



**Russian crisis from the
viewpoint of construction
and tourism industries**

**Yapım ve turizm
sektörlerinin bakış açısından
Rusya krizi¹**

İkbal Erbaş²

Abstract

In a country, political and economic stability is the primary condition for self-improvement in every area of that country. Although political or economic agitation sometimes create different opportunities for some sectors, most of the time it leads to serious losses. Losses, which manifest itself in the locomotive sector which can provide the foundation for a strong economy, are spreading rapidly to other sub-sectors of with the domino effect. The purpose of this study is to reveal the tourism and construction industries representatives' perspectives on the crisis between Turkey and Russia in November 2015. For this purpose, a survey conducted for comparing the tourism professionals' and architects' perspectives on crisis in Antalya province situated in first place in our country with the income tourism provides. Research results shows that Turkey-Russia crisis had affected negatively both of the sectors similarly as well in a different way from other crisis that are lived before. Both of the groups think that solution could be achieved only through government policies.

Keywords: Crisis; political crisis; construction sector; tourism; tourism sector.

[\(Extended English abstract is at the end of this document\)](#)

Özet

Bir ülkedeki siyasi ve ekonomik istikrar o ülkenin her alanda kendini geliştirebilmesi açısından birincil koşuldur. Siyasi ya da ekonomik çalkalanmalar kimi zaman bazı sektörler için farklı fırsatlar yaratmasına rağmen çoğu zaman ciddi kayıplara neden olmaktadır. Güçlü bir ekonominin sağlanabilmesi için temel dayanak olan lokomotif sektörlerde kendini gösteren kayıplar, domino etkisiyle diğer alt sektörlerle de hızla yayılmaktadır. Bu çalışmanın amacı 2015 yılı Kasım ayında Türkiye ve Rusya arasında yaşanan politik krize turizm ve yapım sektörleri temsilcilerinin bakış açılarını ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışmada uygulanan anket ile ülkemizde sağladığı turizm geliriyle ilk sıralarda yer alan Antalya ilinde turizmcilerin ve mimarların krize bakış açıları karşılaştırılmıştır. Araştırma sonuçları göstermektedir ki Türkiye-Rusya krizi diğer krizlerden farklı bir şekilde her iki sektörü de benzer şekilde olumsuz yönde etkilemiştir. Her iki grup sektör temsilcileri de çözümün ancak devlet politikaları sayesinde sağlanabileceği görüşündedir.

Anahtar Kelimeler: Kriz; politik kriz; yapım sektörü; turizm; turizm sektörü.

¹ Bu çalışma 3-6 Kasım 2016 tarihlerinde Antalya'da gerçekleşen Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kongresinde sunulan bildirinin genişletilmiş halidir.

² Yrd. Doç. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi, Mimarlık Bölümü, iboyacilar@gmail.com

1. Giriş

Tasarım ve yapıma ihtiyaç duyulan her sektörle aynı pazar alanını paylaşan yapım sektörü, ülke gelirleri açısından oldukça büyük bir paya sahip olan turizm sektörüyle de iç içedir. Lokomotif sektörlerin başında gelen bu iki sektör ne yazık ki gerek politik gerekse ekonomik krizlerin etkisinin ilk önce hissedildiği temel sektörleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda her iki sektörün de gelişmesi tutarlı ekonomik ve siyasal gelişmeye bağlıdır.

Kriz, önceden beklenmeyen ve tahmin edilemeyen, hızlı bir şekilde tepki gösterilmesi gereken, örgütün önleme ve uyum mekanizmalarını yetersiz hale getirerek, mevcut durumunu ve hedeflerini tehdit eden bir gerilim durumudur (Dinçer,1998). Turizm açısından tanımlandığında ise krizler turizm ve konaklama sektörünü karışıklığa iten aralıklı kaçınılmaz olaylardır (McKercher ve Hui, 2004; Pforr ve Hosie, 2008). Avrupalılar için kitlesel bir turizm destinasyonu haline gelmesinden kısa bir süre sonra Türkiye`de 1980'lerin başından beri kriz yaşanmaktadır (Yarcan, 2007). Yaşanan bu krizler yapım sektöründe de benzer bir şekilde etkilerini göstermiştir.

2015- 2016 yılları arasında yaşanan terör saldırıları ve Rusya ile yaşanan siyasi kriz başta turizm ve yapım sektörleri olmak üzere tüm sektörleri olumsuz yönde etkilemiş, Türkiye`ye gelen Rus turist sayısında önemli bir düşüşe neden olmuştur. Bu düşüşün bir sonucu olarak beklenen müşteri hedefini yakalayamayan turizm işletmelerinden bazıları küçülme yoluna gitmiş, bazıları planladıkları yeni yatırımları durdurmuşlar, bazıları da işletmelerinin faaliyetlerine son vermişlerdir. Turizm işletmelerinde yaşanan bu gelişmeler paralel olarak yapım sektörünü de önemli ölçüde etkilemiştir. Özellikle turizm yapıları alanında uzmanlaşmış birçok tasarım ve yapım firması da benzer bir şekilde küçülme kararı alarak mevcut personel sayısını azaltmak zorunda kalmıştır. Aynı şekilde yapım sektöründen beslenen diğer alt sektörler de (alt yükleniciler, malzeme tedarikçileri gibi) küçülme yolunu tercih etmiş, hatta birçoğu farklı pazar arayışlarına girmiştir. Diğer taraftan Rusya krizi Türkiye`nin yaşamış olduğu ilk politik kriz değildir. Fransa meclisinin kabul ettiği ancak daha sonra anayasa mahkemesinin geri çevirmiş olduğu “sözde Ermeni soykırımının” reddini suç sayan yasa tasarısı, Türkiye`yi hızlı bir şekilde Fransa ile politik bir krizin ortasına sürüklemiştir (Kesimli, 2011; Yenişehirlioğlu ve diğ., 2016).

2. Amaç

Pazar payının büyük bir oranını Rus turistinin oluşturduğu Antalya 2015 yılı Kasım ayında yaşanan Rusya krizinden en çok yara alan şehirlerin başında gelmektedir. Bu çalışma yaşanan bu politik krize turizm sektörünü temsilen yönetici pozisyonundaki turizmcilerin ve yapım sektörünü temsilen mimarların bakış açısını ortaya koymayı hedef almaktadır. Bu amaçla Rus turistlerin ağırlıklı olarak tercih ettikleri il olan Antalya ili çalışma alanı olarak belirlenmiştir. Yaşanan krizin etkilerini azaltmak ve en kısa sürede yol haritası oluşturabilmek için bu iki lokomotif sektör temsilcilerinin krizin atlatılmasına ilişkin görüşleri önem arz etmektedir. Bu nedenle çalışma kapsamında yapılan anket çalışmasıyla sektör temsilcilerinin Rusya krizinden etkilenme durumları, krizin atlatılmasına ve krizin atlatılması konusunda en fazla rol üstlenmesi gerektiğini düşündükleri katılımcılara ilişkin görüşleri alınmıştır.

3. Literatür Araştırması

Politik kriz, bir ülke için lokal olmaktan çok uzak bir şekilde domino etkisiyle, birden çok bölgeyi, sektörü, işletmeyi etkileyebilen hatta ülkeye giriş çıkışları sıkıntıya sokan en büyük kriz türlerinden biridir. Çoğu zaman çözümü yıllar sürmekle birlikte bazen de çözüme hiçbir zaman ulaşılmayabilmektedir (Kesimli, 2011; Yenişehirlioğlu ve diğ., 2016). Güvenek ve Alptekin`in de (2015) referans verdiği üzere Richter`e (1980) göre turizm ve belirleyicileri incelendiğinde turizmin politik bir araç haline gelmiştir ve başarılı bir turizm için turistleri ülkeye çekmede politik istikrar

şartı doğal ve kültürel özelliklerden önce gelmektedir. Sönmez (1998) de turizmin kimi zaman birbirine karşıt ülkeler arasında politik bir araç haline geldiği görüşünü desteklemektedir. Bununla birlikte Pforr ve Hosie (2008) turizm sektöründe krizin yeni bir fenomen olmadığını ve aslında yalnızca bu tür tehditlere olan bakış açısının zamanla değiştiğini savunmaktadır.

Literatür çalışması kapsamında yapılan araştırmalarda da politik istikrarsızlığın turizm üzerindeki olumsuz etkilerinin ortaya konulduğu birçok araştırmanın yapıldığı tespit edilmiştir (Issa ve Altınay, 2006; Ioannides ve Apostolopoulos, 1999; Seddighi ve diğ. 2002; Leung ve diğ., 1996; Fletcher ve Morakabati, 2008). Thomas (2009) kitabında İsrail'in yaşadığı krizlerin turizme etkilerini detaylı olarak ele almıştır. Saha ve Yap (2014) 1999-2009 yılları arasında 139 ülkeyi politik istikrarsızlık ve terör olayları karşısında turist ziyaretleri ve turizm gelirleri açısından incelemişler, politik istikrarsızlığın etkisinin turizm talebi açısından daha büyük dalgalanma gösterdiğini ve etkilerinin daha riskli ve korku uyandıran terör saldırılarıyla aynı derecede olduğunu ortaya koymuşlardır.

Lepp ve Gipson (2003) yabancı turistlere ilişkin risk faktörlerini terörizm, savaş ve politik istikrarsızlık, sağlık sorunları ve suç olmak üzere dört ana gruba ayırmaktadır. Sönmez ve diğerlerine göre ise (1999) Türk turizminin karşı karşıya kaldığı politik ve ekonomik krizler, savaşlar ve doğal afetleri kapsayan farklı tipteki problemler arasında bir ayırım yapılmalıdır. Ne krizler ne de afetler öngörülebilir ya da önlenebilir değildir. Örneğin 1999 yılında yaşanan depremler doğal afettir ve turizm üzerinde olumsuz etkilere sahiptir. Bununla birlikte Türk turizm sektörünü en çok etkileyen krizler dışsal ve politiktir (Yarcan, 2007).

Yapılan literatür araştırmasında ayrıca gerek Türkiye gerekse Antalya ölçeğinde krizlerin turizm sektörüne etkilerinin farklı yönleriyle ele alındığı ve bu konuda farklı alan araştırmalarının yürütüldüğü tespit edilmiştir. Okumuş ve Karamustafa (2005) Türkiye'de yaşanan krizlerin hem kısa hem de uzun vadede olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğuna dikkati çekmiş, yapılan alan araştırmasıyla Türkiye'de yaşanan krizlerin kısa vadede gelen turist açısından olumsuz bir etkiye sahip olmadığı, olumsuz sonuçların daha çok uzun vadede ortaya çıktığı sonucuna varmışlardır. Murat ve diğerleri (2013) iktisadi krizler, doğal afetler ve terör faaliyetlerinin Türkiye'ye gelen turistler üzerindeki etkilerini incelemiş ve meydana gelen şokların Türkiye'ye gelen turist sayısı üzerinde kalıcı etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Albeni ve Ongun (2005) ise krizlerin turizm üzerindeki etkilerini Antalya ölçeğinde bir alan araştırmasıyla sorgulamışlar, turizmcilerin siyasal krizlerin tek başına olumsuz etki yaratmamasına karşılık onun sonucunda meydana gelen ekonomik krizin turizmi olumsuz yönde etkilediği görüşüne sahip olduklarını belirlemişlerdir.

Literatür araştırması göstermektedir ki Türkiye konu başlığı farklı da olsa birçok krizi yaşamış, atlatmış ve yaralarını sararak yoluna devam etmiştir. Fakat Rusya krizinde strateji olarak Rusya hükümeti tarafından Türkiye için oldukça önemli bir gelir kaynağı olan Rus vatandaşlarının Türkiye'ye gelişinin yasaklanması, ithalat ihracat ambargosunun konulması bu krizi daha önce yaşanan krizlerden farklılaştırmış, etkisini ağırlaştırmıştır. Bu nedenle çalışma kapsamında yalnızca Rusya krizi üzerine eğilinmiştir. Diğer taraftan daha önce söz konusu krizlerin etkilerinin hem turizm hem de yapım sektörü açısından paralel olarak değerlendirilmesine ilişkin herhangi bir çalışmanın yapılmamış olması yapılan araştırmanın önemini artırmakta ve çalışma bu yönüyle benzerlerinden farklılık göstermektedir.

4. Yöntem

Anket yönteminin kullanıldığı çalışma kapsamında aynı içerikte hazırlanan anket soruları turizmcilere ve mimarlara ayrı ayrı uygulanmıştır. Turizme ilişkin sonuçların yönetici vasfındaki katılımcıların gözüyle ortaya konulması amacıyla turizmciler arasındaki anketin hedef kitlesi departman yöneticileri ve üst düzey yöneticilerle sınırlandırılmıştır. İki bölümden oluşan anketin ilk bölümünde katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, mesleki tecrübeleri ve pozisyonlarını tespit

etmeyi hedef alan sorular hazırlanmış olup, ikinci bölümünde Rusya krizine ilişkin görüşlerin sorgulandığı 5'li Likert (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) ölçeği ile değerlendirilen sorular hazırlanmıştır. İkinci bölüm A, B ve C grubu olmak üzere üç grup soru kullanılarak hazırlanmıştır. Buna göre iki farklı grupta yer alan katılımcıların:

- A Grubu sorularla; Rusya krizinin bağlı olduğu sektörü etkileyip etkilemediği
- B Grubu sorularla; Bağlı olduğu sektörün yaşanan kriz sonrası düzeliş düzelmeyeceği
- C Grubu sorularla; Krizin atlatılması konusunda izlenecek en etkili yol

konularındaki görüşlerinin alınması hedeflenmiştir. Hazırlanan sorular anket çalışması yürüten bir web sitesi aracılığıyla internet ortamına aktarılmış, ankete ulaşım adresi gerek e-mail yoluyla gerekse sosyal medya iletişim araçlarıyla hedef kitleye ulaştırılmıştır. Hazırlanan anket sorularının hedef kitle tarafından algılanma düzeyi; soruların anlaşılabilirliği; doğru yanıt verilip verilemediğinin kontrolü ya da kelimelerde anlaşılmayan bir durumun söz konusu olup olmadığının test edilmesi; anketlerle ilgili küçük ölçekli bir pilot (ön test) uygulamanın yapılmasını gerektirmektedir. Yapılan bu pilot uygulama sayesinde anketin; öncelikle hedef kitle tarafından anlaşılabilirliği, uygulanabilirliği, etkinliği, geri dönüşümü, süresi, maliyeti gibi konularda genel bir değerlendirme yapılarak, ön bir bilgi elde edilmesi sağlanmış olacaktır (Baş 2001; Bahar ve Kozak, 2005). Bu nedenle anketin güvenilirliğinin tespiti açısından öncelikle 20 kişiyi kapsayan bir pilot çalışma yapılmış olup, pilot çalışmaya göre Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır. Buna göre, $\alpha : 0,778$ olarak hesaplanmıştır. Bu değer dikkate alındığında ölçeğin güvenilirliğe sahip olduğu gözlenmektedir. 2016 yılı Nisan ve Mayıs ayları olmak üzere 2 ay süreyle yapılan anket çalışmaları sonucunda hedef kitledeki 56 turizmcinin ve 64 mimarın ankete katılımı sağlanmıştır. Anket formuyla elde edilen veriler SPSS (Statistical Packages for Social Sciences) programında hazırlanan veri dosyalarına aktarılmıştır. SPSS programına aktarılan verilerin istatistiksel analizleri için; örneklem grubunun özelliklerinin belirlenmesine ilişkin frekans ve yüzde hesaplamaları yapılmış, ortalamalar alınmış ve bu ortalamalar üzerinden bağımsız t testi analizi yapılmıştır.

5. Türkiye- Rusya İlişkilerinin Seyri ve Görünen Etkileri

Antalya ve yöresi uzun yıllar boyu tarım bölgesi olarak değerlendirilmiş ve tarımsal üretime dayalı bölgesel kalkınma stratejisi uygulanmıştır. Tarım sektörünün katma değerinin düşüklüğü ve elde edilen gelirlerin çok fazla dalgalanması nedeniyle çok sayıda tesis bölge turizmine kazandırılmıştır. Turizm sektöründeki bu gelişme bölgenin hızla gelişmesine neden olmuştur (Albeni ve Ongun, 2005). 1980'lerde hızlı bir yatırım hamlesi ile özellikle Antalya odaklı büyümeye başlayan turizm sektörü, talebin artışına paralel olarak ilk aşamada beraberinde altyapı yatırımları, yeni bir ticari yapılanma, yeme içme işletmeleri, tedarikçi firmalar, market ve hediyelik eşya gibi alanların yeşermesine yol açmıştır. Turizmin zaman içinde, özellikle 1990'ların ortalarından itibaren, yatırımlarda hız kesmeden büyümeye devam etmesi, ticari yapılanmaları da etkilemiştir. Turizm sektörü alışveriş merkezlerinden, büyük toptancılara, hastanelerden gayrimenkul ve inşaat şirketlerine, ulaştırma şirketlerinden bankalara, oto kiralamacılardan peyzaj firmalarına kadar yüzlerce sektör ve yapılanmanın da büyüme potansiyeli gördüğü bir alan haline gelmiştir.

Bu gelişmeler, turizmin yeşerdiği bölgelerde yalnız ticari sahalarla da sınırlı kalmamış, o bölgelerde yaşayan insanların, hatta diğer bölgelerde iş arayan veya yeni gelir kapısı planlayanların da hayatını ve yaşam kalitesini etkilemiştir (AKTOB, 2014).

Turizmde yaşanan bu olumlu gelişmelerin etkisi yapım sektörüne de yansımış turizm faaliyetinin oluşturduğu nüfus yoğunluğu gerek turistik tesislerin gerek turizmde istihdam edilen nüfus için barınma, alışveriş, kültür- sanat ihtiyaçlarını karşılayacak yapıların ve sosyal donatı alanlarının yapım oranını artırmıştır. Antalya'nın doğu sahilinde yer alan Kundu bölgesindeki otel yapılaşmasının ve

bu bölgeyi destekleyen arka bantta yer alan konut, ticaret ve sosyal donatı alanları sayısının çok kısa bir sürede artması bu durumun bir göstergesidir. Hiç şüphesiz ki Rus turistlerin turizm bölgesi olarak en çok Antalya'yı tercih etmiş olmalarının bu gelişmelerdeki payı oldukça büyüktür.

Rusya ile 500 yıllık ikili ilişkiler kaçınılmaz olarak inişli- çıkışlı bir seyir izlemiştir. Bazı dalgalanmalara rağmen uluslararası alanda meydana gelen belirleyici bazı dış unsurların etkisiyle iki ülke arasında işbirliğine gidilen dönemler olmuştur (Özdal ve diğ., 2013). İşbirliğinin yoğun olarak yaşanmaya başlandığı 2000'li yıllarda başta politik ilişkiler olmak üzere, ithalat, ihracat ve turizm ilişkileri olumlu yönde yol almış, bu olumlu ilerleyiş her iki ülkenin ekonomik açıdan güçlenmesine büyük katkı sağlamıştır.

Diğer taraftan 2015 yılı Kasım ayında gerçekleşen politik kriz iki ülke arasındaki ilişkileri her anlamda olumsuz yönde etkilemiştir. Bu etkilenişin izlerini Türkiye'ye giriş yapan Rus turist sayısındaki düşüşte net bir şekilde görmek mümkündür. Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2013- 2015 Ocak- Mayıs ayı verilerine göre Türkiye'ye giriş yapan yabancıların milliyetlerine göre dağılımındaki ilk üç ülke sıralamasında Rusya Almanya'dan sonra ikinci ülke konumundayken (Tablo.1) 2016 yılında yine Ocak- Mayıs ayları verilerine göre yapılan sıralamada listeden çıkmış ve yerini %10.17'lik oranla Gürcistan'a bırakmıştır (Tablo.2).

Tablo.1. 2013-2015 Yılları Ocak-Mayıs Döneminde Türkiye'ye Gelen Yabancıların Milliyetlere Göre Dağılımı - İlk 3 Ülke (Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı)

ÜLKELER	2015	MİL.PAY%	2014	MİL.PAY%	2013	MİL.PAY%
ALMANYA	1 553 114	14.42	1 381 068	12.67	1 491 371	14.24
RUSYA FED.	801 915	7.44	1 118 520	10.26	1 004 843	9.59
BULGARİSTAN	665 489	6.18	615 034	5.64	572 109	5.46
DİĞER	7 751 127	71.96	7 788 524	71.43	7 407 292	70.71
GENEL TOPLAM	10 771 645	100.00	10 903 146	100.00	10 475 615	100.00

Tablo.2. 2016 Yılı Ocak-Mayıs Döneminde Türkiye'ye Gelen Yabancıların Milliyetlere Göre Dağılımı - İlk 3 Ülke (Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı)

ÜLKELER	2016	MİL.PAY
ALMANYA	1 157 235	13.94
GÜRCİSTAN	844 038	10.17
İRAN	693 641	8.36
DİĞER	5 607 019	67.54
GENEL TOPLAM	8 301 933	100.00

Diğer taraftan Rusya'dan Türkiye'ye giriş yapan yabancıların sayısı kendi içerisinde yıllara göre değerlendirildiğinde 2015 ve 2016 yılların arasındaki % 91.82'lik dramatik düşüş de oldukça düşündürücüdür (Tablo.3).

Tablo.3. 2014-2016 Yıllarında Türkiye'ye gelen Rus Turist Sayısının Mayıs Ayı Verilerine Göre Karşılaştırılması

	YILLAR			MİLLİYET PAYI (%)			% DEĞİŞİM ORANI	
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2015/2014	2016/2015
RUSYA	694 886	501 196	41 004	17.82	13.17	1.65	-27.87	-91.82

Rus turist sayısındaki gözle görülür azalma yapım sektörünü de çok yönlü olarak etkilemiştir. Etkilenmenin çok yönlü oluşunun temel nedeni yapım sektörünün hizmet alanının genişliğidir. Söz

konusu etkilenme yalnızca turizm yatırımlarının durdurulmasından değil, paralel olarak turizmden beslenen yatırımların durdurulmasından kaynaklanmaktadır. Turizm kapasitesinin artmasıyla turistik bölgelerde gerek turizmde istihdam edilen nüfus için gerekli olan konut projelerinin ve sosyal donatı alanlarına ilişkin projelerin, gerekse turizmden elde ettiği geliri yapım sektörüne aktarmayı hedefleyen girişimcilerin hedefindeki yapım projelerinin askıya alınması da yapım sektöründe yaşanan krizin etkisini dolaylı yönden ağırlaştırmıştır.

6. Bulgular ve Değerlendirme

Anket çalışmasına ilişkin ilk değerlendirme ankete katılan örneklem profilinin sayısal ve yüzdesel dağılımına ilişkin olmuştur. Tablo.4`de özetlenen değerlerde de görüldüğü üzere ankete katılım sağlayan mimarların %59,4`ünün bayanlardan, turizmcilerin ise %60,7`si baylardan oluşmaktadır. Araştırma grubunun yaş durumuna bakıldığında mimarların %51,6`sının, turizmcilerin ise %46,4`ünün 25-35 yaş arasındaki genç bireylerden oluştuğu görülmektedir. Eğitim durumları açısından incelendiğinde mimarların %71,9`unun lisans mezunu, turizmcilerin %64,3`ünün önlisans ya da lisans mezunu oldukları görülmektedir. Mesleki tecrübe açısından mimarların %31,3 oranla 6-15 yıl arası tecrübeli olduğu, turizmcilerin ise %44,6 oranla yine aynı süre mesleki tecrübeye sahip oldukları tespit edilmiştir.

Tablo.4. Örneklem profilinin sayısal ve yüzdesel dağılımı

	Mimar		Turizmci	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Cinsiyet				
Bay	26	40,6	34	60,7
Bayan	38	59,4	22	39,3
Yaş				
25-35 yaş arası	33	51,6	26	46,4
36-50 yaş arası	24	37,5	24	42,9
51-65 yaş arası	6	9,4	6	10,7
65 yaş ve üzeri	1	1,6	0	0
Eğitim Durumu				
Lise	0	0	12	21,4
Önlisans/Lisans	46	71,9	36	64,3
Lisansüstü	18	28,1	8	14,3
Mesleki Tecrübe				
5 yıl ve altı	20	31,3	9	16,1
6-15 yıl	20	31,3	25	44,6
16-25 yıl	17	26,6	13	23,2
25 yıl ve üzeri	7	1,1	9	16,1

Örneklem grubunda yer alan kişilerin bulunduğu pozisyonlar incelendiğinde mimarların %57,9`unun işyeri sahibi mimar olarak çalıştığı, %37,5`inin serbest mimarlık ofislerinde ücretli mimar olarak çalıştığı tespit edilirken, turizmcilerin %66,1`inin departman yöneticisi, %33,9`unun üst düzey yönetici olduğu saptanmıştır (Tablo.5).

Tablo.5. Örneklem grubunun mesleki pozisyonları

Mimar			Turizmci		
Pozisyon	n	Oran (%)	Pozisyon	n	Oran (%)
Kamuda çalışan ücretli mimar	3	4,7	Departman Yöneticisi	37	66,1
Ofiste çalışan ücretli mimar	24	37,5	Üst Düzey Yönetici	19	33,9
İşyeri sahibi mimar	36	57,9			

A grubu sorularla araştırma grubunun Rusya krizinin bağlı olduğu sektörü etkileyip etkilemediği konusundaki görüşleri alınmıştır (Tablo.6). “Rusya krizinin yapım/turizm sektörünü olumsuz etkilediğini düşünüyorum” sorusuna mimarlar %45,3 oranla “kesinlikle katılıyorum” cevabı verirken turizmciler arasında bu oran %71,4`dür.

“Rusya krizinin bulunduğum pozisyonu olumsuz yönde etkileyeceğini düşünüyorum” sorusuna mimarların %42,2 oranla “katılıyorum” cevabı verdiği, turizmcilerin ise %39,3 oranla “kesinlikle katılıyorum” cevabı verdiği görülmektedir. Bu soruda da turizmcilerin kararlılığı mimarlara göre daha yüksektir.

“Rusya krizinin yaptığım iş kapasitesini etkileyeceğini düşünüyorum” sorusuna mimarlar %51,6 oranla “katılıyorum” cevabı verirken, turizmciler daha kararlı bir ifadeyle %44,6 oranla “kesinlikle katılıyorum” cevabı vermiştir. A grubu sorular göstermektedir ki her iki grupta krizin kendi sektörlerini olumsuz etkilediğini düşünmekle beraber, turizmciler bu düşüncelerinde daha kararlı bir duruş sergilemektedirler.

Tablo.6. A grubu sorulara verilen cevapların dağılımı

A1. Rusya krizinin yapım/turizm sektörünü olumsuz etkilediğini düşünüyorum				
	Mimar		Turizmciler	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	0	0	0	0
Katılmıyorum	4	6,3	1	1,8
Kararsızım	1	1,6	2	3,6
Katılıyorum	30	46,9	13	23,2
Kesinlikle Katılıyorum	29	45,3	40	71,4
A2. Rusya krizinin bulunduğum pozisyonu olumsuz yönde etkileyeceğini düşünüyorum				
	Mimar		Turizmciler	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,6	4	7,1
Katılmıyorum	11	17,2	5	8,9
Kararsızım	13	20,3	8	14,3
Katılıyorum	27	42,2	17	30,4
Kesinlikle Katılıyorum	12	18,8	22	39,3
A3. Rusya krizinin yaptığım iş kapasitesini etkileyeceğini düşünüyorum				
	Mimar		Turizmciler	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,6	4	7,1
Katılmıyorum	6	9,4	8	14,3
Kararsızım	4	6,3	5	8,9
Katılıyorum	33	51,6	14	25,0
Kesinlikle Katılıyorum	20	31,3	25	44,6

B grubu sorularla araştırma grubunun bağlı olduğu sektörün yaşanan kriz sonrası düzeliş düzelmeyeceği konusundaki görüşleri alınmıştır (Tablo.7). “Rusya krizinin daha önce yaşanan krizler gibi atlatılabileceğini düşünüyorum” sorusuna mimarların %39,1 oranla “katılıyorum” cevabı verdikleri, turizmcilerin ise %28,6 oranla kararsız oldukları tespit edilmiştir.

“Rusya krizinin yaşattığı kayıpların kısa sürede giderilebileceğini düşünüyorum” sorusuna mimarlar %46,9 oranla “Katılmıyorum”, turizmcilerin de %37,5 oranla aynı cevabı verdikleri belirlenmiş, diğer taraftan her iki grubun büyük bir çoğunluğunun kararsız olduğu sonucu dikkati çekmektedir.

“Faaliyet alanımı değiştirmeden sektörün düzeleceğini düşünüyorum” sorusuna mimarlar %40,6 oranında “kararsızım”, turizmciler %30,4 oranında “katılmıyorum” şeklinde cevap vermişlerdir. B grubu sorulara verilen cevaplar göstermektedir ki her iki sektör grubu da kendi sektörlerinin düzeleceği görüşünde olmasına rağmen kayıpların giderilmesi ve faaliyet alanlarını değiştirme konularında kararsız bir duruş sergiledikleri görülmektedir. Bunun nedeninin Rusya krizinin daha önce atlatılan krizlerden farklı bir özelliğe sahip olması olduğunu söylemek mümkündür. Sektör temsilcileri tarafından yaşanan bu kriz karşısında sektörün geleceği belirsiz görülmektedir.

Tablo.7. B grubu sorulara verilen cevapların dağılımı

B1. Rusya krizinin daha önce yaşanan krizler gibi atlatılabileceğini düşünüyorum

	Mimar		Turizmci	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	4	6,3	8	14,3
Katılmıyorum	10	15,6	9	16,1
Kararsızım	19	29,7	16	28,6
Katılıyorum	25	39,1	11	19,6
Kesinlikle Katılıyorum	6	9,4	12	21,4

B2. Rusya krizinin yaşattığı kayıpların kısa sürede giderilebileceğini düşünüyorum

	Mimar		Turizmci	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	6	9,4	12	21,4
Katılmıyorum	30	46,9	21	37,5
Kararsızım	19	29,7	14	25,0
Katılıyorum	6	9,4	7	12,5
Kesinlikle Katılıyorum	3	4,7	2	3,6

B3. Faaliyet alanımı değiştirmeden sektörün düzeleceğini düşünüyorum

	Mimar		Turizmci	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	4	6,3	14	25,0
Katılmıyorum	17	26,6	17	30,4
Kararsızım	26	40,6	13	23,2
Katılıyorum	13	20,3	7	12,5
Kesinlikle Katılıyorum	4	6,3	5	8,9

C grubu sorularla araştırma grubunun krizin atlatılması konusunda izlenecek en etkili yol konusundaki görüşleri alınmıştır (Tablo.7). “Krizin devlet politikaları ve desteğiyle atlatılabileceğini düşünüyorum” sorusuna mimarlar %57,8 oranla “katılıyorum”, turizmciler %25 oranla “kesinlikle katılıyorum” cevabı verirken turizmcilerin %26,8 oranla kararsız oldukları görülmektedir.

“Krizin mesleki birlikler desteğiyle atlatılabileceğini düşünüyorum” sorusuna mimarlar %39,1 oranla kararsız yaklaşırken %28,1 oranla “katılmıyorum” cevabı vermişlerdir. Turizmciler ise %53,6 oranla “katılmıyorum” cevabı vermişlerdir.

“Krizin kişisel çabalarla atlatılabileceğini düşünüyorum” sorusuna mimarlar %48,4 oranla “katılmıyorum”, turizmciler ise %48,2 oranla “katılmıyorum”, %25 oranla “kesinlikle katılmıyorum” cevabı vermişlerdir.

Bu bölümde alınan cevaplar her iki sektör temsilcisinin de krizin atlatılması konusunda izlenecek en etkili yolun uygulanacak devlet politikaları olduğu görüşünde olduğu sonucunu göstermektedir. Her iki grupta da mesleki birliklerin ya da kişisel çabaların krizin atlatılması konusunda bir etkisinin olmayacağı görüşü hakimdir.

Tablo.8. C grubu sorulara verilen cevapların dağılımı

C1. Krizin devlet politikaları ve desteğiyle atlatılabileceğini düşünüyorum				
	Mimar		Turizmci	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	3	4,7	5	8,9
Katılmıyorum	5	7,8	12	21,4
Kararsızım	11	17,2	15	26,8
Katılıyorum	37	57,8	10	17,9
Kesinlikle Katılıyorum	8	12,5	14	25,0

C2. Krizin mesleki birlikler desteğiyle atlatılabileceğini düşünüyorum				
	Mimar		Turizmci	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	1	1,6	3	5,4
Katılmıyorum	18	28,1	30	53,6
Kararsızım	25	39,1	10	17,9
Katılıyorum	16	25,0	9	16,1
Kesinlikle Katılıyorum	4	6,3	4	7,1

C3. Krizin kişisel çabalarla atlatılabileceğini düşünüyorum				
	Mimar		Turizmci	
	n	Oran (%)	n	Oran (%)
Kesinlikle Katılmıyorum	6	9,4	14	25,0
Katılmıyorum	31	48,4	27	48,2
Kararsızım	16	25,0	7	12,5
Katılıyorum	10	15,6	3	5,4
Kesinlikle Katılıyorum	1	1,6	5	8,9

Çalışmanın ikinci aşamasında A ve B grubu sorulara verilen cevapların ortalaması alınarak iki araştırma grubunun bu iki soru grubu konusundaki düşünceleri arasında farklılık olup olmadığı bağımsız T testi ile analiz edilmiştir (Tablo.9). Yapılan testin sonucunda mimarların ve turizmcilerin Rusya krizinden kendi sektörlerinin olumsuz yönde etkilenmesi ve sektörlerinin yakın zamanda düzelmesi konularındaki düşünceleri arasında istatistiksel olarak da anlamlı bir farklılık bulunmadığı belirlenmiştir ($p>0,05$).

Tablo.9. A ve B grubu soruların ortalamalarına göre Bağımsız T Testi sonuçları

	Pozisyon	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)
Sektör Olumsuz Yönde Etkilenmesi	Mimar	64	3,97	0,77	0,09	2,166	0,144	0,986	118	0,326
	Turizmci	56	4,11	0,83	0,11					
Sektörün Yakın Zamanda Düzelmeye	Mimar	64	2,92	0,72	0,09	3,310	0,071	-1,588	118	0,115
	Turizmci	56	2,69	0,87	0,11					

(1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum)

7. Tartışma ve Sonuç

2015 yılı Kasım ayında Rusya ile politik ilişkilerin bozulması ve yine yakın zamanda yaşanan terör saldırıları nedeniyle Türkiye'ye olan turistik talep olumsuz yönde etkilenmiştir. Özellikle Rus turist için önemli bir cazibe merkezi olan Antalya ili de domino etkisi yaratan bu krizden büyük ölçüde yara almıştır. Rusya'dan ülkemize giriş yapan Rus turist sayısındaki düşüş de bu durumun açık bir göstergesidir. Turizm sektörünün gerek pozitif gerekse negatif etkileri kısıtlı bir alanda sınırlı kalmayıp çevresini de beraberinde etkilemektedir. Bu nedenle turist sayısındaki hızlı düşüş paralel olarak yapım sektörünü de aynı hızla etkilemiştir. Bu etkiye turizmcilerin ve mimarların bakış açısını ortaya koymaya çalışan alan araştırması sonucu göstermektedir ki her iki araştırma grubu da bağlı oldukları sektörün krizden olumsuz yönde etkilendiği görüşünde olmasına rağmen kriz sonrası sektörün düzelmesine ilişkin olarak kararsız bir duruş sergilemektedirler. Bunun temel sebebi Rusya krizinin daha önce yaşanan krizlerden farklılık göstermesi ve Rus hükümetinin politik araç olarak ilk başta iki ülke arasındaki turizm ve ticaret faaliyetlerini durdurmasıdır. Böyle bir ambargonun sonuçlarıyla karşı karşıya kalan turizm ve yapım sektörleri kendi içinde de belirsizliklerle yüz yüze kalmıştır.

Diğer taraftan her iki sektör de çözümün ancak devlet politikaları ile sağlanabileceği görüşündedir. 2016 yılı Temmuz ayında her iki ülkenin en üst seviyesinde yapılan politik müzakereler sonucu Rus hükümeti tarafından Türkiye'ye giriş yasağının kaldırılması Türkiye'de ve özellikle Antalya'da turizm faaliyetlerini kısmen de olsa canlandırmıştır. Bu canlanma kriz etkilerinin devlet politikaları yoluyla azaltılabileceğinin de bir göstergesi olmuştur. Bununla birlikte özellikle turizm sektörü için mesleki birliklerin sektör çalışanları tarafından bu tür olumsuz durumlarda itici bir role sahip olduğunun düşünülmemesi ise oldukça düşündürücüdür. Temsil ettikleri meslek grubunun her alandaki çıkarlarını gözetmekle ve gelişimini sağlamakla sorumlu mesleki birliklerin, meslek odalarının faaliyet gösterdikleri alanda daha aktif olmaları ve bu tür kriz ortamlarında daha aktif çalışmaları gerekmektedir. Her ne kadar bazı mesleki birlikler tarafından çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılsa da bu çözüm önerilerinin sektör temsilcileri tarafından kabul görmediği açık olarak görülmektedir. Benzer bir şekilde krizin kişisel çabalarla atlatılamayacağı görüşünün hakim olması da üzerinde düşünülmesi gereken bir başka önemli noktadır. Gerek yapım sektörü temsilcileri gerekse turizm sektörü temsilcileri elini taşın altına sokarak istihdamda herhangi bir azalmaya gitmeden uygulayacakları kriz yönetimi planıyla bu sancılı dönemi mümkün olan en az hasarla atlatma yolunu tercih etmelidirler. Aksi halde sadece devletin alacağı önlemlerle yetinerek her iki sektörün ekonomiye olan katkılarını korumak mümkün olmayacaktır. Diğer taraftan özellikle turizm sektörü temsilcilerinin Rus turizm pazarına alternatif olarak başka turizm pazarlarına da yönelerek müşteri çeşitliliğini artırması ülkeler arası yaşanan bu tür krizlerde sektöre yansıyan olumsuz etkileri azaltma konusunda önemli faydalar sağlayacaktır.

Kaynaklar

- AKTOB Akdeniz Turistik Otelciler Ve İşletmeciler Birliği, (2014). *Turizm Sektörünün Yapısı, Büyüklüğü ve Ekonomiye Katkısı Turizm ve Konaklama Sektörünün Sosyo-Ekonomik Etkileri*. Aktob Araştırma Birimi Yayınları.
- Albeni, M. ve Ongun, U., (2005). Antalya Turizminin Türk Turizmi İçerisindeki Yeri ve Krizlerin Antalya Turizmi Üzerindeki Etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 93-112.
- Bahar, O. ve Kozak, M., (2005). Türkiye Turizminin Akdeniz Ülkeleri ile Rekabet Gücü Açısından Karşılaştırılması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 139-152.
- Baş, T., (2001). *Anket*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Dinçer, Ö., (1998). *Stratejik Yönetim*. İstanbul, Beta Yayıncılık.

- Fletcher, J. and Morakabati, Y., (2008). Tourism Activity, Terrorism and Political Instability within the Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya. *International Journal Of Tourism Research*, 10, 537-556.
- Güvenek, B. ve Alptekin, V., (2015). Turistlere Yönelik Terör Saldırılarının Turizme Etkisi: Türkiye Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 17(1), 21-38.
- Issa, I. A. and Altinay, L., (2006). Impacts of Political Instability on Tourism Planning and Development: The Case of Lebanon. *Tourism Economics*, 12(3).
- Ioannides, D. and Apostolopoulos, Y., (1999). Political Instability, War and Tourism in Cyprus: Effects, Management and Prospects for Recovery. *Journal of Travel Research*, 38(1), 51-56.
- Kesimli, İ. G., (2011). Turizm Perspektifinden Politik Krizlerin Ekonomiye Yansımaları. *Electronic Journal of Vocational Colleges*, 25-42.
- Leung, P., Lam, T. and Wong, S., (1996). Tourism Development in Cambodia: An Analysis of Opportunities and Barriers. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 1(2), 27-33.
- Lepp and Gibson, H. (2003). Tourist Roles, Perceived Risk and International Tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 606-24.
- McKercher, B. and Hui, E. L. L., (2004). *Terrorism, economic uncertainty and outbound travel from Hong Kong*. In C. M. Hall, D. J. Timothy & D. T. Duval (Eds.) *Safety and Security in Tourism. Relationships, Management and Marketing*, New York: Haworth Press.
- Murat, S., Şener, S. ve Yılcı, V., (2013). İktisadi Krizler, Doğal Afetler, Terör Faaliyetleri Türkiye'ye Gelen Turistler Üzerinde Etkili Mi? *İktisat Fakültesi Mecmuası*, 63(1), 1-15.
- Okumus, F. ve Karamustafa, K., (2005). Impact of an Economic Crisis Evidence from Turkey. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 942-961.
- Özdal, H., Özertem, H.S., Has, K., Demirtepe, M. T., (2013). Türkiye- Rusya İlişkileri Rekabetten Çok Yönlü İşbirliğine. *Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kurumu, UDAK- Avrasya Araştırmaları Merkezi*, USAK Rapor No:13-06.
- Pförr C. and Hosie P. J., (2008). Crisis Management in Tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 23(2-4), 249-264, doi: 10.1300/J073v23n02_19
- View Article: DOI: http://10.1300/J073v23n02_19
- Richter L.K., (1980). Political Uses of Tourism: A philippine Case Study. *The Journal of Developing Areas*, 14, 237-257.
- Saha, S. and Yap, G., (2014). The Moderation Effects of Political Instability and Terrorism on Tourism Development: A Cross-Country Panel Analysis. *Journal of Travel Research*, 53(4), 509-521.
- Seddighi, H. R., Theocharous, A. L. and Nuttall. M. W., (2002). Political Instability and Tourism. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 3(1), 61-84.
- Sönmez, S. (1998). Tourism, Terrorism and Political Instability. *Annals of Tourism Research*, 25(2), 416-456.
- Sönmez, S., Apostolopoulos, Y. and Tarlow, P., (1999). Tourism in Crises. *Journal of Travel Research*, 38(1), 13-18.
- Thomas, B. (2009). *The Dark Side of Zionism: The Quest for Security Through Dominance*. Lanham: Lexington Books.
- Yarcan, Ş., (2007). Coping with Continuous Crises: The Case of Turkish Inbound Tourism. *Middle Eastern Studies*, 43(5), 779-794.
- Yenişehirlioğlu. E., Erdoğan Ç., Polat, S. ve Sarıışık, M. https://www.academia.edu/6484777/POL%C4%B0T%C4%B0K_KR%C4%B0ZLER%C4%B0N_TUR%C4%B0ZM_TALEB%C4%B0_%C3%9CZER%C4%B0NDEK%C4%B0_ETK%C4%B0S%C4%B0NE_Y%C3%96NEL%C4%B0K_B%C4%B0R_ARA%C5%9ETIRMA_MISIR_TUR%C4%B0ZM%C4%B0, Son Erişim Tarihi: 01.08.2016

Extended English Abstract

Purpose of the Study

The purpose of this study is to reveal the tourism and construction industries representatives' perspectives on the crisis between Turkey and Russia in November 2015. For this purpose Antalya province, where is situated in the first place in our country with the income tourism provides, is selected as the field of study. The opinions of these two industry representatives gain importance to reduce the effects of the crisis and to create a road map as soon as possible. Because of this, effects of the Russia crisis on these two industry representatives' are investigated in the scope of the study. Also both sides' opinions regarding to overcome the Russia crisis and their opinions regarding to participant who should make effort to overcome the crisis are investigated.

Methodology

This study is based on a survey that is applied to both tourism professionals and architects. Intendent population of the survey was limited with tourism department managers and senior executives. The survey is consisted from two parts. Age, gender, educational background, professional experience and positions of the participants are analyzed in the first part of the survey. In the second part of the survey questions regarding the opinions of the participants about Russia crisis were asked by using five point likert scale (1: Disagree strongly, 5: Agree strongly). This part of the survey was prepared by using three different groups of questions as group A, group B and group C. Questions of all groups are defined as below.

Group A questions;

- I think the Russia crisis affected tourism/construction sector negatively.
- I think the Russia crisis will affect my position negatively.
- I think the Russia crisis will affect my work capacity.

Group B questions;

- I think the Russia crisis could be overcome as previous crisis
- I think losses of the Russia crisis can be eliminated in a short time.
- I think my sector would get better without changing my field of activity.

Group C questions;

- I think the crisis might be overcome by the government policies and government support.
- I think the crisis might be overcome by professional associations' efforts.
- I think the crisis might be overcome by personel effort.

At the beginning of the survey a pilot survey involving 20 person is conducted. According to this pilot survey results Cronbach Alpha reliability coefficient of the study is found $\alpha : 0,778$. The survey is conducted during April and March in 2016. Participation of 56 tourism representatives and 64 architects are provided. Collected data was interpreted by using SPSS programme (Statistical Packages for Social Sciences).

Results

Results of the answers received from group A questions show that although both of the tourism professionals and architects think that their sector is affected from the Russia crisis in a negative way, the tourism professionals take a firm stand on this idea.

Results of the answers received from group B questions show that both sides think that their sector will be in a better position in the future. On the other hand both of them are hesitant about

elimination of losses and changing field of their activity because of the crisis.

Results of the answers received from group B questions show that both of the tourism professionals and architects think that the most effective way for overcoming this crisis is government policies that should be implemented. Both sides think that neither professional associations' efforts nor personal efforts would have impact on overcoming the Russia crisis.

Discussion and Conclusion

Tourist demand to Turkey was affected in a negative way from deterioration of political relations between Turkey and Russia in 2015. Antalya province was heavily wounded from this crisis as a major center of attraction for Russian tourists. Decline in the number of Russian tourists visiting our country from Russia is also a clear indicator of this situation. Positive and negative effects of the tourism do not have influence on a limited area. Both of the effects have influence on other sectors which are related to tourism. Decline in the number of tourists has also affected to construction sector correspondingly. Although both of the tourism professionals and architects think that their sector is affected from the Russia crisis in a negative way, they are both hesitant about improvement of their sector. It is possible to say that this indecision arises from differences of Russia crisis from previous crises. Different from previous crises, Russian government stopped tourism and trade activities between the two countries as a political tool during Russia crisis. When tourism and construction sector are faced with such an embargo, both sectors have also faced with uncertainty.

On the other hand both sides think that solution of this crisis could be found by government policies. Canceling the exclusion order to Turkey by the Russian government in July 2016 revives the tourism in Turkey and especially in Antalya. This revival could be seen as an indicator of reduction of the negative impacts of the crisis by the government policies. On the other hand it is thought-provoking that professional associations are not assumed as a driving force especially by tourism professionals. Professional associations should work more actively during this type of crisis. Although some alternative solutions are developed by some professional associations, it is clear that these solutions are not approved by the sector representatives. Similarly the thought of impossibility for overcoming the crisis by personal effort is another important point that should be considered. Both tourism professionals and architects should develop crisis management plans and implement them properly without employment decrease. Only by this way the crisis might be overcome with minimum losses. Otherwise it would not be possible to protect the contribution of these sectors to the economy.