) 117 ülkeyi kapsamakta ve sürdürülebilirliği sağlayan bir dizi faktör ve politikayı ölçmektedir. Seyahat ve turizmin esnek gelişimi, bir ülkenin kalkınmasına katkıda bulunmaktadır (World Economic Forum, 2022). Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi raporu, beş ana başlık altındaki 17 kategori dikkate alınarak hazırlanmaktadır. Bu raporda dikkate alınan başlıklar ve alt başlıkları şöyle: **“Seyahat ve Turizm Politikaları ve Koşulları”** başlığı altında seyahat ve turizmin önceliklendirilmesi, uluslararası açıklık, fiyat rekabeti; **“İş İklimi Olanakları”** ana başlığı altında İş koşulları, güvenlik, sağlık-hijyen, insan kaynakları ve bilgi-işlem teknolojileri; **“Seyahat ve Turizmin Sürdürülebilirliği”** başlığı altında çevresel sürdürülebilirlik, sosyo-ekonomik dayanıklılık ve koşullar ve seyahat ve turizmde talep baskısı. **“Seyahat ve Turizmde Talebi Şekillendiren Unsurlar”** başlığı altında doğal kaynaklar, kültürel kaynaklar, eğlence dışı kaynaklar ve **“Altyapı”** başlığı altında da havalimanı altyapısı, yer ve liman altyapısı, turist servis altyapısı yer almaktadır (TurizmGüncel.com, 2022).

Tablo 4.25'te 2017-2021 yılları arasında Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkelerinin (Fransa, İtalya, Avusturya, Macaristan ve Hırvatistan) Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksleri verilmiştir. Bu endeksler 2 yılda bir yayınlandığı için 2018 ve 2020 yıllarına ait veriler bulunmamaktadır.

Tablo 4.25: Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi (2017-2019-2021)

Ülkeler	Yıllar			2017-2019-2021
	2017	2019	2021	Sıra*
Fransa	5.32	5.4	5.1	1
İtalya	4.99	5.09	4.9	2
Avusturya	4.86	4.95	4.9	3
Hırvatistan	4.42	4.53	4.2	4
Türkiye	4.14	4.22	4.2	5
Macaristan	4.06	4.19	4.3	6

Kaynak: www.weforum.org

* Sıra, bu çalışma kapsamında incelenen ülkeler arasındaki sıralamayı göstermektedir.

Tablo 4.25’te görüldüğü üzere, 2017,2019 ve 2021 yıllarının ortalamaları alındığında, incelenen ülkeler arasında en yüksek gelişim endeksine sahip ilk iki ülke sırasıyla Fransa (5.27) ve İtalya’dır (4.99). İncelenen altı ülke arasında, en düşük gelişmişlik düzeyine sahip ilk iki ülke ise sırasıyla Macaristan (4.18) ve Türkiye’dir (4.19).

Fransa’nın gelişmişlik endeksi 2017 yılında 5.32 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında ise % 2017 yılına göre %1.5 oranında bir artış yaşanmış ve 5.4 olmuştur. 2021 yılında ise %5.5 oranında bir azalma ile 5.1’e düşmüştür. İkinci sırada yer alan İtalya’nın gelişmişlik endeksi 2017 yılında 4.99 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında ise 2017 yılına göre %2 oranında artış yaşanarak 5.09’a yükselmiştir. 2021 yılında ise 2019 yılına göre %3.73 oranında azalmış ve 4.9’a düşmüştür. Üçüncü sırada yer alan Avusturya’ya bakıldığında 2017 yılında 4.86 düzeyinde seyahat ve turizm gelişim endeksine sahip olduğu görülmektedir. 2019 yılında 2017 yılına göre %1.85 oranında artarak 4.95’e çıkmıştır. 2021 yılında ise %1 oranında bir azalış ile 4.9’a düşmüştür. Tablo 1’de dördüncü sırada Hırvatistan yer almaktadır. 2017 yılında bu ülkenin seyahat ve turizm endeksi 4.42 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında ise 2017 yılına göre %2.48 oranında bir artış yaşanmış ve 4.53’e yükselmiştir. 2021 yılında ise %7.28 oranında bir azalış görülmüş ve endeks 4.2’ye yükselmiştir. Beşinci sırada yer alan Türkiye’nin 2017 yılındaki endeksi 4.14 olarak kayıtlara geçmiştir. 2019 yılında 2017 yılına göre %1.93 oranında bir artışla 4.22’ye yükselmiştir. 2021 yılında ise 2019 yılına göre %0.47 oranında bir düşüş görülmüş ve 4.2’ye düşmüştür. Son sırada yer alan Macaristan’ın

2017 yılındaki seyahat ve turizm gelişmişlik endeksi 4.06 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında bu endeks 4.19 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında ise bu endeks 2019 yılına göre %2.62 oranında bir artış ile 4.3'e yükselmiştir.

Genel olarak tüm Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkelerinde 2019 yılında 2017 yılına göre seyahat ve turizm gelişmişlik endeksinde yükselmeler olmuştur. Ancak 2021 yılında Fransa, İtalya, Avusturya, Hırvatistan ve Türkiye'de 2019 yılındaki endeks düzeyine göre düşüşler yaşanmıştır. Endekste bu düşüşün nedeni 2020 yılında tüm ülkelerde etkisini gösteren Covid-19 pandemisidir. Pandemi turizmin her alanını olumsuz olarak etkilediği gibi gelişmişlik endeksini de olumsuz etkilemiş ve düşüşlere neden olmuştur. Ancak Macaristan'da diğer ülkelerin aksine seyahat ve turizmin gelişim endeksinde yükselme yaşandığı görülmektedir.

Tablo 4.26'da 2017-2019-2021 yıllarına ait Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksi ülke sıralamalarında 117 ülke arasında Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkelerinin sıralamaları verilmiştir.

Tablo 4.26: Seyahat ve Turizm Gelişim Endeksine Göre Ülke Sıralamaları (2017-2019-2021)

2017		2019		2021	
2	Fransa	2	Fransa	4	Fransa
8	İtalya	8	İtalya	10	İtalya
12	Avusturya	11	Avusturya	11	Avusturya
32	Hırvatistan	27	Hırvatistan	37	Macaristan
44	Türkiye	43	Türkiye	45	Türkiye
49	Macaristan	48	Macaristan	46	Hırvatistan

Kaynak: www.weforum.org.

Tablo 4.26'da görüldüğü üzere Seyahat Ve Turizm Gelişim Endekslerine göre ülke sıralamasında 2017 yılında altı ülke arasında en iyi sıralamaya sahip olan ülke Fransa olmuştur. Onu sırasıyla İtalya, Avusturya, Hırvatistan, Türkiye ve Macaristan takip etmiştir. Fransa, 117 ülke arasında ikinci sırada yer alırken İtalya sekizinci, Avusturya on ikinci, Hırvatistan otuz ikinci, Türkiye kırk dördüncü ve Macaristan kırk dokuzuncu sıraya yerleşmiştir. 2019 yılında ise Fransa ve İtalya 2017 yılındaki sırasını korumuştur. Avusturya bir sıra yükselmiş ve on birinci sıraya yerleşmiştir. Hırvatistan

ise 2017 yılına göre beş sıra yükselerek yirmi yedinci sıraya çıkmıştır. Türkiye’de bir sıra yükselmiş ve kırk dördüncü sıradan kırk üçüncü sıraya çıkmıştır. Macaristan da Türkiye gibi bir sıra yükselerek kırk sekizinci sırada yer almıştır. 2021 yılında Seyahat ve turizm endeksinde altı ülke arasında en iyi sıralamaya sahip olan ülke diğer yıllarda olduğu gibi Fransa olmuştur. Onu sırasıyla İtalya, Avusturya, Macaristan, Türkiye ve Hırvatistan takip etmiştir. Fransa 2021 yılında 2019 yılına göre iki sıra geri gitmiş ve dördüncü sıraya düşmüştür. İtalya’da da sıralamada iki sıra geriye giderek onuncu sıraya yerleşmiştir. Avusturya ise 2019 yılındaki sırasını korumuştur. 2019 yılında Macaristan, altı ülke arasında en düşük sıralamaya sahip olan ülkeyken 2021 yılında on bir sıra yükselerek otuz yedinci sıraya yerleşmiştir. 6 ülke arasında ise dördüncü sırada yerini almıştır. Altı ülke arasında beşinci sırada yer alan Türkiye ise 2019 yılına göre 2 sıra geriye giderek kırk beşinci sırada yer almıştır. Altı ülke arasında son sırada yer alan Hırvatistan 2019 yılına göre on dokuz sıra geriye giderek kırk altıncı sıraya düşmüştür. Altı ülke arasında en fazla düşüş yaşayan ülke Hırvatistan olmuştur. Türkiye ise diğer ülkeler arasında üç yıl boyunca sırasını korumuş ancak 117 ülke arasında Covid-19 pandemisi nedeniyle sıralamada geriye gitmiştir. Avusturya dışında tüm ülkeler endeks sıralamasında gerilere düşmüştür.

4.2.2. Uluslararası Düzeyde Gelen Turist Sayıları

Her yıl milyonlarca insan farklı nedenlerle turizm faaliyetine katılmaktadır. Turizm faaliyetine katılan insan sayısı ülke ülke farklılık göstermektedir. Ayrıca her ülkenin birbirinden farklı doğal güzelliklere, iklim koşullarına ve turizm faaliyeti alanına sahip olmaları turist sayılarında farklılık yaşanmasına neden olmaktadır. Turizm faaliyetleri yıllara göre o ülkede veya bölgede yaşanan olumsuz koşullara ya da ortaya çıkan olumlu durumlara göre farklılık göstermektedir. Ülkeye gelen turist sayıları olumlu ya da olumsuz koşulları gözler önüne seren anlamlı bir göstergedir. 2019-2020 yılında etkisini büyük ölçüde gösteren Covid-19 pandemisi dünya çapında her ülke için turist sayılarında azalma yaşanmasına neden olan en büyük etmendir. Pandemi dolayısıyla gerek ülkelerin sınırlarını kapatmaları gerekse de turizm faaliyeti yapmak isteyen bireylerin Covid-19’un bulaşma riskinden korkmaları gibi nedenlerden ötürü turist ziyaretleri her ülke için büyük ölçüde düşmüştür.

2005 yılından bu yana, Avrupa, en fazla uluslararası turist çeken küresel bölge olmuştur. Fakat Avrupa’ya gelen turist sayısı Covid-19 pandemisi nedeniyle büyük

oranlarda azalış göstermiş ve 2020 yılında yaklaşık %68 azalmıştır (Statista.com). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün raporlarından derlenen veriler neticesinde Covid-19'un birçok sektörü etkilemesinin yanında turizm sektörü ağırladığı turist sayısı bakımından 1990'lar seviyesine gerilemiştir (Kabakçı, 2021).

Tablo 4.27'de 2018-2021 yılları arasında Türkiye ve seçili beş Avrupa Birliği ülkesinin gelen kişi sayıları verilmiştir. Tablodaki veriler 2020 yılına göre en çok ziyaretçi sayısına sahip olan ülkeden en düşük ziyaretçi sayısına sahip olan ülkeye doğru sıralanmıştır. 2021 yılına ait verilerden sadece Türkiye ve Macaristan'ın verilerine ulaşıldığı için analize bu verilerle devam edilmiştir.

Tablo 4.27: Uluslararası Turizmde Gelen Kişi Sayıları (2018-2021)

Ülkeler	Yıllar				Değişim Oranı (%)		
	2018	2019	2020	2021	2018/2019	2019/2020	2020/2021
Fransa	211.998.000	217.877.000	117.109.000	-	2,18	-46,25	-
İtalya	93.228.601	95.399.000	38.419.000		2,33	-59,73	-
Macaristan	57.667.000	61.397.000	31.641.000	36.688.000	6,47	-48,46	15,95
Hırvatistan	57.668.000	60.021.000	21.608.000	-	4,08	-64	-
Türkiye	46.112.592	51.747.199	15.971.201	30.038.961	12,21	-69,14	88,08
Avusturya	30.816.000	31.884.000	15.091.000	-	3,46	-52,67	-
Ortalama	90.275.520	93.315.600	44.773.600	-	3.36	-52,01	-

Kaynak: www.worldbank.org, www.turizm.gov.tr.

*Tüm ülkelerde 2018-2021 yılları, www.worldbank.org; Türkiye, 2021 yılı www.turizm.gov.tr.

***Ortalama:** Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya verilerini kapsamaktadır.

Tablo 4.27 incelendiğinde 2018, 2019 ve 2020 yıllarında en çok ziyaretçi sayısına sahip olan ülkenin Fransa olduğunu ve onu sırasıyla İtalya, Macaristan, Hırvatistan, Türkiye ve Avusturya'nın takip ettiği görülmektedir. Ancak dikkat edildiğinde sadece 2018 yılında Hırvatistan, Macaristan'dan bin kişi daha az ziyaretçi sayısına ulaşmıştır.

Güneş, deniz ve kum üçlüsünün oldukça yoğun şekilde bulunduğu ve turizm bilincinin birçok Avrupa ülkesine göre daha erken geliştiği Fransa, The World Bank'ın

2018, 2019 ve 2020 yılı verilerine göre en fazla ziyaretçi çeken ülke olmuştur. Fransa, turizmde Avrupa içinde koruduğu liderliğini bu yıllarda da devam ettirmiştir. Fransa'nın dünyanın en popüler turist çeken ülkesi olması, yarım milyon km²'lik alanındaki turist kaynaklarının çeşitliliği göz önüne alındığında şaşırtıcı değildir (Avcıkurt ve İlban, 2016:78-79).

Fransa'da sınırların kapatılması ve kısıtlayıcı önlemler, Fransız ve uluslararası gezginlerin hareketliliğini ciddi şekilde kısıtlamıştır. Pandeminin neden olduğu kilitlenmeler nedeniyle hava trafiği durdurulmuş ve turistik aktiviteye yoğunlukla, yurtdışına seyahat etmek yerine Fransa'da kalan Fransızlar katkıda bulunmuştur (Desai, 2021).

Fransa'da 2020 yılında otellerde geceleme %50 düşüş göstermiştir. Mart ayından itibaren birçok işletme kapanmış ve büyük ölçüde tüm toplu turistik konaklama yerlerinde gecelerler azalmıştır. Katılım, yaz aylarında oteller, kamp alanları ve diğer konaklama yerlerinde 2019 yaz seviyesinin dörtte üçüne ulaştı. Kamp alanlarına yaz katılımı, yurt dışına çıkmaktan vazgeçen sakinlerin gelişinden ve bireysel açık hava konaklamalarının çekiciliğinden yararlanarak 2019 yazının seviyesinin %84'üne ulaşmıştır. Ancak yaz aylarında aynı çekiciliği kentsel alanlar yaşamadı. Özellikle Île-de-France bölgesi, Paris'teki lüks otellerin yabancı müşterilerinin hoşnutsuzluğundan ve aynı zamanda ticari müşterilerdeki düşüşten zarar görmeye devam etmiştir (Dangerfield and Mainguené, 2021).

Yaşanılan bu gelişmeler ve diğer ülkelerin de almış olduğu önlemler, kısıtlamalar ve seyahat sınırlandırmaları Fransa'ya gelen turist sayılarının azalmasına neden olmuştur. Turizm ülkesi Fransa'da ülkeyi ziyaret eden turist sayısı 211 milyon 998 bin kişi iken 2019 yılında bir önceki yıla göre sadece %2,18 artarak 217 milyon 877 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Ancak Türkiye ile karşılaştırıldığında 2019 yılında Türkiye'de bir önceki yıla göre ülkeye gelen ziyaretçi sayısındaki değişim oranı +%12,21 olarak gerçekleşmiştir. Fransa'ya göre bu oran çok daha iyidir. Ancak her iki ülkenin 2019 yılı ziyaretçi sayılarına bakıldığında Fransa'yı Türkiye'ye göre 166 milyon 130 bin daha fazla kişi ziyaret etmiştir. Fransa'da, 2020 yılında ise bir önceki yıla göre ziyaretçi sayılarında %46,25 oranında bir düşme yaşanmıştır. Türkiye'de ise 2020 yılında ziyaretçi sayıları bir önceki yıla göre %69,14 oranında azalmıştır. İki ülke karşılaştırıldığında ziyaretçi sayılarında Covid-19'un her iki ülkeye de büyük oranlarda

zarar verdiği gör÷lmektedir. Fransa'nın Türkiye'ye göre turizm açısından daha iyi bir konumda olduğu Tablo 4.27'de açık bir şekilde gör÷lmektedir. Covid-19 pandemisinin ziyaretçi sayılarına negatif şekilde yansımış olsa da her yıl milyonlarca kişi turizm faaliyeti için Fransa'yı yine de tercih etmektedir.

Tablo 4.27'de ikinci sırada olan İtalya, geleneksel olarak Avrupa'nın en popüler turizm merkezlerinden biridir. Covid-19 İtalya'da 2010 Şubat ayının ikinci yarısında itibaren yayılmaya başlamıştır. Daha sonra sokağa çıkma yasağı ile insanlar evde kalmaya zorlanmış, market ve mağaza gibi işletmeler kapatılmış, ÷lke içi ve ÷lke dışı seyahatlere kısıtlanmalar getirilmiştir. Evde kal emri, gerekli olmayan tüm ekonomik faaliyetlerin durdurulmasını ve hem iç hem de uluslararası hareketliliğe yönelik kısıtlamaları içermekteydi. Bu aşamada, salgın Kuzey İtalya'da yoğunlaşmıştır. Bu kısıtlamalar Mayıs 2020'de kaldırıldı. Güçlü sınırlama önlemleri hastalığın yayılmasını durdurmada etkili olmuş ve İtalya yaz ayları boyunca sıfıra yakın yeni Covid-19 vaka sayısı yaşamıştır (Corte, vd., 2021:5-7).

Akdeniz'deki sahillerinin yanı sıra, Alplerde kış turizmi sporları ve yaz tatilleri sunan İtalya, aynı zamanda kültürel turizm bakımından da önemli bir ÷lkedir. Coğrafi konumu, iklimi ve doğal güzelliği ile önemli bir turizm çekim ÷lkesi olan İtalya dünyanın sanatsal ve tarihsel zenginliklerinin önemli bir kısmına sahiptir. İtalya'nın bir çekim merkezi olarak rekabet gücü son yıllarda azalma göstermektedir. Bu azalma daha çok restoran, ulaştırma ve eğlence sistemindeki zayıf kalite/fiyat ilişkisinden İtalya otellerinin uluslararası modellere uyum sağlayamamalarından sosyal düzensizlik ve yabancı ziyaretçileri caydıran çevresel krizlerden kaynaklanmaktadır. Ek olarak güneş, deniz ve kum üçlüsünün artık eskisi gibi çok cazip gelmediğini gösteren yabancı turistlerin taleplerindeki değişme ve Avrupalıların tatil için uzak çekim merkezlerini tercih etmeleri İtalya'ya olan turist akışını düşürmektedir (Avcıkurt ve İlban, 2016:85-86).

Tablo 4.27'de gör÷ldüğu üzere Fransa'dan sonra en çok ziyaretçi çeken ÷lke İtalya'dır. İtalya'da Covid-19'dan en çok zarar gören sektörler arasında turizm sektörü bulunmaktadır. İtalyan orta sınıfı, birkaç işletmenin işçi çıkarması nedeniyle büyük bir kesinti yaşamış ve tatil planları ulaşılamayacak kadar uzak hale gelmiştir. İtalyan Hükümeti toplumun çeşitli kesimlerinde, hayatlarını turizmden kazananların yükünü hafifletebilmek amacıyla teşvik programları hazırlamıştır. Bazı ödemeler ve vergiler

ertelenmiştir. Ancak kapanan işletmeler ve geliri olmayan vatandaşların bir sonraki tatil dönemi için plan yapması yine de imkânsız hale gelmiştir. Hükümet tarafından yönlendirilen ve tur operatörleri tarafından takip edilen en popüler strateji, vatandaşları kaybın bir kısmını telafi etmek için yaz tatillerini İtalya’da geçirmeye davet etmeleridir (Camilli, 2020:1-3).

Tablo 4.27’deki veriler incelendiğinde İtalya’yı 2018 yılında 93 milyon 228 bin 601 kişi ziyaret etmiştir. Bu sayı İtalya’yı Fransa’dan sonra ikinci sıraya yerleştirmiştir. 2019 yılında ise bu sayı %2,33 artarak 95 milyon 399 bin kişi olmuştur. Ancak 2020 yılında bu sayı pandeminin etkisiyle %59,73 oranında bir azalış göstererek 38 milyon 419 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Bu sayı ekonomik kalkınmasında turizmden önemli bir pay alan İtalya için oldukça düşük bir sayıdır. Bu kadar yüksek bir düşüşün yaşanmasındaki en büyük pay Covid-19 pandemisine aittir. Hem İtalya’nın hem de diğer ülkelerin aldığı tedbir kararları, ülkeye giriş ve ülkeden çıkışlarının yasaklanması, insanların kendilerini koruma içgüdüsüyle seyahate çıkmak istemeyişleri bu düşüşün en büyük nedenidir. Türkiye ve İtalya arasında bir kıyas söz konusu olduğunda 2018 yılında Türkiye’yi İtalya’dan 47 milyon 115 bin 601 daha az kişi ziyaret etmiştir. 2019 yılında ise biraz daha azalarak 43 milyon 652 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Pandeminin en çok etkisini gösterdiği yıl olan 2020 yılında İtalya ve Türkiye arasındaki ziyaretçi sayısındaki fark 22 milyon 448 bin kişi olduğu görülmektedir. Her iki ülkenin değişim oranları incelendiğinde 2018/2019 ve 2019/2020 yıllarında İtalya, Türkiye’ye göre daha az ziyaretçi kaybetmiştir.

Tablo 4.27’ye göre en çok ziyaretçi sayısına sahip üçüncü ülke Macaristan’dır. Yedi farklı bölgeden oluşan Macaristan’da uluslararası turistleri çeken üç bölge bulunmaktadır. Bunlar; Macaristan’ın başkent olan Budapeşte’yi de içine alan Danube bölgesi, ülkenin en önemli doğal zenginliklerinden biri olan Balaton Gölü’nün civarı ve Batı Transdanubia bölgesidir (Avcıkurt ve İlban, 2016: 101-102).

Diğer birçok ülkede olduğu gibi 2020 yılındaki Covid-19 salgını Macaristan’da seyahat ve turizm sektörünü ciddi şekilde etkileyerek uluslararası turizmi durma noktasına getirmiş ve yurt içi seyahat olanaklarını da sınırlamıştır. Turizm sektörü 2021 yılına kadar bir toparlanma yaşasa da Macarların yarısına yakını tatile çıkmayı düşünmemiş ve yaklaşık %37’si sadece yurt içinde seyahat etmeyi beklemiştir. 2021

yılında yapılan bir anketin bulgularına göre Macarların %15'i tatil destinasyonlarını seçerken en çok Covid-19'un etkili olduğunu belirtmiştir (Statista.com).

Tablo 4.27'de en çok ziyaretçi çeken ülkeler arasında üçüncü sırada yer alan Macaristan pandemi öncesi yıl olan 2018'de 57 milyon 667 bin ziyaretçi sayısına ulaşmıştır. Bu sayı 2019 yılında %6,47 artarak 61 milyon 397 bin kişi olmuştur. 2020 yılında ise Covid-19 pandemisi nedeniyle %48,46 oranında büyük bir azalış göstermiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında 2019 yılında Macaristan'a 9 milyon 650 bin daha fazla ziyaretçi gelmiştir. Dünya genelinde turizm ülkelerinden biri olarak görülen Macaristan karşısında Türkiye'nin bu ziyaretçi sayısı kötü sayılmamaktadır. 2020 yılında ise Macaristan, Türkiye'ye göre 15 milyon 670 bin daha fazla ziyaretçi çekmiştir. Macaristan ile Türkiye arasındaki bu fark 2019 yılına göre %62,38 oranında artmıştır. Pandeminin etkisinin yavaş yavaş azalmaya başladığı, kısıtlamaların, yurt içi ve yurt dışı seyahat yasaklarının kaldırıldığı yıl olan 2021 yılında ise Macaristan'da bir önceki yıla göre ziyaretçi sayısında %15,95 oranında bir artış yaşanmıştır. Türkiye'de ise bu artış Macaristan'a göre çok daha yüksek oranlarda gerçekleşmiştir (%88,08).

UNWTO tarafından yapılan küresel bir ankete göre uzmanların yaklaşık %90'ı uluslararası turizmin 2024'de veya sonrasında pandemi öncesi seviyelere döneceğini öngörülmektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi ek olarak yerel ve bölgesel seyahatlerin, doğada, açık havada veya deniz kenarında tatillerin popülaritesinde bir yükselme tahmin etmektedir (Kupi ve Szemerédi, 2021:2).

Hırvatistan; Güneydoğu Avrupa'da, Balkan Yarımadası'nın kuzeybatısında yer alan bir ülkedir. Hırvatistan'ın en önemli turizm potansiyeline sahip olan yeri Adriyatik Deniz'idir. Hırvatistan'ın Adriyatik Denizine 1800 km kıyısı bulunmaktadır. Ülkenin bu bölgesinde Akdeniz'in iklimi hâkim olmakta ve yıl boyunca güneşli gün sayısının fazla olması özellikle Avrupalı turistler için önemli bir çekim unsuru oluşturmaktadır. Ülkenin toplam yatak kapasitesinin tamamına yakınının bu bölgede olmasının nedeni de budur. Bunun doğal sonucu olarak da ülke her yıl milyonlarca turist ağırlamaktadır. Bu yolcular ülkenin milli parklarını, tabiat parklarını ve diğer ilgi çekici yerlerini görmek için düzenlenen günlük gezilere katılmaktadır. Hırvatistan'ın konaklama arzı incelendiğinde oldukça ciddi eksiklikler olduğu göze çarpmaktadır. Bunlardan en belirginisi ülkedeki konaklama işletmelerinin eski yapılar olması ve eski moda turistik ürünler ile hizmet verilmesidir. Ek olarak ülkedeki konaklama arzının büyük bir kısmı

düşük kalitede hizmet sunan işletmelerdir. Hırvatistan'a gelen turistler için ikincil konutlar, yazlık evler ve daire kiralamalar gibi özel konaklama hizmetleri en popüler konaklama hizmetleridir. Hatta ülkenin her belediyesinde bulunan turizm ile alakalı kuruluşlar bu yapıları denetleyerek onları sınıflandırmaktadır (Avcıkurt ve İlban, 2016:132-134).

Tüm dünyayı etkisi altına alan Covid-19 vakaları Hırvatistan'da ilk olarak 25 Şubat 2020'de görülmüştür. Hırvatistan Hükümeti, gerekli ekipman ve sağlık hizmetlerini sağlamaya yönelik büyük yatırım yapmanın yanında kapatılması emredilen ya da faaliyetleri pandemiden önemli oranda etkilenen işletmeleri hedef alan önemli destek önlemleri başlatmıştır. Bu önlemler, işçilerin korunmasına yönelik olmuştur. Fakat aynı zamanda çeşitli vergi indirimlerini ve işletme sermayesi için "Covid-19 Kredileri" gibi küçük ve orta ölçekli işletmeleri hedef alan mali araçların getirilmesini de kapsamıştır. Aynı şekilde, turizm sektöründeki girişimcilere likidite sağlanmış, turizm ile ilgili vergiler ileri tarihe alınmış ve vergi muafiyetleri getirilmiştir. Nisan ayının sonlarına doğru ekonominin kademeli olarak açılmaya başlaması ve yaz döneminde virüsün daha az yayılması nedeniyle, özellikle Adriyatik Kıyısındaki destinasyonlarda turizm faaliyetlerinin kısmen iyileşmesine izin verilmiştir (Payne, vd., 2021)

Tablo 4.27'de dördüncü sırada yer alan Hırvatistan, turizm bakımından Avrupa Birliği ülkeler arasında en çok ziyaretçi çeken ilk on ülke arasındadır. 2018 yılında 57 milyon 668 bin turisti ağırlamıştır. 2019 yılında ise bu sayı 2 milyon 353 bin kişi artarak 60 milyon 021 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Her ülkede olduğu gibi pandeminin en çok etkisini gösterdiği yıl olan 2020 yılında ise ziyaretçi sayısı bir önceki yıla göre %64 oranında düşüş göstermiştir. Bu düşüşün en büyük nedeni Hırvatistan hükümetinin pandeminin etkisini azaltmak veya tamamen ortadan kaldırabilmek amacıyla getirmiş olduğu sokağa çıkma yasağı, ülkeye giriş çıkışların yasaklanması ve seyahat kısıtlamaları gibi önlemlerdir. Turizm bu önlemlerden büyük ölçüde etkilenmiş ve turist sayısı 2020 yılında 21 milyon 608 bin kişi olarak gerçeklemiştir. Türkiye ile aralarında bir kıyaslama yapılacak olursa 2018 yılında Türkiye'ye Hırvatistan'a göre 1 milyon 555 bin 408 daha az ziyaretçi gelmiştir. 2019 yılında aralarındaki bu fark biraz daha azalmış ve 8 milyon 273 bin 801 kişi olarak gerçekleşmiştir. Her iki ülkenin 2018/2019 yılı değişim oranlarına bakıldığında farkın azalmasındaki nedenin Türkiye'nin ziyaretçi sayılarındaki artıştan kaynaklandığı görülmektedir. 2020 yılı verilerini karşılaştıracak

olursak aralarındaki bu fark iyice azalmış ve Türkiye'ye Hırvatistan'a göre 5 milyon 636 bin 799 daha az ziyaretçi gelmiştir. Ancak yıllar geçtikçe aralarındaki fark biraz daha azalmaktadır.

Tablo 4.27'de son sırada yer alan Avusturya'da uzun yıllar ödemeler dengesi içinde turizm, önemli bir kalem olarak varlığını sürdürmüştür. Ülkede kış turizmi başta olmak üzere, şehir, göl, dağ, köy turizmi olarak adlandırılabilir çeşitler mevcuttur. Ayrıca klasik müzik kültürünün oldukça yaygın olduğu Avusturya'da yetiştirmiş olduğu çok sayıda klasik müzik bestecisi ile birlikte kültür ve konser turizmi de önemli boyutlardadır. Ek olarak Avusturya çok sayıda uluslararası kongreye ev sahipliği yapmakta ve özellikle çok sayıda uluslararası kuruluşun merkezinin yer aldığı Viyana dünyadaki en büyük kongre şehirlerinin başında gelmektedir. Avrupa'nın Alp'lerinde yer alan ülkeyi ziyaret eden turistlerin özellikle yaz tatillerini Avusturya'da geçirmek istemelerinin nedenleri, Alp bölgesinin görülmeye değer manzara ve doğal güzelliği, Alp bölgesindeki dağlar, güvenli ve huzur içinde bir tatil yapma arzusu ve ülkenin Alp Dağları'ndan dolayı sahip olduğu güzel havası ve sağlıklı iklimidir. Ülkenin kış turizmi içinde en önemli arz kaynağını Alp Dağları ve bu dağların sunmuş olduğu turistik çekicilikler oluşturmaktadır. Ancak küresel ısınmanın son yıllarda artması ülkenin kış turizmi açısından bu cezbedici yönünü olumsuz etkilerken, yaz tatillerini pozitif anlamda etkilemektedir.

Nitekim 2021-2050 dönemine yönelik bir araştırmaya göre ülkenin özellikle Alp ikliminin egemen olduğu güney ve güneydoğu bölgelerinde bu yıllar arasında güneşli gün sayısı on gün daha artacak, kalıcı kar sınırı yaklaşık olarak 1600 metre yukarı çıkarak kış sporları gerçekleştirilebilen alanlar azalacak, sert rüzgârlar nispeten azalacak ve bu da eğlence/rekreasyon amacı tatiller için pozitif bir sonuç yaratacak, yağmurlu gün sayısında küçücük bir azalma görülecek ve rakımı 1000 metrenin altında olan yerleşim alanlarında hava sıcaklığı artışı daha da yükselerek yaz turizmi için elverişli şartlar ortaya çıkacaktır. Bu beklentiler uzun vadede görülmesi muhtemel iklim şartlarının Avusturya'da kış turizmi sezonunun kısılacağını, yoğunluğun yaz turizmi sezonuna kayacağını göstermektedir. Bu durumda, mevsimler turistik akımı ağırlıklı olarak yaz aylarına yoğunlaştırarak, dengeli dağılmayan bir turist akışı yaratabilir (Avcıkurt ve İlban, 2016:94).

Turizm talebinde yıllarca neredeyse istikrarlı bir büyümenin ardından, Avusturya turizm endüstrisi Covid-19 krizinden özellikle sert bir biçimde etkilenmiştir. Hem çeşitli seyahat uyarıları hem de seyahat etme isteğinin azalması, seyahat faaliyetlerinde ciddi bir düşüşe neden olmuştur (Badelt, 2021:6). 2020 yılının Mart ayındaki krizin başlangıcındaki Avusturya’da bulunan bazı Federal eyaletler otelleri kapatmıştır. Paskalya döneminde Federal Hükümet Avusturya’daki bütün otelleri turistik amaçlar ile kapatmıştır. Ek olarak karantinanın başlangıcından itibaren tüm komşu ülkelere sınırlar kapatıldı. Uluslararası olarak, hava yolculuğu da esasen Mart ayının sonundan Haziran 2020’nin sonuna kadar kapatıldı. Avusturya Hava Yolları İsviçre ve Lufthansa gibi hava yolları, işleri devam ettirebilmek için ilgili devletlerden önemli finansal destek aldı. Diğer küçük ve düşük bütçeli hava yolları da etkilendi. 29 Mayıs 2020’den itibaren Avusturya’daki otellerin belirli hijyenik şartları sağlamaları halinde yeniden açılmasına izin verildi. Çoğu Avrupa ülkesinin seyahat etme fırsatları 15 Haziran 2020 civarında yeni başladı ve İsviçre ve Almanya gibi bazı komşu ülkeler için Avusturya sınırları tekrardan açıldı. Pandemi sırasında kentsel ve banliyö alanları arasındaki güçlü etkileşimler de ortadan kalktı. Örnek olarak Doğu Avusturya’daki en büyük su kütlesini içeren ve Viyana’nın doğu sınırından yaklaşık 25 km şehir merkezinden yaklaşık olarak 50 km uzaklıkta bulunan Neusiedl Gölü çevresindeki geniş rekreasyon alanları, eyalet valisinin göl kıyısındaki kalabalığı önlemeyi ve yerli halkın gerekli mesafeyi koruyarak bu alanları kullanmasına izin vermeyi hedefleyen yeni bir kısıtlaması nedeniyle artık yerleşik olmayanlar tarafından erişilebilir değildir. Burgenland dışından yetkililerin, medyanın ve halkın güçlü protestoları nedeniyle bu sınırlamalar çok kısa süre içinde tekrardan kaldırıldı (Jiricka-Pürner, vd., 2020:3-4).

Tablo 4.27 incelendiğinde Avusturya’yı 2018 yılında 30 milyon 816 bin kişi ziyaret etmiştir. Ziyaretçi sayılarında 2019 yılında bir önceki yıla göre %3,46 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Ancak Covid-19 pandemisi nedeniyle 2020 yılında bir önceki yıla göre %52,67 oranında bir azalış yaşanmıştır. Pandeminin turizm sektörü açısından nasıl bir çöküş yaşattığı ziyaretçi sayılarından açıkça anlaşılmaktadır.

Türkiye ile karşılaştırıldığında ise 2018 yılında Türkiye’ye 15 milyon 296 bin 592 daha fazla ziyaretçi gelmiştir. 2019 yılında ise Türkiye ile Avusturya arasındaki ziyaretçi sayılarındaki fark biraz daha artarak 19 milyon 863 bin 199 kişi olmuştur. Bu artışın nedeni Türkiye’nin ziyaretçi sayılarındaki artıştır. Çünkü 2018/2019 yılı ziyaretçi sayılarındaki değişim oranına bakıldığında Avusturya %3,46’lık bir artış yaşarken

Türkiye %12,21 oranında bir artış yaşamıştır. 2020 yılına bakıldığında ise Türkiye, Avusturya 'ya göre çok daha fazla ziyaretçi kaybetmiştir. Ancak yine de 2020 yılında Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayısı Avusturya'dan yaklaşık 880 bin kişi daha fazladır.

Covid-19 pandemisi nedeniyle ziyaretçi sayılarında büyük düşüşlerin yaşandığı yıl olan 2020 yılında bu ülkeler arasında en çok ziyaretçi kaybeden ülke Türkiye olmuştur. En az turist kaybı yaşayan ülke ise birinci sırada yer alan Fransa olmuştur. Bunun en büyük nedenlerinden bazıları Türkiye'nin pandemi nedeniyle uygulamış olduğu ülkelere giriş çıkışların sınırlandırılması, sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, kamu kurum ve kuruluşlarının, turizm işletmelerinin ve restoranların kapatılması, diğer ülkelerin Türkiye'ye seyahat yasakları getirmesidir.

Tablo 4.27'de gelen kişi sayılarında 2018 yılında Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya'nın ortalaması 90 milyon 275 bin 520 kişi olarak gerçekleşmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında beş ülkenin ortalaması Türkiye'den %95,77 daha fazladır. 2019 yılında ise beş ülke ortalaması 93 milyon 315 bin 600 kişi olmuştur. Türkiye ile kıyaslandığında fark %80,32'ye düşmüştür. Bu farkın azalmasının nedeni Türkiye'nin 2019 yılında bir önceki yıla göre diğer bütün ülkelere daha fazla gelen kişi sayılarında artış yaşamadığıdır. 2020 yılında ise beş ülkenin ortalaması 44 milyon 773 bin 600 kişi olarak kayıtlara geçmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında bu ortalama Türkiye'den %180,33 daha fazladır. Türkiye 2019 yılında diğer bütün ülkelere daha fazla gelen kişi sayılarında artış yaşamışken 2020 yılında Covid-19 pandemisinin etkisiyle diğer beş ülkeden daha fazla düşüş yaşamıştır. Bu kadar yüksek oranda düşüş yaşamasının nedeni diğer ülkelerin Türkiye'ye seyahat yasağı getirirken bu beş ülkeye getirmemiş olmalarıdır.

4.2.3. Uluslararası Turizm Gelirleri

Uluslararası turizm gelirleri, ülkelerin ekonomik kalkınmasında, cari açıkların kapatılmasında, dış borçların ödenmesinde büyük katkı sağlamaktadır. Gelen turist sayısındaki artış ülkenin o yıl turizm gelirini arttırmaktadır. Dolayısıyla ülke ekonomilerinde turizm gelirleri büyük önem arz etmektedir.

Covid-19 pandemisinin ortaya çıkmasıyla birlikte her ülke pandemiye en az kayıpla atlatabilmek için bir dizi önlemler almıştır. Bu önlemlerden bazıları: seyahat yasakları, ülkeye giriş çıkışların yasaklanması, turistik faaliyetlerin yasaklanması ya da

ertelenmesi, restoranların ve turizm işletmelerinin kapatılması ve sokağa çıkma yasaklarıdır. Bu önlemler dolayısıyla ve bireylerin Covid-19'un bulaşma riskinden korkmaları nedeniyle turist sayılarında azalmalar yaşanmış ve dolayısıyla da turizm gelirlerinde büyük oranda azalmalar görülmüştür.

Tablo 4.28'de 2018-2020 yılları arasında Türkiye ile seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesinin (Fransa, İtalya, Avusturya, Türkiye, Hırvatistan ve Macaristan) uluslararası turizm gelirleri yer almaktadır. 2021 yılı verilerine ulaşamadığı için 2020 yılına kadar analiz gerçekleştirilmiştir.

Tablo 4.28: Uluslararası Turizm Gelirleri (Cari ABD Doları) (Bin Dolar) (2018-2020)

Ülkeler	Yıllar			Değişim Oranı (%)	
	2018	2019	2020	2018/2019	2019/2020
Fransa	72.518.000	70.776.000	35.958.000	-2,4	-49,19
İtalya	51.602.000	51.910.000	20.459.000	0,6	-69,59
Avusturya	25.413.000	25.924.000	15.362.000	2,01	-40,74
Türkiye	36.791.000	41.415.000	13.771.000	12,57	-66,75
Hırvatistan	11.348.000	11.974.000	5.631.853	5,52	-52,96
Macaristan	9.618.000	10.225.000	4.224.000	6,31	-58,69
Ortalama	34.099.800	34.161.800	16.326.971	0,18	-52,2

Kaynak: www.worldbank.org.

En çok turizm geliri elde eden ülke Fransa'dır ve onu sırasıyla İtalya, Avusturya, Türkiye, Hırvatistan ve Macaristan takip etmektedir. Sıralama, 2020 yılında en çok turizm geliri elde eden ülkeden en az turizm geliri elde eden ülkeye doğru yapılmıştır.

Fransa tatil ve turizm cenneti olarak sayılabilecek ülkelerden bir tanesidir. Var olan doğal güzellikleri, tarihi yapıları, turizm faaliyet alanları vb. birçok özelliği onun turizm de gelişmesini sağlamıştır. Turizm açısından gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Fransa'da da turizm gelirlerinin ekonomide büyük payı bulunmaktadır. Turizmde yaşanan herhangi bir olumsuz gelişme Fransa'nın turizm gelirinde de büyük azalmalara yol açmaktadır. Covid-19 pandemisi de turizm gelirlerini azaltan olumsuz gelişmelerden bir tanesidir.

Tablo 4.28 incelendiğinde Fransa, uluslararası turizm gelirlerinde birinci sırada yer almaktadır. 2018 yılında 72 milyar 518 milyon dolar turizm geliri elde etmiştir. Bu gelir 2019 yılında %2,4 oranında bir azalış göstermiştir. Bunun nedeni ülkeye gelen turistlerin yapmış olduğu harcamaların pandemi nedeniyle azalış göstermesidir. Ülkede yaşanan bu durum ve gelirlerdeki azalış 2020 yılında daha da artmış ve bir önceki yıla göre %49,19 oranında turizm gelirinde kayıp yaşanmıştır. Türkiye ile karşılaştırıldığında 2018 yılında turizm gelirleri Fransa’da Türkiye’ye göre 35 milyar 727 milyon dolar daha fazladır. 2019 yılında ise aralarındaki fark 29 milyar 361 milyon dolar olmuştur. Pandeminin en çok etkisini gösterdiği ve ülkelerin turist sayılarında ve dolayısıyla turizm gelirlerinde en çok düşüşün yaşandığı yıl olan 2020’de fark azalmış ve 22 milyar 187 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4.28’de ikinci sırada İtalya yer almaktadır. İtalya, Akdeniz’de çizme şeklinde bir yarımada olarak betimlenebilir ve topraklarında en büyükleri Sardunya ve Sicilya olmak üzere çok sayıda ada bulunmaktadır (Ortenzi, vd., 2020). Bu özellikleri onu bir tatil ve turizm ülkesi haline getirmiştir.

Covid-19, İtalya’nın turizm gelirlerinde de bir azalışa neden olmuştur. İtalya her yıl milyarlarca dolar elde ettiği turizm geliriyle Tablo 4.28’de ikinci sıraya yerleşmiştir. İtalya’nın 2018 yılında uluslararası turizm gelirleri 51 milyar 602 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu miktar 2019 yılında %0,6 oranında bir artış göstererek 51 milyar 910 milyon dolara çıkmıştır. Ancak 2020 yılında bir önceki yıla göre %69,59 bir azalma yaşamıştır. Turizme katılan insan sayısındaki azalma, turizm gelirlerine de yansımıştır. Türkiye ile karşılaştırıldığında İtalya’da 2018/2019 yılları arasındaki gelirlerdeki artış oranı Türkiye’ye göre daha az olmuştur. 2018 yılında İtalya, Türkiye’den 14 milyar 811 milyon dolar daha fazla turizm geliri elde etmiştir. 2019 yılında bu fark biraz daha azalmış ve 10 milyar 495 milyon dolara düşmüştür. 2020 yılında İtalya ile Türkiye arasındaki turizm gelirlerindeki fark iyice azalmış ve 6 milyar 688 milyon dolar olmuştur. Aradaki farkın gittikçe kapanması Türkiye’nin ileriki yıllarda üst sıralara çıkabileceğini göstermektedir.

Avusturya, Avrupa Birliği ülkeleri arasında en çok turist ağırlayan ilk on ülke arasında yer almaktadır. Doğal güzellikleri ve cezbedici birçok turizm alanıyla önemli bir turizm ülkesi olmuştur. Avusturya’da turizm oldukça önemli bir gelir kaynağı olmaktadır. Her yıl milyonlarca sayıda ağırladığı ziyaretçilerle milyarlarca gelir elde

etmektedir. Turizm gelirlerinde yaşanan bir azalma Avusturya ekonomisini büyük ölçüde dar boğaza sokmaktadır. Covid-19 pandemisi nedeniyle Avusturya’da büyük ölçüde turizm gelirlerinde kayıplar yaşanmıştır.

Elde ettiği turizm gelirleriyle Tablo 4.28’de üçüncü sırada yer alan Avusturya’nın ilk olarak 2018 yılındaki verilerine bakıldığında 25 milyar 413 milyon dolar turizm geliri elde ettiği görülmektedir. Bu sayı 2019 yılında %2.01 artarak 25 milyar 924 milyon dolar olmuştur. Ancak Covid-19 pandemisi nedeniyle 2020 yılında %40,74 oranında bir azalma gerçekleşmiştir. Türkiye ile arasında bir karşılaştırma yapılacak olunursa Türkiye 2018 yılında Avusturya’dan 11 milyar 378 milyon dolar daha fazla turizm geliri elde etmiştir. Aynı şekilde 2019 yılında da Türkiye’nin turizm gelirleri Avusturya’dan daha fazla olmuş ve fark 15 milyar 491 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Fakat 2020 yılında Avusturya’nın turizm gelirlerinin Türkiye’den 1 milyar 591 milyon dolar daha fazla olması onu sıralamada Türkiye’nin önüne geçirmiştir.

Tablo 4.28’de beşinci sırada Hırvatistan bulunmaktadır. Hırvatistan turizm sektörü, Hırvatistan’ın bağımsızlığı ve Avrupa Birliği’ne katılımından bu yana ilerleme göstermiş ve 2020 yılında Covid-19 pandemisinin ortaya çıkmasından önce sürekli olarak kıskanılacak başarılar kaydetmiştir. Virüsün yayılmasını önlemek için alınan tedbirler (sosyal mesafe, trafik kısıtlamaları, ticari faaliyet kısıtlamaları, turizm kısıtlamaları, sınırların kapatılması vb.) hizmet sektörünü-turizm ve konaklamayı güçlü bir şekilde etkilemiştir (Bogdan, vd., 2021:109).

Türkiye’den sonra gelen ve beşinci sırada yer alan Hırvatistan 2018 yılında 11 milyar 348 milyon dolar turizm geliri elde etmiştir. Elde ettiği bu geliri 2019 yılında %5,52 oranında artırarak o yıl 11 milyar 974 milyon dolar turizm geliri sağlamıştır. Ancak pandeminin etkisiyle turist sayılarının azalması ile turizm gelirleri 2020 yılında %52,96 oranında bir azalma göstermiş ve 5 milyar 631 milyon 853bin dolar gelir elde edilmiştir. Yaşanılan bu azalış Covid-19’un her ülkede olduğu gibi Hırvatistan için de kötü sonuçlarından biridir. Türkiye ile karşılaştırıldığında 2018 yılında Türkiye, Hırvatistan’dan 25 milyar 443 milyon dolar daha fazla turizm geliri elde etmiştir. 2019 yılında ise aralarındaki fark biraz daha açılmış ve Türkiye, Hırvatistan’dan 29 milyar 441 milyon dolar daha fazla turizm geliri sağlamıştır. 2020 yılında ise aralarındaki fark azalarak 8 milyar 139 milyon 147 bin dolar olarak gerçekleşmiştir. Hırvatistan,

Türkiye’den bir yılda daha fazla ziyaretçi ağırlarken, turizm gelirleri bakımından Türkiye, Hırvatistan’ın önüne geçmiştir. Bu durumun nedeni, Türkiye’ye gelen ziyaretçilerin Hırvatistan’a gelen ziyaretçilerden daha fazla turistik faaliyetlere katılmaları ve harcama yapmalarındır.

Tablo 4.28’de altıncı sırada Macaristan yer almaktadır. Ağırlıklı olarak Avrupa Kıtası’ndan Alman, Avusturyalı ve İngiliz turistleri ağırlayan Macaristan eski bir Doğu Bloğu ülkesi olması nedeniyle bir tarafıyla da Yakın ve Uzak Doğu pazarına da yapılarını açılmaktadır. Yaşanan Covid-19 pandemisi diğer ülkeler gibi Macaristan’ın turizm gelirlerini de büyük ölçüde etkilemiştir.

Macaristan 2018 yılında 9 milyar 618 milyon dolar turizm geliri elde etmiştir. 2019 yılında ise bir önceki yıla göre %6,31 oranında artışla turizmden 10 milyar 225 milyon dolar gelir elde etmiştir. Ancak Covid-19 pandemisinin etkilerinin en çok hissedildiği yıl olan 2020 yılında, bir önceki yıla göre %58,69 oranında bir azalma ile 4 milyar 224 milyon dolar turizm geliri sağlamıştır. 2018 yılında Türkiye ile karşılaştırıldığında, Macaristan, Türkiye’den 25 milyar 443 milyon dolar daha az turizm geliri elde etmiştir. Bu fark 2019 yılında artış göstermiş ve Türkiye, Macaristan’dan 31 milyar 190 milyon dolar daha fazla turizm geliri elde etmiştir. 2020 yılında ise iki ülke arasındaki turizm geliri farkı 9 milyar 547 milyon dolar olmuştur.

Tablo 4.28’de uluslararası turizm gelirlerinde 2018 yılında Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya’nın ortalaması 34 milyar 99 milyon 800 bin ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında beş ülkenin ortalaması Türkiye’den %7,31 daha düşüktür. Türkiye 2018 yılında altı ülke arasında en yüksek turizm gelirine sahip üçüncü ülke olmuştur. 2019 yılında ise beş ülke ortalaması bir önceki yıla göre %0,18 oranında artarak 34 milyar 161 milyon 800 bin ABD doları olmuştur. Türkiye ile kıyaslandığında Türkiye, diğer beş ülkenin ortalamasından %17,51 oranında daha fazla turizm gelirine sahip olmuştur. Bu farkın artmasının nedeni Türkiye’nin 2019 yılında bir önceki yıla göre diğer bütün ülkelere göre daha fazla turizm gelirlerinde artış yaşamadığıdır. 2020 yılında ise beş ülkenin ortalaması 16 milyar 326 milyon 971 bin ABD doları olarak kayıtlara geçmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında bu ortalama Türkiye’den %18,56 daha fazladır. Türkiye’nin bu düşüşü yaşammasının nedeni Covid-19 pandemisi nedeniyle ülkeye gelen ziyaretçilerin sayısının düşmesidir.

Gelen kişi sayılarında yaşanan düşüşün ardından turizm gelirleri %66,75 oranında bir düşüş görölmüştür.

4.2.4. Uluslararası Turizmde Çıkan Kişi Sayısı

Turistik faaliyetlere katılan kişiler belirli bir zaman sonra ülkeyi terk etmektedir. Bu terk eden kişi sayıları ülkenin ağırladığı yabancı turistlerin bilinmesinde önem arz etmektedir. Covid-19 pandemisinin olumsuz etkileri nedeniyle ülkeye gelen ziyaretçi sayılarındaki düşüş, çıkan kişi sayılarında da bir düşüşe neden olmuştur.

Tablo 4.29’da 2018-2020 yılları arasında Türkiye ile seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesinin (Fransa, İtalya, Avusturya, Türkiye, Hırvatistan ve Macaristan) uluslararası turizmde çıkan kişi sayıları yer almaktadır. 2020 yılı sonrası verilere ulaşamadığı için 2020 yılına kadar analiz yapılmıştır.

Tablo 4.29: Uluslararası Turizmde Çıkan Kişi Sayıları (2018-2020)

Ülkeler	Yıllar			Değişim Oranı (%)	
	2018	2019	2020	2018/2019	2019/2020
İtalya	61.194.601	62.207.000	21.448.000	1,65	-65,52
Fransa	48.069.000	49.276.000	21.287.000	2,51	-56,80
Macaristan	22.805.000	24.860.000	12.727.000	9,01	-48,80
Avusturya	11.043.000	11.902.000	3.964.000	7,78	-66,69
Türkiye	8.383.000	9.651.000	2.243.000	15,12	-76,76
Hırvatistan	2.980.000	3.500.000	678.000	17,45	-80,63
Ortalama	29.218.320	30.349.000	12.020.800	3,86	-60,39

Kaynak: www.worldbank.org.

Tablo 4.29’da Türkiye ve seçilmiş Avrupa Birliği ülkelerinden çıkan kişi sayıları verilmiştir. En çok çıkan kişi sayısı İtalya’ya aİtken onu sırasıyla Fransa, Macaristan, Avusturya, Türkiye ve Hırvatistan takip etmiştir. Bu ülkelerin sıralanmasında 2020 yılı dikkate alınmıştır. Verilen bu sayılar neticesinde seçilmiş Avrupa Birliği ülkeleri ile Türkiye arasında tek tek karşılaştırma yapılmıştır.

12 Mart itibariyle Çin’den sonra en çok Covid-19 vakasının görüldüğü ülke olan İtalya kademeli biçimde salgının etkisini azalmak için getirdiği tedbirleri arttırmıştır. Önce on bir kasabaya giriş ve çıkışları yasaklamış ve yapılması planlanan bazı festivaller ertelenmiş ve daha sonra 16 milyon insanın yaşamını sürdüğü İtalya’nın

kuzey bölgeleri karantinaya alınmıştır. Ardından spor müsabakaları ertelenmiş, seyahatler kısıtlanmış ve bütün ülkede karantina tedbirleri alınmaya başlanmıştır.

Tablo 4.29’da en çok çıkan kişi sayısına sahip olan ülke İtalya’dır. İtalya 2018 yılında 61 milyon 194 bin 601 çıkan kişi sayısına sahiptir. Bu sayı 2019 yılında %1,65 oranında bir artış göstermiş ve o yıl 62 milyon 207 bin çıkan kişi sayısına ulaşmıştır. Ancak 2020 yılında pandeminin etkisiyle bu sayı %65,52 oranında bir azalma ile 21 milyon 448 bin çıkan kişi sayısı olarak kayıtlara geçmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında 2018 yılında İtalya’dan Türkiye’ye göre 52 milyon 811 bin 601 daha fazla kişi çıkış yapmıştır. 2019 yılında ise bu sayı az miktarda azalarak 52 milyon 556 bin kişi olarak fark gerçekleşmiştir. Ancak 2020 yılında aralarındaki fark büyük ölçüde azalmış ve 19 milyon 205 bin kişilik bir fark görülmüştür. Bunun nedeni Türkiye’de 2020 yılında çıkan kişi sayısında bir önceki yıla göre %76,76’lık bir düşüşün yaşanmasıdır. Yaşanan bu düşüşlerin nedeni ülkelere Covid-19 pandemisi nedeniyle giriş-çıkışların yasaklanmış olması ve turizm faaliyetine katılmak isteyen kişi sayısının azalmasıdır. Diğer bir neden de insanların yurt dışına çıkmak yerine kendi ülkelerinde turizm faaliyetlerine katılmak istemeleridir.

Yapılan araştırmada, pandeminin başlangıcından bu yana sanat turizminde uzmanlaşmış illerin en çok darbe aldığını, bunun yerine iş turizminde daha yaygın bir yönelime sahip illerin büyük ölçüde daha dayanıklı olduğu görülmüştür. Ayrıca ziyaretçilerin konaklama tercihleri açısından daha önce “otel yoğunluklu” olan iller, özel konut ve/veya kiralık ev kullanımının daha fazla olduğu illere göre daha çok etkilenmiştir. Ek olarak, araba gibi özel ulaşım araçlarıyla daha kolay ulaşılabilen yerel destinasyonlara varışların önemli ölçüde daha az azaldığı sonucuna varılmıştır. Bu kanıt, bulaşma riskinin yalnızca turistlerin seyahat etme kararlarını değil, aynı zamanda nasıl seyahat edeceklerini ve nerede kalacaklarını da etkilediği ve dolayısıyla yerel destinasyonlar arasında heterojen etkiler doğurdu hipotezi ile genel olarak tutarlıdır (Corte, vd., 2021:25).

Fransız Hükümeti ülkede bildirilen ilk vakadan yedi hafta sonra bir dizi sert önlemler almıştır. Örneğin, 17 Mart’ta iki hafta süreyle izolasyon (sakinlerin sadece gerekli olduğunda dışarı çıkmasına izin verilmesi) uygulanmıştır. Benzer şekilde, yalnızca kamu hizmetleri ve temel işletmelerin açık kalmasına ve Fransa’nın çoğu denizaşırı toprakları için de geçerli olmak üzere Fransız limanlarına artık gemi seferi

yapılmasına izin verilmemesine karar verilmiştir. Ülke içinde ulaşım da sınırlandırılmış ve trenler normal kapasitesinin %30'u ile çalışmıştır. Bu kısıtlamaların yanı sıra, komşu ülkelerin çoğu sınırlarını kapatmış ve Air France ve ülkedeki en büyük ikinci havayolu olan EasyJet'in filolarının %90'ını durdurması nedeniyle Fransa'ya seyahat etmek zorlaşmıştır (Statista.com).

Tablo 4.29'da ikinci sırada yer alan Fransa'dan 2018 yılında 48 milyon 069 bin kişi çıkış yapmıştır. Bu oran 2019 yılında %2,51 oranında artarak çıkan kişi sayısı 49 milyon 276 bin çıkan kişi sayısına ulaşmıştır. Covid-19 pandemisinin derin yıkıcı etkilerinin en çok hissedildiği yıl olan 2020 yılında çıkan kişi sayısı %56,80 oranında azalarak 21 milyon 287 bin kişi olarak gerçekleşmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında 2018 yılında Fransa'dan 39 milyon 686 bin daha fazla kişi çıkış yapmıştır. 2019 yılında bu fark az bir miktarda azalış göstermiş ve o yıl Türkiye'de Fransa'dan 39 milyon 625 bin daha az çıkış yaşanmıştır. 2020 yılına bakıldığında iki ülke arasındaki çıkan kişi sayısındaki fark 19 milyon 044 bin kişi olmuştur. Bu farkın azalmasında Fransa'nın 2020 yılında bir önceki yıla göre çıkan kişi sayısında %56,80 oranında bir azalma yaşanması etkili olmuştur.

Macaristan için en önemli turistik ürün kaynaklarından biri sağlık ve termal turizmdir. Özellikle dış sağlığı ile ilgili turizm faaliyetlerine katılan turistler için Macaristan en çok tercih edilen destinasyonlar arasındadır. Kıta Avrupası, Batı Rusya ve Orta Doğu çıkışlı turistler dış kontrolü ve temizleme için, Kuzey Amerikalı turistler ise kozmetik bakım işlemleri için Macaristan'ı tercih etmektedir (Avcıkurt ve İlban, 2016:102-103).

Tablo 4.29'da üçüncü sırada yer alan Macaristan'dan 2018 yılında 22 milyon 805 bin kişi çıkış yapmıştır. Bu çıkış 2019 yılında %9,01 oranında bir artış göstermiş ve o yıl ülkeden 24 milyon 860 bin kişi çıkış yapmıştır. 2020 yılında bu sayı %48,80 oranında azalmış ve çıkan kişi sayısı 12 milyon 727 bin kişiye düşmüştür. Türkiye ile karşılaştırma yapıldığında 2018 yılında Macaristan'dan Türkiye'ye göre 14 milyon 422 bin daha fazla kişi çıkış yapmıştır. 2019 yılında bu fark 15 milyon 209 bin kişi olmuştur. Ancak bu fark 2020 yılında pandemi nedeniyle 10 milyon 484 bin kişiye düşmüştür.

Tablo 4.29'da dördüncü sırada yer alan Avusturya en çok ziyaretçi sayısına sahip ilk on ülke arasında yer alan ülkelere bir tanesidir. Avusturya'da turizm

yapılacak alanların, doğal ve tarihi güzelliklerin bolluğu onu bir turizm ülkesi haline getirmiştir. Covid-19 nedeniyle Avusturya, çıkan kişi sayısında oldukça büyük düşüşler yaşamıştır. Bu düşüşlerin en büyük nedeni Covid-19 pandemisinden korunmak için insanların ve hükümetlerin önlemler alması ve dolayısıyla turizm faaliyetlerinin düşmesidir.

Avusturya'dan 2018 yılında 11 milyon 043 bin kişi çıkış yapmıştır. Bu sayı 2019 yılında %7,78 oranında artarak 11 milyon 902 bin kişiye çıkmıştır. Çıkış yapan kişi sayısı 2020 yılında Avusturya'da %66,69 oranında azalarak 3 milyon 964 bin kişiye düşmüştür. Türkiye ile Avusturya arasında yapılan kıyaslamada 2018 yılında Avusturya'dan 2 milyon 660 bin kişi daha fazla çıkış yapmıştır. 2019 yılında bu fark 2 milyon 251 bine düşmüştür. Gelen kişi sayılarında Türkiye'ye 2018 ve 2019 yıllarında daha fazla ziyaretçi gelmesine rağmen Avusturya'da Türkiye'den daha fazla çıkan kişi olmasının nedeni Avusturya vatandaşının turizm amacıyla başka ülkeye ziyaret yapmak istemesidir. 2020 yılında ise iki ülke arasındaki fark büyük oranda düşerek 1 milyon 721 bin kişilik fark oluşmuştur.

Tablo 4.29'da altıncı sırada Hırvatistan yer almaktadır. Hırvatistan, turizm cenneti bir ülke olarak adlandırılmaktadır. Doğal güzellikleri, tarihi alanları ve turizm faaliyetlerinin keyifle gerçekleştirilebileceği yerlerin bolluğu onun en çok ziyaret edilen ilk on Avrupa Birliği ülkesi arasına girmesini sağlamıştır.

Altı ülke arasında en az çıkış yapan kişi sayısına sahip olan Hırvatistan'da 2018 yılında 2 milyon 980 bin kişi çıkış yapmıştır. 2019 yılında çıkış yapan kişi sayısı %17,45 oranında artarak 3 milyon 500 bin kişiye ulaşmıştır. Bu sayısı 2020 yılında %80 oranında büyük bir azalış yaşayarak 678 milyon kişi olarak kayıtlara geçmiş ve Covid-19 pandemisinin etkilerinin sert bir şekilde yansıdığı görülmüştür. Türkiye ile arasında bir kıyaslama yapıldığında 2018 yılında Türkiye'den, Hırvatistan'a göre 5 milyon 343 bin kişi daha fazla çıkış yapmıştır. Bu sayı 2019 yılında artmış ve 6 milyon 151 bin kişilik bir fark yaşanmıştır. Ancak 2020 yılında bu fark azalarak 1 milyon 565 bin kişiye düşmüştür.

Tablo 4.29'de uluslararası turizmde çıkan kişi sayılarında 2018 yılında Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya'nın ortalaması 29 milyon 218 bin 320 kişi olarak gerçekleşmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında beş ülkenin ortalaması Türkiye'den %248,54 daha fazladır. Bu fark Türkiye'nin uluslararası turizme

katılımının azlığını göstermektedir. 2019 yılında ise beş ülke ortalaması 30 milyon 349 bin kişi olmuştur. Türkiye ile kıyaslandığında fark %214,46'ya düşmüştür. Bu farkın azalmasının nedeni Türkiye'nin 2019 yılında bir önceki yıla göre Hırvatistan'dan sonra diğer bütün ülkelerden daha fazla çıkan kişi sayılarında artış yaşamadığıdır. 2020 yılında ise beş ülkenin ortalaması bir önceki yıla göre %60,39 oranında azalmış ve 12 milyon 20 bin 800 kişi olarak kayıtlara geçmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında bu ortalama Türkiye'den %435,92 daha fazladır. Türkiye 2019 yılında Hırvatistan'dan sonra diğer ülkelerden daha fazla çıkan sayılarında artış yaşamışken 2020 yılında pandeminin etkisiyle Hırvatistan'dan sonra diğer ülkelerden daha fazla düşüş yaşamıştır.

4.2.5. Uluslararası Turizm Harcamaları

Uluslararası turizm harcamaları her ülkede farklı farklı yapılmaktadır. Bunun nedeni ülkeden çıkan vatandaşların yapmış oldukları harcamalardır. Covid-19 pandemisinin ortaya çıkması ve hükümetlerin kendi ülkelerine girişleri ve ülkeden çıkışları yasaklaması çıkan kişi sayısını ve dolayısıyla da uluslararası turizm harcamalarını da düşürmüştür.

Tablo 4.30'da 2018-2020 yılları arasında Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Avusturya ve Hırvatistan'ın uluslararası turizm harcamaları verilmiştir. 2020 yılı sonrası verilerine ulaşamadığı için analiz bu yıla kadar yapılmıştır.

Tablo 4.30: Uluslararası Turizm Harcamaları (Cari ABD Doları) (Bin Dolar) (2018-2020)

Ülkeler	Yıllar			Değişim Oranı (%)	
	2018	2019	2020	2018/2019	2019/2020
Fransa	59.131.000	59.751.000	31.193.000	1,05	-47,79
İtalya	37.644.000	37.908.000	12.965.000	0,7	-65,8
Avusturya	14.109.000	13.922.000	5.551.000	-1,32	-60,13
Türkiye	6.068.000	5.354.000	1.639.000	-11,77	-69,39
Macaristan	3.239.000	3.352.000	1.334.000	3,49	-60,20
Hırvatistan	1.741.000	1.811.000	789.687	4,02	-56,39
Ortalama	23.172.800	23.348.800	10.208.758	0,75	-56,27

Kaynak: www.worldbank.org.

Tablo 4.30'da Türkiye ile birlikte seçilmiş Avrupa Birliği ülkelerinin uluslararası turizm harcamaları gösterilmektedir. Tabloya bakıldığında en çok turizm

harcaması gerçekleştiren ülkenin Fransa olduğu, onu sırasıyla İtalya, Avusturya, Türkiye, Macaristan ve Hırvatistan'ın takip ettiği görülmektedir. Bu ülkelerin sıralanmasında 2020 yılı dikkate alınmıştır.

Turizmin tarihsel gelişiminin “Grand Tour”lara kadar eskiye dayanması Fransa'nın turizmdeki üstünlüğünü ortaya koymaktadır. Fransa'da günümüzde eski tip oteller ve restoranlar oldukça yaygındır. Fransa, yaz tatillerinin yanında kış tatilleri, kırsal, kültürel turizm ile iş turizmi açısından da büyük potansiyele sahiptir (Avcıkurt ve İlban, 2016:78-79).

Fransa'da 2018 yılında 59 milyar 131 milyon dolar turizm harcaması gerçekleşmiştir. Bu sayı 2019 yılında %1,05 artarak 59 milyar 751 milyon dolar olmuştur. Ancak 2020 yılına bakıldığında bu harcamalar %47,79 oranında azalmış ve 31 milyar 193 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Fransa ile Türkiye arasında bir karşılaştırılma yapıldığında 2018 yılında aralarındaki fark 53 milyar 063 milyon dolar olmuştur. 2019 yılında Fransa'da harcama miktarı artarken Türkiye'de azaldığı görülmektedir. Bunun nedeni Covid-19 pandemisinin olumsuz şartlarının her ülkeye farklı şekilde yansıyor olmasıdır. 2020 yılına bakıldığında turizm harcamalarında Fransa'da bir önceki yıla göre %47,79 oranında bir düşüş yaşanırken Türkiye'de %69,39 oranında bir azalma yaşanmıştır. Bunun nedeni Covid-19 salgını nedeniyle seyahat kısıtlamaları, ülkeye giriş-çıkışların yasaklanması, turizm etkinliklerinin iptal edilmesi ve turizm işletmelerinin kapatılması gibi nedenlerle turizm faaliyetlerindeki düşüşün turizm harcamalarına da yansımış olmasıdır. Bu durum Türkiye'ye daha çok yansımıştır.

Tablo 4.30'da ikinci sırada yer alan İtalya'da oteller yıldız sistemine göre sınıflandırılmaktadır. İtalyan turizm hizmetleri ve oteller genellikle küçük ve aile işletmeciliğine dayanır. İtalyan yatak kapasitelerinin önemli bir kısmı Avrupa standartlarına uygun olmayıp daha çok yerli turistlere hitap etmektedir. Son yıllarda, ülkede mevcut otellerin kapasiteleri arttırılmakta ve yeniden yapılanmaktadır. Bu da toplam kapasiteyi arttırmaktadır (Avcıkurt ve İlban, 2016:85-86).

İtalya, 2018 yılında 37 milyar 644 milyon dolar turizm harcaması gerçekleştirilmiştir. Bu harcama 2019 yılında %0,7 oranında artarak 37 milyar 908 milyon dolar olmuştur. Ancak 2020 yılında bu harcamalarda %65,8 oranında büyük bir azalma yaşanmış ve o yıl 12 milyar 965 milyon dolar harcama gerçekleştirilmiştir.

Türkiye ile karşılaştırma yapıldığında 2018 yılında İtalya, Türkiye'den 31 milyar 576 milyon dolar daha fazla harcama yapmıştır. 2019 yılında bu fark biraz daha açılmış ve 32 milyar 554 milyon dolara çıkmıştır. Ancak pandeminin etkisiyle 2020 yılında her iki ülkede de turizm harcamaları azalmış ve fark 11 milyar 326 milyon dolara düşmüştür.

Tablo 4.30'da üçüncü sırada yer alan Avusturya'da ise turizm harcamaları Covid-19 pandemisinden olumsuz olarak etkilenmiştir. Ülkede yaşanan olumsuzluklar turizm sektörünün harcamalarında düşüşe neden olmuştur. Avusturya'da 2018 yılında 14 milyar 109 milyon dolar turizm harcaması yapılmıştır. Yapılan bu harcamada 2019 yılında %1,32 oranında azalmıştır. Yaşanılan bu azalma pandemi koşulları dolayısıyla iyice düşüş göstermiş ve %65,8'lere çıkmıştır. Avusturya ile Türkiye arasında karşılaştırma yapılacak olunursa Avusturya'da Türkiye'den 8 milyar 041 milyon dolar daha fazla turizm harcaması yapılmıştır. Bu fark 2019 yılında az miktarda bir artış göstererek 8 milyar 568 milyon dolara çıkmıştır. Ancak 2020 yılında Covid-19 pandemisinin yıkıcı etkisi turizm harcamalarını da etkilemiş ve her iki ülkede de çok yüksek oranlarda düşme görülmüştür. Düşüşün etkisiyle aralarındaki fark 3 milyar 912 milyon dolar olmuştur.

Tablo 4.30'da beşinci sırada yer alan Macaristan, gelişmiş konferans salonları, lüks otelleri ile uluslararası düzeyde bir konferans merkezi olarak değerlendirilmektedir. Turizm tesislerini iyileştirmek ve geliştirmek, SPA turizmi gibi alternatif alanlara yönelmek, hükümetin aldığı temel politikaları arasında yer almaktadır (Avcıkurt ve İlban, 2016: 101-102).

2018 yılında 3 milyar 239 milyon dolar turizm harcaması gerçekleştiren Macaristan, 2019 yılında bu harcamasını %3,49 oranında artırarak 3 milyar 352 milyon dolara çıkarmıştır. Bu harcama Covid-19 pandemisi nedeniyle 2020 yılında %60,20 oranında bir düşüş göstererek 1 milyar 334 milyon dolar olmuştur. Türkiye ile Macaristan arasında bir karşılaştırma yapıldığında Türkiye'nin 2018 yılında 2 milyar 829 milyon dolar daha fazla harcama yaptığı görülmektedir. Bu fark 2019 yılında azalarak 2 milyar 002 milyon dolara düşmüştür. Aradaki farkın azalmasının nedeni Macaristan'ın 2019 yılında turizm harcamalarında bir önceki yıla göre %3,49 oranında bir artış yaşanırken Türkiye'nin aynı yılda bir önceki yıla göre turizm harcamalarında %11,77 oranında düşüş yaşanmasıdır. 2020 yılında aradaki fark iyice azalmış ve 305 milyon dolar olmuştur.

Tablo 4.30’da seçili ülkeler arasında en son sırada yer alan Hırvatistan’ın turizm sektörü Covid-19 pandemisinden büyük ölçüde etkilenmiştir. Pandeminin olumsuz etkileri turizm harcamalarına da yansımıştır.

Hırvatistan, 2018 yılında 1 milyar 741 milyon dolar turizm harcaması yapmıştır. 2019 yılında bu oran bir önceki yıla göre %4,02 oranında artış göstermiş ve 1 milyar 811 milyon dolar olmuştur. Ancak 2020 yılında Covid-19 pandemisinin etkisiyle turizm harcamaları %56,39 oranında düşmüş ve 789 milyon 687 bin dolar olarak kayıtlara geçmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında 2018 yılında Türkiye, Hırvatistan’dan %71,3 daha fazla harcama yapmıştır. 2019 yılında aradaki fark azalmış ve Türkiye %66,17 daha fazla harcama yapmıştır. 2019 yılında aradaki farkın azalmasının nedeni o yılda Türkiye’de turizm harcamaları azalırken Hırvatistan’da artmasıdır. 2020 yılında ise aradaki fark iyice azalmış ve Türkiye, Hırvatistan’dan %51,81 oranında daha fazla harcama yapmıştır.

Uluslararası turizm harcamaları altı ülke ortalaması 2018 yılında 20 milyar 322 milyon ABD doları olmuştur. 2019 yılında bir önceki yıla göre %0,13 oranında artmış ve 20 milyar 349 milyon 667 bin ABD dolarına yükselmiştir. 2020 yılında ise Covid-19 pandemisinin etkisiyle %56,85 oranında büyük bir düşüş yaşamış ve 8 milyar 780 milyon 465 bin ABD doları olarak kayıtlara geçmiştir.

Tablo 4.28’de uluslararası turizm harcamalarında 2018 yılında Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya’nın ortalaması 23 milyar 172 milyon 800 bin ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında beş ülkenin ortalaması Türkiye’den %281,88 daha fazladır. 2019 yılında ise beş ülke ortalaması bir önceki yıla göre %0,75 oranında artarak 23 milyar 348 milyon 800 bin ABD doları olmuştur. Türkiye ile kıyaslandığında Türkiye, diğer beş ülkenin ortalamasından %336,08 oranında daha fazla turizm harcaması yapmıştır. Bu farkın artmasının nedeni Türkiye’nin 2019 yılında bir önceki yıla göre diğer bütün ülkelerden daha fazla turizm harcamasında düşüş yaşamadığıdır. 2020 yılında ise beş ülkenin ortalaması 10 milyar 208 milyon 758 bin ABD doları olarak kayıtlara geçmiştir. Türkiye ile karşılaştırıldığında bu ortalama Türkiye’den %522,86 daha fazladır. Türkiye’nin bu derece bir düşüş yaşamasının nedenleri ülkeden çıkışların yasaklanması, insanların salgından korunmak için seyahat etmek istemeyişleri, ülkede uygulanan sokağa çıkma yasaklarıdır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm faaliyetleri ülke ekonomileri açısından büyük öneme sahiptir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin kalkınmasında turizm faaliyetlerinin gerçekleşme düzeyi oldukça önemlidir. Turizm faaliyetlerinin birçok olumlu ve olumsuz etkisi bulunmaktadır. Turizmin en önemli olumlu ekonomik etkilerinden biri gelir yaratıcı etkisidir. Turizm faaliyetine katılan turistlerin gittikleri yabancı ülkede yapmış oldukları harcamalar, o ülkenin döviz geliri elde etmesini sağlamaktadır. Ayrıca turistlerin turizm faaliyetini gerçekleştirdiği bölgedeki küçük işletmelerden alışveriş yapması o işletmelerin gelir ve refah düzeylerinde artışa neden olmaktadır. Elde edilen döviz geliri sayesinde ülkenin yatırımları artmakta ve dış alım gücünde de artış meydana gelmektedir. Ülkelere yaşattığı bu gelir artışı her ülke için cazibedici bir faktör olarak görülmektedir. Ayrıca turizmin istihdam olanaklarını arttırması ekonomilerin üzerinde önemle durmasının nedenlerinden birini oluşturmaktadır. Turizmin emek yoğun üretim şekliyle çalışması istihdamda emeğin vazgeçilmez olmasını sağlamaktadır. Ülkenin gelirinin artması sonucunda yatırımların artmasıyla iş imkânları ortaya çıkmakta ve daha sonrasında yapılan yatırıma yönelik istihdam edilecek işçi sayısında da artıştan dolayı işsizlik o bölgede azalmakta ve refahta artış görülmektedir.

Ülke elde ettiği dövizle birlikte ödemeler dengesindeki açıklarını da kapatabilmektedir. Turizmin olumsuz etkileri de bulunmaktadır. Bu etkilerden bir tanesi mevsimsellik etkisidir. Mevsimsellik özelliğinden dolayı, turizm sektöründe çalışan insanlar yılın belli dönemlerinde çalışmakta iken diğer dönemlerinde işsiz kalmaktadır. Bu da turizmde çalışmak isteyen insan sayısında azalmaya neden olmakta ve kadınların daha çok tercih ettiği bir sektör olma niteliğine bürünmektedir. Turizmin diğer olumsuz etkisi enflasyon yaratıcı etkidir. Bu etkinin oluşmasında, turizm faaliyetleri için yurtdışından gelen turistlerin yerli halka göre daha fazla alım gücüne sahip olması ve en yüksek fiyatı vermeye razı olmaları, o bölgedeki işletmelerin fiyatları yükseltmesine neden olmaktadır. Bu da işletmelerin gelirini yükseltirken ne yazık ki enflasyona neden olmaktadır. Diğer bir etki de yabancı sermaye etkisidir. Yabancı sermaye etkisine örnek olarak yabancı sermayedarların gittikleri ülkede çalıştırdıkları personele yapmış olduğu maaş ödemeleri ülkeden döviz çıkışına neden olmaktadır. Ayrıca yabancı sermayenin ülkeye gelmesi sonucunda yatırımları gerçekleştirmek için gerekli olan malların yurt dışından ithali yine ülkeden döviz çıkışına yol açmaktadır. Bu durumlarda ülke döviz kaybetmektedir.

Salgınlar; iklim değişiklikleri ve düzensizlikleri, demografik ve insanların davranışlarındaki değişiklikler, sosyoekonomik faktörler, doğal çevredeki değişiklikler, hijyen ve sanitasyon eksikliği, hastane tedavileri ve direnç problemleri nedenleriyle ortaya çıkmaktadır. Salgınlar çıktıkları bölge veya ülkede siyasi, sosyal, demografik, ekonomik, sağlık, bilim ve sanat alanlarını etkilemektedir. Bu alanlar üzerindeki olumsuz etkileri en aza indirebilmek, ülkelerin diğer ülkelerin önüne geçmesini sağlamaktadır. Salgınlar, görüldüğü bölgede birçok can kaybına neden olmasının yanında ekonomik kayıpları da beraberinde getirmektedir. Turizm sektörü de oldukça esnek bir talep yapısına sahiptir. Yani savaşlardan, krizlerden, terör olaylarından, doğal afetlerden ve salgın hastalık gibi olumsuzluklardan kolayca etkilenmektedir. Covid-19 pandemisi de bu olumsuzluklardan bir tanesidir. Tarih boyunca yaşanmış olan salgınlardan turizme en çok etki eden salgın Covid-19 virüsü olmuştur. Covid-19 salgınını tarihte yaşanmış olan diğer salgınlardan ayıran en önemli özellikleri, hızlı ve geniş alanlara yayılması, tedavisinin ve bulaşma süresinin belirsizliğinin yanında zorunlu seyahat tedbirleri sebebiyle turizmi doğrudan ve aniden etkileme kabiliyetidir.

Dünya turizm sektörü Covid-19 pandemisinden büyük ölçüde etkilenmiştir. Dünya birçok pandemi ile karşı karşıya kalmış ancak hiçbir küresel ekonomi üzerinde bu derece yıkıcı etkiler doğurmamıştır. Turizm gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerinde en yüksek ekonomik katkıyı sağlayan sektördür. Son on yılda küresel boyutta en hızlı büyüyen sektörlerden biri haline gelmiştir. Covid-19 pandemisi bu yükselişin düşmesine neden olmuştur. Dünyada turizm dolayısıyla insan hareketliliğinin yüksek olduğu kıtalarda Covid-19 vaka sayısının da fazla olduğu görülmüştür. Covid-19 pandemisi dünyada ekonomik büyümeyi azaltmış, GSYH’de düşüslere neden olmuş ve enflasyonu arttırmıştır. Ayrıca milyonlarca insan bu pandemi nedeniyle işsiz kalmış ve refah düzeyleri büyük oranda düşmüştür. Yaşanılan bu olumsuzluklar için her ülke kendi vatandaşının refahını tekrardan artırmak ve Covid-19 pandemisinin olumsuz etkilerini en aza indirebilmek için sübvansiyon ve destekler vermiş, vergilerde indirimler ve ertelemeler uygulamış, yatırımlara teşvik etmiş, işten çıkarma yasakları getirmiş, çeşitli aile yardımları vermiş ve kredilerde ödeme kolaylıkları sağlamıştır.

Türkiye ekonomisi Covid-19 pandemisinden olumsuz yönde etkilenmiştir. Türkiye’de ilk vakanın tespit edilmesinin ardından vakalarda hızla artış görülmüştür. Hızla artış görülmesi birçok önlem alınmasına neden olmuştur. İnsanlar arası teması ve etkileşimi azaltmak amacıyla alınan önlemler neticesinde en başta hizmet sektörü

olmak üzere ekonomide var olan birçok sektör olumsuz etkilenmiştir. Pandemi nedeniyle 2020 yılının ikinci çeyreğinde %9 oranında ekonomide küçülme yaşanmıştır. Yaşanan bu küçülme sonrasında ekonomide teşviklerin verilmesi sayesinde yılın üçüncü çeyreğinde %6,7 oranında bir ekonomik büyüme kaydedilmiştir. Yılın dördüncü çeyreğinde de %5,9 oranında bir büyüme meydana gelmiştir. Tüketici fiyatlarına göre enflasyonda büyük oranda artışlar da görülmüştür.

Turizm sektörü Türkiye ekonomisi üzerinde büyük bir öneme sahiptir. Ülke turizm sayesinde ödemeler dengesi açığını kapatmakta, ithalat yapmakta, yatırımlar gerçekleştirmekte ve birçok insana istihdam imkânı sunarak işsizliği azaltmaktadır. Türkiye’de 1980 öncesinde kalkınma planları 1980 sonrasında da liberal politikalar ve küreselleşme eğilimleri ile turizm ön plana çıkmıştır. Turizmin ülkeye döviz girişini artırmasındaki rolü 1990’lara dayanmaktadır. Çünkü o yıllarda turizme önem vermeye başlanmıştır. 2000’li yıllara gelindiğinde ürünün üretildiği yerde tüketilmesi, döviz maliyetlerinin düşük olması, düşük maliyetli ihracatın gerçekleşmesini sağlaması ve turizmden sağlanan gelirlerin ödemeler dengesini kapatıcı rolü önemlidir. Gün geçtikçe turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısında artış yaşanması, turist sayısındaki artış ile birlikte daha fazla turizm geliri elde etmesi, turizm sayesinde ihracı mümkün olmayan malların ihraç edilmeden üretildiği yerde tüketilmesi gibi nedenlerden dolayı Türkiye’de turizm sektörüne büyük önem verilmektedir.

2020 yılında Türkiye’ye gelen yabancı ziyaretçi sayılarının bir önceki yıla göre %71,73 oranında azalmasının nedeni 2019 yılında Çin’in Wuhan eyaletinde ortaya çıkıp daha sonrasında tüm dünyaya yayılan ve Türkiye’ye 2020 yılının mart ayında gelen Covid-19 pandemisidir. Bu olumsuz durum pandemi nedeniyle hükümetlerin seyahat kısıtlamaları getirmesi, bazı ülkelere giriş-çıkışların kapatılması, turizm işletmelerinin kapatılması, sokağa çıkma yasaklarının uygulanması ve insanların salgının bulaşma riskinden kendilerini korumak için seyahat etmekten vazgeçmeleri gibi nedenlerden kaynaklanmıştır. Türkiye açısından turizm sektörünün ekonomiyi kurtarıcı nitelikte olması yaşanan olumsuzluklar nedeniyle ekonomiye daha çok zarar vermiştir. Turist sayılarında yaşanan düşme turizm gelirlerinde de 2020 yılında bir önceki yıla göre %68,30 oranında bir azaltmıştır. 2021 yılında ise turist sayıları hükümetlerin aldığı tedbirleri yumuşatması, aşı uygulamalarının artması ve insanların seyahat etme isteklerindeki artışlar gibi nedenlerden dolayı artış göstermiştir.

Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya Covid-19 pandemisinden farklı şekillerde etkilenmiştir. Dünya genelinde yaşanan Covid-19 pandemisi sonucunda ülke ekonomilerinde daralmalar meydana gelmiştir. Salgının yoğun olarak yaşandığı 2020 yılından itibaren alınan tedbirler doğrultusunda dolaylı olarak petrol fiyatlarının düşmesi, arz-talep arasında yaşanan dengesizlikler, ülkelerin döviz kurlarında çeşitli etkilerden kaynaklı dalgalanmaların yaşanması sonucunda enflasyon oranları da etkilenmiştir. 2020 yılında Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya’da enflasyon oranı düşüş yaşamıştır. 2021 yılında ise bu ülkelerin tamamında artış yaşanmıştır. İşsizlik oranı ise 2020 yılında ise Türkiye, Fransa ve İtalya’da azalmış ancak Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya’da artmıştır. 2021 yılında ise Türkiye’de ve Fransa’da işsizlik oranlarında tekrardan azalış yaşanmış ancak Macaristan’da bir önceki yılın aksine azalış görülmüştür. İtalya ve Avusturya’da işsizlik oranları artarken Hırvatistan’da bir önceki yıl ile aynı oranda işsizlik yaşanmıştır. GSYH 2020 yılında Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya’da azalış göstermiştir. Ancak Türkiye’de artış yaşanmıştır. 2021 yılına gelindiğinde ise çalışmada yer alan altı ülkede de GSYH’de artış gerçekleşmiştir. Yaşanılan bu artış ve azalışlar ülkedeki salgının seyrine göre değişiklik göstermiştir. Alınan önlemler neticesinde kötüleşen ekonominin, verilen destek, teşvik ve yardımlar sayesinde daha kötü bir duruma girmesi engellenmiştir. Hatta Covid-19 pandemisinden önceki seviyelerden daha iyi bir duruma gelmiştir.

Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya ekonomilerinde turizm sektörünün önemli bir yeri vardır. Turizm sektörü GSYH’ye, istihdama büyük katkılar sağlarken ithalat ve ihracatın içinde büyük paylara sahiptir. Türkiye’de 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında pandemi nedeniyle bir önceki yıla göre azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalarak seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır. Türkiye’ye en çok ziyaretçi gönderen ülke 2019 ve 2021 yıllarında Rusya olmuştur. Türkiye’nin en çok ziyaretçi gönderdiği ülke ise 2019 ve 2021 yıllarında Yunanistan olmuştur.

Fransa’da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında Covid-19 pandemisi nedeniyle azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talebin azalmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır. Fransa’ya en çok ziyaretçi gönderen ülke 2019 yılında İngiltere iken 2021 yılında Almanya olmuştur. Fransa’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke ise 2019 ve 2021 yıllarında İspanya olmuştur.

İtalya’da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında Covid-19 pandemisi nedeniyle bir önceki yıla göre azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır. İtalya’ya en çok ziyaretçi gönderen ülke 2019 ve 2021 yıllarında Almanya olmuştur. İtalya’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke ise 2019 ve 2021 yıllarında Fransa olmuştur.

Macaristan’da 2020 yılında bir önceki yıla göre Covid-19 pandemisi nedeniyle seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında bir önceki yıla göre azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre yükselmeler yaşanmıştır. Macaristan’a en çok ziyaretçi gönderen ülke 2019 ve 2021 yıllarında Almanya olduğu görülmüştür. Macaristan’ın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke ise 2019 yılında Ukrayna iken 2021 yılında Hırvatistan olmuştur.

Hırvatistan’da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirleri ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında bir önceki yıla göre Covid-19 pandemisi nedeniyle azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talepte azalmanın yaşanmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisi azalmış ve göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında bir önceki yıla göre artışlar görülmüştür. Hırvatistan’a en çok ziyaretçi gönderen ülke 2019 ve 2021 yıllarında Almanya olmuştur. Hırvatistan’ın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke ise 2019 ve 2021 yıllarında Fransa olmuştur.

Avusturya’da 2020 yılında bir önceki yıla göre seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısında, toplam ihracatın yüzdesi olarak uluslararası turizm gelirlerinde ve toplam ithalatın yüzdesi olarak uluslararası turizm harcamalarında bir önceki yıla göre Covid-19 pandemisi nedeniyle azalmalar yaşanmıştır. 2020 yılında seyahat ve turizmin istihdama olan toplam katkısının azalmasının nedeni pandemi nedeniyle turizm faaliyetlerinin azalması ve turizm ve seyahat işçisine olan talebin azalmasıdır. 2021 yılında ise pandeminin etkisinin azalmasına rağmen seyahat ve turizmin GSYH’ye ve istihdama toplam katkısı azalmıştır. Bunun nedeni pandeminin Avusturya ekonomisine olan olumsuz etkisinin henüz azalmamış olması ve turizm faaliyetlerinin artmamış olmasıdır. Avusturya’ya en çok ziyaretçi gönderen ülke 2019 ve 2021 yıllarında Almanya olmuştur. Avusturya’nın en çok ziyaretçi gönderdiği ülke ise 2019 ve 2021 yıllarında İtalya olmuştur.

Çalışmanın ana konusu olan Covid-19 pandemisinin turizm sektörüne etkisi, seyahat ve turizm gelişmişlik endeksi, uluslararası düzeyde gelen turist sayıları, uluslararası turizm gelirleri, uluslararası turizmde çıkan kişi sayıları ve uluslararası turizm harcamaları verileriyle incelenmiştir. Türkiye ve seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkelerinde 2019 yılında 2017 yılına göre seyahat ve turizm gelişmişlik endeksinde yükselmeler olmuştur. Ancak 2021 yılında Fransa, İtalya, Avusturya, Hırvatistan ve Türkiye’de 2019 yılındaki endeks düzeyine göre düşüşler yaşanmıştır. Endekste bu düşüşün nedeni 2020 yılında tüm ülkelerde etkisini gösteren Covid-19 pandemisidir. Pandemi turizmin her alanını olumsuz olarak etkilediği gibi gelişmişlik endeksini de

olumsuz etkilemiş ve düşüşlere neden olmuştur. Ancak Macaristan’da diğer ülkelerin aksine seyahat ve turizmin gelişim endeksinde yükselme yaşandığı görülmektedir.

Uluslararası gelen turist sayıları 2020 yılında Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan, Türkiye ve Avusturya’da düşmüştür. Turist sayılarının düşmesiyle uluslararası turizm gelirleri de 2020 yılında altı ülkede de düşüş göstermiştir. Uluslararası çıkan kişi sayılarının incelenmesi sonucunda da 2020 yılında bir önceki yıla göre altı ülkede düşmüştür. Uluslararası turizm harcamaları da diğer bütün verilerde olduğu gibi 2020 yılında düşüş göstermiştir. Seçilmiş beş Avrupa Birliği ülkesi ile Türkiye arasında bir karşılaştırma yapıldığında Türkiye uluslararası ziyaretçi sayılarında 2020 yılına göre sıralandığında altı ülke arasında beşinci sıraya yerleşmiştir. Yapılan sıralamada Fransa ilk sırada yer alırken İtalya, Macaristan, Hırvatistan, Türkiye ve Avusturya onu takip etmiştir. Covid-19’un diğer ülkelerde de görülmeye başlandığı ve etkisini en çok gösterdiği yıl olan 2020 yılında bir önceki yıla göre en yüksek düşüşü Türkiye yaşamıştır. Bu durum Covid-19 pandemisinden Türkiye turizminin büyük ölçüde etkilendiğinin bir göstergesidir. Uluslararası turizm gelirlerinde Türkiye altı ülke arasında dördüncü sıraya yerleşmiştir. 2020 yılına göre yapılan sıralama sonucunda en yüksek turizm gelirine sahip olan ülkenin Fransa olduğu görülmüştür. Fransa’yı sırasıyla İtalya, Avusturya, Türkiye, Hırvatistan takip etmiş ve en düşük turizm gelirine sahip olan ülkenin Macaristan olduğu görülmüştür. Uluslararası turizm gelirinde en yüksek düşüşü İtalya yaşamış ve Türkiye en yüksek düşüşü yaşayan ikinci ülke olmuştur. Diğer bir araştırma konusu olan uluslararası turizmde çıkan kişi sayılarında Türkiye beşinci sırada yer almaktadır. En fazla çıkan kişi sayısı İtalya’ya aittir. Onu sırasıyla Fransa, Macaristan, Avusturya, Türkiye ve Hırvatistan takip etmiştir. Çıkan kişi sayılarında en yüksek düşüşü Hırvatistan yaşamıştır. En yüksek düşüşü yaşayan ikinci ülke Türkiye olmuştur. Uluslararası turizm harcamaları verileri incelendiğinde Türkiye’nin dördüncü sırada yer aldığı görülmüştür. Birinci sırada Fransa bulunmakta ve Fransa’yı sırasıyla İtalya, Avusturya, Türkiye, Macaristan ve Hırvatistan takip etmiştir. En yüksek düşüşü yaşayan ülke Türkiye olmuştur. Anlaşılabileceği üzere Türkiye turizmi diğer beş ülke arasında en çok etkilenen ülke olmuştur.

Turist sayılarında, turizm gelirlerinde, çıkan kişi sayısında ve turizm harcamalarında yaşanan bu düşüşün temel nedeni Covid-19 pandemisidir. Pandemi nedeniyle tüm ülkelerde sokağa çıkma yasaklarının uygulanması, Covid-19 aşısının henüz çıkmamış olması, diğer ülkelerin Türkiye’ye seyahatleri yasaklaması,

Türkiye'nin uluslararası seyahat yasakları getirmesi, havayolu ile seyahatlerin sınırlandırılması ve uçuşların iptal edilmesi, Covid-19 virüsünün görüldüğü kişilere ve onların temaslılarına uygulanan karantina zorunluluğu, şehirlerarası seyahat kısıtlamalarının getirilmesi, restoran, lokanta, pastane vb. işyerlerinin kapatılması, virüsün yeni mutasyon geçirmesi sonucunda yeni varyantların ortaya çıkması ile turizm faaliyetleri büyük ölçüde düşmüştür. Bu nedenlerden ötürü Türkiye diğer beş ülkeden çok daha fazla düşüş yaşamıştır.

Genel bir değerlendirme sonucunda şu sonuçlara ulaşılmıştır:

- 2020 yılında Türkiye, Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya'da enflasyon azalmış, 2021 yılında ise artmıştır. 2019 yılı ile pandeminin yoğun olarak hissedildiği yıl olan 2020 yılı karşılaştırıldığında pandeminin bu ülkelerde enflasyon oranlarını çok fazla etkilemediği görülmüştür. Bu durumun en büyük nedeni, var olan salgının ekonomiler üzerinde olabilecek olumsuz etkilerini en aza indirmek amacıyla Merkez Bankası (MB) tarafından faiz indirimi uygulanması, firmalarda yaşanan nakit akışlarının düzenlenmesi, likidite ihtiyaçlarının karşılanması gibi tedbirler olumsuz etkilerinin bir süre önüne geçmiştir. 2021 yılında yaşanan yükselmenin en temel nedeni ise hem talep hem de maliyette yaşanan artışlar ve döviz kurunun yükselmesidir. Buna ek olarak tarımsal kuraklık, gıda fiyatlarında yaşanan artış ve tedarik sürecindeki sıkıntılar enflasyon oranlarının yükselmesine neden olmuştur
- 2020 yılında Türkiye, Fransa ve İtalya'da işsizlik azalırken Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya'da artmıştır. 2021 yılında ise Türkiye, Fransa ve Macaristan'da azalırken İtalya ve Avusturya'da artmış Hırvatistan'da ise aynı oranda gerçekleşmiştir. 2020 yılında bazı ülkelerde Covid-19 salgınına karşı tedbir amaçlı sokağa çıkma yasakları getirilmiş, işletmelerin çalışma faaliyetlerine ara verilmiş, esnek çalışma, kısa çalışma ve home-office gibi uygulamalar getirilmesi sonucunda işsizlik oranı önemli ölçüde düşmüştür.
- 2020 yılında Fransa, İtalya, Macaristan, Hırvatistan ve Avusturya'da GSYH büyüme oranı düşmüş ancak Türkiye'de artmıştır. 2021 yılında ise altı ülkede artış göstermiştir. 2021 yılında aşı çalışmalarının hızlı bir şekilde uygulanmasıyla birlikte altı ülkede pozitif büyüme sağlanmıştır. Türkiye'de 2021 yılında son 20 yılın en yüksek GSYH büyüme oranı gerçekleşmiştir. Bu kadar yüksek bir GSYH büyüme oranının gerçekleşmesinin nedenlerinin

başında yatırımlarda gerçekleşen artışlar, imalat sanayi üretimi ve ihracatın önemli ölçüde artmasıdır.

- Seyahat ve turizm gelişim endeksi 2021 yılında 2019 yılına göre Fransa, İtalya, Avusturya, Hırvatistan ve Türkiye’de azalmış, Macaristan’da ise artmıştır.
- Uluslararası turizmde gelen kişi sayıları 2020 yılında Türkiye ve seçili altı Avrupa Birliği ülkesinde azalmıştır.
- Uluslararası turizm gelirleri, ülkeye gelen kişi sayılarının düşmesi nedeniyle 2020 yılında altı ülkede de azalmıştır.
- Uluslararası turizmde çıkan kişi sayıları 2020 yılında altı ülkede de düşüş yaşamıştır.
- Uluslararası turizm harcamaları 2020 yılında tüm ülkelerde azalmıştır.

Mevsimselliğin neden olduğu olumsuzlukları gidermek için, turizm sezonunun on iki aya yayılması ve kıyı turizmi haricinde de diğer turizm çeşitlerinin geliştirilmesine ve uygulanmasına yönelik strateji ve politikalar üretilmesi, turizm bölgesinde kışın boşa kalan kapasitenin ve sonuç olarak kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını sağlayacaktır. Eğer kamu ve özel sektör temsilcileri tarafından bu belirtilen noktalar dikkate alınır, o bölgeye olan turizm talebinde bir artış söz konusu olacak ve turizm gelirleri ile ülkeye gelen turist sayısında artış meydana gelecektir. Ayrıca, ürün çeşitlendirmesi faaliyetini başarıyla uygulayabilen turizm bölgeleri, turizmin bu mevsimsellik özelliğini en aza indirerek pazar payını koruyacak, geliştirecek, yeni pazarlara girebilecek ve bunun sonucunda da rakiplerine oranla büyük bir rekabet gücü elde edecektir.

Turizmin enflasyon etkisinin azaltılabilmesi için özellikle turizm bölgelerindeki fiyatlar denetlenmeli, tavan fiyatlar belirlenmelidir. Turizm işletmelerinin, firmalarına, şirketlerine ve acentalarına turizm faaliyetlerinin devam etmesi ve artması için kolay kredi destekleri sağlanmalı, teşvikler verilmeli, vergi yükümlülüklerinde kolaylıklar getirilmeli ve finansman desteği verilmelidir.

Büyük krizlerin ardından ekonomik yara izleri oldukça yaygındır. Daha önce yapılmamış destekler bu yara izlerinin hafifletilmesine katkı sağlayabilir. İleriye dönük politikalar kurumsal bilançoları yenilemek amacıyla aktif işgücü piyasası politikaları ve firmalar için uygulanabilir ödeme gücü desteği yoluyla toparlanmayı güvence altına almayı ve sermaye ile işgücünün verimli olarak yeniden tahsisini kolaylaştırmayı

hedeflemelidir. Önceki Salgın hastalıkların etkileri ve etkisinin nasıl azaldığı gözden geçirilmelidir.

Salgın nedeniyle meydana gelen kayıpları önlemek için insanların kendilerini güvende hissedebilecekleri bir ortam sunulmalıdır. Bunun için turizm işletmelerinde hijyen kuralları arttırılmalı, insanlar rahatça hareket ederken aynı zamanda sosyal mesafe kurallarına da uyacakları kurallar getirilmeli, getirilen kurallar sürekli olarak denetlenmeli, sertifikalı turizmci ile turizm faaliyetleri sürdürülmeli ve turizm talebini arttırmak amacıyla vatandaşlar ile yabancı turistlere yönelik teşvik uygulamaları getirilmelidir.

Turizm işletmelerine destekler verilmeli, finansman giderlerini azaltıcı yardımlar sağlanmalı, turistik faaliyetleri artırıcı yatırımlar gerçekleştirilmelidir. Covid-19 pandemisinden olumsuz olarak etkilenen turizm işletmesi sahiplerine ve turistik alanlarda esnafılık yapan kişilere düşük faizli ve uzun vadeli kredi destekleri verilmelidir.

Turizm faaliyetlerini artırmaya yönelik Türkiye'nin tarihi alanlarını, turistik yerlerini, doğal güzelliklerini ve otellerin kalitesini gösterecek reklam ve tanıtım çalışmalarına özen gösterilmeli ve hem yerli hem de yabancı turistlerin bu alanları görme istekleri bu reklam ve tanıtım faaliyetleri sonucunda arttırılmalıdır. Reklam ve tanıtım çalışmalarının online alanda çok daha kolay hale gelmesi turizmin toparlanmasına büyük katkı sağlayacaktır.

Covid-19'un yayılımını önlemek ve turizm faaliyetlerine yenilikler ve farklılıklar sağlamak amacıyla turizm gözlüğü adı altında bir gözlük çıkarılması faydalı olabilecektir. Dünyadaki tüm ülkelerin gezilip görülmeye değer yerlerini oraya gitmeden görebilmesini sağlayan gözlük ile insanlar kendilerini oradaymış gibi hissedebilecekleri şekilde turizm gözlüğü tasarlanmalıdır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Muhittin, “Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi”, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2020/19(37), 191-221, <<https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1166150>> (Erişim: 01.05.2022).
- Akın, Aliye, Mustafa Yaşar Şimşek, Adnan Akın, “Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi”, *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 2012/4(7), 63-81, <<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/180476>> (Erişim: 12.04.2022).
- Akkaşoğlu, Süleyman, “Salgın Hastalık Kaynaklı Krizlerin Turizm Endüstrisine Etkileri; Covid-19 Özelinde Bir Araştırma”, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2022/23(Covid-19 Özel Sayısı), 121-134, <https://dergipark.org.tr/en/pub/doujournal/issue/69129/945052> (Erişim: 16.02.2022).
- Altun, E. (2019). Türkiye’de Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme İlişkisinin Farklı Zaman Serisi Teknikleri İle Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Kırklareli.
- Avcıkurt, C. ve İlban, M.O., (2016), Avrupa Birliği’nde Turizm ve Türkiye, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Avcıkurt, C., (2007), Turizm Sosyolojisi: Turist-Yerel Halk Etkileşimi, (2. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aydın, B. ve Doğan, M., “Yeni Korona virüs (Covid-19) Pandemisinin Turistik Tüketici Davranışları ve Türkiye Turizmi Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi”, *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi*, 2020/6(1), 93-115
<https://www.researchgate.net/publication/342200914_Evaluation_of_Effects_of_the_COVID19_Pandemic_on_Touristic_Consumption_Behavior_and_Tourism_in_Turkey> Erişim: 22.04.2022.

- Badelt, C., (2021) “Austria's Economic Policy in The Time of Covid-19 and Beyond. an Assessment at The Turn of The Year 2020-21”, WIFO, Austria.
- Bahar, O. ve Kozak, M., (2008), Turizm Ekonomisi, (2. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- BBC News, (19.05.2020). Coronavirus Leads to Food Industry Crisis in Europe. <https://www.bbc.com/news/av/world-europe-52715288>> Erişim: 19.04.2022.
- Bedir, B. (2021). Covid-19 Salgınının Turizm Sektörü Üzerindeki Etkisi: Türkiye Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Gaziantep.
- Bilgiçli, İsmail ve Altınkaynak, Fırat, “Turizm Endüstrisinin Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi; Ekonomi Paradigmasıyla Yaklaşım” *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 2016/12(12), 560-580, <<https://dergipark.org.tr/en/pub/ijneb/issue/54621/745059>> (Erişim: 09.11.2021).
- Bilan de l'année touristique 2020 à Paris Île-de-France (mars 2021), Visitparis Region <<https://pro.visitparisregion.com/chiffres-du-tourisme/conjoncture/bilans/bilan-de-l-annee-touristique-2020-a-paris-ile-de-france-mars-2021>> (Erişim: 10.05.2022).
- Bogdan, S., Šikic, L. ve Bareša, S., “The Effect Of The Covid-19 Pandemic on The Croatian Tourist Sector”, 2021/6, 109-123, <https://pesquisa-bvsalud.org.translate.goog/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/ru/covidwho-1687654?_x_tr_sl=ru&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=sc> (11.03.2022).
- Bölen, HB. (2018). Türkiye'de Turizme Dayalı Büyüme Hipotezinin Tutarlılığı: Bölünmüş Turizm Piyasaları İle Analiz, Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisat Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Britannica, İtalya: Hizmetler ve Turizm, <<https://www.britannica.com.translate.goog/place/Italy/Services-and-tourism>> Erişim: 27.07.2022.

- Bulut, E. (1999). Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Uluslararası İktisat Anabilim Dalı, Ankara.
- Camilli, M. (2020). The Impact of Covid-19 on Italian Tourism. Current Scenario, Opportunity and Future Tourism Organizational Strategies. ICBGE 2020 22nd International Conference on Business, Globalization and Economics on November.
- Cartwright, M. (2020). Black Death. World History Encyclopedia. <https://www.worldhistory.org/trans/tr/1-17097/veba-kara-olum/>, Erişim: 06.05.2022.
- CBC. (2010). Cholera's Seven Pandemic. <<https://www.cbc.ca/news/science/cholera-s-seven-pandemics-1.758504>> Erişim: 01.06.2022
- Cıngıllı, M., (2018) Turizm Ve İktisadi Kalkınma, Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Kayseri.
- Credit Agricole Group, International Support in More Than 90 Countries: Hungary, <<https://international.groupecreditagricole.com/en/international-support/hungary/economic-overview>> Erişim: 10.12.2021.
- Çakır, R. A. ve Sandalcılar, A. R., “Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkileri: Rize Ayder Turizm Bölgesi Örneği” *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 2018/4(8), 342-360, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/605194> Erişim: 23.02.2022.
- Çeken, H, (2016), Turizm Ekonomisi, (2. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Çımat, A. ve Bahar, O. “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme”, *Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2003/3(6), 1-18, < <https://search.trdizin.gov.tr/yayin/detay/2568/>> Erişim: 29.06.2022.

- Dearsley, (2021). “15 Top-Rated Tourist Attractions in Hungary”
<<https://www.planetware.com/tourist-attractions/hungary-h.htm>> Erişim:
10.03.2022.
- Demirbaş, D., Bozkurt, V., ve Yoręun, S. (2020). Covid-19 Pandemisinin Ekonomik,
Toplumsal ve Siyasal Etkileri. *İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınevi*,
https://cdn.istanbul.edu.tr/FileHandler2.ashx?f=covid-19_v2.pdf
Erişim:11.02.2022.
- Desai, S. (08.01.2021). Pandemic Leaves Tourism in France Down By 40%, Anadolu
Agency. < <https://www.aa.com.tr/en/europe/pandemic-leaves-tourism-in-france-down-by-40-/2103560>> Erişim: 27.04.2022.
- Dinç, H. (2017). Türkiyede Turizm Sektörünün İktisadi Analizi: Ekonometrik Bir
Uygulama, Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler
Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Tokat.
- Drazenovic, B. O., Maradin, D., ve Nikolaj, S. S. (2021). The Impact of the Covid-19
Pandemic on The Croatian Financial System. *In 10th International Scientific
Symposium on Region, Entrepreneurship, Development (RED)* (pp. 204-217), <
<https://pesquisa.bvsalud.org/global-literature-on-novel-coronavirus-2019-ncov/resource/pt/covidwho-1663129>> Erişim: 06.04.03.2022.
- Ec.europa.eu, (2020), Hungary,
<[https://ec.europa.eu/economy_finance/forecasts/2020/autumn/ecfin_forecast_a
utumn_2020_hu_en.pdf](https://ec.europa.eu/economy_finance/forecasts/2020/autumn/ecfin_forecast_autumn_2020_hu_en.pdf)> Erişim: 08.01.2022.
- Efetürk, B. (2021). Bölgesel Kalkınmada Turizmin Rolü ve Önemi, Yüksek Lisans
Tezi, Siirt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Siirt.
- Ertürk, M. (2018). Türk Turizm Sektörünün Ekonomik Etkilerinin Girdi-Çıktı
Yöntemiyle Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi,
Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Isparta.
- ESCP, (2021). Chaire Retailing 4.0, Impact of Covid on Retailing in Italy,
<<https://www.escp.eu/news/impact-covid-retailing-italy>> Erişim: 11.03.2022.

- Güner, K. (2018). Turizm Sektörünün Bölgesel Kalkınma Üzerine Etkisi: Giresun Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Ordu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Ordu.
- Gür, C., (2019). Dünyada ve Türkiye’de Yaşanan Krizlerin Turizm Sektörüne Etkileri ve Çözümleri, (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Hacımustafaoğlu, M., ve Önürmen, Ö., “Enfeksiyon Hastalıkları Pratiğinde Salgın Tanımlanması”, *Çocuk Enfeksiyon Dergisi*, 2018/12(4), 172-173, <<http://www.cocukenfeksiyondergisi.org/upload/documents/2018-04/2018-12-4-172-173.pdf>> Erişim: 03.10.2022.
- Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü (HSGM), Ebola Virüs Hastalığı <<https://sagligim.gov.tr/ebola-virus-hastaligi.html>> (Erişim: 18.11.2021).
- ILO, <<https://ilostat.ilo.org/data/country-profiles/>>, Erişim: 10.05.2022.
- IMF, (2021), Austria: Selected Issues, *IMF Staff Country Reports*, 2021(204), A001. Retrieved Jun 9, 2022, from <https://www.elibrary.imf.org/view/journals/002/2021/204/article-A001-en.xml>, Erişim: 13.04.2022.
- İzgi, MT. (2017). Türkiye’de Uluslararası Turizm Aktivitesinin GSYİH Üzerindeki Etkisi: Vektör Hata Düzeltme Modeli Yaklaşımı, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.
- Jiricka-Pürner, A., Brandenburg, C., ve Pröbstl-Haider, U. “City Tourism Pre-And Post-Covid-19 Pandemic–Messages To Take Home For Climate Change Adaptation and Mitigation?”. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 2020/31, 100329, <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213078020300530>> Erişim: 18.04.2022.
- Kabakçı, F. (27.09.2021). Covid-19’un 2020’de Dünya Geneline Turizme Maliyeti 1,3 Trilyon Dolar, Anadolu Agency, <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/kovid-19un-2020de-dunya-genelinde-turizme-maliyeti-1-3-trilyon-dolar/2375904> Erişim: 09.03.2022.

- Karagöz, A. (2020). Salgın Dönemlerinde Tarım Ve İstihdamın Durumu: Covid 19 Örneğinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kervankıran, İ. ve Bağmancı, M. F. “Bildiğimiz Turizmin Sonu Mu? Covid-19’un Türkiye’deki Turizm Hareketliliğine Etkisi”, *Türk Coğrafya Dergisi*, 2020/(76), 19-32, < <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1347646>> Erişim:10.05.2022.
- Kızıldemir, Ö. (2017). Turizmin Ekonomik Etkilerinin Bölgesel Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Adana Örneği, Doktora Tezi, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Kızıltepe, C. (2021). Kars İlinde Covid-19 Tanısı Alan Bireylerin Sosyo Demografik Özelliklerinin İncelenmesi, Yüksek Lisans Tezi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Kafkas Üniversitesi, Kars.
- Korkmaz, M. (2019). Turizm Gelirleri ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma İktisadı Anabilim Dalı, Tekirdağ.
- Kozak, M. A. (2012). Genel Turizm Bilgisi, (1. Baskı), Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Kurtdere, İ. (2021). Türkiye’de Turizm Gelirlerinin Makro İktisadi Değişkenler Üzerindeki Etkisinin Ekonometrik Analizi, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ekonometri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Lloyds Bank, (2022), The Economic Context of Hungary, <<https://www.lloydsbanktrade.com/en/market-potential/hungary/economical-context>> Erişim:20.06.2022.
- Lowry, W. (2020). The Impact of Covid-19 on The Italian Economy, Fastener Fixing Magazine, <https://www.fastenerandfixing.com/insight/the-impact-of-covid-19-on-the-italian-economy/>, Erişim: 30.04.2022.
- Mammadov, “Covid-19 Pandemisinin Dünya Ekonomisine Etkisi”, *Idea Studies Journal*, 2022/8(37), 11-17,

https://ideastudies.com/files/ideastudies/946954056_2_37_ID578_Mammadov_11-17.pdf, Erişim:10.04.2022.

OECD Home, (2021). Hungary: Reforms to Raise Productivity Would Strengthen Recovey from Covid-19, Says OECD, <https://www.oecd.org/newsroom/hungary-reforms-to-raise-productivity-would-strengthen-recovery-from-covid-19-says-oecd.htm>, Erişim: 01.04.2022.

Ortenzi, F., Albanese, E. ve Fadda, M., “A Transdisciplinary Analysis of Covid-19 in Italy: The Most Affected Country in Europe”, *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2020/17(24), 9488, <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7767319/>>, Erişim: 30.05.2022.

Özel Olimpos Hastanesi, (2022), Corona (Korona) Virüsü Nedir?, <<https://www.olimposhastanesi.com.tr/corona-korona-virusu-nedir>> Erişim: 38.03.3033.

Özök, F. (2014). Turizm Ekonomisi. Paradigma Akademi Yayınları, İstanbul.

Öztürk, E. (2022). İnsan Onuruna Yakışır İş Bağlamında Turizm Sektörünün İşgücü Piyasasındaki Yeri ve Önemi: Adana İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, Mersin.

Öztürk, S. (2020). Covid-19 Salgınının Türkiye’de İncelenmesi: Sektörel Etkiler ve Önlemler, Yüksek Lisans Tezi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Tokat.

Pamuk, Ş. (2020). Tarihte Küresel Salgınlar ve İktisadi Sonuçları, <<https://sarkac.org/2020/04/tarihte-kuresel-salginlar-ve-iktisadi-sonuclari/>> Erişim: 07.11.2021.

Parıldar, H., “Tarihte Bulaşıcı Hastalık Salgınları”, *Tepecik Eğitim ve Araştırma Hastanesi Dergisi*, 2020/30, 19-26, <<https://jag.journalagent.com/terh/pdfs/TERH-93764-REVIEW-PARILDAR.pdf>> Erişim: 06.11.2021.

- Payne, J. E., Gil-Alana, L. A., ve Mervar, A. (12.03.2021), “Persistence in Croatian Tourism: The Impact of Covid-19”, *Tourism Economics*, 1354816621999969, <<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354816621999969>> Erişim: 27.04.2022.
- Polat, ř. M., (2019) Bölgesel Kalkınmada Kış Turizminin Önemi: Sarıkamış Kayak Merkezi Örneği, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi) Kafkas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kars.
- Rořka, V., Buneta, A., ve Papić, M. “The effect of the Covid-19 Pandemic on The Croatian Economy”, *Journal of the Polytechnic of Rijeka*, 2021/9(1), 59-78, <<https://hrcak.srce.hr/257662>> Eriřim: 01.06.2022.
- Samırkaş, M., ve Bahar, O., (2013), Turizm Yoksulluk ve Bölgesel Gelişmişlik Farklılıkları, (1. Baskı), Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sataic, I., “Attitudes About the Economic Impact of The Covid-19 Lockdown in the Republic of Croatia on Micro, Small and Medium Enterprises”, *European Journal of Economics*, 2021/1(1), 22-33, <<https://www.diamondopen.com/journals/eje/article/view/44>> Erişim: 02.06.2022.
- Sertkaya, B., ve Baş, S., “Covid-19 Salgınının Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri: Riskler ve Olası Senaryolar” *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2021/11(21), 147-167, <<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1691262>> Erişim: 19.03.2022.
- Statista.com, <https://www.statista.com/> Erişim: 03.02.2022.
- Subacchi, P. (2020). How Could Coronavirus Impact Italy’s Economy?, *World Economic Forum*, <<https://www.weforum.org/agenda/2020/03/italy-coronavirus-econoic-slow-down-virus-outbreak>> Erişim: 18.03.2022.
- Sülün, D, “The Impact of Covid-19 on France’s Economy With an Overview on The European Economy”, *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 2020/5(Özel Sayı), 115-136, <<https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1345464>> Erişim: 26.04. 2022.

- Şahbaz, Ü. (2021). Korona virüs Salgınının Türkiye Üzerindeki Ekonomik Etkileri, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Şen, G. (2021). Termal Turizmin Ekonomik Etkilerinin Bölgesel Kalkınma Açısından Değerlendirilmesi: Kütahya Örneği, Doktora Tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü, Kütahya.
- Taymaz, E. (2020). Covid-19 Tedbirlerinin Türkiye Ekonomisine Etkisi ve Çözüm Önerileri, <https://sarkac.org/2020/04/covid19-tedbirlerinin-turkiye-ekonomisine-etkisi-cozum-onerileri/> Erişim: 11.06.2022.
- The Local İt, (2022). How Italy Has Changed in Two Years of The Covid-19 Pandemic, <https://www.thelocal.it/20220223/how-two-years-of-the-covid-19-pandemic-has-changed-italy/> Erişim: 28.07.2022.
- The World Bank, (2022), Overview, Croatia, <https://www.worldbank.org/en/country/croatia/overview>, Erişim: 24.06.2022.
- The World Bank, DataBank, <<https://databank.worldbank.org/home.aspx>> Erişim: 14.03.2022.
- Tokaç, M. “Salgın Hastalıkların Tarihi”, *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, (28.10.2020), <https://www.sdplatform.com/Dergi/1342/Salgın-hastalıkların-tarihi.aspx> Erişim: 05.12.2021.
- Travel Triangle, “Austria Travel Guide”, <https://traveltriangle-com.translate.goog/austria-tourism?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=op,sc> Erişim: 28.07.2022.
- TurizmGüncel.com, (2022), “Seyahat Ve Turizm Gelişim Endeksinde Hangi Ülke Kaçınca Sırada?” <<https://www.turizmguncel.com/haber/seyahat-ve-turizm-gelisim-endeksinde-hangi-ulke-kacinci-sirada>> Erişim: 18.05.2022.
- TÜBA. (2020). Covid-19 Küresel Salgın Değerlendirme Raporu. Ankara. Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.
- TÜİK, <https://www.tuik.gov.tr/> Erişim: 20.04.2022.

Türk, A., Ak Bingöl, B. ve Ak, R. “Tarihsel Süreçte Yaşanan Pandemilerin Ekonomik Ve Sosyal Etkileri”, Gaziantep Üniversitesi, *Journal of Social Sciences*, 2020/19(Covid-19 Special Issue), 612-632, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1194024> Erişim: 21.12.2021.

Ulu, EA. (2010). Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, İstanbul.

Usta, KM. (2005). İnanç Turizmi Potansiyeli Açısından İznik’in Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Balıkesir.

Ünlüöner, K, vd., (2007), Turizm Ekonomisi, (1. Baskı), Nobel Yayınları, Ankara.

Ünüvar, İ. ve Aktaş, H., “Dünya’da ve Türkiye’de Covid-19 Pandemisinin Ekonomik Etkileri”, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 2022/25 (1), 124-140, [WHO, \(2004\), Who Sars Risk Assessment and Preparedness Framework; <<https://apps.who.int/iris/handle/10665/69819>> Erişim: 04.04.2022.](https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/2058207#:~:text=K%C3%BCresel%20anlamda%20Covid%2D19%20salg%C4%B1n%C4%B1n%C4%B1n,%C3%BCzerindeki%20etkileri%20Grafik1'de%20g%C3%B6r%C3%BClmektedir.&text=Kaynak%3A%20(IMF%20(b)%2C%202021) Erişim: 24.05.2022.</p></div><div data-bbox=)

WHO, (2021), Ebola Virus Disease; <<https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ebola-virus-disease>> Erişim: 18.11.2021.

www.weforum.org, < <https://www.weforum.org/>> Erişim: 27.07.2022

World Tourism Forum Institute, “Tourism in France, < https://worldtourismforum-net.translate.google/tourism-in-france/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=tr&_x_tr_hl=tr&_x_tr_pto=op,sc> Erişim: 25.05.2022.

Worldometer.info, (2022). <https://www.worldometers.info/coronavirus/#news>, Erişim: 10.08.2022.

WTTC, < <https://wttc.org/Research/Economic-Impact> > Erişim: 30.05.2022.

Zengin, B. “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisine Reel ve Moneter Etkileri”, *Akademik İncelemeler Dergisi*, 2010/5(1), 102-126; <<https://dergipark.org.tr/en/pub/akademikincelemeler/issue/1551/19057>> Erişim: 22.03.2022.