



# ICOFESP III.

INTERNATIONAL CONGRESS ON FINANCE, ECONOMY AND SUSTAINABLE POLICIES

19-21 SEPTEMBER 2024, TIRANA, ALBANIA

## BOOK OF FULL TEXT



PUBLISH DATE: 01.12.2024

[www.icofesp.com](http://www.icofesp.com)



MEB  
Albania  
Tirana  
Education  
Counsellor

University of Tuzla  
Bosnia and Herzegovina

**III. International Congress On Finance, Economy  
And Sustainable Policies (ICOFESP)**

**Book of Full Text,**

19-21 September 2024 in Tirana, Albania

**Editors**

Rengin Ak  
Berna Ak Bingöl

**Publishing Year**

December 2024

**Language**

English, Turkish

All responsibilities of full textes published in this book  
belong to their authors.

[www.icofesp.com](http://www.icofesp.com) - [info@icofesp.com](mailto:info@icofesp.com)

ISBN: 978-625-00244-5-4

© All Rights Reserved

**III. Uluslararası Finans, Ekonomi Kongresi  
Ve Sürdürülebilir Politikalar (ICOFESP)**

**Tam Metin Bildiriler Kitabı,**

19-21 Eylül 2024, Tiran, Arnavutluk

**Editörler**

Rengin Ak  
Berna Ak Bingöl

**Yayın Yılı**

Aralık 2024

**Dil**

İngilizce, Türkçe

Bu kitapta yayınlanan tam metinlerin tüm sorumlulukları  
yazarlarına aittir.

[www.icofesp.com](http://www.icofesp.com) - [info@icofesp.com](mailto:info@icofesp.com)

ISBN: 978-625-00244-5-4

© Tüm Hakları Saklıdır

Dear Respected Academics and Researchers,

On behalf of the Organizing Committee, we are pleased to announce that III. International Congress On Finance, Economy And Sustainable Policies (ICOFESP) will be held in University of New York from 19-21 September 2024 in Tirana, Albania

ICOFESP provides an ideal academic platform for researchers and professionals to discuss recent developments in economy. This event aims also to stimulate interaction in the field of finance, economy and policy developments in all these areas, and to showcase the expertise of our invited speakers and participants.

You can find more information about this event on the webpage of ICOFESP:  
[www.icofesp.com](http://www.icofesp.com)

All the papers are subject to rigorous peer-review by at least two members of scientific committee or additional reviewers.  
We are looking forward to seeing you in Tirana / Albania

With our best regards,  
Organising Committee of ICOFESP

# TOPICS

## Tourism in the Grip of Climate Crisis

- Climate Change and Tourism Economy
- Sustainable Climate Policy in Tourism
- Low Carbon Tourism Strategies
- Climate Crisis and Changing
- Gastronomy
- Eco Tourism
- Circular Economy and Tourism Sector
- Global Governance in Sustainable Tourism
- Sustainability in Tourism
- Sustainable Tourism Management and Business
- Sustainable Tourism and Public Policies
- Protection of Cultural Heritage and Tourism
- Tourism 4.0
- Tourism 5.0
- Green Finance and Accounting in Tourism
- Tourism for Better Health
- Children and Youth Tourism
- Sustainable Applied Mathematics and Numerical Analysis

# COMMITTEE CHAIRS

## **Prof. Dr. Rengin Ak**

Chair, Kırklareli University, Türkiye

## **Prof. Dr. Hasan Bulut**

Co-Chair, Fırat University, Türkiye

## **HONORARY COMMITTEE**

Prof. Dr. Ali Güneş (Rector of University of New York Tirana, Albania)  
Prof. Dr. Bülent Şengörür (Rector of Kırklareli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Fahrettin Gökteaş (Rector of Fırat University, Elazığ, Türkiye)  
Prof. Dr. Naci Çağlar (Rector of Bursa Technical University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hamdullah Şevli (Rector of Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Prof. Dr. Alpaslan Ceylan (Rector of Kyrgyz – Turkish Manas University, Kyrgyzstan)  
Prof. Dr. Mehmet Sarıbiyık (Rector of Sakarya University, Türkiye)  
Prof. Dr. Milen Baltov (Rector of Burgaz Free University, Bulgaria)  
Prof. Dr. Huseyin Yaratın (Rector of International Final University, Cyprus)  
Prof. Dr. Saadat Namig Aliyeva (Rector of Azerbaijan University, Azerbaijan)  
Prof. Dr. Ahmet Kızılay (Rector of İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Mehmet Durman (Rector of Beykoz University)  
Prof. Dr. Kenan Peker (Rector of Munzur University, Türkiye)  
Prof. Dr. Mehmet Tahir Güllüoğlu (Rector of Harran University, Türkiye)  
Prof. Dr. Shyqyri Kabashi (President of Koleğji Biznesi, Kosovo)  
Assoc. Prof. Dr. Nikolay Penev (Faculty of Economics, Trakia University–Stara Zagora, Bulgaria)  
Dr. Sci. Nermima Hadzigraphic (University of Tuzla, Bosnia and Herzegovina)

## **ORGANIZING COMMITTEE**

Prof. Dr. Rengin Ak (Chair, Kırklareli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hasan Bulut (Co-Chair, Fırat University, Türkiye)  
Prof. Dr. Selman Yılmaz (İstanbul University, Türkiye)  
Prof. Dr. Larissa-Margareta Batrancea (Babeş-Bolyai University, Romania)  
Prof. Dr. Ayhan Orhan (Kocaeli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Abdülkadir Kaya (Bursa Technical University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Berna Ak Bingöl (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Juna Miluka (University of New York Tirana, Albania)  
Assoc. Prof. Dr. Abdullah Oğrak (Bursa Technical University, Türkiye)  
Dr. Rıza Feridun Elgün (University of New York Tirana – General Secretary, Albania)  
Metin Bulut ( Tirana Counsellor Education)

## **LOCAL SCIENTIFIC COMMITTEE**

Assoc. Prof. Ilir Kalemaj (University of New York Tirana, Albania)  
Dr. İbrahim Ayvaz (University of New York Tirana, Albania)  
Dr. Ardita Bylo (University of New York Tirana, Albania)  
Dr. Dorian Aliu (University of New York Tirana, Albania)

## **CONGRESS EDITORIAL BOARD**

Assoc. Prof. Dr. Berna Ak Bingöl (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Metin Saygılı (Sakarya University of Applied Sciences, Türkiye)

## **CONGRESS INTERNATIONAL RELATIONS BOARD**

Prof. Dr. Rengin Ak (Kırklareli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ercan Çelik (Kyrgyz Turkish Manas University, Kyrgyz Republic)

# SCIENTIFIC COMMITTEE

- Prof. Dr. Abdulkadir Şenkal (Kocaeli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Abdullah Takım (Atatürk University, Türkiye)  
Prof. Dr. Abedalqader Rababah (Sohar University, Malaysia)  
Prof. Dr. Adriana Burlea (Schiopoiu University of Craiova, Romania)  
Prof. Dr. Ahmet Yatkın (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Alaattin Esen (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Avkash Jadhav (University Of Mumbai, India)  
Prof. Dr. Ayça Çekiç Akyol (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ayfer Gedikli (Düzce University, Türkiye))  
Prof. Dr. Burcu Özcan (Fırat University, Türkiye)  
Prof. Dr. Bünyamin Akdemir (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Cem Berk (Kırklareli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Cemal Gündoğdu (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Cüsüp Primbayev (Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan)  
Prof. Dr. Duysal Aşkun (University of New York Tirana, Albania)  
Prof. Dr. Ebül Muhsin Doğan ( Ondokuz Mayıs University, Türkiye)  
Prof. Dr. Emilia Alaverdov (Georgian Technical University, Georgia)  
Prof. Dr. Ercan Çelik (Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan)  
Prof. Dr. Ercan Uygur (Final International University, Cyprus)  
Prof. Dr. Fahri Çakı (Balıkesir University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ferudun Kaya (Bolu Abant İzzet Baysal University, Türkiye)  
Prof. Dr. Florije Miftari (AAB College, Kosovo)  
Prof. Dr. Gökhan Gökulu (Çanakkale Onsekiz Mart University, Türkiye)  
Prof. Dr. Gökhan Özkan (Bursa Technical University, Türkiye)  
Prof. Dr. Gökhan Tuncel (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Gualter Couto (University of The Azores, Portugal)  
Prof. Dr. Gülsen Baş Terzioğlu (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hacı Mehmet Başkonuş (Harran University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hakan Taştan (Kırklareli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Halil Tunalı (İstanbul University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hasan İslatince (Anadolu University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hasan Zarei Matin (Tehran University, Iran)  
Prof. Dr. Henrietta Nagy (Milton Friedman University Budapest, Hungary)  
Prof. Dr. Hernan E.Gil Forleo (Universidad de Buenos Aires, Argentina)  
Prof. Dr. Hikmet Kemaloğlu (Fırat University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hilal Yıldırım Keser (Bursa Technical University, Türkiye)  
Prof. Dr. Hüseyin Selimler (İstanbul Aydın University, Türkiye)  
Prof. Dr. Imrlije Alili (College "Biznesi", Kosovo)  
Prof. Dr. İsmail Şiriner (Batman University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ismahân Majid Al-Taher (Aqaba University Of Technology, Jordan)  
Prof. Dr. İstemi Demirağ (Tallin University of Technology, Estonia)  
Prof. Dr. Kadir Yasin Eryiğit (Uludağ Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Kamil Uslu (Doğuş University, Türkiye)  
Prof. Dr. Kamran Kermanshahi (Tehran University, Iran)  
Prof. Dr. Levent Bekir Kızak ( İzmir Katip Çelebi University, Türkiye)  
Prof. Dr. Liliana Guran (Babeş-Bolyai University, Cluj-Napoca, Romania)  
Prof. Dr. Luis Pacheco (Portucalense University, Portugal)  
Prof. Dr. Maria Neikova (Burgas Free University, Bulgaria)  
Prof. Dr. Mehmet Şişman (Marmara University, Türkiye)  
Prof. Dr. Meriç Subaşı (Anadolu University, Türkiye)  
Prof. Dr. Metin Berber (Karadeniz Teknik University, Türkiye)  
Prof. Dr. Mevlüt Akyol (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Muhsin Halis (Kocaeli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Murat Birdal (İstanbul University, Türkiye)  
Prof. Dr. Mustafa Cevdet Altuner (Kırklareli University, Türkiye)  
Prof. Dr. M. Mustafa Erdoğdu (Beykoz University, Türkiye)  
Prof. Dr. Mustafa Önen (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Necmi Gürsakal (Uludağ University, Türkiye)  
Prof. Dr. Nexhmije Kabashi (College Biznesi, Kosovo)  
Prof. Dr. Nezaha Musaoğlu (Gelişim University, Türkiye)  
Prof. Dr. Nieves Gomez (University of Cadiz, Spain)  
Prof. Dr. Niyazi Kurnaz (Dumlupınar University, Türkiye)  
Prof. Dr. Nuran Bayram Arlı (Uludağ Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Nuray Altuğ (Marmara University, Türkiye)  
Prof. Dr. Oğuz Başol (Kırklareli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Orhan Çağlayan (Bursa Technical University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ömer Selçuk Emsen (Atatürk University, Türkiye)

Prof. Dr. Peter Cumper (University Of Leicester, England)  
Prof. Dr. Raif Cergibozan (Kırkırelı University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ramazan Nacar (Bursa Technical University, Türkiye)  
Prof. Dr. Rashmi Gujarati (Tecnia Institute of Advanced Studies, India)  
Prof. Dr. Sabri Azgun (Atatürk University, Türkiye)  
Prof. Dr. Sadullah Çelik ( Adnan Menderes University, Türkiye)  
Prof. Dr. Salman Bashir (Shaheed Benazir Bhutto University, Pakistan)  
Prof. Dr. Selahaddin Bakan (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Selim Başar (Anadolu University, Türkiye)  
Prof. Dr. Selman Yılmaz (İstanbul University, Türkiye)  
Prof. Dr. Serhat Burmaoğlu (Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan)  
Prof. Dr. Sevtap Ünal ( İzmir Katip Çelebi University, Türkiye)  
Prof. Dr. Seyfettin Erdoğan (Medeniyet University, Türkiye)  
Prof. Dr. Sinan Esen (Sakarya University of Applied Sciences, Türkiye)  
Prof. Dr. Sinisa Zaric (University of Belgrade, Serbia)  
Prof. Dr. Slavka Dimitrova (Burgaz Free University, Bulgaria)  
Prof. Dr. Shpresa Alija ( South East European University, North Macedonia )  
Prof. Dr. Suphi Özçomak (Atatürk Üniversitesi)  
Prof. Dr. Süleyman Kale (Kırkırelı University, Türkiye)  
Prof. Dr. Şule Aker (International Final University, Cyprus)  
Prof. Dr. Talha Harcar (Penn State University, Türkiye)  
Prof. Dr. Tariq Rahim Soomro (Institute of Bu, Pakistan)  
Prof. Dr. Tetiana Patientko (Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin, Germany)  
Prof. Dr. Todorka Atanasova (Trakia University, Bulgaria)  
Prof. Dr. Ünal Çağlar (Kırkırelı University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ünsal Sıgır (Ostim University, Türkiye)  
Prof. Dr. Üstün Özen (Atatürk Üniversitesi, Türkiye)  
Prof. Dr. Valentin Toader (Babeş-Bolyai University, Romania)  
Prof. Dr. Vecihi Yiğit (Atatürk University, Türkiye)  
Prof. Dr. Valentina Pavlova (University St. Kliment Ohridski Birola, North Macedonia)  
Prof. Dr. Yara Ibrahim (National Egypt Electronic Learning University, Egypt)  
Prof. Dr. Yaşar Ayyıldız (Bolu Abant İzzet Baysal University, Türkiye)  
Prof. Dr. Yiğit Özbek (Kırkırelı University, Türkiye)  
Prof. Dr. Yusif Gasimov (Azerbaijan University, Azerbaijan)  
Prof. Dr. Yusuf Demirli (Bolu Abant İzzet Baysal University, Türkiye)  
Prof. Dr. Yücel Uyanık (Hacı Bayram Veli University, Türkiye)  
Prof. Dr. Zehra Nuray Nişancı (İzmir Katip Çelebi University, Türkiye)  
Prof. Dr. Zakia Hammouch (Ens Of Meknes, , Morocco)  
Prof. Dr. Zeki Boyraz (İnönü University, Türkiye)  
Prof. Dr. Ziya Çağlar Yurttançıkılmaz (Atatürk University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Abdüsselam Sağın (Kırkırelı University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Adil Akıncı (Bilecik Şeyh Edebali University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Ali Coşkun (Boğaziçi University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Ali Zafer Sağıroğlu (Ankara Yıldırım Beyazıt University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Aksu Samed (International Balkan University, North Macedonia)  
Assoc. Prof. Dr. Anca Nichita ("1 Decembrie 1918" University of Alba Iulia, Romania)  
Assoc. Prof. Dr. Alberta Tahiri (University Haxhi Zeka, Kosovo)  
Assoc. Prof. Dr. Aylin Tutgun Ünal (Üsküdar University, Türkiye)  
Assos. Prof. Dr. Aysun Kahraman (Manisa Celal Bayar University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Bahadır Köksalan (İnönü University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Bahar Erdal (Ostim University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Besime Ziberi (AAB University, Kosovo)  
Assoc. Prof. Dr. Cevat Bilgin (Bursa Technical University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Davood Ahmadian (University of Tabriz, Iran)  
Assoc. Prof. Dr. Duhnea Cristina ( Ovidius University, Romania )  
Assoc. Prof. Dr. Elife Akiş (İstanbul University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Elmas Yıldız Hanedar (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Emine Cihangir (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Emre Çevik (Kırkırelı University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Esin İlhan (Ahi Evran University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Esra N. Kılıcı (İstanbul University Cerrahpaşa, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Eylem Özkaya Lassalle (Kırkırelı University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Fatih Karasaç (Kırkırelı University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Fatih Kayhan (Kırkırelı University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Funda Acar ( Bursa Uludağ University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Furkan Yıldız (Kırkırelı University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Gökhan Işıl (Marmara University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Gülnur Yel (International Final University, Cyprus)  
Assoc. Prof. Dr. Hacer Aslan Kalay (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Halil Kete (Kırkırelı University, Türkiye)

Assoc. Prof. Dr. Hamidreza Yazdani (Tehran University, Iran)  
Assoc. Prof. Dr. İsa Demirkol (Bursa Technical University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Iskender Gümüş (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Iskra Nencheva (Trakia University, Bulgaria)  
Assoc. Prof. Dr. Kaplan Uğurlu (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Kemal Cebeci (Marmara University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Kenan Göçer (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Larisa Dragolea ("1 Decembrie 1918" University of Alba Iulia, Romania)  
Assoc. Prof. Dr. Leena Jenefa (Institute of Tecnology and Science, India)  
Assoc. Prof. Dr. M. Barış Yılmaz (İnönü University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Apan (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Karahan (Fırat University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Mehtap Demir (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Metin Saygılı (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Muhammed Yiğider (Erzurum Technic University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Murat Altuğ (Marmara University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Murat Çetin (İstanbul University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Nawaz Ahmad (Shaheed Benazir Bhutto University, Pakistan)  
Assoc. Prof. Dr. Necmettin Çelik (İzmir Katip Çelebi University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Nihan Birincioğlu (Bursa Technical University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Nikolay Penev (Trakia University, Bulgaria)  
Assoc. Prof. Dr. Ömer Faruk Güleç (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Özcan Demir (Fırat University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Özgür Kılınç (İnönü University, Faculty Of Communication, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Rıza Bayrak (Ostim University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Rrezarta Gashi (AAB College, Kosovo)  
Assoc. Prof. Dr. Sadık Çalışkan (İnönü University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Saime Doğan (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Semanur Soyyiğit (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Sezer B. Kahyaoğlu (Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan)  
Assoc. Prof. Dr. Songül Düz Özer (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Taha Eğri (Kırklareli University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Vedat Yılmaz (Turgut Özal University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Vehbi Ramaj (Haxhi Zekaj University, Kosovo)  
Assoc. Prof. Dr. Xhemazie Ibraimi (AAB College, Kosovo)  
Assoc. Prof. Dr. Yener Altun (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Yonca Altındal (Balıkesir University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Zafer Adıgüzel (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assoc. Prof. Dr. Zeyneb Hafsa Orhan (İstanbul Sabahattin Zaim University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Adelina Gashi (AAB College, Kosovo)  
Assist. Prof. Dr. Aynura Turdalieva (Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan)  
Assist. Prof. Dr. Akbar Barati Chiyaneh ( Van Yüzüncü Yıl University,, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Başak Doğan (Adnan Menderes Üniversitesi, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Bahadır İnanç Özkan (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Besa Kadriu (South East European University, Macedonia)  
Assist. Prof. Dr. Burcu Avcı Öztürk (Bursa Uludağ University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Canan Özge Eğri (Kırklareli University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Cem Ayden (Fırat University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Çiğdem Özarı (Aydın University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Cunos Ganiev (Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan)  
Assist. Prof. Dr. Donat Rexha (AAB College, Kosovo)  
Assist. Prof. Dr. Erol Geçgin (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Filiz Eren Bölüktepe (Uludağ University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Hilal Alpdoğan (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. İhsan Aktaş (Kırklareli University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. İdlir Lika (İstanbul Gelişim University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Kadir Uçay (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Keisuka Wakizaka (İstanbul Gelişim University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Liridona Seferi (South East European University, North Macedonia)  
Assist. Prof. Dr. Muhammad Irfan Khan (Jinnah University for Women, Pakistan)  
Assoc. Prof. Dr. Muhammed Enes Akpınar (Bakırçay University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Mahmut İşgüven (Bursa Technical University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Nikolay Vavorov (University of Chemical Technology and Metallurgy, Bulgaria)  
Assist. Prof. Dr. Ömer Yazıcı (Sakarya Applied Sciences University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Omid Farkhondeh Rouz (University of Tabriz, Iran)  
Assist. Prof. Dr. Pelin Pasin Cowley (İzmir Katip Çelebi, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Pelin Koç (Van Yüzüncü Yıl University, Türkiye)  
Assist. Prof. Dr. Roberta Bajrami (AAB College, Kosovo)  
Assist. Prof. Dr. Rui Alexandre Castanho (Wsb University, Poland)  
Assist. Prof. Dr. Zamira Oskonbaeva (Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan)



## PROCEEDINGS

Full version of submitted papers will be published in Special Volumes of reputed journals. Procedure, Guidelines and Checklist for the preparation and submission of papers to the Proceedings of ICOFESP can be found in the journals websites.

The journals in which selected and peer-reviewed full papers of ICOFESP will be published are as follows:

- Emerging Markets Case Studies - Scopus (emerald Publishing)
- Journal of Turkish Studies - Ulakbim TR
- Turkish Studies-Economics, Finance, Politics - Ulakbim TR
- International Journal of Economic and Administrative Studies - Ulakbim TR
- Research of Financial Economic and Social Studies
- Journal of Economics Public Finance Business - (ESJI)
- International Book Chapter
- International Journal of Economics Politics Humanities and Social Sciences

## PLENARY & INVITED TALKS



**Assoc. Prof. Dr. Besime Ziberi**  
Faculty of Economics, AAB  
University, Kosovo



**Assoc. Prof. Dr. Nawaz Ahmad**  
Faculty of Management &  
Business Administration,  
Shaheed Benazir Bhutto  
University, Pakistan

Ayfer GEDİKLİ Seyfettin ERDOĞAN	BALANCING ENVIRONMENTAL PRESERVATION AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE TOURISM INDUSTRY: THE CASE OF TURKEY	1
Emel GÖNENÇ GÜLER	ALBANIA TOURISM MARKETING STRATEGIES-7P-7C	21
Emel GÖNENÇ GÜLER	THE IMPORTANCE OF MULTI-DESTINATION TOURS IN BALKAN COUNTRIES	35
Emil MUTAFOV, Violetka ZHELEVA	SYNERGY BETWEEN SUSTAINABLE TOURISM AND EUROPEAN CLIMATE POLICIES	46
Mehtap DEMİR Sinem YAŞAR	HUMAN-FOCUSED APPROACHES IN THE TRANSITION TO GREEN ECONOMY: PROTECTION OF WORKERS' RIGHTS	56
Mustafa YAPAR Selman YILMAZ	SUSTAINABILITY AND SOCIOECONOMIC IMPACTS OF CHILD-FRIENDLY TOURISM IN TURKEY	67
Sabina ALIYEVA	HEALTH TOURISM: AS A FUNDAMENTAL DIRECTION OF SUSTAINABLE COOPERATION IN INTERNATIONAL RELATIONS	80
Salim ÇAVUŞ, Başak TANINMIŞ YÜCEMEMİŞ	SUPPORTING EXPORTS THROUGH THE FINANCIAL SECTOR: COMPARATIVE COUNTRY CASES	98
Süleyman KALE, Hüseyin SELİMLER	REAL EFFECTIVE EXCHANGE RATE AND TOURISM DYNAMICS: A GLOBAL PERSPECTIVE	121
Zeliha Aleyna ASLANTEKİN	INCREASING VIOLENCE AGAINST WOMEN AND GIRLS DUE TO CLIMATE CHANGE	135

## **BALANCING ENVIRONMENTAL PRESERVATION AND ECONOMIC DEVELOPMENT IN THE TOURISM INDUSTRY: THE CASE OF TURKEY**

**Prof. Dr. Ayfer GEDİKLİ**

Düzce University, Türkiye, ayfergedikli@gmail.com

ORCID ID: 0000-0002-7128-1976

**Prof. Dr. Seyfettin ERDOĞAN**

İstanbul Medeniyet University, Türkiye, seyfettin.erdogan@medeniyet.edu.tr

ORCID ID: 0000-0003-2790-4221

### **Abstract**

Tourism is one of the pioneer sectors that stimulated economic growth in most developing countries through different subsectors. However, although an advanced tourism industry contributes to national income, creates jobs, and induces other sectors, in recent years, mass tourism has been criticized due to its devastating consequences on fragile ecosystems, biodiversity, and social well-being through excessive waste production, overcrowdedness, the loss of authenticity, loss of historical values of heritages, cultural appropriation, and extinction of limited resource usage.

Thus, sustainable tourism has emerged as a critical paradigm, targeting to reach desirable economic growth without sacrificing environmental quality. This paper aims to provide a comprehensive evaluation of the pros and cons of an advanced tourism sector and its expected negative consequences on the environment, cultural heritage, social well-being, and natural resources. Then challenges and opportunities of a delicate relationship between economic growth and environmental preservation will be analyzed within the context of sustainable tourism phenomenon. Accordingly, conservation policies, eco-friendly initiatives, and sustainable infrastructure strategies to mitigate the environmental footprint of the tourism industry will be discussed. Providing a balance between economic prosperity and environmental preservation does not cover just physical factors. This paper also aims to explore the social dimension of sustainable tourism such as preserving local cultures, equal distribution of income and benefits coming from the tourism sector among the city dwellers, and preserving cultural and historical heritages.

As one of the prominent counties in the tourism industry, Türkiye will be handled as the sample country to discuss how well the balance between economic prosperity and environmental preservation is provided for sustainable tourism activities. The paper also highlights some innovative approaches and smart practices to have a sustainable tourism industry.

**Keywords:** Tourism, Sustainability, Environment, Türkiye

### **TURİZM SEKTÖRÜNDE ÇEVRENİN KORUNMASI VE EKONOMİK KALKINMA ARASINDAKİ DENGENİN SAĞLANMASI: TÜRKİYE ÖRNEĞİ**

Turizm sektörü, ilişkili olduğu diğer sektörlerle birlikte gelişmekte olan ülkelerin çoğunda ekonomik büyümeyi tetikleyen öncü sektörlerden biridir. Ulusal gelire katkı sağlaması, iş alanları oluşturması ve diğer sektörleri harekete geçirecek tetikleyici bir özelliğe sahip olmasına rağmen kitle turizmi son yıllarda aşırı atık üretimi, yoğun kalabalıklık, tarihi mirasın değerlerinin kaybı, kültürel erozyon ve sınırlı kaynakların aşırı tüketimi yoluyla ekosistemler, biyolojik çeşitlilik ve sosyal refah üzerindeki yıkıcı sonuçlara yol açabilmesi gerekçeleriyle yoğun eleştirilmektedir.

Sürdürülebilir turizm, çevre kalitesinden ödün vermeden arzu edilen ekonomik büyümeye ulaşmayı

hedefleyen alternatif bir paradigma olarak ortaya çıkmıştır. Bu çalışma, gelişmiş bir turizm sektörünün olumlu ve olumsuz yönlerini ve çevre, kültürel miras, sosyal refah ve doğal kaynaklar üzerindeki olumsuz sonuçlarını kapsamlı bir şekilde değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Ardından, ekonomik büyüme ile çevre koruma arasındaki hassas ilişkinin güçlükleri ve sağlam bir dengenin sağlayabileceği fırsatları, sürdürülebilir turizm olgusu bağlamında analiz edilecektir. Bu çerçevede, turizm endüstrisinin yol açtığı çevresel ayak izini azaltmak için uygulanabilecek koruma politikaları, çevre dostu girişimler ve sürdürülebilir altyapı stratejileri tartışılacaktır. Ekonomik refah ile çevre koruma arasında bir denge sağlamak sadece fiziksel faktörleri kapsamaz. Bu çalışma ayrıca yerel kültürleri korumak, turizm sektöründen gelen gelir ve faydaların şehir sakinleri arasında eşit şekilde dağıtılması ve kültürel ve tarihi mirasların korunması gibi sürdürülebilir turizmin sosyal boyutunu da araştırmayı amaçlamaktadır.

Çalışmada ayrıca turizm sektöründe önde gelen ülkelerden biri olan Türkiye, sürdürülebilir turizm faaliyetleri için ekonomik refah ile çevre koruma arasındaki dengenin ne kadar iyi sağlandığını tartışmak için örnek ülke olarak tercih edilmiştir. Tebliğde son olarak sürdürülebilir bir turizm sektörüne sahip olmak için bazı yenilikçi yaklaşımları ve akıllı uygulamalara yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Sürdürülebilirlik, Çevre, Türkiye

## 1. Introduction

Tourism has shown an unprecedented growth in the last decades. This development gave tourism a very critical role in the economic development of emerging countries. Except for the pandemic period, the tourism industry has shown remarkable growth and has become one of the fastest-growing sectors in the world in the last decades. The business volume of the tourism sector has passed the oil exports, automobiles, and food products and created new job opportunities, especially for youth and women. Currently, the tourism sector has become one of the major sectors in international trade for many developing countries. Many developing countries have recorded surpluses via the tourism sector compared to their counterparts. It is expected to reach 1.8 billion international tourists by 2030 (UN Tourism, 2013).

However, the rise of tourism activities globally and increased accessibility have fueled the long-term negative consequences concerning environmental well-being. The unplanned development of the industry and careless waste management have jeopardized the future of the sector. Thus, sustainability has become a hot subject in the tourism industry. The focus of sustainable tourism is increasing the global awareness of environmental conservation and setting a balance between economic growth with environmental quality.

Sustainable tourism refers to the development of the tourism industry without sacrificing environmental, socio-cultural, and economic aspects. Instead, sustainable tourism tries to find a balance between them to guarantee long-term satisfaction and sustainability. Sustainable tourism also targets not only a high level of tourist satisfaction but also raising their awareness about sustainability and promoting sustainable tourism practices amongst them. Hence, sustainable tourism can be defined as tourism that takes future economic, social, and environmental impacts

into consideration while addressing the needs of visitors, hosts, the tourism industry, and the environment (UN Tourism, 2013). Similarly, the Global Sustainable Tourism Council (GSTC) (2024) defined sustainable tourism as the sustainable practices in and by the tourism industry in order to minimize the negative impacts and maximize the positive ones. While positive effects of tourism sector are job creation and having more shares in GDP, negative impacts of tourism sector are damage to the environment, overcrowding, harming the historical and cultural heritages, and economic leakage. To reach such a satisfactory performance, all relevant stakeholders and policymakers should be involved in the process to build consensus. It should be noted that sustainable tourism is a continuous process and requires monitoring and launching necessary measures and regulations.

As one of the most attractive countries for tourists, Türkiye offers different types of touristic activities to visitors. Not only with nature, sea and beach, health, education, cultural and historical sites tourism, but also gastronomy, golf, well-being, and religious tourism alternatives, Türkiye is one of the perfect destinations in the world. With all these advantages, Türkiye is one of the countries that has the highest tourism revenues in the world. However, two issues are very critical: Sustainability and the level of tourism receipt with respect to the number of arrivals.

This paper aims to discuss the current sustainable tourism performance of Türkiye compared with other countries. Accordingly, in the first part, the theoretical and conceptual framework of sustainable tourism will be explained. In the next part, the current tourism sector performance of Türkiye will be analyzed. In the last part, the policies launched for improving sustainability in the tourism sector in Türkiye will be discussed. Finally, problems and policy recommendations for sustainable tourism in Türkiye will be explained.

## **2. Theoretical and Conceptual Framework**

The tourism industry is one of the most important sectors for both industrialized and developing countries. Particularly developing countries get great benefit from the tourism sector since the tourism sector does not need a great amount of investment so as the other sector needs. In Table 1, the contributions of the tourism sector to local economies are illustrated.

**1. Table Contributions of the Tourism Sector**

Sustainable economic development	<p><b>Contributes to GDP growth:</b> The tourism industry stimulates the GDP of the host country and contributes to tax revenues. The tourism sector also provides a source of foreign exchange enabling economic growth and source for investment in other sectors. As one of the pioneer countries in tourism industry, Türkiye benefits the income of this sector and tourism sector gets a great proportion in Türkiye’s GDP every year.</p>
	<p>Encourage international trade</p>
	<p><b>Increase foreign investments:</b> Hospitality is the second greatest sector after communication services. The tourism industry is also very attractive for foreign direct investments (FDI) which are one of the greatest contributors to economic development in emerging economies. FDIs not only provide a source for investments but also generate a more peaceful environment for</p>

	<p>political stability. FDIs in the tourism industry also bring technology and know-how to the local investments. They also create jobs and contribute to employment. In Türkiye, there are many international companies working in hospitality sector which employs a great number of local people.</p> <p><b>Motivate infrastructure development and quality:</b> The hospitality sector also leads to make investments in infrastructures such as highways, airports, medical services, mobile phone networks, and water supply to serve both tourists and residents. International programs, contests, or sportive activities encourage the governments to construct infrastructure such as hotels, shuttle buses for short trips, or internet infrastructure, etc. In recent years, the World Bank supported infrastructure projects related to the tourism industry in many developing countries such as Nepal, Tanzania, Mozambique, and Senegal.</p> <p><b>Financial support to low-income emerging economies:</b> Since it is hard to invest in expensive high-tech projects in low-income countries, tourism sector becomes lifesaver because of lower investment costs. The higher the visitor, the higher the income with lower level of investment.</p>
<p>Contributes to social policies</p>	<p><b>Creates new jobs and contributes to employment:</b> The tourism sector is a labor incentive and there are many SME companies in the sector in most of the developing economies. Indeed, the hospitality sector is the second most efficient job creator sector. With direct and indirect effects, there are more than 50 jobs created for every million US dollars generated in tourism industry receipts. Compared with the communication, financial, and automobile industries, the tourism industry has double the job creation power. Furthermore, the tourism sector reduces rural-urban disparity and migration by providing job opportunities. As of 2022, 1.688.000 people are employed in the tourism sector and related sectors in Türkiye. In Spain, 2.634.000, in the UK 2.743.000 people are employed in the tourism sector (UN Tourism, 2024b).</p> <p><b>Supports inclusive growth:</b> The hospitality sector has a wide supply chain including transportation, accommodation, food and beverage supply, arts and crafts, construction, and maintenance workers, etc. Thus, having a multiplier effect on tourism industry in local economies, it can reach and benefit a great number of people by offering broad employment possibilities.</p> <p><b>Supports rural development:</b> The least developed countries such as Zambia, Namibia, or Malawi could reduce poverty and enjoy employment generation for the local people from ecotourism in rural areas. Besides, organic agriculture, gastronomy tourism, or nature tourism activities bring more income to develop these regions.</p> <p><b>Revitalizes the city centers:</b> The tourism sector contributes to alleviating poverty by supporting the competitiveness of cities. It is estimated that there will be six billion people will live in city centers. The tourism sector can create alternative jobs, improve</p>

	<p>infrastructure, and attract more domestic and international investments.</p> <p><b>Improves traveling technologies and alternatives:</b> Tourism contributes to economic growth through technological investments and improvement in transportation alternatives. Not only airway, railway, or other alternative transportation ways, but also accommodation possibilities such as Airbnb and Vacation rentals by owners as well as online travel agencies are other subsectors that can be motivated by the tourism sector.</p>
Contributes resources management	<p><b>Supports environmental preservations:</b> In recent years, responsible travel and ecotourism have been in high demand. Especially nature-based tourism which represents visiting unspoiled nature and wildlife is getting more popular. The funds generated from this type of tourism are spent on preservation of nature. This type of tourism also motivates the people working in this field to preserve the environment and biodiversity.</p>
	<p><b>Increase climate and environmental awareness:</b> In recent years, sustainable consumption and production have also important to aware people of climate change and a sustainable environment. In many tourist lodges there are wind and solar power, organic farms, and sustainable fisheries for communities. As having a multiplier effect, these precautions support the sustainability of the local communities.</p>
	<p>Encourage the protection of sea and costs</p>
Support cultural values	<p><b>Encourage the preservation of cultural sites and heritages:</b> The tourism industry contributes to the management and protection of cultural heritages, and funding them. In cultural tourism, visitors need to pay extra money for visiting or entering, and guidance.</p>
	<p><b>Support intangible culture, habits, traditions, food culture, and cousins:</b> Music, art, and oral traditions are the intangible cultural heritage of a community and can be protected by tourism. While thousands of tourists visit to experience these cultural heritages, people transfer these traditions to the next generations.</p>
Support communication with other cultures	<p><b>Encourage philanthropy:</b> Tourism can encourage visitors to engage in philanthropy. If people see a situation, they can empathize with the need.</p>
	<p><b>Improve intercultural relations and understanding:</b> Tourism supports peace, intercultural relations, and global citizenship. Meeting people from different cultures reduces stereotypes in people’s minds. A more open and sustainable tourism sector fosters peace, new social ties, and cultural learning. Even though people have different religious beliefs or political view, coming together with these people may change the negative feeling to positive.</p>
	<p>Recovery of political conflicts</p>

**Source:** World Bank Group (2017); authors’ own evaluations.



As expressed in Table 1, tourism industry plays a crucial role for local economies by contributing GDP and employment. However, there is a conflict between the economic interests and environmental preservation. The tourism sector may cause environmental degradation through increasing carbon emissions, cultural disruptions, and habitat degradation. The negative consequences of mass tourism are as follows (European Commission, 2003; authors' own evaluations):

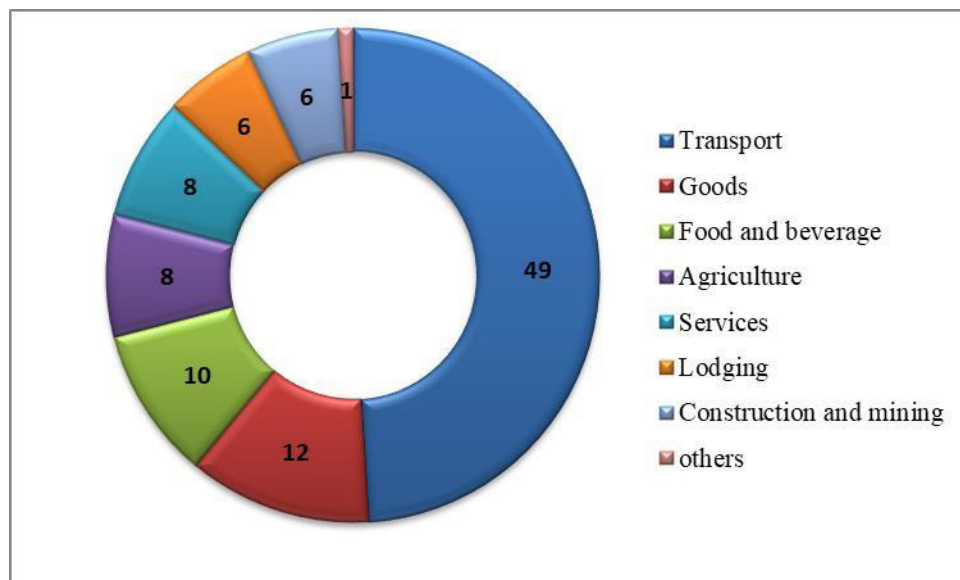
*Liquid and solid waste increases:* Production of solid and liquid waste may be more than of city dwellers if there is a massive tourism activity in the city such as Istanbul, Antalya, and Bodrum. The potential cost of cleaning coasts, beaches, and trash may be an excessive amount. Especially cleaning waste from marine litter due to land-based and marine-based activities may be very costly.

*Air, water, and noise pollution:* The share of air transport for international tourism is getting more and having more negative impacts in recent years due to increasing tourism activities globally. According to Statista (2024), global transportation-related carbon dioxide emissions increased by 4% in 2023 and reached 8.24 billion metric tons (GtCO<sub>2</sub>). This rate represents 21% of global CO<sub>2</sub> emissions in 2023. The share of cars and vans was 48% and international aviation was 6% in total global transport carbon emissions. During 1990-2023, global transportation CO<sub>2</sub> emissions increased by almost 80%. Atlanta Hartsfield-Jackson International Airport was recorded as the world's busiest airport for international passengers with 5.36 million in October 2023. Dubai International Airport ranked second and Istanbul Airport ranked seventh in passenger flow (EY, 2023a). Touristic activities, parties, loud music, crowds, and animation programs cause excessive amounts of light and noise pollution that may be harmful not just to residents but also environment and habitat.

*Physical impacts:* Physical impacts are related to the degradation of the ecosystem. The development of the tourism industry causes extra sand mining, beach and sand erosion, and soil erosion. Contraction tourism infrastructure such as hotels, recreation areas, highways, and airports may cause loss of wildlife habitats and environmental degradation. For example, not only excessive numbers of tourists and city lights but also the change in egg incubation period due to climate change threatens the survival of *Caretta caretta* turtles in Antalya (TRT Haber, 2021). Activities in marine areas such as sport fishing, scuba diving, snorkeling, yachting, and cruising

can also pose hazard to the fragile ecosystem of seas and oceans. Reckless tourism policies may cause the extinction of endemic plants and animals, deforestation, and unsustainable use of nature.

*Contribution to climate change:* Actually, climate is one of the most important resources of tourism for the beach, nature, and winter-sport tourism segments. Climate changes in recent years directly impact these segments due to changing weather patterns. This may affect tourists' satisfaction from their trip, change their travel decisions, and tourist flows. This is one side of the effect of climate change. On the other side, greenhouse gas emissions increase because of the transport of tourists and their excessive consumption of energy. Tourism is responsible for approximately 8% of the global carbon emissions. From air traffic, boat rides, souvenirs, and similar activities contribute to tourism's carbon footprint. The majority of this footprint is emitted by visitors from high-income countries, due to air transport, solid wastes, yachting, etc. Graphic 1 illustrates the carbon footprint of different parts of global tourism. According to Graphic 1, with 49% share, transport is the highest polluter of tourism industry. Lodging follows transport with 12%. Construction and mining are the third polluter with a 10% rate. In their study, Lenzen et al. (2018) confirmed these rates and indicated that during the 2009-2013 period, tourism's global carbon footprint increased from 3.9 to 4.5 GtCO<sub>2</sub> accounting for about 8% of global greenhouse gas emissions and four times more than previously estimated. The authors also expressed that the majority of that footprint was exerted by and in high-income countries.

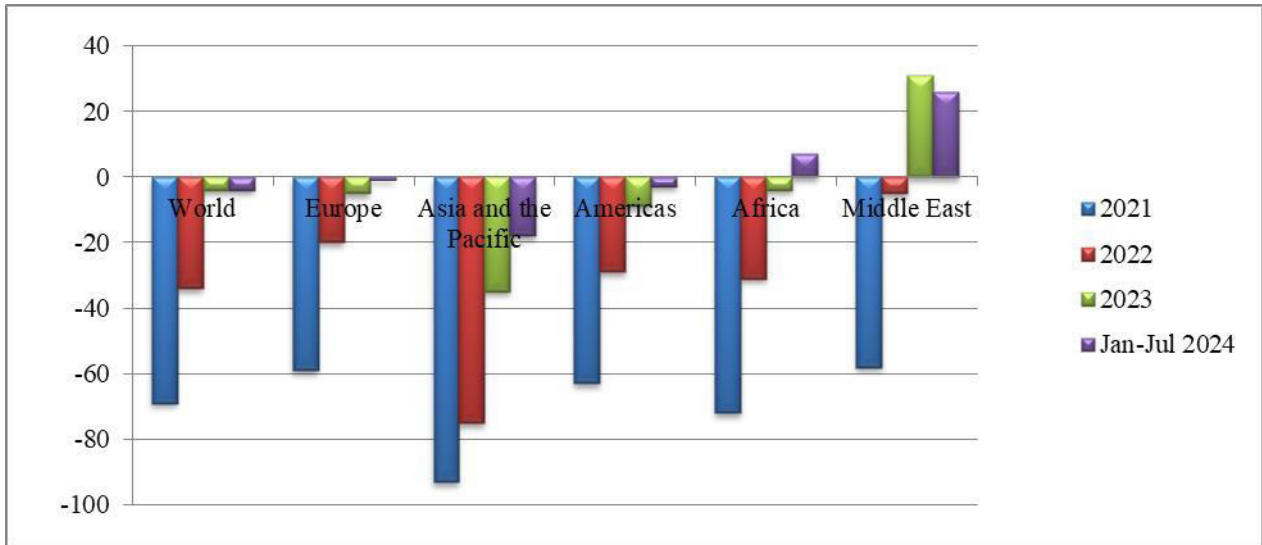


**Graphic 1. The carbon footprint of global tourism (Source: Sustainable Travel International, 2024).**

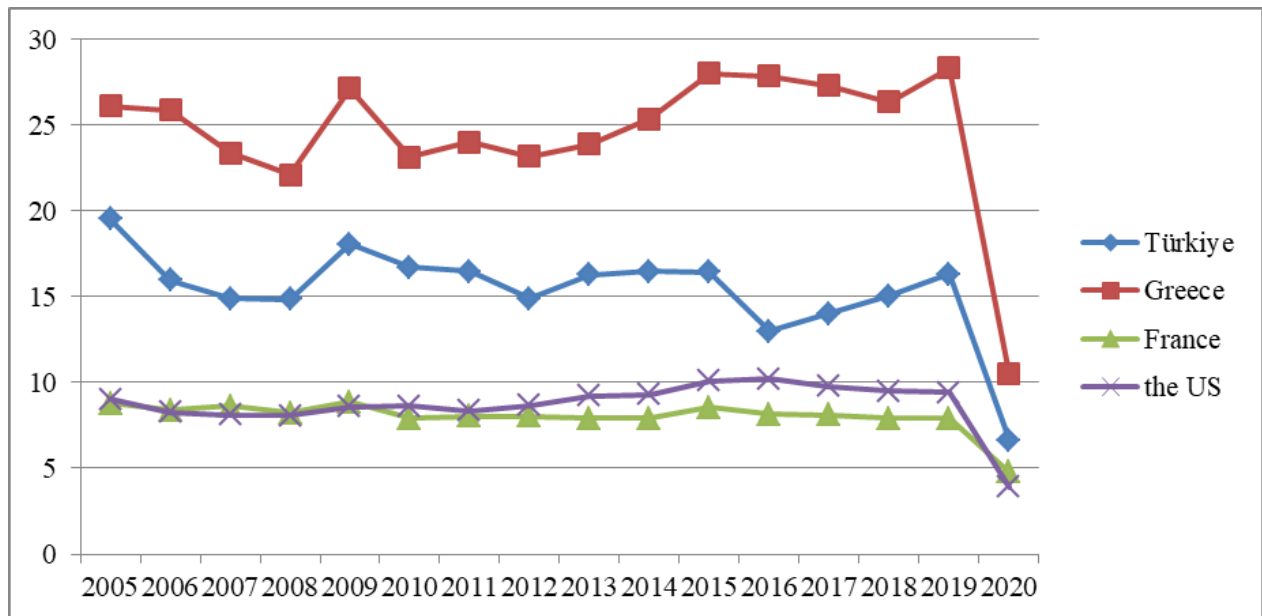
Hence, sustainable tourism comes to the fore. Sustainable tourism is tourism that is economically and socially improved without sacrificing the environment and cultural heritage. Thus, business and economic growth, environmental degradation, preservation and development, and responsibility towards society and cultural values and heritages are interdependent. Related to sustainable tourism, in recent years, responsible travel is getting more interest. Responsible travel refers to the behavior, attitude, and style of individual travelers. The behaviors of tourists provide maximum positive impact rather than negative ones in the tourism destinations they visit (GSTC, 2024).

### **3. Current Situation of International Tourism**

Globalization and improving communication technologies motivated people to travel and visit different places. In 2013, the tourism industry represented 5% of the global GDP. In that year, the tourism sector reached 30% of the world's exports of services creating 235 million jobs globally (UN Tourism, 2013). The global tourism industry continued to grow skyrocketing in a decade. While the world's international tourism receipt was 1.48 trillion dollars in 2013, it reached 1.86 trillion dollars in 2019, on the eve of the pandemic (World Bank Group Data, 2024). The tourism sector was one of the most impacted industries during the pandemic period. The contribution of travel and tourism to GDP in Europe in 2022 amounted to 579.2 billion US dollars, an increase of 40% compared to 2021 (EY, 2023b). As illustrated in Graphic 1, after the pandemic period, the tourism industry witnessed a recovery of 88% of its pre-pandemic period. 1.3 billion people travelled in 2023. Compared with the other regions, the highest recovery was recorded in the Asia region. The Middle East is the only region which exceeded the 2019 level by 22%. As the most visited region, Europe reached 94% of its 2019 value. Intraregional travel and the number of visitors from the US increased the rate. Africa also recovered by 96% of its 2019 (UNWTO, 2024).

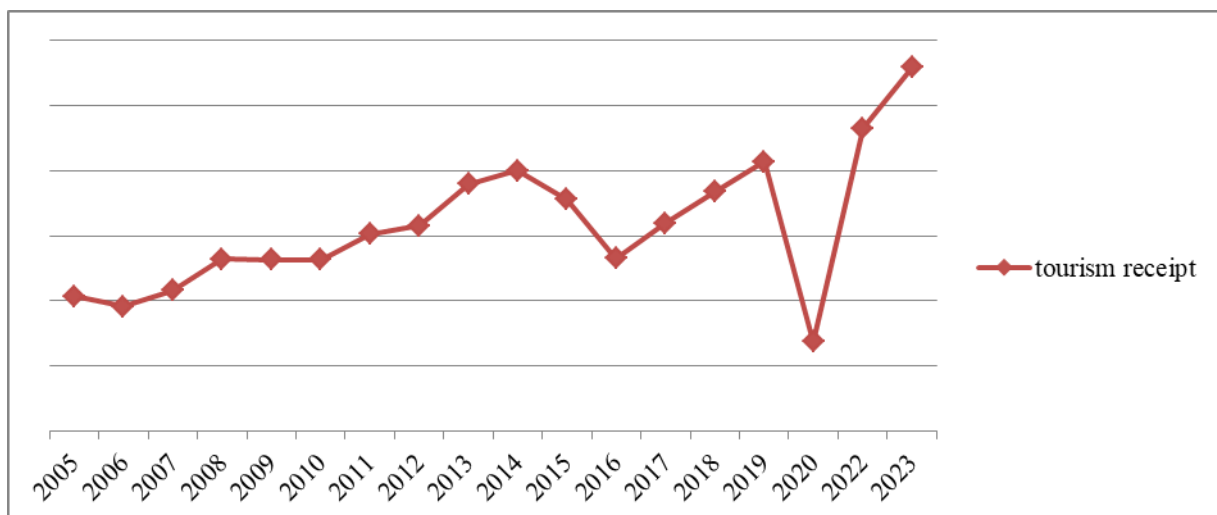


**Graphic 2. International Tourism (% change over 2019) (Source: UNWTO, 2024).**



**Graphic 3. International tourism receipt (% of total export) of selected countries (Source: World Bank Group Data, 2024).**

As seen in Graphic 3, the share of the tourism sector is higher in developing countries such as Türkiye and Greece. On the eve of the pandemic, the share of the tourism sector in total exports in Greece was 28,3% and 16,3% in Türkiye. However, the tourism sector is a fragile sector and can be affected by internal and external shocks. During the pandemic period, the tourism and transportation sectors were the sectors which were impacted the most. After the pandemic period, recovery started.



**Graphic 4. Tourism receipt of Türkiye (US dollar) (Source: World Bank Group Data, 2024; EY, 2023; TURKSTAT, 2024).**

As illustrated in Graphic 4, while tourism receipt was 20.76 billion dollars in 2005, it rose to 40.03 billion dollars in 2014. After this year, it declined to 26.5 billion dollars in 2016 since Türkiye experienced the coup attempt in that year. The following year, the tourism receipt started to increase again and reached 41.41 billion dollars in 2019. The contribution of tourism receipt to GDP in Türkiye was 2.1% in 2020, 3.7% in 2021, and 5.1% in 2022 respectively (EY, 2023a:11).

The contribution of Türkiye's tourism revenues to GDP increased from 2.1% to 5.1% during the 2020-2023 period. In Türkiye, package tour expenditures increased by 83.4%, and travel services expenditures increased by 82.1% in 2022 compared to the previous year (EY, 2023b). With its increasing performance, Türkiye's global tourism ranking has been improving year-on-year.

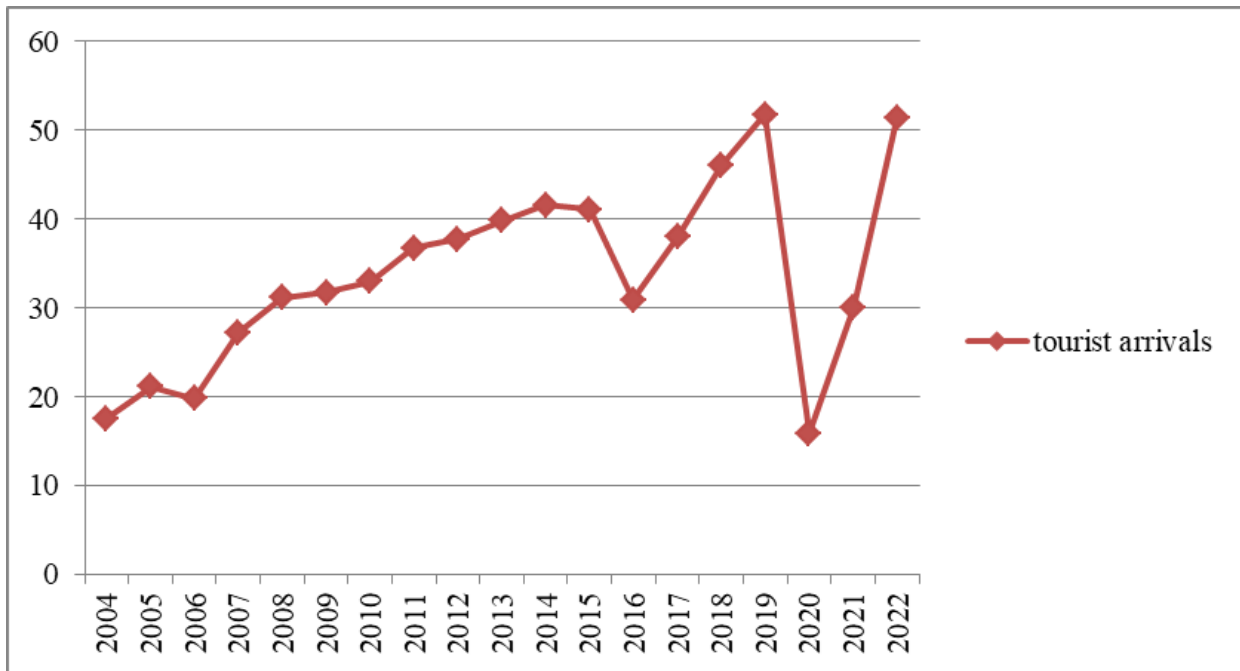
## 2. Table Türkiye's global tourism rankings (2011-2022)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Tourist arrivals	6	6	6	6	6	10	8	6	6	6	4	4
Tourism receipts	10	12	12	12	12	17	15	15	13	12	6	7

**Source:** (Presidency of Republic of Türkiye, Investment Office, 2023:10)

As illustrated in Table 2, Türkiye's tourist ranking in the world is getting higher during 2011-2022 period. While Türkiye was the 6th country in tourist arrivals in 2011-2015 period, it was recorded as the 6<sup>th</sup> in 2016. This decline is related to the coup attempt which happened on July 15<sup>th</sup>. The next year number of arrivals increased and Türkiye was ranked eighth in 2017. Like other

countries, the tourism sector was negatively affected during the pandemic, but still, Türkiye was ranked sixth in 2020 and 4<sup>th</sup> in 2021. In 2022, Türkiye was recorded as the 4<sup>th</sup> country with the number of tourist arrivals. Although Türkiye has a remarkable number of visitors, the tourism receipt is not as good as the competitor countries. According to the tourism receipt criteria, Türkiye was ranked tenth in 2011, 17<sup>th</sup> in 2016, 12<sup>th</sup> in 2020, and seventh in 2022.

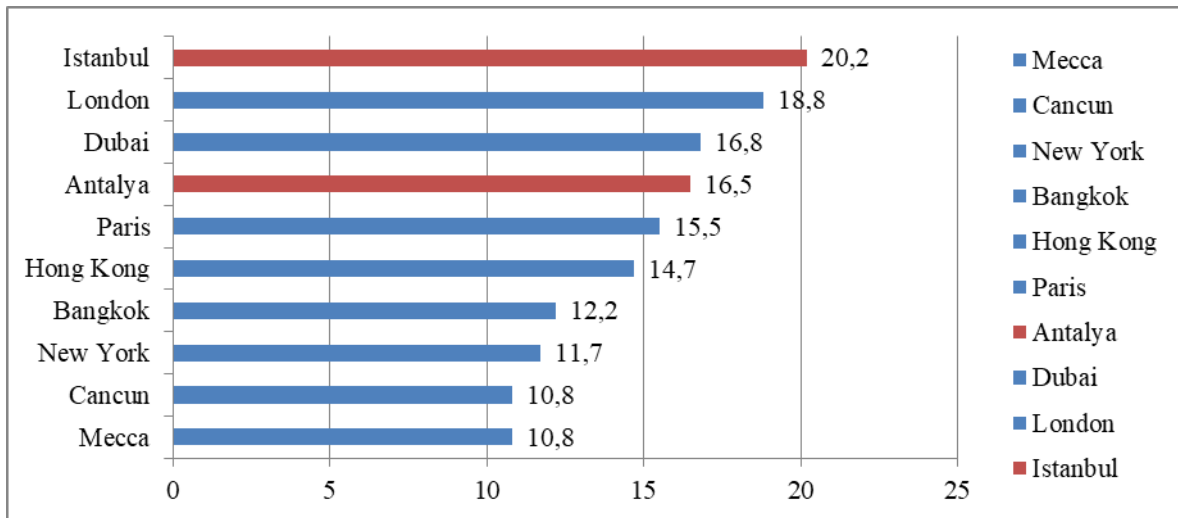


**Graphic 5. Total arrivals in Türkiye (2004-2022) (Source: UN Tourism, 2024b).**

Graphic 5 represents the total arrivals in Türkiye. The number of visitors increased steadily until 2015. In 2016, the total number of visitors declined from 41.114.000 to 30.907.000 people in 2016 due to the coup attempt occurred in that year. The next year, it started to increase again and reached to top value in 2019 with 51.747.000 visitors. However, the pandemic impacted the tourism sector in Türkiye severally and fell the number of arrivals to 17.894.000 visitors in 2020. In 2022, it was recorded as 51.388.000 people.

After the pandemic, in 2022, France hosted the highest number of tourists with 79.4 million people. Spain followed France with 71.7 million visitors. The US came third with 50.9 million tourists and Türkiye was the fourth most visited country in the world with 50.5 million visitors (Presidency of the Republic of Türkiye Investment Office, 2023:7). In 2023, the number of visitors was 56.693.000 and total revenue from the tourism industry of Türkiye was recorded as 55.875 billion dollars. The number of visitors was 57.077.441. The average tourism expenditure

per capita was estimated as 979 dollars. After the winter, in the second quarter of 2024 covering April, May, and June of 2024, tourism income increased by 11.8% (TURKSTAT, 2024).



**Graphic 6. Top 10 cities in arrivals (2023, million people) (Source: Presidency of Republic of Türkiye, Investment Office, 2023:9).**

As shown in Graphic 6, Istanbul was the top city which attracted 20,2 million people in 2023, 26% more than the previous year. London follows Istanbul with 18,8 million visitors. In the top ten list, Antalya was recorded as the fourth greatest destination of the arrivals with 16,5 million people with 29% growth year-on-year. The highest number of visitors came from Russia with 6.313.675 visitors in 2023. Germany followed Russia with 6.193.259 visitors. The UK was ranked as the third country with 3.800.922 visitors (Presidency of Republic of Türkiye, Investment Office (2023:9, 16)

#### 4. Sustainable Tourism in Türkiye

Despite this remarkable performance, according to the Travel & Tourism Development Index (TTDI)<sup>1</sup>(2024), Türkiye ranked 29th. As illustrated in Table 3, the US was ranked as the 1st. Spain and Japan followed the US respectively. According to Table 3, the lowest score is given to

<sup>1</sup> World Economic Forum initiated the Travel and Tourism Competitiveness Index in 2007. This index is targeted to measure the performance and attractiveness of developing trade relations in the travel and tourism sectors. The Travel and Tourism Competitiveness Index ranks the countries with scores from 1 to 6 according to the performances of the subindexes which are composed of natural resources, cultural and human resource performance as well as regulatory framework, business environment, and infrastructure for qualified travelling and tourism activities. Since 2021, the Travel and Tourism Development Index (TTDI) has been published as an evaluation of the travel and tourism competitiveness performance of countries. In the report, environmental and social sustainability are also evaluated.

T&T demand sustainability. Besides, tourism services and human resource quality are not satisfactory. Since these subindexes are low, the business environment was not graded with a good score. The highest rate was recorded in the importance of T&T, ICT applications, and price competitiveness respectively.

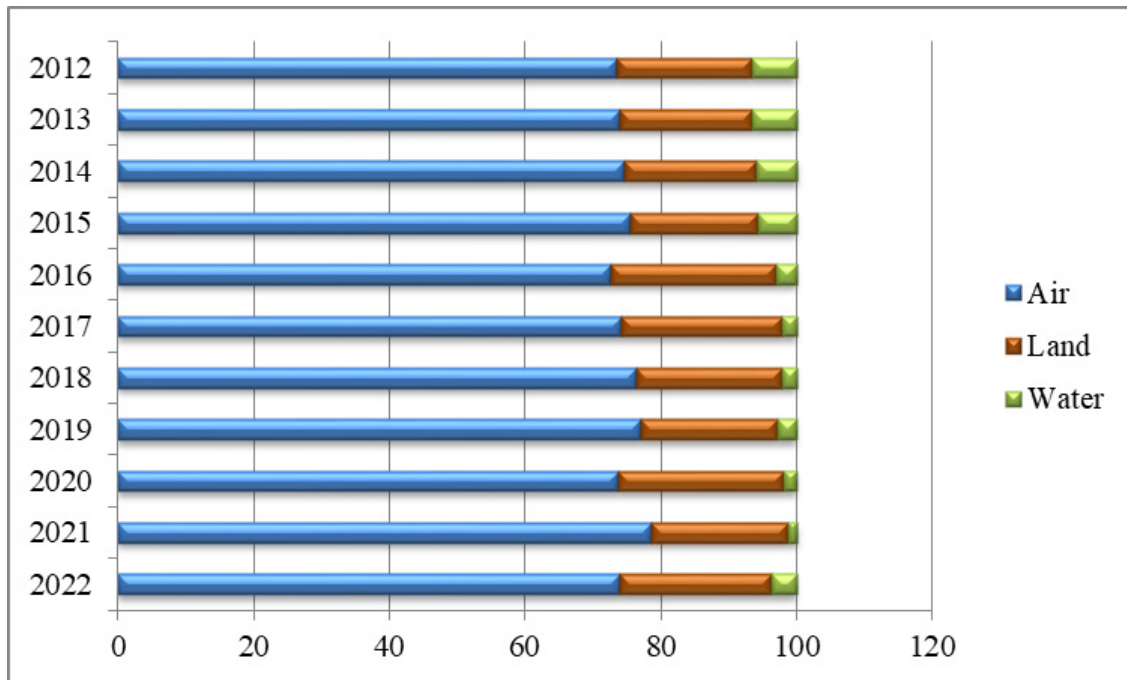
**3. Table Travel & Tourism Development Index (TTDI) of selected countries**

Country	TTDI rank	Tourism & Travel Ecosystem					T&T Conditions			Infrastructures&services			T&T resources			T&T sustainability		
		Business Environment	Safety & Security	Health & Hygiene	Human resource	ICT Applications	Importance of T&T	Openness to T&T	Price competitiveness	Air transport	Port Infrastructure	Tourist services	Natural resources	Cultural resources	Non-leisure resources	Environmental sustainability	Socioeconomic effects	T&T demand sustainability
Türkiye	29	3,55	4,96	4,85	3,52	5,29	6,12	4,16	5,19	5,49	3,72	3,4	3,49	4,96	4,23	4,18	4,32	3,1
US	1	5,71	5,36	5,56	5,16	6,32	4,94	4,78	2,59	6,15	4,42	5,46	6,23	5,06	6,63	4,94	5,03	4,83
Spain	2	4,92	6,14	5,99	4,75	6,05	5,73	5,01	3,6	6,06	4,92	5,46	4,95	6,64	4,81	5,39	4,25	3,34
Japan	3	5,38	5,98	6,23	4,9	6,03	4,78	4,06	4,34	5,34	6,08	2,93	5,11	6,71	5,93	5,2	4,57	3,02
France	4	5,35	5,78	6,2	5,02	6,22	4,93	4,75	3,18	5,49	5,31	5,03	5,41	6,25	5,07	5,89	3,15	3,22
Germany	6	5,58	5,75	6,86	5,09	6,12	5,19	5,05	3,65	5,35	5,34	3,56	3,47	6,27	5,27	5,62	3,41	3,35
UK	7	5,62	5,57	5,43	4,97	6,16	4,17	4,96	2,74	5,85	5,13	4,07	3,96	5,83	6,22	5,74	4,15	3,78
Italy	9	4,89	5,79	5,88	4,68	5,85	5,23	4,8	3,15	5,24	4,79	4,6	5	6,74	4,23	5,37	3,46	3,53
Greece	21	4,47	5,3	6,34	4,32	5,85	5,43	4,8	3,16	5,52	3,73	5,96	3,03	3,01	3,33	5,23	4,29	3

**Source:** (World Economic Forum, 2024:35, 37)

Although Türkiye shows remarkable performance in global tourism performance, there are some problematic points in sustainable tourism activities. As expressed above, transport is one of the main polluters of the tourism sector. According to Graphic 7, arrivals in Türkiye are mostly done by air transport and marine transport is getting less. While air transport was 73.5% and marine transport was 6.7% in Türkiye, in a decade, air transport was 73.9% and water transport was 3.8%. Land transport, the most pollutive transport means, increased from 19.8% in 2012 to 22.3% in 2022.





**Graphic 7. Arrivals in Türkiye by Transportation Mode (Source: UN Tourism, 2024b).**

### **5. Challenges and Policy recommendations for sustainable tourism in Türkiye**

The fact is that achieving a balance between economic growth and environmental conservation needs efforts of government, local entities, private sector representatives, travel agencies, and residents. The quality of services should have both sustainability and integrity. The insufficient regulatory framework, lack of awareness of stakeholders, and lax enforcements are some of the common problems of the sustainable tourism sector (European Commission, 2003). The challenges and policy recommendations for a sustainable tourism industry in Türkiye are as follows (Gupta, et al., 1243-1244; authors' own evaluations):

1. Sustainable tourism is related to quality rather than quantity. Quality awareness of tourists is also a critical point for sustainable tourism. Competitiveness for sustainability and quality are also important to reach a better level of sustainability. The higher the quality, the lower the amount of funds to be allocated to alleviate the negative impacts on the environment. In turn, it will bring resource efficiency.
2. Mass tourism can cause additional challenges in the areas such as Bodrum, Antalya, or Istanbul. In every area, there are unique challenges. Thus, instead of launching general precautions, in every place, problems should be identified individually and policy implementations should be launched accordingly.

3. Overcrowding areas and spatial concentrations should be under control. Especially historical places should be protected and crowds should be organized for visits. Any damage by walking, touching, or flashing by taking photos should be banned.
4. Unsustainable tourism consumption is one of the most important challenges of sustainability. Responsible tourism and being aware of sustainability are critical. Hence, tourist behaviors, production related to the tourism industry, and consumption patterns should be reorganized.
5. Tourists' behaviors directly influence the level of environmental degradation. The education level, cultural background, and personality of tourists are basic determinants of the tourists' behaviors. Understanding the factors that affect the decisions and preferences of tourists will support choosing the correct sustainable policies.
6. Travel patterns should be sustainable. Electrical vehicles or railways within the region should be preferred to air or land transport with conventional vehicles.
7. All parties should be involved in the sustainability processes such as the government, all stakeholders, local authorities, and residents to motivate the industry forward and to overcome the lack of coherence among the stakeholders.
8. Residents should be involved in all processes. Socially responsible and competitive tourism enterprises should cooperate with the residents. This will provide both employment opportunities in the sector for local communities and social integrity for sustainable tourism.
9. In many famous tourist centers, communities do not want to host tourists anymore since they dirt the environment and they cause excessive traffic jams. Sustainable tourism encourages active community involvement. Community-based tourism initiatives can have more effective strategies to get both economic benefit and environmental quality by distributing fair and equal benefits among the local residents. Particularly in the rural regions for agricultural activities village houses can be used for accommodation. This will provide both accommodation facilities and extra income for rural people.
10. Tourist and city dwellers' education programs can be effective in changing the behaviors of both parties to handle responsible attitudes.
11. The integration technology can be very helpful. For example, smart destination management systems monitor and optimize tourist flows and compensate the number of people.

12. To have a sustainable tourism sector, the government and private sector should work together. They should be aware of the need for comprehensive policies that support balancing financial benefit from the tourism sector and environmental protection. In this vein, the current policies and measures should be reviewed and assessed and extra measures and policies should be launched.

13. Less pollutive subsectors such as health tourism or cruise tourism can be supported in Türkiye. In the first half of 2023, 746,290 people visited Turkey for health services. The income from health tourism reached 1 billion 33 million US dollars. According to TÜRSAB Türkiye hosted more than 1.8 million health tourists in 2023, an increase of approximately 30% compared to the previous year. In 2022, there was an 88% increase in health tourism compared to 2021, and this was reflected in a 23% increase in health services income. While

2.12 billion US dollars in income was generated in 2022, 1 million 258 thousand 382 visitors received healthcare services in Turkey. Türkiye has also become one of the leading countries in cruise tourism, a less pollutive tourism segment. Aside from health tourism, more than 483 thousand people visited Türkiye by cruise in the first half of 2023. During this period, the number of cruise ships docking at the ports increased by 32% (420 ships) and the number of passengers increased by 107% (31,057 passengers) compared to the same period last year. Kuşadası was the province where the most cruise ships docked with 191 voyages and hosted 258,719 visitors. Kuşadası was followed by Galataport (Istanbul) with 115 thousand 760 visitors and 72 flights (EY, 2023b).

14. The fact is that the tourism sector does not have resilience to various crises such as natural disasters, pandemics, and climate changes. Sustainable tourism also involves these problems. A sustainable approach to enhance the resilience of the tourism sector should be improved by minimizing negative impacts and improving adaptability.

15. Although sustainable tourism seems as if it needs national policies, it is actually a global concern. Thus, not only local entities but also the international community and governments should cooperate in this process.

16. Direct financial precautions such as higher entrance fees, and limiting the number of visitors would provide limited support. In recent years, some countries such as the Balearic Islands initiated tourism taxes to control excessive demand (EU Commission, 2023). In Italy,

to drive the historical city center, tourists need to pay the fee. In some very crowded places such as Sultanahmet historical peninsula or Efes Türkiye can initiate such fees.

17. Environment awareness in different sectors also contribute to have a sustainable tourism sector in Türkiye. The first lady of Türkiye, Mrs. Emine Erdoğan initiated the “zero waste management” project. The project has been very successful in consuming less plastic bag or packets. These social projects can be increased to have a sustainable environment in Türkiye.

## **6. Conclusion**

Although tourism is one of the locomotive sectors for both developed and developing economies, there is a common belief that the tourism industry has devastating effects on the environment. In recent years, there has been an improving awareness of the sustainability of nature in all sectors. The tourism sector is not exceptional. Sustainable tourism has come to the forth in all countries which have the tourism income takes a great proportion in their GDP. Contrary to popular belief, tourism can play a constructive role in fostering environmental protection and conservation of cultural heritage and historical monuments.

Türkiye, as one of the most important tourism destinations in the world, has been generating significant income from the tourism sector for many decades. Türkiye is also trying to take important steps in sustainable tourism in order to have a preserved environment, and historical and cultural heritage to leave them to future generations. There are responsibilities of the state, local governments, and society for the sustainability of the environment. If these responsibilities are fulfilled carefully, Türkiye will continue to generate income from the tourism sector for many years and will have the opportunity to leave a livable environment and perfectly protected historical and cultural heritage for future generations.

## **References**

- European Commission (2003). Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions - Basic orientations for the sustainability of European tourism [SEC(2003) 1295]. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52003DC0716>
- EY (2023a). Tourism update 2023 Türkiye and İstanbul. [https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/tr\\_tr/pdf/ey-tourism-market-overview-2023-v22.pdf](https://assets.ey.com/content/dam/ey-sites/ey-com/tr_tr/pdf/ey-tourism-market-overview-2023-v22.pdf)
- EY (2023b). EY Turizm Sektörü Değerlendirmesi 2023 raporu yayımlandı, 1 Kasım 2023. [https://www.ey.com/tr\\_tr/newsroom/2023/11/ey-turizm-sektoru-2023-degerlendirmesi-raporu-yayimlandi](https://www.ey.com/tr_tr/newsroom/2023/11/ey-turizm-sektoru-2023-degerlendirmesi-raporu-yayimlandi)
- Global Sustainable Tourism Council (GSTC) (2024). What is Sustainable Tourism? <https://www.gstcouncil.org/what-is-sustainable-tourism/>

- Gupta, R., Mondal, M.E.A., Janardhan, M., Kumawar, H., & Shekhar, C. (2024). Sustainable tourism development: Balancing economic growth and environmental conservation. *Migration Letters*, 21(S7), 1240-1253.
- Lenzen, M., Sun, Y-Y., Faturay, F., Ting, Y-P., Gershke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8, 522-528.
- Presidency of Republic of Türkiye, Investment Office (2023). Tourism sector in Türkiye.
- TURKSTAT (2024). Tourism Statistics, Quarter II: April-June, 2024.  
<https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tourism-Statistics-Quarter-II:-April-June,-2024-53658&dil=2>
- Sustainable Travel International (2024). Carbon footprint of tourism.  
<https://sustainabletravel.org/issues/carbon-footprint-tourism/>
- Statista (2024). Distribution of carbon dioxide emissions produced by the transportation sector worldwide in 2022, by sub-sector. <https://www.statista.com/statistics/1185535/transport-carbon-dioxide-emissions-breakdown/#:~:text=The%20global%20transportation%20sector%20is,percent%20of%20global%20transportation%20emissions.>
- TRT Haber (2021). İklim değişikliği caretta caretta ları tehdit ediyor.  
<https://www.trthaber.com/haber/bilim-teknoloji/iklim-degisikligi-caretta-carettalari-tehdit-ediyor-570678.html>
- UN Tourism (2024a). Sustainable development. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- UN Tourism (2024b). 145 key tourism statistics. <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>
- UNWTO (2024). International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024, 20 September 2024.  
<https://www.unwto.org/news/international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024>
- World Bank Group Data (2024). International tourism data (% of total export)  
<https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.XP.ZS?locations=TR>

World Bank Group (2017). 20 Reasons Sustainable Tourism Counts for Development.

<https://documents1.worldbank.org/curated/en/558121506324624240/pdf/119954-WP-PUBLIC-SustainableTourismDevelopment.pdf>

World Economic Forum (2024). Travel & Tourism Development Index 2024- Insight Report, May 2024.

[https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Travel\\_and\\_Tourism\\_Development\\_Index\\_2024.pdf](https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf)

World Tourism Organization (UNWTO) (2016). International Year of Sustainable Tourism for Development 2017. <http://www.tourism4development2017.org/about/>

## ALBANIA TOURISM MARKETING STRATEGIES-7P-7C

**Prof. Dr. Emel GÖNENÇ GÜLER**

Trakya University, Türkiye, emelgguler@yahoo.com – ORCID ID:0000-0002-3214-0206

### **Abstract**

Tourism has become a critical sector in Albania's economy, contributing significantly to GDP and employment. However, in order for Albania to compete effectively on the global stage, it needs to implement comprehensive and strategic marketing approaches. This paper explores the application of the 7P and 7C frameworks in developing robust tourism marketing strategies for Albania. These models offer a structured approach to evaluating and enhancing the various aspects of Albania's tourism sector, from product development to customer engagement. Albania, a country rich in history, culture, and natural beauty, has emerged as a promising tourism destination in the Balkans. To fully realize its tourism potential, Albania must adopt effective marketing strategies. Albania's tourism marketing strategies are 7Ps (Product, Price, Place/Distribution, Promotion, People, Process And Physical Information and 7Cs (Customer Value, Cost To Customer, Convenience, Communication, Customer Consideration, Coordination And Confirmation) integrating the framework global tourism markets can increase competitiveness. By integrating these models, Albania can enhance its competitive edge in the global tourism market. With this study involving all stakeholders, a road map can be created on how Albania can optimize its tourism opportunities and better connect with its target audiences.

**Keywords:** Albania Tourism, Tourism marketing, 7P, 7C.

## ARNAVUTLUK TURİZM PAZARLAMA STRATEJİLERİ-7P-7C

### **Özet**

Turizm, Arnavutluk ekonomisinde GSYH ve istihdama önemli katkı sağlayan kritik bir sektör haline gelmektedir. Ancak, Arnavutluk'un küresel sahnede etkili bir şekilde rekabet edebilmesi için kapsamlı ve stratejik pazarlama yaklaşımları uygulaması gerekmektedir. Bu çalışmada, 7p ve 7c uygulamaları Arnavutluk turizm pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi kapsamında değerlendirilerek öneriler geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu modeller, ürün geliştirmeden müşteri katılımına kadar Arnavutluk'un turizm sektörünün çeşitli yönlerini değerlendirmek ve geliştirmek için yapılandırılmış bir yaklaşım sunmaktadır. Tarih, kültür ve doğal güzellikler açısından zengin bir ülke olan Arnavutluk, Balkanlar'da gelecek vaat eden bir turizm destinasyonu olarak ortaya çıkmıştır. Arnavutluk'un turizm potansiyelinin tam anlamıyla hayata geçirebilmesi için etkili pazarlama stratejileri benimsemesi gerekmektedir. Arnavutluk'un turizm pazarlama stratejilerinin 7P (ürün (product), fiyat (price), yer/dağıtım (place), tanıtım/tutundurma (promotion), insanlar (People), süreçler (process) ve fiziksel kanıtlar (physical evidence) ve 7C (müşteri değeri (customer value), müşteriye maliyet (cost to customer), uygunluk (convenience), iletişim (communication), müşteriye dikkate alma (consideration), koordinasyon (coordination) ve teyid (confirmation)) çerçevesinde entegre edilmesi küresel turizm pazarındaki rekabet gücünü artırabilir. Bütün paydaşların yer aldığı bir çalışma ile Arnavutluk turizm olanaklarını nasıl optimize edebileceğine ve hedef kitleleriyle nasıl daha iyi bağlantı kurabileceğine dair bir yol haritası oluşturulabilir.

**Anahtar Kelimeler:** Arnavutluk Turizmi, Turizm pazarlaması, 7P, 7C.

## Giriş

Arnavutluk, her geçen yıl arttırdığı ziyaretçi sayısı ile Avrupa'da en çok ziyaret edilen ülkeler arasında yer almaktadır (UNWTO Tourism Statistics, 2023). Bu durum, zengin kültürel mirası, doğal güzellikleri ve misafirperverliği ile dikkat çeken Arnavutluk'un sürdürülebilir turizm pazarlama stratejisi geliştirmesini gerekli kılmaktadır.

Arnavutluk'ta turizm pazarlamasında 7P (ürün (product), fiyat (price), yer/dağıtım (place), tanıtım/tutundurma (promotion), insanlar (People), süreçler (process) ve fiziksel kanıtlar (physical evidence) ve 7C (müşteri değeri (customer value), müşteriye maliyet (cost to customer), uygunluk (convenience), iletişim (communication), müşteriye dikkate alma (consideration), koordinasyon (coordination) ve teyid (confirmation)) karmasının uygulanması, destinasyonun turistler tarafından tercih edilmesi ve rekabet gücünün artırılması açısından önemlidir. 7P ve 7C pazarlama karması, turizm destinasyonlarının pazarlama stratejilerini geliştirmelerine yardımcı olurken, müşteri deneyimini optimize etmek ve marka bilinirliğini artırmak için değişik açılardan yaklaşımı da içermektedir.

Bu çalışma, Arnavutluk mevcut ve potansiyel bütün turizm olanaklarını ortaya çıkararak, katma değer yaratarak, hedef kitleleriyle daha etkili iletişim kurarak, sürdürülebilir pazarlama stratejileri belirlemeye temel oluşturması amacını taşımaktadır. Çalışmada, genel olarak Arnavutluk turizm potansiyeli ve 7P ve 7C pazarlama kavramları ayrıntılı bir şekilde ele alınmıştır.

### 1. Genel Olarak Arnavutluk Cumhuriyeti

Avrupa'nın güneydoğusunda, Balkan yarımadasının batısında yer alan Arnavutluk, kuzey ve kuzeydoğuda Karadağ (172 km), Kosova (115 km), doğuda Makedonya (151 km), güney ve güneydoğuda Yunanistan (282 km) ile komşudur (Harita1). Adriyatik Denizi ve İyon Denizi'ne 362 kilometre sahil şeridi olan ülkenin %70'i dağlıktır ve yerleşime açık değildir. En yüksek dağı 2.753 metre yüksekliğine sahip Makedonya Cumhuriyeti sınırında bulunan Korab Dağı'dır. Arnavutluk yoğun bir hidrografik ağ ve zengin su kaynaklarına sahiptir. En önemli nehirler Drin, Buna, Mat, İşmi, Erzen, Shkumbin, Seman, Vjosa, Kalasa, Bistrica, Pavlla'dır (Özey, 2021). Ülke ılıman deniz ve kara iklimlerine sahiptir. Kışı soğuk, bulutlu ve yağışlı geçer. Yazı ise sıcak ve yer yer yağmurludur. Arnavutluk İstatistik Kurumunca 2021 yılı verilerine göre 2.829.741 olarak açıklanan nüfus, yaşlanma oranındaki artış ve göç nedeniyle azalma eğilimindedir. Nüfusun yarıya yakını başkent Tiran (%32.2), Durres (%10.3) ve Fier



(%10.1) şehirlerinde yaşamaktadır. Arnavutluk ekonomisi daha çok maden üretimine ve sanayiye dayanır. Bir miktar petrol ve doğal gaz çıkarmaktadır. Arnavutluk krom, linyit, nikel, bakır, demir, kükürt, çinko, kurşun ve boksit madenleri açısından zengindir (Albania, Resmi İnternet Sayfası, (2024, Eylül,13) <https://albania.al/> ).



**Harita 1.** Balkanlarda Arnavutluk Haritası

**Kaynak:** Arnavutluk Haritası:(2024).

## 2. Arnavutluk Turizm Potansiyeli

Arnavutluk, son yıllarda alternatif turizm potansiyelini artırarak Adriyatik ve İyon Denizi'ne kıyısında bulunan özellikle Berat, Saranda, Durres ve Vlora gibi şehirlerinde yer alan plajları, berrak suyu ve doğal güzellikleriyle turistleri cezbetmektedir. Arnavutluk, çeşitli medeniyetlerin izlerini taşıyan zengin bir tarih ve kültürel mirasa sahiptir. Berat ve Gjirokastër gibi şehirler, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer almakta ve tarihi yapılarıyla dikkat çekmektedir. Arnavutluk'ta Alpler'den Akdeniz kıyısına kadar uzanan çeşitli doğal ve ekolojik alanlar bulunmaktadır. Theth ve Valbona gibi bölgeler, trekking, dağcılık ve doğa yürüyüşleri gibi etkinlikler için popülerdir. Arnavutluk, dünyanın her yerinden gelen turist sayısında sürekli bir artış yaşamaktadır (Kaduku, 2013:46).

Özellikle yaz aylarında Adriyatik ve İyonya Denizi kıyıları turistlerin en çok tercih ettiği yerler olmaktadır. Arnavutluk, dağlar, göller ve doğal parklar, trekking, kampçılık, dağ bisikleti gibi macera turizmi ve eko turizm aktiviteleri için de uygun alanlar sunmaktadır.

Arnavutluk, farklı kültürlerle sahip mutfak zenginliğine de sahiptir. Arnavut mutfağı, Balkan bölgesindeki diğer ülkelerle benzerlik gösterse de Akdeniz mutfağının etkilerini daha fazla taşımakta, yerel ve taze malzemelerle hazırlanmış özgün lezzetler sunmaktadır. Başlıca gastronomi ürünleri arasında; Samsa, Elbasan Tava, Pırasa Böreği, Pulepetka, Arnavut Ciğeri

ve Petla bulunmaktadır. Turistler tarafından tercih edilen, katma değeri yüksek yemek turları, yerel restoranlar ve pazarlar zengin çeşitlilik barındırmaktadır.

Arnavutluk, 362 km sahil uzunluğu, etkileyici mimarisi ve kültürel mirası, dağ manzaraları, orman ve nehirleri ile hem deniz, kum, güneş turizmi hem de alternatif turizm açısından kayda değer oranda zengin bir turizm potansiyeline sahiptir. Ülkedeki turizm gelirlerinin GSMH'daki yeri her geçen gün artış göstermektedir (Burlea-Schiopoiu & Ozuni, 2021).

Arnavutluk, zengin kültürü, köklü tarihi, farklı mimarisi, harika doğası ile yıl boyunca dünyanın her yerinden çok sayıda turist çekmektedir. Ülkeye hava, kara ve deniz yoluyla ulaşım yapılabilmektedir. Havayolu ile en rahat ve konforlu ulaşım Tiran uluslararası havalimanı ile yapılmaktadır. 2021 yılında Arnavutluk'u ziyaret eden turist sayısı 2020 yılına göre %114 artış göstermiştir. Ülkeyi ziyaret eden yabancı turist sayısı 2022 yılında 5,7 milyona ulaşmıştır. Ülkeye en çok yabancı turist, sırasıyla Kosova (2,6 milyon), Kuzey Makedonya (560.213), İtalya (354.370), Karadağ (319.770), Yunanistan (276.915) ülkelerinden olmuştur. 2023 yılında ise Arnavutluk'u ziyaret eden turist sayısı ülke nüfusunun (2.832.439) yaklaşık dört katı 10.100.000 kişi olmuştur (UNWTO Tourism Statistics, 2023).

Arnavutluk, renkli binaları, tarihi çarşı pazarları ve canlı kültürel ortamıyla başkent Tiran olmak üzere tarih ve kültür turizminde önemli destinasyonlar sunmaktadır. Tiran merkezde yer alan **İskender Bey Meydanı/Heykeli**, ulusal tarih müzesi, Tiran'ın 20 kilometre kuzeyinde bulunan **Akçahisar kalesi** Arnavutluk'un Osmanlı'dan kopan son toprak parçası olmasıyla da ayrı bir önem taşımaktadır. UNESCO Dünya Miras Listesi'ne adını altın harflerle yazdıran **Berat kenti Mangalem bölgesi** ise 2400 yıllık geçmişini yansıttığı taş duvarlı evleriyle ziyaretçileri etkilemektedir. Arnavutluk'un kuzeybatısında, İşkodra şehrinde bulunan **Rozafa Kalesi**, Drin ve Bojana nehirlerinin çevrelediği 130 metre yüksekliğiyle şehre hakim durumdadır. Ülkenin bilinen en eski yerleşim yeri olan **Apollonia harabelerine** Fier kenti üzerinden ulaşılmakta ve fotoğraf tutkunları için tavsiye edilen yerler arasında yer almaktadır. **Llogara Geçidi ve Milli Parkı** da ülkenin manzarasını seyretmek için mükemmel bir ziyaret noktasıdır.

**Theth'i** Arnavutluk'ta mutlaka görülmesi gereken yerlerdendir. Arnavutluk dağlarının eteklerinde yer alan bu yerleşim yeri turistlerin tercih ettiği yerlerin başında gelmektedir. Kilitli kule evleri ve Grunas Şelaleleri'ni içinde barındırmaktadır. **Komani Gölü** ülkenin en muhteşem doğasına sahip göllerinden biridir. Göl, zengin ekosistemleri, temiz su kaynakları ve çevresindeki doğal güzelliklerle ziyaret edenleri hayran bırakmaktadır. Burada düzenlenen feribot turları ile nehir üzerinden göle ulaşılabilen ve büyüleyici doğa manzarası bu nadir

nehri içerisinden izlenebilmektedir (Arnavutluk Gezilecek Yerler (2024, Eylül, 21) <https://gezibak.com/arnavutluk-gezilecek-yerler/2022>). Arnavutluk festival turizminde de önemli potansiyele sahiptir. Pagan Yaz Festivali (14 Mart), Gjirokaster Uluslararası Sanatsal Müzik Festivali, Kenga Magjike (Sihirli Şarkı) Müzik Festivali bunlardan bazılarıdır.

Arnavutluk'ta merkez ve yerel yönetimlerin turizm altyapısını geliştirmek amacıyla otel, restoran ve ulaşım tesisleri gibi yatırımlara teşvikler sunması ve sektörü geliştirmek amacıyla politika ve stratejiler oluşturması özellikle dikkat çekmektedir. Bu faktörler, Arnavutluk'un turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmakta ve ülkenin uluslararası turizm pazarındaki konumunu daha da güçlendirmektedir.

### **3. Arnavutluk Turizm Pazarlama Stratejisi: 7P ve 7C Pazarlama Karması**

Turizm pazarlaması, turistik bir yöre veya işletmenin, turistlerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için ortam geliştiren, talebi araştıran, hedef kitle seçen ve tutundurma stratejileri uygulayan bir süreçtir. Turizm pazarlamasının temelini oluşturan pazarlama karması ise “işletmelerin hedef pazarlarındaki satışlarını belli seviyede tutmak için kullandıkları pazarlama değişkenlerinin karması” şeklinde tanımlanmaktadır (Kotler,2003).

Pazarlama karması, misafir istek ve ihtiyaçlarının karşılanması amacı ile yapılan tüm pazarlama faaliyetlerinin bileşkesidir. Pazarlama karması konusu ile ilgili verilecek kararlar, misafir tatmini, otel işletmelerinin karlı bir biçimde işlevselliği ve turizm işletmelerinin varlıklarını devam ettirebilmeleri açısından önemlidir. Misafir istek ve ihtiyaçlarının karşılanması ve misafir memnuniyeti oluşturulmasında, doğru pazarlama karması unsurlarına karar verilmesi hayati derecede önemlidir. Pazarlama karmasıyla ilgili kararlar otel işletmelerinin başarısının temel unsurudur (Çakıcı, Atay & Harman, 2008: 72). Pazarlama yönetiminde iki ana görev bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, uygun bir pazar seçmek, ikincisi ise seçilen pazar veya pazarlara uygun pazarlama karması oluşturmaktır.

Bu bölümde, Arnavutluk turizm potansiyeli gözönüne alınarak turizm pazarlama karması olan, 7P - (Ürün, Fiyat, Yer, Promosyon, İnsanlar, Süreç, Fiziksel Kanıt) ve 7C- (müşteri değeri, müşteriye maliyet, uygunluk, iletişim, müşteriye dikkate alma, koordinasyon ve teyid)'in (Tablo 1) Arnavutluk turizm pazarlama stratejisindeki durumu ele alınmaya çalışılmıştır.

**Tablo 1.** Üretici (7P) ve Tüketici (7C) Yönlü Turizm Pazarlama Karması

Üretici Yönlü Pazarlama Karması	Tüketici Yönlü Pazarlama Karması
Ürün (Product)	Müşteri Değeri (Customer Value)
Fiyat (Price)	Müşteriye Maliyet (Cost to Customer)
Dağıtım (Place)	Uygunluk (Convenience)
Tutundurma (Promotion)	İletişim (Communication)
People (İnsan)	Müşteriyi Dikkate Alma (Consideration)
Süreç (Process)	Koordinasyon (Coordination)
Fiziksel Kanıt (Physical Evidence)	Teyid (Confirmation)

**Kaynak:** (Altunışık, 2009:25)

Geleneksel mal pazarlamasından farklı olarak geliştirilen ve hizmet pazarlamasının temelinde sunulan turizm pazarlamasında yer alan, turistik hizmet sunan ve hizmet alanlar arasında sıkı bağlar gerektiren 7P ve 7C turizm pazarlama karmasının ayrıntılı bir şekilde ele alınması, hergeçen gün turist sayısını artıran Arnavutluk açısından dikkat edilmesi gereken aşamalardır.

### 3.1. Arnavutluk Turizm Pazarlamasında 7P

Turizm pazarlama karması elemanları olan 7P, işletmeler kadar turistik destinasyonlar içinde büyük bir öneme sahiptir. Bu pazarlama elemanları, ülkelerin turist sayısını ve gelirlerini sürdürülebilir bir şekilde artırma hedefine ulaşmalarında katkı sağlamaktadır. Her bir eleman, ülkedeki turizm hizmetlerinin kalitesini artırmak ve rekabet avantajı sağlamak için stratejik olarak yönetilmelidir. Özellikle süreç yönetimi ve insan faktörü, müşteri deneyimini şekillendiren kritik unsurlardır. Turizmde turistik arz potansiyeline sahip ülkeleri, turistik ürün üretici olarak ele aldığımızda pazarlama karmasının 7P'nin önemi, ülkelerin pazarlama stratejilerini etkili bir şekilde geliştirmesine ve uygulamasına yardımcı olmasından kaynaklanmaktadır. Aşağıda 7P Arnavutluk turizm potansiyeli esas alınarak açıklanmıştır.

#### 3.1.1. Ürün (Product)

Turistik ürün, turistlerin Arnavutluk'taki seyahatleri boyunca yararlandıkları ve satın aldıkları mal ve hizmetlerin oluşturduğu deneyimlerin toplamıdır. Arnavutluk, çeşitli turist ürünleri sunmaktadır. Doğal güzellikler (Plajlar, dağlar), kültürel geziler (tarihi kalıntılar, müzeler) ve macera aktiviteleri (dağcılık, yamaç paraşütü) gibi birçok seçenek bulunmaktadır. Ayrıca, yerel mutfağı ve geleneksel el sanatlarını tanıtan ürünler pazarlama stratejisinin bir parçasını oluşturmaktadır. Turizm ürünleri, hizmetlerin ve deneyimlerin sunumunu içermektedir. Kaliteli ve özgün ürünler, müşteri memnuniyetini artırmakta ve rekabet avantajı sağlamaktadır. Arnavutluk, Adriyatik Denizi'ne kıyısı olan plajlarıyla birlikte doğa harikası yerler sunmaktadır. İskender Meydanı gibi merkezi noktalar, turistlerin ilgi alanlarını keşfetmeleri

için idealdir. Arnavutluk'un sunduğu çeşitli turistik ürünler arasında plaj turizmi, kültürel ve tarihi turlar, doğa yürüyüşleri ve gastronomi turları yer almaktadır. Örneğin, Berat ve Gjirokastër gibi tarihi şehirler dahil 7(yedi) eser UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer almaktadır (World Heritage List :(2023).

### **3.1.2. Fiyat (Price)**

Arnavutluk'a gelen turistlere sunulan hizmetlerin bedelini belirleme sürecini veya turistlerin ödemeye istekli oldukları miktarı ifade etmektedir (Sayın & Karaman, 2020: 4744). Fiyatlandırma stratejileri, hizmetin kalitesi, rakiplerin fiyatları, pazar talebi, maliyetler ve tüketici algısı gibi faktörlere dayanmaktadır. Rekabetçi fiyatlandırma, Arnavutluk'un turizm pazarındaki avantajlarından biridir. Hem yerli hem de uluslararası yatırımcılar için uygun fiyat politikaları belirlemek, turistlerin ilgisini çekmekte önemli bir rol oynamaktadır. Farklı bütçelere hitap eden konaklama seçenekleri, çeşitli fiyat segmentleriyle turist çekmeyi hedeflemektedir.

Fiyatlandırma, hedef pazarın taleplerine ve rekabet koşullarına göre belirlenmelidir. Doğru fiyatlandırma, hem kâr marjını korur hem de müşteri çekiciliğini artırmaktadır. Arnavutluk, uygun fiyatlı konaklama ve yeme içme seçenekleri sunmaktadır. Otellerin ve restoranların fiyat aralığı, Avrupa'nın diğer ülkelerine göre daha rekabetçi fiyatlar sunan Arnavutluk'ta, erken rezervasyon ve paket turlar gibi fırsatları da kullanılabilir.

### **3.1.3. Dağıtım (Place)**

Hizmetlerin sunulduğu yerden tüketiciye taşınması, iletilmesi veya sağlanması sürecidir. Dağıtım süreci, hizmetlerin müşteriye ulaştırılmasında kullanılan tesislerin, araçların, lojistik sistemlerin ve iş akışlarının yönetimini içerir. Arnavutluk'un coğrafi konumu, Balkanlar'da merkezi bir yer edinmesini sağlamaktadır. Ulaşım altyapısı (havaalanları, karayolları) ve lojistik hizmetlerin geliştirilmesi, turist erişimini kolaylaştırmakta ve turizm sezonunu uzatmaktadır. Ayrıca, popüler turistik noktalarda bilgi merkezleri ve rehberlik hizmetlerinin sağlanması faydalıdır. Turizm ürünlerinin doğru kanallar aracılığıyla ulaştırılması önemlidir. Dağıtım stratejileri, hizmetlerin erişilebilirliğini artırır ve müşteri deneyimini iyileştirmektedir. Sosyal medya kampanyaları, blog yazıları, etkileyici pazarlama ve tarihî ile kültürel etkinliklerin tanıtımı gibi çeşitli yöntemlerle Arnavutluk'un tanıtımı yapılabilir. Ayrıca, turizm fuarlarına katılmak da önemli bir yöntemdir.

### **-3.1.4. Tutundurma (Promotion)**

Hizmet pazarlamasında tutundurma, hizmetlerin tanıtımını, müşteriye ulaşımını ve hizmetlerin değerini göstermeyi içermektedir. Tutundurma, genellikle reklam, halkla ilişkiler, satış promosyonları, doğrudan pazarlama ve kişisel satış gibi çeşitli pazarlama stratejileri kullanılarak gerçekleştirilmektedir. Hizmet sektöründe tutundurma stratejileri, özellikle müşteri deneyimine odaklanarak, potansiyel müşterilerin dikkatini çekmeye ve mevcut müşterilerin sadakatini artırmaya yöneliktir (Gönenç Güler, 2009: 236).

Arnavutluk'un tanıtımında sosyal medya, dijital pazarlama, turizm fuarları ve uluslararası organizasyonlar önemli bir rol oynamaktadır. Ülkenin turistik cazibelerini ön plana çıkaran yaratıcı kampanyalar, potansiyel turistlere ulaşmayı hedeflemektedir. Etkili tutundurma teknikleri, hedef kitleye ulaşarak markanın görünürlüğünü artıracaktır. Reklam, sosyal medya, etkinlikler gibi yöntemler, müşteri bilgilendirmesi ve ilgiyi artırmada kritik rol oynamaktadır.

### **3.1.5. İnsanlar (People)**

Hizmet pazarlamasından insan, hizmeti sunan (iç müşteri) ve hizmeti karşılayan (dış müşteri) kişileri ifade eder. İç müşteri kapsamında insan ögesi; müşteri memnuniyetini sağlamak için personelin eğitimi, motivasyonu, yetenekleri, kültürünü ve tutumuna odaklanırken dış müşteri kapsamında hedef kitlenin ihtiyaçlarını, tercihlerini, davranışlarını anlamaya ve dolayısıyla en uygun pazarlama şeklini uygulamaya odaklanmaktadır (Telli, Işıkkay & Demir, 2022:80).

Turizm sektöründeki profesyonellerin eğitimi, müşteri hizmetleri kalitesini artırmaktadır. Yerel halka yönelik turizm eğitimi programları, turistlerle etkileşimde bulunacak personelin yetkinliğini artırmak için önemlidir. Turizm sektöründe insan, hizmetin kalitesinde önemli bir rol oynar. Personelin eğitimi ve müşteri ilişkileri, müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerinde doğrudan etkilidir. Turizm sektöründe çalışanlar, turistlerle etkileşimde bulunan rehberler ve yerel halk, Arnavutluk'un misafirperverliğini ve kültürel zenginliğini temsil etmektedir. Bu açıdan özellikle turizm çalışanlarının eğitimi ön planda olmalıdır.

### **3.1.6. Süreç (Process)**

Turizm pazarlamasında süreç, turistik hizmetin veya ürünün sunumundaki adımları ve işlemleri tanımlamaktadır. Hizmet sunumunun ilk etkinliğinden son etkinliğine kadar geçen süre veya katılımcıların hizmet sunumunu gerçekleştirmek için takip etmesi gereken adımlar olarak da karşımıza çıkmaktadır. Etkili bir süreç yönetimi, hizmetin başlangıcından sonuna kadar müşteri

deneyimini şekillendirmekte ve iyileştirmektedir. Aynı zamanda, hizmetlerin kusursuz ve zamanında sunulmasını sağlamaktadır. Turizm sektöründe müşteriler de süreç aşamasında yer almaktadırlar.

Hizmet sunum süreçleri, müşteri deneyimini etkileyen önemli unsurlardır. Bu aşamada, turizm hizmetlerinin sunumunda kullanılacak süreçlerin optimize edilmesi gerekmektedir. Rezervasyon sistemleri, müşteri geri bildirim mekanizmaları ve hizmet sonrası destek, müşteri memnuniyetini artırmak için kritik unsurlardır. Arnavutluk online rezervasyon sistemleri ve müşteri hizmetleri, turistlerin seyahatlerini kolaylaştırmak için gelişmiş olmalıdır. Turizm acenteleri ve yerel işletmeler, sürecin her aşamasında destek sağlamalıdır (Sayın & Kahraman, 2020:4751).

### **3.1.7. Fiziksel Kanıtlar (Physical Evidence**

Turistik mekan ve işletmelerinde somut ve görsel unsurları ifade etmektedir. Bu unsurlar, müşterilere sunulan hizmetin kalitesi, güvenilirliği ve değeri hakkında bilgi sağlar. Fiziksel ortam, ekipmanlar, işaretler, logolar, simgeler, broşürler, menüler, fiyat listeleri, personelin giyim tarzı, davranış ve iletişim şekilleri fiziksel kanıtlardan bazılarıdır (Yıldırğan & Zengin, 2014).

Müşterilerin deneyimlerini şekillendiren fiziksel unsurlar (otel dekorasyonu, broşürler, web tasarımı vb.) güvenilirlik ve marka algısını pekiştirir. Konaklama, restoranlar ve turistik tesisler gibi fiziksel alanlarda kaliteli hizmet sunulması beklenmektedir. Ayrıca, bu tesislerin tasarımı ve bakımının önemi, turistlerin yapılacak değerlendirmeleri üzerinde etkili olmaktadır. Arnavutluk'taki turistik mekanların ve işletmelerin görünümü, temizlik, konfor ve kullanılan malzemeler, kaliteli bir hizmetin kanıtıdır. Turistik yerlerde daha iyi fiziksel kanıt sağlamak, turistlerin deneyimini olumlu yönde etkilemektedir. Bu da ülkedeki turizm işletmelerinin hedef kitlelerine etkili bir şekilde ulaşmasını ve rekabetçi bir avantaj elde etmesini sağlar.

### **3. 2. Arnavutluk Turizm Pazarlamasında 7C**

Bu bölümde, Turizm pazarlamasında müşteri odaklı hareket etmenin temelini oluşturan 7C (müşteri değeri (customer value), müşteriye maliyet (cost to customer), uygunluk (convenience), iletişim (communication), müşteriye dikkate alma (consideration), koordinasyon (coordination) ve teyid (confirmation)) maddeleri Arnavutluk ülke turizmi açısından değerlendirilecektir. Arnavutluk, bu modelleri entegre ederek Turizm destinasyonuna gelen,

ziyaret eden, turistik talep oluşturan turistleri tüketici olarak ele aldığımızda 7C'nin etkisi de daha önem kazanacaktır.

### **3.2.1. Müşteri Değeri (Customer Value)**

Hizmet pazarlamasında müşterilerin bir hizmeti satın aldıklarında elde ettikleri fayda ve memnuniyetin toplamını ifade etmektedir. Müşteri Değeri, turistlerin bir hizmeti satın almayı seçmelerinde etkili olan unsurları içermekte ve genellikle müşterinin beklentilerini aşan veya karşılayan faktörlerle ilişkilendirilmektedir. Müşteriye değer sunmak, müşterinin hizmetten elde ettiği faydanın, hizmetin maliyeti veya alternatiflerle karşılaştırıldığında tatmin edici olduğu anlamına gelir (Kotler, 2003).

Arnavutluk, farklı müşteri segmentlerine hitap etme çabası içindedir. Genç gezginlerden aile tatillerine, macera severlerden kültür turizmi tercih edenlere kadar geniş bir yelpaze arz etmektedir. Müşteri ihtiyaçlarını anlamak ve buna göre stratejiler geliştirmek beklentisinde fazlasını sunmak rekabet avantajı yaratabilmektedir.

### **3.2.2. Müşteriye Maliyet (Cost to Customer)**

Müşterinin bir hizmeti satın alırken ya da kullanırken karşılaştığı toplam maliyettir ve bu maliyet, doğrudan ödeme yapılan fiyatın yanı sıra, hizmeti kullanmak için harcanan zaman, enerji, dikkat ve diğer kaynakların toplamıdır.

Turizm maliyetlerini düşürmek, özellikle fiyat odaklı turistlerin ilgisini çekmek için kritik bir unsurdur. Uygun fiyatlı hizmetler sunarak, Arnavutluk hem yerli hem de uluslararası turistleri çekebilir. Turistlerin tatil bütçeleri gözetilerek, maliyetlerin uygun düzeyde tutulması önemlidir. Rehberli turların maliyetleri, ulaşım fiyatları ve konaklama seçeneklerinin rekabetçi olması sağlanmalıdır. Turistler, karşılaştıkları hizmetten aldıkları değeri değerlendireceklerdir. Sunduğunuz hizmetlerin kalitesi ve fiyat dengesi, tatmin edici bir deneyim sunmalıdır.

### **3.2.3. Uygunluk (Convenience)**

Arnavutluk'u ziyaret eden turistlerin turistik ürüne, mekana veya hizmete erişimini kolaylaştıran ve kullanımını basitleştiren faktörlerin toplamıdır. Bu, müşterilerin ürün veya hizmeti bulmaları, satın almaları ve kullanmaları için sağlanan kolaylık düzeyini içermektedir. Uygunluk genellikle zaman, yer, maliyet ve çaba açısından değerlendirilip turistik ürüne zamanında, yerinde ve uygun maliyetli ulaşım ve erişim imkanları sağlamak temelini oluşturmaktadır. Ulaşım noktalarının, turistik yerlere yakın olması ve kolay erişim imkanı sunması, yeterince bilgilendirme levhalarının olması gerekmektedir. Rezervasyon kolaylığı,



havaalanından şehir merkezine direkt ulaşım hatları gibi ulaşım seçenekleri ve turistik yerlerin erişilebilirliği, turistlerin deneyimini artıracaktır.

### **3.2.4. İletişim (Communication)**

Turizm pazarlamasında iletişim, bir hizmetin turistlere tanıtılması, bilgilendirilmesi ve etkileşim kurulması sürecidir. Bu süreç, hizmet sağlayıcısı ve turist arasında olmakta ve turistlerin hizmeti anlamalarını, değerlerini ve taleplerini anlamak için çeşitli iletişim araçları kullanılarak gerçekleşmektedir. Hizmet pazarlamasındaki iletişim, reklamlar, satış promosyonları, halkla ilişkiler, doğrudan pazarlama, sosyal medya ve müşteri ilişkileri yönetimi gibi çeşitli yöntemlerle gerçekleştirilir.

Hedef kitle ile etkili bir iletişim kurmak, Arnavutluk'un turizm stratejisinde önemli bir yer tutmaktadır. Arnavutluk Turizm ve Çevre Bakanlığı, Ulusal Turizm Ajansı, Arnavutluk turizmini Akdeniz havzasında, Avrupa'da ve dünyada tanıtmak amacıyla sosyal medya platformları ve sanal ortamlarda kampanyalar kullanarak geniş bir kitleye ulaşılması hedeflenmektedir. Ülkeyi ziyaret eden turistlerle etkili bir iletişim kurmak için sosyal medya, e-posta bültenleri ve telefon desteği gibi yollar da kullanılmalıdır.

### **3.2.5. Müşteriyi Dikkate Alma (Consideration)**

Turizm pazarlamasında ülkeyi ziyaret eden turist odaklı bir yaklaşımı ifade eder. Bu yaklaşım, ziyaretçilerin ihtiyaçlarını, isteklerini ve beklentilerini ön planda tutmayı ve bu doğrultuda ürün veya hizmet sunmayı gerektirir. Turist odaklı yaklaşım, turist deneyimini iyileştirerek rekabet avantajı sağlayabilir ve uzun vadeli ilişkilerin gelişmesine katkıda bulunabilir. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütüne göre; Balkan ülkelerine dünyanın her yerinden gelen turistlerin seyahat nedenlerine baktığımızda, Arnavutluk'un da kültürel özelliklerini yansıtan ziyaretlerin gerçekleştiği görülmektedir. Japonya, ABD, Rusya, İskandinav ve Avrupa ülkelerinden Balkan ülkelerine gelen yüksek eğitime ve yüksek gelire sahip, orta yaş turistler kültür turizmi çerçevesinde özellikle inanç turizmi, gastronomi turizmi, alışveriş turizmini tercih etmektedirler (UNWTO Tourism Statistics, 2023). Bu turizm verileri dikkate alınarak her bir ülke profili için pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi uygun olacaktır.

### **3.2.6. Koordinasyon (Coordination)**

Bir hizmetin sunulması sürecinde farklı bileşenlerin uyum içinde çalışması anlamına gelir. Hizmetler genellikle bir dizi etkileşim ve süreç içerir, bu da birçok farklı departman, personel veya sistem arasında işbirliği ve koordinasyon gerektirir. Koordinasyon, hizmetin her

aşamasında kaliteyi, tutarlılığı ve müşteri memnuniyetini sağlamak için gereklidir. Turistlerin Arnavutluk'a olan güvenini artırmak için reklam ve tanıtım faaliyetleri düzenlenmelidir. Ayrıca, uluslararası güvenlik standartlarının karşılanması, turistlerin tercihlerinde etkilidir. Sunulan hizmetlerin ve ürünlerin tutarlı bir kalite standardı taşımaları gerekmektedir. Her ziyaretçi deneyiminden memnun kalmalıdır.

### **3.2.7. Teyid (Confirmation)**

Bir hizmetin sunulmasından sonra müşterinin memnuniyetini belirlemek için geri bildirim alınması anlamına gelmektedir. Bu geri bildirim, müşterinin beklentilerine uygun olarak hizmetin ne kadar iyi sunulduğunu değerlendirmeye yardımcı olmaktadır. Müşteri geri bildirimini, anketler, yüz yüze görüşmeler, telefon görüşmeleri veya diğer iletişim kanalları aracılığıyla elde edilebilmektedir. Turizm pazarlamasında teyit, müşterilerin hizmetlere olan güvenini artırarak onları ikna etmede kritik bir rol oynamaktadır.

## **4. Sonuç**

Arnavutluk, son yıllarda turizm sektöründe dikkat çeken bir destinasyon haline gelmiştir. Ülkenin sunduğu doğal güzellikler, tarihi ve kültürel zenginlikler, turistler için çekici bir ortam sunmaktadır. Turizm pazarlama stratejisini oluştururken "7P" (ürün, fiyat, yer, promosyon, insan, süreç, fiziksel kanıt) ve "7C" (müşteri değeri, maliyet, uygunluk, iletişim, müşteriye dikkate alma, koordinasyon, teyid) çerçevesinde uygun stratejiler geliştirmek sürdürülebilir turizm açısından faydalı olacaktır. Bu stratejiler, ülkenin doğal ve kültürel zenginliklerini daha etkili bir şekilde pazarlamak için kullanılabilir. Bu stratejiler arasında, hedef pazar belirleme, dijital pazarlama yapmak, içerik pazarlaması, ulusal ve uluslararası tur operatörleri ve seyahat acenteleri ve turizm işletmeleriyle işbirliği yapılarak tur rotalarının belirlenmesi bulunmaktadır. Hedef kitle analiz edilerek, farklı turist segmentlerine hitap eden ürün ve hizmetler geliştirilmelidir. Aileler, maceraperest gençler ve kültürel gezginler gibi gruplar için farklı pazarlama stratejileri uygulanabilir. Turistlerin konforlu bir deneyim yaşaması, Arnavutluk'un başarısı için gereklidir. Temiz ve güvenli konaklama tesisleri, ulaşım hizmetleri ve restoranlar, turistlerin memnuniyetini sağlayacak unsurlardır.

Arnavutluk, benzersiz turistik deneyimler sunarak rekabet avantajı elde etmelidir. Yerel kültür, gelenekler ve ayrıcalıklı deneyimler, diğer destinasyonlarla kıyaslandığında öne çıkmasını sağlayacaktır.

Arnavutluk'un turizm pazarlama stratejisi, 7P ve 7C modellerinin etkili bir şekilde uygulanması ile güçlendirilebilir. Doğal güzellikleri ve kültürel zenginlikleri ile bu ülke, stratejik pazarlama yöntemleri ile uluslararası turizm pazarında daha fazla yer edinme potansiyeline sahiptir. Bu stratejilerin uygulanması, Arnavutluk'un turizm sektörünü daha sürdürülebilir ve rekabetçi bir hale getirecektir.

Arnavutluk turizm destinasyonunu bölgedeki birbirine benzeyen diğer destinasyonlardan farklılaştırıcı unsurları geliştirip turistlerin Arnavut kültürünü deneyimlemeleri sağlanmalıdır. Turistlerin deneyimlerini değerlendirmek için anketler ve geri bildirim formları kullanılmalı ve elde edilen verilerle hizmet kalitesini artırmak amacıyla stratejiler geliştirilmelidir.

Uluslararası turizm fuarlarına katılım Arnavutluk'un daha geniş mecralarda tanıtılmasına ve turizmde bir marka haline gelmesine katkıda bulunacaktır. Arnavutluk'un turizm pazarını geliştirmek ve çeşitlendirmek için sürdürülebilir bütünsel bir pazarlama stratejisi oluşturulmalıdır.

## Kaynakça

- Albania, Resmi İnternet Sayfası, (2024,Eylül,13) <https://albania.al/>.
- Altunışık, R. (2009). Turizm işletmelerinde pazarlamanın temelleri ve iki farklı pencereden pazarlama yönetimi: Üretici ve tüketici bakış açısı, (Cevdet Avcıkurt, Şehnaz Demirkol ve Burhanettin Zengin(Ed.)), Turizm İşletmelerinin Pazarlamasında 7P v 7C içinde ss.7-49, Değişim Yayınları.
- Arnavutluk Gezilecek Yerler (2024, Eylül, 21) <https://gezibak.com/arnavutluk-gezilecek-yerler/2022>).
- Arnavutluk Haritası, (2024, Eylül, 21)<https://www.mapharita.com/cografya-atlasi/arnavutluk-haritasi>.
- Arnavutluk'ta turizm rekoru, (2024, Eylül,15) <https://www.balkannews.com.tr/ekonomi/arnavutluk-ta-turizm-rekoru-h7666.html>.
- Burlea-Schiopoiu, A., & Ozuni, F. (2021). The potential of Albanian tourism sector. *Sustainability*, 13(7), 3928, 1-15.
- Çakıcı, A., C., Atay, L., & Harman, S. (2008). İstanbul'da faaliyet gösteren seyahat acentalarının pazarlama karması kararları üzerine bir araştırma, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(1), 69-87.
- Gönenç Güler, E. (2009). Konaklama işletmelerinde tutundurma faaliyetleri ve Trakyadaki oteller üzerine bir araştırma. *Marmara Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17(2), 233-261.
- Kaduku, İ. (2013). Arnavutluk turizminin geçmişi, bugünü ve geleceği. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (25), 44-60).
- Kotler, P., (2003). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control*. New Jersey: Prentice-Hall International Inc, Englewood.
- Özey, R. (2021). *Balkanlar ve balkan ülkeleri coğrafyası (4. Baskı)*. Pegem Akademi.
- Sayın, K., & Karaman, A. (2020). Küçük otel işletmelerinde, yöneticilerin pazarlama karmasına yönelik tutumları: Bir uygulama. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(32), 4743-4765. <https://doi.org/10.26466/opus.731669>.
- Telli, S. G., Işıkkay, T., & Demir, C. (2022). Pazarlama yönetiminde insan faktörü: İçsel pazarlama ve iç müşteriler. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Dergisi*, 4(6), 75-96.
- UNWTO Tourism Statistics (2023), (2024,Ağustos,11), UNWTO// <http://www.unwto.org/facts/menu.html>.
- World Heritage List. (2023). (2024, Ağustos, 09). UNESCO// <http://whc.unesco.org/en/list>).
- Yıldırğan, R., & Zengin, B. (2014). Turizm ürünlerinin pazarlanmasında fiziksel kanıt stratejileri. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (2), 69-83.

## THE IMPORTANCE OF MULTI-DESTINATION TOURS IN BALKAN COUNTRIES

**Prof. Dr. Emel GÖNENÇ GÜLER**

Trakya University, Türkiye, emelgguler@yahoo.com -ORCID ID: 0000-0002-3214-0206

### Abstract

The Balkans is one of the most diverse and historically rich regions of Europe. These countries in the Balkan geography are an ideal region for multi-destination tours with their rich history, natural beauties and different cultural characteristics. Multi-destination tours are an important tourism marketing strategy that allows different countries and cultures in this region to be experienced together. Multi-destination tours offer tourists the opportunity to see more than one country or city in a short period of time. These types of tours allow tourists to have various cultural experiences, try different cuisines and discover various historical and natural beauties. In this context, evaluating the potential market in the region, determining target customer segmentation, developing and implementing sustainable marketing strategies have an important place in this process. Multi-destination tours attract the attention and preference of not only European tourists but also all tourists around the world. Multi-destination tours in the Balkans offer various advantages for both tourists and host countries. While these types of tours offer rich and diverse experiences to tourists, they make significant contributions to the regional economy and cultural interaction. In order to fully utilize the tourism potential of the Balkans and create a sustainable tourism model, it is of great importance to encourage multi-destination tours and for all city stakeholders to act jointly. In this study, the importance of marketing Balkan tours with a multi-destination concept and the contributions of such tours to regional tourism are discussed.

**Keywords:** Balkan Countries, Multi-Destination Tours, Contributions of Tourism

## BALKAN ÜLKELERİNDE ÇOKLU-DESTİNASYON TURLARININ ÖNEMİ

### Özet

Balkanlar, Avrupa'nın en çeşitli ve tarihi zenginliklere sahip bölgelerinden biridir. Balkan coğrafyasında bulunan ülkelerin zengin tarihi, doğal güzellikleri ve farklı kültürel özellikleriyle balkanlar çoklu-destinasyon turları için ideal bir bölgedir. Çoklu-destinasyon turları, bu bölgedeki farklı ülkelerin ve kültürlerin bir arada deneyimlenmesine olanak tanıyan önemli bir turizm pazarlama stratejisi olup turistlere kısa bir süre içinde birden fazla ülke veya şehir görme imkanı sunmaktadır. Bu tür turlar, turistlerin çeşitli kültürel deneyimler yaşamasına, farklı mutfaklardan tatlar denemesine ve çeşitli tarihi ve doğal güzellikleri keşfetmesine olanak tanımaktadır. Bu çerçevede bölgedeki potansiyel pazarın değerlendirilmesi, hedef müşteri segmentasyonunun belirlenmesi, sürdürülebilir pazarlama stratejilerinin geliştirilmesi ve uygulanması bu süreçte önemli yer tutmaktadır. Çoklu- destinasyon turları yalnızca Avrupalı turistlerin değil dünyadaki bütün turistlerin dikkatini çekmekte ve tercih edilmektedir. Balkanlarda çoklu-destinasyon turları, hem turistler hem de ev sahibi ülkeler için çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bu tür turlar, turistlere zengin ve çeşitli deneyimler sunarken, bölge ekonomisine ve kültürel etkileşime önemli katkılar sağlamaktadır. Balkanların turizm potansiyelini tam anlamıyla değerlendirmek ve sürdürülebilir bir turizm modeli oluşturmak için çoklu-destinasyon turlarının teşvik edilmesi ve bütün kent paydaşlarının ortak hareket etmesi büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, Balkan turlarının çoklu-destinasyon konseptiyle pazarlanmasının önemi ve bu tür turların bölge turizmine katkıları ele alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Balkan Ülkeleri, Çoklu-Destinasyon Turları, Turizmin Katkıları

## Giriş

Balkan ülkeleri, her geçen yıl turizm sektörü açısından önemli bir gelişme göstermektedir. Balkanlar, zengin tarihi, sosyo-kültürel mirası, doğal güzellikleri ve çeşitli turistik cazibe merkezleri ile çoklu-destinasyon turları için ideal bir bölgedir. Seyahat acentaları neredeyse dünyanın her yerinden Balkan ülkelerine turlar organize etmektedir. 2023 yılında bölge ülkelerinde turist sayısı ve gelirinde her ülkenin farklı performansına göre önemli artışlar sağlanmıştır. Bu gelişmeler, ülkelerin ekonomik büyümelerine de olumlu katkılar sağlamaktadır.

Balkanlar, tarih boyunca çeşitli medeniyetlere ev sahipliği yapmıştır. Osmanlı İmparatorluğu, Bizans İmparatorluğu, Roma İmparatorluğu ve Antik Yunan medeniyetlerinin izleri bu bölgede bulunmaktadır. Bu durum, Balkanlar'ı tarihi ve kültürel miras açısından zengin kılmaktadır. Ayrıca bölgede UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alan birçok eser, turistler için büyük bir çekim merkezi oluşturmaktadır.

Balkanlarda çoklu-destinasyon turları, hem turistler hem de ev sahibi ülkeler için çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bu tür turlar, turistlere zengin ve çeşitli deneyimler sunarken, bölge ekonomisine ve kültürel etkileşime de katkılar sağlamaktadır. Balkanların turizm potansiyelini tam anlamıyla değerlendirmek ve sürdürülebilir bir turizm modeli oluşturmak için çoklu-destinasyon turlarının teşvik edilmesi büyük önem taşımaktadır. Balkan ülkeleri, doğal güzellikleri, zengin kültürel mirası ve tarihi dokusu gibi yüksek potansiyeliyle turizm geliştirilmesi kaçınılmaz bir bölgedir. Ancak bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilmesi için belirli stratejilerin ve yatırımların yapılması gerekmektedir. Bu çalışmada, Balkan ülkelerinde turizmin geliştirilmesine yönelik stratejiler ve turistik ürünlerin geliştirilmesi ele alınacaktır.

## Alanyazın Taraması

### 1. Balkan Ülkelerinde Turizm

Balkanlar, Avrupa kıtasının güneydoğu kesiminde, İtalya Yarımadası'nın doğusu, Anadolu'nun batısı ve kuzeybatısında yer alan coğrafi ve tarihi çekiciliğe sahip bir bölgedir. 1991 yılında Yugoslavya'nın dağılması süreci ile birbirinden farklı coğrafi, kültürel, sosyal ve turistik potansiyele sahip ülkeler ortaya çıkmıştır. Balkanlar, çeşitli doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleri ile dünyanın dikkatini çekerek turistik olarak da cazip ülkeler arasına girmiştir. Özellikle dağlık bölgeler, yaylalar, tarihi şehirler ve deniz kıyıları, hem yerli hem de yabancı

turistler için çekim merkezleri oluşturmaktadır. Tablo 1’de görüldüğü gibi 2023 yılında Balkan ülkeleri toplam nüfusundan daha çok kişi, 170 milyona yakın turist ziyaret etmiştir.

**Tablo 1. Balkan Ülkelerinde Gelen Turist Sayıları ve Ülke Nüfusları (2023)**

Ülke	Ülke Nüfusu	Yabancı Turist Sayısı
Bulgaristan	6.687.717	3.621.413
Romanya	19.892.812	13.650.000
Yunanistan	10.341.277	36.000.000
Türkiye	85.816.199	56.693.837
Hırvatistan	4.008.617	16.854.869
Slovenya	2.119.675	7.684.254
Sırbistan	7.149.077	5.582.604
Karadağ	626.485	15.778.818
Bosna- Hersek	3.210.847	2.489.718
K.Makedonya	2.085.679	1.407.292
Arnavutluk	2.832.439	10.100.000
<b>Toplam</b>	<b>144.770.824</b>	<b>169.862.805</b>

**Kaynak:** UNWTO Tourism Statistics, 2023)

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütüne göre; Balkan ülkelerine dünyanın her yerinden gelen turistlerin seyahat nedenlerine baktığımızda bölgenin özellikle kültürel özelliklerini yansıtan ziyaretlerin gerçekleştiği görülmektedir (Tablo 2). Japonya, ABD, Rusya, iskandinav ve Avrupa ülkelerinden Balkan ülkelerine gelen yüksek eğitime ve yüksek gelire sahip, orta yaş turistler kültür turizmi çerçevesinde özellikle inanç turizmi, gastronomi turizmi, alışveriş turizmini tercih etmektedirler.

**Tablo 2. Balkanları Ziyaret Eden Turistlerin Özellikleri (2023)**

Hedef Pazar	Özellikleri	Talep Edilen Turistik Ürün
Almanya	Gelir Düzeyi Yüksek, Eğitilmiş	Kültürel, Tarihi ve Gastronomi Turları
İngiltere	Orta ve İleri Yaşta, Gelir Düzeyi Yüksek	Kültürel, Tarihi ve Gastronomi Turları
Fransa	Orta ve İleri Yaşta Gelir Düzeyi Yüksek	Kültürel, Tarihi ve Gastronomi Turları Köy Turizmi, İnanç Turizmi,
Rusya	Gelir Düzeyi Yüksek	Kültürel ve Tarihi Turlar, İnanç Turizmi, Ortodoks Hristiyanlığı Rotası
Belçika, Hollanda	Gelir Düzeyi Yüksek	Özel Kültürel, Dini Turlar, Köy Yaşamı Turları, Gastronomi Turları
İskandinav Ülkeleri	Gelir Düzeyi Yüksek Orta yaş Üstü	Gastronomi Turları, Eğlence Turları ve Alışveriş Turizmi
ABD	Gelir Düzeyi Yüksek, İyi Eğitilmiş, Orta Yaş Üstü	Kültürel, Tarihi Turlar “Yunan Mitolojisi ve Efsaneleri”
Japonya, Çin	Gelir Düzeyi Yüksek, İyi Eğitilmiş, Orta Yaş Üstü	Kültürel Turlar “Bilinmeyen Avrupa”

**Kaynak:** (UNWTO Tourism Statistics, 2023).

Balkan coğrafyasında bulunan 11 ülkede kültür ve inanç turizmini destekleyen bu eserlerin yanında, UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde (Tablo 3) 199 kültürel, doğal ve somut olmayan eserler de bölgede büyük bir çekim merkezi oluşturmaktadır.

**Tablo 3. Balkan Ülkelerinden UNESCO'nun 2023 Yılına Yönelik Dünya Kültürel ve Doğal Miras Listesine Dahil Edilen Eser Sayısı**

Ülke	Kültürel Eserler	Somut Olmayan Kültürel Eserler	Doğal Mekanlar	Karma Eserler	Toplam
Bulgaristan	7	8	3	--	18
Romanya	7	10	2	--	19
Yunanistan	17	10	--	2	29
Türkiye	19	30	--	2	51
Hırvatistan	8	22	2	--	32
Slovenya	3	7	2	--	12
Sırbistan	5	5	--	--	10
Karadağ	3	1	1	--	5
Bosna-Hersek	3	5	1	--	9
Kuzey Makedonya	--	5	1	1	7
Arnavutluk	2	3	1	1	7
<b>Toplam</b>	<b>74</b>	<b>106</b>	<b>13</b>	<b>6</b>	<b>199</b>
<b>Dünyadaki Toplam Unesco Eserlere Oranı</b>	<b>7,9%</b>	<b>14,5%</b>	<b>5,7%</b>	<b>15,4%</b>	<b>16,6%</b>

**Kaynak:** World Heritage List, 2023)



Genel olarak, Balkan ülkeleri turizm sektöründe önemli gelişmeler kaydetmekte ve bölgeye gelen turist sayısında artışlar yaşanmaktadır. 2023 yılında Balkan ülkelerinde turizm, önemli ölçüde artış göstermiştir (Ciro, 2023: 72). Balkan coğrafyasında bulunan 11 ülkenin turistik özellikleri kısaca aşağıda açıklanmıştır.

**Arnavutluk:** Arnavutluk'ta turizm sektörü hızlı bir büyüme kaydetmiştir. 2023 yılında ülkeye gelen 10 milyondan fazla turist ülkenin turizm gelirlerinde önemli artışlar sağlamıştır. Özellikle Akdeniz'e olan yakınlığı ile kıyı bölgeleri ve başkent Tiran, renkli ve şekilli binaları, meydanları, tarihi ve doğal güzellikler ile turistlerin ilgisini çekmektedir (Arnavutlukta Turizm rekoru, 2024)

**Bosna Hersek:** Bosna Hersek'te turizm sektörü, özellikle başkent Saraybosna ve kentlerindeki kültürel ve tarihi miraslarıyla dikkat çekmektedir. Ülkedeki konaklama kapasitesi, pandemi sonrası dönemde iyileşme göstermiştir. 2023 yılında 2.5 milyon turist ülkeyi ziyaret etmiştir (UNWTO Tourism Statistics:2023).

**Karadağ:** Karadağ, turizmde büyümeye devam etmektedir. 2023 yılında 16 milyona yakın turist verileri, özellikle Adriyatik kıyılarındaki Kotor ve Budva destinasyonların turist çekmeye devam ettiğini göstermektedir. Konaklama kapasitesi de bu artışı destekleyecek şekilde genişletilmiştir.

**Bulgaristan:** Bulgaristan, Karadeniz kıyıları ve kayak merkezleri ile turizmi canlandırmıştır. 2023 yılında yaklaşık 3,6 milyon turist ağırlamıştır. Ülke, hem yaz hem de kış turizmi için önemli bir destinasyon olmuştur (Marinov, 2007:5).

**Hırvatistan:** Hırvatistan, Adriyatik kıyıları ve tarihi şehirleri ile 2023 yılında 15 milyonun üzerinde turist çekmiştir. Dubrovnik ve Split gibi şehirler, özellikle yaz aylarında yoğun turist akınına uğramıştır.

**Kuzey Makedonya:** Kuzey Makedonya, kültürel ve tarihi turizmin yanı sıra doğa turizmi ile de ilgi çekmektedir. 2023 yılında gelen 1.5 milyon turist sayısında artış yaşanmış, özellikle Ohrid Gölü bölgesi popülerliğini korumuştur.

**Sırbistan:** Sırbistan, başkent Belgrad, Novi Sad, Niş ve diğer büyük şehirlerde turizmi geliştirmeye devam etmektedir. 2023 yılında 5.5 milyon turist verileri, turizmde genel bir iyileşme ve turist sayısında artış olduğunu göstermektedir.

**Romanya:** Romanya, zengin tarihi, kültürel mirası ve doğal güzellikleri ile dikkat çeken bir turizm destinasyonudur. Ülkede özellikle Transilvanya bölgesindeki kaleler ve doğal

manzaralar turistlerin ilgisini çekmektedir. 2023 yılında Romanya'ya 14 milyona yakın yabancı turist gelmiştir ve turizm sektörünün yıllık %10 büyüme göstermesi beklenmektedir.

**Yunanistan:** Yunanistan, tüm dünyada, eşsiz güzellikteki muhteşem peyzajı, el değmemiş değerli arazileri, uçsuz bucaksız sahilleri ve 6000 ada ve adacıklarıyla ünlüdür. Ülkeyi 2023 yılında 36 milyon yabancı turist ziyaret etmiştir. Ülke nüfusunun üç katı olan bu sayı ile Yunanistan inanç turizmi, termal kaplıcaları ve deniz terapisi merkezleri, gastronomi turizmi ve zengin kültürel ve tarihi mirasıyla ilişkili geniş bir yelpazeyi içeren turistik ürünler sunmaktadır (UNWTO Tourism Statistics :2023).

**Türkiye:** Türkiye'de turizm, ülke ekonomisi için önemli bir sektör konumundadır. Turizm gelirlerinin ihracata oranı %16,7'dir (Durgun, 2023: 130). Turizm gelirlerinin dış ticareti kapama oranı ise %42.4'tür. Türkiye'de ülkenin tarihini ve kültürünü yansıtan pek çok turistik destinasyon Türkiye'yi en çok turist kabul eden ülkeler arasında altıncı olmasını sağlamaktadır. Özellikle, Akdeniz ve Ege Denizi'nin kıyısında turistik aktiviteler, Roma İmparatorluğu döneminden kalan Efes, Troya, Bergama, Side, Meryem Ana Evi'nin yanı sıra Kapadokya, Nemrut ve Pamukkale bölgeleri en çok tercih edilen yerler arasındadır. Son yıllarda ülke, sağlık turizminde de önemli bir yere gelmiştir.

**Slovenya:** Slovenya, doğal güzellikleri ve tarihi yerleri ile zengin bir destinasyondur. Başkent Ljubljana, güzel mimarisi, kafeleri ve müzeleriyle dolu bir şehirdir. Ljubljana Kalesi, şehir manzarası sunan bir noktadır. Bled Gölü, büyüleyici bir doğal manzaraya sahiptir. Gölün ortasında yer alan küçük ada ve üzerindeki Bled Adası Kilisesi görülmeye değerdir. Dünyanın en uzun ikinci mağarası olan Postojna, benzersiz sarkıt ve dikitleri ile ünlüdür. Mağara içindeki tren turu oldukça popülerdir. Ülkeye 2023 yılında 8 milyona yakın turist girişi olmuştur (UNWTO Tourism Statistics :2023).

## **2.Çoklu-Destinasyon Turları ve Avantajları**

Çoklu destinasyon turları, birden fazla turistik yerin veya bölgenin tek bir seyahat planı içerisinde ziyaret edildiği tur paketleri olarak tanımlanmaktadır (Tussyadiah, Kono & Morisugi, 2006: 412). Bu gruptaki turlar, farklı tüketici gruplarına hitap etmekte ve çeşitli niteliklere göre şekillendirilmiş tur seçenekleri sunmaktadır. Çoklu destinasyon turları, destinasyon tabanlı internet siteleri aracılığıyla çoklu arama seçenekleri ile de desteklenmekte ve yaygınlaştırılmaktadır.

Çoklu destinasyon turları, turistlerin birbirine yakın farklı yerleri keşfederek daha zengin bir deneyim elde etmelerine olanak vermektedir. Bu tür turlar, destinasyon pazarlamasında

stratejik bir role sahip olmasının yanı sıra, her destinasyonun kendine has özellikleriyle kalite, fiyat, değer ve memnuniyet unsurlarını da bir araya getirmektedir. Çoklu destinasyon turları, turistlere çeşitli kültürleri ve manzaraları deneyimleme fırsatı sunarak tatil ihtiyaçlarının beklentisinden daha fazlasını karşılamaktadır.

Çoklu- destinasyon turlarına artan ilgi, uluslararası kuruluşların yanı sıra bölgesel kuruluşların da turizm sektöründeki birden fazla destinasyon arasındaki işbirliği savunma ve destekleme çabalarında açıkça görülmektedir. Çoklu-destinasyon turları, çeşitli destinasyonlardaki turistik eserleri ve ilgi çekici yerleri birleştirerek “kümülatif bir çekim” veya entegre bir çekim oluşturmaktadır. Bu, farklı veya benzer turizm varlıklarına sahip destinasyonlara oldukça katma değer yaratmaktadır. Benzer varlıklara sahip bu destinasyonlar için, turistlerin ilgi alanındaki deneyimlerin yelpazesi genişletilerek bölgenin çekiciliği artırılmaktadır (Lue, Crompton & Fesenmaier, 1993: 293).

Bu turlar, özellikle tamamlayıcı destinasyonlar için grup olarak rekabet avantajı elde etmektedirler. Çoklu-destinasyon turların bir rotada geliştirilmesi, turizm alanında ülkeler arasında işbirliğinin geliştirilmesinde de önemli bir aracı olabilmektedir. Turizm Koridorları da denilen bu rotalar, "gezginlere temalı bir rota boyunca çeşitli inşa edilmiş ve doğal cazibe merkezlerini ziyaret etme fırsatı sunan bir turizm yaklaşımı" olarak da tanımlanmaktadır (Developing Multi-Destination Tourism Corridors, (2024,Eylül,20). <http://ebook.comcec.org/Home?lang=1&userLang=tr-TR/https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/11/Developing-Multi-Destination-Tourism-CorridorsOctober.pdf>).

## **2.1. Balkan Ülkelerinde Çoklu-Destinasyon Turlarının Önemi**

Çoklu-destinasyon turları, turistlere kısa bir süre içinde birden fazla ülke veya şehir görme imkanı sunmaktadır. Bu tür turlar, turistlerin çeşitli kültürel deneyimler yaşamasına, farklı mutfaklardan tatlar denemesine ve çeşitli tarihi ve doğal güzellikleri keşfetmesine olanak tanımaktadır. Balkanlar, coğrafi yakınlığı ve zengin çeşitliliği ile çoklu-destinasyon turları için mükemmel bir bölgedir (Infographic Tracking Mutli\_Destination Travel in Europe, 2024).

Bu başlıkta balkan ülkelerinde çoklu destinasyon turlarının bölgeye ekonomik, sosyo-kültürel katkıları, hedef pazar belirleme, tanıtım ve pazarlama stratejileri, sürdürülebilirlik, altyapı, yerel halka katkı boyutları açıklanmıştır.

### ***Ekonomik Katkılar***

Çoklu-destinasyon turları, Balkan ülkelerine ekonomik olarak önemli katkılar sağlamaktadır. Turistlerin birden fazla ülkeyi ziyaret etmesi, bölgedeki oteller, restoranlar, ulaşım hizmetleri

ve turistik yerlerde harcamalarının artmasına neden olmaktadır. Bu da yerel ekonomilerin canlanmasına ve turizm sektörünün büyümesine katkıda bulunmaktadır (Göler & Doka, 2018: 90).

### ***Kültürel ve Sosyal Katkılar***

Çoklu-destinasyon turları, turistlerin farklı kültürleri tanınmasına ve deneyimlemesine fırsat yaratmaktadır. Balkanlar, çeşitli etnik grupların, dinlerin ve dillerin bir arada yaşadığı bir bölge olduğu için, turistlere benzersiz kültürel deneyimlerin olduğu mekanlar sunmaktadır. Bu turlar, kültürel etkileşimi artırarak bölge halkları arasında da anlayış ve hoşgörüyü teşvik etmektedir.

### ***Müşteri Segmentasyonu ve Hedeflem***

Çoklu-destinasyon turları, farklı turizm segmentlerine hitap edecek şekilde tasarlanabilir. Kültürel turizm, hüzün turizmi, gastronomi turizmi, doğa turizmi ve tarih turizmi gibi temalar, turların içeriğine göre çeşitlendirilebilir. Böylece, farklı ilgi alanlarına sahip özel ilgi turist gruplarına ulaşmak mümkün olur. Ayrıca, turların esnek yapıda olması, turistlerin kendi tercihleri doğrultusunda güzergahlarını belirlemelerine olanak tanır (Dragicevic-Sesic & Dragojevic, 2004).

### ***Tanıtım ve Pazarlama***

Çoklu-destinasyon turları, Balkan ülkelerinin uluslararası alanda tanıtımını yapmada etkili bir araç olmaktadır. Tur operatörleri ve turizm acenteleri, Balkanları bir bütün olarak tanıtarak, bölgenin turistik cazibesini artırabilecek paket tur potansiyeline sahiptir. Özellikle sosyal medya ve dijital platformlar üzerinden yapılacak tanıtım faaliyetleri, bölgenin turizm potansiyelini geniş kitlelere ulaştırabilir (Cvetkoska & Barišić, 2017:33).

### ***Sürdürülebilirlik ve Altyapı Gelişimi***

Bu tür turlar, sadece büyük turistik merkezler değil, aynı zamanda daha az bilinen ancak potansiyel taşıyan yerel destinasyonları da içine alarak, turizm gelirlerinin bölge genelinde dengeli bir şekilde dağılmasını sağlar. Bu yaklaşım, yerel ekonomilere katkı sağlarken, turizmin sürdürülebilirliğini de destekler. Çoklu-destinasyon turları, Balkan ülkelerinde sürdürülebilir turizm uygulamalarının teşvik edilmesi açısından da önemlidir. Bu turlar, turistik yoğunluğu dağıtarak, belirli bölgelerdeki aşırı turizmin olumsuz etkilerini azaltabilir. Ayrıca, çoklu-destinasyon turlarının popülerleşmesi, bölgedeki altyapının gelişmesini ve iyileştirilmesini teşvik eder.

### *Pazarın Değerlendirilmesi*

Balkanlar, küçük coğrafi alanı içinde çok sayıda ülke barındırmaktadır. Bu ülkeler arasındaki kısa mesafeler, turistlerin bir seyahat sırasında birden fazla ülkeyi ziyaret etmesini kolaylaştırmaktadır. Örneğin, Yunanistan, Hırvatistan, Sırbistan ve Bulgaristan gibi ülkeler, tarih, kültür, doğa ve gastronomi açısından birbirini tamamlayıcı turistik deneyimler sunmaktadır. Çoklu-destinasyon turları, bu zenginliği turistlere sunarak, bölgeyi bir bütün olarak pazarlama imkânı sağlar.

### *Pazarlama Stratejileri*

Çoklu-destinasyon turlarının pazarlanmasında dijital pazarlama araçlarının etkin kullanımı büyük önem taşımaktadır. Sosyal medya kampanyaları, etkili içerik üretimi ve hedefli reklam stratejileri, bu turların global turizm pazarında daha görünür hale gelmesini sağlar. Ayrıca, bölge ülkelerinin ortak tanıtım kampanyaları düzenleyerek, bir sinerji yaratması mümkündür. Bu kampanyalar, Balkanların bir turizm destinasyonu olarak cazibesini artırabilir (Martinez-Espineira & Amoako-Tuffour.,2008:15).

### **3.Sonuç**

Balkanlar, zengin tarihi ve kültürel mirası, doğal güzellikleri ve çeşitli turistik cazibe merkezleri ile çoklu-destinasyon turları için ideal bir bölgedir. Bu çalışmada, Balkan turlarının çoklu-destinasyon konseptiyle düzenlenmesinin önemi ve bu tür turların bölge turizmine katkıları ele alınmıştır.

Çok destinasyonlu turizm gezisi, birden fazla destinasyona ziyareti içeren tek bir gezi olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle, çok destinasyonlu turizm kavramı, ortak bir ürün veya güzergah sunan ve teşvik eden iki veya daha fazla ülke tarafından paylaşılan bir stratejiyi ifade etmektedir. Çoklu destinasyon, normalde destinasyonu ziyaret etmeyi düşünmeyecek ziyaretçileri çekmek için giderek daha etkili ve karlı bir araç haline gelebilir.

Bu turlar, özellikle birbirini tamamlayan ve seyahat deneyimini zenginleştiren çeşitli ülkeleri aynı bölgede birleştirerek uzun mesafeli bir seyahatten en iyi şekilde yararlanmak isteyen turistler için geçerlidir. Amerika kıtası örneğinde, bu durum, bugün bölgeye gelen tüm uluslararası turist sayısının sırasıyla %17 ve %7'sini temsil eden Avrupa ile Asya ve Pasifik'ten gelen turistlerin payını artırmak açısından özellikle ilgi çekici olabilir (Porfido, 2020:26).

Bu kapsamda, çok destinasyonlu bir turizm planı geliştirirken turistik arzı sunan turistik paydaşlar ve turistlerin dikkate alınması gereken bazı durumları değerlendirmeleri gerekecektir.

Örneğin, destinasyonlar içerisinde seyahatin kolaylaştırılması (vizeler ve sınır geçişi), havayolu veya destinasyonlar dahilinde ulaşımın bağlantısının sağlanması, ortak markalama ve imaj çalışmaları, ortak turistik ürünler/rotalar, bölgedeki tur operatörlerinin, otel zincirlerinin, merkezi ve yerel yönetimlerin, sivil toplum kuruluşlarının, turizm işletmelerinin entegrasyonu çok önemli faydalar sağlayacaktır.

Yukarıdakiler ışığında ve başarılı bir çoklu destinasyon gerçekleştirmek amacıyla çoklu-destinasyon tur stratejilerinin uygulanması için ilgili ülkelerin güçlü bir bölgesel entegrasyon sistemi geliştirmesi ve uygulaması gerekmektedir. Entegrasyon sistemi ne kadar gelişmiş olursa, çok destinasyonlu turizm için o kadar fazla fırsat yaratacaktır. Bu nedenle, ilgili ülkelerin üçüncü ülkeler için vize politikalarını uyumlu hale getirmesi, çok-destinasyonlu vize oluşturma olasılığını değerlendirmesi ve vize işlemlerinin yanı sıra sınır geçişlerini de basitleştirmesi önem arz etmektedir.

Öte yandan, hava bağlantısının önemi göz önüne alındığında, başarılı bir çok destinasyonlu stratejide ülkelerin, söz konusu destinasyonlar arasında yeterli ulaşım teklifini sağlayacak bir ağ oluşturmayı amaçlayan ikili ve çok taraflı müzakereleri de ilerletmeleri gerekmektedir. Coğrafi olarak irili ufaklı bir çok ülkenin dahil olduğu Balkan bölgesinde sınır geçişlerini kolaylaştıran uygulamaların geliştirilmesi bölgeyi daha cazip konuma getirecektir. Sınır süreçleri iyileştirildiğinde, daha yüksek verimlilik için yeni teknolojiler uygulandığında ve hava bağlantısı doğru bir şekilde ele alındığında, destinasyonlar, bu çoklu destinasyon teklifinde yer alan ülkeleri kucaklayan sağlam bir marka oluşturmak amacıyla ürün geliştirme, pazarlama ve tanıtım alanında ilerleyebilir. Destinasyonun markalaşması veya imajı, başarısının ve kaynak ülkelerin çoklu destinasyonun gücünü algılama şeklinin anahtarı olacaktır. Balkanlarda çoklu-destinasyon turları, hem turistler hem de ev sahibi ülkeler için çeşitli avantajlar sunmaktadır. Bu tür turlar, turistlere zengin ve çeşitli deneyimler sunarken, bölge ekonomisine ve kültürel etkileşime önemli katkılar sağlar. Balkanların turizm potansiyelini tam anlamıyla değerlendirmek ve sürdürülebilir bir turizm modeli oluşturmak için çoklu-destinasyon turlarının teşvik edilmesi büyük önem taşımaktadır.

## Kaynakça

- Arnavutlukta Turizm rekoru, (2024,Eylül,15).  
<https://www.balkannews.com.tr/ekonomi/arnavutluk-ta-turizm-rekoru-h7666.html>
- Ciro, A. (2023). Tourism governance in Albania: An assessment of the policy framework for the tourism sector in Albania. *Annual Review of Territorial Governance in the Western Balkans, 1*, 69-85. <https://doi.org/10.32034/CP-TGWBAR-I01-06>
- Cvetkoska, V., & Barišić, P. (2017). The efficiency of the tourism industry in the Balkans. *Proceedings of the Faculty of Economics in East Sarajevo, 14*, (pp. 31-41).
- Developing Multi-Destination Tourism Corridors, (2024,Eylül,20).  
<http://ebook.comcec.org/Home?lang=1&userLang=tr-TR> /[https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/11/Developing-Multi-Destination-Tourism-Corridors-October\\_2019.pdf](https://sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/11/Developing-Multi-Destination-Tourism-Corridors-October_2019.pdf)
- Dragicevic-Sesic, M., & Dragojevic,S. (2004). *Intercultural mediation in the Balkans*. OKO
- Durgun, A. (2023). Türkiye Cumhuriyetinin 100. yılında turizm” *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(2)*, 124-133.
- Göler, D., & Doka, D. (2018). Tourism and transition in the Western Balkans. Albania as a Laboratory for Tourism Development. *Südosteuropa Mitteilungen, 58(4)*, 88-97.
- Infographic Tracking Mutli\_Destination Travel in Europe. (2024,Ağustos 02).  
[https://www.etccorporate.org/uploads/reports/ETC\\_Infographic\\_Tracking\\_Mutli\\_Destination\\_Travel\\_in\\_Europe.pdf](https://www.etccorporate.org/uploads/reports/ETC_Infographic_Tracking_Mutli_Destination_Travel_in_Europe.pdf).
- Lue, C., Crompton, J., & Fesenmaier, D. R. (1993). Conceptualization of multideestination pleasure trips. *Annals of Tourism Research, 20*, 289-301.
- Marinov, S. P. (2007). Enhancing the competitiveness of Bulgaria as a coastal tourist destination. SSRN, <https://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1966480>
- Martínez-Espiñeira, R., Amoako-Tuffour, J. (2009). Multi-destination and multi-purpose trip effects in the analysis of the demand for trips to a remote recreational site. *Environmental Management 43*, 1146–1161. <https://doi.org/10.1007/s00267-008-9253-9>
- Porfido, E. (2020) Tourism development in the Western Balkans: Towards a common policy. *Annual Review of Territorial Governance in the Western Balkans, 2*, 24-45.
- Tussyadiah, I. P., Kono, T., & Morisugi, H. (2006). A model of multideestination travel: implications for marketing strategies. *Journal of Travel Research, 44*, 407-417.
- UNWTO Tourism Statistics. (2023). (2024, Ağustos, 11),UNWTO // <http://www.unwto.org/facts/menu.html>.
- World Heritage List. (2023) (2024, Ağustos,09). UNESCO// <http://whc.unesco.org/en/list>.

## **SYNERGY BETWEEN SUSTAINABLE TOURISM AND EUROPEAN CLIMATE POLICIES**

**Assoc. Prof. Dr. Emil MUTAFOV**

Trakia University Stara Zagora, Bulgaria, [emil.mutafov@trakia-uni.bg](mailto:emil.mutafov@trakia-uni.bg)

ORCID ID: 0000-0002-4479-7408

**Assist. Prof. Dr. Violetka ZHELEVA**

Trakia University Stara Zagora, Bulgaria, [violetka.zheleva@trakia-uni.bg](mailto:violetka.zheleva@trakia-uni.bg)

### **Abstract**

Sustainable tourism and European climate policies are closely interconnected, as both aim to reduce environmental impacts while promoting economic growth. The European Union implements various climate change policies that encourage sustainable practices across various sectors, including tourism. The Clean Development Mechanism (CDM), established under the Kyoto Protocol, plays a key role in enabling the tourism sector to engage in projects to reduce greenhouse gas emissions. Integrating the principles of sustainable tourism and adopting the circular economy model can significantly support climate change mitigation efforts while generating benefits for both the environment and the economy. The research aims to examine the impact of European climate policies on sustainable tourism practices, analyze the role of the Clean Development Mechanism (CDM) in reducing greenhouse gas emissions, assess the potential of the circular economy for enhancing resource efficiency and waste reduction, and identify the challenges and opportunities for integrating sustainable tourism with European climate goals.

**Keywords:** Sustainable Tourism, Clean Development Mechanism (CDM), Circular Economy

### **Introduction**

The synergy between sustainable tourism and European climate policies is increasingly recognized as essential to achieve climate neutrality and increase the sustainability of the tourism sector. This relationship is shaped by various institutional frameworks and Eco policies that aim to mitigate climate impacts while promoting sustainable practices. The topic examines the interrelationships between two key spheres of modern politics and economics. Sustainable tourism, which seeks to minimize the negative impact on the environment and support local communities, is inextricably linked to the objectives of European climate policies aiming to reduce greenhouse gas emissions and transitioning to a low-carbon economy. This synergy not only contributes to the achievement



of the common environmental goals of the European Union, but also stimulates the economic development of tourist destinations through sustainable practices and innovations.

The concept of sustainable growth integrates economic development with environmental protection, aiming to meet current needs without compromising future generations. This multilateral approach emphasizes the importance of equity, participation and long-term perspectives in development strategies (Ginting, 2020). Growth and sustainable development cover various aspects of life namely; environmental, economic, socio-cultural, political sustainability and defense and security. Sustainable growth seeks to align economic expansion with environmental imperatives, suggesting that growth can occur without excessive resource extraction (Edwards, 2011).

In this sense, sustainable tourism can be seen as a multilateral approach that seeks to balance the needs of tourists, local communities and the environment, emphasizing responsible travel practices that contribute positively to the socio-economic and ecological fabric of destinations. This concept is increasingly important facing all global challenges such as climate change and cultural preservation.

The impact of European climate policies on sustainable tourism practices is significant, as these policies stimulate eco-entrepreneurship and promote responsible travel. The European Green Deal aims for climate neutrality, influencing tourism ecosystems to innovate and reduce environmental footprints (Ilieva et al., 2024).

### **1.Climate Policy Framework**

The climate policy framework encompasses various strategies and instruments aimed at mitigating climate change and adapting to its impacts. This framework is essential to guide national and international responses to environmental challenges, particularly in the context of migration, energy transition and the environment.

The EU's focus on protecting natural resources and cultural heritage supports the sustainable development of tourism by encouraging local community engagement.

The European Union is implementing policies to reduce greenhouse gas (GHG) emissions in the tourism sector by promoting sustainability through diversification, green infrastructure and energy

efficiency to combat the impacts of climate change. For example, the European Green Deal promotes sustainable tourism through several approaches:

- **Diversification of tourism:** The EU promotes less popular tourist destinations, which helps distribute tourists and reduces pressure on overcrowded areas. This benefits the environment and local economies.
- **Green infrastructure:** Funding of environmental projects, such as the development of green hotels, eco-tourism routes and the integration of renewable energy into tourism infrastructure. For example, many cities are building electric transportation networks and green buildings that reduce carbon emissions.
- **Energy efficiency:** The EU encourages tourism companies to implement energy-efficient technologies, such as solar panels, LED lighting and energy management systems. An example is the initiative for the certification of sustainable tourist sites with the Green Key label (Green key), which distinguishes hotels, spas and restaurants with low energy consumption.

These measures help reduce climate impacts and promote sustainability in the tourism sector.

Another key tool is the Climate Action and Policy Measurement Framework (CAPMF), which provides a structured database for assessing countries' climate efforts, revealing the essential link between strict policies and emissions reductions. Its role in tourism is particularly important, as this sector is a significant source of carbon emissions and is also highly affected by climate change. CAPMF supports reducing the carbon footprint of the tourism industry, assesses the adaptability of vulnerable destinations to climate risks and promotes sustainable practices such as ecotourism. This tool is essential for creating sustainable policies in the sector and mitigating climate impacts (Nachtigall et al., 2022).

Climate is a key resource for sustainable tourism, with natural conditions such as warm winters and cool summers attracting tourists in different seasons. It influences the seasonality of tourism, allowing an even distribution of visitors throughout the year. Climate is related to the preservation of natural resources and ecosystems, which is important for ecotourism, and sustainable tourism must adapt to climate change through ecological practices and reducing the carbon footprint. Responsible use of the climate is key to preserving nature and culture.

„Climate is a natural tourism resource and it is an element that, thanks to human intervention, facilitates tourism and the satisfaction of demand. Climate exists outside of any tourism project, but it becomes a resource when it is incorporated within a good or service “(Violetti, 2010).

The Clean Development Mechanism (CDM) provides opportunities for the tourism sector to participate in emission reduction projects, which is essential for sustainable tourism. Circular economy is part of the objectives set out in the scope of the European Green Deal and focuses on integrating the principles that it can increase resource efficiency and reduce waste in the tourism sector. Sustainable tourism can generate economic benefits while protecting the environment, which is important for long-term economic growth.

There are challenges to integrating sustainable tourism with the EU's climate goals, including the need for better policy coordination.

Investments in sustainable practices in tourism can lead to significant improvements in resource management and environmental protection.

The Glasgow Declaration (The Glasgow Declaration, 2023) on Climate Action in Tourism is a global initiative launched during the 2021 United Nations Climate Change Conference to address the impact of tourism on climate change. It unites tourism stakeholders around the world – governments, businesses and destinations – in a commitment to reduce the sector's carbon footprint and achieve net zero emissions by 2050. The Declaration encourages signatories to reduce emissions in line with climate science, to strengthen resilience to climate impacts, support each other in implementing climate plans, monitor and report progress transparently, and finance climate solutions. The initiative highlights the urgent need for transformation in the tourism industry to align with global climate goals and minimize its contribution to global warming. A program of activities focused on the publication of an annual progress report on the Glasgow Declaration, providing an analysis of signatories and their commitments, and the development of consistent, sectoral approaches to carbon measurement and reporting is being initiated. The program will test new methods to address the complex responsibilities within 'Scope 3' (the value chain) of emissions, particularly in destinations, and strengthen collaboration through the Tourism Declares online community and volunteer network (Tourism Declare Climate Emergency), as well as the creation of regional centers. It will also build the capacity of signatories to the declaration, expanding the knowledge, tools and inspiration needed for change across the sector.

### *Adaptation and Resilience*

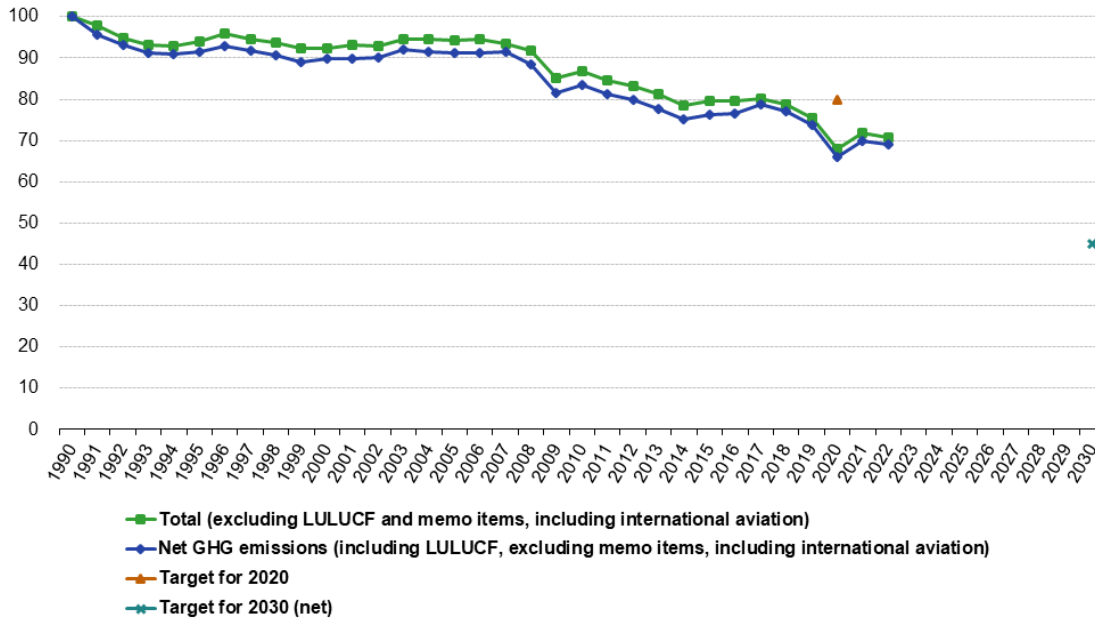
- Research suggests that adaptation strategies are key to improving tourism's resilience to climate change, such as sea-level rise and extreme weather events. They help mitigate the negative effects on tourism infrastructure and natural resources, while ensuring sustainable development of tourist destinations in the long term (Modi, 2024), (Zhou et al., 2024).
- Meta-analysis (Zhou et al., 2024) shows that low- and middle-income countries are highly vulnerable to climate change, which leads to significant losses in the tourism sector. This highlights the need for adapted European policies to support these regions by promoting sustainable practices and adaptation measures in order to mitigate the negative consequences on tourism and their economy.

### **2.Methodology**

The research period is covering 32 years (1990-2022) within the framework of the EU countries. Greenhouse gas emissions (GHG) data is available at Eurostat and the same methodology is used to calculate emissions (annual basis), which matches all European countries statistics. The methods of deductions, induction, mathematics and comparative analysis were used as well. Tourism in the EU countries is represented by data for a period of ten years (2014-2023), so the trend of the tourism activity can be monitored and evaluated.

### **3.Findings**

To achieve the goal of this article, it is necessary to examine the development of GHG emissions and overnight stays realized by tourists, assessing whether we could find a direct or inverse relationship between them. We can talk about sustainable tourism only if the taken measures are working and showing progress and better environmental



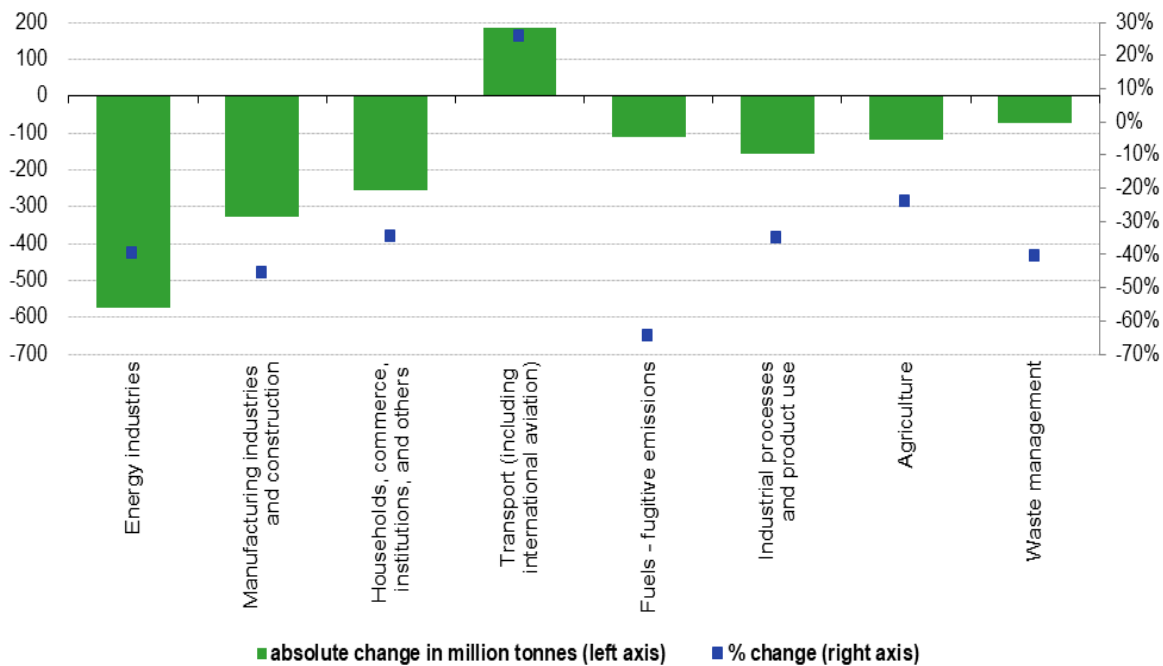
**Figure 1. Greenhouse gas emissions, EU, 1990-2022, index 1990 = 100**

**Source:** Eurostat, Greenhouse gas emissions by source sector

According to the Figure 1 we can say that Greenhouse gas emissions are following downward trend in last 30 years. What makes an impression is the sharp drop to the lowest measured values during the period of the COVID pandemic. Despite the similar values and the recovery of tourism in terms of the number of overnight stays and realized vacations, the increase in GHG was not significant at the end of the considered period. Data on the overall decline in GHG emissions show a drop of more than 30% at the end of the period compared to its beginning in 1990.

To understand better the driving forces behind the reduction in GHG emissions, we need to look in more detail at the sources of these GHG emissions and the underlying human activities. Figure 2 shows trends in the different types of activities that generate GHG emissions.

The biggest problem of all sectors remains transport, especially air transport. GHG emissions have not decreased over the last 3 decades, on the contrary, they have increased. Despite the increase, we should also note the significant increase in the number of flights in the period under consideration, which in turn is positive, since the increase in GHG emissions is several times smaller compared to the increased number of flights on an annual basis.

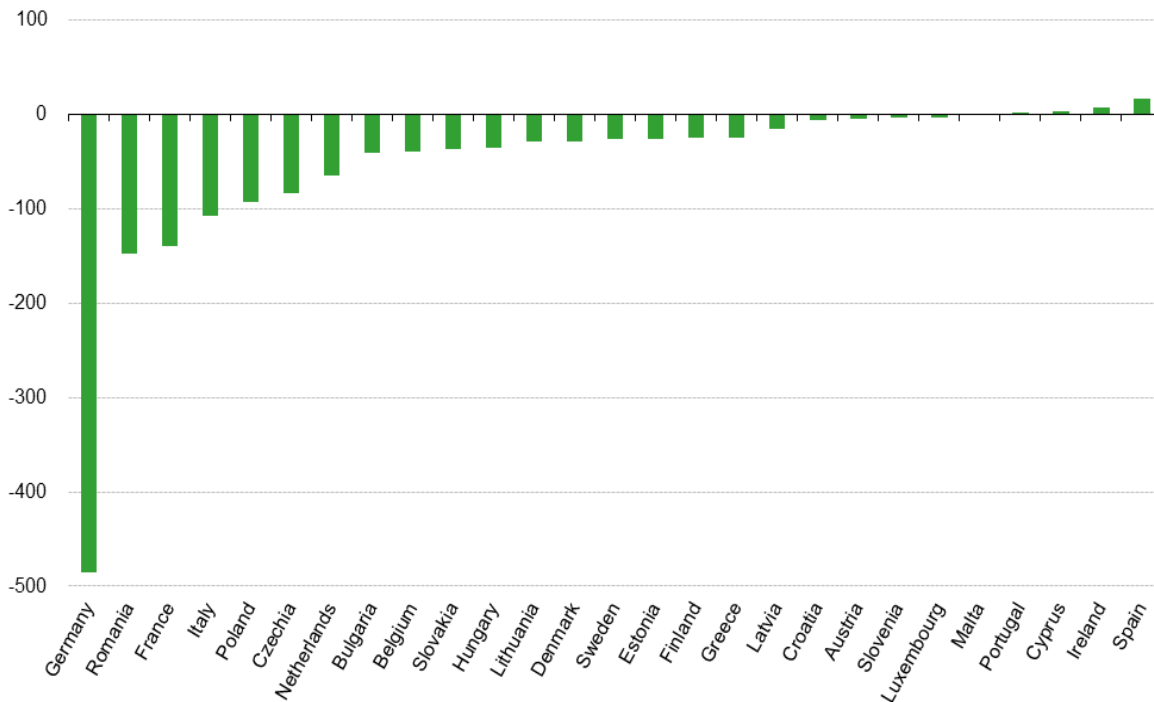


**Figure 2. Greenhouse gas emissions by source sector, EU, change from 1990 to 2022 (million tons)**

**Source:** Eurostat, Greenhouse gas emissions by source sector<sup>1</sup>

It is also important to review contribution of each country in EU and that is presented to the Figure 3. Germany made the biggest contribution to the changes regarding the reduction of GHG emissions, where there was a decrease in the generated GHG emissions at the end of the considered period by about 500 million tons, compared to its beginning. This reduction for Germany is more than three times greater than the countries in second and third place (Romania and France) in terms of contribution to reducing GHG emissions. They are followed by countries such as Italy, Poland, the Czech Republic and the Netherlands with about 100 million tons less emissions. At the other extreme, we also have countries from the European Union, which, in addition to not contributing to improving the situation, actually increased GHG its emissions at the end of the period compared to its beginning. These are Spain, Ireland, Cyprus and Portugal.

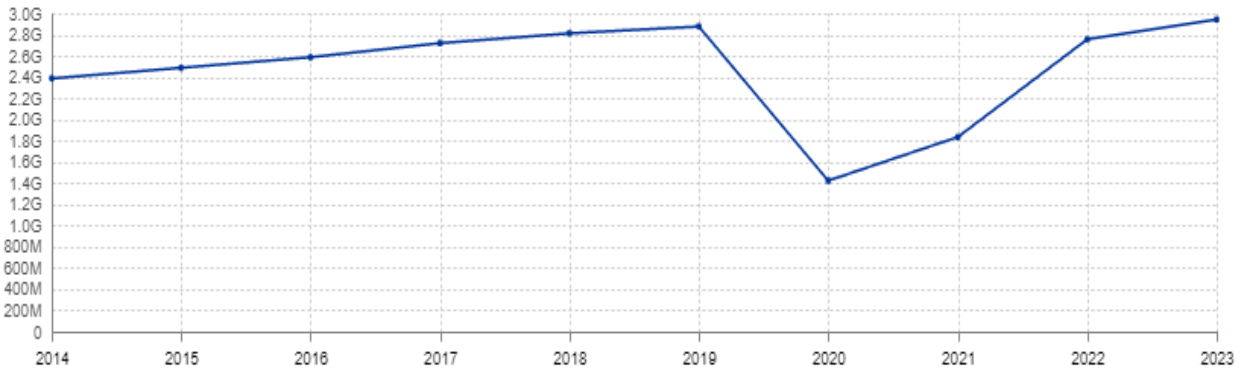
<sup>1</sup> International aviation is included in all graphs and statistics presenting totals and GHG emissions from transport.



**Figure 3. Greenhouse gas emissions by country, absolute change 1990-2022**

**Source:** Eurostat, Greenhouse gas emissions by source sector

The chart illustrates the development of nights spent at tourist accommodation establishments in EU countries from 2014 to 2023, showing a steady increase in values from approximately 2.43G to 3.0G between 2014 and 2019. This growth can be attributed to rising tourist flows and an increasing number of overnight stays across various destinations. In 2020, a sharp decline to 1.4G is observed, coinciding with the COVID-19 pandemic, which severely impacted the tourism sector through border closures, travel restrictions, and a significant drop in overnight stays. However, from 2021 onward, the sector began to recover, with values by 2023 almost reaching pre-crisis levels. The tourism sector continues to expand, excluding the 2020-2021 period, when the pandemic affected all related industries. Figure 4 presents the trend in overnight stays in EU countries, demonstrating consistent growth over the past 10 years, further supporting the recovery and ongoing growth of tourism after the pandemic.



**Figure 4. Nights spent at tourist accommodation establishments in EU countries, 2014-2023, numbers**

**Source:** Eurostat (2024)

#### **4. Conclusion and Discussion**

More and more measures to reduce GHG emissions are being taken and at the same time holding back or increasing the tourist flow. Some of the measures that work are related to the introduction of a tourist tax for daily tourists who do not stay in the settlement, but only travel for the day, thus resulting in excessively large crowds, which in turn can lead to an increase in GHG emissions. Such tourist destinations are Venice, Amsterdam, etc. Measures are also being taken by cruise lines to travel more sustainably and reduce emissions.

Europe's sustainability-oriented climate policies face challenges, especially in balancing economic growth and environmental protection in tourism-dependent regions. Integrating sustainable tourism with these policies is critical to achieving environmental protection and economic development, but requires overcoming challenges and maximizing opportunities. The circular economy plays an important role in reducing carbon emissions in tourism by optimizing resources, reducing waste and promoting sustainable innovation. This makes it a key tool for resilience in the context of climate change.

In addition to these measures, there is growing emphasis on promoting eco-friendly travel options such as slow tourism, which encourages longer stays in fewer locations, thereby reducing the carbon footprint from frequent travel. Investments in green infrastructure, like energy-efficient accommodations and improved public transportation, also play a vital role in fostering sustainable tourism. Furthermore, raising awareness among tourists about responsible travel behaviors can significantly contribute to minimizing environmental impact. Ultimately, a combination of policy



innovation, technological advancement, and behavioral change is essential to ensure that tourism can thrive in a way that is both economically and environmentally sustainable.

## References

- Violetti, D., (2010). Climate change and the tourism sector: the clean development mechanism, a market instrument under the Kyoto Protocol to achieve multiple objectives. doi: 10.6092/UNIBO/AMSDOTTORATO/2567
- Eurostat, (2014-2023). Greenhouse gas emissions by source sector [https://doi.org/10.2908/ENV\\_AIR\\_GGE](https://doi.org/10.2908/ENV_AIR_GGE)
- Eurostat, Nights spent at tourist accommodation establishments in EU countries, (2014-2023), [https://doi.org/10.2908/TOUR\\_OCC\\_NINAT](https://doi.org/10.2908/TOUR_OCC_NINAT)
- Geoffrey, E., (2011), Sustainable Growth: The pathway to prosperity ... or an oxymoron
- Glasgow declaration on climate action in tourism, (2023). <https://www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism>
- Ilieva L., Todorova L., Ismailov T., (2024). Impact of the priorities in the European environmental policy on the development of the tourist ecosystem. BIO web of conferences, doi: <https://doi.org/10.1051/bioconf/202411401007>
- Modi, R.K., (2024). Impact of Climate Change on Coastal Tourism Destinations. International Journal For Multidisciplinary Research, 6(1) doi: <https://doi.org/gtjtw9>
- Nachtigall, D., et al. (2022), "The climate actions and policies measurement framework: A structured and harmonised climate policy database to monitor countries' mitigation action", OECD Environment Working Papers, No. 203, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/2caa60ce-en>
- Official website of Green key. <http://www.greentourism.eu/bg/GreenLabel/Details/25>, accessed 09/15/2024
- Official website of Tourism Declare Climate Emergency. <https://www.tourismdeclares.com/>, accessed 09/15/2024
- Pjp., Ginting. (2020). Sustainable Growth and Development. 482-486. doi: <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200606.082>
- Zhou W., Faturay F., Driml S., Sun, Y. (2024). Meta-analysis of the climate change-tourism demand relationship. Journal of Sustainable Tourism, doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2354882>

## **HUMAN-FOCUSED APPROACHES IN THE TRANSITION TO GREEN ECONOMY: PROTECTION OF WORKERS' RIGHTS**

**Assoc. Prof.Dr. Mehtap DEMİR**

Kırklareli University, Türkiye, mehtapmemis34@hotmail.com  
ORCID ID: 0000-0002-7009-0385

**MsC.Sinem YAŞAR**

Kırklareli University, Türkiye, ssinemyasarr@gmail.com  
ORCID ID:0009-0007-9491-3765

### **Abstract**

During the transition to a green economy, protecting workers' rights is a vital element for the transformation to be fair and inclusive. In this context, various questions about workers' rights are being raised during the transition to a green economy. Issues such as how workers' rights in traditional sectors will be affected by this transformation, the nature of new business areas, and how the working conditions of workers will be shaped stand out. In addition, the effects of green economic policies on the vocational education and skill development needs of workers are also important. These questions are of critical importance for how the green economy can be implemented in a way compatible with the principles of social sustainability and justice. Along with this study, the effects of the transition process to a green economy on workers' rights are questioned. The importance of this study stems from the fact that the protection of workers' rights plays a critical role in the success of environmental sustainability goals in the transition to a green economy. The study makes an important contribution to the implementation of the transition to a green economy fairly and inclusively.

Based on the sources obtained through the literature review method, the study aims to reveal how the green economy can be implemented with the principles of social justice and social equality and how economic structures can be reshaped with environmental sustainability goals.

**Keywords:** Green Economy, Workers' Rights, Sustainability, Social Justice.

## **YEŞİL EKONOMİYE GEÇİŞTE İNSAN ODAKLI YAKLAŞIMLAR: İŞÇİ HAKLARININ KORUNMASI**

### **Özet**

Yeşil ekonomiye geçişte işçi haklarının korunması, dönüşümün adil ve kapsayıcı olması için hayati bir unsurdur. Bu bağlamda, yeşil ekonomiye geçişte işçi haklarıyla ilgili çeşitli sorular gündeme gelmektedir. Geleneksel sektörlerdeki işçi haklarının bu dönüşümden nasıl etkileneceği, yeni iş alanlarının niteliği ve işçilerin çalışma koşullarının nasıl şekilleneceği gibi konular öne çıkmaktadır. Ek olarak, yeşil ekonomi politikalarının çalışanların mesleki eğitim ve beceri geliştirme ihtiyaçları üzerindeki etkileri de önemlidir. Bu sorular, yeşil ekonominin sosyal sürdürülebilirlik ve adalet ilkeleriyle uyumlu bir şekilde nasıl uygulanabileceği açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışmayla birlikte, yeşil ekonomiye geçiş sürecinin çalışan hakları üzerindeki etkileri sorgulanmaktadır.

Bu çalışmanın önemi, çalışan haklarının korunmasının yeşil ekonomiye geçişte çevresel sürdürülebilirlik hedeflerinin başarısında kritik bir rol oynamasından kaynaklanmaktadır.

Çalışma, yeşil ekonomiye geçişin adil ve kapsayıcı bir şekilde uygulanmasına önemli bir katkı sağlamaktadır.

Çalışma, literatür tarama yöntemiyle elde edilen kaynaklara dayanarak, yeşil ekonominin sosyal adalet ve toplumsal eşitlik ilkeleriyle nasıl uygulanabileceğini ve ekonomik yapıların çevresel sürdürülebilirlik hedefleriyle nasıl yeniden şekillendirileceğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Yeşil Ekonomi, İşçi Hakları, Sürdürülebilirlik, Sosyal Adalet.

## Giriş

Çevre sorunları yeni bir mesele olmamakla birlikte insanlığın doğaya müdahalesinin bir sonucu olarak karşımıza çıkmıştır. İlk dönemlerde doğal kaynaklarla dengeli bir yaşam süren insanlık, Sanayi Devrimi ile birlikte bu dengeyi bozarak çevresel tahribatlara yol açmıştır. Sanayi Devrimi'nin getirdiği makineleşme ve kitlesel üretim, ulusal sınırları aşan çevresel sorunlar ağı oluşturmuştur. Doğal kaynakların aşırı kullanımı ise kuraklık ve kirlilik gibi ekolojik sorunlarla birlikte işsizliği de arttırmıştır. Bu durum gelecek nesillerin yaşam alanlarını tehdit eden küresel bir iklim krizine yol açmaktadır. Küresel ölçekte yaşanan sorunlara çözüm olarak ortaya çıkan yeşil ekonomi modeli, mevcut ekonomik düzenin çevresel etkilerini azaltmayı amaçlayan politikalarla doğal kaynakların bilinçli kullanımına hizmet ederken, sürdürülebilirlik ve atık yönetimi gibi çevre dostu uygulamaları da teşvik ederek ekosistemin sürekliliğini hedeflemektedir (Kılıç ve Kılıç, 2023: 74-75). Yeşil ekonomi modeli, Sanayi Devrimi'nin yol açtığı çevre kirliliğine karşı, ekosistemin sürdürülebilirliğinin güvence altına alınmasını sağlayan kapsamlı bir çözüm yöntemi olarak varlığını sürdürmekte, hızla kirlenen ekosistem karşısında bilim adamlarının en kritik tedbir yöntemlerinden biri olarak da önemini korumaktadır.

Sanayi Devrimi, insan refahını artırma fırsatı sunarken çevreye verdiği zararlar insan varlığını tehdit eden koşullar da yaratmıştır. 20. yüzyılın ikinci yarısında bilim, teknoloji ve küreselleşen üretim-tüketim süreçleri, çevre sorunları ve kaynaklara erişim sorunlarını daha karmaşık ve küresel hale getirmiştir. Bu gelişmeler, mevcut adalet anlayışlarının yetersizliğini açığa çıkartarak çevresel adalet kavramının geliştirilmesine yönelik ekolojizm ideolojisinin doğmasına zemin hazırlamıştır (Kılıç ve Tok: 2014: 213). Ekolojizm, insan faaliyetlerinin doğayla uyum içinde olmasını savunurken, çevre kirliliği, iklim değişikliği ve biyolojik çeşitliliğin azalması gibi sorunların ekonomik sistemler ve sosyal yapılarla derin bir etkileşim içinde ele alınması gerektiğini vurgular.

Küreselleşmeyle birlikte doğan çevre sorunlarının kökeninde, doğal kaynakların yenilenebilir olduğu inancı yatmaktadır. Bu inanç, kaynakların sınırsızca kullanılabilmesi yanılığını beslemiş ve çevresel kaliteyi göz ardı eden bir tutuma yol açmıştır. Küreselleşme sürecinde iklim değişikliği ve çevre kirliliği gibi sorunlar belirginleştiğinden sorun ulusal olmaktan çıkmış, ülkeler arası işbirliği de zorunlu hale gelmiştir. Bu süreçte, sınırsız üretimin ekosistemi tehdit ettiği endişeleri artmış ve 1972'deki Stokholm Konferansı gibi uluslararası işbirliği adımlarını teşvik etmiştir. Bahse konu konferans, çevresel tahribatın azaltılması için ilk stratejik adımları atarak sorunlara küresel çözüm arayışlarını başlatmıştır (Önel, 2021: 22).

Dünyadaki siyasal, toplumsal, teknik ve bilimsel gelişmeler; gelişmiş ülkelerde “küreselleşme,” gelişmekte olan ülkelerde ise “sürdürülebilir kalkınma” kavramlarını öne çıkarmıştır. Artan dünya nüfusu ve ekonomik büyüme çabaları, çevre sorunlarını beraberinde getirerek ekonomi ile çevre arasında bir dengesizlik yaratmış ve bu durum 1980'lerden itibaren çevre koruma çabalarını hızlandırmıştır. 1987'de ise Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu'nun yayımladığı rapor, sürdürülebilir kalkınma kavramını ekonomik büyümenin çevresel sürdürülebilirlikle uyum içinde olması gerektiği prensibine dayandırmış ve çevreci yatırımların artırılmasını önemli bir strateji olarak önermiştir (Kaypak, 2011: 19). Sürecin devamında ise çevreye yönelik bilinçlendirme faaliyetleri hız kazanmıştır ve 2008 yılında Birleşmiş Milletler Çevre Programı (UNEP) tarafından küresel ekonominin sürdürülebilirliğini artırmayı ve çevresel sorunlarla başa çıkmayı amaçlayan “Küresel Yeni Yeşil Düzen” yayımlanmıştır. Bu düzen, doğa, insan ve ekonomik sermaye yatırımlarında verimliliği artırarak sera gazı emisyonlarını azaltmayı, doğal kaynak kullanımını düşürmeyi ve sosyal eşitsizlikleri azaltmayı hedeflemektedir (Abdiraimov, 2016: 33). Böylece küresel düzeyde yeşil düzeni sağlamayı amaçlayan çabalar artmıştır.

Günümüzde küresel nüfus artışı ve çevresel baskılar, ülkeleri sürdürülebilir kalkınma için alternatif yaklaşımlar arayışına yönlendirmektedir. Çevrenin sürdürülebilirliğini sağlamak için ülkeler, çevre odaklı ekonomik ve mali araçları etkin bir şekilde kullanmaya başlamış ve bu süreçte yeşil sürdürülebilirliği mümkün kılan stratejilerin özünü oluşturan yeşil ekonomi kavramı literatürde önemli bir araştırma konusu olmuştur (Çadircı ve Aztimur, 2024: 14).

Yeşil ekonomi modeli, kapitalist sistemin çevresel sorunlarını ele alarak, kaynakların adil dağılımı, karbon salınımının azaltılması ve ekosistemin korunması gibi hedeflerle sürdürülebilir bir ekonomik yapı oluşturmayı amaçlar (Kılıç ve Kılıç, 2023: 76). Ekonomik ilerleme, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin ana amaçlarından biri olup, kaynakların kullanımı ve üretim tercihleri ile doğrudan ilişkilidir. Üretim artışı çevresel olumsuzlukları beraberinde getirirken, yeşil ekonomi politikaları, çevresel tahribatın azaltılması için önemli bir yaklaşım haline gelmiştir. Türkiye'nin kalkınma politikalarında da bu konular gündemde yer almaktadır (Çadircı ve Aztimur, 2024: 13).

Çevre eğitimi, bireylerin çevresel sorunlara duyarlılığını artırırken, sürdürülebilir bir gelecek inşa etme sorumluluğu da kazandırır. Çevre eğitimi, 1970'li yıllardan bu yana, çevre bilincini geliştirme ve olumlu davranış değişiklikleri sağlama konusunda kritik bir araç olarak öne çıkmakta ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada önemli bir rol oynamaktadır.

Gelecek nesillerin yaşanabilir bir dünyaya sahip olabilmesi, çevre eğitiminin toplumda yarattığı farkındalık ve sorumluluk duygusuyla mümkün olacaktır (Özdemir, 2007: 25).

### **1. İnsan Odaklı Politikalar ve İşçi Hakları**

İnsan odaklı politikalar, toplumsal adaletin sağlanması ve işçi haklarının korunması açısından bir zorunluluk haline gelmiştir. Sosyal politikaların gelişimi, insan haklarının ilerlemesiyle sıkı bir ilişki içindedir. Bu bağlamda, çevre ve kimlik hakları, küreselleşmenin etkisiyle sosyal politika alanında giderek daha önemli konular haline gelmiştir (Ortakaya, Koca ve Akbaş, 2023: 407). Yeşil ekonomiye geçiş sürecinde işçilerin hak ve refahını önceleyen yaklaşımlar, sürdürülebilir kalkınmayı çevresel ve toplumsal bir sorumluluk temeline oturtarak, bireylerin ihtiyaçlarını karşılamamanın ötesinde daha adil bir gelecek için kritik bir rol oynamaktadır.

Çevre kirliliği ve iklim değişikliğinin artması, sosyal yaşam ve refah düzeyi üzerindeki olumsuz etkilerini artırırken, bu sorunlarla başa çıkmak için yeşil sosyal politika unsurlarını anlamak önem kazanmıştır. Bu bağlamda, çevresel tahribatın sürdürülebilir kalkınma üzerindeki etkileri doğrultusunda yeşil sosyal politika kavramı öne çıkmıştır (Ortakaya, Koca ve Akbaş, 2023: 401). Bu yaklaşım, kaynakların etkin kullanımı ve sosyal eşitlik gibi konulara odaklanarak, toplumların daha sürdürülebilir bir şekilde gelişimine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

İnsan odaklı politikaların oluşturulması, işgücünün yeşil dönüşüm sürecine uyum sağlaması için büyük bir fırsat sunmaktadır. "Yeşil işler" kavramı, çevreyi koruyan iş alanlarını ifade ederken, bu alandaki çalışanların sosyal güvenlik ve iş güvencesi gibi haklarının korunması da kritik bir öneme sahiptir. Çalışma hayatındaki değişikliklere uyum sağlamak amacıyla sosyal koruma politikalarının genişletilmesi, yeşil ekonomiye geçişin başarısı için vazgeçilmezdir (Erol ve Bolcan, 2024: 170). Nitekim gelişmiş ülkelerde yeşil istihdam politikaları, iş güvencesini artırarak çalışanların ekonomik kaygılarını azaltmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, insan odaklı yaklaşımların işgücü piyasası politikalarında önceliklendirilmesi ve işçi haklarının korunması, sürdürülebilir bir geleceğin inşası için kaçınılmaz bir gereklilik olarak öne çıkmaktadır (Bohnenberger, 2022: 347). Yeşil ekonomiye geçiş süreci, "iyi" işlerin yaratılmasına odaklanarak yüksek beceri, yüksek ücret ve yüksek kalite standartları sunmalıdır (Stroud, Fairbrother, Evans, & Blake, 2014: 10). Bu süreçte insan odaklı bir yaklaşım benimsemek, işçilerin haklarının korunması açısından bir gereklilik haline gelmektedir.

Uluslararası düzeyde iş hukukunun güçlendirilmesi, işçi haklarının korunması ve işverenlerin sorumluluklarının netleştirilmesi önem taşımaktadır. Avrupa Sendika Konfederasyonu, iklim politikalarının sosyal ve işgücü boyutlarıyla ele alınması gerektiğini vurgularken, üye

devletlerin “yeşil” iş hukukunu gözden geçirmesi ve adil geçiş anlayışını güçlendirmesi gerektiğini belirtmektedir. İş hukukunun, çevresel geçiş sürecinde maliyet ve faydalarının adil dağıtımını sağlamaya katkı sunması bu anlamda gereklidir (Schadewijk, 2024: 18). Yeşil dönüşüm, çevresel kaygıların yanı sıra maliyet odaklı gerekliliklerle de şekillenmekte olup, bu durum çalışanların devlet güvencesine olan ihtiyacını artırmakta ve iş hukuku ilkelerinin yeniden tanımlanmasını zorunlu kılmaktadır. Türkiye’de 1980’lerden itibaren ekonominin dışa açılmasıyla birlikte bazı işgücü kavramlarında önemli değişiklikler yaşanmış; klasik çalışma biçimlerinden esnek modellere geçiş işçi tanımını belirsizleştirirken, işçi haklarının korunmasına yönelik yasal düzenlemelerin gerekliliğini doğurmuştur (Erol ve Bolcan, 2024: 163, 165).

Esnek çalışma biçimlerinin yaygınlaşması, işçi haklarının korunmasını her zamankinden daha kritik hale getirmektedir. 4857 sayılı İş Kanunu, kısmi süreli çalışanların tam süreli çalışanlara karşı ayrımcılığa uğramasını engellemeye yönelik çeşitli hükümler içermektedir. Kanunun 5. maddesi, işverenlerin işçilerine çalışma sürelerine göre ayrımcılık yapamayacağını düzenleyerek "eşit davranma ilkesini" güvence altına almaktadır. Örneğin, bir işyerinde tam süreli çalışan bir işçiye sağlanan evlenme yardımı, yakacak yardımı ve doğum yardımları gibi sosyal haklar kısmi süreli çalışanlar için de orantılı bir şekilde tanınmalıdır. Bu sosyal haklar, işçinin çalışma saatlerine göre azaltılabilir; ancak tamamen yok sayılamaz. Bu düzenlemeler, kısmi süreli çalışanların sosyal haklardan ve iş güvencesinden mahrum bırakılmasını önlemekte ve işverenlerin ayrımcı uygulamalarını hukuki açıdan kısıtlamaktadır (Çelik, Caniklioğlu, Canbolat, & Özkaraca, 2023: 212, 433).

İş hukuku bağlamında hukuki anlaşmazlıklar, işçi haklarının korunması ve işverenlerin fesih yetkilerinin kısıtlanmasıyla doğrudan ilişkilidir. İşçi haklarını güvence altına alan ve sosyal koruma ihtiyacını karşılamak amacıyla oluşturulan iş yasaları, yeşil ekonomiye geçiş sürecini destekleyecek sağlam bir zemin sunmaktadır. Özellikle 4857 sayılı İş Kanunu, işçi haklarının korunması ve işverenlerin fesih yetkilerinin sınırlandırılması açısından kritik bir öneme sahiptir. Mevcut iş kanunlarının çalışan tanımını genişletmesi, sosyal koruma ihtiyacını karşılamak için önemli bir adımdır. Ayrıca, yasama organlarının yeşil istihdamı teşvik eden yeni yasalar çıkarması, yeşil ekonomiye geçiş sürecini daha sorunsuz hale getirecektir (Erol ve Bolcan, 2024: 162).

Sonuç olarak, yeşil ekonomiye geçiş sürecinde insan odaklı politikaların benimsenmesi, işçi haklarının korunması ve sosyal adaletin sağlanması açısından kritik bir öneme sahiptir. İş

gücünün yeşil dönüşüm sürecine uyumunu sağlamak, sosyal koruma ve istihdam güvencesini artırmak, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada büyük bir katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, iş hukuku ve sosyal politikaların yeniden düzenlenmesi, işçi haklarının korunmasını ve çevresel sürdürülebilirliği eş zamanlı olarak sağlamak adına büyük bir zorunluluk olarak öne çıkmaktadır.

## 2. Adil Geçiş Süreci

Yeşil ekonomiye geçiş sürecinde, ekonomik, çevresel ve toplumsal açıdan en çok etkilenen grupların ihtiyaçlarını gözetererek sosyal adaleti sağlamayı hedefleyen yaklaşım "adil geçiş" olarak tanımlanmaktadır. Bu kavram, çevresel dönüşüm süreçlerinde sosyal paydaşların katılımını ve hakların korunmasını vurgular. Bu açıdan bakıldığında, adil geçiş, sadece çevresel değil, aynı zamanda sosyal bir dönüşümü de beraberinde getiren bir süreçtir ve uluslararası kuruluşlar yeşil ekonomiye geçişi zorunlu bir adım olarak değerlendirmektedir. Türkiye de bu süreci yakından izlemekte ve bu kapsamda kamu otoriteleri ile sosyal paydaşlar arasında güçlü bir sosyal diyalog kurulmasına önem vermektedir (Görmüş, 2024: 33). Bu durum, adil geçiş sürecinin başarıya ulaşmasında kritik bir rol oynamaktadır. Böylece, tüm paydaşların katılımıyla daha kapsayıcı ve adil bir dönüşüm sağlanması planlanmaktadır. Nitekim Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) da kapsayıcı bir yol haritasıyla ekonomik dönüşüm sürecinin tüm paydaşlara insana yakışır ve sürdürülebilir bir gelecek sağlayacak şekilde ilerlemesini önererek, adil geçişte sosyal adaletin tesis edilmesinin çevresel sürdürülebilirlik kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır (Van der Ree, 2019: 269).

Yeşil dönüşüm sürecinin başarıya ulaşması için mevcut işgücünün yeni ekonomik koşullara uyum sağlaması gereklidir. Bu amaçla, mesleki eğitim programları ve yeniden beceri kazandırma çalışmaları, işçilerin değişen iş piyasasına adapte olmasını sağlar. Örneğin, işçilerin yeni iş modelleri ve yeşil ekonomi hakkında bilgilendirilmeleri, geçiş sürecinin sosyal boyutunu güçlendirmektedir. Eğitim ve sosyal koruma önlemleri, hem geçiş maliyetlerinin adil dağılımını hem de işgücü piyasasının yeni koşullara uyumunu destekler (Görmüş, 2024: 46). Adil geçişin diğer bir önemli yönü iş dünyasında çevresel ve sosyal sorumluluğu teşvik etmektir. Şirketlerin sürdürülebilirlik stratejileri, sadece kârlılığı değil, toplumsal sorumluluğu da kapsamalıdır. Sürdürülebilirliği benimseyen işverenlerin çevresel hassasiyeti içselleştiren iş modellerine geçiş yapmaları beklenir (Tokgöz ve Önce, 2009: 249). Bu düşünceden hareketle geleneksel yönetim modellerinin, çevresel hassasiyet ve sosyal eşitlik ilkeleri doğrultusunda yeniden yapılandırılması beklenir. Kaynakların adil dağılımı ve toplumsal katılım, yeşil geçişin

sürdürülebilir ve kapsayıcı bir şekilde yürütülmesi için kritik unsurlar olarak öne çıkmaktadır (Ortakaya, Koca ve Akbaş, 2023: 419). Ayrıca temiz çevrede yaşama hakkının korunması, sosyal adaletin sağlanması açısından da kritik bir öneme sahiptir (Özdemir, 2007: 28). Gelecek nesillerin refahını güvence altına almak için kapsayıcı ve adil politikaların geliştirilmesi, bu sürecin sürdürülebilir ve başarılı bir şekilde gerçekleşmesi açısından önemlidir.

### **3.İşgücü Uyum ve Mesleki Eğitim**

İşgücünün yeni üretim yöntemleri ve çevre dostu uygulamalara uyum sağlaması, sürdürülebilir bir ekonomi için kritik önemdedir. Mesleki eğitim olanaklarının artırılması, işgücünün bu değişime uyum sağlamasında büyük bir rol oynar. Mevcut becerilerin geliştirilmesi ve işgücünün yeşil alanlara yönlendirilmesi, ekonominin tüm sektörlerinde çevresel sürdürülebilirlik ile ekonomik dengeyi koruyarak geçişin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesine katkı sağlar. Böylece yeşil ekonomiye geçiş, çevresel hedeflerin ötesinde sosyal kapsayıcılığı artıran bir ekonomi oluşturma potansiyelini de taşır. Bu süreçte mevcut işlerin çevre dostu hale getirilmesi ve yeni yeşil işlerin yaratılması önem kazanırken, işçi haklarının korunması ve iş sağlığı güvenliğine yönelik sürdürülebilir üretim süreçlerinin teşviki de kritik bir konu haline gelir. Avrupa Birliği'nin istihdam politikaları, işgücünü daha sürdürülebilir alanlara yönlendirerek çevre koruma ile ekonomik büyüme arasında bir köprü oluşturma potansiyelini ortaya koymaktadır (Pociovălișteanu et al., 2015: 9531).

İşgücünün evrensel sürdürülebilirliğe uyum sağlaması, genç işsizliği ve istihdam politikalarının yeniden şekillendirilmesi ile doğrudan ilişkilidir. Eğitim sisteminin çevre odaklı hale getirilmesi, yeşil becerilerin kazanılması ve yeşil istihdam stratejilerinin geliştirilmesi, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliğin ana bileşenlerindedir. Tüm paydaşların bu süreçte iş birliği yapması, yeşil ekonomi hedefine ulaşmak için elzemdir (Kılıç ve Kılıç, 2023: 74). ILO ve UNEP tarafından yayımlanan “Sürdürülebilir Kalkınmaya Doğru Çalışmak” başlıklı rapor, sosyal katılım ve işgücü uyumunu yeşil ekonomiye geçişin ana bileşenleri olarak ele almaktadır. Raporda, çalışanların yeşil ekonomiye geçiş sürecindeki rolünün sosyal koruma, gelir desteği ve beceri eğitimi önlemleriyle desteklenmesi gerektiği vurgulanmaktadır. Bu yaklaşım, işgücünün yeni iş fırsatlarına erişiminde önemli bir etken olarak değerlendirilmektedir (ILO/UNEP, 2013: 52).

Çevre koruma düzenlemeleri karmaşık ve çok yönlü etkiler doğurabilir. Pozitif etkileri arasında yeni iş fırsatları ve sürdürülebilir iş uygulamaları bulunurken, olumsuz etkileri arasında iş kayıpları ve ekonomik gerileme yer alır. Bu dengenin sağlanması, ilgili politikaların



uygulanmasına bağlıdır (Abdiraimov, 2016: 35). İşgücü eğitim programlarının uygulanması, iş kayıplarını azaltma ve yeni becerilerin kazanılmasını sağlama potansiyeli sunmaktadır. Mesleki eğitim ve işgücü uyumunu destekleyen politikaların işverenler ve çalışanlar arasında sosyal diyalogu içermesi önemlidir. Etkili bir sosyal diyalog, işgücünün uyum sağlamasına katkıda bulunmanın yanı sıra, istihdamın doğasını ve kalitesini artıran bütüncül bir kalkınma modelinin oluşmasına da yardımcı olur. Örneğin, Almanya gibi sanayileşmiş ülkelerde sosyal diyalog mekanizmalarının etkin kullanımı, yeşil ekonomiye geçişin işgücü üzerindeki etkilerini yönetmede kritik bir rol oynamaktadır (Goods, 2013: 13).

Yeşil istihdam politikaları, ekonomik durgunluğun aşılmasında ve düşük karbonlu bir ekonomiye geçişte olumlu bir etki yaratır. Ancak bu geçiş, işgücü piyasasında önemli değişiklikler gerektirir. Bireylerin becerilerinin piyasa taleplerine uyum sağlaması, bu sürecin başarısında kritik bir faktördür. Çevresel sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla yürütülen bu çabalar, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirliğe katkıda bulunmayı hedefler (Pociovălișteanu et al., 2015: 9541-9542).

İşgücü uyumu ve mesleki eğitim, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada merkezi bir rol oynamaktadır. Yeşil ekonomiye geçişte benimsenen doğru politikalar, işgücünün çevre dostu alanlara yönlendirilmesi ve işçi haklarının korunması, sürdürülebilir bir ekonomik modelin temel bileşenleridir. Sosyal diyalog mekanizmalarının desteklenmesiyle güçlenen bu süreç, sadece sürdürülebilir kalkınmayı değil, aynı zamanda insana yakışır iş fırsatlarının yaratılmasını da sağlayacaktır. Bu yaklaşımlarla geleceği inşa etmek, daha adil ve yaşanabilir bir dünya için hayati bir adım olacaktır.

#### **4.Sonuç**

Günümüz dünyasında çevresel sorunlar, ekonomik büyüme ve sürdürülebilirlik arasında karmaşık bir denge kurulması zorunludur. Sanayi Devrimi ile başlayan aşırı doğal kaynak kullanımı, iklim değişikliği ve çevre kirliliği gibi acil sorunlar, insanlığın geleceği için etkili ve kalıcı çözümler gerektirmektedir. Bu bağlamda, yeşil ekonomi kavramı, doğal kaynakların bilinçli kullanımını ve çevresel etkilerin minimize edilmesini hedeflemektedir. Ayrıca, insan odaklı politikaların geliştirilmesi, işgücü uyumunu ve sosyal adaleti desteklemektedir.

Eğitim ve mesleki gelişim programları, işgücünün yeni ekonomik koşullara uyum sağlamasına ve bireylerin toplumsal hayata katılımını artırmasına yardımcı olmalıdır. Özellikle gençler için yeşil sektörlerdeki mesleki eğitimler, istihdam fırsatlarını artırarak sosyal eşitliği teşvik

etmektedir. Bu eğitimler, mesleki ve sosyal becerilerin geliştirilmesi açısından kritik bir rol oynamaktadır. Böylece toplumsal dayanışma ve çevresel sürdürülebilirlik konularında bilinçlenme sağlanır. Bu süreç, ekonomik dönüşümün kapsayıcı ve eşitlikçi bir şekilde gerçekleşmesine katkıda bulunur. Çevresel sürdürülebilirliğin ekonomik ve sosyal eşitlikle birleştirilmesi, sadece mevcut nesillerin değil, gelecek nesillerin refahını güvence altına alacak bir strateji sunmaktadır. Ülkelerin, iş hukukunu ve sosyal politikalarını yeniden gözden geçirerek yeşil geçişe katkıda bulunmaları bu hedeflere ulaşmada hayati bir önem taşımaktadır. Ancak, mevcut istihdam yapısındaki değişim ve geleneksel sektörlerdeki iş kayıpları gibi zorluklar, sosyal adaletin sağlanmasında ciddi tehditler oluşturabilir.

Adil geçiş süreçleri, çevresel, sosyal ve ekonomik boyutların entegrasyonu ile mümkün olacaktır. Bu yaklaşım, sadece çevresel sürdürülebilirliği değil, aynı zamanda toplumsal adaleti de sağlamayı hedeflemektedir. Sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmak için, ülkelerin iş hukuku ve sosyal politikalarını gözden geçirip işçi haklarına öncelik vermeleri gerekmektedir. Bu bağlamda, işgücünün yeşil dönüşüm sürecine uyum sağlaması, sosyal koruma ve istihdam güvencesinin artırılması şarttır.

Sonuç olarak, işgücü uyumu ve mesleki eğitim, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada merkezi bir rol oynamaktadır. Yeşil ekonomiye geçişte benimsenen doğru politikalar, işgücünün çevre dostu alanlara yönlendirilmesi ve işçi haklarının korunması, sürdürülebilir bir ekonomik modelin anahtar bileşenleridir. Bu süreç, sosyal diyalog mekanizmalarının desteklenmesiyle, sürdürülebilir kalkınma ve insana yakışır iş fırsatlarının yaratılması açısından bütüncül bir etki sağlayacaktır. Yeşil ekonomiye geçiş, yalnızca çevresel sürdürülebilirliği değil, aynı zamanda toplumsal adaleti sağlamak adına bir fırsattır. Bu dönüşüm, bugün aldığımız kararlarla gelecekteki nesillerin yaşanabilir bir dünyada var olma şansını güvence altına alacaktır.

## Kaynakça

- Abdiraimov, M. (2016). Sürdürülebilir gelişme yaklaşımında yeşil ekonominin önemi. *Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(6), 29-39.
- Bohnenberger, K. (2022). Greening work: Labor market policies for the environment. *Empirica*, 49(2), 347-368.
- Çadırcı, Ç. & Aztimur, H. (2024). Yeşil ekonomi politikalarının Türkiye'nin kalkınma planlarındaki yeri. *Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 13-23.
- Çelik, N., Caniklioğlu, N., Canbolat, T. & Özkaraca, E. (2023). *İş hukuku dersleri*. Beta Basım Yayın.
- Erol, A. & Bolcan, A. E. (n.d.). Legal and social effects of green economy policies on labor markets. *Sustainability, Policy, and Global Impact: A Comparative Analysis*, 153.
- Goods, C. (2013). A just transition to a green economy: Evaluating the response of Australian unions. *Australian Bulletin of Labour*, 39(2), 13-33.
- Görmüş, A. (2024). Yeşil ekonomiye adil geçiş için istihdam politikaları. *Memleket Siyaset Yönetim*, 19(42), 33-60.
- Kaypak, Ş. (2011). Küreselleşme sürecinde sürdürülebilir bir kalkınma için sürdürülebilir bir çevre. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2011(1), 19-33.
- Kılıç, B. & Kılıç, R. (2023). Türkiye'de yeşil ekonomi uygulamaları: Kütahya katı atık yönetimi. *Ulusal Çevre Bilimleri Araştırma Dergisi*, 6(2), 74-85.
- Kılıç S. & Tok N. (2014). Geleneksel adalet anlayışlarından çevresel adalet anlayışına. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(3).
- Ortakaya, Ü. İ., Koca, D. & Akbaş, E. (2023). Yeşil sosyal politika: Sosyal adaletin ve ekolojik sürdürülebilirliğin bütünleşmesi. *Adam Academy Journal of Social Sciences*, 13(2), 401-423.
- Önel, B. (2021). İşletmelerin yeşil yönetim algıları ve sürdürülebilirlik bilinci. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, 6(11), 21-33.
- Özdemir, O. (2007). Yeni bir çevre eğitimi perspektifi: Sürdürülebilir gelişme amaçlı eğitim. *Eğitim ve Bilim*, 32(145), 23-38.
- Pociovălişteanu, D. M., Novo-Corti I., Aceleanu M. I., Şerban, A. C. & Grecu, E. (2015). Employment policies for a green economy at the European Union level. *Sustainability*, 7(7), 9231-9250.

- Reyhan, A. S. (2014). Sürdürülebilir üretim-tüketim politikaları çerçevesinde yeşil ekonomi üzerine bir değerlendirme. *Memleket Siyaset Yönetim*, 9(22), 327-347.
- Stroud, D., Fairbrother, P., Evans, C. & Blake, J. (2014). Skill development in the transition to a green economy: A varieties of capitalism analysis. *The Economic and Labour Relations Review*, 25(1), 10-27.
- Tokgöz, N. & Önce, S. (2009). Şirket sürdürülebilirliği: Geleneksel yönetim anlayışına alternatif. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11(1), 249-275.
- Van der Ree, K. (2019). Promoting green jobs: Decent work in the transition to low-carbon, green economies. *In The ILO@ 100* (pp. 248-272). Brill Nijhoff.
- Van Schadewijk, M. A. N. (2024). Labour, the environment and international and European law: One journey or worlds apart?. *European Labour Law Journal*, 20319525241274686.
- Zeytinoğlu, E. (2012). Çalışma barışına katkısı olabilecek bir sistem: Esneklik. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(22), 157-175.

## **SUSTAINABILITY AND SOCIOECONOMIC IMPACTS OF CHILD-FRIENDLY TOURISM IN TURKEY**

**PhD. Mustafa YAPAR**

Recep Tayyip Erdoğan University, Türkiye, mustafa.yapar@erdogan.edu.tr

ORCID ID: 0000-0001-8982-1806

**Prof. Dr. Selman YILMAZ**

İstanbul University, Türkiye, selmany@istanbul.edu.tr

ORCID ID: 0000-0002-6212-280X

### **Abstract**

Tourism sector is a sector that stands out with its contribution to macroeconomic indicators. Tourism sector, which is supported by many dynamics and factors, is also highly influenced by the decisions of individuals. The decision to take a vacation, regardless of the period, is a main dynamic factor. In addition to individual vacationers, the tourism sector also contributes to the social structure of families. Considering the situation of families, families with children should be evaluated separately. It is known that children guide their parents when making a vacation decision that concerns the tourism sector. Especially in families with children, parents make vacation plans taking into account the comfort level of their children. Child-friendly tourism is also based on this decision. Children are a guide for their parents in this regard. Child-friendly tourism is not just a concept that includes a holiday organization. Its content includes children's rights, the role of the child in society, the child's contribution to decision-making processes, preparing children for the future, instilling self-confidence in children and the processes required for them to become responsible individuals in the future. In this study, Turkey's current situation and future of child-friendly tourism are discussed. Tourism potential is evaluated in accordance with the expectations of children. Suggestions are offered for the tourism sector in Turkey to stay ahead of its competitors in terms of local and international visitors. It is seen that tourism revenues contribute significantly to vital factors such as employment, national income, foreign trade deficit and regional development.

**Keywords:** Child-Friendly Tourism, Socio-Economic Impacts, Tourism Sector.

## **TÜRKİYE'DE ÇOCUK DOSTU TURİZMİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ VE SOSYOEKONOMİK ETKİLERİ**

### **Özet**

Turizm sektörü, makroekonomik göstergelere katkısıyla ön plana çıkan önemli bir iktisadi sektördür. Birçok dinamik ve faktörden beslenen turizm sektörü, bireylerin kararlarından da fazlasıyla etkilenmektedir. Döneme bağlı olmaksızın alınan tatil kararı temel bir dinamik unsurdur. Bireysel tatil yapmak isteyenlerin yanı sıra turizm sektörü ailelerin sosyal yapısına da katkıda bulunmaktadır. Ailelerin durumu dikkate alındığında çocuklu aileler ayrıca değerlendirilmelidir. Turizm sektörünü ilgilendiren bir tatil kararı alınırken çocukların ebeveynlerini yönlendirdiği bilinmektedir. Özellikle çocuklu ailelerde ebeveynler, çocuklarının konfor düzeyini dikkate alarak tatil planı yapmaktadırlar. Çocuk dostu turizmin de dayanak noktasını bu karar oluşturmaktadır. Çocuklar bu konuda aileleri için bir rehber ve yönlendirici niteliğindedirler.

Çocuk dostu turizm, salt bir tatil organizasyonunu içeren bir kavram değildir. İçeriğinde çocuk hakları, çocuğun toplumdaki yeri, çocuğun karar alma süreçlerine olan katkısıyla geleceğe hazırlanması, çocuklara özgüven aşılması ve onların gelecekte sorumluluk sahibi bir birey olması için gereken süreçler bulunmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye'nin çocuk dostu turizm konusunda mevcut durumu ve geleceği tartışılmaktadır. Turizm potansiyeli çocukların beklentileri doğrultusunda değerlendirilmektedir. Türkiye'de turizm sektörünün yerel ve yabancı misafirler konusunda rakiplerinin önünde yer alabilmesi için öneriler sunulmaktadır. Turizm gelirlerinin ülkenin istihdam, milli gelir, dış ticaret açığı ve bölgesel kalkınma gibi hayati faktörlere önemli katkılarda bulunduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Çocuk Dostu Turizm, Sosyoekonomik Etkiler, Turizm Sektörü.

## Giriş

Turizm sektöründe, turistlerin talepleri ile turizm işletmelerinin imkanları arasındaki beklenti farklılığı sorunu uzun yıllardır devam etmektedir. Birey ya da aile ayırmaksızın turizm sektöründe oluşan talepler sektörün genel yapısını şekillendiren önemli bir faktördür. Ekonomi biliminde yer alan arz-talep dengesinin oluşması turizm sektörü için sadece fiyat mekanizmasının oluşumu ile ilgili değildir. Çünkü tüketiciler yıllık planlarında belirli bir süre ayırdıkları turizm faaliyetleri için çeşitli taleplerde bulunurken, bu taleplerin karşılanması hususunda beklentiye girmekte ve tatil yeri seçimlerini bunu dikkate alarak yapmaktadırlar. Turistler için birçok faktör belirleyici olsa da aile özelinde çocukların talepleri bu konuda daha belirleyici olmaktadır. Bu nedenle sektörün arz tarafını oluşturan işletmecilerin, çocukların taleplerini de göz önünde bulundurmaları gerekmektedir.

Turizm sektörü yapısı itibariyle sürekli politika üretilmesine ve politika yenilemesine ihtiyaç duyan bir endüstridir. Politika üretilirken hedef grupların isteklerine ve önceki deneyimlerinden alınan bildirimlerine oldukça dikkat edilmektedir. Turizm sezonunun çeşidi, konaklama türü, sağlanan hizmet olanakları gibi faktörler daha çok işletmecilerin müdahale edebildiklerini konular iken turistlerin beklentileri sektörün doğrudan etki edemediği hatta etkilendiği alanlardır. Turizm sektörünün arz yapısını oluşturan kesim cinsiyet, gelir durumu ve tatil süresi gibi belirleyiciler üzerinden önlemler alabilmektedir. Sektörün talep eden kesimini daha iyi anlayabilmek için aile tatili veya aile dışı tatilciler üzerine de çeşitli politikalar üretilmektedir.

Çocuklar dünya nüfusunun önemli bir bölümünü oluşturan bir topluluktur. Dünyada 2023 yılı verilerine göre yaklaşık 2,415 milyar 18 yaş altı birey bulunmaktadır (United Nations, 2024). Bu nüfus ise genel olarak düşük ve orta gelir grubundaki ülkelerde yaşamaktadır. Çocuklar günümüzdeki ve gelecekteki sosyal, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik sorunları ile yakından ilişkilidir. Ayrıca bu sorunların çözümünde yer alan iktisadi karar birimleridir (Von Braun, 2017). Turizmin sürdürülebilirliği için de çocukların sektöre yönlendirici ve belirleyici olarak dahil olması önemlidir.

Çocuklar tatil yeri seçiminde ailelerini yönlendirici ve gerektiğinde baskın karar alıcı konumunda olabilmektedirler. Bu durum son dönemlerde daha da önem kazanmış ve tatil sezonlarının planlanmasında hem turist hem de işletmeciler için dikkate alınan bir unsur olmuştur. Sergiler, tema parklar, müzeler ve yaz tatili temelinde çalışan oteller önemli bir pazar segmenti olan çocukların ilgisini çeken belirleyiciler durumundadır. Geçmiş yıllarda çocuklar turizm sektörü açısından ana hedef değillerdi. Ailelerin de özellikle uzun süreli tatil tercihlerinde onların isteklerine göre karar almadıkları bir durum söz konusuydu. Genel olarak çocukların ailelerinin isteklerini belirlemede ikincil bir etkiye sahip olduğu ve tatil çeşidi ya da tatil yeri konusunda ailelerinin isteklerine göre hareket ettikleri görülmekteydi (Cullingford, 1995). Çocuklar tatil konusunda araştırmacıların özne seçiminde hep ihmal edilen grup olmuştur. Turizme dair literatürde araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalar genel olarak cinsiyet ve yetenek gibi özneler üzerinde yoğunlaşırken yaş gibi sosyal öğeler de farklı şekillerde incelenmiştir. Turizm sektöründe turizm endüstrisinin faydası ön plana çıkarıldığı için daha çok gelire sahip olan kesim dikkate alınarak yaş grubu üzerinden çalışmalar yapılmıştır. Bu kesim genel olarak genç ve yaşlı turistler olarak sınıflandırılmıştır. Bu kapsamda çocukların tatile dair görüşleri ihmal edilmiştir (Small, 2008). Buna rağmen zaman geçtikçe çocukların karar alma sürecine etkisi artmıştır.

Aile tatili genel olarak ebeveynlerin baskın olduğu ve karar alma mekanizmasının demokrasiden uzak bir yapıda seyrettiği bir durumu ifade ederken zamanla bu durum çocukların da ihtiyaçlarının dikkate alındığı yeni bir konsepte dönüşmüştür. Çocuk dostu ya da çocuk odaklı turizmin beslendiği kaynak onların ailelerinin turizm kararlarını etkilediği düşüncesidir. Bu durumda işletmeciler çocukların da mutlu anılar üretebileceği çocuk dostu turizm fikrine uygun politikalar üretmeye başlamışlardır. Turizm endüstrisi, çocukların seyahat ihtiyaçları ve beklentileri ile onlara genellikle yetişkinlerin eşlik ettiği gerçeğinin farkına vararak çocuk odaklı turizm pazarına proaktif bir yaklaşım benimsemiştir. Örneğin, birçok çocuk odaklı ve çocuk dostu mekan (tema parklar, çocuk temalı konaklama yerleri, alışveriş merkezleri ve sinemalar) aile turizmi deneyimlerini teşvik etmek ve bundan kar elde etmek için tasarlanmıştır (Wu vd., 2019). Turizm sektörü çocuk odaklı bile olsa ekonomik amaçları olan ve şirketler açısından kar, makro açıdan gelir getirmesi beklenen bir endüstridir.

Aileler tatil için karar alırken ebeveynlerin dominant olduğu bir süreç yaşanmaktadır. Bazı durumlarda baba veya anne daha baskın hale gelebilmektedir. Fakat genellikle ebeveynlerin birlikte karar alma yöntemini benimsedikleri görülmüştür (Jenkins, 1978; Nichols ve Snepenger, 1988; Fodness, 1992). Örneğin Jenkins (1978) babanın tatil kararı ile ilgili bilgi

toplama, tatil süresini belirleme, para harcama durumu ve konaklama konusunda baskın figür olduğunu ortaya koymaktadır. Ailede ebeveynlerin yönlendirici olduğu bariz durumdayken son dönemlerde çocukların da bu karar mekanizmasını etkilediği açıktır. Swinyard ve Sim (1987), Howard ve Madrigal (1990) gibi çalışmalar çocukların karar alma mekanizmasını ürün, hizmetler ve tercihler açısından etkilediğini ortaya koymuşlardır. Aymankuy ve Ceylan (2013) 13 yaş üzeri çocukların tatil kararı alma konusunda daha etkin olduğu, 13 yaş altı çocukların kararı etkileme gücünün daha düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Filiatrault ve Ritchie (1980) ve Wang vd. (2004) çocukların karar alma süreçlerinde oldukça zayıf bir rolü olduğunu öne sürmüşlerdir. Filiatrault ve Ritchie (1980) sonuç olarak çocuklu ailelerde karar alma süreçlerine babanın hakim olduğunu ileri sürmüşlerdir. Ortak karar alma, çocuk olmayan ailelerde daha yaygındır. Alt kararlar arasındaki eşlerin göreceli etkisi, ailelerde çiftlerden daha fazla değişmektedir. Çocuklar genel karar alma sürecinde nispeten az etki göstermektedir. Wang vd. (2004) gruplara özel paket turlar için farklı aşamalarda ve farklı kültür ve lokasyonlarda karar alma mekanizmasında dominasyon farklılıklarını ortaya koymuşlardır. Problem tanımlama, bilgi arama ve nihai karardan oluşan üç aşamalı bir karar verme süreci kullanılmıştır. Anne, baba ve çocukların üç aşamalı karara etki oranları ve baskınlıkları değişse de karar almaya katkıda buldukları görülmektedir. Çocuklar her aşamada en düşük katkı oranına sahiptir. Araştırmalar dikkate alındığında çocuklar tatil konusunda karar alma sürecine katkı sağlayan birey konumuna yükselmiştir.

Turizm sektörü ekonomiye katkı sağlayan her sektör gibi çeşitli sorunlarla uğraşmaktadır. Bu konudaki en güncel sorunlardan biri daha fazla büyüme için kaynak oluşturmaktır. Bu amaca ulaşabilmek için turizm sektörünün yeni ürünler sunmak ya da yeni kitleleri hedef belirlemek gibi alternatifleri değerlendirmesi gerekmektedir. Yeni ürünler turistlerin ihtiyaçlarına göre oluşturulmaktadır. Yeni ürünlerin oluşturulması ve modern bir çözüm bulunabilmesi için yeni hedef kitleler belirlenmeli ve bu kitlelerin ihtiyaçları araştırılmalıdır. Geleneksel bakış açısıyla gelir sahibi nüfusun fikirlerinin daha fazla önemsendiği turizm sektörünün son yıllarda artan bir ilgi olsa da en çok ihmal ettiği kesim 6-18 yaş grubudur (Kotíková ve Schwartzhoffová, 2016).

### **1.Çocukların Tatil Deneyimlerine Ait Araştırma Örnekleri**

Çocukların turizmi tanımlama ve yorumlama biçimi çeşitlilik göstermektedir. Yaş grubu aralığı, cinsiyet, eğitim dönemi, yaşanan yer ve coğrafya bilgisi gibi faktörler çocukların turizmi tanımlamalarına yardımcı ve yönlendirici olmaktadır. Örneğin Gamrad (1995) turizm merkezlerine yakın konumda bulunan 6 adet ilkokulda öğrenim gören çocukların turizmi



anlayış biçimlerini öğrenmek için bir yöntem geliştirmiştir. Buna göre çocuklardan bölgeye gelen misafirlerin resimlerini çizmeleri istenmiş ve açık uçlu cümleleri tamamlamalarını sağlayan bir aktivite kitabı doldurulmuştur. Sonuç olarak farklı lokasyonlarda öğrenim gören çocukların turizmi farklı yorumladıkları ve sosyalleşme deneyimlerinin farklılaştığı tespit edilmiştir. Başka bir örnekte Cullingford (1995) deniz aşırı tatil yapan 7-11 yaş aralığındaki çocuklarla görüşme üzerinden yaptığı anket çalışmasında onların tatilden beklentilerini, hayal kırıklıklarını, konaklamaya verdikleri önemi ve mental bir çerçeve içinde çocukların tatili daha çekici bulmaları için gerekli erken göstergeleri incelemiştir. Bazı ülkelerin tatil seçenekleriyle ön plana çıktığı görülmüştür. ABD için Disneyland önemi bir vitrin yüzüdür. Ayrıca ABD ve Avusturalya plajları ile çocukların gözdesi konumundadır. Çocukların gittikleri her ülke için daha cazip buldukları bir tatil ögesi bulunmaktadır. Thornton vd. (1997) 143 kişilik turist grubu için İngiltere Cornwall'da kalan misafirlerin üzerinde anket çalışması yapmıştır. Turist gruplarının turizm sektörü ürünlerini satın alma davranışlarını nesil farklılıkları açısından incelemiştir. Nesiller arasındaki farklı ihtiyaçlar turizmdeki ürün talebine de yansımaktadır. Çocukların turist gruplarının davranışlarını etkilemesine neden olan yemek ve uyku zamanı ayarlamaları gibi belirleyicileri bulunmaktadır. Çocuklar grupların karar alma süreçlerine etkisi olan bireylerdir. Nickerson ve Jurowski (2001) ebeveynleri seyahat ederken onlar üzerine yapılan anketlerde pek dikkate alınmayan ve göz ardı edilen çocukların fikirleri üzerine çalışma yapmışlardır. Çocuklara yönelik yapılan araştırmalar daha sonraki tatil dönemleri için politika üretilmesine olanak sağlamaktadır. Sonuç olarak çocukların anket gibi araştırma süreçlerine katkı sağlama konusunda ebeveynlerine göre daha iyi düzeyde olduklarını saptamışlardır. Tatil için gidilen yerlerden memnun kalma oranlarının ebeveynlere göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu durum çocukların ailelerinin gelecekteki tatil planlarını yönlendirme konusunda istekli olduğunu göstermektedir.

Çocuklar için tatil çoğu zaman bir anı olarak kalır. Bu anının güzel olmasını sağlayan faktörleri belirlemek ise araştırmacıların işidir. Çocukların ölçme ve değerlendirme çalışmalarına katkı vermesi beklenen bir durum değildir. Aslında çocukların tatil anılarını değerlendirme konusunda daha kayıtsız kalmaları beklenir. Çünkü çocuklar yaşama dair olaylara yetişkinler gibi veri olarak bakmamaktadır. Gram (2005) 26 adet Danimarkalı ve Alman aile üzerinde yapmış olduğu çalışmada aile tatillerinin başarılı olarak kabul edilmesi için iyi anlar yaşanması gerektiğini tespit etmiştir. İyi anlar tüm aile üyelerinin mutlu olduğu, somurtmanın olmadığı, çocukların aktivitelerle yoğun olduğu durum olarak algılanmaktadır. İyi anlarda çocuklar başka çocuklarla etkileşimlerini hızlandırabilmektedir. Ebeveynlerinin onlarla vakit geçirmesine

gerek kalmamaktadır. Ayrıca çocuklar tatil sürecinde aktif bir rol almayı beklemektedirler. Diğer çocuklarla vakit geçirme ve oyun oynama çocukların isteklerinin başındadır. Çocuklar için bu etkenlerin başarılması, aile için tatilin tadını çıkarmak anlamına gelmektedir. Khoo-Lattimore vd. (2015) Asyalı aileler özelinde küçük çocukların ebeveynlerinin otel seçimindeki kriterlerini incelemiştir. Malezya'daki ebeveynlerle seyahat mesafesi, kurulan etkileşimin kalitesi, çocuk dostu imkanlar, güvenlik ve aile odaklı programlar konulu beş ana tema üzerinden görüşme yapılmıştır. Aileler için bebeklerin daha konforlu bir tatil yapma beklentisi baskın olmaktadır. Örneğin odalarda biberon ısıtıcısının bulunması gibi bir seçenek belirleyici olmaktadır. Ailelerin çocuklarıyla iletişimini güçlendirmesi için tatil köylerinde aile odaklı aktivitelerin bulunması ebeveyn-çocuk etkileşimine katkıda bulunmaktadır. Bu yönüyle oteller sosyal sermaye oluşturan kuruluş niteliği taşırlar. Rhoden vd. (2016) 9-10 yaşlarındaki 39 çocuktan aldığı verileri toplayarak onların tatil deneyimlerini etkileyen faktörleri tespit etmeye çalışmışlardır. Veriler doğrultusunda çocukların tatil deneyimleri boyunca bağımsız ve özgür bir süreç içinde olma isteklerinin baskın olduğu görülmüştür. Yeni arkadaş edinmek, fiziksel aktivitelerde bulunmak ve özgürce oynamak çocukların tatil boyunca ön plana çıkan istekleridir. Ayrıca çocuklar için tatil, yetişkinlerde olduğu gibi bir rutinden kaçış eylemidir. Çocuklar eğitim-öğretim sürecinde gelecekteki hayatlarının rutinine hazırlık aşamasını yaşamaktadırlar. Bu nedenle tatil çocuklar için de dinlenme dönemidir. Hay (2017) 26 adet 9-14 yaş aralığındaki çocuğun Avustralya'daki 4/5 yıldızlı otellerde geçirdikleri tatil deneyimlerini araştırmıştır. Aile yemeği, gizlilik ve kişisel alan, eğlence ve sosyalleşme araştırmanın temaları olmuştur. Çocuklar aile bağının gelişmesi için tatilin önemli olduğunu söylese de aile grubu dışındaki çocuklarla artan etkileşimden de mutlu olduklarını belirtmişlerdir. Aile turizminde rolü giderek artan çocuklar için başka bir çalışma yapan grup ise Wu vd. (2019)'dir. Dünyanın en kalabalık ülkelerinden biri olan Çin'in kıyı bölgelerinde bulunan 3 tane okuldan seçilen 8-11 yaş aralığındaki toplam 139 çocuk üzerinde yapılan çalışma onların deneyimlerini incelemiştir. Çocukların anlattıkları hikayeler ve çizdikleri resimler üzerinden araştırma yürütülmüştür. Tespit ettikleri en önemli çıktı deneyimleri konusunda çocukların net bir fikre sahip olmalarıdır. Yeni hayvanlarla tanışma, fiziksel aktiviteler, yerel yemekleri deneyimleme ve gelişen aile bağı gelecekteki turistler için hazırlanacak politikalara ön bilgi vermektedir.

Çocukların tatil deneyimlerine dair araştırmalar yorumlanırken genel olarak somut ve somut olmayan belirleyiciler kullanılır. Ailenin geliri çocuğun tatilini nasıl geçireceğini belirleyen somut bir faktördür. Tatilin süresi, tatil yerinin yaşanılan yere olan uzaklığı, nerede tatil

yapıldığı, tatilin kalitesi gibi faktörler doğrudan aile geliri ile ilişkilidir. Bunun dışında ilişki geliştirme, bağ kurma ve arkadaş edinme gibi faktörler ise somut olmayan belirleyicilerdir (Rhoden vd., 2016). Yaş grubu da tatil değerlendirmesi için etkili bir faktördür. Yetişkinlerin ve çocukların tatilden beklentiler konusunda farklı düşünmesi normal karşılanmaktadır. Ayrıca çocukların içinde de yaş grubu olarak farklılıklar görülebilmektedir. Johns ve Gyimothy (2010) Danimarka'daki Legoland tatili için çocukların görüşünü aldığı anda yaş grupları arasında da farklı görüşler izlemiştir. Çocuklar genel bir konsept olarak tatili değerlendirmemektedir. Çocuklar için tatil bir anı yaşadır. Bu nedenle park konseptini genel olarak eğlenceli olarak nitelendirmişlerdir. Fakat ergen olarak bilinen 13-18 yaş aralığındaki daha büyük çocuklar ise park konseptini sıkıcı bulmuşlardır. Legoland'ın park konsepti somut bir belirleyicidir. Bunun yanı sıra arkadaş edinme ve sosyal etkileşim ise soyut içeriklerdir.

Aile tatili dışındaki farklı bir tatil konsepti ise okul gezileridir. Çocukların özne olduğu ve sosyalleşmenin ön plana çıktığı okul gezilerinin çocuklar üzerinden önemli etkileri vardır. Larsen ve Jenssen (2004) Norveçli 14-15 yaş aralığındaki çocukların okul gezisi deneyimleri üzerinde çalışmışlardır. Veriler toplanırken gezi öncesi, gezi süreci ve gezi sonrası ayrı olarak değerlendirilmiştir. Çocukların sosyolojik gelişimi açısından bir yerden bir yere gitmek temasından daha çok birlikte seyahat etmek ve vakit geçirmek onlara göre önemli olan kısımdır. Öğrenme güdüsü önemli olsa da çocukların birlikte bir şeyler yapma isteği temel motivasyon olmuştur. Ayrıca kırsal gezilerde yaşanan deneyimler de çocuk dostu turizm kapsamında geliştirilebilir. Kırsal bölgelere yapılan geziler çocuk dostu turizmin geliştirilmesine yönelik politika ipuçları vermektedir. Qeidari vd. (2024) 6-12 yaş aralığındaki 37 çocuğu kapsayan çalışmalarında görüşme ve çizim analizi yardımıyla çocukların tatilden beklentilerini yorumlamışlardır. Çocukların kırsal bölgelere seyahatleri onlara çok şey kazandırmaktadır. Çocuklar tatil sürecini onlara değer katan, öğreten, keşfetmelerini sağlayan ve yeni deneyimler kazandıran bir dönem olarak yaşamalıdır. Kırsal seyahatlerde çocuklara kazandırılan en önemli nitelik ise sosyal bağların güçlenmesidir. Kırsal bölgelere seyahat eden çocuklar için bu seyahatler onların kişiliklerini, dünya görüşlerini, düşüncelerini, öz farkındalıklarını, bağlılıklarını ve davranışlarını etkiler ve daha sonraki yaşamlarında tekrar ziyaret etme niyetlerinde rol oynayabilirler. Bu sonuçlar, turizm endüstrisi planlamacıları ve yöneticilerinin etkili politika geliştirme için kullanabilecekleri çocukluk ve yetişkinlik arasındaki benzerlik ve farklılıkların değerlendirilmesi açısından önemlidir. Genel olarak çalışmalar tatil kararı alınırken çocuğun etkisini, çocukların yaşadıkları deneyimleri paylaşmalarını ve çocukların

işletmelerden beklentilerini ortaya koymaktadır. Araştırmalar turizm politikası üretilmesi konusunda katkı sağlamaktadır.

## 2. Türkiye’de Turizm Sektörü ve Çocuk Dostu Otel Konsepti

Türkiye turizm sektöründe bulunduğu konum sayesinde farklı turizm konseptleri için oldukça elverişli konumdadır. Her yıl milyonlarca yerli ve yabancı turist sektörün imkanlarından yararlanmaktadır. Ayrıca turizm makroekonomik hedeflerin gerçekleştirilmesini sağlayan ülkeye gelir kazandıran bir sektördür. Özellikle dışa açık yapısı ile fiziki üretim yapan sanayi kolları gibi ülkeye katkılar sağlamaktadır. Türkiye turizm gelirlerini artırma konusunda yeni ve modern politikalara açık bir anlayışa sahip bir ülkedir. Bu durumun da en önemli göstergesi Tablo 1’de görüldüğü üzere turizm gelirleridir. Covid-19 pandemisinin etkin olduğu yıllarda alınan önlemlerden etkilenen turizm sektörü pandemi dönemi dışındaki yıllarda oldukça yüksek gelir seviyesini yakalamıştır. 2023 yılı incelendiğinde son on yılın en yüksek turizm gelirin e yaklaşık 55,8 milyar dolar ile ulaşılmıştır.

**Tablo 1.**Yıllara Göre Turizm Gelirleri

Yıllar	Turizm Geliri (Bin \$)	Kişi Başı Ortalama Harcama (\$)	Gecelik ortalama harcama (\$)
2015	37.700.923	906	88
2016	26.539.007	846	73
2017	31.253.835	809	74
2018	35.920.910	787	74
2019	42.851.778	826	79
2020	15.169.371	958	69
2021	30.309.722	1.032	74
2022	49.857.030	971	85
2023	55.874.176	979	92

**Kaynak:** (TÜİK,2023)

Turizm sektöründe çocukların ilgisini çekebilmek için çeşitli faktörler dikkate alınmaktadır. Bu faktörler sınıflandırılabilir. Örneğin deniz kıyısında olan bir otelde yapılan konaklama odaklı tatil köyü konsepti ile şehir içi gezisini kapsayan tatilin arasında çocuklar açısından farklı belirleyiciler vardır. Ayrıca kültür ya da eğlence içeren park temalı şehir içi turizmi de çocuklar için farklı belirleyici faktörlerin ön plana çıkması demektir. Doğal süreçlerden etkilenen plaj, güzel hava, güzel manzara ile insan kaynaklı konaklama tesisi, yüzme havuzları, su kaydırakları, hayvanat bahçeleri, spor alanları gibi faktörler çocukların tatilden keyif almaları için önemlidir (Rhoden vd., 2016). Çocuklar genel olarak turizm kapsamına aileleri ile birlikte dahil olurlar. Turizmin konusu olan seyahatler aile ile birlikte yapılan seyahatler, okul gezileri ve kış turizmi şeklinde gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca eğlence odaklı merkezler, spor

etkinlikleri ve diğ er bazı seyahatler aile d ışı nda da gerç ekleş ebilmektedir. Okul gezisi ve okul kampları da bu kategoride ç ocuklar iç in oluş turulan etkinliklerden sayılmaktadır (Yalç ınkaya, 2019).

Turizm gelirlerine katkı sağ layan modern politikaların baş ında ç ocuk dostu oteller gelmektedir. Aileler turizm faaliyetlerini planlarken ç ocuklarının mutluluğ unu ve iyi vakit geç irmelerini önemsemekte ve nerede tatil yapacağ ı kararını bu ölç ütler doğ rultusunda belirlemektedir. Aileler genel olarak ç ocuklarının istek ve ihtiyaç larını ön planda tutma eğ ilimindedirler. Bu farkındalı ğ ın geliş mesi ve toplumda etkilerinin görü lmeye baş lamasıyla ç ocukların da ihtiyaç larını göz önünde bulunduran turizm iş letmeleri, ç ocuk dostu turizm kapsamında ç ocuk dostu otel konseptini geliş tirmiş lerdir (Gün can ve Ongun, 2023).

Ç ocuk dostu turizm kavramı iki ř ekilde görülebilmektedir. Bunlardan ilki ç ocuk temalı tatil yerleridir. Ç ocuk temalı otel ise tasarım olarak ç ocuklara fazlasıyla hitap eden ve onların ihtiyaç larını temel alan bir iş letme türüdür. Ç ocukların tatil süresince eğ lence düzeyinin arttırılmasına yönelik çevre düzenlemesi yapılması ç ocuk temasının öznesi olmaktadır. Ç ocukların hedef kitle olarak belirlendiğ i bu konseptte kültür, doğ a, coğ rafya, tarih ve uzay gibi temalar seç ilerek ç ocukların ilgisi çek ilmeye çalış ılmaktadır. Ç ocuklar duygularını daha ön planda yaşadıkları iç in onları etkilenecekleri farklı bir atmosfere çekmek önemli bir stratejidir. Tema ve görsellik olarak ç ocukları odaklayan iş letmelerin otel d ışı nda müze, park, eğ lence merkezi gibi çeşitleri de bulunmaktadır. Ç ocuk dostu otel ise ç ocukların günlük yaş amlarına tatil süresince de devam etmelerini sağ layan bir otel yaş amı konseptidir. Aileler kendi evlerindeki ç ocuklara uygun ortamı ç ocuk dostu otellerde de talep ederler. Bu nedenle ç ocuk dostu otel kavramı ç ocukların alış tığ ı ideal koç ulların korunması ve tatil eğ lencesinin tadının ç ıkarılmasıdır. Ç ocuk dostu oteller ç ocuklar iç in güvenlik sağ layan, olası sağ lık sorunlarına doğ rudan müdahale edebilecek donanımda sağ lık ekibi ve teç hizatı bulunan, eğ itimine devam etme imkanı sağ layan, ç ocukların sosyalleş me koç ullarını iç eren ve onları toplumun bir bireyi gibi hissettiren destekleyici kuruluş larıdır (Tuna vd., 2019).

Ç ocuk dostu oteller küçük yaş lar da ve ailelerinin yardımına en fazla ihtiyaç duyduğ u dönemde olan ç ocukların bebek bakım ekipmanlarını ve fiziki ortamını bulunduran iş letmelerdir. Ç ocukların yaş grubuna göre ihtiyaç ve hizmet raporu ç ıkarabilen ve sorunlara hızlıca ç özüm üretebilen otellerdir (Suat Eren vd., 2023). Yaş grubu ayırmaksızın ç ocuk dostu otellerin vermesi beklenen temel hizmetler: animasyon, eğ itim sınıfları ve öğ retmenler, nitelikli bakıcı, sağ lık personeli ve ekipmanı, eğ lenceye yönelik programlar, odaların ç ocuklara göre hazırlanması, eğ lenceye yönelik fiziki koç ullar (su kaydırakları, ç ocuk havuzları, spor alanları),

tiyatro ve sinema salonları, dumansız hava sahası, çocuklara yönelik atıştırma sunan büfeler, yönlendirici levhalar, yaralanmaların ve düşmelerin önüne geçebilecek şekilde zemin yapılması ve koruyucu önlemler alınması, tam güvenlik sağlanması ve hijyene dikkat edilmesi olarak sıralanabilmektedir (Emir ve Pekiyan, 2010). Otellerin bu hizmetleri sağlamasındaki temel motivasyon, yetişkinlerin dünyasının yanında çocukların da dünyasının olduğunu unutulmamalarıdır (Hay, 2017).

### **Sonuç ve Öneriler**

Turizm sektöründe çocukların rolü akademik çalışma olarak oldukça geri planda kalmış bir konudur. Akademik dünyanın aksine, turizm endüstrisi çocukların istek ve arzularını proaktif bir yöntemle daha çok dikkate almaktadır. Akademik bağlamda yapılan çalışmalar çocuk ögesini temel almadan, pazarlama eksenli çalışmalar olup özellikle çocukların ailelerinin harcama alışkanlıklarını ve tatil planlamalarını nasıl etkilediklerine odaklanmaktadır. Turizm ve pazarlama literatüründe amaç “müşteriyi daha iyi tanıma” olmasına rağmen çocukların isteklerini önemseyen çalışmaların az olması dikkat çekmektedir (Poria ve Timothy, 2014).

Her çocuğun bazı hakları mevcut bulunmaktadır. Bu haklardan bir tanesi de çocukların turizm haklarıdır ve yine bu hakkın da sürdürülebilirliğidir. Bu konuda sürdürülebilirlik aslında çocuğun fiziksel ve duygusal bakımdan gelişimine yardımcı olmaktır. Çocukların; zihinsel, duygusal, sosyal her türlü becerilerini sağlıklı bir şekilde geliştirebilmesi aynı zamanda ailesine ve topluma ileriki dönemlerde olumlu katkılar sağlayabilmesi anlamına gelmektedir.

Çocuk Dostu Turizm çocukların turizm hakları çerçevesinde değerlendirilmesi gereken bir kavramdır. Çocukların bu haklarını kullanabilmeleri için mutlaka ailenin, kurumların ve devletin her türlü alt yapıyı sağlamaları gerekmektedir. Özellikle sektörde faaliyet gösteren firmaların çocuklu aileler için özel hizmet veren çocuk dostu tesisleri oluşturmaları gerekmektedir. Bu tesislerde öncelikli olarak çocuklar için sağlık ve güvenlik kriterleri baz alınmalıdır.

Çocukların turizmin içinde yer almaları onların ruh sağlıklarına ve öğrenim hayatlarına olumlu etkiler yaratacaktır. Birbirinden farklı ortamlarda yetişen çocuklar bu tatillerde bir araya gelerek (gerek ulusal gerek uluslararası) kalıcı dostluklar kurmakta ve toplumların mutluluklarına dolaylı olarak katkı vermektedir. Uzun dönemli olarak ele alındığında küresel anlayış ve barış iklimine olumlu etkileri bulunmaktadır.

Günümüzde alternatif turizm çerçevesinde Çocuk Dostu Turizm sektörünün ekonomik, çevresel, sosyal ve kültürel anlamda çarpan etkisi büyüktür. Bu çarpan etkisinin büyüklüğü turizmin

rekabet gücünü de olumlu etkilemektedir. Ayrıca turizm gelirleri açısından da yeni bir kitle elde edilmesi, gelecekte de tatil planlarında bulunmak anlamına geldiğinden potansiyel gelir sağlamaktadır.

Çocuk Dostu Turizm’de odak noktası çocuktur. Tatil planları yapılırken çocuk her türlü planın aslında odak noktası olmakta, çocukların istek ve ihtiyaçları doğrultusunda kararlar alınmaktadır. Bir başka ifade ile çocuklar lehine pozitif ayrımcılık uygulanmaktadır. Çocuk Dostu Turizm aslında bir sosyal sorumluluk projesidir. Buradaki sorun turizmin bir bedelinin olması her çocuğun bu hizmetten yararlanamamasıdır. Bunun için kamusal politikaların geliştirilmesi gerekmektedir. Devletin çocuk dostu turizmi geliştirecek politikalar üretmesi, çocuklara yönelik ilgi çekici tanıtımlarda bulunması ve daha fazla eğlence temalı fiziki yapılar inşa etmesi büyük önem arz etmektedir.

### **Kaynakça**

- Aymankuy, Y., & Ceylan, U. (2013). Ailelerin Turistik Ürün Satın Alma Karar Sürecinde Çocukların Rolü (Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(45), 105-122.
- Cullingford, C. (1995). Children’s Attitudes to Holidays Overseas. *Tourism Management*, 16(2), 121-127. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)00022-3](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)00022-3).
- Emir, O., & Pekyaman, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar’da Bir Uygulama. *Yönetim Ve Ekonomi Dergisi*, 17(2), 159-181.
- Filiatrault, P. & Brent Ritchie J.R. (1980) Joint Purchasing Decisions: A Comparison of Influence Structure in Family and Couple Decision-Making Units, *Journal of Consumer Research*, 7(2), 131–140, <https://doi.org/10.1086/208802>.
- Fodness, D. (1992). The Impact Of Family Life Cycle On The Vacation Decision-Making Process. *Journal of Travel Research*, 31(2), 8–13. <https://doi.org/10.1177/004728759203100202>.
- Gamradt, J. (1995). Jamaican Children’s Representations of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 735-762. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00024-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00024-7).
- Gram, M. (2005). Family Holidays. A Qualitative Analysis of Family Holiday Experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 5(1), 2–22. <https://doi.org/10.1080/15022250510014255>.
- Günçan, Ö. & Ongun, U. (2023). Çocuk Dostu Turizm. Dalgın, T. & Civelek, M. (Ed.), *Turizmde Değişim ve Yeni Arayışlar* içinde (s. 15-36). Özgür Yayınları. <https://doi.org/10.58830/ozgur.pub286.c1120>.
- Hay, B. (2017). Missing Voices: Australian Children’s Insights and Perceptions of Family Holidays. *Hospitality & Society*, 7(2), 133-155. [https://doi.org/10.1386/hosp.7.2.133\\_1](https://doi.org/10.1386/hosp.7.2.133_1).

- Howard, D. R., & Madrigal, R. (1990). Who Makes the Decision: the Parent or the Child? The Perceived Influence of Parents and Children On the Purchase of Recreation Services. *Journal of Leisure Research*, 22(3), 244–258. <https://doi.org/10.1080/00222216.1990.11969828>.
- Jenkins, R. L. (1978). Family vacation decision-making. *Journal of Travel Research*, 16(4), 2–7. <https://doi.org/10.1177/004728757801600>.
- Johns, N. & Gyimothy, S. (2003). Postmodern Family Tourism in Legoland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 3(1), 3–23. <https://doi.org/10.1080/15022250310001549>.
- Khoo-Lattimore, C., Prayag, G., & Cheah, B. L. (2015). Kids on Board: Exploring the Choice Process and Vacation Needs of Asian Parents With Young Children in Resort Hotels. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 24(5), 511–531. <https://doi.org/10.1080/19368623.2014.914862>.
- Kotíková, H. & Schwartzhoffová, E. (2016). Children’s Camps as a Tourism Product –A Case Study, *Czech Journal of Tourism*, 5(2), 189–202. <https://doi.org/10.1515/cjot-2016-0011>.
- Larsen, S., & Jenssen, D. (2004). The School Trip: Travelling with, not to or from. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 4(1), 43–57. <https://doi.org/10.1080/15022250410006273>.
- Nichols, C. M., & Snepenger, D. J. (1988). Family Decision Making and Tourism Behavior and Attitudes. *Journal of Travel Research*, 26(4), 2–6. <https://doi.org/10.1177/004728758802600401>.
- Nickerson, NP. & Jurowski, C. (2001). The Influence of Children on Vacation Travel Patterns. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 19-30. <https://doi.org/10.1177/135676670100700102>.
- Poria, Y. & Timothy, DJ. (2014). Where are the Children in Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 47, 77-95. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.03.002>.
- Qeidari, H.S., Kahnooj, S.R.H., Solimani, Z., Shabani, B. & Wise, N. (2024). Iranian Children's Memorable Rural Tourism Experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 32, 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100897>.
- Rhoden, S., Hunter-Jones, P., & Miller, A. (2016). Tourism Experiences Through the Eyes of a Child. *Annals of Leisure Research*, 19(4), 424–443. <https://doi.org/10.1080/11745398.2015.1134337>.
- Small, J., (2008). The Absence of Childhood in Tourism Studies. *Annals of Tourism Research*, 35(3), 772-789. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2008.06.002>.
- Suat Eren, İ., Düzgün, M., & Olcay, A. (2023). Çocuk Dostu Uygulamalar Bakımından Otel Web Sitelerinin Değerlendirilmesi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (33), 15-30. <https://doi.org/10.54600/igdirsosbilder.1127547>.



- Swinyard, W.R. & Peng Sim, C. (1987). Perception of Children's Influence on Family Decision Processes, *Journal of Consumer Marketing*, 4(1), 25-38. <https://doi.org/10.1108/eb008186>.
- Thornton, P.R., Shaw, G. & Williams A.M. (1997). Tourist Group Holiday Decision-making and Behaviour: The Influence of Children. *Tourism Management*, 18(5), 287-297. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(97\)00017-4](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(97)00017-4).
- Tuna, M., Özyurt, B., & Kurt, A. (2019). Çocuk Dostu Oteller: Kavramsal Bir İnceleme (Children Friendly Hotels: A Conceptual Study). *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (3), 63-76.
- TÜİK. (2023). Turizm Geliri ve Kişi Başı Ortalama Harcama, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Turizm-Istatistikleri-IV.-Ceyrek:-Ekim---Aralik,-2023-53661>.
- United Nations. (2024). World Population Prospects 2024. <https://population.un.org/wpp/>.
- Von Braun, J. (2017). Children as Agents of Change for Sustainable Development. A. M. Battro, P. Lena, M. S. Sorondo & J. Von Braun (Ed.), *Children and Sustainable Development* içinde (s. 17-30). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-47130-3\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-319-47130-3_2).
- Wang, K.C., Hsieh, A.T., Yeh, Y.C. & Tsai, C.W. (2004). Who is the Decision-maker: the Parents or the Child in Group Package Tours?. *Tourism Management*. 25(2), 183-194. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00093-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00093-1).
- Wu, M., Wall, G., Zu, Y. & Ying, T. (2019). Chinese Children's Family Tourism Experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166-175. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.003>.
- Yalçınkaya, B., İstanbullu Dinçer, F., & Dinçer, M. Z. (2019). Turizmde Çocuk: Turist Olarak Çocuklar. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6 (36), 1015-1029. <https://doi.org/10.26450/jshsr.1137>.

## **HEALTH TOURISM: AS A FUNDAMENTAL DIRECTION OF SUSTAINABLE COOPERATION IN INTERNATIONAL RELATIONS**

**Dr. Sabina ALIYEVA**

Odlar Yurdu University, Azerbaijan, sabina.aliyeva@oyu.edu.az

ORCID NO 0009-0003-3161-9594

### **Abstract**

Health tourism is the act of traveling to a location other than one's regular abode in order to receive medical services that aim to enhance a person's physical and mental well-being. This may also include access to various tourist activities and entertainment services. Health is an essential requirement and entitlement of persons. Each nation has its own distinct health strategy. In contemporary times, individuals may opt to seek medical treatment in foreign nations rather than availing healthcare services in their home country. There are several reasons for this, including receiving high-quality service, accessing healthcare quickly, and obtaining the same service at a more inexpensive price. Due to these factors, individuals currently conduct investigations on healthcare services in foreign nations and avail themselves of medical treatments in the location that best suits their needs.

In our article, we mentioned the types of general concepts of health tourism and the measures implemented by the states in this field. In addition, we investigated the interaction between health tourism and the tourism sector in the development of both countries and their relations.

**Keywords:** Health tourism, Tourism, Economic Benefit, International Relation, Tourism Policy.

### **Introduction**

Health tourism is an industry that promotes the development of medical facilities by capitalizing on the global demand for healthcare services from people seeking treatment abroad. Under the circumstances of globalization, the collaboration among nations enhances the individual and financial resources of healthcare services by promoting freedom of movement and opportunity, facilitating access, fostering the growth of healthcare services in many regions of the world, and providing financial support. Currently, the issues stemming from industrialization and urbanization are detrimentally affecting human health. The utilization of natural tourism resources such as clean air, sunlight, therapeutic thermal springs, and favorable climate is aimed at safeguarding human health and enhancing labor efficiency. Health tourism refers to the act of individuals traveling from their nation of residence to another country in order to acquire preventive, therapeutic, rehabilitative, and health-enhancing services. Examining the historical progression of health tourism reveals that while medical science originated in ancient times, the

utilization of healing springs based on scientific principles emerged during the Middle Ages and the Renaissance. Healing waters have been extensively utilized in European countries from the early 19th century, namely during the commercial stage. Health tourism in Western Europe has experienced commercial development from the early 20th century, but in Eastern Europe and post-Soviet countries, it has developed more socially. In the 1970s, networks and brands started to emerge in the field of health, wellness, and medical-treatment tourism.

### **1.Theoretical Framework**

Therefore, in addition to the transportation infrastructure utilized for domestic tourism within a country, the international transportation connections catering to foreign tourism have had a direct impact on various aspects of the tourism industry. These include the expansion of tourism, the enhancement of its competitiveness, the accessibility of new tourist destinations, the length of the tourism season, and the overall demand for tourism. Tourism transportation is a service that efficiently and securely transports people from tourism marketplaces to tourist attraction centers, following economic principles, throughout their journeys for tourism reasons. This change is anticipated to be cost-effective and offer time efficiency. Efficient tourism transportation necessitates the harmonization of various transportation systems. The links between tourism and transportation are multifaceted, encompassing various aspects such as budget, duration, and type of tourism. Without a doubt, factors such as intention, location, and timing play a crucial role in shaping these partnerships. Depending on the sort of tourism, there is a strong correlation between the destination, the specific time of year, and the transportation system and vehicles that will be utilized. Geographical space, which includes land, water, and air, is essential for transportation in tourism. Therefore, it is a topic of study in both transportation geography and tourism geography. Transportation networks linking tourist accommodations with holiday attractions are a crucial aspect of tourism geography. The following topics will be discussed: the influence of transportation on tourists' selection of holiday destinations, the emergence and growth of new tourist destinations, the connection between seasonal patterns of tourism and transportation, the corridors that facilitate the movement of tourists and their associated natural, cultural, and service attractions, the geographical distribution of these tourism corridors, the interplay between tourism transportation and economic sectors, and the relationship between tourism transportation and environmental factors. Geographers conduct research on several subjects, including socio-cultural and economic implications. Within this framework, the connections between visitors (demand) and the geographical locations where transportation originates, terminates, and

occurs (supply) are examined and consolidated through an analysis and synthesis of cause-effect inquiries, focusing on distribution and impacts (Baykal, 2016).

Obtaining healthcare in a foreign country is a well-established occurrence. Since ancient times, individuals have been traveling overseas for medical treatment. Previously, affluent individuals from poor nations sought medical care at prominent healthcare facilities in industrialized countries to obtain therapy that was unavailable in their own country. Currently, due to the advancement of many countries in the medical area and the relatively lower cost of treatment compared to wealthy nations, health tourism primarily involves individuals from developed countries seeking medical services in developing countries. This refers to the act of exporting healthcare services to poor nations. Hence, nations are formulating competitive strategies and allocating resources to acquire a greater portion of health exports. Additionally, they are implementing modifications to their legal frameworks to facilitate this objective.

Health tourism and tourist health are distinct concepts. Health tourism mostly involves traveling to foreign countries to receive medical treatments, whereas tourist health refers to the medical services received by visitors who engage in tourism activities for reasons unrelated to health.

The increasing globalization of the world, advancements in transportation and communication technologies, improvements in healthcare services worldwide, and challenges in health financing have led to a gradual rise in the significance and mobility of health tourism globally. Currently, health tourism has emerged as a sector that combines the tourism and health industries, generating revenue and employment opportunities for countries.

## **2. Relationship Between Health Tourism and Tourism Sectors**

Tourism's influence on national economies has elevated it to a subject of discussion among prominent foreign affairs committees. Put simply, diplomacy, which relies on tourism, has effectively established itself in international treaties and agreements throughout time. Since tourists are required to visit embassies in order to enter other countries, the role of ambassadors, who are the highest-ranking representatives of their governments, is crucial in facilitating the acceptance of tourists. Through diplomacy and international relations, ambassadors consider various aspects of tourists' internal, external, and regional concerns. The implementation of "international relations or tourism diplomacy" has a direct and influential impact on economic, political, cultural, and social matters. If economic diplomacy is understood as a foreign policy technique that utilizes foreign policy to achieve domestic economic goals, then the promotion

of tourism in many countries necessitates the application of economic diplomacy, specifically tourism diplomacy. Hence, the Ministry of Foreign Affairs is committed to overseeing foreign economic ties, which encompasses both internal decision-making and external talks pertaining to the aforementioned matters. The purpose of diplomatic activity is to promote the growth of the foreign economy by facilitating marketing efforts, identifying and pursuing foreign commercial prospects, and encouraging international investment and expansion of the tourism industry. If the head of the diplomatic body implements these items accurately, they have the potential to broaden the scope and markets of tourism. Tourism, when viewed as a process, can attain the required dynamism by implementing short-term and long-term strategies, fostering the growth of the tourism industry, and promoting collaboration among businesses and institutions. By doing so, it becomes feasible to generate employment opportunities, address the issue of unemployment, and enhance social well-being. Expert decision-making can address future challenges and explore new opportunities at national, transnational, and global levels. This can be achieved by enhancing the tourism infrastructure, increasing the involvement of individuals in tourism programs, engaging the private sector, attracting domestic and foreign investments, streamlining processes, minimizing government intervention in the tourism industry, and focusing on three key principles: guidance, support, and oversight. Tourism refers to a collection of industries that rely on tourists to differing degrees. This reliance changes over time and in different locations. Meanwhile, the progress of tourism is influenced by the coordinated operation of various economic, social, political, security, regulatory, and legal sectors, among others. The diplomatic system of countries holds a distinct and prominent place within the crucial realm of tourism, setting it apart from other institutions and organizations. International tourism is a highly important form of tourism that has a significant impact on the decisions made by the foreign affairs department. It is often referred to as tourism diplomacy in specialized circles, as it can influence and facilitate international relations and the tourism industry. Hence, it is crucial for foreign ministers to strategically and skillfully engage in tourism diplomacy, considering the specific requirements of each country, their existing capabilities, and the importance of introducing distinctive tourist attractions. Prioritizing the establishment, enhancement, and expansion of geopolitical ties with neighboring countries and other tourism markets worldwide is essential for diplomatic and international relations, alongside economic diplomacy in general. This includes focusing on capacity building in the tourism industry. From a pathological perspective, the economic diplomacy efforts of most countries in the tourist sector have been largely unsuccessful thus far. There is still a significant

distance to go before reaching the desired level of success, considering the untapped potential and current capabilities of the tourism industry (Jalalpour & Shojaeifar, 2014).

Every year, millions of people travel to different countries to recover their health. Health tourism is the name given to travel between countries and cities to receive medical care. This medical service consists of a wide range of medical and therapeutic issues, mind and body recovery services. Health tourism combines the role of industry, advertising, travel interests and medical services. The concepts of health, wellness and medical tourism are often used interchangeably. In the scientific literature, medical and health tourism are considered as subcategories of health tourism. In this sense, tourists who come for the purpose of medical tourism come to the country for the treatment of any disease (dental treatment) or surgical (cosmetic) operation. In other words, the main target group of medical tourism is patients who need treatment. The main reason for their arrival in the country is to undergo treatment or surgery. In health tourism, a proactive approach to the tourist's health is observed. Thus, tourists visit to find out their health problems and strengthen and improve their health. Thus, the main target group of health tourism is tourists who are not "sick". Sometimes tourists come on a business trip, but at the same time, they don't mind taking advantage of the wellness service. Tourists of this type usually stay in hotels rather than in medical institutions, benefiting from a package of services that include fitness, beauty, healthy nutrition, meditation, and mental activities.

There are following types of health tourism:

1. Medical tourism is a term that means the provision of planned medical services outside the residential area, combining a vacation abroad with highly qualified medical care. This type of tourism includes all medical services. The most commonly used services include dental, skin, beauty, surgery and infertility treatments. Tourists involved in medical tourism, including those who travel across country borders to another environment to receive health care, are called medical tourists or medical tourists.

2. Thermal health tourism refers to natural health sources used by tourists or patients for treatment, meaning "healing from water". Thermal health tourism in the modern understanding of health care is aimed at ensuring the continuity of health rather than getting rid of illness. This shift has shifted health policies towards disease and treatment towards the 'continuum of well-being'.

### **3.Methodology**

Thermal tourism is related to the concept of health tourism, which has been offering spa and other therapeutic services for many years in some countries. Thermal tourism, which is one of the alternative types of tourism, managed to become one of the leading choices of the service sector based on the theme of "water for healthy life" that people prefer in addition to the triad of sea, sand and sun. Since the age of thermal tourism is between 25-75 years old, different treatment methods have appeared. For example: sports therapy, massage, balneotherapy, hydrotherapy, thermal treatment, etc. 3. Elderly tourism (3rd age tourism) is a type of health tourism, most commonly defined as tourism involving the treatment of elderly people in need of care and traveling abroad for these treatments. Elderly tourism is aimed at caring for healthy elderly people, especially those with sound mind and mental health, who can take care of themselves and who do not have infectious diseases. Third-age tourism includes people over 50 years old. 4. Tourism for disabled people (disabled people) is defined as any limitation or deficiency in the ability to do what a person can do. According to WHO data, 15% of the world's population (about 1 billion people) are people with various degrees of disability.

### **4.Findings**

The proportion of disabled people in the society to the population created a demand for the creation of a separate definition of this field in health tourism. In general, since the concepts of health and medical tourism are directly related to the restoration of health, it is difficult to determine the difference between these concepts in the information of some sources. Some researchers consider health and medical tourism as a combined phenomenon. For example, Carrera and Bridges (2006) define health tourism as "organized travel in and out of the local environment for the maintenance, development or restoration of a person's well-being in mind and body".

**Fig 1. Healthy tourism market size (2023-2032 usd billion)**



**Source:** Precedence Research, 2024

This definition includes medical tourism, separated by organized travel to and from local facilities for the improvement or restoration of a person's health through medical intervention. However, not all types of medical services can be included in this type of tourism. One of the main reasons for this is that spa and other therapeutic services offered within health tourism can be offered within the standards accepted in a hotel environment rather than in a hospital environment. The increasing prevalence of diseases worldwide and the accessibility of improved medical technologies for treating different chronic health conditions are driving the global demand for medical tourism. The anticipated market growth is likely to be greatly influenced by the support and assistance offered by the tourist department and the government of both the source and host countries. Individuals pursue medical tourism due to the exorbitant cost of treatment in their own country or the absence of certain treatments. Hence, in order to receive prompt medical care and cost-effective medical treatment, individuals often choose to engage in medical tourism. The globalization of the healthcare business has led to a significant increase in the popularity of medical tourism. The seamless movement of patients, healthcare professionals, medical technologies, and cash across international borders has significantly contributed to the expansion of the global medical tourism business. Furthermore, the increasing knowledge and understanding of medical tourism, together with the growing accessibility of cutting-edge medical procedures, are significant contributors to the surging demand for medical tourism.

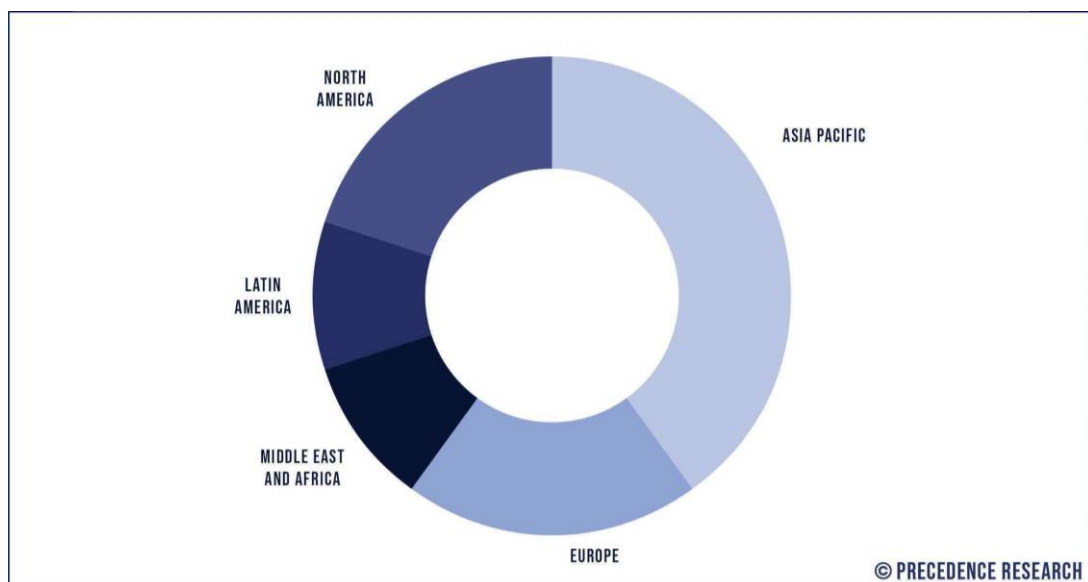
The government's increasing investments in the development of robust and state-of-the-art healthcare infrastructure are driving growth in the medical tourism business. The market's expansion is primarily driven by favorable government regulations, increasing investments in



air connectivity and other transport infrastructure, and government initiatives to promote medical tourism. In addition, easily accessible information about treatments for different ailments, their costs, and the top destinations for medical tourism significantly contributes to raising awareness about this industry. Moreover, a shortage of sufficient skilled healthcare providers leads to a rise in medical tourism. Health professionals engage in medical tourism to do specialized surgeries that demand specific expertise.

Individuals frequently journey to various destinations to receive medical care for conditions such as cancer, cardiovascular illness, dental issues, orthopedic ailments, and neurological disorders. The global medical tourism industry is expanding as a result of the easy accessibility of funds and financial resources. Individuals have the option to obtain health insurance and medical insurance from a diverse range of financial and insurance institutions. Various insurance policies provide coverage for medical travel and tourism. Therefore, the worldwide medical tourism industry will be propelled by health and medical insurance throughout the projected timeframe. The countries with exemplary healthcare infrastructure include China, the UK, and the U.S. These countries possess advanced and state-of-the-art technology that can be utilized in the healthcare industry. These factors are collectively leading to the expansion of the global medical tourism sector (Precedence Research, 2024).

**Fig 2. Medical tourism market share, by region 2020 %**



**Source:** Precedence Research, 2024

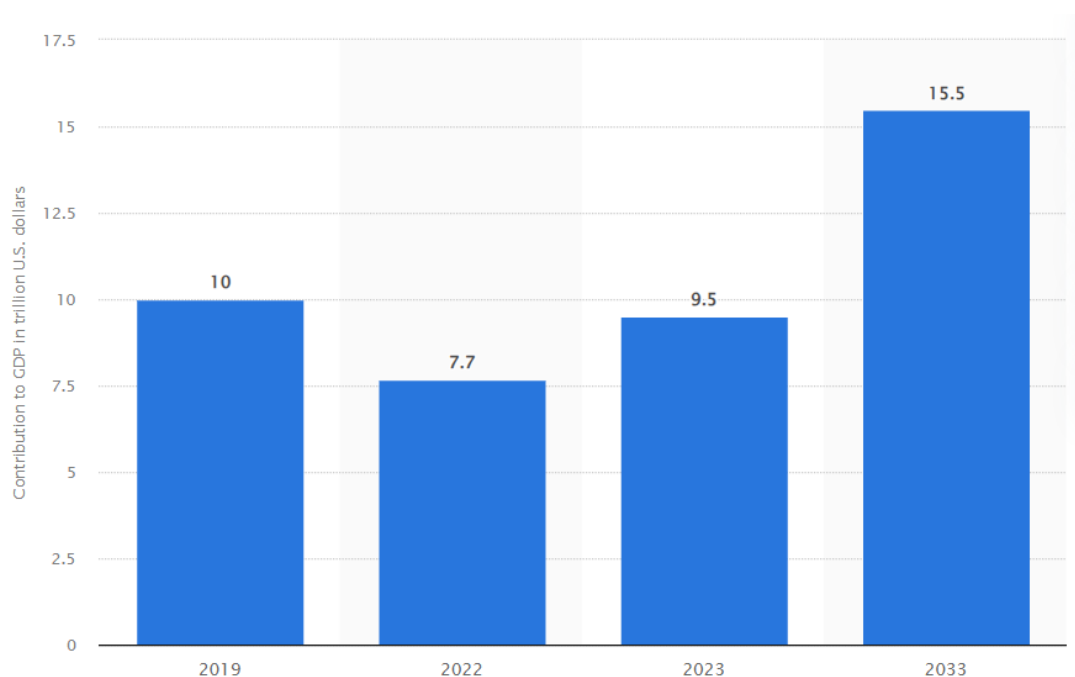
The North America region holds the highest market share in the global medical tourism market in 2022. The market expansion is ascribed to the increasing influx of tourists in the United

States seeking treatment for orthopedic and cardiological ailments. In 2019, according to a research conducted by the World Travel and Tourism Council, the United States allocated a total of \$3,930 million towards inbound medical tourism. The expansion of the medical tourism market in the North America region is being enhanced by this cause.

Europe is now dominating the market with the largest market share. The rise of the medical tourism market in Europe is being driven by reasons such as the increasing development of medical facilities and infrastructure in countries like France, the U.K., and Spain, as well as the expanding trend of medical tourism. However, as a result of the coronavirus outbreak, these countries experienced significant losses in the market.

The Asia-Pacific region is experiencing significant expansion in the global medical tourism sector. Asian countries are renowned as leading destinations for medical tourism and travel, primarily due to their affordable healthcare services. According to the Medical Tourism Index, India ranks as the tenth most popular destination for medical tourism worldwide. Moreover, the cost of bypass surgery in India is approximately \$10,000, which is significantly lower compared to the price of \$113,000 in the United States. Consequently, this aspect is enhancing the expansion of the market in the Asia-Pacific region.

**Fig 1. The global travel and tourism sector's overall economic impact on the gross domestic product (GDP) is projected to be measured in trillions of U.S. dollars for the years 2019, 2022, 2023, and 2033.**



**Source:** (Statista, 2023)

In 2022, the world gross domestic product (GDP) experienced a decline of 23 percent in the total contribution of travel and tourism compared to 2019, which was the year before the coronavirus (COVID-19) pandemic began. In 2022, the travel and tourism industry made a total contribution of 7.7 trillion U.S. dollars to the global GDP. The projected value of this statistic is expected to reach approximately 9.5 trillion U.S. dollars by 2023, which is five percent lower than the levels observed before the epidemic.

Gross Domestic Product (GDP) is the aggregate monetary worth of all final goods and services produced inside a country's borders within a specific time period, often one year. Gross Domestic Product (GDP) is often regarded as a crucial measure of a nation's economic prowess, and an upward shift in GDP signifies economic expansion. In 2022, the United States and China were the dominant travel markets in terms of the overall impact of travel and tourism on their respective GDPs. In the standings, Germany, the United Kingdom, and Japan followed that year.

In 2021, global foreign tourist arrivals experienced a little uptick compared to the previous year, but remained much lower than pre-pandemic levels. In 2021, France maintained its position as the country with the biggest number of international visitor arrivals worldwide, while seeing a considerable decrease in inbound travelers. In that particular year, the European location received over 50 million international tourists, while Mexico and Spain held the second and third positions, respectively, with slightly over 30 million incoming tourist arrivals.

The concept of the evolution of international relations is not new, but it has gained greater importance due to the heightened level of direct connectivity among individuals, economic entities, and governments. The earliest manifestation of international relations can be traced back to the establishment of international agreements or contracts. Various causes have contributed to the heightened significance of international relations in the contemporary era. Governments execute effective trade strategy. The field of international relations promotes and enables transportation services for corporations, government organizations, and immigration. Consequently, it offers opportunities for the general public to improve their quality of life by broadening their opportunities for education, leisure, employment, and other facets of existence (Liu, Kumail, Ali, & Sadiq, 2019). As diplomatic relations deepen, nations can exchange information, secure mutual cooperation, and gain access to more resources. To effectively address and resolve global challenges that transcend geographical boundaries or political jurisdictions. Several worldwide challenges that necessitate international collaboration to

overcome include public health emergencies, economic turmoil, environmental issues, and terrorism. Furthermore, international relations play a crucial role in promoting human culture by facilitating the exchange of ideas, behaviors, customs, diplomacy, and policy-making (Perry, 2022).

Tourism is an economic phenomenon that comprises the various activities of individuals who go to and stay in unique locations or situations for business, leisure, or other reasons for a duration of up to one year (Rana, & Kumar, 2019). Tourism can be categorized as domestic, inbound international, or outbound international. International trade encompasses tourism that involves the entry of non-citizens into a country and tourism that involves citizens traveling to another country. The growth of global tourism is a substantial catalyst for interaction and, as a result, has a profound impact on international relations. The expansion of international commerce is differentiated by ITR, ITE, ITA, and ITD (Heidari, Rahmani, Khanmoradi, & Haghi, 2021). The ITR, ITE, ITA, and ITD expand the range of countries that international visitors can visit. These services encompass several aspects of tourism, such as food and beverage provision, accommodation, leisure activities, natural landscapes, tour organization, and guidance for tourists. Additionally, they contribute to the improvement of the distinctive features of tourist destinations, the overall quality of the environment, the promotion of respect, and the enhancement of life safety. The expansion of international tourism brings about several benefits, including attracting visitors, enhancing international connections, and improving its effectiveness (Khaksar Astaneh, Hashemi Tabar, Sakhdari, & Rahnama, 2021).

Various methodologies are employed in the examination of cross-border regionalism, which are also interconnected with the analysis of rational economic behavior, ethnocultural exchange, tourism, and other related subjects. The majority of studies concentrate on doing comparative examination of the border regions. Examining the cross-border region is a method that views the region as a unique location where different civilizations, politics, economies, and cultures interact. An analysis of a crossborder region can be conducted by assessing the socio-economic capacity of the border areas, their geopolitical importance, and the distinct characteristics of the border itself. The border regions, characterized by socio-ethnic and economic closeness, are particularly intriguing due to their potential for fostering collaboration. The identification of cross-border systems and regions serves as a guiding framework for the analysis of cross-border tourist zones.

The establishment of cross-border regional cooperation was made feasible by the use of federalism and devolution of power. Each region in the country exhibits unique characteristics in this collaboration. Cross-border communication encompasses all key areas of essential regional activities. Trade and economic linkages are crucial for regional cooperation because they may be easily adapted between the internal and neighboring regions of different countries. Nevertheless, with the advantages of cross-border cooperation, there may be perilous tendencies. These factors are linked to trade violations, a high proportion of imports, and the sale of raw resources at low costs. The economic influence of tourism on a cross-border region is evident in the growth of trade and economic interactions, such as generating revenue from service provision, retail tourism, and tourists' purchases of goods and souvenirs. The relationship between tourism and the socio-economic structure of a cross-border region is an intricate system. The quantification of such interaction is not feasible solely through statistical data. The implementation of the functions of institutions in border areas is carried out through several means: - Economic interaction refers to the exchange of goods and services across borders by tourists, including the transportation of baggage and purchased items, as well as equipment for hunting and fishing, guidebooks, and maps. - Social and cultural interaction involves the different ways tourists can engage with the local population in border areas, such as establishing cultural connections, participating in national and cultural celebrations, and learning about cultural landmarks and organizations. Ecological interaction focuses on the preservation of biodiversity, the promotion of ecotourism, and supporting the conservation efforts of protected natural areas. Tourism in the cross-border zone exerts a direct and indirect economic impact on the collaboration of the border areas, which can have both favorable and unfavorable consequences (Dunets, Ivanova, & Poltarykhin, 2019).

Above, we mentioned the information related to both health tourism and tourism. However, there is such a thing that the development of one of the two in the field of tourism, which is a common concept with health tourism, affects each other in a positive and negative sense.

### **5. Similarities**

The tourism development program is designed in all nations utilizing the concepts of a holistic approach. This type of program takes into account national, regional, and worldwide factors. By preparing the program in this manner, it allows for the utilization of both local and international aspects. Conversely, multinational tourist companies focus on enhancing the quality of life for the local population through their activities. Employment opportunities are

generated for individuals, while simultaneously, a fresh market for their innovative products is established. Therefore, the majority of tourists exhibit a strong curiosity towards the national customs and traditions of the nations they visit, as well as a keen interest in witnessing examples of folk inventiveness. Furthermore, international travel not only fosters cultural, political, and economic ties among individuals, but also exerts a beneficial impact on enhancing friendship and solidarity. In this region, international symbols are enhanced with distinctive native characteristics. Undoubtedly, this enrichment enhances the stability of the global environment and eliminates local elements that impede the unrestricted growth of tourism. Overall, the advancement of tourism holds significant social, economic, and technological significance in the subsequent areas: 1. The organizing of tourism leads to the creation of new jobs and the establishment of new firms. 2. The local populace has chances to generate extra revenue and financial gain. 3. The demand for local items has increased significantly. A novel market commences. 4. The country is currently establishing a new infrastructure to support the growth of tourism. Furthermore, all service facilities and utility sectors are undergoing modernization. There is a rise in new areas of expertise and technology that are connected to the advancement of the tourism industry. 6. The significance of safeguarding the environment is now better comprehended, and great efforts are being made by society in this regard. 7. The perception of the land undergoes a significant positive transformation, leading to an increased level of concern and care for it. The healthcare service at the state level is currently being enhanced to meet new quality standards and align with global benchmarks. Thus, significant progress occurs in the societal evolution.

It is important to consider that as tourism expands globally, its interconnectedness with ecology and economy becomes increasingly evident. These three categories are inherently interconnected and cannot be considered in isolation. Even a decline in one area has a direct impact on the condition of the other areas. For instance, the occurrence of delays in economic development has an adverse effect on the equilibrium of ecological systems and the progress of tourism.

Health or medical tourism refers to the provision of organised travel to targeted destinations for the purpose of highly commercialised medical care or wellness tourism - and it has become an increasingly important component of sustainable international cooperation. Medical tourism is defined as a process whereby patients travel abroad either to obtain medical treatment, wellness services, or health-related services that they are unable to access or are significantly more

expensive in their home nation. It covers a full range of services, from cutting-edge surgeries to alternative healing therapies. Health tourism is booming, building international relations by exchanging knowledge, economic development, and cultural bonding. Here are some worldwide examples that demonstrate the core importance of health tourism in international relations:

#### 1. Global Leader in Medical Tourism: India

India offers state-of-the-art medical facilities, a large number of specialized medical professionals, and affordable treatment methods, making it one of the most popular medical tourism destinations globally. And the country provide high-quality procedures in cardiac surgery, orthopedics, and oncology, but at a fraction of the cost of those in Western countries (Chanda, 2015). This has improved bilateral relations, and increased exchange of knowledge across borders through collaboration between Indian hospitals and international healthcare providers. The medical tourism industry in India significantly contributes to its economy, providing an avenue for cultural exchange and diplomatic relations with many countries, including United States, Middle East and Southeast Asia (Chadha & Chandra, 2017).

#### 2. Wellness and Medical Tourism: The Thailand

Thailand has gained a reputation as a health tourism destination due to its quality medical treatments as well as wellness services, including spa treatments, traditional massage therapies, and comprehensive holistic health practices. It is a destination for medical procedures, such as plastic surgery and fertility treatments, and wellness retreats for mental and physical health (Smith, 2019). Thailand has actively marketed its health tourism for years and has partnered with world players to increase medical services. The country instrumentation of wellness tourism industries, such as health campaigns, health tourism, assist toward economic development of neighboring countries, especially to coaches for each other's exchange activities for cross-border touristic and invest in ASEAN (Lee, 2020).

#### 3. Turkey: Medical Tourism and Strategic Geopolitical Cooperation

As a result, Turkish cities like Istanbul and Ankara draw thousands of international patients every year with their advanced healthcare systems, reasonable prices, and geographical position in Europe, Asia and the Middle East. Turkey's health tourism has increasingly contributed this country's economic partnership with Europe along with the political and diplomatic relations with Middle East and Central Asia countries (Sahin & Yılmaz, 2019). Therefore, the health tourism industry in Turkey holds great importance in terms of diplomatic relations on a global and regional level (Öztürk, 2021).

#### 4. Dental Tourism as Economic Diplomacy Tool

Hungary has emerged as a leading destination for dental tourism, with the main influx of patients coming from Western Europe, particularly from the UK and Germany, as the combined cost of dental procedures in Hungary is also less expensive than in either of those countries whilst also featuring a high quality of care (Kiss, 2018). In fact, Budapest is one of the best cities to go to for dental treatments. This area has strengthened Hungary's position in relation to EU member states and has made it a center of economic cooperation and a regional leader in services provided across borders. Through dental tourism, Hungary has been able to enhance its international relations with countries struggling with healthcare costs and leverage the situation for both investment and knowledge transfer (Kim, 2017).

#### 5. Singapore – Medical Tourism at the Global Platforms

Its cutting-edge medical techniques—particularly in the areas of oncology, heart surgery, and organ transplantation—are also being lauded. To this end, the government has invested heavily by developing state-of-the-art medical facilities and attracting international patients (Lai & Zhai, 2016). Singapore Records depicts a wide narrative of international relations strengthened through the country's booming medical tourism industry. In addition, Singapore has facilitated knowledge transfer through medical tourism, particularly in public health policy, and has promoted international collaboration in scientific research and in healthcare standards (Ng & Lim, 2018).

#### 6. Malaysia — Where Modern Meets Traditional Health Care

Malaysia is one of the top medical tourism destinations thanks to its unique aspects where modern-day medical treatment and ancient therapeutic healing coexist. Thailand is a regional hub for inexpensive medical care, with specialties in oncology, cardiology and fertility. Governments in the ASEAN region, as well as Europe and the Middle East have built strong partnerships with Malaysia. For example, its health tourism industry plays an important role in regional integration by promoting closer economic integration as well as cultural ties, particularly in the areas of medical exchange programmes and inpatient-guest services involving traditional medicine as well as modern healthcare practices (Zainuddin & 2020).

As a conclusion, health tourism and the culture of clinical care are a multi-faceted tool of sustainable international cooperation and if used correctly, its benefits will not be limited to the economy, but also positively impact mutual understanding and harmony. With these efforts and collaborations across multiple borders, countries globally have enhanced their diplomatic and



economic relationships, as well as promoting growth in medical research and healthcare services.

## **6. Conclusion and Discussion**

The tourism industry, in all its aspects, depends on the policies enacted by governments. This sector is vital in facilitating political advancement, promoting peace, and driving economic progress and development. Since government policies have a direct impact on the growth of tourism, implementing and carrying out tourism diplomacy can lead to higher numbers of tourists visiting, more job possibilities, and more economic success. Consequently, this can result in an increase in the overall economic output of a country, which in turn can play a significant role in the creation of a peaceful and secure environment.

Below are a handful of 5 succinct recommendations for implementing "Health Tourism as Fundamental Direction Sustainable Cooperation in International Relations":

1. **Develop Infrastructure:** Developing the infrastructure related to the healthcare facilities and medical tourists (transportation, accommodation, etc.) to support the medical tourism along with delivering quality services.

2. **Property Scheme Integration:** Combining medical treatments with wellness services (e.g., spas, yoga) will provide a holistic experience, attract more international visitors, and encourage them to stay longer.

3. **Leverage International R&D Collaboration:** Encouraging international research collaborations to enhance health technologies and treatment techniques that drive better public health outcomes both at home and abroad.

4. **Emphasize on Quality and Certification:** Emphasizing the global certification process for health tourism providers to guarantee high-quality care, establish trust, and lure additional international patients.

As a result, the directions of development of health tourism are related to the field of tourism, which is a general concept. As an example, the country's low level of infrastructure will lead to the low level of both health tourism and other types of tourism.

## **References**

- Artun, E. (2013). Halkın kültürünün uluslararası ilişkilerde ülkelerin tanıtımına katkısı. Retrieved from <http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/60>
- Baykal, F. (2016). Uluslararası turizm ulaştırmasının akış yönü ve dağılım dokusu. *Ege Coğrafya Dergisi*, 24(2).

- Dunets, A. N., Ivanova, V. N., & Poltarykhin, A. L. (2019). Cross-border tourism cooperation as a basis for sustainable development: A case study. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6(4), 2207-2217.
- Heidari, M. T., Rahmani, M., Khanmoradi, S., & Haghi, Y. (2021). Strategic explanation of the properties of tourism competitiveness in reaching tourism target markets (Case study: Zanzan province). *Journal of Tourism and Development*, 10(3), 35-49. Retrieved from [http://www.itsairanj.ir/&url=http://www.itsairanj.ir/article\\_131542.html?lang=en](http://www.itsairanj.ir/&url=http://www.itsairanj.ir/article_131542.html?lang=en)
- Jalalpour, S., & Shojaeifar, J. (2014). The tourism industry and the international relations. *World Journal of Environmental Biosciences*, 6, 68-72.
- Khaksar Astaneh, H., Hashemi Tabar, M., Sakhdari, J., & Rahnama, A. (2021). Analyzing the innovation indicators in the tourism sector at the national and regional levels (Comparison of the country with Khorasan Razavi province). *Regional Planning*, 11(42), 57-76. <https://doi.org/10.30495/jzpm.2021.4026>
- Liu, Y., Kumail, T., Ali, W., & Sadiq, F. (2019). The dynamic relationship between CO emission, international tourism and energy consumption in Pakistan: A cointegration approach. *Tourism Review*, 74(4), 761-779. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2019-0006>
- Perry, K. K. (2022). Continuity, change and contradictions in late steel-based industrialization: The “global color line” in Trinidad and Tobago's postcolonial economy. *Sociology Compass*, 7, e13012. <https://doi.org/10.1111/soc4.13012>
- Rana, G., & Kumar, A. (2019). A review of economic impacts of the tourism industry on growth of the Indian economy. *Journal of Modern Management & Entrepreneurship*, 9(03), 104-112. Retrieved from [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=3434669](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3434669)
- Soyak, M. (2014). Uluslararası turizmde son eğilimler ve Türkiye’de turizm politikalarının evrimi. *Marmara Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (4), 1-18.
- Statista. (2024). Travel and tourism: Total economic contribution worldwide. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism-total-economic-contribution-worldwide/>
- Precedence Research. (2024). Medical tourism market. Retrieved from <https://www.precedenceresearch.com/medical-tourism-market>

- Chadha, S., & Chandra, S. (2017). Medical tourism in India: An overview. *Journal of Health Management*, 19(2), 187-198.
- Chanda, R. (2015). Medical tourism in India: An economic perspective. *Indian Journal of Economics & Business*, 14(1), 45-56.
- Hajnal, G., & Szabo, A. (2017). Dental tourism in Hungary: A growing industry and its economic implications. *European Journal of Business Research*, 15(4), 106-115.
- Kim, J. (2017). South Korea's role in the medical tourism industry. *Asian Journal of Tourism and Hospitality*, 8(1), 23-34.
- Kiss, S. (2018). The rise of dental tourism in Hungary. *Medical Tourism International*, 10(3), 35-41.
- Lai, H. L., & Zhai, M. (2016). Singapore as a leader in medical tourism in Southeast Asia. *Health Economics Review*, 7(1), 24-32.
- Lee, H., & Lee, J. (2020). Wellness tourism and its impact on Thailand's economy. *Journal of Tourism Economics*, 12(2), 85-92.
- Ng, T. Y., & Lim, S. Y. (2018). Singapore's medical tourism industry: A policy review. *Asia Pacific Journal of Health Management*, 13(3), 67-74.
- Öztürk, S. (2020). The impact of medical tourism on Turkish diplomacy. *International Journal of Health Diplomacy*, 5(2), 77-89.
- Sahin, M., & Yılmaz, B. (2019). Medical tourism in Turkey: Trends and impact on the economy. *Journal of International Trade and Diplomacy*, 11(2), 105-118.
- Smith, J. P. (2019). The development of Thailand as a wellness tourism destination. *Tourism Review*, 74(2), 208-221.
- Zainuddin, Z., & Wong, H. (2020). The growth of medical tourism in Malaysia: Opportunities and challenges. *Journal of Tourism and Hospitality*, 22(3), 150-162.

## **SUPPORTING EXPORTS THROUGH THE FINANCIAL SECTOR: COMPARATIVE COUNTRY CASES**

**PhD. (c) Salim ÇAVUŞ**

Marmara University, Türkiye, salimcavus@yahoo.com  
ORCID ID: 0009-0007-5693-9809

**Prof. Dr. Başak TANINMIŞ YÜCEMEMİŞ**

Marmara University, Türkiye, basakyuce@marmara.edu.tr

### **Abstract**

The expansion of export volume and the enhancement of the added value of export products are pivotal in fostering economic growth, development, employment generation and the improvement of income distribution in nations. Consequently, the financing of exports under favorable conditions, through both public and private sectors is recognized as a critical economic policy instrument in both developed and developing countries. This study seeks to identify the most effective methods by examining prevalent export financing strategies and policies. A comparative analysis was conducted on the export financing policies of 12 countries, with a particular focus on developed nations, EU member states, and those with economic structures akin to Turkey. In assessing Turkey's export financing policies, the rediscount credits of the Central Bank of the Republic of Turkey (CBRT) and the financing alternatives offered by Eximbank were scrutinized. The findings reveal a widespread adoption of export financing provided through public banks and export credit agencies at below-market rates, with an increase in such support observed in the post-COVID-19 pandemic era. However, the scale, scope, and targeted sectors of these supports exhibit significant variation across countries. The elimination of financing barriers in the internationalization of SMEs is identified as a key driver in bolstering national exports. Furthermore, the lack of transparency in the dissemination of export support information to the public poses challenges to maintaining competition in global trade, underscoring the critical importance of international cooperation in this regard.

**Keywords:** Export finance, Export credit agencies, Export credits.

## **İHRACATIN FİNANS SEKTÖRÜ ARACILIĞI İLE DESTEKLENMESİ: MUKAYESELİ ÜLKE ÖRNEKLERİ**

### **Özet**

İhracat hacmindeki genişleme ve ihracat ürünlerindeki katma değer artışı, ülkelerin ekonomik büyüme, kalkınma, istihdam artışı ve gelir dağılımının iyileştirilmesinde önemli bir rol oynar. Bu nedenle, ihracatın hem kamu hem de özel sektör aracılığıyla uygun koşullarda finansmanı, gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde önemli bir ekonomi politikası aracı olarak görülmektedir. Bu çalışmada, yaygın ihracat finansman yöntem ve politikaları araştırılarak en etkili yöntemlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. 12 ülkenin, özellikle gelişmiş ülkeler, AB ülkeleri ve Türkiye'ye benzer ekonomik yapıya sahip olanların, ihracat finansmanı politikaları karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Türkiye'nin ihracat finansmanı politikaları incelenirken, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB)'nin reeskont kredileri ve Eximbank'ın finansman alternatifleri analiz edilmiştir. Sonuçlar, ülkelerdeki kamu bankaları ve ihracat kredi kuruluşları aracılığıyla piyasa koşulları altında sağlanan ihracat finansmanının yaygınlaştığını ve COVID-19 pandemisi sonrası bu desteklerin arttığını göstermektedir. Ancak, desteklerin büyüklükleri, kapsamı ve hedeflenen sektörler ülkeler arasında önemli farklılıklar göstermektedir. KOBİ'lerin uluslararasılaşmasında finansman engellerinin kaldırılması, ülke ihracatını

geliştirmede önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, ihracata verilen desteklerin şeffaf bir şekilde kamuoyuyla paylaşılması dünya ticaretinde rekabetin korunmasında sorunlara yol açmakta ve bu bağlamda uluslararası işbirliği büyük önem taşımaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** İhracat finansmanı, İhracat kredi kuruluşları, İhracat kredileri.

## GİRİŞ

Gelişmiş bir finans sektörü, gerekli finansal altyapı ve hizmetleri sağlayarak ticaretin dışa açıklığı ile ekonomik büyüme arasındaki olumlu ilişkiyi geliştirebilir. Bu ilişki, ihracatlarının sermaye yoğun doğası nedeniyle finansal kalkınma eşliğinin daha yüksek olduğu sanayileşmiş ülkelerde daha belirgindir (Ramirez-Rondan vd., 2020:475). Zira ihracat pazarlarına girmeyi hedefleyen firmalar için finansmana erişim kritik öneme sahiptir. Kumarasamy ve Singh (2018:15), Asya-Pasifik bölgesinde, finansmana daha iyi erişimin firmaların ihracat yapma yeteneklerini önemli ölçüde artırdığını göstermiştir.

Lin ve Huang'a (2014:1407) göre istikrarlı ve konsantre bir bankacılık sistemi, özellikle dış finansmana büyük ölçüde dayanan endüstrilerde ihracatı desteklemek için önemlidir. Nijerya örneğindeki gibi az gelişmiş ülkelerde finansal erişimi ve altyapıyı iyileştiren ülkelerin, firmaların ihracata başlamasını teşvik edebilecekleri gösterilmiştir (Akoto ve Adjasi, 2020:540). Afrika'da, KOBİ'lerin finansman ihtiyaçlarını karşılamak ve ihracat potansiyelini artırmak adına risk sermayesi ve finansal teknolojiler gibi alternatif finansman mekanizmalarının da faydalı olacağı değerlendirilmektedir (Ahmad, 2022:30). Gupta & Keshari (2013:1) tarafından ele alından Hindistan örneğinde de ticari bankaların sevkiyat öncesi ve sonrası finansman sağlayarak ihracat finansmanında önemli bir rol oynadığı, bunun yanında ihracat finansmanında artış için yenilikçi finansal hizmetlere ve bankalar ve finans kurumları arasında daha iyi bir koordinasyona ihtiyaç olduğu ifade edilmiştir.

Bu bağlamda gerek gelişmiş gerekse gelişmekte olan ülkelerde ihracatçıları doğru ve etkin biçimde destekleyen gelişmiş bir finans sektörü, ülkenin ekonomik büyümesi ve refahını önemli biçimde etkileyecek bir unsur olarak karşımıza çıkar. Ülkeler bu konuda genellikle ihracat kredi kuruluşları (İKK) ve ihracatın desteklenmesi amacıyla oluşturulmuş devlet kurumlarını merkeze alan kurumsal mekanizmaları kullanarak ihracat stratejileriyle uyumlu biçimde ihracat finansmanı faaliyetlerini yürütmektedir. Bu çalışma ile de, farklı ülkelerde ihracatın finans sektörü aracılığı ile desteklenmesi için gerçekleştirilen uygulamalar incelenerek doğru işleyen finansman mekanizmalarının ve öncelik alanlarının tespit edilmesi hedeflenmektedir.

## 1. Literatür Taraması

İhracat kredisi kuruluşları (İKK) gibi kurumsal destekler ihracat büyümesinde hayati bir rol oynamaktadır. Bu kurumlar ihracatçılara kredi, sigorta ve garantiler sunarak devletlerin dış ticaret politikalarının hayata geçirilmesine katkı sağlarlar. Devlet ve ihracatçılar arasında köprü görevi görerek, özel finans kurumlarının uluslararası ticaretle ilgili yüksek riskler nedeniyle sunamayacakları mali desteği sağlayabilirler (Syshchuk ve Hrytsiuk, 2021:145). Riskleri azaltan ve ihracatçılara likidite sağlayan finansal ürünler sunarak ticaret finansmanı boşluklarını kapatır, bu fonksiyonlarıyla ülke içi ekonomiyi de desteklerler (Klaesen ve Janus, 2023:789). İhracat kredi kuruluşları özellikle gelişmekte olan pazarlarda sınır ötesi ticaretin kolaylaştırılmasında çok önemli rol oynar. Yerel seçeneklerden daha düşük faiz oranlarında uzun vadeli finansmana erişim sağlayarak şirketlerin katma değerli faaliyet konularında modernizasyonları ve büyümelerine yardımcı olurlar (Hilmarsson ve Dinh, 2013:35).

İKK'lar, ödeme yapılmaması ve diğer risklere karşı koruma sağlayan teminatlar ve krediler sunarak uluslararası ticaretle ilişkili riskleri azaltmaya yardımcı olur. Ticaret akışlarının korunmasına yardımcı olarak ekonomik istikrarı desteklediği için özellikle ekonomik gerileme dönemlerinde bu desteklerin önemi artmaktadır (Hilmarsson ve Dinh, 2013:36-37). İhracat kredisi sigortası uluslararası ticarete ticari ve politik riskleri yönetmek için hayati bir araçtır (Çetiner vd., 2019:397).

İKK'lar, özellikle büyük ölçekli projeleri kolaylaştırarak ekonomik büyümeyi destekledikleri gelişmiş ülkelerde proje finansmanında çok önemli rol oynamaktadır (Yalçın, 2013:237).

Hükümet tarafından yapay olarak düşük faiz oranlarını belirleyen politikalar ihracatı teşvik aracı olarak hizmet edebilir. İhracat sektörlerine borç vermeye öncelik vererek, diğer sektörler için mevcut fonlardaki azalmaya rağmen toplamda ulusal geliri ve refahı artıran bir etki elde edilebilir (Tomoda ve Kurata, 2015:550). Hedefli ticaret kredileri ihracat miktarlarını artırır, fiyatları düşürür ve özellikle likiditeye bağlı sektörlerde ve görece düşük finansal gelişmişlik seviyesine sahip ülkelerde daha belirgin etki gösterir. (Luo vd., 2023:1).

Kapsamlı hükümet desteği, İKK'ların başarısı için çok önemlidir. Bu destek sayesinde İKK'lar hükümetlerin dış ticaret yoluyla ekonomik büyümeyi teşvik etme politika hedeflerini yerine getirebilmelerini sağlar (Klaesen ve Janus, 2023:789). Heiland ve Yalçın (2021:25) devlet kredi garantilerinin Almanya'da faaliyet gösteren ihracatçılar için, özellikle mali kısıtlamaları hafifleterek ihracatı artırması yönüyle çok önemli olduğunu göstermiştir Rusya'da Exiar kurulması ise katma değerli sektörlerde ihracatı teşvik etmekte çok etkili olmuştur (Xie vd., 2023:174). Brezilya hükümetinin Proex, Exim ve Dishadline gibi finansal programlar

aracılığıyla sağladığı finansman desteği, firmaların ihracat faaliyetlerinden vazgeçme riskini azaltmış, ihracat destinasyonlarının sayısını ve ihracat değerlerini artırmıştır (Kannebley Junior vd., 2021:49). Diğer taraftan, ABD Exim'in 2015-2019 arasında kapatılması desteğe bağlı sektörlerin ihracatının desteğe bağlı olmayan sektörlerle göre daha düşük büyüme göstermesine sebep olmuştur (Kabir vd., 2024:50).

İhracat kredilerinin uluslararası düzenlemesi, Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) kuralları, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'nin Resmi Olarak Desteklenen İhracat Kredileri Düzenlemesi ve AB devlet yardım rejimi gibi bölgesel çerçeveler dahil olmak üzere birden fazla katmanı içerir. Bu düzenlemelerle, ihracata devlet desteğine izin verirken piyasa bozulmasının önlenmesi amaçlamaktadır (Jennekens ve Klasen, 2023:1-3). Zira ihracat kredisi desteğinin rekabet ortamı gitgide agresifleşmekte ve ülkeler kendi düzenlemesiz ihracat kredisi programlarını geliştirerek düzenlemeye tabi olan OECD ülkelerini de zor durumda bırakmaktadır (Dawar, 2020:1). Diğer taraftan, İKK'lar arasında şeffaflık yoktur ve uluslararası düzenlemeler yetersizdir. İhracat sübvansiyonlarındaki dibe doğru yarış ancak düzenlemeler ve veri şeffaflığıyla çözülebilir (Dawar, 2023:61). Bu sürecin temel tetikleyicisi ise Çin'in devlet desteklerini hızlı pazar penetrasyonunu sağlamak için yaygın biçimde kullanarak ihracat kredisi rejiminde mevcut uluslararası kurallara ve yönetim yapılarına aykırı hareket etmesi ve buna ayak uydurmak isteyen ülkeler arasında rekabetçi bir sarmala yol açması olarak görülmektedir (Hopewell, 2021:634).

İhracat kredisi pazarındaki agresif rekabet olumsuz ekonomik, politik ve çevresel etkileri olan sübvansiyon savaşları riskini doğurmakla beraber (Dawar, 2020:4), liberal küresel yönetim kurumları ile Çin gibi yükselen güçlerin kalkınma hedefleri arasındaki gerilimin ancak uluslararası işbirliği ve sağlam yönetim çerçeveleri ile aşılabileceği değerlendirilmektedir (Hopewell, 2021:37-38).

OECD kılavuzlarında vurgulandığı gibi, İKK'ların sürekli devlet sübvansiyonları olmadan uzun vadeli finansal sürdürülebilirliğinin sağlanması gibi zorluklar da devam etmektedir (Pycha, 2021:156). Küçük ihracatçılara özel destek verilmesi buldukları ülkenin ihracat büyüme stratejisi açısından çok önemliyken, İKK'lar, ölçek ekonomileri nedeniyle küçük ihracatçıları desteklemede zorluklarla karşı karşıyadır (Stephens ve Smallridge, 2002:27).

## **2. Araştırma Yöntemi**

Bu çalışmada 12 ülkenin, özellikle gelişmiş ülkeler, AB ülkeleri ve Türkiye'ye benzer ekonomik yapıya sahip olan ülkelerin, ihracat finansmanı politikaları, kendi aralarında ve

Türkiye ile karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Ülkelerin seçiminde, eşit temsiliyet açısından 6 gelişmiş, 6 adet gelişmekte olan ülke seçilmiştir. Gelişmiş ülkeleri temsil eden 6 ülke tarih boyunca Dünya ticaretine yön veren ve günümüz ticaretinde de öncelikli söz sahibi olan, Kanada harici G-7 ülkelerinden seçilmişken, AB'nin ihracat finansmanı politikaları seçilen ülkelere bağlı olarak inceleme alanına girmiştir. Gelişmekte olan ülkeler seçilirken ise ekonomi ve dış ticaret yapısı Türkiye'ye benzeyen 6 gelişmekte olan ülke seçilmiş, bu gelişmekte olan ülkelerin değişik kıtalardan seçilmesine gayret edilerek dünya genelinde coğrafi temsiliyet de göz önünde bulundurulmuştur.

Bu karşılaştırma esnasında ülkelerin ihracat stratejileri, öncelik verdikleri sektör ve alanlar ile ihracat finansmanı açısından oluşturdukları kurumsal yapılar da göz önünde bulundurularak kapsamlı bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmada hükümetlerin ihracatı desteklemek için kurmuş olduğu yapılar ve ihracat stratejileri incelenmiş, bu yapılarla eşgüdümlü çalışan İhracat Kredi Kuruluşları'nın fonksiyonları ve ihracatçılara sundukları finansal imkanlar göz önüne alınmıştır. Türkiye'nin ihracat finansmanı politikaları incelenirken, TCMB'nin reeskont kredileri ve Eximbank'ın finansman alternatifleri COVID-19 pandemi dönemi politikaları da göz önünde bulundurularak analiz edilmiştir.

Bu bağlamda, yukarıdaki başlıklar ışığında öncelikli olarak gelişmiş 6 ülkenin kendi içerisindeki benzerlik ve farklılıkları, sonra ise gelişmekte olan ülkelerin kendi içerisindeki benzerlik ve farklılıkları ele alınmıştır. Bu benzerlik ve farklılıklar ışığında, Türkiye'nin ihracat finansmanı uygulamaları da dikkate alınarak, dünya ticaretinin yaklaşık yarısını temsil eden ülke uygulamaları karşılaştırılmıştır. Ülkelerin İKK'ları aracılığı ile verdikleri ihracat finansmanı tutarları farklı kaynaklardan elde edilen veriler ışığında bir araya getirilmiş, çalışmanın sonunda da ülkelerin ihracat finansmanı faaliyetlerinin sonuçları karşılaştırılarak mukayeseli değerlendirmelerde bulunulmuştur.

### 3. Ülkelerin İhracat Finansman Uygulamaları

Çalışma kapsamında incelenen ülkeler ve Dünya ticaretindeki payları Tablo 1'de sunulmuştur:

**Tablo 1. İncelenen Ülkeler ve Dünya Ticaretindeki Payları**

İhracat Sıra	İhracatçı Ülkeler	İhracat Değeri (milyar USD)	Yüzde	İthalat Sıra	İthalatçı Ülkeler	İthalat Değeri (milyar USD)	Yüzde
1	Çin	3.380	14,2	1	ABD	3.173	13,1
2	ABD	2.020	8,5	2	Çin	2.557	10,6
3	Almanya	1.688	7,1	3	Almanya	1.463	6,0
5	Japonya	717	3,0	5	Birleşik Krallık	791	3,3
6	İtalya	677	2,9	6	Fransa	786	3,2



7	Fransa	648	2,7	7	Japonya	786	3,2
9	Meksika	593	2,5	9	İtalya	640	2,6
13	Birleşik Krallık	521	2,2	12	Meksika	621	2,6
21	Polonya	382	1,6	21	Polonya	370	1,5
24	Brezilya	340	1,4	24	<b>Türkiye</b>	<b>362</b>	<b>1,5</b>
26	Malezya	313	1,3	26	Malezya	266	1,1
29	<b>Türkiye</b>	<b>256</b>	<b>1,1</b>	29	Brezilya	253	1,0
38	G. Afrika	119	0,5	40	G. Afrika	107	0,44
	<b>Toplam İhracat</b>	<b>11.653</b>	<b>49,0</b>		<b>Toplam İthalat</b>	<b>12.025</b>	<b>49,62</b>
	<b>Dünya İhracat Toplamı</b>	<b>23.784</b>	<b>100,0</b>		<b>Dünya İthalat Toplamı</b>	<b>24.235</b>	<b>100,0</b>

Kaynak: Trademap, 2024.

Tablodan da görülebileceği üzere çalışma kapsamında incelenen gelişmiş ülkeler Amerika Birleşik Devletleri, Almanya, Japonya, İtalya, Fransa ve Birleşik Krallık olmak üzere 2023 yılı sonu itibarı ile dünya ihracatının %26,3'ünü gerçekleştiren G-7 ülkeleridir. Gelişmekte olan ülkeler ise Çin, Meksika, Polonya, Brezilya, Malezya ve Güney Afrika olmak üzere 6 ülke olup, bu ülkeler dünya ihracatının % 21,6'sini gerçekleştirmektedir. Dünya ihracatında %1,1'lik paya sahip olan Türkiye'nin de mukayeseye dahil edilmesi ile birlikte çalışma Dünya ihracatının %49'una yön veren ülkeler incelenmiştir.

### 3.1. Gelişmiş Ülkelerde İhracatın Finansmanı

Gelişmiş ülkelerin ihracat finansmanına yaklaşımı konusunda temel ortak noktaları ülkelerinin ihracat kapasitelerini şirketlerin uluslararası pazarlarda rekabet gücünü yükselterek geliştirmek istemeleri ve KOBİ'lerin ihracatlarının geliştirilmesine özel önem vermeleridir. Ayrıca çevre dostu projelere ve yeşil ekonomiye geçişe, diğer ülkelerin benzer kurumlarıyla işbirliğine ve ihracatçılara sunulan finansal araçların çeşitlendirilmesine önem verilmektedir.

Tablo 2. Gelişmiş Ülkelerde İhracat Finansmanı Yaklaşımı

Ülke	Kurumsal Yapılanma	İhracat Stratejisi	Öncelikli Alan/Programlar	Özel Yaklaşım/Program
ABD	US EXIM, SBA, US&FCS, TPCC	İhracatı kolaylaştırma, Amerikan işlerini destekleme	Havacılık, petrol-gaz, imalat, KOBİ'ler, çevre dostu ürünler	KOBİ'lere %30 destek kotası
AB	Üye ülkelerin İKK'ları ve ilgili kurumları	Serbest ve adil ticaret, şeffaflık	KOBİ'ler, yeşil dönüşüm, dijitalleşme, stratejik sektörler	Avrupa İşletmeler Ağı (Enterprise Europe Network) İşletmelerin ve KOBİ'lerin Rekabet Edebilirliği Programı (COSME)
Almanya	AKA Bank, KfW IPEX, Hermes Sigortası, GTAI	İhracat odaklı büyüme, rekabet gücünü artırma	Yenilenebilir enerji, KOBİ'ler, gelişmekte olan ekonomiler	Büyük ölçekli proje desteği
Fransa	Bpifrance, Team France Export (TFE)	Ticaret dengesini iyileştirme, rekabet gücünü teşvik	KOBİ'ler, tarım-gıda, yenilenebilir enerji, kültürel endüstriler	"Birleştirici" Öncelikli Sektörler Programı ve VIE Fransız Uluslararası Staj programı
İtalya	SACE Grubu	Şirketlerin gelişmekte olan pazarlarda nüfuzunu artırma	KOBİ'ler, yeşil ekonomi, sürdürülebilirlik projeleri	SACE Eğitim, SACE Bağlantı Programları, MySace.it platformu

<b>Birleşik Krallık</b>	UKEF, DBT, British Business Bank	“Birleşik Krallık’ta yapıldı, Dünya’ya Satıldı” (Made in the UK, Sold to the World) stratejisi	KOBİ’ler, sürdürülebilir projeler, Hint-Pasifik bölgesi	İhracat Akademisi, İhracat Şampiyonları Ağı
<b>Japonya</b>	JBIC, NEXI, JETRO	Yüksek katma değerli ürünler, güvenilir tedarik zincirleri	Teknoloji yoğun sektörler, KOBİ’ler, kritik mineraller	10,000 Yeni İhracatçı Destek Programı

**Kaynak:** İlgili ülkelerde ihracat finansmanı kuruluşlarının yayınları ve DTÖ Ülke Ticaret Politikası Gözden Geçirme Raporları’ndan yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Gelişmiş ülkelerde ihracat finansmanı kuruluşlarının yapılanması, yetkili kurum sayısı ve devletle ilişkileri farklılıklar göstermekle birlikte, ülkelerin sektörel ve coğrafi odaklanmalarında da belirgin ayrışmalar görülmektedir. Bunlara ilave olarak Japonya’nın “10.000 Yeni İhracatçı”, Fransa’nın “Birleştirici”, İngiltere’nin “Birleşik Krallık’ta üretildi, Dünya’ya satıldı” gibi farklı özel strateji ve programları bulunmaktadır (Bkz. Tablo 2).

**Tablo 3. Seçilmiş İhracat Kredi Kuruluşları ve İhracatçılara Sundukları Hizmetler**

İKK İsmi	Ülke	Tür	Sigorta	Garanti	Alıcı Kredisi	İşletme Sermayesi	Diğer Ürünler
Bpifrance Assurance Export	Fransa	Kamu	+	+	+	+	+
Euler Hermes	Almanya	Karma	+	+	-	-	+
SACE/SIMEST	İtalya	Özel	+	+	+	+	+
NEXI	Japonya	Kamu	+	-	+	-	-
JBIC	Japonya	Kamu	-	-	+	-	+
UK Export Finance (UKEF)	Birleşik Krallık	Kamu	+	+	+	+	+
US EXIM	ABD	Kamu	+	+	+	Limitli	Limitli
Türk Eximbank	Türkiye	Kamu	+	+	+	+	+

**Kaynak:** US EXIM, Comparative Analysis of US and OECD Arrangement Export Credit Agencies (2024) s. 19’den yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 3’te ihracatçılara sunulan ihracat kredi kuruluşu hizmetleri karşılaştırıldığında Fransa, İtalya, Birleşik Krallık ve Türkiye’nin çok çeşitli hizmetler sundukları, Almanya’nın alıcı kredisi ve işletme sermayesi, Japonya’nın ise garanti ve işletme sermayesi sunmadıkları görülmektedir. ABD ise ihracat kredi kuruluşu USExim aracılığı ile limitli biçimde işletme sermayesi ve diğer finansal ürünleri sunmaktadır.

### 3.2. Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracatın Finansmanı

Gelişmekte olan ülkelerin tümünde yüksek katma değerli ve/veya teknolojik ürünlerin ihracatını teşvik etmek adına özel finansman programları bulunurken, KOBİ’lerin ihracat kapasitelerinin geliştirilmesine de özel önem verilmektedir. İhracat Kredi Kuruluşları tarafından sunulan finansman imkanlarının çeşitlendirilmesine gayret edilmekte ve ihracatın

geliştirilmesi için bölgesel ticaret ağlarına ve yakın coğrafyadaki pazarlara dahil olunması sıklıkla karşılaşılan öncelikler arasında yer almaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde de gelişmiş ülkelerde olduğu gibi kurumsal yapılanma ülkeler arasında farklılıkları göstermekte, ayrıca her ülkenin sektörel odağı farklılaşmaktadır. Örneğin Çin yüksek teknoloji, enerji, altyapı sektörlerine, Meksika otomotiv, elektronik, turizm, Malezya ise elektronik ürünler, petrol ürünleri ve palm yağı sektörlerine odaklanmaktadır. Çin'in "Kuşak Yol Girişimi" stratejisi ile daha küresel hedefleri bulunurken Brezilya korumacı politikalar ve bebek endüstri yaklaşımı gütmektedir. Meksika Kuzey Amerika Pazarı'na entegrasyona öncelik verirken, Malezya ise ASEAN içi ticarete odaklanmayı tercih etmektedir. Gelişmekte olan ülkeler arasında ihracat desteği programları da farklılık göstermektedir. Meksika IMMEX programı ile ihracatçılara geçici ithalat kolaylıkları oluştururken, Güney Afrika Özel Ekonomik Bölgeler programı ile, Malezya ise Pazar Geliştirme Hibeleri ile ihracatçılara destek olmakta ve finansman sağlamaktadır (Bkz. Tablo 4)

**Tablo 4. Gelişmekte Olan Ülkelerde İhracat Finansmanı Yaklaşımı**

Ülke	Kurumsal Yapılanma	İhracat Stratejisi	Öncelikli Alan/Programlar	Özel Yaklaşım/Program
Çin*	China Eximbank, SINOSURE	Yüksek teknoloji ürünler geçiş, Kuşak ve Yol Girişimi	Yüksek teknoloji, enerji, altyapı	Pilot Serbest Ticaret Bölgeleri (Pilot Free Trade Zones)
Polonya	BGK, KUKE S.A., KUKE Finance S.A.	Ekonomik gelişim, uluslararası rekabet gücünü artırma	Yüksek riskli pazarlar, KOBİ'ler	-
Malezya*	EXIM Bank, MATRADE	Katma değeri yüksek ürünlere odaklanma, Endüstri 4.0	Makine-elektronik, petrol-mineral, kimyasallar, hizmet sektörü	Pazar Geliştirme Hibeleri (Market Development Grants), Serbest Bölgeler
Güney Afrika*	ECIC, TISA, InvestSA	Ekonomik tabanı çeşitlendirme, Afrika pazarlarına odaklanma	Tarım, enerji, inşaat, yüksek katma değerli ürünler	Özel Ekonomik Bölgeler (Special Economic Zones) Programı
Meksika	Bancomext, NAFIN	Katma değeri yüksek sektörleri geliştirme, bölgesel entegrasyon	İmalat sanayi, otomotiv, elektrik-elektronik, turizm	IMMEX ve PROSEC İthalat kolaylıkları, vergi avantajları ve tercihli tarif programları
Brezilya*	BNDES, Banco do Brasil, ABGF	Yerli üretimi koruma, teknolojik gelişmeyi teşvik	Teknoloji yoğun sektörler, yenilikçi endüstriler, KOBİ'ler	PROEX (İhracat Finansman Programı)
Türkiye	Türk Eximbank, TCMB, TİM, Ticaret Bakanlığı	Teknolojik gelişme, rekabet gücünü artırma, küresel değer zincirlerine entegrasyon	Sanayi sektörü, yüksek teknoloji ürünler, döviz kazandırıcı hizmetler, KOBİ'ler	Yatırım Taahhütlü Avans Kredisi (YTAK), 18 uzak ülkeye özel strateji

**Kaynak:** İlgili ülkelerde ihracat finansmanı kuruluşlarının yayınları ve DTÖ Ülke Ticaret Politikası Gözden Geçirme Raporları'ndan yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

\*Yıldızlı ülkeler Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD)'nin Resmi Olarak Desteklenen İhracat Kredileri Düzenlemesi'nin dışında kalmayı tercih eden ülkelerdir.

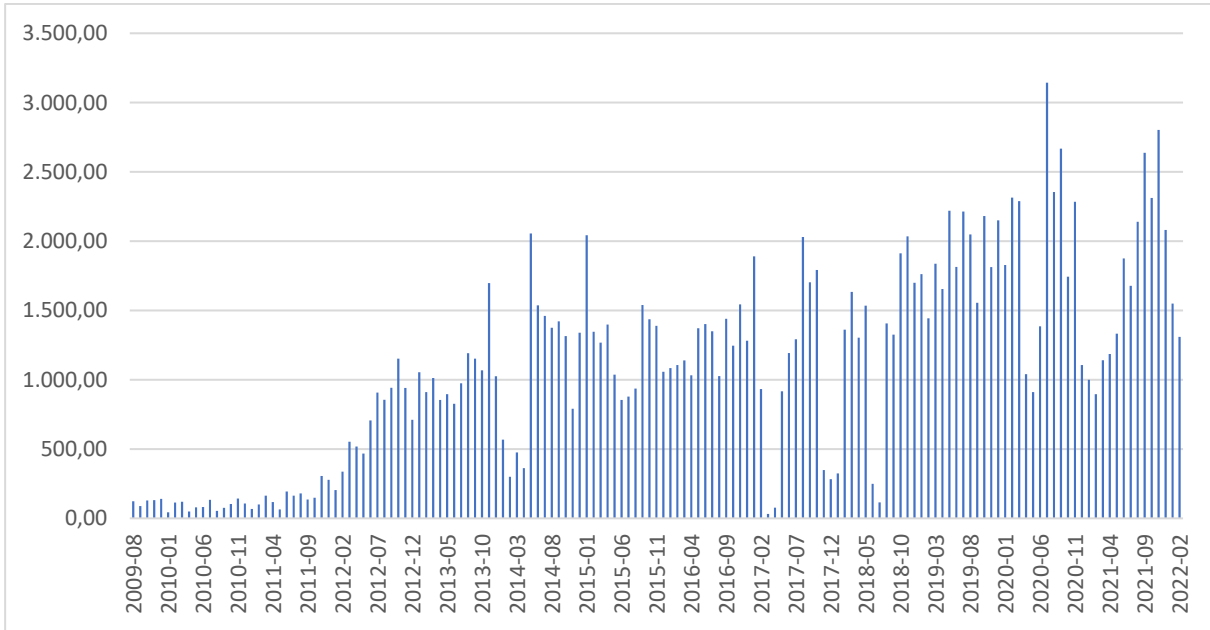
### 3.3. Türkiye'de İhracatın Finansmanı

Türkiye'nin küresel ticaretteki payının artırılması, önemli bir ticaret ve lojistik merkezi olması amaçlanmakta (Ticaret Bakanlığı, 2024a:14), bu bağlamda 18 uzak ülkeye yönelik olarak hazırlanan ve finansman, standardizasyona, lojistikten, tanıtım ve diplomasiye kadar birçok

alanda eylemi içeren “Uzak Ülkeler Stratejisi” ile 18 uzak ülkeye ihracatın 20 milyar USD’den 80 milyar USD’ye çıkarılması hedeflenmektedir (Bkz. Tablo 4). Ayrıca “İslam Ülkeleri ile İhracatı Geliştirme Stratejisi” ile de belirlenen 21 adet 1. faz odak İslam ülkesinin 2022 yılı itibarı ile Türkiye’nin toplam ihracatındaki %26’lık payının, 2028 sonuna kadar %30’a yükseltilmesi amaçlanmaktadır. Verimlilik artışı odaklı biçimde sanayi sektörü, yüksek teknolojlili ürünler, döviz kazandırıcı hizmetler (turizm, uluslararası nakliyat vb.), KOBİ’lerin ihracatının desteklenmesi öncelikli alanlar arasında yer almaktadır. Bu hedeflere ulaşmak için Ticaret Bakanlığı eliyle çeşitli destek programları sunulmakta, serbest bölgelerin gelişimi teşvik edilmekte, dijitalleşme ile e-ihracat alanlarında yeni girişimlerde bulunulmakta, yeşil dönüşüm gibi güncel trendler de ihracatı geliştirme stratejilerine dahil edilmektedir (Ticaret Bakanlığı, 2024b, 42-57). İhracata dayalı ekonomik büyüme stratejisi kapsamında uygulanan bu politikaların finansman ayağında ise Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası (TCMB) tarafından sağlanan reeskont kredileri ve Türk Eximbank aracılığıyla sunulan çeşitli finansman araçları bulunmaktadır (Bkz. Tablo 4).

TCMB; ihracat yapan, özellikle yüksek teknolojlili sanayi ürünleri üreten, yeni pazarlara ihracat yapan ve döviz kazandırıcı hizmetlerde bulunan şirketlere finansal destek sağlamak amacıyla döviz bazında düzenlenmiş senetlere karşılık Türk Lirası cinsinden reeskont kredisi sunmaktadır. Bu krediler ihracatçı firmalar için uygun maliyetli bir finansman seçeneğidir. (TCMB, 2019:50-80). Bu kredilerin kullanımında zaman içinde önemli politika açılımları olmuş, COVID-19 pandemisi sürecinde TCMB ihracatçı firmaların finansmana daha kolay erişmelerini sağlamak amacıyla reeskont kredilerinde vade ve miktar genişlemelerine giderek, TL cinsi kredi kullanım seçeneği sunmuş, vade uzatımları yapmış ve taahhüt kapama sürelerini uzatmıştır (TCMB, 2020a, 11-55). 2022 yılında uygulanan Liralaşma Stratejisi kapsamında, döviz kullanımını azaltarak Türk Lirası ile iş yapmayı teşvik etmek amacıyla reeskont kredileri uygulamasında kapsamlı değişiklikler gerçekleştirilmiştir. Toplam limit artırılmış, kredi geri ödemeleri sadece ihracat gelirleriyle yapılabilir hale getirilmiş ve kredilerin azami vadeleri belirli koşullara göre düzenlenmiştir (TCMB, 2022, 30). TCMB ayrıca, çeşitli ülkelerle yaptığı para takası anlaşmaları kapsamında Çin Yuanı, Katar Riyali, Kore Wonu ve BAE Dirhemi cinsinden reeskont kredileri kullandırmaya başlamıştır (TCMB, 2022, 31). Türkiye’de Güneydoğu Bölgesi’nde 2023 yılında yaşanan deprem felaketinin ardından afet bölgesindeki firmalara yönelik reeskont kredileri ve geri ödemelerinde kolaylıklar sağlanmıştır (TCMB, 2023a). Aynı yıl içinde TCMB, reeskont kredilerinin günlük limitini artırmış, KOBİ

kullanımının artırılmasına öncelik vermiş ve ihracat artış performansını dikkate almaya başlamıştır (TCMB, 2023b).



**Grafik 1. Reeskont Kredilerinin TCMB Rezervlerine Katkısı (milyon USD, haftalık akım, 2009-2022)**

**Kaynak:** TCMB EVDS, <https://evds2.tcmb.gov.tr/>, (20.08.2024).

Reeskont kredileri döviz tutarının, kredinin kullanıldığı tarihte ilan edilen kurdan Türk lirası karşılığının bankalar aracılığıyla firmalara ödenmesi suretiyle kullanılmakta, kredilerin geri ödemesi ise döviz olarak gerçekleştiğinden Merkez Bankası döviz rezervlerine önemli ölçüde katkı sağlanmaktadır. COVID dönemi öncesinde başlayan ve 2020'den bugüne aktif bir politika aracı olarak kullanılan reeskont kredilerinin TCMB rezervlerine katkısı Grafik 1'de ve Tablo 5'te belirgin biçimde görülmektedir.

**Tablo 5. Reeskont Kredilerinin TCMB Rezervlerine Katkısı (2009-2022, milyar USD)**

Dönem	Rezerv Katkısı
2020	23,07
2021	21,08
2022	17,62
2023	3,83
Ocak-Ağustos 2024	2,17
<b>Toplam (2009 - Ağustos 2024)</b>	<b>170,42</b>

**Kaynak :** TCMB, Reeskont Kredilerinin Döviz Rezervlerine Katkısı, [https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454/reeskont\\_kredisi.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454-p5adZL](https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454/reeskont_kredisi.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454-p5adZL), (20.08.2024).

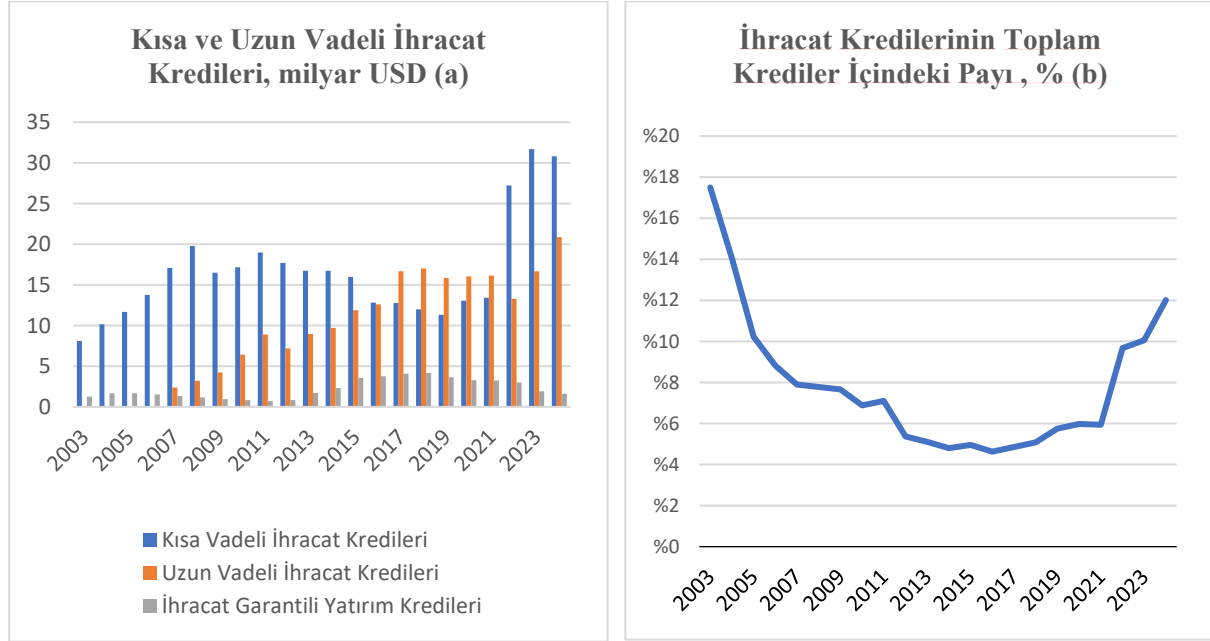
Günümüze değin verilen reeskont kredilerinin Merkez Bankası rezervlerine katkısının 170 milyar USD'yi bulduğu gözlenmekte, COVID döneminde piyasada gözlemlenen döviz

darboğazlarının aşılmasına yardımcı olması açısından da reeskont kredilerinin 3 yılda 60 milyar doları aşkın bir rezerv birikimine imkan tanıdığı anlaşılmaktadır.

TCMB ayrıca fiyat istikrarı ve finansal istikrar hedefleri ile uyumlu biçimde; yüksek verimliliğe sahip, ithalatı azaltıcı etkisi olan ve ihracatı artıran yatırımların desteklenmesi, dışa bağımlılık ve cari açığın azaltılması ve sürdürülebilir büyümenin sağlanması amacıyla 2020 yılı Mart ayı itibarı ile Yatırım Taahhütlü Avans Kredisi'ni yürürlüğe koymuştur. Bu krediler TCMB Kanunu'nun 45'inci maddesine dayanılarak, anapara geri ödemesiz dönemi azami 2 yıl olmak üzere 10 yıl vadeli biçimde Türk lirası cinsinden düzenlenmiş senetlerin avansa kabulü karşılığında, stratejik önemdeki selektif sektörlerde yatırım yapacak firmalara kalkınma ve yatırım bankaları aracılığıyla kullanılmaya başlanmıştır (TCMB, 2021, s. 35).

Türk Eximbank ise, Türkiye'nin tek resmi ihracat finansman kuruluşu olarak, ihracatçılara çeşitli finansman alternatifleri sunmaktadır. Bu alternatifler arasında kısa vadeli ihracat kredileri, orta ve uzun vadeli ihracat kredileri, döviz kazandırıcı hizmetler kapsamındaki krediler, alıcı kredileri, alacak sigortası ve faizsiz bankacılık ürünleri bulunmaktadır. *Kısa vadeli ihracat kredileri* arasında; reeskont kredisi, sevk sonrası reeskont kredileri, KOBİ ihracata hazırlık kredisi, ihracata hazırlık kredisi, dış ticaret şirketleri ihracat kredisi ve sevk öncesi ihracat kredisi yer almaktadır. *Orta ve uzun vadeli ihracat kredileri* ise; ihracata yönelik işletme sermayesi kredisi, ihracata yönelik yatırım kredisi, özellikli ihracat kredisi, yurtdışı teminat mektubu programı, marka kredisi, ihracat alacakları iskonto programı, gemi inşa ve ihracatı finansman programı, yurtdışı mağazalar yatırım kredisi ve finansal kiralama işlemlerine yönelik kredi programını kapsamaktadır. *Döviz kazandırıcı hizmetler kapsamındaki krediler* arasında; turizm kredisi, uluslararası nakliyat pazarlama kredisi, döviz kazandırıcı hizmetler kredisi, yurtdışı fuar katılım kredisi, yurtdışı müteahhitlik hizmetleri köprü kredisi ve yurtdışı müteahhitlik hizmetleri teminat mektubu programı bulunmaktadır. *Alıcı kredileri* kapsamında ise; uluslararası proje kredileri, yurtiçi bankalar alıcı kredileri, yurtdışı bankalar alıcı kredileri, devlet garantili alıcı kredileri ve niyet mektubu desteği sunulmaktadır. Eximbank ayrıca kısa vadeli alacak sigortası, spesifik ihracat kredi sigortası ve sevk öncesi ihracat kredi sigortası gibi *alacak sigortası* ürünleri de sunmaktadır. *Faizsiz bankacılık ürünleri* arasında ise; katılım esaslı alacak sigortası, katılım finans yatırım kredisi, katılım bankaları sevk öncesi ihracat kredileri ve katılım bankaları finansal kiralama işlemlerine yönelik kredi programı yer almaktadır (Türk Eximbank, 2024).

Bu geniş ölçekli finansman alternatifleri, ihracatçıların farklı ihtiyaçlarına cevap vermek ve Türkiye'nin ihracat potansiyelini artırmak amacıyla tasarlanmıştır. Türk Eximbank; kredi, garanti ve sigorta gibi işlemleri tek çatı altında toplayarak, firmaların ihracat süreçlerini desteklemekte ve uluslararası pazarlarda rekabet güçlerini artırmalarına yardımcı olmaktadır.



**Grafik 2. Türkiye'de İhracat Kredilerinin Yıllar İçindeki Değişimi (2003-2023, Stok veri)**

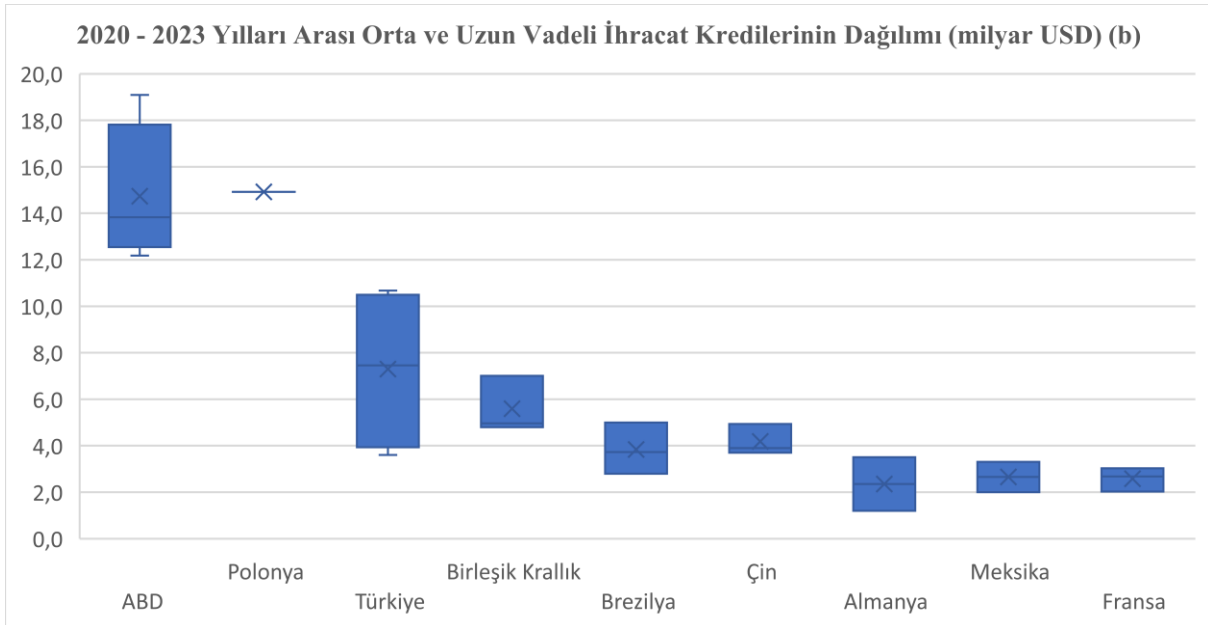
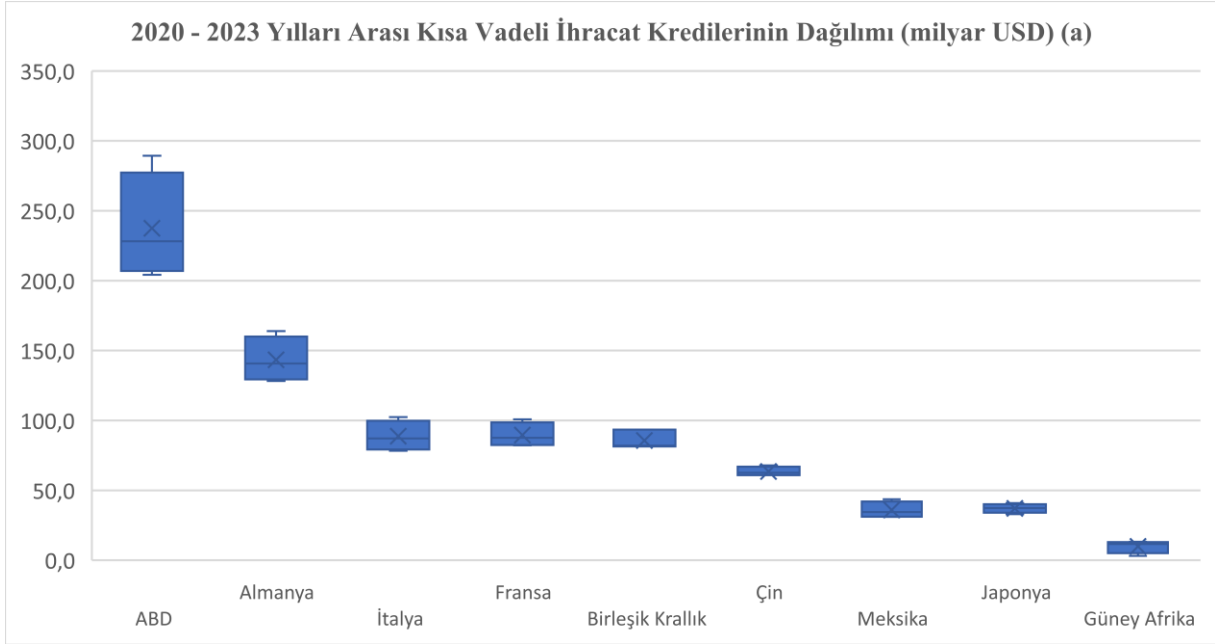
**Kaynak:** BDDK Aylık Bankacılık Sektörü verilerinden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 2 (a)'da Türkiye'nin 2003 yılından bu yana kısa ve uzun vadeli ihracat kredileri incelendiğinde özellikle 2020 yılından bu yana kısa vadeli ihracat kredilerinde belirgin bir sıçrama yaşandığı, uzun vadeli ihracat kredilerinin de 2017 yılından bu yana aktif olmakla birlikte son yıllarda artış gösterdiği görülmektedir. İhracata dayalı kredilerin finans sektörünün verdiği tüm krediler içindeki payı da 2021 yılından sonra belirgin biçimde artış göstermiştir (Bkz. Grafik 2(b)).

### 3.4. Seçilmiş Ülkelerde İhracat Finansman Verileri

İhracat finansman verilerinin güvenilirliği ve şeffaflığı ile ilgili tartışmalar söz konusu olsa da belli bir eğilimi yansıtması yönünden dünyada seçilmiş ülkelerde İhracat Sigortası Birlikleri'nin üye olduğu Berne Union'un yayınladığı yeni verilen Kısa Vadeli ve Orta/Uzun Vadeli kredi, sigorta ve garantilerin 2020-2023 yılları arasını kapsayan döneme ait dağılımı Grafik 3 (a) ve Grafik 3 (b)'de incelenmiştir. Kaynaktaki verilerin sunulma biçimi gereği, buldukları kıtaların ilk 5 ülkesine ait veriler ayrı ayrı, diğer ülkeler diğer başlığında

sunulmuştur. İnceleme alanındaki tüm ülkelere ve tüm yıllara ait veriler mevcut olmasa da, ülkelere ait ulaşılamayan veriler azınlıkta kalmış olup elde edilen dağılım ülkelerin ihracat kredi kullandırımına yönelik eğilimlerini yeterli seviyede yansıtmaktadır.



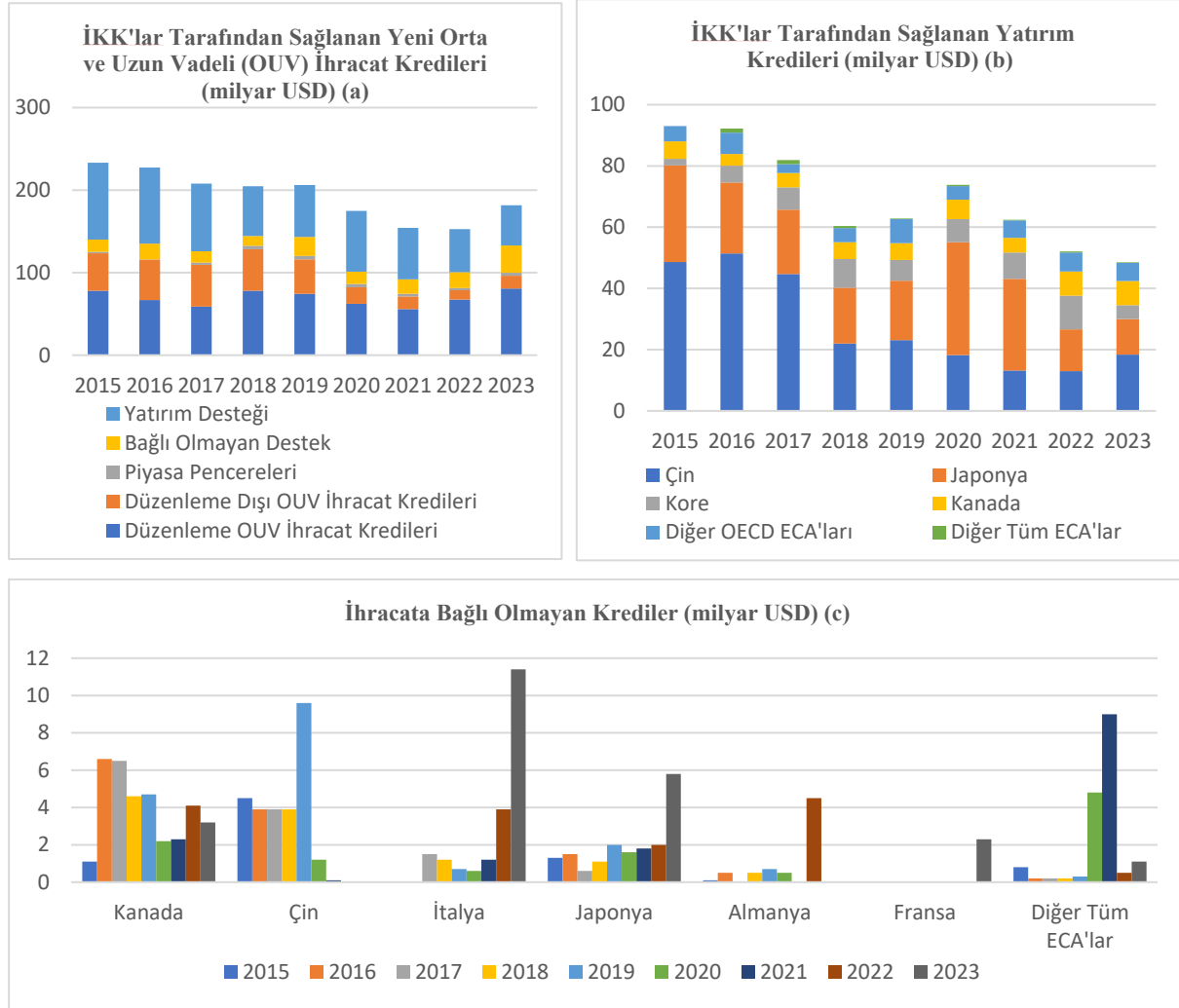
**Grafik 3.** Kısa ve Orta-Uzun Vadeli İhracat Kredi, Sigorta ve Garantilerinin Seçilmiş Ülkeler Arasındaki Dağılımı

**Kaynak:** Berne Union, Export Credit & Investment Insurance State of Industry Report 2020-2023 raporlarındaki verilerden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 3'ten de görüleceği üzere mevcut dış ticaret işlemlerinin devamlılığını sağlayan kısa vadeli ihracat kredisi ve sigortalarının ABD başta olmak üzere Almanya, İtalya, Fransa ve Birleşik Krallık gibi gelişmiş ülkelerde yaygınlaştığı, her ne kadar hacim olarak kısa vadeli



kredi ve sigortalar kadar olmasalar da ihracatla uğraşan firmaların gelişiminde daha uzun vadeli değişimler yaratabilecek nitelikteki orta ve uzun vadeli ihracat kredi, sigorta ve garantilerinde de gelişmekte olan ülkelerin daha etkili oldukları görülmektedir. Bu noktada Türkiye'nin orta ve uzun vadeli işlemlerde genellikle ilk 3'te olduğu, Polonya, Brezilya, Çin, Meksika gibi ülkelerin ise bu kredilere daha çok başvurduğu görülmektedir.



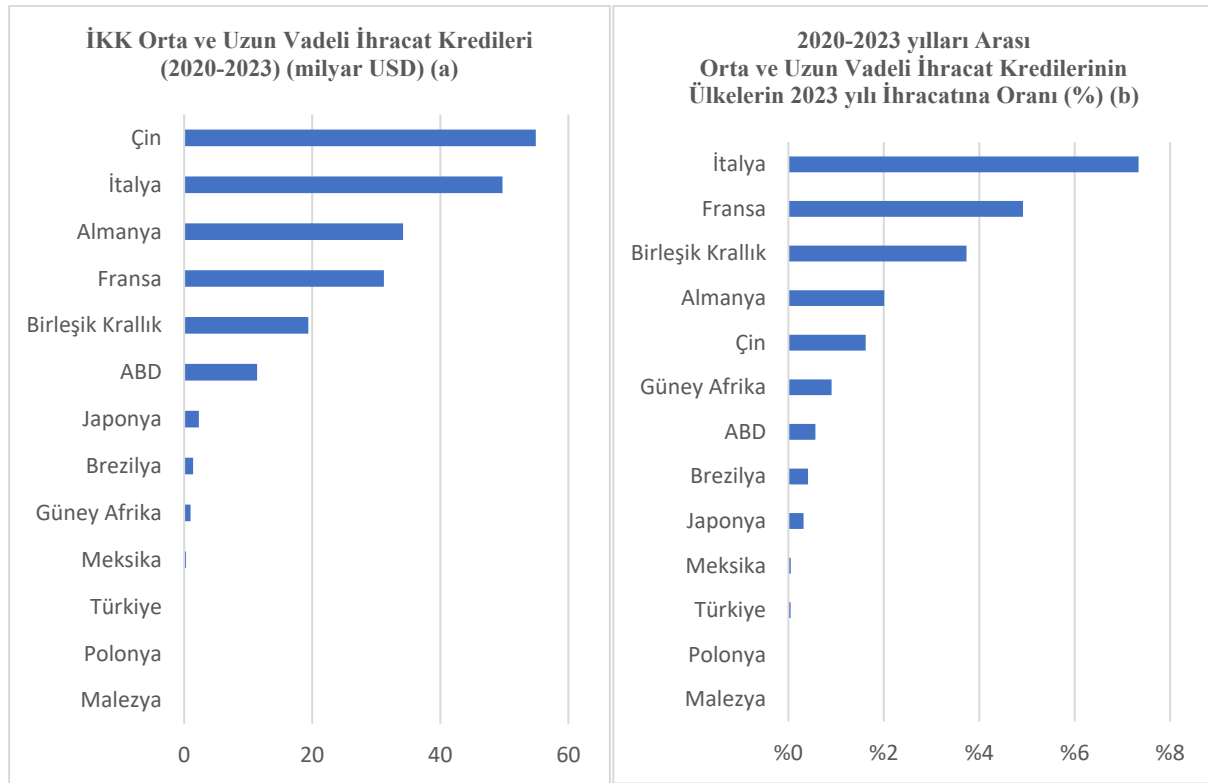
**Grafik 4. Kısa Vade Haricindeki İhracat Kredilerinin Son Yıllardaki Gelişimi**

**Kaynak:** US Exim, Global Export Credit Competition 2024 raporundaki verilerden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Bu noktada, Orta ve Uzun vadeli ihracat kredilerinin geçtiğimiz yıllardaki gelişimi ABD'nin İhracat Kredi Kuruluşu US Exim'in yayınladığı veriler ışığında incelendiğinde; OECD düzenlemeleri kapsamında kalan ihracat kredilerinin son dönemde belirgin bir artış gösterdiği, OECD düzenlemelerinin dışında kalmayı tercih eden ülkelerin ihracat kredilerinin ise COVID-19 öncesi dönemde artış göstermiş olsa da son yıllarda düşüş içerisinde olduğu görülmektedir. (Bkz. Grafik 4(a)).

Buna ilave olarak, Grafik 4(b)'de ihracata bağlı olmayan krediler ve Grafik 4(c)'de yatırım kredileri konusunda belli ülkelerin öne çıktığı ve aktif faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Yatırım kredileri tarafında pandemi öncesi dönemi domine eden Çin'in bu ağırlığını bir süre sonra Japonya'ya devrettiği görülmektedir. Bunun haricinde Kore, Kanada gibi ülkelerin de yatırım kredilerini aktif kullandıkları görülmektedir. İhracata bağlı olmayan kredilerde ise Kanada liderliği Çin ile paylaşmaktadır. Son yıllarda, özellikle 2023 yılında İtalya, Japonya, Almanya ve Fransa'nın ihracata bağlı olmayan kredileri aktif kullanmaya başladıkları gözlenmiştir.



**Grafik 5.** Yeni Orta ve Uzun Vadeli İhracat Kredilerinin Son Yıllardaki Gelişimi

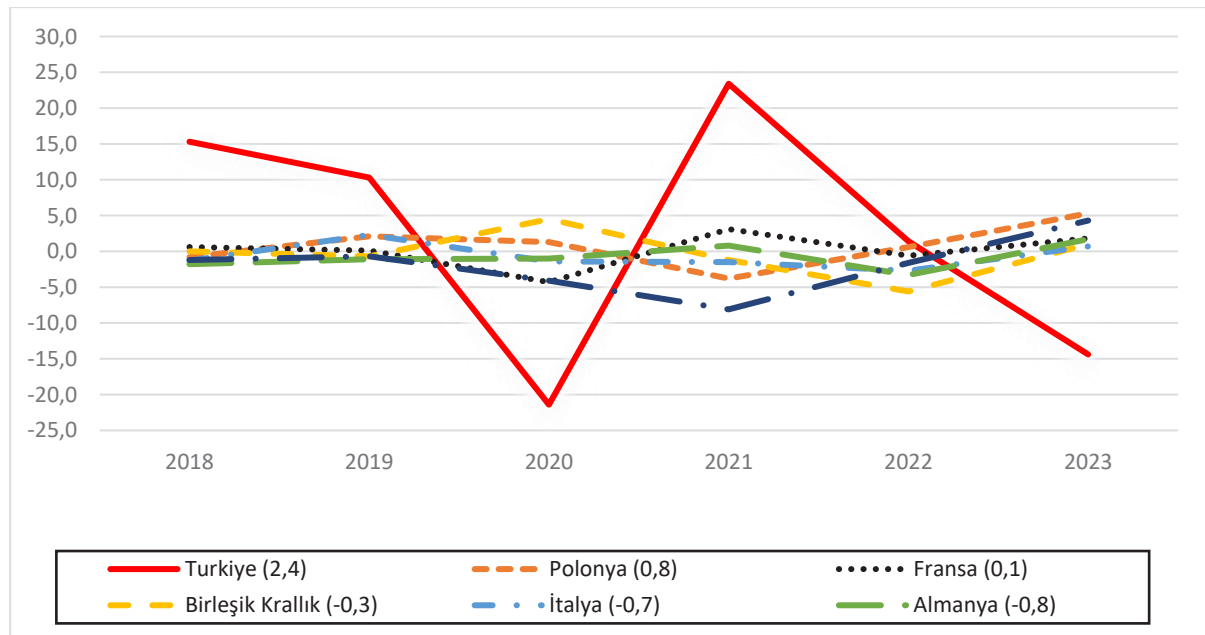
**Kaynak:** US Exim, Global Export Credit Competition 2021-2024 raporlarındaki verilerden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Grafik 5(a)'da görüldüğü gibi COVID-19 ve sonrasında kapsayan son 4 yılda ülkelerin USExim'le paylaştığı verilerden türetilen yeni kullanılan orta ve uzun vadeli ihracat kredilerinin miktar olarak büyüklükleri incelendiğinde; Çin'in İtalya'dan az bir farkla lider konumunda olduğu, Almanya ve Fransa'nın ise onları takip eden ülkeler arasında olduğu görülmektedir. Diğer taraftan bu krediler ülkelerin 2023 yılı ihracatına oranlandığında İtalya açık farkla lider olarak gözükmekte, Fransa ve Birleşik Krallık'ın da belirgin biçimde diğer ülkelere göre yüksek oranda orta ve uzun vadeli ihracat kredisi kullandığı görülmektedir (Bkz. Grafik 5 (b)).

Bu noktada, Türkiye ve benzeri sıralamadaki ülkelerin çok düşük verilere sahip olması, USExim'in de Çin gibi ülkelerin raporunda verilerin güvenilirliğinin sorgulanması gerekliliği hakkındaki dipnotları ile birleştirildiğinde sağlıklı bir karşılaştırmanın ancak tüm ülkeler tarafında sağlanacak bir veri şeffaflığı durumunda gerçekleştirilebileceğini göstermektedir. Türkiye'de ise BDDK'nın yayınladığı orta ve uzun vadeli ihracat kredisi verilerinde belirgin biçimde artış olduğu gözlenmektedir. Berne Union tarafından yayınlanan kredi, sigorta ve garanti verilerinde orta ve uzun vadeli kredilerde Türkiye'nin belirgin biçimde ön planda olduğu görülmekte, ancak Çin'e ait verilerin olması gerekenden düşük olduğu gözlenmektedir. BDDK tarafından yayınlanan veriler o andaki toplam kredi hacmini gösteren stok veri, US Exim'in paylaştığı veriler yeni ihracat kredilerine ait akım verisi, Berne Union tarafından paylaşılan verilerse yeni kredi, sigorta ve garantilere dair toplam akım verisi niteliği taşıdığı birebir karşılaştırma yapılamamaktadır. Ancak yine de Çin, Polonya, Türkiye gibi örneklerde son yıllarda farklı kaynaklardaki verilerde görülen ayrışmalar, Dawar'da (2023:61) geçen veri sorununu akıllara getirmektedir.

### 3.5. Seçilmiş Ülkelerin İhracat Performansları

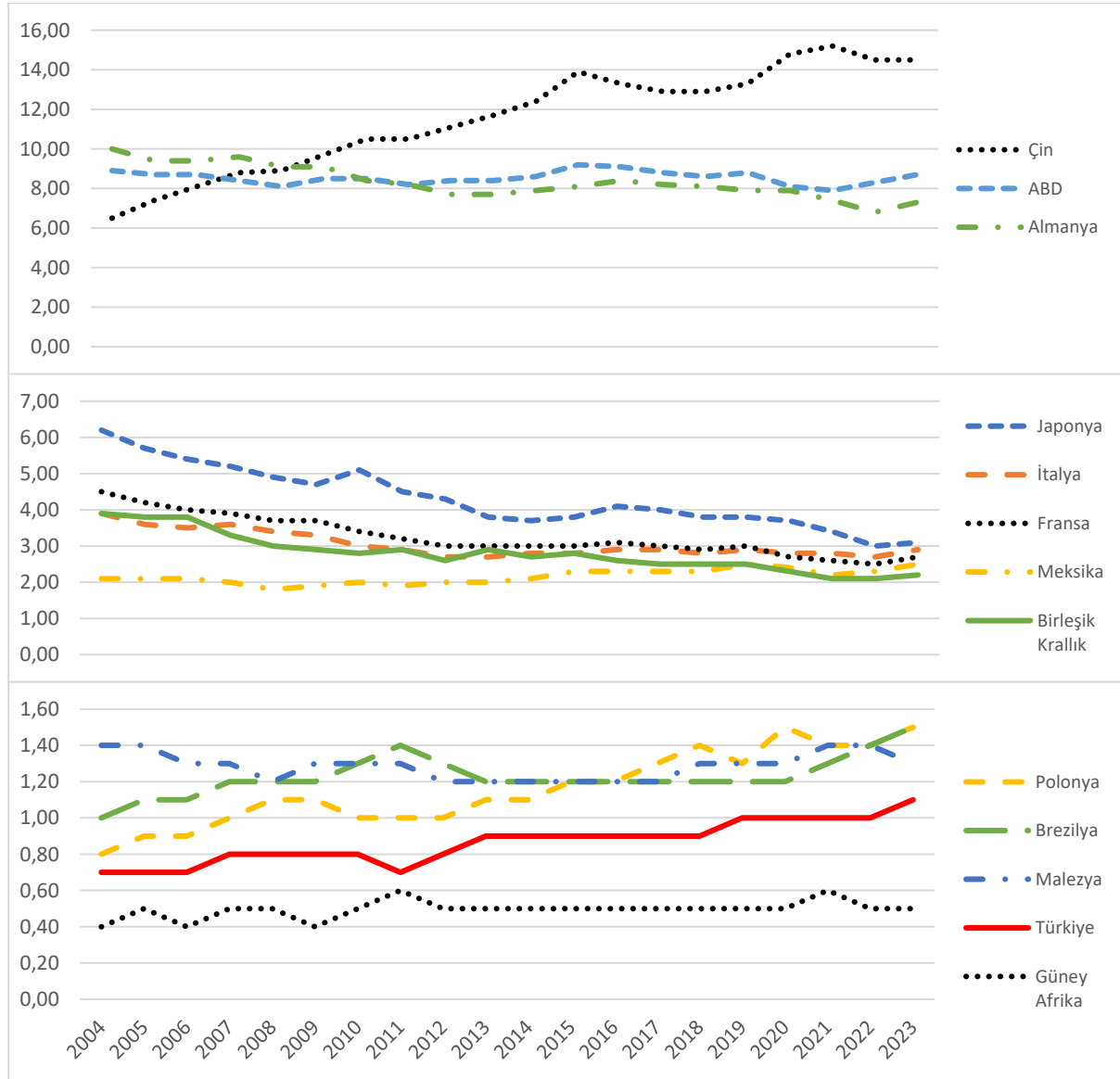
Son dönemde ülkelerin ihracat performansları incelendiğinde, en yüksek ortalama ihracat performansına yıllık %2,4 değeri ile Türkiye'nin sahip olduğu, benzer ihracat yapısına sahip olan Polonya'nın ise %0,8 ile Türkiye'yi takip ettiği görülmektedir (Bkz. Grafik 6).



**Grafik 6. Seçilmiş Ülkelerin 2018-2023 Yılları Arasındaki İhracat Performansları (%)**

Kaynak: UNECE Statistical Database, [https://w3.unece.org/PXWeb2015/pxweb/en/STAT/STAT\\_20-ME\\_7-GLOBIND/ZZZ\\_en\\_MENCGlobalY\\_r.px/](https://w3.unece.org/PXWeb2015/pxweb/en/STAT/STAT_20-ME_7-GLOBIND/ZZZ_en_MENCGlobalY_r.px/) (20.10.2024)

Grafik 6’da çarpıcı olan, o yıla ait ihracat artış yüzdesinden yine o yıla ait ithalat artış yüzdesinin çıkarılması sonucu elde edilen ihracat performansı değerinin Türkiye için diğer tüm ülkelere göre çok daha oynak olduğu ve Türkiye’nin COVID-19 sonucu oluşan daralmadan diğer ülkelere göre daha çok etkilenmesine rağmen hızlı bir iyileşme gösterdiğiidir. Zira, söz konusu verinin 30 yıllık geçmişi incelendiğinde de Türkiye’nin özellikle kriz dönemlerinde karşılaştırılan diğer ülkelere göre yüksek reaksiyon verdiği gözlenmiştir (Bkz. Grafik 6).



**Grafik 7. Seçilmiş Ülkelerin Dünya İhracatından Aldıkları Payların Uzun Vadeli Gelişimi (% 2003-2023)**

**Kaynak:** WTO Trademap verilerden yararlanılarak yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

Şu ana kadar elde edilen bilgiler ışığında ülkelerin uzun dönemli ihracat performansları incelendiğinde, özellikle dünya ihracatının liderliğine oynayan üç ülkeden Çin’in ABD ve Almanya’ya göre dünya ihracatındaki payını belirgin oranda artırdığı görülmektedir. Çin’in bu süreçte China Eximbank ve Sinasure kurumları ve yüksek teknolojiye geçiş ve Kuşak-

Yol girişimi stratejisi aracılığı ile olumlu sonuçlar elde ettiği çok belirgindir. Çin ayrıca yatırım kredileri kullandırımı ve İhracata bağlı olmayan kredilerin kullandırımında da uzun yıllar oldukça etkin olmuştur. ABD'nin ise 2015-2019 yılları arasında İhracat Kredi Kuruluşu olan US Exim'i kapatması, payında belirgin bir düşüşe neden olmuştur (Bkz. Grafik 7).

Orta ölçekte ihracatı yönlendiren ülkeler grubunda ise Meksika'nın istikrarlı bir yükseliş içerisinde olduğu, İtalya'nın geçmiş yıllarda kaybettiği paya rağmen son yıllarda toparlanma sürecine girdiği, Japonya, Birleşik Krallık ve Fransa'nın güç kaybettiği görülmektedir. İtalya kısa vadeli kredi kullandırımında üst sıralarda yer almakta ve ihracata bağlı olmayan kredi kullanımında son yıllarda gerçekleştirdiği atakla dikkat çekmektedir. Bu grupta en çok pay kaybeden Japonya'nın ise yatırım kredileri ve ihracata bağlı olmayan kredilerde aktif olmasına rağmen İhracat Kredi Kuruluşları aracılığıyla garanti ve işletme sermayesi ürünlerini kullandırmadığı görülmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin yoğunlaştığı alt grupta ise Polonya ve Brezilya'nın ihracat payı artışında uzun vadede başı çektiği, Türkiye'nin ise 2017 ve sonrasındaki yıllara da sirayet etmek üzere 20 yıllık süreçte istikrarlı ve kademeli bir ihracat payı artışı sağladığı görülmektedir. Türkiye'nin reeskont kredileri ve Yatırım Taahhütlü Avans kredileri tarafındaki aktif politikası Orta ve Uzun Vadeli Yatırım Kredileri'nde diğer ülkelere göre yükselen bir ihracat finansmanı faaliyeti ile birleşerek etkisini gösterdiği değerlendirilmektedir. Malezya ve Güney Afrika ise dönemsel bazı düşüslere rağmen mevcut paylarını koruyabilmiştir (Bkz. Grafik 7).

## SONUÇ

Çalışmada incelenen gelişmiş ve gelişmekte olan tüm ülkeler KOBİ'lerin ihracat kapasitelerini geliştirmeye özel önem vermektedir. Genellikle ülkelerde kredi, garanti ve sigorta ürünleri sunma konusunda benzer çeşitlendirme görülmekte, finansman desteklerinde çevre dostu projeler ve yeşil ekonomiye geçiş unsurlarına öncelik verilmektedir. Çoğu ülke yüksek teknoloji ve katma değerli ürünlerin ihracatına odaklanmakta ve ihracat alanında kamu-özel sektör işbirliği yapılarıyla sık karşılaşmaktadır.

Gelişmiş ülkelerin daha köklü ve geniş kapasiteye sahip ihracat kredi kurumlarına karşın gelişmekte olan ülkelerin ihracat kredi kurumları ve finansman yapıları gelişim sürecindedir. Gelişmiş ülkeler özellikle kısa vadeli ihracat işlemleri için daha fazla finansman sağlarken, gelişmekte olan ülkelerin daha küçük ölçekli ancak daha uzun vadeli finansman olanakları sağladığı gözlenmektedir.

Gelişmiş ülkeler ileri teknoloji, savunma sanayi ve hizmetler sektörlerine ve dijitalleşmeye odaklanarak küresel rekabet gücünü artırmaya yönelik stratejiler güderken, gelişmekte olan ülkeler imalat sanayi, altyapı, doğal kaynaklar ve enerji gibi sektörlere odaklanarak daha ziyade bölgesel entegrasyona, zaman zaman ise korumacı politikalara öncelik vermektedir. OECD düzenlemelerine bağlılık konusuna da gelişmiş ülkeler sıkı bağlılık gösterirken, gelişmekte olan ülkelerin bu kısıtlamaların dışında kalma eğiliminde olduğu görülmektedir.

Sonuçlar ülkelerdeki kamu bankaları ve ihracat kredi kurumları aracılığıyla piyasa koşullarının altında sağlanan ihracat finansmanının yaygınlaştığını ve COVID-19 sonrası bu desteklerin arttığını göstermektedir. KOBİ'lerin uluslararasılaşmasında finansman engellerinin kaldırılması, ülke ihracatını geliştirmede önemli bir rol oynamaktadır.

Ancak, desteklerin büyüklükleri ve kapsamaları ile hedeflenen sektörler ülkeler arasında önemli farklılıklar göstermektedir. Ayrıca, bu çalışmada erişilen verilerdeki çeşitlilikten de anlaşılacağı üzere ihracata verilen desteklerin şeffaf paylaşılmaması dünya ticaretinde rekabetin korunmasında sorunlara yol açmakta ve bu bağlamda uluslararası işbirliği büyük önem taşımaktadır.

Türkiye'nin ise ihracat finansmanı kurumsal yapılanması ile diğer ülkelerden bir miktar ayrıştığı görülmektedir. Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası'nın ihracat finansmanında doğrudan ihracat odaklı reeskont kredisi modeli ile aktif rol alması; TCMB, Türk Eximbank, TİM ve Ticaret Bakanlığı arasındaki koordineli yapı ve sunulan finansal araçların çeşitliliği bu farklılığın kaynağını teşkil etmektedir. Bu kurumsal yapılanma içerisinde ihracat yapan firmalara reeskont kredileri başta olmak üzere YTAK ve çeşitli vadelerdeki kredi, sigorta ve garanti ürünleri ile geniş bir finansman yelpazesi sunulmuştur. Reeskont kredileri aracılığıyla TCMB rezervlerine sağlanan yaklaşık 170 milyar USD'lik katkı ile finansal istikrara katkıda bulunulmaya çalışılmıştır. COVID-19 pandemisi döneminde kredi limitlerinde artış, vadelerde uzama ve TL cinsinden kredi kullanım imkânı gibi esnek politikalar uygulanmış, ayrıca alternatif para birimlerinde reeskont kredileri imkanı oluşturularak finansman olanakları çeşitlendirilmiştir.

Bu finansman yapılanması ve stratejik hedeflemenin sonuçları ihracat performansına da yansımış, Türkiye 2018-2023 döneminde karşılaştırılan seçilmiş ülkeler arasında yıllık ortalama %2,4 ile en yüksek ihracat performansına ulaşan ülke olmuştur. Kriz dönemlerinin ardından diğer ülkelere göre daha hızlı reaksiyon gösterebilen Türkiye, 20 yıllık süreçte de dünyada istikrarlı ve kademeli bir ihracat payı artışı sağlamıştır. Ticaret politikalarında 18 uzak ülkeye yönelik özel strateji gibi spesifik hedefler, sanayi sektörü ve yüksek teknoloji ürünlerine

odaklanma ve KOBİ'lere özel önem verilmesi hususlarına riayet edilmesinin ise bu başarının sürdürülebilirliğini temin edecek en önemli faktörler olduğu değerlendirilmektedir.

### Kaynakça

- Ahmad, H. A. (2022). The Potential of Financial Services and Private Sector in Accelerating Export Diversification in Africa Background, [https://unctad.org/system/files/non-official-document/aldcafrica2022\\_background02\\_ahmad\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/non-official-document/aldcafrica2022_background02_ahmad_en.pdf) (07.09.2024)
- Akoto, R. K. ve Adjasi, C. (2020). External credit and export decision: Evidence from Nigeria. *African Development Review*, 32(4), 540-550. <https://doi.org/10.1111/1467-8268.12459>
- BDDK. (09.09.2024). Aylık Bankacılık Sektörü Verileri. <https://www.bddk.org.tr/bultenaylik>
- Berne Union. (2021). *Export Credit & Investment Insurance State of Industry Report 2020*. <https://bublob.blob.core.windows.net/assets/Images/Berne%20Union%20Export%20Credit%20Insurance%20in%202020.pdf> (22.08.2024)
- Berne Union. (2022). *Export Credit & Investment Insurance State of Industry Report 2021*. <https://bublob.blob.core.windows.net/assets/Images/Berne%20Union%20Industry%20Report%202021%20-%20web.pdf> (22.08.2024)
- Berne Union. (2023). *Export Credit & Investment Insurance State of Industry Report 2022*. <https://bublob.blob.core.windows.net/assets/Images/Berne%20Union%20-%20State%20of%20the%20Industry%202022%20-%20Export%20Credit%20&%20Investment%20Insurance%20Report.pdf> (22.08.2024)
- Berne Union. (2024). *Export Credit & Investment Insurance State of Industry Report 2023*. <https://bublob.blob.core.windows.net/assets/Images/Berne%20Union%20-%20State%20of%20the%20Industry%202023.pdf> (22.08.2024)
- Çetiner, M., Eke, S., ve Peker, A. E. (2019). İhracat Kredi Sigortası, İhracat Artışı ve İktisadi Büyümeye Etkisi: Türkiye Örneği. *Journal of Life Economics*, 6(4), 379-400. <https://doi.org/10.15637/jlecon.6.023>
- Dawar, K. (2020). Official export credit support: competition and compliance issues. *Journal of World Trade*, 54(3), 373-395. <https://doi.org/10.54648/trad2020017>
- Dawar, K. (2023). Export Credit Agencies: The Consequences of Non-Transparency. içinde M. Manchin, L. Puccio, & A. B. Yıldırım (Ed.), *Coherence of the European Union Trade Policy with Its Non-Trade Objectives* (1. baskı., ss. 61-88). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009308137.004>
- Dinh, T. Q., ve Hilmarsson, H. T. (2013). Cross border trade, increased value added and economic growth in emerging market economies: can export credit agencies help? içinde 7th International Management Conference : New Management for the New Economy (35-47) <http://conference.management.ase.ro/archives/2013/pdf/4.pdf> (22.08.2024).

- Heiland, I., ve Yalcin, E. (2021). Export market risk and the role of state credit guarantees. *International Economics and Economic Policy*, 18(1), 25-72. <https://doi.org/10.1007/s10368-020-00466-2>
- Hopewell, K. (2021). Power transitions and global trade governance: The impact of a rising China on the export credit regime. *Regulation & Governance*, 15(3), 634-652. <https://doi.org/10.1111/rego.12253>
- Jennekens, B., ve Klasen, A. (2023). How “safe” is the WTO “safe haven”? A need to modernise disciplines for officially supported export credits. *Journal of International Trade Law and Policy*, 22(1), 1-14. <https://doi.org/10.1108/JITLP-05-2022-0012>
- Kabir, P., Matray, A., Müller, K. ve Xu, C. (2024). *EXIM’s Exit: The Real Effects of Trade Financing by Export Credit Agencies* (No. w32019). National Bureau of Economic Research.
- Kannebley Júnior, S., Prince, D. D., ve Alvarez, R. B. P. (2021). State export financial support of Brazilian manufactured products: a microeconomic analysis. *Planejamento e Políticas Públicas (PPP)*: n. 59, jul./set. 2021, 59, 49-81. <https://doi.org/10.38116/ppp59art2>
- Klasen, A., ve Janus, H. (2023). Improving Export Credit Agency Impact Through Full Faith and Credit. *Journal of World Trade*, 57(5), 789-808. <https://doi.org/10.54648/TRAD2023032>
- Kumarasamy, D., ve Singh, P. (2018). Access to Finance, Financial Development and Firm Ability to Export: Experience from Asia–Pacific Countries. *Asian Economic Journal*, 32(1), 15-38. <https://doi.org/10.1111/asej.12140>
- Lin, P., ve Huang, H. (2014). Financial Sector Volatility, Banking Market Structure and Exports. *The World Economy*, 37(10), 1388-1409. <https://doi.org/10.1111/twec.12126>
- Pycha, M. (2021). Problems with Long-term Financial Sustainability of Export Credit Agencies. *Prague Economic Papers*, 30(2), 156-170. <https://doi.org/10.18267/j.pep.762>
- Remirez-Rondan, N. R., Terrones, M. E., ve Vilchez, A. (2020). Does financial sector development affect the growth gains from trade openness? *Review of World Economics*, 156(3), 475-515. <https://doi.org/10.1007/s10290-019-00369-8>
- Sen Gupta, A. K., ve Keshari, P. K. (2013). Study of export trade financing in India with particular reference to commercial banks: problems and prospects. MPRA Paper 47159, University Library of Munich, Germany. [https://mpra.ub.uni-muenchen.de/47159/1/MPRA\\_paper\\_47159.pdf/1000](https://mpra.ub.uni-muenchen.de/47159/1/MPRA_paper_47159.pdf/1000) (25.08.2024)
- Stephens, M. ve Smallridge, D. (2002). A Study on the Activities of IFI’s in the Area of Export Credit Insurance and Export Finance, Inter-American Development Bank, Occasional Paper 6. <https://publications.iadb.org/publications/english/document/A-Study-on-the-Activities-of-IFIs-in-the-Area-of-Export-Credit-Insurance-and-Export-Finance.pdf> (26.08.2024)



- Syshchuk, A., ve Hrytsiuk, N. (2021). The Role of Export Credit Agencies in the State's Trade Policy Financial Instruments System. *Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University*, 1(25), 142-150. <https://doi.org/10.29038/2786-4618-2021-01-142-150>
- TCMB. (2019). *100 Soruda Merkez Bankacılığı*.  
<https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/2d9f2c1d-18eb-4124-8fd9-a4ea189a24ad/100+Soruda+TCMB+web.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-2d9f2c1d-18eb-4124-8fd9-a4ea189a24ad-mR8fxaz> (15.12.2023)
- TCMB. (20.08.2024). Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (EVDS) <https://evds2.tcmb.gov.tr/>
- TCMB. (Mayıs 2020). *Finansal İstikrar Raporu*. Ankara.
- TCMB. (2021). *Yıllık Faaliyet Raporu 2020*, Ankara.
- TCMB. (2023). *Yıllık Faaliyet Raporu 2022*, Ankara.
- TCMB. (6 Şubat 2023). Deprem Bölgesindeki Firmaların Reeskont Kredileri ile Yatırım Taahhütlü Avans Kredisi (YTAK) Geri Ödemelerinin Vadelerinin Uzatılmasına İlişkin Basın Duyurusu. (Sayı: 2023-08). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a910d2be-e901-4a99-88d6-564be6432088/DUY2023-08.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-a910d2be-e901-4a99-88d6-564be6432088-ooEdcgL> (15.12.2023).
- TCMB. (12 Eylül 2023). İhracat ve Döviz Kazandırıcı Hizmetler Reeskont Kredilerine İlişkin Basın Duyurusu. (Sayı: 2023-34). <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/0a2c0bbe-9834-47d6-abb5-4dc17a394216/DUY2023-34.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-0a2c0bbe-9834-47d6-abb5-4dc17a394216-oG7-qLd> (15.12.2023).
- TCMB. (2024). Reeskont Kredilerinin Döviz Rezervlerine Katkısı.  
[https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454/reeskont\\_kredisi.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454-p5adZL](https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454/reeskont_kredisi.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-a24a06db-82f1-4aeb-8e45-08eda9b0e454-p5adZL)
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (20.08.2024). *Stratejik Plan (2024-2028)*.  
<https://strateji.ticaret.gov.tr/data/5daefd2413b87654702d584b/Ticaret%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1%202024-2028%20Stratejik%20Plan%C4%B1.pdf>
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (20.08.2024). *2023 Yılı Faaliyet Raporu*.  
<https://strateji.ticaret.gov.tr/data/5daf068713b87654702d58c4/Ticaret%20Bakanl%C4%B1%C4%9F%C4%B1%202023%20Y%C4%B1%C4%B1%20Faaliyet%20Raporu2.pdf>
- Tomoda, Y., & Kurata, H. (2015). Artificially Low Interest Rates as Export Promotion Policy: Artificially Low Interest Rates. *Japanese Economic Review*, 66(4), 550-565. <https://doi.org/10.1111/jere.12056>
- Trademap. (22.08.2024). [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

- Türk Eximbank (09.12.2023). Ürün ve Hizmetlerimiz. <https://eximbank.gov.tr/tr/urun-ve-hizmetlerimiz/krediler>
- UNECE Statistical Database. (20.10.2024).  
[https://w3.unece.org/PXWeb2015/pxweb/en/STAT/STAT\\_\\_20-ME\\_\\_7-GLOBIND/ZZZ\\_en\\_MENCGlobalY\\_r.px/](https://w3.unece.org/PXWeb2015/pxweb/en/STAT/STAT__20-ME__7-GLOBIND/ZZZ_en_MENCGlobalY_r.px/)
- US Exim. (2023). *Comparative Analysis of U.S. and OECD Arrangement Export Credit Agencies.* <https://www.oversight.gov/sites/default/files/oig-reports/EIB/EXIM-OIGECA-EvaluationOIG-EV-23-04FINAL.pdf> (22.08.2024).
- US Exim. (2024). *Report to The U.S. Congress on Global Export Credit Competition.* [https://img.exim.gov/s3fs-public/documents/exim\\_2024\\_competitiveness\\_report.pdf](https://img.exim.gov/s3fs-public/documents/exim_2024_competitiveness_report.pdf) (22.08.2024).
- US Exim. (2023). *Report to The U.S. Congress on Global Export Credit Competition – Competing for Jobs Through Exports.* [https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness\\_reports/EXIM\\_2023\\_CompetitivenessReport\\_Final\\_Print.pdf](https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness_reports/EXIM_2023_CompetitivenessReport_Final_Print.pdf) (22.08.2024).
- US Exim. (2022). *Report to The U.S. Congress on Global Export Credit Competition – Reaching New Heights.* [https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness\\_reports/2021/EXIM\\_2021\\_Competitiveness\\_Report.pdf](https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness_reports/2021/EXIM_2021_Competitiveness_Report.pdf) (22.10.2024).
- US Exim. (2021). *Report to The U.S. Congress on Global Export Credit Competition – Responding to Challenges of COVID-19 in 2020.* [https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness\\_reports/2020/EXIM\\_2020\\_CompetitivenessReport\\_Web-Ready\\_Single%20pages.pdf](https://img.exim.gov/s3fs-public/reports/competitiveness_reports/2020/EXIM_2020_CompetitivenessReport_Web-Ready_Single%20pages.pdf) (22.08.2024).
- Xie, W., Kuznetsova, N. P., ve Toan, N. K. (2023). Role of Export Credit Insurance and the Development of Russian Export Trade. *Finance: Theory and Practice*, 27(1), 174-184. <https://doi.org/10.26794/2587-5671-2023-27-1-174-184>
- Yalçın, F. C., (2013). Proje Finansmanı İhracat Kredi Kurumlarının Proje Finansmanındaki Rolü. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimleri Dergisi*, 12(23), 237-261.
- Zeng, S., Luo, C., ve Zhao, L. (2023). Destination trade credit and exports: Evidence from cross-country panel data. *Journal of International Money and Finance*, 137, 102900. <https://doi.org/10.1016/j.jimonfin.2023.102900>

## **REAL EFFECTIVE EXCHANGE RATE AND TOURISM DYNAMICS: A GLOBAL PERSPECTIVE**

**Prof. Dr. Süleyman KALE**

Kırklareli University, Türkiye, [suleymankale@klu.edu.tr](mailto:suleymankale@klu.edu.tr)

ORCID ID: 0000-0001-7208-1872

**Prof. Dr. Hüseyin SELİMLER**

İstanbul Aydın University, Türkiye, [huseyinselimler@aydin.edu.tr](mailto:huseyinselimler@aydin.edu.tr)

ORCID ID: 0000-0002-1335-8541

### **Abstract**

Tourism has emerged as a key driver of the global economy, promoting economic development, generating jobs, and fostering cultural exchange. Among the various factors influencing tourism, exchange rates have been widely acknowledged as a key determinant. This study examines the connection between the real effective exchange rate (REER) and number of tourist arrivals from a global standpoint. The analysis covers 104 advanced and developing countries over the period of 1995–2019, excluding the COVID-19 pandemic years. Using a two-step system GMM estimator, the analysis reveals that REER exerts negligible influence on tourist arrivals. Tourism influence on REER is also insignificant, emphasizing asymmetric dynamics. This study stands out due to its extensive global coverage and use of advanced econometric techniques.

**Keywords:** Real Effective Exchange Rate, Tourist Arrivals, Inbound Tourism, Two-Step System GMM

### **Introduction**

Tourism has emerged as a pivotal force in the global economy, acting as a catalyst for economic growth, employment generation, and cultural exchange. Its significance is particularly pronounced in emerging economies, where it often serves as a crucial source of foreign exchange earnings and a driver of socioeconomic development (Sharma & Pal, 2020; Tung & Thang, 2022). As international travel continues to surge, fueled by advancements in transportation and communication technologies, understanding the factors that influence tourism dynamics like tourist flows and expenditures becomes increasingly vital for policymakers and industry stakeholders alike.

Among the many determinants shaping tourism dynamics, exchange rates have long been recognized as a key factor. The intuitive notion that a weaker domestic currency makes a destination more attractive to foreign visitors, thereby boosting tourist arrivals and expenditures, has been explored extensively in the literature (Crouch, 1993; Webber, 2001). However, empirical findings regarding the connection between exchange rates and tourism are inconsistent, with studies reporting both positive and negative associations, often contingent on country-specific characteristics and methodological approaches (Kisswani et al., 2022; Öner, 2022). Recent research has shifted focus toward the role of exchange rate volatility, recognizing that uncertainty in currency values can significantly impact tourist behavior and decision-making (Agiomirgianakis et al., 2015; Sharma & Pal, 2020). While a weaker currency may initially attract visitors seeking affordability, excessive volatility can deter potential tourists due to the perceived financial risks and uncertainties associated with fluctuating exchange rates. A thorough examination of how exchange rates impact tourism-related indicators is essential for grasping the complex dynamics of tourism demand and its effects on economic growth and development.

This study aims to conduct a rigorous and comprehensive investigation of the impact of REER on tourist arrivals, placing particular emphasis on capturing the nuanced dynamics across different country groups and time periods. By leveraging the two-step system GMM method, this study ensures robust and unbiased estimates, addressing potential endogeneity and enhancing the reliability of findings. With this detailed analysis, we seek to advance the academic discussion on the relationship between REER and tourism while providing meaningful insights for policymakers and industry stakeholders navigating the intricate dynamics of international tourism in a highly globalized world. The study differs from literature by analyzing a wide range of countries and country groups allowing for a comprehensive assessment of the not only inbound tourism but also outbound direction. The time period under consideration spans from 1995 to 2022, capturing a period of significant economic and political transformations, offering a rich context for understanding the evolving dynamics of tourism and exchange rates.

This study also investigates reversal effect from tourism activities towards REER. The reverse relationship, wherein tourism impacts REER, is grounded in economic theory suggesting that increased foreign exchange earnings from tourism may appreciate the domestic currency. This theoretical perspective is vital for understanding the complex interplay between exchange rates and tourism dynamics.

## 1. Literature Review

The profound influence of tourism on economic landscapes has been a subject of extensive scholarly exploration. This discussion, frequently centered around the tourism-led growth hypothesis (TLGH), suggests that tourism serves as a driver of economic growth by fostering investment, creating jobs, and generating foreign exchange earnings (Belloumi, 2010; Pavlic et al., 2015). While empirical evidence supporting the TLGH is abundant, the literature also acknowledges the potential for reverse causality, where economic growth itself drives tourism development, and even instances of neutrality or negative relationships between the two (Dritsakis, 2004; Oh, 2005).

Within this complex dynamic, the role of exchange rates emerges as a critical factor influencing tourist flows and expenditures. Economic theory suggests that a depreciation of the REER, signifying a decrease in the relative price of domestic goods and services, enhances a destination's attractiveness to foreign visitors (Crouch, 1993; Webber, 2001). This heightened appeal stems from the increased purchasing power afforded to tourists, enabling them to enjoy a wider range of experiences and potentially extend their stay. Empirical studies have largely corroborated this theoretical proposition, reporting a positive association between REER depreciation and tourism demand across diverse contexts (Balaguer & Cantavella-Jordá, 2002; Ganchev, 2014).

Beyond exchange rates, the literature emphasizes the impact of various factors on tourism demand, such as income levels in travelers' home countries, comparative prices between destinations and origins, transportation costs, and qualitative elements like political stability, safety, and environmental quality (Chaudhry et al., 2022). The literature also acknowledges the potential downsides of exchange rate fluctuations, particularly in terms of volatility. A volatile REER, characterized by unpredictable and substantial swings in currency values, can generate uncertainty and risk for both tourists and tourism operators (Agiomirgianakis et al., 2015; Dincer et al., 2015). Recent research has also begun to delve into the potential for asymmetric effects of exchange rate changes on tourism demand. This perspective recognizes that the impact of REER appreciation and depreciation may not be equal in magnitude or direction, owing to factors such as price rigidities, consumer expectations, and market dynamics (Irandoost, 2019; Sharma & Pal, 2020). The interplay between these factors and the REER adds further complexity to the analysis, necessitating a comprehensive approach that accounts for their simultaneous and potentially interactive effects.

The existing body of empirical research on the REER-tourism nexus exhibits considerable diversity in terms of geographical focus, methodological approaches, and time periods covered. Numerous studies have examined individual countries or specific regions. Furthermore, most studies have largely concentrated on tourist arrivals as the sole indicator of tourism demand.

The studies in literature investigating the connection between exchange rate and tourism indicators are presented in Appendix. The studies employ a variety of methods, including time series analysis (ARDL, VECM, Granger causality) (Bhatia et al., 2024; Dincer et al., 2015; Harvey & Furuoka, 2019; Sharma et al., 2019; Sharma & Pal, 2020; Tung, 2019), panel data methods (fixed effects, random effects, GMM, DCCE) (Agiomirgianakis et al., 2015; Aslanoglu et al., 2021; Chaudhry et al., 2022; De Vita, 2014; Hüseyini et al., 2022; Irandoust, 2019; Kisswani et al., 2022; Kumar & Patel, 2022; Özer & Küçüksakarya, 2021; Tung & Thang, 2022), and even wavelet analysis (Sharif & Afshan, 2016). Recent studies tend to use panel data models. The effect of exchange rates on tourism indicators is also mixed. While most studies find a meaningful association between exchange rates and tourism, the direction and magnitude of the effect vary. Some report a positive impact of depreciation, while others find a negative or insignificant relationship. Multiple studies have shown that unpredictable changes in exchange rates affect tourism demand, suggesting that uncertainty can deter tourists. Studies typically concentrate on a particular country or region, limiting the generalizability of their findings.

## 2. Methodology, Data and Variables

### 2.1. Data and Variables

This study seeks to explore how the real effective exchange rate (REER) and number of inbound tourists. Our purpose is to include maximum number of countries to gain a global perspective. Number of tourist arrivals are chosen to reflect tourism dynamics. REER index is used to proxy the competitive power home country in respect to other countries resulting from exchange rates. Table 1 provides a list of the variables used in this study, along with their definitions.

**Table 1: List of variables and definitions.**

Notations	Definitions	Units	Data Source
reer	Real effective exchange rate index (2010 = 100)	index	World Bank
intarvl	International tourism, number of arrivals	number	World Bank
gdppcap	Gross Domestic Product per capita	Current USD	World Bank

The "**Real Effective Exchange Rate (REER) index**" is a nominal effective exchange rate index that is adjusted to reflect changes in the domestic price level relative to other countries. The REER index (with a base year of 2010 = 100) is the nominal index modified for changes in consumer prices, where an increase indicates an appreciation of the local currency (IMF, 2024).

"**International tourism, number of arrivals (intarvl)**" data is obtained via the World Tourism Organization (Bank, 2024). This data is gathered by the UNWTO from countries via annual questionnaires that adhere to the International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS 2008) standard, which is managed by UN Tourism and endorsed by the United Nations.

"**Gross Domestic Product per capita (gdppcap)**" is used as control variable. It is at current USD prices.

The analysis will utilize yearly data from 1995 to 2019 for 104 countries, encompassing all nations with available data. The choice of the 1995-2019 period is dictated by data availability, ensuring a consistent and comprehensive dataset for analysis.

In addition to estimating the models for the full sample of countries, we will also conduct separate estimations for developed and developing countries to examine potential heterogeneities in the relationship between REER and tourism indicators across different economic contexts.

## 2.2. Model Specification

The complex interaction between the REER, tourist arrivals, and tourist departures will be analyzed using the following general dynamic panel data model:

$$y_{it} = \beta_0 y_{it-1} + \beta_1 F_{it} + \beta_2 X_{it} + \eta_i + \lambda_t + \varepsilon_{it}, \quad (1)$$

$y_{it}$	The dependent variable of country $i$ at year $t$ .
$y_{it-1}$	Lagged dependent variable
$F_{it}$	Independent variables of primary interest
$X_{it}$	Control variables
$\eta_i$	Country-specific fixed effects
$\lambda_t$	Time-specific effects
$\varepsilon_{it}$	Error term of $i$ at time $t$ .

The primary focus of this study is to estimate the coefficient  $\beta_1$ , which quantifies the impact of the independent variable. We hypothesize that a rise in the REER, which signifies a depreciation of the local currency, will result in an increase in tourist arrivals, as the destination becomes more affordable and appealing to foreign visitors.

$$\mathit{intarvl}_{it} = \beta_0 \mathit{intarvl}_{it-1} + \beta_1 \mathit{reer}_{it} + \beta_2 \mathit{controlv}_t + \eta_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

To investigate the reverse relationship, i.e. inbound tourism activity may lead to increase in tourism income finally resulting to domestic currency appreciation, following model is tested.

$$\mathit{reer}_{it} = \beta_0 \mathit{reer}_{it-1} + \beta_1 \mathit{intarvl}_{it} + \beta_2 \mathit{controlv}_{it} + \eta_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

All models are implemented for “all countries”, “advanced countries” and “developing/emerging countries”. Classifications are based on IMF grouping. We also implemented the models by dividing time period as 1995 and 2019, 1995 and 2008, and 2009-2019 to analyze the time effect. As a result, we end up with 18 models.

### 2.3. Econometric Technique

Given the dynamic nature of the panel data and the potential for endogeneity arising from the lagged dependent variable and unobserved heterogeneity, we will employ the two-step system Generalized Method of Moments (GMM) estimator.

Generalized Method of Moments (GMM) estimation was first introduced by Hansen (1982) to estimate models. Moments refer to certain patterns in data and generalized means flexibility of models to capture different types of data. Arellano and Bond (1991) improved the GMM for panel data by differencing all regressors between time periods, and the method is called difference GMM. Differencing removes the fixed effects or time-invariant individual characteristics from data. It employs the lagged values of the endogenous variables as instruments for the differenced equation, therefore, deals with endogeneity. Arellano and Bover (1995) introduced the idea of combining original level equation and differenced equation as a system of two equations to improve efficiency, and improved estimator is called System GMM. Blundell and Bond (1998) improves this approach by proposing a Two-Step version of System GMM. In Two-Step GMM, the first step uses a basic weighting matrix, and the second step improves the estimation by modifying the weighting matrix based on the residuals from the first step. Compared to One-Step System GMM, the Two-Step System GMM is more efficient and offers greater robustness against heteroscedasticity and autocorrelation in the data (Roodman, 2009).



The **GMM estimator** is particularly suited for panel data when the **cross-sectional dimension (N)** is larger than the **time dimension (T)**. It effectively addresses key econometric challenges such as **endogeneity**, heteroscedasticity, serial correlation within groups, **omitted variable bias**, **unobserved heterogeneity** across units and **measurement errors**. The System GMM estimator is both consistent and unbiased, as long as the instruments are valid and the number of cross-sectional units is greater than number of instruments. It is not a strict rule but Roodman states that a p-value below 0.1 might indicate invalid instruments while values much above 0.25 could show an overfit, meaning the instruments are too good to be true (Roodman, 2009). Therefore, the p of **Hansen test** statistic falling between 0.1 and 0.25 indicates consistency and overall validity of the instruments. Additionally, for the estimator to be correctly specified, the differenced error terms should show no second-order serial correlation, meaning that AR(2) should not be significant.

### 3. Results and Discussions

#### 3.1. Effect of REER on Inbound Tourism

The results of the two-step system GMM analysis (Table 2) highlight important dynamics between real effective exchange rates (REER), tourist arrivals, and GDP per capita across different country groups and time periods. For the global sample, REER coefficients across all periods (1995–2019, 1995–2008, and 2009–2019) are not significant, suggesting no significant impact of REER on the number of arrivals in the global dataset.

However, in advanced countries, with only 10% significant negative relationship is observed during 1995–2008, indicating that REER appreciation may have deterred tourists in this period. REER appears to have no significant impact in developing countries across all periods, implying that exchange rate has a negligible direct impact on arrivals in these countries. This contradicts our expectation that exchange rate may be a more useful tool for developing countries to attract tourist from developed countries.

Lagged tourist arrivals consistently exhibit a significant positive effect, underscoring the importance of repeat visits and established tourism reputation; past arrivals strongly predict current ones. This shows strong inertia in tourism demand.

The policy implications emphasize the role of stabilizing exchange rate volatility as part of broader macroeconomic strategies. Specific examples, such as infrastructure development in

emerging markets or targeted marketing campaigns in regions with volatile exchange rates, illustrate how non-price factors can enhance tourism competitiveness.

**Table 2: Effect of Real Effective Exchange Rate on Number of Tourist Arrivals**

Dependent var.	All Countries			Advanced Countries			Developing Countries		
intarvl	1995-2019	1995-2008	2009-2019	1995-2019	1995-2008	2009-2019	1995-2019	1995-2008	2009-2019
l.intarvl	1.02*** (0.02)	1.02*** (0.02)	1.04*** (0.01)	1.00*** (0.02)	<b>0.98***</b> <b>(0.01)</b>	<b>1.00***</b> <b>(0.03)</b>	1.06*** (0.02)	1.07*** (0.03)	<b>1.06***</b> <b>(0.02)</b>
reer	-2,351.78 (2,167.67)	-2,794.26 (2,746.31)	-970.49 (5,894.43)	-139,143.38 (126,198.97)	<b>-58,821.14*</b> <b>(31,532.81)</b>	<b>-31,434.20</b> <b>(22,789.19)</b>	-278.81 (2,338.95)	3,271.29 (4,183.44)	<b>328.47</b> <b>(5,075.58)</b>
gdppcap	-0.25 (4.45)	0.02 (5.48)	-1.49 (2.40)	20.20 (28.07)	<b>20.11</b> <b>(34.38)</b>	<b>-11.24</b> <b>(10.66)</b>	-21.10 (22.46)	-11.25 (19.03)	<b>-14.39</b> <b>(17.29)</b>
year*									
cons	371,919 (331,374)	398,761 (352,624)	130,561 (651,544)	143,891,833 (204,090,865)	<b>5,396,699**</b> <b>(2,624,733)</b>	<b>4,207,533</b> <b>(2,632,608)</b>	15,561,348 (17,788,134)	-272,685 (623,050)	<b>14,717,169</b> <b>(28,783,801)</b>
Obs. #	2,320	2,223	1,006	809	<b>424</b>	<b>351</b>	1,511	789	<b>655</b>
Country #	104	104	104	36	<b>35</b>	<b>36</b>	68	65	<b>68</b>
Instrument #	74.00	71.00	32.00	74.00	<b>41.00</b>	<b>32.00</b>	74.00	41.00	<b>32.00</b>
AR(1) p	0.24	0.24	0.06	0.29	<b>0.29</b>	<b>0.17</b>	0.01	0.09	<b>0.02</b>
AR(2) p	0.41	0.39	0.30	0.35	<b>0.32</b>	<b>0.47</b>	0.11	0.49	<b>0.43</b>
Hansen p	0.00	0.00	0.07	1.00	<b>0.18</b>	<b>0.44</b>	0.04	0.00	<b>0.21</b>

Notes: \*\*\*, \*\*, and \* represent significance levels of 0.01, 0.05, and 0.10, respectively. Robust standard errors are shown in parentheses. p denotes the probability value.

### 3.2. Effect of Inbound Tourism on REER

Hansen statistics imply instrument validity only for developing countries and for the period of 1995-2019 and 1995-2008. Across all models and time periods, the coefficients for intarvl are consistently close to zero and insignificant. This indicates that the number of tourist arrivals does not directly affect the REER, suggesting that tourism flows may not be a major determinant of exchange rate dynamics.

The lagged REER variable is highly significant and positive across all models ( $p < 0.01$ ), confirming strong persistence in exchange rate trends. REER is influenced significantly by its past values, emphasizing the stability of exchange rate movements.

**Table 3: Effect of Number of Tourist Arrivals on Real Effective Exchange Rate**

Dependent var.	All Countries			Advanced Countries			Developing Countries		
	1995-2019	1995-2008	2009-2019	1995-2019	1995-2008	2009-2019	1995-2019	1995-2008	2009-2019
l.reer	0.84*** (0.02)	0.84*** (0.02)	1.13*** (0.03)	0.81*** (0.12)	0.99*** (0.13)	1.16*** (0.04)	<b>0.83***</b> <b>(0.02)</b>	<b>0.88***</b> <b>(0.03)</b>	1.10*** (0.05)
intarvl	-0.00 (0.00)	-0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	-0.00 (0.00)	-0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	<b>-0.00</b> <b>(0.00)</b>	<b>0.00</b> <b>(0.00)</b>	-0.00 (0.00)
gdppcap	0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	-0.00 (0.00)	0.00 (0.00)	-0.00 (0.00)	-0.00 (0.00)	<b>0.00**</b> <b>(0.00)</b>	<b>0.00</b> <b>(0.00)</b>	0.00 (0.00)
year*									
cons	248.34** (102.30)	16.73*** (2.38)	-13.75*** (3.22)	14.59 (11.21)	4.90 (11.57)	-13.08 (286.15)	<b>17.64***</b> <b>(2.64)</b>	<b>14.16***</b> <b>(2.65)</b>	-9.61* (5.16)
Obs. #	2,339	2,242	1,009	816	429	353	<b>1,523</b>	<b>800</b>	656
Country #	104	104	104	36	35	36	<b>68</b>	<b>67</b>	68
Instrument #	74.00	71.00	32.00	74.00	41.00	32.00	<b>74.00</b>	<b>41.00</b>	32.00
AR(1) p	0.01	0.01	0.00	0.04	0.09	0.00	<b>0.01</b>	<b>0.02</b>	0.00
AR(2) p	0.24	0.24	0.81	0.09	0.44	0.12	<b>0.27</b>	<b>0.29</b>	0.96
Hansen p	0.04	0.03	0.01	1.00	0.71	0.07	<b>0.26</b>	<b>0.43</b>	0.01

Notes: \*\*\*, \*\*, and \* represent significance levels of 0.01, 0.05, and 0.10, respectively. Robust standard errors are shown in parentheses. p denotes the probability value.

#### 4. Conclusions

This study, analyzing 104 advanced and developing countries from 1995 to 2019, explored the connection between real effective exchange rates (REER) and tourism dynamics. The analysis revealed that REER has almost no direct impact on tourist arrivals. Similarly, the reverse relationship, wherein tourism activities influence REER, was also found to be insignificant.

Lagged tourist arrivals exhibit significant positive effects, indicating strong inertia and persistence in inbound tourism activities. Past arrivals strongly predict current ones, highlighting the importance of repeat visits and established tourism reputation. The study underscores the importance of non-price factors in shaping tourism demand. Policymakers should focus on macroeconomic stability, infrastructure development, safety enhancements, and targeted marketing strategies to bolster tourism growth.

Future research could further explore the finer details of these findings by examining regional differences, the impact of tourism quality, and the potential for asymmetric effects of exchange rate fluctuations. This would enhance our understanding of the complex relationship between exchange rates and tourism dynamics, helping to develop more effective policies for promoting sustainable tourism growth.

## References

- Agiomirgianakis, G., Serenis, D., & Tsounis, N. (2015). The effects of exchange rate volatility on tourist flows: evidence from the UK and Sweden. *International Journal of Tourism Policy*, 6(1), 1-16. <https://doi.org/10.1504/ijtp.2015.075128>
- Arellano, M., & Bond, S. (1991). Some tests of specification for panel data: Monte Carlo evidence and an application to employment equations. *The review of economic studies*, 58(2), 277-297.
- Arellano, M., & Bover, O. (1995). Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. *Journal of econometrics*, 68(1), 29-51.
- Aslanoglu, E., Erdogan, O., & Aksu, Y. E. (2021). Effect of real exchange rate and income on international tourist arrivals for Turkey. In C. Cobanoglu & V. D. Corte (Eds.), *Advances in global services and retail management* (Vol. 5, pp. 1-8). USF M3 Publishing. <https://doi.org/10.5038/9781955833035>
- Balaguer, J., & Cantavella-Jordá, M. (2002). Tourism as a long-run economic growth factor: the Spanish case. *Applied Economics*, 34(7), 877-884. <https://doi.org/10.1080/00036840110058923>
- Bank, W. (2024). *Databank*.
- Belloumi, M. (2010). The relationship between tourism receipts, real effective exchange rate and economic growth in Tunisia. *International Journal of Tourism Research*, 12(5), 550-560. <https://doi.org/10.1002/jtr.774>
- Bhatia, A., Singh, K., & Naik, V. (2024). Effective exchange rate volatility and its effect on tourism demand in India: a cointegration analysis. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11187707>
- Blundell, R., & Bond, S. (1998). Initial conditions and moment restrictions in dynamic panel data models. *Journal of econometrics*, 87(1), 115-143.
- Chaudhry, I. S., Nazar, R., Ali, S., Meo, M. S., & Faheem, M. (2022). Impact of environmental quality, real exchange rate and institutional performance on tourism receipts in East-Asia and Pacific region. *Current Issues in Tourism*, 25(4), 611-631. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1894101>
- Crouch, G. I. (1993). Currency exchange rates and the demand for international tourism [Journal Article]. *Journal of Tourism Studies*, 4(2), 45-53. <https://doi.org/10.3316/ielapa.940706548>
- De Vita, G. (2014). The long-run impact of exchange rate regimes on international tourism flows. *Tourism Management*, 45, 226-233. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.05.001>
- Dincer, M. Z., Dincer, F. I., & Ustaoglu, M. (2015). Reel effective exchange rate volatilities impact on tourism sector in Turkey: An empirical analysis of 2003-2014. *Procedia economics and finance*, 23, 1000-1008.
- Dritsakis, N. (2004). Cointegration analysis of German and British tourism demand for Greece. *Tourism Management*, 25(1), 111-119. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(03\)00061-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(03)00061-X)

- Ganchev, T. G. (2014). Tourism industry: Role of the Real Effective Exchange Rate. *Tourism & Management Studies*, 10(Special Issue), 174-179.
- Hansen, L. P. (1982). Large Sample Properties of Generalized Method of Moments Estimators. *Econometrica*, 50(4), 1029-1054. <https://doi.org/10.2307/1912775>
- Harvey, H., & Furuoka, F. (2019). The role of tourism, real exchange rate and economic growth in Singapore: Are there asymmetric effects? *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 7(2), 64-84. <https://doi.org/10.15640/jthm.v7n2a8>
- Hüseyini, İ., Tunç, A., & Çelik, A. K. (2022). The Non-Linear Effect of Relative Real Foreign Exchange Rates on International Tourism Demand in Turkey: A Panel Threshold Modeling Approach. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 12(2), 526-541. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7512133>
- IMF. (2024). *International Financial Statistics (IFS)*.
- Irandoust, M. (2019). On the relation between exchange rates and tourism demand: A nonlinear and asymmetric analysis. *The Journal of Economic Asymmetries*, 20, e00123. <https://doi.org/10.1016/j.jeca.2019.e00123>
- Kisswani, K. M., Zaitouni, M., & Kisswani, A. M. (2022). On the asymmetric link between exchange rate variability and tourism inflows: recent evidence from the asean-5 countries. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-30. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2087661>
- Kumar, N. N., & Patel, A. (2022). Modelling the association between tourism and real exchange rates. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1-17. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2107656>
- Oh, C.-O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26(1), 39-44. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.09.014>
- Öner, S. (2022). The Effect Of Real Effective USD/TRY Exchange Rate on Tourism Income: An Empirical Analysis of Turkey. *Journal Of Tourism Management Research*, 9(2), 97-109. <https://doi.org/10.18488/31.v9i2.3080>
- Özer, M., & Küçüksakarya, S. (2021). The relationship between economic activity, tourism expenditures and real exchange rate in 9 most visited OECD countries. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 16(63), 1535-1550. <https://doi.org/10.19168/jyasar.952435>
- Pavlic, I., Svilokos, T., & Tolic, M. S. (2015). Tourism, Real Effective Exchange Rate and Economic Growth: Empirical Evidence for Croatia. *International Journal of Tourism Research*, 17(3), 282-291. <https://doi.org/10.1002/jtr.1986>
- Roodman, D. (2009). How to do xtabond2: An introduction to difference and system GMM in Stata. *The stata journal*, 9(1), 86-136.
- Sharif, A., & Afshan, S. (2016). Tourism development and real effective exchange rate revisited by wavelet based analysis: Evidence from France. *Journal of Finance and Economics Research*, 1(2), 101-118. <https://doi.org/10.20547/jfer1601203>
- Sharma, A., Vashishat, T., & Rishad, A. (2019). The consequences of exchange rate trends on international tourism demand: evidence from India. *Journal of Social and Economic Development*, 21(2), 270-287. <https://doi.org/10.1007/s40847-019-00080-2>
- Sharma, C., & Pal, D. (2020). Exchange Rate Volatility and Tourism Demand in India: Unraveling the Asymmetric Relationship. *Journal of Travel Research*, 59(7), 1282-1297. <https://doi.org/10.1177/0047287519878516>
- Tung, L. (2019). Does exchange rate affect the foreign tourist arrivals? Evidence in an emerging tourist market. *Management Science Letters*, 9(8), 1141-1152. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2019.5.001>

- Tung, L. T., & Thang, P. N. (2022). Impact of exchange rate on foreign tourist demand: Evidence from developing countries. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 45(4), 1579-1585. <https://doi.org/10.30892/gtg.454sp106-977>
- Webber, A. G. (2001). Exchange Rate Volatility and Cointegration in Tourism Demand. *Journal of Travel Research*, 39(4), 398-405. <https://doi.org/10.1177/004728750103900406>

**Appendix 1: The studies investigating the relationship between exchange rate and tourism indicators.**

Year	Author(s)	Country	Period	Method(s)	Independent variables	Dep. Var.	Results
2014	De Vita	27 OECD and non-OECD countries	1980-2011	SYS-GMM	Tourist arrivals, Bilateral trade, GDP per capita, Population, Relative prices, Geographic distance, Exchange rate regime dummies, Real exchange rate volatility	Tourist arrivals	Significant effect of exchange rate regimes on inbound tourism flows. Common currency has the strongest positive impact. Real exchange rate volatility discourages inbound tourism.
2015	Agiomirgianakis et al.	UK and Sweden	1990-2012	Autoregressive Distributed Lag (ARDL)	Tourist arrivals, Exchange rate volatility, GDP, Relative prices	Tourist arrivals	Negative relationship between ERV and tourist flows.
2015	Dincer et al.	Turkey	2003-2014	Johansen co-integration analysis	REER, Tourism income, Tourism expenses, Number of foreign tourists	-	No long-term relationship between REER and tourism revenues. No Granger causality relationship found.
2016	Sharif & Afshan	France	1996-2015	Continuous wavelet transform	Tourism development, Real effective exchange rate	-	Unidirectional causal impact from TD to ER in the short run, bidirectional causal influence in the medium and long run.
2019	Sharma et al.	India	2003-2017	ARDL	Exchange rate, International tourism receipts, Gross domestic product	International tourism receipts	Cointegration among variables. Negative link between exchange rate and international tourism receipts.
2019	Harvey & Furuoka	Singapore	2005-2015	Nonlinear ARDL (NARDL), Toda-Yamamoto causality test	Tourist arrivals from 11 major countries, Real exchange rate, Economic growth	Economic growth	Short-run asymmetric effects in majority of cases, long-run significant asymmetric effects in five cases.
2019	Irاندoust	10 European countries	1995-2016	Hidden cointegration analysis, Likelihood-based panel cointegration	Real effective exchange rates, Number of non-resident arrivals	Tourism demand	Long-run relationship between tourism demand and exchange rate fluctuations, with asymmetric effects. Depreciations and appreciations affect tourism demand differently.
2019	Tung	Vietnam	2006-2018	OLS, Granger causality test	Foreign tourist arrivals, Exchange rate	Foreign tourist arrivals	Exchange rate has a positive impact on foreign tourist arrivals. One-way causal relationship from exchange rate to the number of foreign tourist arrivals.
2020	Sharma & Pal	India	2006-2018	NARDL, GARCH-based models	Foreign tourist arrival, Earnings from foreign tourists, REER, Nominal Effective Exchange Rate (NEER), World GDP, CPI	Tourism demand	Tourism demand responds asymmetrically to both nominal and real exchange rate volatility. Long-run effects of exchange rate uncertainty are more damaging than short-run effects.

2021	Aslanoglu et al.	Turkey	2002-2017	Panel co-integration analysis, Common correlated effects (CCE) method	International tourist arrivals, Real GDP of visiting countries, Real exchange rates	International tourist arrivals	Both real exchange rate and GDP are effective on international tourist arrivals, with varying degrees of effect across countries.
2021	Chaudhry et al.	East-Asia and Pacific region	1991-2018	Dynamic common correlated effects (DCCE)	Environmental quality, Real exchange rate, Institutional performance, Trade openness, Tourism receipts	Tourism receipts	Environmental quality, real exchange rate, institutional performance, and trade openness have a positive and significant relationship with tourism receipts.
2021	Ozer & Sakarya	9 most visited OECD countries	2005-2019	Panel VECM, Granger causality test, Variance decomposition, Impulse-response functions	Economic activity, Tourism expenditures, Real exchange rate	Economic activity, Tourism expenditures	Unidirectional causality from real exchange rate and tourism expenditures to real GDP in both short and long run. Short-run causality from real exchange rate to tourism expenditures.
2022	Kumar & Patel	Fiji	1980-2018	NARDL, Gregory-Hansen test, Bayer-Hanck test	Tourism (visitor arrivals), Real Exchange Rate, Real GDP per capita	Real Exchange Rate	Positive asymmetric association between tourism and REER, supporting the Dutch Disease model.
2022	Tung & Thang	47 developing countries	2005-2020	Fixed effects model with Driscoll-Kraay standard errors	Int. tourist number, Revenue from int.l tourists, Exchange rate, CO2 emissions, Institutional quality, Infrastructure	Int. tourist number, Revenue from int. tourists	Increase in exchange rate leads to higher international tourism arrivals. Inverted U-shaped Kuznets curve relationship between pollution and foreign tourist demand. Institutional quality and infrastructure positively affect demand.
2022	Huseyni et al.	Turkey	2002-2018	Dynamic Panel Threshold Model	Ratio of Turkey's REER to 29 OECD countries' REER, Int. tourism demand in Turkey	International tourism demand	REER has a threshold effect on international tourism demand. REER volatility negatively affects demand.
2022	Kisswani et al.	ASEAN-5 countries	1995-2019	NARDL, Toda-Yamamoto causality test	Tourism inflows, Real exchange rate	Tourism inflows	Long-run relationship between variables for all countries. Asymmetric long-run effect of exchange rate for Indonesia, Malaysia, and Singapore. Diverse findings on causality between exchange rate and tourism inflows.
2024	Bhatia et al.	India	1993-2019	OLS regression, Cointegration test, Granger Causality test	Foreign Tourist Arrivals (FTAs), Nominal Effective Exchange Rate (NEER), REER	Foreign Tourist Arrivals (FTAs)	Causal relationship between exchange rate and FTAs. NEER negatively impacts FTAs. REER positively affects FTAs.



## INCREASING VIOLENCE AGAINST WOMEN AND GIRLS DUE TO CLIMATE CHANGE

**MsC. Zeliha Aleyna ASLANTEKİN**

Kırklareli University, Türkiye, aleynaaslantekin10@gmail.com

ORCID ID: 0009-0008-8441-461X

### Abstract

Climate change has recently become a current problem around the world. This problem affects many different areas, including economic, social, physical and psychological. Within different areas, women are more affected on an individual basis. Women are at a disadvantage due to gender inequality around the world. Women become more vulnerable with the negativities caused by climate change. Negativities in climate change; It causes in the rainfall regime, incorrect water use, drought and water scarcity. Water scarcity is important for women. Because water scarcity negatively affects women in the areas of health, cleanliness and security. Due to climate change, there are disruption in areas such as trade, agriculture and fishing. In cases where sufficient income levels cannot be reached, violence against women within the family increases and girls are forced to marry at a young age.

The aim of study is to emphasize that the negativities caused by climate change, which is a global problem, are on the rise in violence against women and girls within society and the family. Study; It was carried out on the concepts of climate change, violence against women and domestic violence, and the documentation technique was used in the study. The limited data on violence against women due to climate change creates the problem of not being able to Access sufficient data at some points of the study. This study aimed to investigate the effects of climate change on women and girls and to determine whether there are differences in the type and level of violence.

**Keywords:** Climate Change, Health, Women, Girl, Violence

## İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNE BAĞLI OLARAK KADIN ve KIZ ÇOCUKLARINA YÖNELİK ARTAN ŞİDDET

### Özet

İklim değişikliği, son zamanlarda dünya genelinde güncel bir problem haline gelmektedir. Bu problem, ekonomik, sosyal, fiziksel ve psikolojik olmak üzere farklı birçok alanı etkilemektedir. Farklı alanlar içerisinde, kişi bazında daha çok kadınlar etkilenmektedir. Kadınlar, dünya genelinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden dolayı dezavantajlı konumda bulunmaktadırlar. İklim değişikliğinin meydana getirdiği olumsuzluklar ile kadınlar daha savunmasız duruma gelmektedirler. İklim değişikliğindeki olumsuzluklar; yağış rejimindeki değişimler, yanlış su kullanımı, kuraklık ve su kıtlığına sebep olmaktadır. Yaşanan su kıtlığı, kadınlar için önem arz etmektedir. Çünkü su kıtlığı, kadınları sağlık ve temizlik ve güvenlik alanlarında olumsuz etkilemektedir. İklim değişikliği sebebiyle ticaret, tarım ve balıkçılık gibi alanlarda aksamalar yaşanmaktadır. Yeterli gelir seviyesine ulaşılamaması durumlarında aile içerisinde kadınlara yönelik şiddet artmakta ve kız çocukları küçük yaşta zorla evlendirilmektedir.

Çalışmanın amacı, küresel bir problem olan iklim değişikliğinin meydana getirdiği olumsuzluklar, kadınlara ve kız çocuklara yönelik olarak, toplum ve aile içerisinde yaşanan şiddetin artış eğiliminde olduğunu vurgulamaktır. Çalışma; iklim değişikliği, kadına yönelik şiddet ve aile içi şiddet kavramları üzerinden gerçekleştirilmiş ve çalışmada belgelendirme tekniği kullanılmıştır. İklim değişikliğine bağlı olarak kadınlara yönelik şiddet verilerinin kısıtlı olması, çalışmanın bazı noktalarında yeterli veriye ulaşamam sorununu ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışmayla, iklim değişikliğinin kadınlar ve kız çocukları

üzerindeki etkileri araştırılmak istenmiş, şiddet türü ve düzeylerindeki farklılıkların olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

**Anahtar Kelime:** İklim Değişikliği, Sağlık, Kadın, Kız Çocuğu, Şiddet

## Giriş

İklim değişikliği, sera etkisinin meydana gelmesinde etkili olan çeşitli gazların, atmosferde yoğunluğunun artmaya başlaması ile yeryüzüne gelen güneş ışınların yeniden atmosfere iletilmemesi sonucu meydana gelmektedir (Kınık & Toprak, 2016). Atmosferdeki gazların yoğunluğunun artması yeryüzünde, sıcaklık artışı, yağış rejiminde değişim, hava olaylarında değişim, buzulların erimesi, deniz seviyelerin yükselmesi, kıyı bölgelerin sular altında kalması gibi çevresel etmenlere neden olmaktadır. İklim değişikliği sadece çevresel etmenleri değil beraberinde bulaşıcı hastalıklar, gıda güvensizliği ve yetersiz beslenme gibi sağlık, sosyal, ekonomik, fiziki ve psikoloji olmak üzere birçok farklı alanı etkileyerek dünya genelinde güncel bir problem haline gelmeye başlamıştır.

Günümüzde, iklim değişikliğine bağlı olarak meydana gelen çevresel etmenler ve beraberinde sosyoekonomik sebepler ile iklim değişikliği ve şiddet arasında bir ilişki olduğu tartışılmaktadır. İklim değişikliği ile sıcaklık artışı, yağış rejimi değişikliği, güvenilir gıda ulaşımı, bulaşıcı hastalık, yoksulluk, barınma, kaynak kıtlığı ve çatışmalar beraberinde şiddet olgusunu meydana getirmektedir.

İklim değişikliği ve şiddet konusu ile ilgili literatürdeki çalışmalar incelendiğinde daha çok sıcaklık değerleri ve yağış rejimindeki değişimler üzerine araştırmalar yapıldığı görülmektedir. 1979-1987 yılları arasında Belçika’da sıcaklık değerinde meydana gelen artışın, intihar ve cinayet olayları arasında bir bağlantının varlığını tespit etmek amacıyla araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucu meydana gelen sıcaklık artışı ile intihar ve cinayet arasında ilişkili olduğu tespit edilmiştir (Maes et al., 1994). Buna ek olarak sıcaklık ve yağış rejimindeki değişimlerin şiddet ile bağlantısını incelemek amacıyla, 1980-2012 yılları arasında Sahra altı Afrika’da, sıcaklık ve yağış rejimi değişimlerin takip edilerek araştırma yapılmıştır. Araştırma sonucunda meydana gelen değişimlerin, şiddet ile bağlantılı olduğu vurgulanmıştır (O’Loughlin et al., 2014).

Yukarıda bahsedilen araştırmalar sonucu, çevresel ve sosyal etmenlerle birlikte iklim değişikliği ve şiddetin bağlantılı olduğunu göstermektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda, sıcaklık ve yağış rejimindeki değişimler bireyler üzerinde olumsuz sonuçlara sebep olmaktadır. Özellikle iklim değişikliği sonucunda sıcaklık değerlerindeki artış insanları psikolojik olarak olumsuz

etkilemektedir. Sıcaklık değerlerindeki artış bireylerin saldırgan davranışlarda bulunmasına ve şiddet olaylarının meydana gelmesine neden olmaktadır.

İklim değişikliğine bağlı şiddet olgusu tüm insanlığı etkilerken bu durum en çok kadınları etkilemektedir. İklim değişikliğine bağlı olarak gerçekleşen sosyoekonomik sebepler ve çevresel etmenler gibi temelde doğanın doğal dengesinin bozulması ve kaynakların tükenmeye başlaması kadına yönelik şiddeti arttırmaktadır (Ediz & Yanık, 2021). Kadınlar hem geleneksel rollerinden hem de dünya genelinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden dolayı dezavantajlı konumda yer almaktadırlar. Bu nedenle iklim değişikliğinin meydana getirdiği olumsuzluklar ile kadınlar daha savunmasız duruma gelmektedir.

Kadınlar, iklim değişikliğinin sebep olduğu çevresel olumsuzlukların meydana getirdiği sonuçlardan daha çok etkilenmektedir. Örneğin iklim değişikliği, yağış rejiminde değişimlere neden olmaktadır. Meydana gelen değişim, su kıtlığının yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple kadınlar, temiz ve kullanılabilir suya erişim noktasında uzun mesafe kat etme durumunda kalmakta ve kat edilen mesafenin artması kadınlara yönelik cinsel ve cinsiyete dayalı şiddeti arttırmaktadır (Baharat & Moumita, 2021).

İklim değişikliğinin diğer bir sonucu olan sıcaklık artışı nedeniyle, yağış rejiminde değişim, sel ve fırtına olayları tarım, hayvancılık ve balıkçılık alanları da olumsuz etkilenmektedir. Meydana gelen sel ve fırtına olayları, ekim alanlarının zarar görmesine sebep olmaktadır. Geçimini bu alanlarda sağlayan bireyler, iklim değişikliğine bağlı yaşanan olumsuz doğa olaylarından zarar görmekte ve yeterli gelir seviyesine ulaşamamakla birlikte geçim sıkıntısı yaşamaktadırlar. Meydana gelen zarar ve geçim sıkıntısı ile aileler, aile üye sayısının azalması için küçük yaşta kız çocuklarını para karşılığında zorla evlendirmektedirler. Bu duruma, 13 yaşındaki Ntoya Sande istediği dışında evlendirilmek zorunda kalmış kız çocuğu olarak örnek gösterilmektedir (Welle, 2020). Ayrıca iklim değişikliği sonucu deniz ve okyanuslarda meydana gelen değişimler sudaki yaşamı olumsuz etkilenmektedir. Özellikle Afrika kıyılarında yaşayan kadınlar bu durumdan olumsuz olarak etkilenmektedir. Balıkların azalmasıyla balıkçılar, yoksul durumda bulunan kadınlardan paranın yanı sıra cinsel taleplerde bulunmaya başlamaktadır.

Bu çalışmada, şiddet ve iklim değişikliği arasındaki ilişki varlığı incelenecektir. Çalışmanın amacı, iklim değişikliğine bağlı olarak meydana gelen şiddette, kadın ve kız çocukların daha fazla etkilendiğini vurgulamaktır. Çalışmada belgelendirme tekniği kullanılarak, iklim değişikliğinin, kadınlar ve kız çocukları üzerindeki etkileri araştırılarak şiddet türü ve düzeyindeki farklılıkların olup olmadığı incelenecektir. Bu bağlamda, çalışmanın birinci

bölümünde şiddet ve iklim değişikliği ilişkisi ele alınmıştır. İkinci bölümde, iklim değişikliğine bağlı olarak özellikle sıcaklık ve yağış rejimindeki değişimlerin sebep olduğu etkenler ile kadın ve kız çocuklarına yönelik şiddet açıklanmaya çalışılmıştır.

### **1.Şiddet ve İklim Değişikliği İlişkisi**

Şiddet; Dünya Sağlık Örgütü (WHO) tarafından, “fiziksel güç veya iktidarın kasıtlı bir tehdit veya geçerlilik biçiminde bir başkasına uygulanması sonucunda maruz kalan kişide yaralanma, ölüm ve psikolojik zarara yol açması ya da açma olasılığı bulunması” şeklinde tanımlanmaktadır (WHO, 2002). Şiddet, insanlık tarihiyle birlikte süre gelen bir olgudur. Şiddet bireysel, toplumsal, sosyoekonomik ve çevresel sebeplere bağlı olarak gerçekleştiği için farklı düzeylerde sınıflandırılmaktadır. Bu sınıflandırma; fiziksel, cinsel, psikolojik, ekonomik, yoksunluk ve ihmal gibi sebepler olmakla birlikte genel olarak kişinin kendisine yönelik, kişiler arası ve kolektif bir biçimde meydana gelebilmektedir (Akkaş & Uyanık, 2016). Neticede geçmişten günümüze var olan şiddet olgusu o günün koşullarına bağlı olarak farklı düzeylerde meydana gelmektedir. Son zamanlarda küresel bir problem olan iklim değişikliği ile şiddet arasında nedensel bir bağlantının olduğu görülmektedir. Özellikle iklim değişikliğine bağlı sıcaklık artışı ile bireylerin daha saldırgan davranışlar sergilemesine ve şiddet olayların yaşanmasına sebep olmaktadır. Nitschke ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmada, sıcaklık değerlerindeki yükselişe bağlı olarak, 15-64 yaş arasındaki insanların, saldırı sonucu yaralanmaları %13 oranında arttığını tespit edilmiştir. Bu duruma ek olarak, Li ve arkadaşları tarafından yapılan araştırmada, 27,2°C’de bir eşik değeri ile bireylerin kasıtlı olarak kendisine zarar verme ile önemli ilişki bulunmuş ayrıca Page ve arkadaşları 18°C’lik eşik değerinin üzerindeki her 1°C’lik artışın intihar oranını %3,8 oranında arttırdığını bulmuşlardır (Levy, et al., 2017).

İklim değişikliği sıcaklık artışı, yağış rejiminde değişim, hava olaylarında değişim, buzulların erimesi, deniz seviyelerin yükselmesi, kıyı bölgelerin sular altında kalması gibi çevresel etmenlere sebep olmaktadır. İklim değişikliği sadece çevresel etmenleri değil beraberinde ekonomik, sosyal, sağlık, fiziksel ve psikoloji olmak üzere birçok farklı alanı etkilemektedir. İklim değişikliğine bağlı meydana gelen göç, hızlı nüfus artışı, yoksulluk, barınma, ekosistemin doğal dengesinin bozulması insan yaşamını olumsuz olarak etkilemektedir. Buna ek olarak özellikle iklim değişikliğine bağlı olarak sıcaklık artışlarında yaşanan değişim, tarım alanlarında yeterli mahsul alınma, güvenli gıdaya ulaşma, sağlıklı beslenme durumlarını etkileyerek, bulaşıcı hastalıklara ve iç çatışmaya neden olabilmektedir. Bu durum insanların yaşam standartlarını olumsuz olarak etkilemektedir. Yaşam kalitesinin etkilenmesi aile huzuru,

iş stresi, gerginlik, majör depresif bozuklukları, endişe, intihar düşüncesi, saldırganlık gibi durumların yaşanması, bireyler üzerinde psikolojik açıdan olumsuz etkilenmesine sebep olmaktadır (Aras & Demirci, 2020).

İklim değişikliğine bağlı yaşanan göç, hızlı nüfus artışına ve kentleşmeye sebep olmaktadır. Artan nüfus ile barınma, gıda dağıtımı gibi temel ihtiyaçların karşılanma sorunu çıkmasına sebep olurken ulaşım araçların ve teknolojik ürünlerin daha fazla kullanılması doğal çevreyi olumsuz olarak etkilemektedir. Özellikle doğanın doğal dengesinin bozulması ve doğal yenilenemeyen enerji kaynakların tükenmeye başlaması beraberinde birçok olumsuzluğu getirmektedir. Yenilenemeyen enerji kaynakların içerisinde yer alan petrol, doğal gaz ve kömür gibi kaynakların hem azalması hem de aşırı tüketimi başlıca sağlık, ekonomik ve siyasi açıdan etkilediği meydana gelen silahlı çatışmalar ile görülmektedir (Ediz& Yanık, 2021). Yukarıda bahsedilen olaylar sonucunda, iklim değişikliğinin sebep olduğu çevresel ve sosyoekonomik sonuçlar ile şiddet ve iklim değişikliğinin arasında bağlantı olduğunu göstermektedir.

1979-1987 yılları arasında Belçika’da sıcaklık değerinin intihar ve cinayet olayları arasında bir bağlantının varlığını tespit etmek amacıyla bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda sıcaklık değerlerinde meydana gelen artış intihar ve cinayet arasında bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Maes et al., 1994). Buna ek olarak iklim değişikliği sonucu, sıcaklık değerlerinde ve yağış rejimindeki değişimlerin şiddet ile bağlantısını incelemek amacıyla John O’Loughlin ve arkadaşları tarafından Sahra altı Afrika’da 1980-2012 yılları arasında sıcaklık ve yağış rejimleri takip edilerek bir araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırma ile iklim değişikliği sonucu artan sıcaklıkların şiddet ile bağlantılı olduğu vurgulanmıştır (O’Loughlin et al., 2014). 2010-2018 yılları arasında Hindistan, Pakistan ve Nepal ülkelerinde gerçekleştirilen bir diğer çalışmada ise, sıcaklık değerlerindeki 1°C’lik artışın fiziksel ve cinsel şiddet olaylarında %6,3’ten fazla artışla bir bağlantının olduğu tespit edilmiştir (SES Eşitlik, Adalet, Kadın Platformu, 2022). İklim değişikliği ile meydana gelen sıcaklık artışları, bireyler üzerinde saldırgan davranışlara ve şiddet olaylarının artmasına neden olmaktadır.

Afrika’da, 1997-2011 yılları arasında Harari ve La Ferrara’nın yapmış olduğu araştırma ile ana ürünlerin büyüme zamanında meydana gelen iklim şoklarının, çatışma sıklığı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ve sivil kesimi daha çok etkilediği sonucuna varılmıştır (Harari & Ferrara, 2018).

Son olarak iklim değişikliği ile sıcaklık değerlerinin artışı deniz seviyesinin yükselmesine neden olmaktadır. 2100 yılına kadar deniz seviyesinin 1990 seviyesinden 0,5 ile 1,4 m

yükseleceği öngörülmektedir (Levy et al., 2017). Ek olarak sıcaklık ve emisyon artışı ile Antarktika da buzulların erimesi sonucu, 2100 yılına kadar bir metre 2500 yılına kadar on beş metreden fazla deniz seviyesinin yükselmesine neden olacağı öngörülmektedir (Conto & Pollard, 2016). Dolayısıyla kıyı bölgelerde yaşayan bireylerin, yükselen deniz seviyeleriyle birlikte daha çok etkileneceği öngörülmektedir. Yükselen deniz seviyesi tarım alanlarına zarar vermektedir. Ayrıca tuzlu su, yer altı sularına ve içme suyuna karışarak besin ve içecek temin etme konusunda zorluklara sebep olabilmektedir. Bu sebepten dolayı bireyler ülke içinde ve dışında yaşadıkları yerleri terk etme durumunda kalacağı tahmin edilmektedir.

Literatürde bu konu ile ilgili yapılan çalışmalar sonucunda, iklim değişikliği ve şiddet arasında nedensel bir bağlantının olduğu görülmektedir. İklim değişikliği ile şiddet arasında nedensel bir bağlantı olsa da bu sadece çevresel etmenler ile değil yoksulluk, çatışma, sosyoekonomik sebeplerle birlikte meydana gelmektedir. Özellikle iklim değişikliği ile yaşanan sıcaklık artışları bireyleri psikolojik olarak olumsuz etkilemektedir. Dolayısıyla bireyler, saldırgan davranışlar sergilemekte ve şiddet olayların yaşanmasına sebep olmaktadır. Özellikle bireyler, iklim değişikliği sonucu doğanın doğal dengesinin bozulması ile tarımsal arazilerin ve kaynakların kontrolünü sağlayabilmek için rekabet içerisinde ekonomik ve sosyal boyutta şiddet ile karşılaşacağı öngörülmektedir.

## **2. İklim Değişikliğinin Cinsiyet Eksenli Meydana Getirdiği Şiddet**

İklim değişikliği; sıcaklık artışı, yağış rejimi değişikliği, kuraklık, sel, fırtına gibi olaylara sebep olmakla birlikte kaynakları ve bireyleri olumsuz olarak etkilemektedir. Bahsedilen olumsuzluklar içerisinde kişi bazında kadınlar erkeklere oranla daha fazla etkilenmektedir. Dünya genelinde, günümüze kadar olan süreçte kadınlar, geleneksel rollerinden dolayı cinsiyet ayrımcılığı ile karşılaşmakta ve erkeklere göre ekonomik, sosyal ve toplumsal açıdan dezavantajlı konumda yer almaktadırlar. Buna ek olarak birçok toplumda kadınlar, insan haklarından yoksun olmalarıyla sömürüye karşı savunmasız durumda kalmaktadır (Ediz & Yanık, 2021). Dolayısıyla ekonomik, sosyal, toplumsal ve temel insan haklarından yoksun olan kadınlar, iklim değişikliğinden daha çok etkilenmekte ve şiddete maruz kalmaktadır. Şiddet, herkese yönelik olsa da iklim değişikliğine bağlı şiddet, kadın ve kız çocukları daha çok etkilenmektedir.

İklim değişikliği sonucu meydana gelen olumsuz çevresel sorunlar ve sosyoekonomik sebepler, kadınları daha fazla etkilemektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin yoksul kesiminde yaşayan kadınlar, iklim değişikliğinin meydana getirdiği sosyoekonomik sorunlardan daha çok

etkilenmektedir. Bu sorunlar içerisinde; eğitimden mahrum kalma, istihdama katılamama, tarım alanlarına yönelme, geçim sıkıntısı ile daha uzun çalışma süreleri, cinsel saldırıların yaşanması, kadın ticaretin yaşanması gibi olaylar yer almaktadır. Bahsedilen olayları vurgulamak için Uluslararası Doğayı Koruma Vakfı tarafından bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu araştırma iki yılda hazırlanmış ve iklim değişikliğine bağlı olarak kadınlara yönelik şiddet ve etkilerini inceleyen en geniş ve kapsamlı bir araştırma niteliği taşımaktadır. Yapılan araştırma sonucunda, tecavüz, aile içi şiddet ve zorla evlilikler iklim değişikliği sonucunda dünya genelinde kadın ve kız çocuklara yönelik şiddetin arttığını göstermektedir (Karakaş, 2020).

Dünya genelinde toplumsal cinsiyet eşitsizliğinden dolayı eğitim olanaklarına erişemeyen kadınlar daha çok tarım alanlarına yönelmektedir. Genel olarak geçimini tarım alanlarından sağlayan yerli kadınlar, doğal kaynaklara daha fazla bağlı olmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde gıda üretimini sağlayan çiftçilerin yaklaşık %45-80'i kadın çiftçiler tarafından sağlanmaktadır (WWF, 2021). Fakat iklim değişikliği sonucu meydana gelen sıcaklık artışı, kuraklık, hava olaylarında değişim, azalan su kaynakları gıda güvenliğini ve geçimini tarım alanlarından sağlayan kadınları tehdit etmektedir. İklim değişikliği ile toprağın veriminin düşmesi ile kadınlar tarımsal alanlarda daha fazla çalışmakta ve bu durum kadınların eğitim alanlarından yoksun olmaya ve toplumsal açıdan bilinçlenme konusunda pasif kalmaya neden olmaktadır.

İklim değişikliğinin meydana getirdiği sıcaklık artışı, kuraklık, yağış rejimi değişimi, sel, fırtına ve doğal afet olayları dar gelirli ailelerin yaşam mücadelesini zorlaştırmaktadır. Yaşam mücadelesini tarım ile sağlayan dar gelirli aileler, iklim değişikliği sonucu yaşanan sel olayından sonra ekim alanları zarar görmektedir. Ek olarak kıyı bölgelerde yaşayan bireyler, sel ve tsunami olayları sonrasında göç etme durumunda kalmakta veya yeniden düzen kurmak zorunda kalmaktadırlar. Bu nedenlerden dolayı iklim değişikliği sebebi ile daha da kötüleşmeye başlayan yaşam koşullarıyla bazı topluluklar küçük yaşta kız çocuklarını zorla evlendirmek durumunda kalmaktadırlar. Dünya genelinde yaklaşık 12 milyon kız çocuğun iklim değişikliğine bağlı yaşanan doğal afetler ile bu duruma maruz kaldığı tahmin edilmekte ve meydana gelen hava olayları, kadın ticaretinin %20-30 arttırdığı düşünülmektedir (Karakaş, 2020). Buna ek olarak Etiyopya ve Sudan bölgesinde, iklim değişikliği sonucu kuraklık yaşanmasıyla kız çocuklar, sığırlar karşılığında satılarak evlendirilmektedir.

İklim değişikliği sonucu sel, fırtına ve doğa olayların sebep olduğu 2003 yılında ABD'de meydana gelen Katrina Kasırgası, kadınların hayatta kalma mücadelesiyle karşılaşmıştır.

Yaşanan bu iklim değişikliği felaketi ile verilere göre kadın ölü sayısı, erkek ölü sayısından daha fazla olarak tespit edilmiştir. Ayrıca iklim değişikliği felaketinden sonra geride kalan kadınlar, cinsel saldırılara uğramışlardır (Tatgın, 2019).

### **3.Sonuç**

Şiddet, tarihsel olarak bireysel, toplumsal, sosyoekonomik ve çevresel etmenlerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. İklim değişikliği, bu etmenler arasında yer alır ve özellikle sıcaklık artışı ve yağış rejimindeki değişiklikler, bireylerin yaşam kalitesini olumsuz etkileyerek şiddet olaylarını tetikleyebilmektedir. İklim değişikliğinin etkileri, sadece bireysel şiddeti değil, kolektif şiddeti de artırmaktadır. Bu bağlamda, kadınlar, toplumsal cinsiyet rollerinin getirdiği dezavantajlı konumları nedeniyle, iklim değişikliğine bağlı olumsuzluklardan daha fazla etkilenmektedir. Kadın ve kız çocuklarına yönelik şiddetin arttığı, bu durumun toplumsal bir sorun haline geldiği görülmektedir. Nitekim yapılan çalışmalarda bu kanaati desteklemektedir.

Çalışma, iklim değişikliğinin kadın ve kız çocuklarına yönelik şiddeti arttıran bir etmen olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde yer alan veriler doğrultusunda, iklim değişikliği ve kadına yönelik şiddet arasında nedensel bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu şiddet, özellikle zor durumda olan kadınların daha fazla mağdur olmasına yol açmakta ve bir kısır döngü yaratmaktadır. Ancak, iklim değişikliğine bağlı kadın ve kız çocuklarına yönelik şiddetle ilgili verilerin kısıtlı olması, çalışmanın bazı noktalarında yetersiz veri toplama sorununa yol açmıştır.

Genel olarak, bu çalışma, iklim değişikliğinin kadın ve kız çocuklarına yönelik şiddeti artırıcı etkilerini inceleyerek, çevresel, sosyoekonomik ve toplumsal faktörlerin birleşen etkilerini kapsamlı bir şekilde ele almakta ve çözüm önerileri üretmektedir. Sonuç olarak kadına yönelik şiddetle mücadelede, sadece kadın ve kız çocuklarının değil, tüm toplumun bilinçlendirilmesi gerektiği bulgulanmıştır. Ayrıca, şiddetin temel sebeplerinden olan sosyoekonomik eşitsizliklerin giderilmesi kadına ve kız çocuklarına yöneltilen şiddeti azaltacağı kanaatini doğurmuştur.



## Kaynakça

- Akkaş, İ. & Uyanık, Z. (2016). Kadına yönelik şiddet. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 6(1), 32-42.
- Aras, B. B. & Demirci, K. (2020). İklim değişikliğinin insan sağlığı üzerindeki psikolojik etkileri. *Nazilli iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi*, 1(2), 77-94.
- Baharat, D. & Moumita, M. (2021). Role of climate change in exacerbating sexual and gender-based violence against women: A new challenge for international law. *Environmental Policy and Law*, 51(3), 137-157. <https://doi.org/10.3233/EPL-210055>
- Conto, R. M. & Pollard, D. (2016). Contribution of Antarctica to past and future sea-level rise. *Nature*, 531, 591-597. <https://doi.org/10.1038/nature17145>
- Ediz, Ç. & Yanık, D. (2021). İklim değişikliği ve şiddet. N. Gürhan (Ed.), *Türkiye Klinikleri* içinde (s. 97-100). Türkiye Klinikleri Psikiyatri Hemşireliği-Özel Konular.
- Harari, M. & Ferrara, E. L. (2018). Conflict, climate and cells: a disaggregated analysis. *The Review of Economics and Statistics*. 100(4), 594-608. [https://doi.org/10.1162/rest\\_a\\_00730](https://doi.org/10.1162/rest_a_00730)
- Karakaş, Ö. (2020, Mart 9). İklim değişikliğiyle birlikte kadınlara yönelik şiddet artıyor. *Terrabayt*. <https://terrabayt.com/kultur/iklim-degisikligiyle-birlikte-kadnlara-yonelik-siddet-artiyor/>
- Kınık, Z. & Toprak, Z. F. (2016). Halkın iklim değişikliğiyle bakışı: Diyarbakır için bir alan araştırması. *Mühendislik Dergisi*, 7(2), 329-342.
- Maes, M., Meyer, F., Thompson, P., Peets, D., & Coyns, P. (1994). Synchronized annual rhythms in violent suicide rate, ambient temperature and the light-dark span. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 90(5), 391-396.
- O'Loughlin, J., M. Linke, A., & D.W. Witmer, F. (2014). Effects of temperature and precipitation variability on the risk of violence in sub-Saharan Africa, 1980-2012. *Proceedings of the National Academy of Science*, 111(47).
- S. Levy, B., W. Sidel, V., & A. Patz, J. (2017). Climate change and collective violence. *Annual Reviews*, 38(241), 241-57. <https://doi.org/10.1146/annurev-publhealth-031816-044232>
- SES Eşitlik, Adalet, Kadın Platformu. (2022, Temmuz 26). <https://esitlikadaletkadın.org/iklim-degisikligi-toplumsal-cinsiyete-dayali-siddeti-korukluyor/>
- Tatgın, E. (2019). İklim adaleti kapsamında toplumsal cinsiyet tartışması. *Kent ve Çevre Araştırmaları Dergisi*, 1(1).
- Welle, D. (2020, March 4). Explained: how climate change leads to more violence against women, girls. *The Indian Express*. <https://indianexpress.com/article/explained/how-climate-change-leads-to-more-violence-against-women-girls-6299011/>

World Health Organization (2002). *World report on violence and health*.  
<https://www.who.int/publications/i/item/9241545615>

WWF. (2021, December 10). İklim krizinin gölgesinde toplumsal cinsiyet eşitsizliği.  
<https://www.wwf.org.tr/?11521/klim-krizinin-golgesinde-toplumsal-cinsiyet-esitsizligi>

# ICOFESP<sup>III.</sup>

INTERNATIONAL CONGRESS ON FINANCE, ECONOMY AND SUSTAINABLE POLICIES

REF: Akademik Teşvik

01.12.2024

## İLGİLİ MAKAMA

3. INTERNATIONAL CONGRESS ON FINANCE, ECONOMY AND SUSTAINABLE POLICIES 19-21 Eylül 2024, Tiran, Arnavutluk'ta gerçekleştirilen ve Türkiye dahil 16 farklı ülkenin akademisyen / araştırmacılarının katılımıyla 66 çalışma sunulmuştur. Kongre 16 Ocak 2020 Akademik Teşvik Ödeneği Yönetmeliğine getirilen "Tebliğlerin sunulduğu yurt içinde veya yurt dışındaki etkinliğin uluslararası olarak nitelendirilebilmesi için Türkiye dışında en az beş farklı ülkeden sözlü tebliğ sunan konuşmacının katılım sağlaması ve tebliğlerin yandan fazlasının Türkiye dışından katılımcılar tarafından sunulması esastır." değişikliğine uygun düzenlenmiştir.

Bilgilerinize arz edilir.

Saygılarımla

Prof. Dr. Rengin AK  
Chair of Organizing Committee





# ICOFESP<sup>III.</sup>

INTERNATIONAL CONGRESS ON FINANCE, ECONOMY AND SUSTAINABLE POLICIES

19-21 SEPTEMBER 2024, TIRANA, ALBANIA

[www.icofesp.com](http://www.icofesp.com)

**ICOFESP<sup>III.</sup>**  
INTERNATIONAL CONGRESS ON FINANCE, ECONOMY AND SUSTAINABLE POLICIES