



**T.C. İSTANBUL TİCARET  
ÜNİVERSİTESİ**

**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**WORKING PAPER SERIES**

**Tartışma Metinleri**

**WPS NO/201/2018-10**

**TÜRKİYE VE ÇİN HALK CUMHURİYETİ ARASINDA TURİZM VE  
TURİSTİK TİCARET POTANSİYELERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Aynur ABULA<sup>1</sup>**

---

<sup>1</sup> [aynurtoprak@hotmail.com](mailto:aynurtoprak@hotmail.com), İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi. Bu çalışma halen devam etmekte olan ve İstanbul Ticaret Üniversitesi Rektörlüğü YAPKO Birimi Tarafından Desteklenen “Çin İdare Hukuku ve ÇHC Ticari Başarısına Etkileri: Türkiye İçin Dersler/Öneriler” adlı proje kapsamında kaleme alınmıştır ve makale yazarı Yüksek Lisans tezi çalışmalarını bu konu hakkında sürdürmektedir.

## Özet

Çin, dünyanın en önemli ülkelerinden birisidir ve etki alanı sürekli genişlemektedir. Bununla beraber Çin'in yükselişi oldukça ilginç olmuştur. 1960 yılından itibaren nükleer bir güç olarak varlığını hissettirmeye başlamıştır. 1971 yılında Birleşmiş Milletler Güvenlik Konseyi'nin daimi üyesi statüsüne yükselmiş ve dünya siyasetinde önemli roller üstlenmeye başlamıştır. Ancak Çin'in etkisi, 1990'lardan itibaren artmıştır. 1990 yılından itibaren küresel ekonomik sisteme kendini entegre eden Çin ekonomik bir "güç merkezi" olarak adını yeniden duyurmuştur. Türkiye ile Çin arasındaki ekonomik ilişkinin boyutları değişmeye başlamıştır. Gün geçtikçe büyüyen iki ekonomi olan Çin ve Türkiye arasındaki ihracat-ithalat artmaktadır. Buna bağlı olarak Turizm sektöründe de yeni gelişmeler olması olasıdır. Bundan dolayı Türkiye turizmine Çin'in katkısı artmaktadır. Bu makalede Çin ile Türkiye arasında ki ticari ilişkiler ve iki ülke arasında ki mevcut Turizm gelir-giderleri ve potansiyelleri gibi konular karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Ancak makalede Çin ile Türkiye arasındaki Ticaret ilişkisinin farklı branşlarına konuların genişliği dolayısıyla girilmemiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Ticaret, turizm, Çin, Türkiye, ekonomi.

## Abstract:

China is one of the most important countries in the world and its domain is constantly expanding. However, the rise of China has become quite interesting. From 1960 onwards, she began to make her presence been felt as a nuclear power. In 1971 she ascended to the status of permanent member of the United Nations Security Council and began to play an important role in the world politics. However, the influence of China has increased since the 1990s. Since 1990, China, which integrated itself into the global economic system, re-announced its name as an economic "power center". The size of the relationship between Turkey and China has started to change. Export and import volume is increasing day by day between Turkey and China which are two expanding economies. As a result, new developments in the tourism industry are possible. Therefore, contribution of China to the Turkish tourism is increasing. In this article, trade relations between the two countries China and Turkey and issues such as the existing and potential tourism revenues and expenses were comparatively investigated. However in this article, it is not mentioned about the other branches due to their wide size of the economic relationship between China and Turkey.

**Key words:** Trade, Tourism, China, Turkey, Economy

## **Giriş**

Çin Halk Cumhuriyeti geçtiğimiz yüzyıl içerisinde klasik bir tarım toplumu iken komünist devrim sonrasında sanayileşme ve Çin tipi bir modernleşme ile yeni bir döneme girmiştir. Bu sancılı süreç, Çin halkının büyük fedakârlıklar göstermesi ve zorluklara göğüs germesi ile mümkün olabilmiştir. Bu dönüşüm, toplumun, siyasetin veya ekonomik hayatın tamamını etkilemiştir. 1980 yılından sonra Çin, dünya nüfusunun neredeyse beşte birine sahip olan dev bir ülke konumuna yükselmiştir. Bir güç olarak nüfus avantajını, ucuz iş gücü ve devlet tekeliindeki ucuz enerji maliyetleriyle büyük bir rekabet avantajına çevirmiştir.

Özellikle 1980'lerden bu yana Çin ile Türkiye arasındaki üst düzey karşılıklı ziyaretler artmış ve ilişkiler hızla gelişmiştir. Bu arada, Çin ve Türkiye de farklı konularda bir dizi ikili anlaşmalar yapılmıştır. Çin ve Türkiye arasındaki ilişkiyi gözlemlemek için dört boyutlu bir perspektif gerekmektedir; ekonomik, politik, kültürel ve uluslararası işbirliği açısından olaylar analiz edilmelidir. Çin ile Türkiye arasındaki ticari ilişki; küresel pazarlama, ihracat-ithalat, turizm gibi sektörler gelişmeye başlamıştır. Bugün herhangi bir mağazaya gittiğimizde oyuncak, tekstil ürünü veya elektronik cihazın üzerinde “Çin’de üretilmiştir” damgasını görmekteyiz. Bu tablo, Çin gibi devasa demografik ve siyasi güce sahip olan bir ülkenin küresel ekonomiye inanılmaz bir hızla entegre olduğunu ve katkılar sunduğunu göstermektedir.

## **1. Çin ve Türkiye Turizmi ile İlgili İnceleme**

### **1.1. Çin Halk Cumhuriyeti'nde İç ve Dış Turizm**

Çin coğrafyasının genişliği tarihteki yeri ve zenginliği kültür yapısı nüfusunun fazlığıyla tüm ülkeler tarafından dikkat çekmektedir. Çin'in kendi has doğası kültürel zenginlikleri çeşitli örf adetleri ve mutfak sanatlarına sahip olması diğer ülkelerden farklı çeşitli olması turizm endüstrisini ön plana koymaktadır (Işık; Serçeoğlu,2015,s,9). Bunun yanı sıra, öncelikle turizm ile dış ticaret arasında uzun dönemli bir ilişki ve tek yönlü nedensellik vardır. Turizm ile ticari açıklık arasında iki yönlü nedensellik vardır. Turizm ile cari işlemler açığı arasında uzun dönemli ve ters yönlü ilişki vardır. Turizm sektörü dış ticaret hacmi, ihracat ve ithalat üzerinde etkilidir (Kırca;Topal, 2017, s.96-100). Günümüzde önemli bir destinasyon haline gelen Çin'in ekonomik küreselleşmenin arka planında Çin'in turizm endüstrisi büyük fırsatlar doğuracaktır. Küreselleşme, dış dünyaya açılmasının sürekli gelişmesi ve büyümesi için elverişli koşullarını sağlamıştır.

Kentsel ve kırsal sakinlerinin gelirlerindeki istikrarlı artış turizm sektörün büyüme aşamasına getirecektir. İç talebinin genişlemesinin ve üçüncül sanayinin gelişmesini hızlandırmaya yönelik politika hedeflerinde turizm endüstrisinin gelişmesini desteklemektedir. Bununla birlikte Çin'in bazı turizmi destekleyen endüstrileri ile ilgili sektörlerindeki mevcut gelişmeler nispeten zayıf. Ülkenin politik destek çalışmalarını iyileştirmesi lazım gelmektedir (Wen, 2018). 1998 yılından sonra Çin'deki turizm geliri 239 milyar 100 bin Yuan olurken, 1998 yılından sonraki yılları takip rapora bakıldığında %18,4 oranını yükselterek 283 milyar 100 bin Yuana ulaşmıştır. Dünya turizm sıralanmasına göre, Çin 2012 yılında 57 milyon aşkın turistle fazla turizm geliri elde eden ve en çok turist ağırlayan ülke olarak seçilen 10 ülke arasında 4. sırada yer almıştır.

Türkiye Otelciler Federasyonu, 2014 yılında yayımlanan turizm değerlendirme raporunda uluslararası turizm hareketlerinde en fazla harcama gerçekleştiren ülkeler sırasında Çin 2012-2013 yılında ilk sırada olduğunu göstermektedir. Ayrıca raporda, Çin 2012 tarihi itibarıyla Almanyalı ve Amerikan turistleri geride bırakarak dünya sıralarında en çok turizm harcama yapan turizm seyahat trendler açısından önem taşıyan ülkelere baktığında Çin %26'lık rekor gelişmelerle ikinci sırada olduğunu tespit etmektedir (Işık & Serçeoğlu,2015, s,3-8).

### **1.2. Türkiye'de İç ve Dış Turizm**

Geçmiş yıllarda gelen talepler yüzüne o kadar önemsemeyen turizm şimdiki geçmişte kaçırdıklarını şimdi geç olsa da anlamıştır. Yurtiçi turizm pazarlarında farklı etkinlikleri farklı gösterileri yaparak Türkiye'nin toplumsal yapısına katkı sağlayarak dış turizme zemin hazırlamaktadır. Pekiyi, dış ve iç turizm nedir?

Yaşadığımız yerden farklı ülkelere geçiş gerçekleşmişse bu "dış turizm" iç turizm kendi yaşadığımız ülke sınırları içinde gerçekleşmişse bu "iş turizm" normalde iç turizm yerli halklardan ulaşılmış olup bunlar "yerli turist" olurlar.

İç turizm, pasaport yabancı dil ve döviz gerektirmeyen döviz getirisi olmayan ama turizm yoluyla milli geliri getiren ve dengeyi sağlamakta önemli katkıda bulunmaktadır. Aynı zamanda kişi kendi ülkesinde doğal ve kültürel değerlerini öğrenmekle birlikte kültürel değerlerini sevmesine yardımcı olmasıyla birlikte sosyal faydası yüksek olan turizm şekillendirir.

İç turizmin artmasıyla ve gelişiyile Türkiye'nin ekonomisini olumlu şekilde etkiler iç turizmin gelişimi Türkiye içindeki uluslararası firmaların ve işletmelerin rekabet edebilmesi için önemlidir. Çünkü iç turizm yoluyla Türkiye'ye Çin'e yönelik turizm işletmelerine hizmet sunan müşteri memnuniyeti zamanla hizmet kalitesini esnek ve hızlı bir şekilde kendi konularını geliştirme fırsatı bulmaktadır. Ülke içinde rekabet eden işletmelerin ülke dışındaki rakipleri ile rekabet edebilmeleri ve daha kolaydır. Ayrıca ülke içindeki işletmeler ve turizm firmaları iç turizm yoluyla elde ettikleri gelirlerini dış turizmi geliştirmek için de kullanabilirler.

Cumhuriyet tarihine bakılırsa Türkiye'de şöyle bir incelediğimiz de iç turizm hareketinden daha önce dış turizmin olduğunu görülmektedir. Bir ülkenin iç turizmin gelişmesi zamanla dış turizmin gelişiminde de daha kolay olacaktır. Bir ülkede kişi başına düşen gelir artıkça iş turizme tabi dış turizm de artar .

Dolayısıyla sağlıklı turizm geliştirmek ne iç turizmin desteklemekle ne de sadece dış turizmin desteklenmesiyle mümkündür. Bütünsel anlamda verimli bir şekilde turizm gelişiminin sağlanabilmesi ve sürdürülebilmesi için iç turizm ve dış turizmi birlikte ve dengeli bir şekilde geliştirmek çok önemlidir. İç turizmini geliştirmiş ülkelerin dış turizmde de başarılı oldukları ve ekonomisi de çok başarılı bir şekilde gerçekleşmesi bilinmektedir (Kervankıran & Çuhadır,2017, s.3-15).

## **2. Çin ve Türkiye'nin Turizm Gelirleri**

### **2.1. Çin'in Turizm Gelirleri**

Çin Halk Cumhuriyeti doğal güzelliğiyle kaç bin senelik tarihi kültürüyle ve nüfusun fazlılığı turizm açısından dünyada önemli bir konuma sahiptir. Dünya ekonomisinin en sağlam ve en büyük endüstrilerinden biri olan turizm Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü tarafından yayınlanan en son Dünya Turizm Barometresi'ne göre, 2015 yılında uluslararası turist sayısının 2014 yılına göre % 4.4 oranında artarak 1184 milyar kişiye ulaştığını açıklanmıştır (Rapor, 2016). 2017 yılında ülkeye giren yabancı turist sayısı 42.94 milyon (komşu ülkelere gelen ziyaretçi sayısı dahil) %74.6'sı Asya

%8.2'sini Amerika %13.7'sini Avrupa %2.7'sini Okyanusya %1.5'ini Afrika ve %1.5'ünü oluşturdu. Bunlar arasında yaşlarına göre 14 yaş altı kişilerin oranı %3.1, 15-24 yaş aralığı %13.2, 25-44 yaş aralığı 49.9, 45-64 yaş aralığı %29.2, 65 yaş ve üzerinde %4.5 cinsiyette erkeklerde yüzde 60.7 kadınlarda % 39.3'tür. Amaca yönelik olarak %13.3'lüğü toplantı/iştirak, %37.1'ini turizm ve eğlence, %2.6'sı akraba ve arkadaş ziyareti, %14.8'ini hizmet verenler %32.3'ü ise %32.3 olarak gerçekleşmiştir (Yuqing, 2017). Görüldüğü üzere, büyük çoğunluğu Asya ülkelerinden olmak üzere Çin'e giren turist sayısı geçen yıl itibariyle 43 milyonu bulmuştur ve bu orta büyüklükte bir ülkenin nüfusu kadardır.

Çin uzun yıllardan beri dünyanın en büyük turist kaynağı olarak ülkesini korumuştur. 2017 yılının tüm yılında Çin vatandaşlarından gelen turist sayısı bir önceki yılın aynı dönemine göre %70 artışla on üç milyon oldu. Burada da Çinli turist sayısını artışı ve taşıdığı potansiyeli görmek gerekir. Yurtdışına çıkan Çinli turist sayısının orta büyüklükte üç ülke kadar olduğunu görüyoruz. Herkesin pay kapmak için yarışacağı kadar büyük bir pazar potansiyeli olduğu açıktır.

### **. Turizm Sektörünün 2017 Yılında Gelişme Durumunun Analizi**

Yurt içi turizm gelirleri büyümeye devam ediyor. Şu anda periferik turlar parçalanma ve yerel oyunları turist davranışının önemli özellikleri haline gelmiştir. Çoğu turist cep telefonlarından Raiders'a göz atarak yorumları okuyarak geziler yapmaları takip ederek seçimler yapmaktadır. Ziyaretçiler turizm ürünlerinin anlık ürün tüketimini daha fazla talep ediyorlar. Gezici nüfus arasında işyerine yeni gelenler en güdülü talepkarlar ve kalabalıklar su rekreasyonu açık hava maceraları adalar ve kaplıcalar gibi doğal cazibe merkezleri hakkında iyi bir izlenime sahip bulunmaktadır.

2016 yılında Amerika Birleşik Devletleri'ni ziyaret eden Çinli turist tahminlerine göre yaklaşık 5 milyon oldu. Amerika Birleşik Devletleri'ni 2017 yılında ziyaret edenlerin sayısı 5 milyonu aşmıştır. Ayrıca 2017 yılında Çinli turistlerin ziyaret ettiği popüler bölgeler Filipinler Sri Lanka ve hatta Antarktika'ya yayıldı. Geçtiğimiz 10 yıl içinde Güney Kutbu'na gelen Çinli turist sayısı 40 kat arttı. İnsanların daha da iyi bir yaşam için özlemleri ile geleneksel turizm projeleri artık insanların peşinden koştuğu hedef haline gelmiyor. Özelleştirilmiş ve kişiselleştirilmiş turizm ürünleri giderek daha fazla tercih ediliyor (Çin Turizm Ticaret Hizmet Tez Sitesi, 2017). Yurtiçi turizmin anketine göre, 2017 yılında yerli turist sayısı 5.01 milyar oldu. Bu rakam geçen yıldaki dönemine göre %12.8 arttı. Bunlar arasında 36.77 milyar şehir sakinleri %15.1'lik bir artış ve 13.24 milyar kırsal bölge sakinleri %6.8'lik bir artış vardı. Yurtiçi turizm geliri geçen yılınki dönemine göre %15.9 artışla 4.57 trilyon Yuan oldu. Bunların arasında şehir sakinleri %16.8 artışla 3.77 trilyon yuan kırsal kesim ise %11.8 artışla 0.80 trilyon yuan harcamıştır (Araştırma sitesi, 2017).

## ***2.2. Türkiye'nin Turizm Geliri***

Türkiye'de turizm sektörü 1980 yılından sonra "dönem noktası" olarak önemli noktaya gelmesi ekonomiye büyük katkı sağlamıştır. 24 Ocak'ta alınan ekonomik kararlarının alınmasından sonra Türkiye de ithal ikameci politika yerini ihracata yönelik sanayileşme stratejisine bırakmıştır. Türkiye ekonomisinin temel prensibi olarak kabul edilen serbest piyasa ihracat odaklı sanayileşmenin gerçekleştirilmesinde turizm sektörü; kolay etkili verimli ve nispi olarak da ucuz bir araç olarak görülmüştür (Kızılkaya, Sofuoğlu&Karaçor, 2016, s.204). Türkiye turizm geliri açısından gelişmiş ülkeler içinde ön sıralarda bulunmakta bu nedenle turizm sektörünü daha da geliştirmek için Türkiye'nin sahip olduğu potansiyelin ortaya çıkması Türkiye gelen turist akımı üzerinde etkili olan faktörlerini belirlenmesi lazımdır.

Turizmin ilave istihdam taşıması birçok ülke için döviz vergi gibi bir süre ürünün gelir kaynağıdır. Türkiye 2006 tarihin dan itibariyle turizm geliri ise 733milyar dolar küreselleşmiş turist sayısı 846 milyon kişiye ulaşmıştır. 2020 yılında bu değerle 2 trilyon dolara çıkacağı ve 1.56 milyar kişi tahmin edilmektedir.

Bu birinci, tabloda Türkiye'nin turizm gelirinin yıllarına göre arttığını ama 2014 yılından sonra karşılaştığımız 10 yılda ciddi bir şekilde %10.05 bir oranla düşmeye yaşandığını göre biliyoruz. 2014 yılından sonra turizmde büyük bir düşüşle karşı kaşıya kalmaktayız (Karagöz, 2018, s.149).



Kaynak: Yaşar Çelik, Turizm Günlüğü İşte Türkiye'nin Geliri ve Gideri, <https://www.turizmgunlugu.com/2017/09/11/turkiyenin-turizm-geliri-gideri-aciklandi/>

İkinci tabloda, 2014 yılından sonraki düşüş Türkiye'nin turizm geliri döviz gibi etkinliklerde büyük bir kriz içinde olduğunu fark ederiz. 2014, 2015, 2016 2017 yıllardaki rakamlar verildiği gibi 2017 yılının ocaktan Haziran'a kadar olan turizm geliri 8 78 milyar ABD doları olarak verilmiştir. Bu geçen yılın %29 oranında düşüşü ile devam ediyor.





Kaynak: Yaşar Çelik, Turizm Günlüğü İşte Türkiye'nin Geliri ve Gideri, <https://www.turizmgunlugu.com/2017/09/11/turkiyenin-turizm-geliri-gideri-aciklandi/>

### 3. Çin ve Türkiye Arasındaki Mevcut Turizm Gelirleri

Türkiye, sahip olduğu doğal güzellikleri kültürel mirası ile turizm sektörü açısından dünyanın en önemli gücüne sahip olup, Çin Halk Cumhuriyeti ile Türkiye'nin derinleşmiş ticari ilişkilerinden başka turizm sektörü alalında da ikili ilişkilerinin sağlanabilmesi için Çin Halk Cumhuriyetinden gelen Çinli turistlerin Türkiye'ye ziyaret edebilmesi için Türkiye-Çin "Resmi Turizm Güzergahı" "statüsü altında mutabakat imzalanmıştır. 2001 yılında farklı farklı sözleşmeler imzalanmış olup 2002 yılında Çin'in başkenti Pekin'de açılan turizm ofisi Türkiye'nin tanıtım ve reklam faaliyetleri yürütmekte bu faaliyetlerinin devamlığı için havacılık alanında eksik olması Çin-Türkiye arasında ikili ilişkilerin atılacak ortak adımları turizm potansiyellerinin değerlendirilmesi açısından en önem arz etmektedir. Ayrıca yurtdışı seyahatine çıkmış olan Çinli yabancı turistlerin değer Uzakdoğulu turistlerinin bulunduğu gibi deniz turizminin yanı sıra Türkiye'de bulunduğu doğal güzelliği ve kültürel açıdan zenginliği kültür turizmi için büyük önem vermektedir. Bu açıdan Çin'in bu büyük potansiyeli tarafından değerlendirilmek için ülkemiz çeşitli çalışmalar yürütmekte böylece iki ülke arasında imzalanması gereken Pekin'de işbirliği anlaşması 09/05/1991 yılında imzalanmıştır. Türkiye'nin Çin resmi turizm güzergahı statüsünün haiz asabilmesi için 14/12/2001 tarihinde mutabakat zaptı imzalanmıştır. Söz konusu Mutabakat Zaptı Resmi Gazete'de 01/04/2002 tarihinde 24713 sayıda yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Çin Halk Cumhuriyeti'nin Ulusal Turizm İdaresi Başkanlığı ve Turizm Kültür Bakanlığı'nın belirlenmiş olduğu Mutabakat Zaptı uyarınca belirlenmiş olduğu seyahat acentelerinin listelerini birbirine iletmiştir.

Ziyaret amaçlarına göre yapılan istatistik çalışmalarda Çin Halk Cumhuriyeti'ne ziyaret eden yabancıların Türkiye'den gelen ziyaretçiler sayısının çok düşük olması sebebiyle "diğer ülkeler" olarak değerlendirilmektedir. Çin Halk Cumhuriyeti'ne gelen ziyaretçi sayısı 2010 yılında ki turist sayısı 26.1 milyon kişi iken bu rakam 12.4 milyon turist tanımına altına gelmiş bulunmaktadır. Türkiye'nin de içinde bulunduğu Avrupa ülkelerden gelen turist sayısı 3 milyon olarak kayıt edilirken diğer Avrupa ülkeler arasında (Türkiye'nin bulunduğu) sadece 223.000 turist olarak götürülmektedir (Çin Turizm Ticaret Hizmet Tez Sitesi, 2017). Kısaca belirtmek gerekirse, Çin ve Türkiye'nin nüfusu içinden çok küçük bir kitlenin turist olarak karşılıklı ülkeleri ziyaret ettikleri görülmektedir. Ancak bu sayılar artıyor olsa da hala yetersizdir. Bu Çin ve Türkiye arasındaki siyasi diplomatik olsun ya da ticari ilişki olsun yeterince iyi olmadığını göstergesidir.

#### 4. Çin ve Türkiye Arasında Mevcut Turizm Gelirleri ve Potansiyel İncelemesi

Uluslararası işbirliği girişimi Türkiye'nin ve Çin'in olan ihtiyaçlarını ve talep avantajlarını belirledi. Ayrıca birbirine olan işbirliği şu beş yönlü olmalı; ancak her iki tarafında birbirinin gerçeklerini görmezden gelmemelidir. Bilgi asimetrisinin anlaşılması bazen yanlış anlamlar verebilir. Türkiye'nin jeopolitik yönetimi ekonomik ilişkileri daha karmaşık hale getirmesi, Çin'in "bir kuşak ve bir yol" çevresinde Türkiye ile işbirliğinde birçok riskle karşı karşıya kalabilir. Açıklamada Türkiye ile Çin arasında temel bir çıkar bulunmuyor. İki ülke arasında İpek Yolu'nun yeniden gündeme gelmesi, yeni avantajlar doğurmaktadır. İki ülke arasındaki sorunlar, politik iletişim ile çözülebilir. ve hükümetin dış değişimlerini güçlendirilmesi yoluyla mevcut riskler çözülebilir. Çin ve Türkiye arasındaki riskler daha düşük bir seviyede olursa arasındaki işbirliği karşılıklı teşvik etmek mümkündür. Türkiye üç kıtayı birbirine bağlayan önemli bir bölge olup "Bir Kuşak ve Bir Yol" boyunca diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye'nin öne çıkan coğrafi konumu ile önemli bir yer sahiptir (Yan Tao 2012). Ayrıca Türkiye sadece Ortadoğu ülkesi değildir; aynı zamanda Orta Asya ile yakın ilişkileri olan bir Türk ülkesidir. Aynı zamanda Avrupa Birliği ülkeleri için bir standarttır; ancak yüksek dereceli bir sekülerleşme derecesine sahiptir. Batı tarafından şu andaki İslam nesline bir örnek olarak kabul edilmiştir. "Bir Kuşak ve Bir Yol" girişimi Çin ve Türkiye arasındaki kültürel işbirliğinin gelişmesine yardımcı oluyor: turizm, film ve televizyona ek olarak eğitim gibi dikkati çeken yeni bir işbirliği alanlardadır: Şu anda her iki ülkenin hükümetleri "Çin-Türkiye İnteraktif Kültür Merkezi" ni aktif olarak desteklemektedir. Anlaşmada, Çin-Türk menşeli karşılıklı tanıma diploması belgelendirme anlaşması ve Çin-Türkiye arasında 2014'ten 2017'ye kadar olan kültürel alışverişler için işbirliği planı vardır. Bu anlaşmalar, kültürel alanda ikili işbirliğini kuvvetle desteklemek, Türkiye ve Çin arasındaki kültürel farklılıklar ve benzerliklerini değerlendirmek için Çinli turistlerin profillerini belirlemek lazımdır. Zira Çinli turistlerin Türkiye geldikten sonradaki beklentilerini ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmek için kültürel farklılık turizm sektöründe çok önemli meseledir. Türkiye'ye ilk gelen bir turistin tekrar Türkiye'yi tercih edebilmesini sağlamak için söz konusu turistlerin beklentilerini karşılayabilmek önemlidir. Örnek vermek gerekirse yemekler Türk mutfağı Çin mutfağından çok farklı olması dini açıdan farklı olması gibi bazı ritüeller olarak söylenebilir. Eğer Türkiye reklam ve tanıtım faaliyetlerini devamlığından yani sıra turizm potansiyeli ile ilgili havacılık alanında atılacak adımlarını ortak atmalı. İki ülke arasında lojistik altı yapı ve ulaştırma modları işbirliği yaptıklarında ticari ilişkilerde ve ekonomik alanlarda büyük katkı sağlanmış olacaktır (Çin Turizm Ticaret Hizmet Tez Sitesi, 2017).

## **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Türkiye, 2011 yılında turist sayısındaki artışla dünya sıralamalarında İngiltere'yi geçerek altıncı sıraya yükselmiş; diğer ülke vatandaşlarını kendine çekmeyi başarmıştır. İstatistik Kurumu'nun Türkiye turizmle ilgili araştırmalarında turizme yönelik revize rakamlarında Türkiye'nin turizm gelirinden elde eden gelir sınırlaması, Dünya sıralamalarında onuncu sırada yer alarak önemli bir turizm ülkesi olduğunu göstermekte ve önemli bir gelir kapısı olarak turizmden yararlanmaktadır. Türkiye'nin geçmişteki turizm konusundaki eksiklerini yavaş yavaş gidermesi, turizmin önemli bir sektör olduğunun anlaşılması ve sektörde profesyonelleşmeyle gelen güçlü rekabet sayesinde bu başarıya ulaşılmıştır. Ayrıca Türkiye, turizm işletmeciliğinin bütün dünyada uygulanan kurallarını uygulamaya çalışarak rekabet gücünü artırmıştır.

Türkiye ekonomisinin turizm sektöründeki başarılı artışıyla dünyanın gözü Türkiye çevrilmiş oldu. Bu ülkelerden birisi de Çin Halk Cumhuriyeti'dir. Büyük bir dış turist potansiyeline sahip olan Çin, karşılıklı olarak Türkiye ile önemli bir turist değişimi ve karşılıklılığı yakalayabilir. Son yıllarda iki ülke arasında turizm anlaşmaları da bu amacı taşımaktadır.

Çin ile Türkiye'nin ticari ilişkileri birkaç bin yıla dayansa bile aralarındaki ticari ilişkiler karşılıklı temelde pek de parlak olmadığını söylemeliyiz. Şöyle ki Türkiye'nin Çin ile olan ticari ilişkilerinin ağırlığını ithalat oluşturmaktadır. Türkiye'nin Çin'e olan ihracatı ise yıllar geçtikçe artış göstermiş olsa da bu Çin'in veya Türkiye'nin yeterli üretim ve ihracat kapasitesinin değerlendirilememesiyle de ilgilidir.

Türkiye'nin Çin'e göre altyapısındaki tamamlanması gereken eksiklikler tamamlanmalıdır. Mesela, havayolu taşımacılığının yetersiz kalması, Çin'e karşı istikrarlı tanıtım politikasının izlenmiyor olması, Çin halkının Türkiye'yi ve turizm alanlarını ve kültürünün tanımıyor olmaları önemli altyapı eksikliklerindedir. Türkiye'nin Uzakdoğu'dan gelecek turist hedefinin düşük olması, Uzakdoğu'dan gelen turistlerin Türkiye coğrafyasını bilmemesi, yiyecekler ve insan ilişkileri konusunda tanımamaktan kaynaklanan önyargıların olabileceği ve bunların düzeltilmesinin tanıtımla mümkün olacağını ifade etmeliyiz. Türkiye ile Çin arasındaki siyasi ilişkilerinin iyi olmasının da Türkiye ve Çin arasındaki turizm, ticaret ve seyahat konusunda büyük etkisi olacaktır. Bunun da her iki ülkede yaşayan halk için faydalı sonuçları olacağını düşünüyoruz (Çin Turizm Geliştirme Raporu, 2016).

## KAYNAKÇA

Cem Işık, Neslihan Serçeoğlu, (2015) İnovasyonel Turizm: Çin Örneği, Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 5, Cilt: 5, Sayı:9, s: 5.

Çin Turizm Geliştirme Raporu 2016. Beijing YingDa investment management co., LTD  
www.yingkefinance.com.

Çin Turizm Ticaret Hizmet Tez Sitesi (2017), 中国旅游服务贸易论文 2017  
//www.etonhttpet.org.tr/uploads/cin.pdf

Çin'in Hizmet Sektörü Ticareti (2016), 中国服务贸易状况, Makale kaynağı: 商务部综合司  
2016-05-10, Ticaret ve Bilgi Teknolojileri Bölümü, Ticaret Bakanlığı  
http://zhs.mofcom.gov.cn/article/NoCategory/201605/20160501314855.shtml

İsmail Kervankıran, Murat Çuhadar (2017), Türkiye'de İç Turizmin Gelişimi ve Mekânsal İstatistik Yöntemlerle Analizi (Domestic Tourism Development in Turkey and Analysis by Spatial Statistical Methods) Turizm Akademik Dergisi, cilt:

Kadir Karagöz (2008), Türkiye'nin Turizm Potansiyeli: Çekim Modeli Yaklaşımı, Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, Cilt 19, Sayı 2, Güz: 149-156, s.149-150.

Lu Yuqing, (2017), Turizm Sektörünün 2017 Yılında Gelişme Durumu Analizi, Yurtiçi Turizm Gelirleri Büyümeye Devam Ediyor, 年旅游行业发展现状分析 国内旅游收入持续增长), S.2, s: 3-15. (2018-03-05).

Mustafa Kırca ve Mehmet Ali Topal, Türkiye de Turizm Talebinin Vergi Gelirleri Üzerindeki Etkisinin Analizi. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi Kırca ve Topal, (2017), 03 (02), s. 96-100.

Oktay Kızılkaya, Emrah Sofuoğlu, Zeynep Karaçor (2016), Türkiye'de Turizm Gelirleri-Ekonomik Büyüme İlişkisi: ARDL Sınır Testi Yaklaşımı, Yönetim ve Ekonomi Yıl: 2016, Cilt:23, Sayı:1, s. 204.

Ulusal Turizm İşletmeciliği İleriye Yönelik Endüstri Araştırma Enstitüsü (Dergi), 数据来源 : 国家旅游局 前瞻产业研, Ulusal Turizm İşletmeciliği İleriye Yönelik Endüstri Araştırma Enstitüsü, 究院整理.

Yaşar Çelik (2017), Turizm Günlüğü İşte Türkiye'nin Geliri ve Gideri, <https://www.turizmgunlugu.com/2017/09/11/turkiyenin-turizm-geliri-gideri-aciklandi/>

Yan Tao (2012), "Oriental Morning Post". Çin Diplomatik Haritasında Türkiye 2012-04-09, [https://www.guancha.cn/ZuoTao/2012\\_04\\_09\\_68587.shtml](https://www.guancha.cn/ZuoTao/2012_04_09_68587.shtml)