

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI

**TURİZMİN GELİŞMESİNDE AVRUPA BİRLİĞİNİN
ROLÜ VE ÖNEMİ**

(Doktora Tezi)

Muharrem CANİK
12840

Tez Danışmanı: Prof.Dr. İ.Doğan KARGÜL

İSTANBUL – 1999

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANA BİLİM DALI**

**TURİZMİN GELİŞMESİNDE AVRUPA BİRLİĞİNİN
ROLÜ VE ÖNEMİ**

(Doktora Tezi)

**Muharrem CANİK
12840**

Tez Danışmanı: Prof.Dr. İ.Doğan KARGÜL

İSTANBUL – 1999

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
TABLolar LİSTESİ	viii
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM OLAYINA GENEL YAKLAŞIM

1. TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR	4
1.1. Turizmin Tanımı ve Temel Özellikleri	4
1.2. Turistin Tanımı ve Temel Özellikleri	6
1.3. Turizmin Önemi	7
1.4. Turizmin Sınıflandırılması	9
2. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	12
2.1. İlk Çağlarda Turizm	12
2.2. Orta Çağda Turizm	13
2.3. Rönesans Devrinde Turizm	13
2.4. Yakın Çağda Turizm	14
2.4.1. Birinci Dönem (19. Yüzyılın Ortasından 1. Dünya Savaşına Kadar Olan Dönem).....	14
2.4.2. İkinci Dönem (Birinci Dünya Savaşı Sonundan Günümüze Kadar Olan Dönem)	15
3. TURİZMİN ÇEŞİTLERİ	15
3.1. Dinlenme Turizmi.....	16
3.2. Kültür Turizmi	16
3.3. Sosyal Yönü Olan Turizm	17
3.4. Spor Turizmi	17
3.5. Politik Turizm	18
3.6. İktisadi Turizm	19

4. TURİZM ENDÜSTRİSİ	20
5. TURİZM İŞLETMELERİNİN YAPISI, ÖZELLİKLERİ VE SINIFLANDIRILMASI	30
5.1. Turizm İşletmeleri	30
5.2. Turizm İşletmelerinin Genellemesi	31
5.3. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması	33
5.3.1. Birinci Derece Turizm Kurumları	35
5.3.1.1. Turistik Mal ve Hizmetler İle İlişkili Kurumlar ...	35
5.3.1.1.1. Konaklama Tesisleri	36
5.3.1.1.1.1. Geleneksel Konaklama Tesisleri	37
5.3.1.1.1.2. Geleneksel Konaklama Tesisleri Dışında Kalan Tesisler	40
5.3.1.1.2. Turizme Bağımlı Ulaştırma Kurumları	43
5.3.1.1.2.1. Demiryolu, Teleferik ve Telesiyej İşletmeleri	43
5.3.1.1.2.2. Denizler ve İç Sulardaki Ulaştırma İşletmeleri	44
5.3.1.1.2.3. Havayolu İşletmeleri	44
5.3.1.1.2.4. Otobüs İşletmeleri	45
5.3.1.1.3. Turizmle İlgili Özel Malları Üreten İşletmeler	46
5.3.1.1.3.1. Seyahat İçin Gerekli Eşya ve Malzemeleri Üreten İşletmeler.....	46
5.3.1.1.3.2. Spor Malzemesi Üreten İşletmeler	47
5.3.1.1.3.3. Hatıra Eşyası Üreten İşletmeler	47

5.3.1.1.3.4. Seyahat Literatürünü	
Hazırlayan İşletmeler	48
5.3.1.1.4. Turizme Hizmet Eden Ticaret	
İşletmeleri	48
5.3.1.1.5. Turizmle İlgili Özel Hizmetler	
Üreten İşletmeler	49
5.3.1.2. Turizmin Öznesi İle İlişkili Kurumlar	50
5.3.1.2.1. Turisti Sigorta Eden Sigorta	
İşletmeleri	50
5.3.1.2.2. Turisti Finanse Eden Kurumlar	51
5.3.1.2.3. Turizm Tanıtım ve Reklamı Yapan	
Kurumlar	52
5.3.1.3. Turistik Arz İle Turizmin Öznesi Arasında	
İlişki Kuran Kurumlar	52
5.3.1.3.1. Perakendeci Seyahat Acentaları	53
5.3.1.3.2. Tur Operatörleri	53
5.3.2. İkinci Derece Turizm Kurumları	54

İKİNCİ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

1. AVRUPA BİRLİĞİ	55
1.1. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TARİHİ GELİŞİMİ.....	55
1.1.1. Avrupa Kömür Çelik Topluluğu	57
1.1.2. Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom	
Enerjisi Topluluğu	59
1.1.3. Avrupa Birliği'nin Gelişimi	60
1.1.4. Avrupa Birliği'nin Hedefleri	62
1.2. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN ORGANLARI	63

1.2.1. Avrupa Birliği Başkanlar Konseyi (Avrupa Zirvesi)	63
1.2.2. Avrupa Birliği Konseyi	64
1.2.3. Avrupa Birliği Komisyonu	65
1.2.4. Avrupa Birliği Parlamentosu	65
1.2.5. Adalet Divanı	67
1.2.6. Diğer Organlar	68
1.2.6.1. Ekonomik ve Sosyal Komite	68
1.2.6.2. Avrupa Yatırım Bankası	68
1.2.6.3. Sayıştay	69
1.3. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN ORTAK POLİTİKALARI	69
1.3.1. Ortak Tarım Politikası	69
1.3.2. Ortak Ticaret Politikası	71
1.3.3. Ortak Sanayi ve Rekabet Politikası	72
1.3.4. Diğer Ortak Politikalar	73
1.4. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN ÜÇÜNCÜ ÜLKELERLE İLİŞKİLERİ	73
1.4.1. Avrupa Birliği-Doğu Avrupa İlişkileri	73
1.4.2. Avrupa Birliği-EFTA Ülkeleri İlişkiler	74
1.4.3. Avrupa Birliği – Afrika, Karayip, Pasifik Ülkeleri İlişkileri	75
2. TÜRKİYE-AVRUPA BİRLİĞİ	75
2.1. TÜRKİYE-AVRUPA BİRLİĞİ İLİŞKİLERİ	75
2.1.1. Türkiye AT Ortaklığının Kurulması	76
2.1.1.1. Ankara Anlaşması	76
2.1.1.2. Ortaklık Aşamaları	78
2.1.1.3. Ortaklık Organları	80
2.1.2. Katma Protokol Çerçevesinde Türkiye Topluluk İlişkileri	82
2.1.2.1. Katma Protokol ve Geçiş Dönemi	82
2.1.2.2. Katma Protokolden Günümüze Ortaklık İlişkileri	83

2.1.3. Türkiye Birlik Mali ve Ticari İlişkileri	84
2.1.3.1. Mali İlişkiler	84
2.1.3.2. Ticari İlişkiler	88
2.1.4. Tam Üyelik Başvurusu	89
2.1.4.1. Avrupa Birliği'nin "Görüş Raporu"	90
2.1.4.2. İşbirliği Programı	91

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZM

1. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ ...	94
2. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM POLİTİKASI.....	97
2.1. Avrupa Birliği'nin Turizm Politikasının Gelişimi.....	100
2.2. Mc.Million-Scott Raporu	101
2.3. Avrupa Birliği Turizm Politikası İle İlgili Düzenlemeler.....	103
2.3.1. Avrupa Turizm Yıllığına Yönelik Faaliyetler	104
2.3.1.1. Avrupa Turizm Yılıının Sonuçları	105
3. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM SEKTÖRÜNÜ ETKİLEYEN POLİTİKALARI	107
3.1. Tüketiciler Politikası	107
3.2. İstihdam Politikası ve Sosyal Politikalar	108
3.3. Vergi Politikası	109
3.4. Ulaştırma Politikası	109
3.5. Kültür Politikası	110
3.6. Tarım Politikası	110
3.7. Eğitim Politikası	110
3.8. Çevre Politikası	112
3.9. Araştırma ve Geliştirme Politikası	113
4. TURİZMİN AVRUPA BİRLİĞİ'NDEKİ EKONOMİK ETKİLERİ	114
4.1. İstihdam	114
4.2. Turizm Gelir Giderleri	116

5. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZME YÖNELİK KREDİ VE TEŞVİKLER	121
6. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM SEKTÖRÜNE SAĞLADIĞI TEŞVİKLER	122
6.1. Promosyona Dönük Teşvikler	122
6.2. Yapısal Fonlar İçerisinde Turizmin Teşviki	122
6.2.1. Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu	122
6.3. Bölgesel Kalkınma Fonu İçerisinde Kırsal Turizmin Teşviki	123
6.4. Kültürel Turizmin Teşviki	123
6.5. Çevre Sorunlarına Yönelik Turizmin Teşviki	123
6.6. Eğitim Desteği Çerçevesinde Turizmin Teşviki	124
6.7. Avrupa Sosyal Fonu Çerçevesinde Turizm İstihdamına Dönük Yatırımların Teşviki	124
7. AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN DURUMU	124
7.1. Almanya	124
7.2. Yunanistan	126
7.3. Fransa	127
7.4. Lüksemburg	129
7.5. Belçika	130
7.6. Danimarka	131
7.7. Hollanda	133
7.8. İngiltere	134
7.9. Portekiz	136
7.10. Avusturya	137
7.11. İsveç	138
7.12. Finlandiya	139
7.13. İrlanda	140
7.14. İtalya	142
7.15. İspanya	143

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ TÜRK TURİZM İLİŞKİLERİ

1. TÜRK TURİZMİNİN AVRUPA'DA BAŞARILI OLMASINI	
ENGELLEYEN ETKENLER	146
1.1. Politik Etkenler	146
1.2. Ekonomik Etkenler	148
1.3. Dış Etkenler	148
2. AB TURİZM POLİTİKASI İLE TÜRK TURİZM POLİTİKA	
VE UYGULAMALARININ KARŞILAŞTIRILMASI	149
2.1. Avrupa Birliği'ne Üye Olmanın Türk Turizm Sektörü	
Üzerinde Yaratacağı Etkiler	154
SONUÇ	165
KAYNAKÇA	170

TABLOLAR LİSTESİ

		<u>Sayfa No</u>
Tablo 1:	Çeşitli Avrupa Ülkelerine Gelen Turist Sayısı (1995)	96
Tablo 2:	AB'ne Üye Ülkelerde Turizmin Toplam İstihdam İçindeki Payı (1988)	116
Tablo 3:	AB Üyesi Ülkelerde Turizm Gelir ve Giderleri	117
Tablo 4:	Turizm Gelirleri İçinde Toplam AB Turizm Gelirlerinin Payı	118
Tablo 5:	Turizmin AB Üyesi Ülke Ekonomilerindeki Payı...	119
Tablo 6:	AB Üyesi Ülkelerin Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	120
Tablo 7:	AT'un Yapısal Fonlar Çerçevesinde Turizm Sektörüne Sağladığı Yardımlar	121
Tablo 8:	Almanya'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	125
Tablo 9:	Yunanistan'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	127
Tablo 10:	Fransa'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	129
Tablo 11:	Belçika'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	131
Tablo 12:	Danimarka'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	133
Tablo 13:	Hollanda'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	134
Tablo 14:	İngiltere'de Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	135

Tablo 15:	Portekiz’de Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	136
Tablo 16:	Avusturya’da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	138
Tablo 17:	İsveç’de Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	139
Tablo 18:	Finlandiya’da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	140
Tablo 19:	İrlanda’da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	141
Tablo 20:	İtalya’da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	143
Tablo 21:	İspanya’da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları	145

GİRİŞ

20. yüzyılın sonundan itibaren, turizm ve tatil eğilimi toplumların hemen her kesimi için büyük önem taşıyan bir olgu haline gelmiştir.

Günümüzde turizm sektöründe çalışanların yaklaşık 10 milyona ulaştığı Avrupa ülkelerinde, bu sektörün toplam istihdam içindeki payı % 7'ye yükselmiştir.

Uluslararası alanda ise, OECD bölgesinde gerçekleştirilen hizmet ticaretinin yaklaşık üçte birini oluşturan turizm ticareti, diğer hizmetlere oranla çok daha hızlı bir gelişim göstermektedir.

Avrupa Birliği ülkeleri de 1980'li yıllardan itibaren dış ticaretleri içinde % 5'lik bir paya sahip olan turizm sektörüne yönelik faaliyetlerini hızlandırmışlar ve tüm üye ülkeleri kapsamına alan bir turizm politikası oluşturmaya yönelmişlerdir.

Özellikle iç pazarın tamamlanmasının ve ekonomik ve parasal birliğin gerçekleşmesinin turizm sektörü üzerinde, diğer sektörlerle oranla daha somut etkiler yaratacağı yaklaşımından hareketle, Topluluk ülkeleri 1990 yılını "Avrupa Turizm Yılı" ilan ederek, sektörle doğrudan ya da dolaylı olarak bağlantılı tüm alanlarda çalışmalarını artırma ve koordine etme yoluna gitmişlerdir.

Avrupa Birliği ülkelerinde bu gelişmeler olurken, son yıllarda ülkemize gelen turist sayılarında ve turizm gelirlerinde önemli artışlar olmasına rağmen, Türkiye'nin sahip olduğu turistik potansiyele karşılık dünya turizminden aldığı pay çok küçük kalmaktadır.

Batı ile Doğu arasında bir köprü vazifesi gören Türkiye, gerek doğal, tarihi, kültürel kaynakları, gerekse de dünyadaki talep yönü değişikliklerini karşılayabilme açısından çok şanslı bir ülkedir. Ancak ülkemizin bu şansını iyi kullanabilmesi için turizmin yıl boyu yapılması ve çeşitlendirilmesi yeni bir turizm politikası olarak dikkate alınmalıdır. Türkiye, sahip olduğu potansiyelin henüz çok az bir kısmını değerlendirebilmektedir.

Son yıllarda ülkemizde turizm açısından önemli değişim ve gelişmeler olmakla birlikte, Akdeniz çanağında yer alan ve benzer özellikler taşıyan İspanya ve Fransa ile ayrıca Türkiye kadar turizm potansiyeline sahip olmayan Yunanistan ile karşılaştırıldığında ortaya çıkan bu değişim ve gelişimin yeterli olmadığı görülmektedir. Bununla birlikte turizm, döviz akışını ve yabancı sermayeyi artırması, milli gelire ve istihdama katkısı, kültürel gelişmeyi hızlandırması, alt yapının gelişmesinde rol oynaması, hizmet üretiminin yanısıra mal üretimini artırması ve bölgesel kalkınmayı hızlandırması nedeniyle, Türkiye ekonomisinin içinde bulunduğu darboğazların aşılmasında, önümüzdeki yıllarda önemli politikalardan biri olmak durumundadır.

Avrupa Birliği'ne girme kararı almış ve bunu da hedef olarak benimsemiş olan Türkiye'nin turizm potansiyeli, Avrupa Birliği'ne tam üye olma sürecini hızlandıracak bir avantajdır. Bununla birlikte, Türk turizm sektörünün bugünkü durumu, tabii ki Avrupa'daki başlıca turistik ülkelerle (Fransa, İspanya ve İtalya) rekabet edecek durumda değildir. Fakat yapı itibarıyla Avrupa Birliği ile bütünleşecek durumdadır. Kuşkusuz bir Fransa, bir İspanya, bir İtalya turizmin bizden çok önce bilincine varmış, ellerinde bulundurdıkları potansiyeli en iyi şekilde ve özellikle de en iyi reklam yaparak kullanmış ve dünyada turizm denilince akıllara ilk gelen isimler olarak yer etmişlerdir.

Günümüzde Türkiye'ye gelen turistlerin yaklaşık yarısı Avrupa Birliği ülkelerinden gelmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliği ülkelerinde turizmin konumunu, Birlik turizm politikası oluşturulması yönünde gerçekleştirilen aşamaları ve Türk turizm politikaları ile Avrupa Birliği turizm politika ve uygulamalarının karşılaştırılması ile Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üye olması halinde Türk turizminin olası durumunu incelemeye yöneliktir.

Yukarıdaki amaç doğrultusunda çalışma planı şu şekilde düzenlenmiştir:

Birinci bölümde, turizmle ilgili temel kavramlar ile turizmin tarihçesi, çeşitleri ve turizm işletmelerinin yapısı, özellikleri ve sınıflandırılması konusu ele alınmıştır.

İkinci bölümde, Avrupa Birliği'nin tarihi gelişimi, organları, ortak politikaları, üçüncü ülkelerle olan ilişkileri ile Türkiye-Avrupa Birliği ilişkilerinin tarihsel gelişim seyri ortaya konmaya çalışılmıştır.

Üçüncü bölümde, Avrupa Birliği'nde turizmin konumu, turizm politikaları, turizmin ekonomik etkileri, turizme yönelik kredi ve teşvikler ile 15 Avrupa Birliği üyesi ülkede turizmin durumu ele alınıp incelenmeye çalışılmıştır.

Dördüncü bölümde ise, Avrupa Birliği Türk turizm ilişkileri ele alınmış ve bu çerçevede, Türk turizminin Avrupa'da başarılı olmasını engelleyen etkenler, Avrupa Birliği turizm politikası ile Türk turizm Politika ve Uygulamalarının Karşılaştırılması ile Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne tam üye olması halinde, bu durumun, Türk turizm sektörü üzerinde yaratacağı etkilerin değerlendirilmesine yer verilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM OLAYINA GENEL YAKLAŞIM

1. TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

1.1. Turizmin Tanımı ve Temel Özellikleri

Turizm yer değiştirme, dinlenme ve tatil amaçlı sosyo ekonomik bir olaydır. Kısmen veya tamamen dinlenme ihtiyacının tatminini amaçlayan ve esasta bir başka yerde konaklama isteği olan davranış şekillerinin tümünü kapsayan bir olgudur. Turizmin tanımı aslında yüzyıllara göre farklılık göstermektedir. XIX. Yüzyıla kadar turizm, bir gezip görme, merak tutkularını tatmin işi idi. Bugün ise turizm bir bilim haline gelmiştir. Birçok bilim de turizmle ilgilenmeye başlamıştır; psikoloji; sosyoloji, istatistik, matematik, ekonomi, yöntem bilimleri vb.

Turizmin tanımı konusunda çok çeşitli görüşler olmakla birlikte temel olarak iki değişik görüşten bahsedilebilir.

- Birinci gruptakiler, turizmin özellikle ekonomik ve istatistiksel yönüne önem verenler,
- İkinci gruptakiler ise, olaya sosyolojik açıdan bakan, turizmi bir dinlenme, rekreasyon hareketi olarak değerlendiren sosyologlardır.

Yapılan gözlemler, bugün genellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm için sadece birinci gruptaki görüşlere yer verildiği ve sadece ana bir ekonomik olay olarak bakıldığını göstermektedir. Gelişmiş ülkeler ise turizm olayını davranış

ağırlıklı psikolojik ve sosyolojik özelliğiyle beraber bir ekonomik olay olarak bakılmaktadırlar.

Turizmle uğraşan Alman, İsviçreli ve Avusturyalı yazarlar turizmin değişik yönlerden tanımlarını yapmışlardır. Ancak Uluslar arası Turizm Uzmanları Birliğinin (AIEST- Association International Experts Scientifique du Tourisme) İtalya'nın Polermo şehrinde 1954'te yaptıkları toplantı sonucu günümüzde de kabul gören tanımı yapmışlardır.¹

Yaygın olarak benimsenen bu tanıma göre turizm; kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek koşuluyla kişilerin bir yere seyahatleri ve orada konaklamalarından doğan olay ve ilişkilerin bütünüdür. Daha kısa bir tanımla turizm yaşanılan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklama olayıdır.²

Bu tanımlara göre ortaya çıkan ve turizmi belirleyen temel özellikler şunlardır.³

- Turizm sürekli yaşanılan, çalışılan ve temel gereksimlerin karşılandığı yerler dışına yapılan seyahatlerdir.
- Turizmde konaklama geçicidir. Seyahat eden ve konaklayan kişi belirli bir müddet sonra sürekli yaşadığı yere döner.
- Seyahat elden kişiler konaklama sırasında turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederler.

Bu tanımlar dikkate alındığında, kongre ve iş seyahatleri, eğlenme ve dinlenme amacıyla yapılan kısa süreli seyahatler, kırsal kesimden büyük şehirlere yönelen her türlü seyahatler, sağlık turizmine giren seyahatler, inceleme ve araştırma gezileri, dini amaçla yapılan konaklamalar turizm olayı içinde sayılmaktadır. Buna karşılık, öğrencilerin öğrenme amacıyla uzun süre

¹ Tunca TOSKAY, **Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayın No: 431, İstanbul, 1978, s. 25.

² İsmet S. BARUTÇUGİL, **Turizm İşletmeciliği**, Uludağ Üniversitesi Yayını, 1982, s. 3.

³ Hasan OLALI, **Turizm Dersleri**, İstiklal Mtabası, İzmir, 1982, s. 15-17.

konaklamaları, yalnız tedavi amacına yönelik hastahanelerdeki konaklamalar, iş arama, devamlı yerleşme amacına yönelik seyahat ve konaklamalar ve günlük gereksinimlerin karşılanması için yapılan düzenli seyahatler turizm kapsamı dışında kalmaktadır.

Turizm olayında 3 çeşit yer değiştirme vardır.

- Devamlı oturulan ikametgahı değiştirme
- İşe bağlı belirli sürelerde yer değiştirme
- Geçici yer değiştirme (mecburi veya gönüllü olabilir).

Mekanda yer değiştirme, turizmden bahsedebilmek için gerekli bir koşuldur, fakat yeterli değildir. Çünkü turistik tüketim merkezinde bir harcama yapılmalıdır. Turizm kelimesinin kökeni bir yer değiştirme olayını ifade eder. Turizm, insanların yer değiştirmelerinden ve tüketim harcamalarına katılmalarından meydana gelen bir olaydır.

1.2. Turistin Tanımı ve Temel Özellikleri

Turizm olayının öznesi olan insan psikolojik tatmin duygusu sağlamak amacıyla turizme katılmaktadır. Turizm olayına yol açan yön veren ve bu olayın öznesini oluşturan insana turist denir. Diğer bir tanımda ise, "Bir dinlenmeyi amaç edinen ve yer değiştirerek geleneksel ikametgahı dışında en az bir gece kalan kişiye" turist denmektedir.

Bir başka ifadeyle turist sürekli yaşadığı yer dışına geçici bir süre için ve psikolojik tatmin sağlamak amacıyla çıkan ve turizm işletmelerinden yararlanarak tekrar geri dönen insandır. 22 Ocak 1937 yılında Birleşmiş Milletler Uzmanlar Komitesi İstasistikler için aşağıdaki tanımı kabul etmiştir:

"Turist, daimi ikametgahı dışında bir ülke veya yöreye 24 saat veya daha fazla süreyle seyahat eden kişidir".

Bu tanımdan hareket ederek turistin temel özelliklerini şöylece belirleyebiliriz:⁴

- Turistler devamlı yerleşme amacı olmaksızın zevk, ailevi sebepler, sıhhi sebepler, eğlence ve dinlenme arzuları veya boş zamanlarını değerlendirme amacıyla seyahat eden insanlardır.
- Bilimsel, idari, diplomatik, dini, sportif sebeplerle veya bu çeşit toplantılara katılmak amacıyla seyahat edenler turist olarak kabul edilirler.
- Turist, temel amacı psikolojik tatmin sağlamak olan, seyahati süresince mal veya hizmet üretimi düşünmeden ekonomik anlamda tüketici olan, normal düzeyde mali güce sahip olup zamanı sınırlı olan kişidir.

Turist tanımı ve özellikleri gözönüne alındığında bir ülkeye çalışma amacıyla gidenler, ülkede devamlı yerleşmek amacı taşıyanlar, eğitim öğretim amacıyla uzun müddet kalanlar, bir ülkede oturup diğer ülkeye çalışmaya giden sınır bölgelerinde yerleşmiş insanlar ve bir ülkede durmaksızın transit geçenler turist sayılmazlar.

Diğer yandan, ülkede bir gece konaklayanlar ve 24 saatten az kalan geçici günü birlikçiler (excursionist) turist kavramı içinde değerlendirilmektedir. Bazı ülkelerde günübirlikçiler yabancı turist sınıfından ayrı tutulurlar. Türkiye’de ise günübirlikçiler yabancı turist sınıfında sayılırlar.

1.3. Turizmin Önemi

Dünyanın gelmiş olduğu aşama, ülkelerin gelir elde etme yollarından biri olarak turizmi oldukça önemli bir noktaya getirmiştir. Birçok sektör gelecekte gerileme tehlikesi içerirken, doğal afetler, nükleer kazalar ve savaş gibi

⁴ İsmet S.BARUTÇUGİL, a.g.e., s. 4.

olağanüstü gelişmeler olmadıkça turizm gerileme tehlikesi göstermeyen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gelişmekte olan ülkeler genellikle kronik döviz darboğazları ile karşılaşmakta, iktisadi kalkınma açısından gereksinim duydukları yatırım mal ve hizmetlerini satın almakta zorluk çekmektedirler. İhracat ürünleri önemli bir döviz kaynağı olmakla beraber, artan ithalat faturasını karşılamaya her zaman yetmemektedir. Turizm kesiminde hizmet unsuru önemli bir yer tutmakta, hizmet de ancak insan tarafından gerçekleştirilmektedir. Altyapı yatırımları ve konut yapımı yanında çeşitli yönleri ile önem kazanan turizmi, geniş istihdam olanakları yaratabilme açısından ön plana çıkarmak gerekmektedir. Yine Turizm ekonomik açıdan özellikle gelişmiş ülkelere döviz akımı sağlar. Güneş, kuru, temiz hava, deniz gibi sıfır maliyetli ve normal olarak ticari niteliği olmayan ya da atıl işgücü, ucuz tarım ve deniz ürünleri gibi düşük maliyetli alternatif değerlendirme olanakları son derece sınırlı kaynakların turizm yolu ile değer kazanması ve gelir yaratması söz konusu olabilmektedir. Turizm ulusal gelire doğrudan ek bir katkı sağlamaktadır. Turizm kesiminde yabancı sermayeden değişik amaçlarla yararlanmak mümkündür. Doğa ve iklimin yarattığı, tarih, folklör, uygarlık ve kültürün işlediği değerler bütününe büyük ölçüde bağımlı olan turizm bu sayede endüstriyel faaliyetler yönünden yeterli kaynak ve gelişme olanağına sahip olmamasına rağmen zengin bir turizm potansiyeline sahip olan bölgelerin planlı ve etkin bir turizm uygulaması sonunda turistik yönden kalkınarak yurt ekonomisi içinde dengeli biçimde gelişmesini mümkün kılmaktadır. Belirtilen tüm bu yararları dolayısı ile ülkelerin turizme katılarak gittikçe daha büyük pay elde etmek için çok çaba harcamalarının temel hedefi, turizmin bir yandan milli ekonomisinin gelişmesine diğer yandan toplumsal refah düzeyinin yükselmesine yaptığı katkıdır.

Uluslararası kuruluşlar geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelere ekonomik kalkınmaları için tek seçeneğin turizm olduğunu söylemekte, bu yolla ekonomik kalkınmasını gerçekleştirmiş ülke olarak İspanya örneğini vererek Türkiye'nin turizm için oldukça elverişli bir arz potansiyeline sahip olduğunu ve bu nedenle

ekonomik kalkınmasına turizm yolu ile tamamlayabileceğini belirtmekte ve turizmin ülkemiz için ne denli önemli olduğunu vurgulamaktadırlar.⁵

1.4. Turizmin Sınıflandırılması

Turizmi aşağıdaki şekilde çeşitli sınıflara ayırabiliriz:⁶

a) Turistin Geldiği Yere Göre:

- İç Turizm: Bir ülke vatandaşlarının kendi ülkeleri içinde turizm olayına katılmalarıdır. Pasaport, vize, isim belgesi ve yabancı dil bilgisi ve döviz sorunu gerektirmeyen iç turizm milli gelirin bölgeler arası dağılımına önemli katkıda bulunur.

- Dış Turizm: Yabancıların bir ülkeye seyahatleri, bir ülke vatandaşlarının yabancı ülkeye seyahatlerini ifade eder. İç turizmden farklı olarak pasaport, döviz, vize gibi işlemleri gerektirir. Dış turizm ödemeler bilançosu üzerindeki etkisine göre kendi içinde dış aktif turizm ve dış pasif turizm olarak ikiye ayrılır. Dış aktif turizm yabancıların bir ülkeye seyahatlerini ifade eder ve sözkonusu ülkeye döviz akışı sağladığından, o ülkenin ödemeler bilançosu üzerinde olumlu etki yapar. Dış pasif turizm ise bir ülke vatandaşlarının başka ülkelere seyahatlerini ifade etmekte olup, yurtdışına döviz çıkışına sebep olduğundan aynı ülkenin ödemeler bilançosu üzerinde olumsuz etki yapmaktadır.

b) Turizm Olayına Katılanların Sayısına Göre

- Ferdi Turizm: Seyahat ve konaklamanın bireysel olarak düzenlenmesi ve gerçekleştirilmesi ile ortaya çıkar.

⁵ Nazım KÖRÜKÇÜ, "Turizmin Türkiye Ekonomisi İçinde Yeri Ne Olmalıdır?", *Anatolia Dergisi*, İstanbul, Ocak 1990, Sayı: 1, s. 33.

⁶ İsmet S.BARUTÇUGİL, a.g.e., s. 7.

- Kollektif Turizm: Belirli bir grup, örgüt veya kulüp tarafından seyahatin ve konaklamanın mümkün olduğunca kollektif olarak düzenlendiği turizm şeklidir.

- Kitle Turizmi: Seyahatin geniş ölçüde, konaklamanın tamamen kollektif bir biçimde gerçekleştirildiği ve turistlerin grupla bütünleşmesinin bilinçli olarak özendirildiği turizm şeklidir.

c) Seyahat İçin Seçilen Zamana Göre: Bu açıdan turizmi, seyahat ve konaklama için yılın hangi mevsiminin seçildiğine bakılarak yaz turizmi ve kış turizmi şeklinde sınıflandırabiliriz. Diğer taraftan seyahatin yıl içindeki yoğunluğuna bağlı olarak sezon içi turizm ve sezon dışı turizm şeklinde de sınıflandırabiliriz.

d) Turizmin Amacına Göre: Bir insanın turizm olayına katılmasına sebep olan motifleri kesin olarak gruplandırmamakla birlikte turizmin çeşitlerini aşağıdaki yedi başlıkta inceleyebiliriz:

- Dinlenme Turizmi: Çalışan kişilerin belli bir dönemde tatillerini kullanarak dinlenme amacı ile devamlı oturdukları yerin dışına seyahat etmeleridir. Bu seyahatlerde bedensel ve ruhsal sağlığın yeniden kazanılması amacıyla sakin, dinlendirici ve eğlendirici yerlerin aranması önemli olmaktadır.⁷

- Sosyal ve Kültürel Turizm: Eski sanat eserlerinin, tarihi yazıların, müzelerin, eski medeniyetlere ait kalıntıların görülmesi, araştırılması, bilgi ve görgünün artırılması, insanlarla bir arada bulunarak sosyal ilişkiler kurarak sosyo kültürel inceleme ve araştırmalarda bulunmak amacıyla yapılan turizm şeklidir.

- Sportif Turizm: Spora ilgi duyan, spora aktif olarak katılanlar, seyirciler, idareciler ve taraftarların sportif karşılaşmalara, olimpiyatlara katılmaları ve

⁷ Tunca TOSKAY, a.g.e., s. 143.

izlemeleri amacıyla yapılan tesislerin spora meraklı kişilerce gezilmek istenmesi de spor turizmini meydana getirmektedir.

- Dinsel Turizm: Dinlerce kutsal sayılan beldeleri ziyaret etmek, dinsel ayın ve törenlere katılmak veya bunları izlemek, hac gibi dini görevlerini yerine getirmek amacıyla yapılan seyahat ve konaklamaların oluşturduğu olaydır.

- Ekonomik Turizm: Doğrudan kazanç sağlamaya yönelik olmamakla beraber iş seyahatleri, fuar ve sergilere işleri sebebiyle katılanların ve buraları ziyaret edenler, kongrelere katılanların, büyük ekonomik işletmeleri ziyaret edenlerin seyahatleri bu turizm çeşidini meydana getirir.

- Politik Ziyaret: Devlet adamı, diplomat ve kamu görevlilerinin ulusal ve uluslararası politik toplantılar nedeniyle yaptıkları seyahattir. Örneğin, bir ülkedeki taç giyme merasimine çok sayıda yabancı gelebilmektedir.

- Aile Turizmi: Aile ve akrabalık bağları bulunan yakınları ziyaret etmek, onlarla bir arada bulunmak isteğiyle doğan turizm olayıdır.

e) Konaklama Süresine Göre:

- Kısa Süreli Turizm: Hafta sonu tatili veya bir başka yere seyahat sırasında kısa süreli konaklamalardan oluşan turizm çeşididir.

- Uzun Süreli Turizm: Tatil ve daha çok sağlık nedenleri ile belli yerlerdeki konaklama tesislerinde en az dört gecelerden oluşan turizmdir.

f) Turizmin Sosyolojik Niteliğine Göre: Turizm, bu olaya katılan insanların, yaşları, meslekleri, sosyo kültürel özellikleri ve gelir düzeyleri gibi sosyolojik özellikleri bakımından da sınıflandırılabilir. Yaş kriterlerine göre 15-24 yaş grubunda olan kişilerin yarattığı gençlik turizmi ile genellikle 60 yaşın üzerinde

olan insanların gerçekleştirdiği yaşlılar turizmi ayırımı yapılmaktadır. Kişinin gelir düzeyi ve sosyal durumuna göre ise turizmi üç bölümde inceleyebiliriz:

- Lüks Turizm: Genellikle gelir düzeyi yüksek insanların bireysel olarak veya küçük gruplar halinde gerçekleştirdikleri ve lüks turizm ürünlerine yönelik talep yaratan turizm şeklidir.

- Geleneksel Turizm: Tüketim olanakları normalin üzerinde bulunan ve geleneksel seyahat eden kişilerin ve ailelerin meydana getirdiği turizm şeklidir.

Sosyal Turizm: Satınalma gücü zayıf kitlelerin alınan özel tedbirlerle turizme katılmalarının sağlanmasıyla ortaya çıkan turizm çeşididir.⁸

2. TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Turizm olayını tam anlamıyla kavrayabilmek ve değerlendirebilmek için turizmin geçmiş yüzyıllardaki durumunu ve tarihsel gelişimini bilmek gerekir. Bu gereklilik, turizm olayının bugününü anlayabilmek için olduğu kadar geleceğe ilişkin tahminler yapabilmek açısından da geçerlidir. Bu bölümde turizmin tarihsel gelişimi, ilk çağda, ortaçağda, rönesans devri ve yakınçağda olmak üzere dört ayrı alt bölümde ele alınmaktadır.⁹

2.1. İlk Çağlarda Turizm

M.Ö. 4000 yıllarına dayanmaktadır. Sümerlilerin madeni parayı bulmalarıyla birlikte, kentler arasında alışveriş yapmak için seyahatler başlamıştır. Böylece, ticaret amacıyla bir turizm aktivitesi göze çarpmaktadır.

Yeni şehirlerin, yerleşim merkezlerinin kurulması (Anticche, Alexandrie, Pergame gibi), bu şehirler arasında ticari ilişkilerin gelişmesine neden olmuştur.

⁸ Öcal USTA, Turizm, Turizm Olayına ve Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım, Sumbül Basımevi, İstanbul, 1988, s. 106.

⁹ M.Zeki BAYER, Turizme Giriş, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını No: 153, İstanbul, 1992, s. 12-17.

Bu ilişkiler sonucunda, şehirler arası seyahatler başlamıştır. Şehirlerin nüfusu artıkça ve özellikle kozmopolit hale geldikçe yerli halk kendisine şehir yakınlarında yeni yerleşim yerleri aramaya başlamışlardır. Bugünkü Millet antik şehri şehircilik anlayışının ve düzenlemesinin ilk örneğini oluşturmuştur. Ulaştırma imkanlarının da bulunması nedeniyle şehirlerde oturan kişiler belirli mevsimlerde şehir yakınlarındaki sayfiye yerlerine göç ediyorlardı. Sayfiye yerleri olarak, termal merkezlerini, sıcak su kaynaklarının bulunduğu yerleri seçiyorlardı. Bu dönemde, sağlık yönünden insanların kaplıcalara gitmeleri, turizmi gelişmeye iten bir başka neden olarak sayılabilir.

İlkçağlarda sağlık nedeniyle yapılan seyahatlerden başka kültür amaçlı seyahatler de vardı. Bu devirlerde İstanbul, İzmir, Bergama, Atina, Roma, Kahire birer kültür ve medeniyet şehirleri idi. Atina'da olimpiyatların oluşumu, insanların oraya gidip konaklamaları, kurulan panayırlar da yine o döneme rastlamaktadır.

2.2. Orta Çağda Turizm

Ortaçağlarda, seyahatlerin nedenlerine yenileri eklenmeye başlamıştır. Bunların başında din olayı gelmektedir. O devirlerde insanlar üzerinde bir din baskısı söz konusu olmaktadır. Hristiyanlığın yayılmasıyla birlikte, papazlar kendi fikirlerini yaymak için seyahatler yapmışlardır. Diğer taraftan, dini yerleri ziyaret amacıyla başlayan hac seyahatleri binlerce insanın yer değiştirmesine sebep olmuştur. Ticaretle uğraşan kişilerin yer değiştirmesi ve yeni ticaret şehirlerinin ortaya çıkması (Venedik, Cenova, Marsilya, Borcelona) ticari amaçlı seyahatlerin gelişmesine sebep olmuştur.

2.3. Rönesans Devrinde Turizm

Rönesansla birlikte insanlar estetiğe, güzel sanatlara karşı büyük bir ilgi duymaya başlamışlardır. Meraklarını gidermek, görgülerini, kültürlerini artırmak için zengin varlıklı kişiler büyük şehirlerine gitmeye başlamışlardır. XVI.

Yüzyıldan itibaren İtalya büyük bir önem kazanmış, sanat tarihi, mimari ve kültürel amaçlı Avrupa turizminin merkezi olmuştur. Yine ilk defa devirde ortaya çıkmış olan kilise eğitim merkezleri, gençlik merkezleri yeni kaynaşmalara yol açmıştır

2.4. Yakın Çağda Turizm

Yakınçağ Turizmini iki bölüme ayırmak mümkündür.

2.4.1. Birinci Dönem (19. Yüzyılın Ortasından 1. Dünya Savaşına Kadar Olan Dönem)

19. Yüzyılda artık Avrupa sanayileşmeye ve kentleşmeye başlamıştır. Sosyo ekonomik ihtiyaçlar ortaya çıkmış, bu da insanları diğer yerleri görmeye itmiştir. 19. Yüzyıldan itibaren, turizm literatürünün temelini oluşturan seyahatlerin başlangıcına rastlıyoruz. Fransız ve İngiliz elçileri, yazarları ve zenginlerinin Güney Avrupa ve Batı Asya Ülkelerini gezip görmek için yaptıkları seyahatler sonucunda hatıralarını yayınlamaları turizm literatürünün başlangıcı olmuştur. Seyahat eden bu kişiler, ülkelerine döndüklerinde gördükleri yerleri, merkezleri, yazıp yayınlıyorlardı. Turizmin ekonomik yönüyle ilgilenmeden onu tanıtmaya çalışıyorlardı.

Bu dönemlerde ulaştırma vasıtalarının gelişmeye başlaması da turizmin hızla ilerlemesine sebep olmuştur. Kitle halinde seyahatler başlamış, bazı kulüpler ve dernekler bu seyahatleri düzenleyerek, tur organizasyonuna başlamışlardır.

Birinci Dünya Savaşına kadar olan dönemde turizmin gelişmesine neden olan diğer olayları aşağıdaki şekilde inceleyebiliriz:

- Tekniğin gelişmesi ve sanayileşmesi
- Edebiyat ve Felsefenin turizme etkisi

- Hızlı nüfus patlaması
- Sosyal ve kültürel gelişme

Bu devrin en önemli olayı ise ülkelerdeki ve insanlardaki ekonomik gelişmedir. 1900'lü yıllarda Paris fuarının açılmasıyla yeni bir ticaret olayı doğmuş, diğer ülkelerin de fuar ve panayır açma istekleri turizmin gelişmesine sebep olmuştur.

2.4.2. İkinci Dönem (Birinci Dünya Savaşı Sonundan Günümüze Kadar Olan Dönem)

Bu devir turizmin gelişmesi bakımından 2 bölümü ayrılır:

- Dış Etkenler: Ulaştırma vasıtalarının kapasitelerinin artması, hızının yükselmesi ve çeşitlenmesi büyük turizm patlamasına sebep olmuştur. Ülkelerin uluslararası ilişkilerini artması turizm politikalarının önemini gündeme getirmiştir. Böylece turizmi kendi memleketlerine çekmek isteyen ülkeler, kendi turizm politikalarını geliştirerek, turizmin ülkelere getireceği faydadan maksimum düzeyde yararlanmaya çalışmışlardır.

- İç Etkenler: Ülkelerde turizmin geniş halk tabakalarınca benimsenmesi, grup turizmi ile daha ucuz seyahatlerin pazarlanması, insanlarda seyahat etme isteklerinin çeşitlenmesi turizmi bir ihtiyaç haline getirmiştir. Eskiden yalnız sağlık ve dinsel amaçlı olan turizm çok çeşitli isteklere cevap veren bir hale gelmiş, kongre, dağ, yaz, kış, turizmleri gibi çeşitlilik kazanmıştır.

3. TURİZMİN ÇEŞİTLERİ

Yıllardır, turizm sektöründeki çeşitlemeler, konunun uzmanlarınca bir takım tartışmalara neden olmuştur. Bazı araştırmacılar, olayın bir bütün olduğunu ve bir ayırımın yapılmasının gereksiz olacağını vurgularken, bazıları ise, çeşitli kriterlere göre yapılacak bir ayırımın yararından söz etmişlerdir. Daha

sonra tüm otoritelerce de temel olarak kabul edilen aşağıdaki ayırımıda yer alan turizm çeşitlerini inceleyelim:

3.1. Dinlenme Turizmi

Dinlenme, çeşitli etkenler sebebiyle zarar gören yada tehlikeye giren fiziki ve psikolojik sağlığın tekrar elde edilmesi ve korunmasıdır. Bireylerin sosyal yaşantılarını sürdürebilmeleri açısından son derece önem taşıyan bu durum, iki biçimde karşımıza çıkmaktadır. Birincisi, belli bir yere bağlı olarak gerçekleşir, diğeri ise geçici olarak yer değiştirme ile sözkonusudur. Turizm ile ilişkisi olan kıstas ikincisidir.

Çalışan kesimin ön planda olduğu dinlenme turizminde, bireyler iş dışındaki zamanlarında, çalışma yorgunluğu ve strestinden kurtulmak, sorumluluk ve yetkilerden bir süre için bile olsa arınmak nedenleri ile, bulundukları yerleri bırakacak, başka bir bölgeye giderler. Deniz veya göl kıyıları, dağlar, kür mahalleri, kaplıcalar v.b. yerler, bu bölümde sayılabilir. Yıllık izin sürelerinde sözkonusu olan bu durum, zaman zaman hafta sonu tatillerinde yakın yerler için de geçerli olur. Rahat, huzurlu ve eğlenceli birkaç günden sonra, enerji yüklü olarak işinin başına dönen kişi, hem monotonluktan bir süre için sıyrılmış, hem de daha verimli olma özelliğini beraberinde taşımış durumdadır.

3.2. Kültür Turizmi

Bu başlık altında incelenen temel olay, dini amaçlarla yapılan seyahatlerdir. Dünyada her yıl milyonlarca kişinin kendi dinleri yönünden kutsal sayılan yerleri ziyaret ettiği düşünülürse, kültürel turizmin bu unsurunun önemi daha iyi anlaşılır.¹⁰

¹⁰ Tunca TOSKAY, *Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım*, İstanbul, Der Yayınları No: 26, 1983, s. 154-155.

Öte yandan, tarihi eserlerin, yapıların, kalıntıların ve müzelerin görülmesi için yapılan gezilerde bu grupta yer alırlar. Günümüzde insanlar, dinlenmek için başka bir ülkeye yada bölgeye gitmiş olsalar da, yine de oradaki tarihi eserler, o ülke medeniyetini geçmişten günümüze sergileyen çeşitli yapıları görmeden, bulundukları bölgeye dönmemektedirler.

Son olarak, bazı araştırmacıların dinsel turizmi, kültür turizminin başlığı altında değil, ayrıca başlı başına bir kavram olarak incelemeye değer bulduklarını belirtelim.

3.3. Sosyal Yönü Olan Turizm

Bu başlık altında da incelenen, insanların birada yaşamlarının doğurmuş olduğu sonuçlarla, çeşitli eylemlerin sözkonusu olduğu bir turizmdir. Şöyle ki; aynı dernek veya kulübe üye olanların beraber yaptıkları geziler, balayı gezileri gibi etkinlikler ile sosyal açıdan çeşitli iletişimler sağlamaya yönelik seyahatler, sosyal yönü olan turizmin konuları arasındadır.

3.4. Spor Turizmi

Günümüzde spor, milyonları peşinden sürükleyen bir olay olarak, yer zaman ve tür ayrımı olmaksızın önemini gittikçe artıran adeta bir yaşam şeklidir.

Sporun böylesine önem kazanması, onun, yakından ilişkili olduğu turizme de, farklı bir boyut kazandırmış ve spor turizmi adı altında yepyeni bir turizm olayının varlığını ortaya çıkarmıştır. Spor ile, seyirci olarak, idareci olarak, taraftar olarak yada bizzat aktif spor yaparak ilişkili olan kişilerin, turizme katılması sonucu ortaya çıkan olaylar ve ilişkilerin bütünü, spor turizminin ana temasını ortaya koymaktadır.

Araştırmacılara göre, spor turizmi üç değişik şekilde oluşmaktadır. Birinci şekilde, spor organizasyonları gündemdedir. Yerel özelliği olmayan, genelde

büyük çaplı organizasyonlar olarak karşımıza çıkarlar. Bu türde, seyirci ve katılımcılar, farklı farklı yerlerden gelmektedirler (örneğin; olimpiyatlar, Avrupa ve Dünya şampiyonları). Aktif sporlar, seyirciler, idareciler ve basın mensupları spor turizmine katılanları meydana getirmektedirler.

İkinci şekilde, spora aktif olarak katılmayıp, geçmişte yapılan yada gelecekte yapılacak olan organizasyonlara meraklı kişiler vardır. Örneğin, bazıları toplumlar tarafından ilgi çeken oyun yada organizasyonların olduğu yada olacağı yerlerde bir kere olsun bulunabilmeyi çok arzu ederler. Başka bir örnek, yapılmış yada yapılacak bir olimpiyatın tesislerini görmek, bir olimpiyat köyünü ziyaret etmek çok enterasan olabilir. İşte, bu düşüncedeki kişiler spor turizminin bir başka dalını oluştururlar.

Sonuncu şekilde, hafta sonu sporları yapma, çeşitli tumuvalara katılma, mahallerindeki bazı sportif hareketler şeklinde cereyan eden turizmin içinde bizzat spor yapılması sözkonusudur. Devamlı bulunulan yer dışında, o spor dalında gelişmeye yardımcı olan her türlü bedeni idmanlar, turizm çerçevesindeki spor faaliyetlerinden sayılır.¹¹

Bugün, spor turizm faaliyeti, sektörün içinde önemli gelir potansiyeli konumundadır. Uluslararası turizm otoriteleri bahis konusu gelişmenin önümüzdeki yıllarda da süreceğini ifade etmektedirler.

3.5. Politik Turizm

Günümüzde dünya siyasetinde rol oynayan her olay, çok gelişmiş iletişim araçları sayesinde, en uzak mesafelere kolayca taşımaktadır. Bu durum, insanların zaman zaman sözkonusu olayların gerçekleştirdiği yerlere gitmeleri ve olayı bizzat yaşamak istemeleri sonucunu doğurmaktadır. Mesela, bugün, özellikle Avrupa'da bir ülkedeki taç giyme töreni çok sayıda yabancı turist tarafından izlenmektedir. Bu politik turizmin bir önemli parçasını

¹¹ A.g.e., s. 157.

oluşturmaktadır. Ayrıca, diplomatik özellik taşıyanların, politik alanda boy gösterenlerin, toplumsal nitelik taşıyan gezileri, örneğin, bir başka adayın propaganda turları nedeniyle değişik yerleri dolaşması ve beraberinde bir kitlenin de buna katılması, yine politik turizm alanında incelemeye değerdir.

3.6. İktisadi Turizm

Turizm hareketlerinin kapsamında, katılanların genel olarak kazanç elde etme amacı olmamasına rağmen, iş gezilerini de, özellikle son yıllarda iyice yoğunluk kazandığı için, turizm kapsamında değerlendirmemek olanaksızdır.

Otoritelerce bazı tartışmalara neden olan bu olay, iş seyahatleri ile turizme has davranışların içiçe bulunduğu gerçeğini görmemizi engelleyemez.

Özellikle İkinci Dünya Savaşından sonra inanılmaz derecede artış gösteren bilimsel alandaki ilerlemelere paralel olarak artan uzmanlaşmalar, diğer yandan gelişen ekonomik ve teknolojik yaşamın beraberinde getirdiği ulusal ve uluslar arası örgütlenmeler, fuar, sergi, kongre gibi etkinliklerin yoğunlaşmasına sebep olmuştur. Bu ise, başlıbaşına hareketlidir.

Ülke veya yörelerin bu tür birliktelikler ile birbirleriyle iktisadi alanda olduğu kadar kültürel ve teknolojik alışverişte bulunmalarını da sağlaması, pek çok sayıda insanın, değişik sürelerde, farklı yerlerde olmaları gibi sonuçları doğurduğundan, turizme başka bir boyut kazandırmıştır.

İktisadi turizm çerçevesinde fuar, sergi ve iş gezilerinin yanısıra, kongre kavramı büyük önem taşımaktadır. Zira, sürekli gelişim içinde olduğu veya olacağı varsayılan kongre turizmi olgusunun, turizm ekonomisi içinde, mevsim uzatıcılığı yanında, ulusal turizme çeşitli konularda sayısal katkılar veya yapısal değişimler sağlamakta olduğu bilinen bir gerçektir.¹²

¹² Tanju KARASU, "Kongre Turizmi ve Türkiye", *Turizm Dergisi*, Sayı: 5-6, Temmuz-Ağustos 1990, s. 16.

İktisadi turizmin kapsamında yer almakla beraber, gelişimi ile adeta farklı bir turizm türü olaya aday olan “kongre”, bir ülkede kendiliğinden ortaya çıkıp gelişmemekte ve uygun olan bulunamamaktadır. Zira, bina yapımı, mevcutların dekorasyonu, kapasite artırımı ve ulaşım gibi sabit ve yüksek maliyetli yatırımlar birer dezavantajdır. Öte yandan, kongre turizminde yer alan delege harcamalarının, normal turist harcamalarına oranla fazla oluşu, bir başka etken olarak karşımıza çıkmaktadır.

4. TURİZM ENDÜSTRİSİ

Bugün iktisadi dünyanın en büyük dallarından biri olma özelliğini taşıyan turizm sektörü, karmaşık ve çok yönlü olması ile işletmecilik alanında en çok ilgi duyulan dallarından biri olma durumundadır.

Olaya doğrudan yada dolaylı biçimde katılan “turist” adını verdiğimiz kitlenin tüm ihtiyaçları, turizm endüstrisinin konuları içindedir. Öyle ki, onların ihtiyaç duydukları mal ve hizmetleri üretip pazarlayan yani ulaştırmadan, konaklamaya, yeme içmeden hediyeelik eşyaya, eğlenmeden dinlenmeye dek pek çok kavramı bünyesinde barındıran bir sektör olarak dünyada değer kazanmıştır.

Turizm, insan kaynakları gelişimi açısından istihdam olanakları ve yeni pazarlar yaratırken, toplumu oluşturan bireylerin de dünyaya bakış açılarını değiştirip, geliştiren bir faktördür. Birbiriyle girift şeklinde entegre olan bir faaliyetler zinciri olup, bu zincir ancak en zayıf halkası kadar güçlü olabilmektedir. Dış ülkelerdeki etkili tanıtım, dış ülkelerde tur operasyonu, chartering hava ve kara ulaştırması, çağdaş hava alanı ve terminalleri, teknolojik açıdan gelişmiş iletim ve ulaşım ağı, terminallerde temizlik, iklimlendirme, etkin boğaz servisi, giriş gümrüğünde ve pasaport ofisinde verimlilik, sürat ve nezaket, olan konaklama yeri arası otobüs servisi ve kalitesi, yol durumu ve süresi, konaklama yerinde rezervasyon sistemi ve resepsiyon kalitesi, konaklama yeri servisi, yiyecek-içecek çeşit, kalite ve bolluğu, eğlence,

dinlence, spor ve animasyon olanakları, tarihi yer ziyaret turları ve rehber kalitesi, çevrenin ve doğanın tahrip olmamış hali, alışveriş olanakları, aldatıcı olmayan fiyatlar ve satış sevk servisi, “sokaktaki adam” ların bakışları, misafirperverliği ve eğitimi, çıkış polis ve gümrük muayenesinde sürat ve kolaylık ve nihayet fiyat, bu zincirin halkalarını teşkil etmektedir.¹³

Tabiat, arkeolojik ve artistik zenginlikler, sosyal görünüm ve teknik gibi hammaddeleri ile adeta bir sanayi dalı olan turizm, temel unsurunun insan oluşu ile dikkat çekmektedir. Daha önceden de belirtildiği gibi karmaşık ve güç bir yapı göstermesi nedeni ile diğer endüstri dallarından farklılıklar göstermesine karşın, planlama aşaması ile de onlarla paralellik arzeder.

Turizm planlamasının üç unsurundan sözedilir. Bunlar talep analizi, arz analizi ve istihdam analizidir. Bilindiği gibi, talep, ulusal gelir, şehirleşme, fiyatlar, ulaştırma unsuru ve organizasyonel yöntemlere bağlı olarak meydana gelir. Talep analizi yapılırken bilinmesi gereken unsurlar şunlardır: İç turizmde tatile çıkacakların sayısı, niteliği, gelir düzeyi, gitmek istediği bölge, kullandığı araç v.b. Bu verileri elde edebilmek için uygulanan çeşitli yöntemlerden söz edilmektedir. Kişi başına düşen gelir seviyesinin yada şehirleşme oranı gibi kriterlerin dikkate alındığı görülmektedir.¹⁴

Dış turizm sözkonusu olduğunda ise, turistlerin geldikleri ülkeler, seyahat ettikleri araçlar, seyahat amaçları, harcayabilecekleri döviz miktarı ve kalabilecekleri süre incelenir.

Bu tip çalışmaların çeşitli uzmanlık dallarında yetişmiş, kuvvetli bir ekip tarafından yapılabilceği tartışılmaz bir gerçektir. Ayrıca, gerek iç turizmde, gerek dış turizmde başarılı bir talep analizi yapılmaksızın turizm planlaması yapma olanağı yoktur.

¹³ Üzeyir GARIH, “Enflasyon ve Turizm”, **Turizm Dergisi**, Sayı 1, Mart 1990, s. 11.

¹⁴ Özen DALLI, **Turizme Giriş**, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön Lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, (Yıl belirtilmemiştir), s. 36.

Talep analizinin devamı niteliğinde ortaya çıkan, arz analizinde amaç, iç ve dış turizm talebine uygun olarak kapasite tahminleri yapmak, bunların niteliğini belirlemek ve de kapasitenin bölgesel dağılımını ortaya çıkarmaktır. Arzın belirlenmesi sonrası sözü edilen bu kapasitenin yaratılması için, gerekli finansman kaynaklarının planlanması gündemi gelir. Burada amaç, alt ve üst yapı yatırımlarının devlet, özel sektör ve yabancı sermaye tarafından ne şekilde, ne koşullar altında ve ne sürede finanse edileceğinin bilinmesidir.

Talep ve arz analizinden sonra, nihai adımı olarak istihdam gelir. Burada, kurulacak yeni kapasitenin hangi hammadde ve nitelikte personel tarafından faaliyette bulunmasının planlanması düşünülmelidir.

Sektörde ana amaç pazarlama, yani turisti otele, yöreye, bölgeye veya ülkeye davet etme tekniği olduğuna göre bu turiste sunulacak hizmetler ve kaynaklar önemlidir. Kısaca turizm sanayicilerinin, turizm tüccarlarının yani seyahat acenta ve bürolarının satmaya çalıştıkları ürünlerin toplamı olarak nitelendirilen turistik arz, şu sıralama şekli ile daha iyi tanımlanabilir.

- a. Tabi güzellikler, ılımlı iklim içinde ormanlık, dağlık bölgelerle, plajlarıyla, güzellikleriyle, gözalıci deniz ve göl kıyıları, zengin bitki örtüleri, av hayvanları ve diğer hayvanların özellikleri, tıbbi turizme elverişlilik.
- b. Tarihî ve arkeolojik değeri olan eserler ve dini açıdan ilgi çekmesi mümkün çeşitli özellikler.
- c. Halk kültürü olarak etnografik ve folklorik varlıklar, bunlarla ilişkili belgeler.
- d. Çok çeşitli, kültürel, ekonomik ve sportif organizasyonlar.¹⁵

Turizmin gelişmesinin başladığı yıllardan itibaren, bu güne kadar, tarihi kalıntılar, doğal güzellikler, eğlence ve dinlence merkezleri, özellikle uluslararası

¹⁵ Selahattin ÇORUH, **Turizm Ekonomisi**, Güven Matbaası, Ankara, 1970, s. 66.

Turizmde büyük bir kitleyi peşinden sürükleyen etkenler olarak dikkat çekmiştir. Ancak fuar gibi, sergi gibi, festival gibi unsurlar, turizm sektöründeki yerlerini özellikle son yıllarda kazanmaya başlamışlar ve turizm hareketlerinde diğer unsurlar kadar olmasa bile, onlara yakın bir etkinlik arzitmeye başlamışlardır.

Örneğin, son yıllarda büyük aşama kaydeden festivaller, genellikle organizatörler ve ev sahibi topluluklar tarafından sosyal ve kültürel kutlamalar olarak görülmektedir. Daha da fazlası çevreye önemli ölçüde ekonomik etkileri bulunan turist çekme gücüne sahip olmaları inkar edilmemektedir. Kuşku yok ki, festivallerin başarılı turist çekme gücüne sahip olmalarının beceri hedeflerinde, ne şekilde yönetilmekte oldukları yatmaktadır.¹⁶

İlerleyen yıllarda, festival örneği gibi, turizme yeni soluklar getirecek kaynakların sayısının artacağı şüphesizdir.

Turizm bilimi, turizm endüstrisinin çeşitli disiplinlerinin birbirleriyle ilişkili olduğu konuları ile yönlendirilmesini incelemektedir. Söz konusu bu ilişkiler ise, turizm endüstrisini meydana getirir.

Turizm endüstrisi, turist potansiyeli ve harcamaları ile, turist aktivitesinin, sektör için gerekli olduğu şüphesiz yatırımlar ile işletme olgusunun bileşimi olarak da ifade edilebilir. Turizm sektörü, konaklama, ulaştırma ve ticaret gibi kavramlarla bir bütünlük arzitmekte ve bunun sonucu olarak da turizm kaynaklarının satışı bahis konusu olmaktadır. Özellikle gelişmiş toplumlarda "satış" alıcıyı, satın alma faaliyeti içine itme eylemlerini tanımlamaya yetmemektedir. Müşterinin zorlanması (inandırılması) gereklidir.¹⁷

Günümüz dünyasında, pek çok endüstri dalında olduğu gibi turizmde de, ülkeler arası korkunç boyutlara ulaşan bir rekabet tekniği mevcuttur. Bu

¹⁶ Wendy Frisby ve Donald Getz, "Festival Management, a case study perspective", *Jrnl of Travel Research*, V. 28, N1 Summer 1989, s. 7.

¹⁷ Şükrü ASLANYÜREK, *Turizm Pazarlaması*, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön Lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, İstanbul, 1978, s. 5.

nedenledir ki, arzın yeterli talebi bulabilmesi için, önceden talep analizinde bahsettiğimiz kavramları bir adım daha ileri götürmek suretiyle şu sorulara cevap aranır. Potansiyel turistlerin yaş ve meslek grupları, gelir seviyeleri açısından hangi gruplarda değerlendirilmeleri gerektiği, genel turizm hizmetleri dışında kalan özel ihtiyaç ve taleplerinin neler olduğu, kendilerini eyleme geçiren nedenler, eyleme geçirmede kullanılan araçların etkinlik sıralaması, araçların kullanılma aşamasında zamanlama açısından optimum noktaların saptanması.¹⁸

Böylesine geniş bir perspektifle bakıldığı takdirde sektördeki arz unsurunun önemi daha belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır. Gerçekte turizmde arz, oldukça karışık bir görünüm arz etmektedir. Arzı meydana getiren unsurlar olarak konaklama, yeme-içme, ulaştırma, alışveriş v.b. sayabilmek mümkün olmaktadır. Bu unsurların temel kavramı olan fiyat kavramı ise, talebi de etkileyerek karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan, konaklama, yeme-içme, alışveriş ve ulaştırma gibi unsurlara aynı zamanda “tatil fiyatı” demek de olanak dahilindedir.

Bu bilgilerin ışığı altında, turizm sektöründe, arz unsurunu dört ana grupta toplamak mümkündür. Bunlar, seyahat acentaları, ulaştırma hizmetleri gören kuruluşlar, konaklama tesisleri ve konaklama tesisleri dışı turizm ajanslarıdır.

Kimi yazarlar, konu ile ilgili olarak, Ulaştırma/Konaklama/Seyahat = Turizm endüstrisi denkleminde de söz etmektedirler. Buna ek olarak, bankacılık sektörü, sigorta firmaları, parakendecilik (hediyeelik hatıra eşya) ve yeme-içki gibi unsurların da bu kesimleri destekleyen yan hizmetleri sundukları ifade edilmektedir.

¹⁸ Ercan ÇİTLİOĞLU, *Türkiye Turizm Politikası ve Sorunları*, Pan Haber Ajansı Yayınları No: 1, Ankara 1978, s. 99.

Sözkonusu hizmetlerin bir bütün halinde turistin ihtiyaçlarını karşılayacak “seyahat hizmetleri demeti” olarak kabul görmesi genel olarak otoritelerin üzerinde birleştikleri bir durumdur. Bu ise, “turistik ürün” adını almaktadır.¹⁹ Gelen turiste, o’na seyahat boyunca ve konaklama süresinden dönüşüne dek arzu ettiği konforu sağlamak, rahat, sıkıntısız ve sorunsuz bir tatil geçirtmek, şüphesiz evsahibi konumundaki tüm turizm ilgililerinin ana amaçları arasındadır. Öte yandan, gelişinden dönüşüne dek kusursuz ağırlamanın yanında, o’nu daha sonraki tatillerini de aynı yerde geçirmesi için ikna etmenin en iyi yöntemi de budur.

Turiste iyi koşullarda bir tatil olanağı sağlamak, çeşitli halkaları bulunan turizm kuruluşları görevlerinden ve amaçlarındandır. Bahis konusu kuruluşlar, yukarıda sözü edilen “turistik ürün” ile “turist” arasında bir köprü görevi yüklenirler.

İşte, turistik ürün ile turist arasındaki bu ilişkiyi sağlayan seyahat acentaları, tur operatörleri ve diğer aracılar “seyahat örgütleme sektörü” nü oluştururlar.

Seyahat acentaları denildiğinde ilk akla gelen hizmetleri şu şekilde sıralamamız mümkündür: Halka, oteller adına ve hesabına, ulaşım sistemleri adına ve hesabına seyahat hizmeti satarlar. Bu hizmetleri alıcıya sunma konumunda, onlar adına yer ayırtma ve bilet temin etmeyi üslenirler. Ayrıca, bunun karşılığında ödemeleri kabul etmek de, yine yaptıkları işler arasındadır.

Seyahat örgütleme sektörünün ikinci önemli aracısı konumunda olanlar, tur operatörleridir. Tur operatörleri, talep olduğu anda, seyahat hizmeti satan seyahat acentasının tersine, beklenen olası talebe göre tüm bir turistik ürünü oluşturup satan işletmelerdir.

¹⁹ Şükrük ASLANYÜREK, *Türkiye Turizmde Örgütlenme ve Plazarlama Stratejimiz*, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön Lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, 1980, s. 1.

Çekim merkezine olan gidiş-dönüş, ulaşım, gezi boyunca konaklama, günübirlik geziler ve dinlenmeye yönelik faaliyetler,²⁰ tur operatörlerinin yaptıkları hizmetlerin sıralanışıdır.

Bugün en önemli yatırım alanlarının arasında olan turizm endüstrisi, dünya ekonomisinin çalkantılı olduğu dönemlerde dahi, normal hızı kadar olmasa bile, gün geçtikçe büyümekte ve beraberinde ilk bakışta ilgisi yok gibi görünen, zamanla sektörle paralelliği yadsınamayacak duruma gelen yan hizmet sektörlerinin de büyüüp gelişmesine ve yeni yeni istihdam ortamlarının doğmasına sebep olmaktadır.

Turizm endüstrisinin geliştirilmesi için gerekli finansman kaynaklarının çok büyük bir oranı, konaklama tesislerine tahsis edilmektedir.²¹

Ülkelerin yönetim şekli ile ilgili olarak değişik organizasyonlar ve disiplinlere sahip olan sektörde, konaklama ve seyahat etkinlikleri, devletin yönetim biçimi ile ilgili olarak kamu kontrolünde yahut serbest ekonominin kendi kuralları içinde uygulanmaktadır.

Olaya genel olarak baktığımızda, gelişmekte olan ülkelerde turizm altyapısının devlet tarafından, üst yapısının yani konaklama v.b. hizmetlerin özel sektörce oluşturulduğu sonucunu görmekteyiz.

Öte yandan, sosyalist ülkelerde, konaklama ve seyahat acentalığı hizmetleri devletin malı yada devletin kontrolü altındadır. Fakat özellikle son yıllarda bu konuda çeşitli iyileştirme çabaları gündeme gelmektedir.

²⁰ Şükrü YARCAN, *Seyahat İşletmeleri*, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön Lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, 1980, s. 11.

²¹ İlyas ÇAMUR – Erhan ESKİ, *Turizm Yatırımlarının Finansmanı*, Ağaç-İş Matbaası, Ankara, 1977, s. 11.

Sektörün ana hizmet ünitesi, otel yada konaklama olduğundan, turizmin geliştiği ülkelerde, konaklama ile uğraşacak olan işletmelere, devlet büyük teşvikler sağlamaktadır.

Yatırımların kitle turizmi niteliği gösteren tesisler yerine düşük kapasiteli otel ve motellere kaydırılması, hem toplam turistik kapasitenin artmasını engellemekte, hem de kitle turizmine elverişli yöreleri verimsiz bir kullanıma tahsis etmektedir.²²

Ayrıca, işletilmeye hazır duruma gelmiş olan tesisler için de girişimcinin işletme belgesi olma isteği sözkonusu olabilir. Burada yatırımın en önemli unsuru olan "inşaat" karşımıza çıkmaktadır.

Günün gelişen yaşam standartları çerçevesinde atılım içinde olan inşaat sektörü de bu bağlamda turizm sektörü ile birlikte faaliyette bulunmaktadır. Öte yandan, artık turistlerin konaklayacaklar yer konusunda beğeni ve tercihlerinin gün geçtikçe farklılıklar gösterdiği ortamda, mimarinin değeri de o oranda artmaktadır. Hitap edilmek istenen kitlenin tercihlerine uygun vasıfta bir tesis inşası, işletmeciler için artık vazgeçilmez bir durumdadır.

Mimarlıkta tasarlama ürünü olan binaların çeşitli yönlerden gözlemlenmesi gerekir. Zira, binaların günün hızlı gelişen toplumsal, iktisadi ve teknik meselelere kendi başlarına ayak uydurmaları mümkün değildir. Bu sebeple devamlı incelemelerine ihtiyaç duyulmaktadır.²³

Konfor ya da basit ancak rahat olma eğilimini taşıması amacı ile inşa edilerek yerli, yabancı turistlerin yararlanması için hizmete sunulan tesislerde, incelemeler yapan araştırmacılar, girişimci için mutlak önem taşıyan tesisin maliyeti konusunda, ortalama bir fikir birliği içinde olabilmişlerdir. Örneğin, bir

²² Cem ALPAR – Bilgi KONGAR, **Türkiye’de Turizm Hareketi**, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Merkez Proje Md, Yayın No: DPT: 1023-M(MPM): 8, Ankara, 1971, s. 21.

²³ Nihan BEYAZIT, **Turizm Konaklama Tesisleri Seçme Ders Notları**, Teksir, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Mimari Tasarım Yöntemleri Kürsüsü, Yıl Belirtilmemiştir, s. 1.

otele yapım, işletme ve onarım, bakım, yenileme gibi çeşitli harcama ve yatırımlar gözönüne alındığı takdirde, genellikle maliyetin şu oranlar çerçevesinde gerçekleşebileceği ortaya çıkmaktadır.²⁴

Kaba inşaat kısmı için	% 55
Sınai tesisler için	% 15
Donatım ve kaplama için	% 30

Sonuç olarak, böylesine büyük kitlelere hitap etme yeteneğine sahip bulunması nedeni ile turizm, dünya çapında egemen olan ve ulusları birbirine yaklaştırması özelliği ile de vazgeçilmiş bir araç niteliğindedir.

Öyle ki, J.Jock Rousseau ve Goethe'nin doğayı tanıtan ve tasvir eden pek çok eserinin etkisiyle, kendi ülkelerinde meydana gelen turizm hareketi, bugün bile o etkinin yardımıyla sürmektedir. İşte, sektörün evrenselliği, zaman içinde gelişimi ve geleceğin teminatının da en büyük kanıtı budur.²⁵

Turizm endüstrisinin böylesi etkinlikler taşıması, bu yolda yapılan araştırmaların, bilimsel metotlu çalışmaların da, büyük bir hızla artması gerçeğini ortaya çıkartmıştır. Doğrudan yada dolaylı biçimde sektörle ilgisi olan kişilerin sayısı da, gerek üretici, gerek tüketici ve gerekse araştırmacı kapsamında, buna paralel olarak fazlalaşmış ve ülkeler açısından önemli bir kaynak artırımını bahis konusu olmuştur.

Özellikle, her olgunun iktisadi değerinin dikkate alındığı ve ekonomik dinamizmin gün geçtikçe arttığı bugün, turizm, en önemli turizm dallarından bir tanesidir. Dolayısı ile, her endüstride olduğu gibi ekonomide bir katma değer yaratmaktadır. Bu değer, pek çok endüstri dalından daha fazladır.

²⁴ Selahattin ÇORUH, a.g.e., s. 53.

²⁵ Şevket GÜNAY, **Genel Turizm Bilgileri**, Teksir, Mektupla Yüksek Öğretim Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu, Mektupla Öğretim Merkezi, 1975, s. 7.

Ekonomik dünyada, turizm talebinin milli gelirin fonksiyonu olması yanında, turizm harcamalarının da milli geliri çoğaltma etkisinin olduğu yaygın bir görüş olarak kabul görmektedir. Bununla bağlantılı olarak, bir ülkede marjinal tüketim eğilimi ne kadar büyük olursa, turizm harcamaları çoğaltanı da o oranda büyük olmaktadır.

Uluslararası araştırmalar, turizm hareketlerinin gelişme eksenlerinin, kuzeybatıdan güneydoğuya doğru uzanmakta olduğunu ortaya koymuştur.²⁶ Gelişimi yada hareketin boyutu yada doğrultusu ne olursa olsun, sektör artık gelişmemiş toplumlar tarafından bile benimsenmekte ve de yapılabirlik derecesi ölçüsünde uygulanmak istenmektedir. Burada iş, uluslararası çapta bile turizmi destekleme yeteneğine sahip kurum ve kuruluşlara düşmektedir. Çünkü, olanağı olmayan bölgelerde sektörün gelişimi için çaba harcayacak ekonomik güçler, sözkonusu kurum ve kuruluşların elindedir. Kısaca, ulusal turizm örgütü adını vereceğimiz bu organizasyonların rolü, böyle bir aşamada son derece önemlidir.

Ulusal turizm örgütünün böylesine bir çaba içinde olması, rollerinin değişik parçalardan oluşmasını gerekli kılmaktadır. Bu rol, turizm için elverişli belgelerin ve ülke düzeyinde çekim öğelerinin, turizm hizmetlerinin ve bunların imgelerinin uyumlu bir bütün haline getirilmesi ile başlamaktır. Devam eden bölümde ise, turizmin diğer sosyal, ekonomik ve ekolojik koşullar ve etmenlerle bütünleşmesini içermektedir.²⁷

Şimdiye dek sıralamaya çalıştığımız tüm bu çabaların ana amacı, turizm endüstrisinin gelişimini sağlamak, sektörden daha çok kişinin yararlanmasına yardım etmek, çevre kirlenmesine izin vermeden turizm alanlarının sayısını artırmak, kültürel, teknik ve ekonomik ilişkiler elde etmeye çalışmaktadır.

²⁶ Tunay AKOĞLU, *Dünyada ve Bizde Turizm, Dünü ve Bugünü*, Varlık Yayınları No: 1597, İstanbul, 1971, s. 50.

²⁷ Şükrü ASLANYÜREK, *Türkiye Turizminde Örgütlenme ve Pazar Stratejimiz*, s. 2.

5. TURİZM İŞLETMELERİNİN YAPISI, ÖZELLİKLERİ VE SINIFLANDIRILMASI

5.1. Turizm İşletmeleri

Yapısı gereği en karmaşık sektörlerin başında saymamız gereken turizm, bu özelliği ile, çok sayıda ve değişik biçimde kurumun ortaya çıkmasının ana nedeni haline gelmiştir.

Gerçekten de, sektörle ilgili faaliyetlerde bulunan bu kurumların çokluğu veya değişik özellikler arzemesi, turizm işletmeleri tanımı ve gruplandırmasını hayli güçleştirmektedir.

Genel bir yaklaşımla, turizmle ilgili kuruluşları suçlamaya çalıştığımızda, her çeşit konaklama tesisi; seyahat acenta ve şirketleri, restaurant v.b. zorunlu ihtiyaçları karşılamaya yönelik kurulan işletmeler, turistik mahal ve bölgelerdeki tanıtma, güzelleştirme, doğa ve turistik değerleri koruma dernekleri, ulaştırma işletmeleri, seyahatle ilgili araç gereç üreten ve pazarlayan işletmeler, ulusal ve uluslararası çeşitli turizm kuruluşları karşımıza çıkmaktadır. Bunlara genel bir tanım ve belli bir grupta yapmanın zorluğu ortadadır.

Turizm işletmeleri dendiğinde, genelde kar amacı güderek faaliyette bulunan birimler akla gelmektedir. Turizm işletmelerinin ana hedefi kar olduğuna göre, yukarıda saydığımız, kar amacı olmadan faaliyet gösteren çeşitli birimleri nasıl tanımlamamız gerektiği sorusu akla gelmektedir. Bu sebeple, turizm işletmelerinden daha geniş kapsamlı olarak otoritelerce ele alınan ve turizmle ilgili her türlü faaliyeti yapan birimleri bir bütün halinde içine alan “turizm kurumları” başlığından söz edebiliriz. Esasen, turizm işletmeleri de bu başlık altında yer almaktadır.

Turizm kurumları, yaptığımız açıklamalar neticesinde, amaçlarına göre bir ayırıma tabi tutulmaktadırlar. İki bölümde ele alınan bu ayırmada, birinci

bölümü, oteller, restaurantlar, hatıra eşyası imal eden ve pazarlayan kuruluşlar ile turizme yönelik ulaştırma firmaları gibi kar amacı ile faaliyette bulunanlar oluşturmaktadır. İkinci bölümü ise, kesinlikle kar amacı olmayan, yöresel ve ulusal tanıtma kuruluşları, sosyal turizme yönelik konaklama tesisleri ve güzelleştirme dernekleri gibi birimler meydana getirmektedir.

Turizm işletmeleri, turistik ihtiyaçların karşılanması amacı ile, üretim elemanlarının sürekli ve bilinçli biçimde biraraya getirilerek, ana hedef olan kar amacıyla, sektörle ilişkin mal ve hizmetlerin ekonomik prensipler ölçüsünde hazırlandığı, üretildiği, arzedildiği ve sonunda da bir katma değer yaratıldığı iktisadi birimlerdir.²⁸

Turizm işletmelerinden söz ederken herşeyden önce, bunların ana hedeflerinin sektöre hizmet vermenin yanı sıra, rantabilite olduğunun üzerinde dikkatle durulması gerekmektedir. Hizmetin ne tür bir ekonomik düzen içinde verildiğinin bunda pek önemi yoktur. Kapitalist, karma yada sosyalist bir akıma sahip ülkede, işletmenin karı düşünmesi ve verimli çalışma özelliğini ön planda tutması söz konusudur.

5.2. Turizm İşletmeleri Genellemesi

Turizm işletmesi, kendisine ihtiyaç duyan bir kitle için, daha doğrusu onların turistik ihtiyaçlarını karşılamak için varoluş çabasına girer.

Günümüzde, turistik işletmeler, artık yıllar öncesinde olduğu gibi sektörle ilişkili olanların yalnız tatil ihtiyaçlarını karşılamaktan çok öte bir durum göstermektedirler. Artık, turizm olgusu, kum, deniz, güneş üçgeni sınırları dışına taşımaya yönelmiştir. Turizm gelirleri, konaklama, yiyecek v.b. gelirler dışında yaratılan harcama birimleriyle zenginleştirilmeye başlamıştır. Kısaca, sektör her geçen gün çehresini değiştirme eğilimi göstermektedir.²⁹

²⁸ Hasan OLALI ve Meral KORZAY, *Otel İşletmeciliği*, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları No: 214, İstanbul, 1989, s. 16-17.

²⁹ Oktay VARLIER, "Turizmde Ne Yapmalıyız?", *Turizm Dergisi*, Sayı: 3, Mayıs 1990, s. 14.

Bu gösterge dikkate alındığında, işletmelerin sözkonusu ihtiyaçları karşılaması için gerekli mal ve hizmetleri üretebilecek mekanizmaya sahip, bu mekanizmanın etkenlerini sürekli, bilinçli ve sistemli bir şekilde bünyesinde bulundurma durumunda olduğunu ifade etmemiz olanak dahilindedir.

Olumlu yada olumsuz etkilerinin çok kısa sürede hissedildiği turizm sektöründe, faaliyet gösteren işletmelerin yönetimi de başlıbaşına bir uzmanlık dalıdır.

Turizm işletmelerinde yönetimler, katılımcı yönetim tekniklerine açık olmalıdır. Sektörleşme esnasında çağdaş bir anlayışın en üst seviyede olması, işletme içinde çalışanlar arasındaki ilişkilerin ve işletmenin dışarıyla olan bağlantılarının gerçekçi bir yaklaşımla oluşturulması esastır. Bu bağlamda, işletmedeki pazarlama anlayışı da ayrıca önem taşımaktadır. Güncel tekniklerle hareket edilmesi, hem makro planlayıcılar için, hem de turizm unsurları çalışanları için yaygın olmalıdır.³⁰

Turizm işletmelerinde ekonominin etkinliği de bir başka önemli husustur. İktisadi bir ünite özelliği taşıması neticesinde milli gelire net katkı sağlama durumu ortaya çıkmaktadır. Turizm işletmeleri de, diğer dallarda faaliyet gösteren işletmeler gibi ihtiyaç duyanlara mal ve hizmet üretmek ve bunu belli bir bedel karşılığında arz etmek durumundadırlar. Bu da, onların ekonomik bir ünite özelliği taşımalarının kanıtıdır.

Turizm, doğal ve kültürel çevrenin alternatifi değil, o'nun düzenleyicisi, koruyucusu, tamamlayıcısı ve nihayet varlık sebebidir. Koruma-kullanım dengesi, alt ve üst yapı organizasyonu iyi kurulmuş ve öncelik sırası ile kurumlararası koordinasyonu sağlanmış, uygulaması programlanmış, fiziksel planlar içine oturan, işletmecisi belli, uluslararası pazarda rekabet edebilecek

³⁰ Mehtap GÖKTÜRK, "İnsan Kaynakları Gelişimi Açısından Önemli Bir Sektör, Turizm", *Turizm Dergisi*, Sayı: 2, Nisan 1990, s. 13.

tesislerin düzenli ve denetimli biçimde gerçekleştirilmesi sonucu, bu endüstri dalında azami bir gelişim artışı gündeme gelecektir.³¹

Sonuç olarak, turizm sektöründe çalışan işletmeler yoğun bir planlama, üretim ve satış karakteristiği taşıyan bir zincir konumunda varlıklarını sürdürebilir. Geniş anlamda bakıldığında, sermaye, yönetim ve muhasebe bakımlarından bağımsız bir birim oldukları, fakat türü, organizasyon şekli, üretim biçimi ve fiyatı serbestçe belirleme özellikleri taşıdıkları, aynı zamanda canlı varlık gibi, doğan, büyüyen, gelişen, şekil değiştiren, çevre koşullarına uyum çabası içinde dinamizm ve yaşama gücü gösteren, kısaca doğan, büyüyen, gelişen ve ölen bir organizma niteliği taşıdıklarını söylememiz mümkündür.

5.3. Turizm İşletmelerinin Sınıflandırılması

Önceden de belirtildiği üzere, sektörde faaliyet gösteren, işletmeler için kesin bir sınıflama yapmanın olanağı yoktur. Bu bölümde, turizm işletmelerini, önce seyahat ve konaklama kriterlerine göre bir sınıflamaya tabi tutulacaktır. Daha sonra ise, turizm kurumları genel başlığı kapsamında, sektörle hertürlü biçimde ilişkili olabilecek, kar amacı taşıyan yada taşımayan her türden kuruluş hakkında bilgi verilmeye çalışılacaktır.

Turizm işletmeleri, seyahat ve konaklama kriteri ile yaklaşıldığında, temel olarak üç grupta incelenebilir. Bunlar sırasıyla, seyahat işletmeleri, seyahat ve konaklamaya ilişkin işletmeler ve konaklama işletmeleridir.

a. Seyahat İşletmeleri:

Turistlerin gitmek istedikleri yere ulaşmaları ve bu esnada onlara çeşitli hizmetler sunma ile ilgili işletmelerdir. Seyahat işletmeleri, başlıca iki gruba ayrılmaktadırlar.

³¹ Turgut BOLU, "Turizm Sektörünün Güncel Konuları", *Turizm Dergisi*, Sayı 1, Mart 1990, s. 26.

1. Ulaşım Teşebbüsleri
2. İkinci Plandaki İşletmeler

Ulaşım işletmelerinin aktiviteleri belirgindir. İkinci plandaki işletmeler ise, seyahat ile ilgili olabilecek bazı malzemeleri yapan veya bunları satan işletmelerdir. Örneğin, turizmle ilgili kayak yada değişik spor malzemesi yapan, turistik eşya pazarlayan, tercüman veya rehberlik hizmetleri sunanlar bu sınıfa dahil edilmektedirler.

b. Seyahat veya Konaklamaya İlişkin İşletmeler:

Başlıktan da anlaşılacağı üzere; çok değişik özellikleri olan ve farklı hizmetler sunan işletmelerin toplandığı bir grup niteliği taşımaktadır. Bunları genel olarak sıralamaya tabi tutarsak şu şekilde başlıklandırmamız mümkündür.

1. Seyahat Acentaları
2. Seyahat Organizatörleri
3. Seyahat ve Turizm Sigorta Şirketleri
4. Finansman İşletmeleri (Turizm, arzını finanse eden turizm bankaları, turizm talebini finanse eden seyahat sandıkları gibi)
5. Turistik Reklam İşletmeleri
6. Turizm Tanıtma ve Danışma Büroları (Ticari amaçla çalışmak koşulu ile)
7. Yiyecek, İçecek İşletmeleri

c. Konaklama İşletmeleri:

Turistik işletmeler içinde en fazla öneme sahip işletmelerdir. Sektördeki kaynakların çok büyük bir bölümü konaklama işletmeleri için harcanmaktadır.

Konaklama işletmeleri, turistlerin geçici konaklama, yeme içme, kısmen eğlence diğer bazı sosyal ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerdir. Turizm

sektöründen yararlanan turistlerin seyahat nedenleri, şekilleri, konaklama ile ilgili olarak beklentileri, gelir seviyeleri ve istekleri kuşkusuz birbirinden çok farklıdır. Diğer taraftan da, turizm şekilleri ve işletmelerinin kurulacakları mahallerin farklı olmaları da, konaklama işletmelerinin değişikliklerini zorunlu kılmaktadır.

Turizm işletmeleri seyahat ve konaklama kriterinin esas alındığı bir sınıflama çok genel bir biçim arz etmektedir. Ancak turizm işletmeleri gibi çok geniş kapsamlı bir kavramı ortaya koymak veya onun önemini dile getirerek bölümlerini incelemek doğrultusunda, görüşümüze göre, daha ayrıntılı bir sınıflamaya gerek vardır. Bu da turizm kurumlarının başlıklandırılması ile mümkündür. Çünkü, turizm işletmeleri turizm kuruluşlarının bir alt başlığıdır. Ve kabaca karı düşünen işletmelerdir. Bundan sonra incelenecek turizm kurumları çerçevesinde, turizm işletmeleri ile kar amacı gütmeyen turizm kurumları incelenecektir.

Turizm kurumları, fonksiyonel açıdan iki büyük grupta toplanmaktadır. Bunlar, birinci derece turizm kurumları ve ikinci derece turizm kurumlarıdır.

5.3.1. Birinci Derece Turizm Kurumları

Beş ayrı bölüm halinde dile getirilen birinci derece turizm kurumları, turistin tatili öncesi, tatil süresi ve tatilin sonunda ihtiyaç duyacağı pek çok hizmeti verebilme özelliğini bünyesinde bulundurmaktadırlar.

5.3.1.1. Turistik Mal ve Hizmetler İle İlişkili Kurumlar

Burada sözü edilen kurumlar, turizm olayının öngördüğü ihtiyaçları karşılamak amacı ile faaliyette bulunan, varoluş sebepleri özellikle turizm sektörü olan kurumlardır.

Örnek olarak, turistlere yönelik her türlü mal ve hizmeti üretip, pazarlayan firmalar, konaklama tesisleri ile, turizmi teşvik edip destekleyen kuruluşlar verilebilir.

Turistik mal ve hizmetler ile ilişkili kurumlar, esasen birinci derece turizm kurumlarının en büyük başlığını oluşturmakta ve bu açıdan büyük önem taşımaktadır. Söz konusu başlık, temelde beş ayrı bölümde ele alınmaktadır. Bunlar, konaklama tesisleri, turizme bağımlı ulaştırma kurumları, turizmle ilgili özel malları üreten işletmeler, turizme hizmet veren ticaret işletmeleri ve turizmle ilgili özel hizmetler üreten işletmeler biçimindedir. Sayılan bu birimler de kendi aralarında çeşitli ayrımlara tabi olmaktadır. Şimdi kısaca bunları inceleyelim.

5.3.1.1.1. Konaklama Tesisleri

Konaklama, sektör içinde her zaman en önemli olma özelliğini koruyan, turizmin, odak noktası durumundaki kavramdır.

Geçici yer değiştiren turistin, değişik mekanda gecelediği tesise, konaklama tesisi denir. Bir bölgenin turistlerce ziyaret edilebilme yeteneği, öncelikle konaklama olanağının olup olmamasına bağlıdır.

Bugün, konaklama tesislerinin geçirdiği evrim ve kazanmış oldukları özellikler de tamamen turizmin etkisi ile gerçekleşmiştir.

Konaklama tesisleri bir çok bakımdan değişik sınıflama biçimlerine tabi tutulabilirler. Bunların en geçerlisi, geleneksel konaklama tesisleri ve geleneksel konaklama tesisleri dışında kalan tesisler şeklindeki sınıflamalardır.

5.3.1.1.1. Geleneksel Konaklama Tesisleri

Otel, motel ve pansiyon gibi konaklama tesisleri, geleneksel olanları meydana getirmektedirler. Bunların içinde kuşkusuz en önemlisi otel'dir.

Sözkonusu tesisler, özellikle oteller, günümüzde sektörün gelişimi ile paralel olarak hızla çoğalmakta ve çeşitlenmektedirler. Bunları, yine değişik kriterlere göre sınıflamak olanak dahilindedir.

Bazı geleneksel konaklama tesisleri, sadece geceleme ile hizmet verirler. Buna karşın bazıları ise, konaklayanlara yemek ve diğer bazı hizmetleri de verebilirler.

Diğer yandan bunlar, konaklamanın süresine göre de farklılıklar gösterebilirler. Uzun süreli kalma olanağı sağlayan tesisler, bu amaca uygun biçimde inşa edilmişlerdir. Bu uzun sürede, kalanların talep edecekleri her türlü hizmet, önceden planlanmış durumdadır. Örneğin boş zamanları geçirecek pek çok aktivite alanı mevcuttur.

Böylesine uzun süreli bilinen otel v.b. yanında çok kısa süreli, transit yolcuları, asıl ulaşmak istedikleri yere giderken, kaldıkları tesisler de vardır. Burada konaklama bir veya iki gece olabilir.

Sözkonusu tesislerde boş zamanları geçirecek aktivitelere pek rastlanmaz. Hatta çoğunda yemek servisi yoktur.

Bazı geleneksel konaklama tesisleri, sağlık amacı ile bulundukları yerleri geçici olarak terk edenlere yöneliktir. Belli rahatsızlıkları olanlar, tedavi amacı ile uzun süreli bir tesiste konaklayabilirler (Kâr yapılan oteller gibi). Buralarda kalanların, gerek sağlıkla ilgili, gerekse diğer tüm ihtiyaçları karşılanır.

Spor amacı ile konaklama otelleri de vardır. Bu tiplerin özelliği, spor tesislerinin bulunuşu yada civardaki tesislerle olan ilişkilerdir.

Bunlardan başka, iş adamlarının kısa süre konaklamasına elverişli, ticaret ve iş merkezlerindeki oteller ile resmi devlet misafirlerinin ağırlanması için yapılmış oteller vardır.

Geleneksel konaklama tesisleri, kuruldukları yere göre de çeşitlendirilebilir. Dağ otelleri, kıyı otelleri, şehir otelleri buna örnektir. Dağ ve kıyı oteller genelde uzun süreli konaklama esas alınarak faaliyet gösterirler. Şehir otellerinde ise, süre genel olarak kısadır.

Geleneksel konaklama tesisleri, konfor ve kalite açısından da farklılıklar gösterirler. Hemen her ülkede varolan bu durum ülkemizde, bu tip tesislerin turistik belgeli olup olmamaları şeklindedir. Bu belgeye sahip olan oteller, lüks, birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf turistik otel olarak ayrılırlarken, motel ve pansiyonlar da, ayrıca çeşitli ayırımlara tabi olurlar. Ancak, bu tesislerden pansiyonculuk, henüz diğerleri kadar gelişme gösteremediği için çok fazla önem taşımaz.

Son olarak, geleneksel konaklama tesisleri, büyüklük bazında da bir ayrıma tabi tutulabilir ki, bu da, değişik kriterleri beraberinde taşımaktadır. Fakat asıl ölçü, bize göre yatak sayısıdır. Büyüklüğe göre hukuki şekilde de bazı değişimlerin olması doğal karşılanmalıdır. Küçük ve orta boy işletmeler içinde, genel olarak şahsi ve aile teşebbüslerine daha sık rastlanırken, büyük boy işletmelerde, artan sermaye ihtiyacı ile birlikte, sermaye şirketlerine daha fazla rastlamak olasıdır.

Bugün dünyadaki bütün otelcilik firmalarına baktığımız zaman, turizmin diğer dallarında faaliyet gösteren şirketlerle birleştiklerini veya bizzat onlar tarafından tesis edilerek dikey entegrasyona yol açtıklarını görmekteyiz. Hatta

bazıları, turizmle hiç ilgili olmayan kuruluşlar tarafından kurulmakta veya satın alınmaktadırlar. Bunun tek nedeni, bu tür kuruluşların ekonomik gücüdür.

Entegrasyonu körükleyen diğer nedenler arasında, büyük havayolu firmalarının ve tur operatörlerinin kendi tesislerini kurma eğilimleri gelmektedir. Fakat en önemli nedenlerin başında, turizm hareketinin artık sanayisi güçlü, büyük devletlerden, gelişmekte olan, nüfus yoğunluğu az ülkelere kayması, bu ülkelerdeki kültür, teknoloji ve sermayenin genelde düşük olması sonucunda da, buralardaki geleneksel konaklama tesislerinin uluslararası bilgi ve tecrübe birikimine sahip, geniş ekonomik gücü olan şirketler tarafından yaptırılıp işletilmesi gelmektedir.

Böylesine eğilim gösteren entegrasyon, gerçekte bazı avantajları da beraberinde getirir. Örneğin, piyasadaki çok miktarda alım yapıldığından, geniş mali imkanlarla hareket serbestisine sahip olduğundan, konusunda son derece iyi yetişmiş, uzman personel kullanıldığından, büyük teşebbüsler, küçük konaklama tesislerine oranla çok daha avantajlı bir durumdadırlar.³²

Otelcilik teşebbüslerinin büyümesinin, gelişmesinin başka bir faydası da, tekniğin yenileştirilmesi ile bu tür işletmelerdeki prodüktivitenin yükselmesi şeklinde kendini göstermektedir. Bununla ilgili olarak, çalışan personelinde “en iyi” olması için gerekli eğitim hizmetlerinin yoğunluğundan söz etmek mümkündür.

Netice de, konaklama sektöründe faaliyet gösteren geniş kapsamlı işletmelerin, olanakları ile paralel biçimde bu alanda yeni atılımlar, ilişkiler sağlamaları, bir heyecan yaratmış ve büyük gelişmelerin meydana gelmesine imkan tanımıştır.

³² Tunca TOSKAY, a.g.e., s. 239.

5.3.1.1.1.2. Geleneksel Konaklama Tesisleri Dışında Kalan Tesisler

Geleneksel konaklama tesisleri olarak anlatmaya çalıştığımız otel, motel ve pansiyon gibi işletmelerin dışında kalanlar, burada incelenecektir.

Geleneksel konaklama işletmeleri ile, bunların dışında kalan işletmeler arasındaki temel fark, birincisinin tatil turizmi ile diğer seyahat çeşitlerinin doğurduğu konaklama ihtiyacına cevap vermesine karşın, ikincisinin sadece tatil ve dinlenme turizmine cevap vermesidir.

Geleneksel konaklama işletmeleri dışında kalan tesislere örnek olarak, tatil köylerini, kampingleri ve bazı dinlenme tesislerini verebiliriz. Şimdi bunları kısa inceleyelim:

a. Tatil Köyleri:

Günümüz turizminin yarattığı konaklama tesislerinin en tipik örneğidir. Bu tip yerlerde konaklayanlara, doğa ile başbaşa olma, spor yapma, formaliteler olmadan rahat bir dinleme olanağı sağlamaya çalışılır. Basit kulübeler ve bungalavlarla başlayan akım, daha sonra modern tatil sitelerinin yapısını gerektirmiştir. Günümüzde bu tip yerlerde yiyecek, içecek ve eğlencenin yanısıra diğer hizmetlerde verilir. Bu konu ile ilgili olarak, oberjlerden de kısaca bahsetmek gerekir. Bazı kaynaklarda sıkça sözü edilen oberj, turizm amacı ile yada spor ve doğa güzelliğinden yararlanmak için yapılan gezilerde, konaklama ihtiyacını karşılayan tesislerdir.³³ Turistik yol ve kavşaklarda, akarsu üzerinde, büyük topluluklardan en az 20 km. uzaklıkta, ağaçlıklı, manzaralı ve kolayca ulaşılabilen yerlerde kurulurlar. Asgari 30 kişi kapasiteli olan oberjler çağdaş nitelikleri ile çok sayıda kişiye hizmet vermektedirler. Bu başlık altında söz edeceğimiz bir başka konaklama türü de kampinglerdir. Motorlu araçların yaygınlaşması ile ortaya çıkmışlardır. Buralarda ancak basit hizmetler verilir.

³³ T.C. Basın Yayın ve Turizm Bakanlığı, *Turizm*, Turistik Müesseselere Ait Vasıflar, Şark Matbaası, Ankara, 1963, s. 36.

Altyapı yerin sahibi tarafından yaptırılmıştır. Karavan başta olmak üzere, çadır ve hareketli ev (mobil house) kullanılmaktadır. Kampingler, her türlü hizmetin kalanlar tarafından ortaklaşa yararlanıldığı tesislerdir. Genel olarak, orman ve deniz kıyılarında, büyük şehirlere yakın yerlerde, turizm yolları civarında, fuar ve festival gibi organizasyonlara yakın yerlerde tesis edilirler.

b. Karavan ve Hareketli Ev:

Önceden de sözü edilen karavan ve içinde yaşanabilecek düzeye getirilmiş minibüs veya otobüs artık çokça kullanılan bir konaklama biçimidir. Özellikle Avrupa ve Amerika'da çok yaygın olan bu sistem, ekonomik oluşu ile tercih edilmektedir. Seyahat ve konaklama masraflarını birleştirmek gayesi içinde hareket eden turistler, zaman zaman bu araçlarını kampingde de çekerler.

c. Özel Kişilere Ait Ev, Daire ve Odalar:

Turistik mahalledeki gelir seviyesi düşük olan kişilere tatil imkanı vermesi ile dikkat çeken özel ev, daire veya odalar, geçmişten günümüze önemini yitirme ile karşı karşıyadır. Bu türün iki ayrı uygulaması vardır. Kişiler, hafta sonu veya tatillerde bu evlerini kendileri de kullanıyor ise, "ikinci ev" kavramından söz edilir. Ev, daire veya odalar bizzat kiraya veriliyor ise, o zaman, kar amacı ile çalışan diğer konaklama tesisleri ile eşit bir şekilde değerlendirilirler. Kiralama konusunda da bazı değişik uygulama türleri vardır. Daire sahibi diğer kişilere yılın yalnız belli bir döneminde kullanım hakkını satar. Bu durumda daire, sezon boyunca değişik kişilere hizmet eder. Bir başka uygulama ise, daire sahibi kullanmadığı dönemler için, daireyi kendisi yada bir organizasyon vasıtasıyla ziyaretçilere verir.

d. İşletmelerin, Meslek Teşekküllerinin, Çeşitli Müesseselerin
Dinlenme Tesisleri

Burada bir önemli fark karşımıza çıkmaktadır. Klasik konaklama sektöründe amaç kar olduğu halde, bu tip dinlenme tesisleri, kar amacı ile faaliyette bulunmazlar. Zira buralarda ziyaretçilerden alınan ücret, genelde tesisin değişken maliyetinin dahi altındadır. Bu durumda, tesisi işleten kurum yada kişi, gerçek maliyetle ödenen ücret arasındaki farkı yüklenir. Bugün pek çok işletme, meslek teşekkülü çalışanların yararlanması için çeşitli tesisler inşa ettirmektedir. Bu çalışanlar, belli bir sıra ile, saptanan mevsimlerde, tesislerden istifade ederler. Kamu yada özel sektör teşekkülleri içinde bu tür tesislere sahip olma eğilimi günden güne artmaktadır.

e. Sağlık Turizmine Hizmet Eden Tesisler:

Sözkonusu tesisler, kar amacı ile çalışıyor olsalar da, diğer işletmeler ile bir farklılık gösterirler. Buralarda kalanların bazı sağlık problemlerini çözümleyici tesis ve özel personel mevcuttur. Bir bölümü ise, tamamen kar amacından uzak, mahalli idareler, devlet yada sağlık ve sosyal yardım kurumları için çalışırlar. Bunlara örnek olarak turistik prevantoryum ve sonatoryumları verebiliriz. Sağlık turizmine hizmet eden en önemli tesis türü ise, kaplıca ve kür yerleridir. Buralarda arazinin izni nispetinde, bahçe, park, sportif tesisler, eğlence ve yüzme yeri bulunmalıdır.³⁴

f. Diğer Konaklama İmkanları

Bu olaya en çarpıcı örnek olarak, Alp dağlarındaki kulübeler verilebilir. Çeşitli organizasyonlar aracılığı ile belli bir düzende bu kulübeler turizme katkıda bulunurlar. Ayrıca, tatil dönemlerinde kullanılan öğrenci yurtları da, konaklama ihtiyacına hizmet ettikleri için, bu başlık altında değerlendirilmelidirler.

³⁴ A.g.e., s. 51.

5.3.1.1.2. Turizme Bağımlı Ulaştırma Kurumları

Ulaştırma Sektörü, genel olarak turizmin içinde değerlendirilir. Ancak turizmin yıl içinde göstermiş olduğu farklı yoğunluk, ulaştırma kurumlarının, turizme bağımlılıklarının değişiklikler göstermesine yol açmaktadır. Yine de, ulaştırma kurumlarının hizmetleri, tamamen veya büyük kısmı itibariyle turizmin içinde olma ve varlıklarının temeli bu kesime dayanmakta ise, onlardan, turizme bağımlı ulaştırma kurumları diye söz edebiliriz.

Turistik ulaştırma, büyük ölçüde iktisadi, sosyal yada askeri ihtiyaçlar için inşa edilmiş karayolu, demiryolu, denizyolu ve havayolu ulaştırma ağlarından, gerektiği biçimde yararlanarak turizm sektöründe en önemli görevlerden biri olan nakil işini üstlenmiş durumdadır.³⁵

Turizm endüstrisindeki bağlı ulaştırma kurumlarını şu şekilde sıralamamız olasıdır.

5.3.1.1.2.1. Demiryolu, Teleferik ve Telesiyej İşletmeleri

Hem yolcu, hem yük ulaşımında kullanılan hatlardaki bu durum, turizm bölgelerine de bağlı olması durumunda, sezon sırasında, özel tarifelerle turizme hizmet edebilir. Yine demiryolunun bazı hatları, geniş ölçüde turizme bağlı olarak yolcu taşır. Turizm dışındaki yolcu ulaşımı pek fazla önem taşımaz. Bu tip bölgeler için demiryolu işletmeleri, birinci derece turizm kurumu sayılabilir. Ayrıca, dağ trenleri, dar hatlı trenler, teleferik ve telesiyej işletmeleri de tamamen turizmin emrinde olduklarından, birinci derece turizm kurumu olarak nitelenmelidirler.³⁶

³⁵ İsmet S.BARUTÇUGİL, a.g.e., s. 226.

³⁶ Tunca TOSKAY, a.g.e., s. 246.

Teleferik ve telesiyej işletmeleri, özellikle kış sporlarının yoğun bir biçimde yapıldığı yerleşim merkezlerinin de vazgeçilmez araçları durumundadır.

5.3.1.1.2.2. Denizler ve İç Sulardaki Ulaştırma İşletmeleri

Turizmle ilişkisi yıllar öncesine dayanan denizciliğin önemli etkinliklerinden olan, limanların sırayla dolaşılması, sektörün tipik bir olayıdır. Bu tür gezileri organize eden işletmeler de birer turizm kurumudur.

Deniz gezileri boyunca, çeşitli eğlence unsurlarının yaratılması, geminin konforu, istenilen iklim ve çevreler, seyahat özgürlüğü gibi nedenlerle, bu tip organizasyonlar tercih edilir.

Diğer taraftan, göl ve nehirlerde düzenlenen turlar da, önemli bir turizm hareketidir. Örneğin, Amerika'da bu olay, yıllar ilerledikçe, daha bir ciddiyet kazanmakta ve vazgeçilmeyen bir kaynak olarak bulunmaktadır.

Ayrıca, deniz ve iç sulardaki araçlar için barınaklar ve limanları işleten firmalar da turizm kurumları arasında yer alırlar.

5.3.1.1.2.3. Havayolu İşletmeleri

Tarifesiz sefer yapan charter işletmeleri, birinci sınıf turizm kurumu sayılırlar. Tarifeli sefer düzenleyen işletmeler ise, yılın her döneminde, turizm amacı dışında da yolcu taşıdıkları için bu grupta yer alamazlar.

Charter seferlerinin büyük başarı kazanması (çoğu kez % 100 doluluk oranı), seyahat acentası ve tur oporotörlerinin havayolu ulaşımı ile, konaklama hizmetlerini beraber veren programlar düzenlemelerini sağlamıştır. "Inclusive Tours" denen bu organizeler turizm sezonu için yeni bir soluk olmuştur.

Charter seferleri, doluluk oranının istenilen düzeyde olması halinde düzenlenmektedirler. Turizme büyük katkılar sağlayan bu olay, dar gelirli de, düşük fiyatlar nedeniyle havayolu ile turizme katılmalarına ve uzak mesafelere gidebilmelerine olanak vermiştir.

Bazı tarifeli sefer yapan havayolu işletmeleri, charter seferlerindeki başarıyı görünce, kendilerine başlı charter şirketleri kurarak bu tip uçuşlar düzenlemişlerdir. Hatta bu yan şirketler sayesinde "Inclusive Tours" organizasyonu yapmışlardır.

Sonuçta, havayolu taşımacılığı, belli pozisyonlarda turizme büyük katkılar sağlayarak, sektörde çeşitli akımların oluşmasına ve olayın yaygınlaştırılmasına önemli yararlar sağlamışlardır.

5.3.1.1.2.4. Otobüs İşletmeleri

Otobüs ile ulaşım, bugün önemini oldukça yitirmiştir. Özellikle uzun mesafeli seyahatlerde, turistler rahatlığı, süresi ve olumlu yanları nedeniyle uçağı tercih etmektedirler. Otobüs turları, günümüzde gelişmiş ülkelerde, düşük gelirli veya yaşlı kişilerin kısa yolculuklarında ve de günlük şehir gezilerinde kullanılır olmuştur.

Turistik otobüslerin, yolculuk yapanların rahatı ve güvenliği sağlayacak biçimde donanımlarının eksiksiz olması esastır. Mevsim farklılıklarından doğan ısı değişikliklerinin arzu edilen seviyede tutulması, yolculuk boyunca şarttır. Otobüslerde klimalizasyon cihazlarının havanın tazelenmesi, içerinin ısıtılıp, sıcaklığın tek düze tutulması ve serinletme fonksiyonlarını mükemmelen sağlanması gündemdedir.³⁷

³⁷ T.C. Basın Yayın ve Turizm Bakanlığı, a.g.e., s. 85.

Gelişmekte olan ülkelerde, otomobil sayısının istenilen seviyenin altında olması, bugün yurtiçi uzun mesafeli seyahatlerde otobüsü ön plana çıkarmaktadır.

Öte yandan, şehir gezileri ve turistik yolculuklar düzenleyen işletmelerin birinci derece turizm kurumu olmaları tartışılmazken, belli hatlarda yolcu taşıyan sıradan işletmelerin nasıl değerlendirileceği tartışma konusudur.

5.3.1.1.3. Turizmle İlgili Özel Malları Üreten İşletmeler

Seyahat için gerekli eşyalar, spor malzemeleri, hatıra eşyalar, bu bölümde sözü edilen mallar arasındadırlar.

Bunları üreten işletmelerin varlıkları, tamamen turizme dayalı olduğundan, şüphesiz birinci derece turizm kurumu olarak sayılabilirler. Çünkü üretilen bu mallar, geçici yer değiştirme ortamında meydana çıkan ihtiyaçları karşılamaya yöneliktir.

Bu tür işletmeleri başlıca şu şekilde sıralamamız mümkündür.

5.3.1.1.3.1. Seyahat İçin Gerekli Eşya ve Malzemeleri Üreten İşletmeler

Turistlerin, geziye çıkarken, yanlarına olma eğiliminde bulundukları, rahat seyahat giysileri, çanta ve bavullar, hatta güneş yağı ve kremleri, bu alanda çalışan işletmelerin, turizm kavramı ile birlikte anılmalarını gerektirmiştir. Gerçekten de sözü edilen buna benzer malları, yani seyahat için gerekli eşya ve malzemeyi üreten işletmeler, birinci sınıf turizm kurumlarındandır.

5.3.1.1.3.2. Spor Malzemesi Üreten İşletmeler

Tatilde spor yapmak, günümüzde pek çok kişi tarafından benimsenmiştir. Yazın su sporları, kışın kayak, dağcılık gibi dalların yanında, golf, binicilik ve avcılık, geniş bir taleple karşı karşıyadırlar. Bu sporlarla uğraşabilmek için gerekli malzemenin üretimi de turizm olayı ile paralel olarak ele alınmalıdır.

Üretimi yapan işletmelerin potansiyellerinin büyük bölümü sektöre aktarmaları, turizme olan bağımlılıklarını dile getirmektedir. Kısaca, onların da varlıkları, geniş ölçüde turizm hareketine bağlıdır.

5.3.1.1.3.3. Hatıra Eşyası Üreten İşletmeler

Turistin, ziyaret ettiği bölgenin özelliğini taşıyan bir eşyayı beraberinde götürme isteği yada çevresindekilere döndüğünde bir armağan verme eğilimi, turistik bölgelerdeki hatıra eşyası üreten işletmeleri, sektörün bir parçası haline getirmiştir.

Ancak, gelişen endüstriyel faaliyetler, hatıra eşya konusunda da, hızlı üretimin yanında, özelliğini kaybetmiş, sıradan malların üretimini hızlandırmış, bu da turistleri alım konusunda çeşitli düşüncelere sevk etmiştir.

Hediyelik ve hatıra eşyanın özelliği, götürüldükleri yada gönderildikleri yerde reklam aracı olma işlevinin yanında, turistin, o ülkeye daha fazla döviz bırakmasına ve izlenimlerini canlı tutmasına yolaçmasıdır. Bu sebeple, endüstri de önemli bir rol oynamaktadır.

Gerçekten, yörenin tarihi, turistik ve kültürel tüm öğelerini bünyesinde barındıran, orijinal eşyaların üretimi, ziyaretçilerin beğenisi sayesinde, dünyanın dört bir yanına giderek belki de milyonlar değerindeki bir tanıtım, çok daha ucuza sağlayabilecektir.

5.3.1.1.3.4. Seyahat Literatürünü Hazırlayan İşletmeler

Geziye çıkan kişi, bu esnada bazı bilgilere gereksinim duyar. Yolculuğun seyri, ihtiyaçların nasıl karşılanacağı, gezmek istediği yerlerin özellikleri gibi konuları bilmek ister.

Seyahat literatürü, tüm bu konulardaki bilgiyi kitlelere duyurmayı hedef almıştır. Son derece gelişmiş sistemlerle bugün tüm ülkeler hakkında ayrıntılı bilgi veren yayınlar mevcuttur.

Otomobille seyahat için geliştirilmiş yol haritaları da, burada sözkonusu edilebilir.

Öte yandan, bu yayınlar sayesinde, insanlara yeni yerlerin tanıtılması ile bir talep yaratılması da, vazgeçilmez bir gerçektir.

5.3.11.4. Turizme Hizmet Eden Ticaret İşletmeleri

Öncelikle, turizmle ilgili özel malları üreten işletmeler bu gruba girer. Daha sonra, sadece turistlere yönelmemekle birlikte, büyük ölçüde onlar için çalışan işletmelerden bahsedilir.

Örneğin, havayolu ve demiryolu istasyonlarında yalnız yolcuların alışveriş yapabildikleri dükkanlar, bazı ülke sınır kapılarındaki yalnızca yolculuk halinde olanların dövizle alışveriş yapabildikleri dükkanlar, bu grupta sayılabilirler.

Diğer yandan, turistik mahallin merkezindeki ticaret işletmesi örneğinde olduğu gibi, tamamen bu sektöre dayalı olmadığı halde, bundan geniş ölçüde etkilenen işletmeler de vardır. Bunların, birinci derece turizm kurumu sayılmaları, özel durumlarının incelenmesi ile bağlantılıdır.

5.3.1.1.5. Turizmle İlgili Özel Hizmetler Üreten İşletmeler

Tatil kavramı içinde, turistlerin çok değişik spor ve zevklerini, istedikleri biçimde yapma uğraşı içinde oldukları gözlenmiştir. İşte onların bu etkinliklerine yardımcı olan her türlü işletme, özel hizmetler statüsünde yer alırlar. Mesela, ziyaretçilerin geldikleri yörede çevreyi rahatça gezme ve tanıma isteklerine cevap veren rehberler (belli bir organizasyona bağlı yada bireysel çalışanlar) bu sınıfın bir numaralı örneğini teşkil ederler. Bunun yanısıra, kış ve yaz sporlarında, binicilikte eğitim hizmeti veren öğretmenler de bu gruba girer.

Turistlerin tatillerinde sıkça yararlandıkları eğlence yerleri de, turizmle ilgili özel hizmet üreten işletmelerdendir. Örneğin, şans oyunlarının oynandığı yerlerin bu kavram içinde ayrı bir önemi mevcuttur.

Ulaşım konusunda da, bulunulan bölge içinde faaliyet gösteren deniz araçları yada otomobil kiralayan işletmeler, özellikle son yıllarda büyük gelişme kaydetmişlerdir. Ziyaret edenlerin de yoğun biçimde talepte bulundukları bu tip işletmeler, birinci sınıf turizm kurumu olarak değerlendirilirler.

Kuşku yok ki, bütün işletmeler yerli yada yabancı turiste olanakları ölçüsünde yardım etmek isterler. Yaptıkları hizmetin karşılığında da bir gelir elde etmek amacındadırlar. İşte sektörün içinde yer alan bu tür işletmelerin turistik faaliyetleri ile elde edebilecekleri başlıca gelir kalemleri şunlardır: Oda gelirleri, hediyeelik eşya gelirleri, akaryakıt gelirleri (Konaklama tesislerinin bazılarında bulunan benzin istasyonları gibi), kamping gelirleri, park gelirleri ve bunlardan hariç diğer hizmet karşılığı elde edilen gelirler.³⁸ Ayrıca faiz, komisyon, kira v.b. gibi gelirler de zaman zaman sözkonusu olabilir. Özel hizmet üreten işletmelerin gelirleri de, bu sınıflama içinde yer aldığından, diğer işletmelerle aynı sayılırlar.

³⁸ Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, **Turistik İşletmeler Yönetmeliği**, Yenilik Basımevi, İstanbul, 1977, s. 45.

Son olarak bankacılık ve sigortacılık sektörlerinden de bu başlık altında söz etmek gerekir.

Turistik mahallerdeki önemli demiryolu, denizyolu ve havayolu terminallerindeki döviz bozdurmaya yönelik küçük banka şubeleri turizme hizmet veriyorlar demektir. Ayrıca seyahat ile ilgili çeşitli alanlarda rastlanan (Bogaj sigortası gibi) sigortacılık hizmetleri de, turistlerin can ve mal güvenliğini hedef alması dolayısı ile, endüstri içinde değerlendirilirler. Ve bu tip banka ve sigorta işlemleri yapan işletmeler de, birinci sınıf turizm kurumu kabul edilirler.

5.3.1.2. Turizmin Öznesi İle İlişkili Kurumlar

Turizmin öznesi insandır. Endüstri bu özelliği ile büyük önem taşımaktadır. Özneye yönelen turizm kurumları ise, bizzat insan hedef alan işletmelerdir.

İncelemeye çalışacağımız böyle işletmeler arasında, sigorta kuruluşları, tanıtım ve reklam kuruluşları, insanların turizme katılmaları sırasında karşılaştıkları ekonomik sorunları çözmeye yönelen bazı finansman kurumları bulunmaktadır.

5.3.1.2.1. Turisti Sigorta Eden Sigorta İşletmeleri

Turistlerin seyahatleri esnasında sıkça rastlanan kaza, hastalık ve bunlarla paralel olarak maddi manevi kayıplar, turizm sigortasını meydana getirmiştir.

Günümüzde pek çok sigorta şirketinin üstlenmesi olduğu bu durum, turistlerin şirkette anlaşmaları çerçevesinde yurtiçi ve yurtdışı gezilerinde, kaza, hastalık ve bunların yolaştığı tedavi, bakım ve hastahane masraflarını kapsamaktadır.

Gelişen turizm hareketinde, istenmeyen bu tür durumların sayısının artması sonucu, turisti sigorta eden işletmeler hızla yaygınlaşmaktadırlar.

5.3.1.2.2. Turisti Finanse Eden Kurumlar

Bazen, insanların tatil yapma gereksinmelerine yetecek ekonomik güçleri olmaz. Bu durumda, belli kurumlar turisti finanse ederek, tatil yapmasına yardımcı olurlar.

Mali bakımdan belli bir anda turizme katılmayanların güçlüğü geçici ise, daha açık bir ifade ile, kişinin gelir düzeyi seyahat yapmasına imkan vermesine rağmen, toplu ödeme yapmakta güçlük çekiyor veya o anda ödeme yapması imkansız ise, yapılacak iş, kendisine seyahat kredisi açılmasıdır.³⁹ İkkin, tüketim finansman kurumlarının başlattığı bu akım, daha sonra ulaştırma şirketlerinin bankalarla yaptıkları işbirliği neticesinde yaygınlık kazanmıştır.

Ülkemizde de son yıllarda çokça talep imkanı bulan kredi kartı uygulaması, bir diğer şekildir. Amaç seyahat edenin yanında büyük miktarda para taşımamasını sağlamak, kolaylık göstererek, belki önceden düşünmediği, yada hesaplamadığı büyük miktarlardaki harcamalarını yapma imkanı vermiştir. Burada, kartı veren firmanın, turistin alışveriş yapacağı kuruluşlar ile önceden yapmış olduğu bir anlaşma ve turistin harcamaları ile ilgili hesabın kendisine iletilmesinden belli bir süre sonra bedeli ödemeyi taahhüt etmesi sözkonusudur. Ayrıca, bu tip turisti finanse eden kurumlar, firmalarla yaptıkları anlaşmalarda, kart kullananların, nakit kullananlara oranla daha fazla alışveriş yapacaklarını ve firmalardaki cironun bu şekilde yükseleceğini düşünerek, belirli oranlarda iskonto yapılmasını talep ederler.

Bazı kişilerin tatil yapmaya hiç imkanları olmaz. Ekonomik güçlerin zayıflığı, onlara kredi dahi açılrsa, bunu genî ödemeyi başaramayacak derecededir. Burada sosyal turizm dediğimiz olgu ortaya çıkar. Turizmin çeşitleri

³⁹ Tunca TOSKAY, a.g.e., s. 256.

konusunda ayrıntılı olarak yer verdiğimiz bu çerçevede, kamu ve özel teşebbüsler, bu kişilere yardım ederler. Söz konusu yardımlar bizzat para yardımı olabileceği gibi, çeşitli indirimlerin yapılması, çok az bir ücretle konaklama ve yolculuk olanaklarının sağlanması şeklinde de olur.

5.3.1.2.3. Turizm Tanıtma ve Reklam Yapan Kurumlar

Tatil ihtiyacı duyanlara çeşitli etkinlikler için tanıtımda bulunmak, onları etkileyip, cezbetmek amacı ile hareket eden bazı resmi ve özel kuruluşlar vardır.

Turizm tanıtma ve reklam yapan kurumlar, insanı hedef alırlar. Ve, onları kendi düşünceleri doğrultusunda düşünmeye sevkederler. Bunların bazıları kar amacı ile çalışırken, bazıları da bunu dikkate almazlar.

5.3.1.3. Turistik Arz İle Turizmin Öznesi Arasında İlişki Kuran Kurumlar

Turizmin bir özelliği, arz ve talebin birbirinden çok uzakta, farklı mekanda oluşmasıdır. Bu nedenle arz ile talep arasındaki ilişkiyi kuracak işletmelere ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu tip işletmelerin en önemli görevleri, turistlerin tatil hedefi seçimlerinden başlar. Bundan sonra, seyahat, konaklama şekli, turistik mahaldeki hizmet ve etkinlikler gibi, olayı komple düşünmeleri gereklidir. Acenta ve operatörler başlıcalarıdır.

Parakendeci seyahat acentalarını ve tur operatörlerini, bu konu gereği ayrı ayrı incelemekte yarar olduğu kanısındayız.

5.3.1.3.1. Parakendeci Seyahat Acentaları

Seyahat acentalarının görevi, bilgi vermek, turizm mal ve hizmetlerinin satışını, rezervasyon sistemleri ile temin etmek, çeşitli yardımcı hizmetlerle seyahat işlemlerini kolaylaştırmaya çalışmaktır.⁴⁰

Bu tür kuruluşlar, kendi hesaplarına herhangi bir değer satın almadıklarından, ticari rizikoya girmezler. Yaptıkları sadece aracılıktır. Mesela, tarifeli seferler yapan havayolu, demiryolu ve denizyolu işletmelerinin biletlerini satarak, komisyonlarını alırlar. Yine çeşitli konaklama tesislerinin hizmetlerini müşterilerine satarak, gelir elde ederler.

Seyahat acentalarının önemli bir etkenliği de, tur operatörlerince hazırlanan seyahat programlarının satışına aracılık etmektir. Komisyon karşılığı yapılan bu hizmetlerden başka, bazı acentaların sigortacılık işlemlerine aracılık, rehberlik, günlük turlar gibi faaliyetlerde bulundukları da, zaman zaman görülmektedir.

5.3.1.3.2. Tur Operatörleri

Böyle işletmeler çalışma alanları ile hem üretici, hem de toptancı niteliği taşımakla dikkat çekerler. Zira paket tur meydana getirilirken üretim sözkonusudur. Buna karşın, paket tur son alıcılara satılmak üzere seyahat acentalarına devredilirken toptancılık ortaya çıkmaktadır.

Paket tur yada tatil paketi denen kavram, geniş anlamda inklusive tur, ulaştırma, konaklama ve diğer hizmetleri içerir. Tek tatil için tek fiyat sözkonusudur.

⁴⁰ Tunca TOSKAY, a.g.e., s. 263.

Günümüzde bu türlerde tercih edilen ulaşım şekillerinin başında havayolu gelmektedir. Diğer ulaşım biçimleri, gelişen yaşam standartları ile birlikte önemini gittikçe kaybetmektedir.

5.3.2. İkinci Derece Turizm Kurumları

Bundan önce incelemeye çalıştığımız işletmelerin varlıkları tamamen turizm olayına bağlı olmaları nedeniyle birinci derece turizm kurumları olarak ele alınmışlardır.

Varlıkları tamamen turizme bağlı olmayan, ancak yine de sektöre hizmet etme yeteneği taşıyan işletmeler de, ikinci derece turizm kurumları olarak anılırlar.

Lokantalar, pastahaneler, cafeler, daha önce sözünü ettiğimiz ulaştırma kuruluşları haricinde kalan, yani varlığı tamamen turizme bağlı olmayan ulaştırma şirketleri, konunun haberleşme ile ilgili kurumları, kuaför ve temizlik işletmeleri sözkonusu kurumlardan sayılırlar. Örnekleri çoğaltmak mümkündür. Burada asıl önemli olan, birinci ve ikinci derece turizm kurumlarının bölge yada ülkelerini ulusal veya uluslararası platforda başarı ile temsil etmeleri ve yeni taleplerin bulunması için çabalarının yanında, pek çok istihdam alanı yaratmalarıdır.

İKİNCİ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ TÜRKİYE İLİŞKİLERİ

1. AVRUPA BİRLİĞİ

1.1. Avrupa Birliği'nin Tarihi Gelişimi

Avrupa Devletleri arasında 20. yy'a gelinceye kadar, sayısız savaşlar olmuş, devletlerin barış zamanında, büyük fedakarlıklarla çalışıp meydana getirdikleri milli servetler, gereksiz ve sonuçsuz savaşlar nedeniyle yakılıp yıkılmış ve Avrupa, bu savaşlar yüzünden büyük kayıplara uğramıştır.

Dünya 20. yy'dan itibaren, hızlı değişimlere sahne olmaya başlamış ve artık devletlerin, tek başlarına dünya ekonomisi ve siyaseti üzerinde söz sahibi olması, etkide bulunması güçleşmeye başlamıştır. Buna paralel olarak da Birinci ve İkinci Dünya savaşları birer kutuplar savaşı olarak yaşanmıştır. Bu savaşların neticesinde, dünya siyasetinde birer devletler topluluğu olan ABD ve Sovyetler Birliği çok net bir biçimde etkili olmaya başlamışlardır.

Avrupa'da bir "Birlik" kurma düşüncesi, eski tarihlere dayanmakla birlikte, bu fikrin ciddi olarak tartışılıp üzerinde çalışılması, ikinci dünya savaşı sonrasına rastlamaktadır. Avrupa liderleri, savaş yıllarında yaşadıkları acılarla ve zorluklarla bir daha karşılaşmamak ve dünya platformunda eski etkinliklerine kavuşabilmek için, Avrupa'da bir birlik kurulmasının gerekliliğini telaffuz etmeye başlamışlardır. Bu amaçla Avrupa, İkinci Dünya Savaşı sonrasında yeni bir siyasi ve ekonomik model arayışlarına girmiştir.

Avrupa, birlik arayışları içinde çabalarken, ABD hızla gelişen teknolojisi ve ekonomisi için yeni pazarlar aramakta ve “Marshall Yardımı” adı altında Avrupa pazarına girerek bu pazarı zorlamaya başlamıştır.

Sovyetler Birliği ise, savaş sonrası giderek batıya doğru yayılmaya başlamış ve Avrupa devletleri için potansiyel bir tehdit oluşturmuştur

Tüm bu ekonomik ve politik gelişmeler, birlik kurma fikrinin oluşmasını hızlandırmıştır. Fransa, Avrupa’da yapılan bu gereksiz savaşları engellemek amacıyla devletlerin savaş zamanında en çok ihtiyaç duydukları kömür ve çelik üretiminin, “Uluslarüstü” bir örgüt eliyle işletilmesi fikrini ortaya atmıştır. Bu teklif, aslında Fransa ile Almanya arasında sürekli anlaşmazlıklar kaynağı olan, “Ruhr Bölgesi”ndeki zengin kömür ve demir madenlerinin ortak işletilmesini hedefliyordu.

Yapılan müzakereler sonucunda, altı ülke, Fransa, Almanya, İtalya, Belçika, Hollanda, Lüksemburg kendi aralarında anlaşmaya varmış ve böylece Avrupa Birliği’nin temeli olan Avrupa Kömür Çelik Topluluğu (AKÇT) kurulmuş oldu.

Avrupa ülkeleri AKÇT Anlaşması ile, kendi aralarında çıkabilecek muhtemel savaşlara önemli bir engel getirmişler ve böylece siyasi istikrarı sağlama konusunda önemli bir adım atmışlardır. Avrupa ülkeleri daha sonra 1952 ve 1953 yıllarında, “Avrupa Savunma Topluluğu” ve “Avrupa Politik Birliği” adı altında iki birlik teşebbüsünde daha bulunmuşlardır. Bu girişimler, Avrupa’ya ekonomik bütünleşme olmadan, askeri ve politik bütünleşmelerin, çok etkin olamayacağı fikrini vermiştir.⁴¹

“Marshall yardımı” adı altında, Amerikan sermayesinin Avrupa’ya akması, Avrupa’yı giderek Amerika’ya bağımlı kılması ve Avrupa ülkelerinin, tekbaşlarına Amerikan ekonomisi ile rekabet edemeyecek durumda olması,

⁴¹ Ömer BOZKURT, *AT ve Türkiye*, TODAİE Yayını, Ankara, 1987, s. 11.

Avrupa'yı ekonomik kaynaklarını ve güçlerini birleştirmeye itmiştir. Bu amaçla Avrupa ülkeleri, ekonomik potansiyellerini bir araya getirecekleri, ölçek ekonomisinden yararlanacakları ve geniş bir tek pazara sahip olabilecekleri bir birlik üzerinde çalışmaya başlamışlardır. Sonuçta, 1957 yılında Roma anlaşmaları'yla "Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET)" ve "Avrupa Atom Enerji Topluluğu (EURATOM)" kurulmuştur.

Avrupa, ekonomik alandaki bu bütünleşmenin başarısının, üye ülkeler arasında oluşturulacak bir gümrük birliği ile yakından ilişkili olduğunun bilincine vararak, tek Pazar hedefi için öncelikle gümrük birliği'ne ağırlık vermiştir. Bu amaçla malların, kişilerin, sermayelerin ve hizmetlerin, üye ülkeler arasında serbestçe dolaşımının sağlanmasına çalışılmıştır.⁴²

AKÇ, AET ve EURATOM toplulukları 1969 yılında birleştirilerek, "Avrupa Toplulukları (AT)" haline getirilmiştir. Topluluk 1993 yılından itibaren, tek pazara geçmiş ve 1994 yılından itibaren de, daha çok politik bir anlam ifade eden, "Avrupa Birliği (AB)" şeklinde ifade edilmeye başlanmıştır.

Sermayenin, malların ve hizmetlerin uluslararasılaştırılmasına yol açan, Avrupa'daki bu ekonomik bloklaşmaya karşı, dünyanın değişik yerlerinde de bloklaşma hareketleri yaşanmıştır. Amerika, Kanada ve Meksika'nın başlattığı ve Amerika kıtasına yayılmayı amaçlayan "Kuzey Amerika Serbest Ticaret Bölgesi (NAFTA)" uzak doğu ülkelerinde Japonya'nın başını çektiği, Asya ve pasitif ülkelerini kapsayan, "Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC)" Örgütleri, bu bloklaşmalara örnek olarak gösterilebilir.

1.1.1. Avrupa Kömür Çelik Topluluğu (AKÇT)

Avrupa Birliğinin kurulması yolunda ilk adım 9 Mayıs 1950 yılında Fransa tarafından atılmıştır. Fransız Planlama Örgütü Başkanı Jean MONNET'in

⁴² [KV, AT'da Siyasi Birlik ile Ekonomik ve Parasal Birlik Kurma Çalışmaları, No: 105, İstanbul, 1991, s. 21.

fikirlerinden esinlenen Fransa Dışişleri Bakanı Robert SCHULMAN, yayınladığı bir deklarasyonla Avrupa ülkelerine bir topluluk kurma çağrısında bulunmuştur. Schuman yayınladığı bir deklarasyonda, yakın tarihte sürekli olarak birbirileri ile savaşmış olan Fransa ve Almanya'nın muhtemel savaşlarına engel olmak amacıyla, savaş sanayisinin ana hammaddesi olan kömür ve çelik üretim ve kullanımının, kurulacak bir uluslararası teşkilatın sorumluluğuna verilmesini ve öteki ülkelerinde, diledikleri takdirde bu birliğe katılabileceklerini ortaya atıyordu.

Almanya, kurulacak birliğe üye olduğunda, hem kaybolan siyasi itibarını kazanacak hem de dış ticaretinde çok önemli bir yere sahip olan Avrupa pazarına serbestçe ihracatta bulunabilecekti.

Fransa, Almanya'yı bir birliğin içine sokarak, Avrupa barışını sağlayacak ve kendisi için de iyi bir güvence ve ekonomi için geniş bir pazar bulacaktı.⁴³

Uzun müzakerelerden sonra 18 Nisan 1951'de imzalanan Paris anlaşmasıyla AKÇT kurulmuş ve 25 Temmuz 1952'de yürürlüğe girmesiyle de, Avrupa Topluluğu'nun temeli atılmış oldu.

AKÇT'ni kuran Paris Antlaşması, 100 maddeden oluşmuş ve sanayinin en temel iki maddesi olan kömür ve çeliğin, üye altı devlet (Fransa, Almanya, Belçika, İtalya, Hollanda, Lüksemburg) arasında serbestçe mübadele edilmesi için bütün engellerin kaldırılmasını ve üçüncü devletlere karşı da, ortak bir politika takip edilmesini amaçlamıştır.⁴⁴

AKÇT bu amaçlara ulaşabilmek için,

- Yüksek Otorite
- Ortak Meclis
- Bakanlar Konseyi

⁴³ Halil SEYİDOĞLU, *Uluslararası İktisat*, Gizem Yayınevi, İstanbul, 1990, s. 386.

⁴⁴ Orhan OĞUZ, *Avrupa Ekonomik Topluluğu Ortak Pazarı*, İTİA Yayını, Eskişehir, 1969, s. 21.

- Adalet Divanı

şeklinde teşkilatlanmıştır.

1.1.2. Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu

AKÇT'nun başarılı bir şekilde uygulanması üzerine Paris Antlaşmasını imzalayan altı ülke, kömür ve çelikte kazandıkları başarılı tecrübeleri daha başka ve köklü teşkilatlara taşımak için, yoğun bir şekilde çalışmalara başlamışlardır.

Altı ülkenin devlet yada hükümet başkanları 1-2 Haziran 1955'de Messino'da bir araya gelerek bir "Hazırlık Komisyonu" oluşturmuşlardır. Komisyon, çalışmalarını ekonomik bütünleşme üzerinde yoğunlaştırmış ve bir yıllık çalışmanın sonucunda hazırladığı raporu 21 Nisan 1956'da ilgili devlet yetkililerine vermiştir. 25 Mart 1957'de Roma'da biraraya gelen altı ülke yetkilileri "Avrupa Ekonomik Topluluğu" (AET) ve "Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu" (EURATOM)'nu kuran antlaşmaları imzaladılar. Antlaşmaların 1 Ocak 1958'de yürürlüğe girmesiyle, "Avrupa Birliği" nde iki önemli aşama daha katedilmiş oldu.

EURATOM'un amacı; atom enerjisinin barışçı amaçlarla kullanılmasını sağlamak, nüklüer endüstrinin süratle gelişmesi için gerekli tedbirleri almak, hayat standartlarının yükselmesine katkıda bulunmaktır. Ancak petrolün çok ucuz bir enerji olması ve Avrupa'ya çeşitli yollarla nakledilmesi bu kuruluşun gelişmesini engellemiştir.⁴⁵ EURATOM bugün Belçika, İtalya, Hollanda ve Almanya'a bulunan dört "Ortak Araştırma Merkezi" ne sahiptir.

⁴⁵ Cem ALPER, Tuğba ONGUN, Dünya Ekonomisi ve Uluslararası Ekonomik Kuruluşlar, Tek Yayını, No: 3, Ankara, 1987, s. 198.

AET ise, altı üye ülke arasında, ilk defa kömür çelik ticaretiyle başlatılan ekonomik bütünleşme hareketinin, ekonominin diğer bütün kesimlerine de yayılması öngörülmüştür. Roma Antlaşması ile, üye ülkeler arasında zamanla gümrüklerin kaldırılması, üçüncü ülkelere karşı ortak bir gümrük tarifesinin uygulanması ve Topluluk içinde malların, kişilerin, hizmetlerin ve sermayenin serbestçe dolaşımı hedeflenmiştir. Üye ülkeler bu amaçları gerçekleştirebilmek için de Topluluk genelinde ekonominin bütün sektörlerini kapsayan geniş bir Pazar kurmayı, ekonomik, mali, sosyal ve siyasi düzenlemeler arasında yakınlaşmayı öngörmüşlerdir. AET bu hareketleriyle üç Avrupa Topluluğu hareketinin en kapsamlı olanıdır.

1.1.3. Avrupa Birliğinin Gelişimi

AT'nin ilk yılları gerek ekonomik gelişmeler ve gerekse kurucu antlaşmaların uygulanması bakımından, oldukça başarılı geçmiştir. 1958'de yürürlüğe giren Roma Antlaşması, önce ekonomik işbirliği ve Ortak Pazarı kurarak daha sonraki politik entegrasyonun altyapısını hazırlamıştır. Üye ülkeler arasında Gümrük Birliği'ne öncelik verilerek malların serbest dolaşımlarının sağlanması ve üçüncü ülkelere de OGT'nin izlenmesi hedeflenmiştir. 1958-68 yılları arasındaki dönemde Gümrük Birliği kademeli olarak ilerlemiş ve bütün sanayi mallarında, öngörülen tarihten bir buçuk yıl önce, 1 Temmuz 1968'de gerçekleşmiştir. Ulaştırma ve enerji alanlarında bazı aksamalar olmasına rağmen, "geçiş dönemi" 31 Aralık 1969 tarihinde tamamlanmıştır.⁴⁶

Gümrük Birliği yalnızca üye ülkeler arasında gümrüklerin kaldırılması değil, Tek Pazar konumuna gelen AB'nin ticari ve ekonomik işbirliğine ilaveten siyasi ve askeri olarak dış dünyaya karşı ortak hareket etmeye zemin hazırlamıştır.

Bu olumlu gelişmeler, diğer Avrupa devletlerinin de ilgisini AT'na yöneltmiş ve altı Batı Avrupa devletiyle (Fransa, Almanya, İtalya, Belçika,

⁴⁶ HDTM, *Avrupa Topluluğu ve Türkiye*, 2. Baskı, Ankara, 1993, s. 5.

Hollanda, Lüksemburg) başlayan birlik hareketine, 1961 yılında İngiltere, Norveç, İrlanda ve Danimarka'da başvurmuştur.

Yeni başvurular çok önemliydi çünkü bu başvurular arasında, AET'ye karşı 1960 yılında kurulmuş olan "Avrupa Serbest Ticaret Bölgesi" (EFTA)'nın önderi İngiltere'de vardı. Ancak, Fransa'nın yeni ülkelere sıcak bakmaması ve veto etmesi nedeniyle İngiltere, İrlanda ve Danimarka'nın Topluluğa katılabilmeleri için 22 Ocak 1972 tarihini beklemeleri gerekmiştir. Norveç ise yaptığı referandumda olumlu sonuç alamadığından Topluluğa girememiştir. Yeni üyeler Topluluğa girmekle aynı zamanda bir takım yükümlülükler de yüklenmişlerdir. Geçiş döneminde ticaretin serbestleştirilmesi ve mali katkılar bakımından ise beş yıllık bir uyum devresi tanınmış ve bu devre de 1977 yılında sona ermiştir.

1981 yılında Yunanistan'ın Topluluğa girmesiyle üye sayısı 10'a çıkmıştır. 1986 yılında İspanya ve Portekiz Topluluğu girmiş ve 7 yıllık bir uyum devresi sonunda Gümrük Birliğine geçmeleri öngörülmüştür.

Topluluğa yeni üye ülkelerin alınması, üyelik için başvuran ülkelerin sayısını da arttırmıştır. Türkiye'nin 1987 deki tüm üyelik başvurusu ardından, 1989 Avusturya, 1990'da Kıbrıs Rum Kesimi ve Malta, 1991'de İsveç ve 1992 yılında Finlandiya, İsviçre ve Norveç bu doğrultuda karar almışlardır. AB bu başvurulardan İsveç, Norveç, Avusturya ve Finlandiya'ya olumlu cevap vermiş, ancak Norveç yaptığı referandumda % 52 oranında hayır çıkması nedeniyle Birliğe girememiştir. İsviçre'de daha önceden bu doğrultuda karar almıştı. İsveç, Avusturya ve Finlandiya'nın 1.1.1995'den itibaren birliğe katılmalarıyla, Birliğin üye sayısı 15'e yükselmiştir.⁴⁷

⁴⁷ Emin ÇARIKÇI, "Türkiye-AB Gümrük Birliği Anlaşması ve Beklentiler," *Yeni Türkiye Dergisi*, İstanbul, 1995/3, s. 174.

1.1.4. Avrupa Birliği'nin Hedefleri

1991 Maastirict Anlaşması AB açısından yeni bir dönemi başlatmıştır. AET ile, ekonomik ve ticari alanda başlayan bütünleşme hareketi piyasaların ve nüfusun bütünleşmesi ile devam etmiştir. AB, Avrupa'nın savunulması için ortak bir teşkilatın kurulması ve birliği ilgilendiren konularda ortak dış politikanın uygulanması ile daha da etkin bir hale gelmiştir.

Tüm bu gelişmelere uygun olarak Avrupa Topluluğu'nun adı 29 Ekim 1993 günü Brüksel'de toplanan Avrupa Konseyi tarafından çok daha geniş bir alan ifade eden "Avrupa Birliği" olarak değiştirilmiştir.

Avrupa Birliği'nin, gerek kurucu antlaşmalarından gerekse Maastricht Zirvesi'nden ve diğer zirve konferanslarından çıkarılabilecek hedefleri; siyasal, sosyal ve ekonomik anabашlıklar altında özetlenebilir.

Siyasi hedefler; Avrupa Topluluğu'nun temel hedefi siyasi birliğin kurulmasıdır. Birlik, 1 Temmuz 1987'de yürürlüğe giren "Avrupa Tek Senedi" ve 1 Kasım 1993'de yürürlüğe giren Maasricht Anlaşması ile birleşik devletler olma yolunda önemli adımlar atmıştır.

Birliğin diğer siyasi hedefleri ise, üye ülkelerin kendi aralarında halledemedikleri meseleleri AB çatısı altında oluşturdukları Adalet Divanı yoluyla çözümlemek, kurulan "Batı Avrupa Birliği" vasıtasıyla Avrupa'nın askeri açıdan artık savunmasını sağlamak ve Dünya barışı için önemli bir unsur olmak, Birleşmiş Milletler'de ve diğer milletlerarası plotformlarda mümkün olduğu kadar ortak hareket etmek ve bir güç odağı haline gelmektir.⁴⁸

⁴⁸ Erol MANİSALI, *Avrupa Birliği'ne Alınmayan Türkiye'yi Gümrük Birliği'nde Bekleyen Sorunlar*, Bağlam Yayını, İstanbul, 1994, s. 13.

Sosyal hedefler; Birlik vatandaşlarının yaşam düzeylerinin dengeli ve sürekli olarak geliştirilmesi, çalışma ortamı ve şartlarının iyileştirilmesi temel amaçtır.

Ekonomik hedefler; Temel ekonomik politika, koruma duvarlarıyla çevrili ve küçük pazarlar halinde Avrupa'yı bölen ekonomik sınırları kaldırmak ve gümrük birliğini gerçekleştirmektir. Ekonomik ve teknolojik alanda kaynakların ve kapasitenin en verimli bir şekilde kullanılması, ekonomik kalkınma farklılıklarını ortadan kaldırılması ve tüm bunların gerçekleştirilebilmesi içinde ekonomik ve parasal birliğe gidilmesi amaçlanmıştır.

1.2. Avrupa Birliği'nin Organları

Devletlerüstü bir nitelik taşıyan Avrupa Birliği kendine has bir yapılanma ile örgütlenmiştir. Birlik üye devletlerden ayrı ve bağımsız organlarınca idare edilmekte ve faaliyetlerini bu şekilde sürdürmektedir.

Birliğin organları; Birliğin temel yapısını teşkil eden konsey, Komisyon, parlamento ve Adalet Divanı'nın yanısıra yardımcı organ maliyetinde olan yardımcı organ maliyetinde olan, Ekonomik ve Sosyal Komite, Sayıştay ve Avrupa Yatırım Bankasından ibarettir.

1.2.1. Avrupa Birliği Başkanlar Konseyi (Avrupa Zirvesi)

Roma Antlaşmasına göre, antlaşmalardan doğan önemli sorunların görüşüldüğü ve karara bağlandığı en üst düzeyde topluluk organıdır. Kurucu antlaşmada yer almasına rağmen, Topluluk politikasını en üst seviyede ele almak ve politik konuları görüşmek üzere, 1974 yılından bu yana her altı ayda bir hükümet ya da devlet başkanları bir araya gelerek "Başkanlar Konseyi" oluşturmakta ve zirve toplantıları yapmaktadırlar. Bu şekilde yapılan Başkanlar Konseyi toplantılarına da "Avrupa Zirvesi" adı verilmektedir.⁴⁹

⁴⁹ İKV, Avrupa Topluluğu ve Türkiye-AT İlişkileri, Yayın No: 113, İstanbul, 1992, s. 6.

1.2.2. Avrupa Birliği Konseyi

Konsey, Topluluğun yaşama ve üst düzey karar alma fonksiyonunu yerine getiren bir organdır. Konsey, esas olarak üye ölkelerin Dışışleri Bakanlarından oluşmakla birlikte, ele alınacak konuya göre diğer ilgili bakanlarla da toplanmaktadır. Üye ölkelerin Dışışleri Bakanlarının katılımıyla oluşan Konseye “Esas Konsey”, ihtisas bakanlarının (Tarım, Ulaşım, Ekonomi, Sanayi Çevre Bakanları konseyi gibi) katılımıyla oluşan Konseye de “İhtisas Konseyi” adı verilir.

Merkezi Brüksel’de olan Konsey’in başkanlığı, dönüşümlü olarak altışar aylık süreler halinde üye ölkeler Dışışleri Bakanları tarafından yürütölmektedir.

Konsey’in görevleri, Kurucu Antlaşmaların belirlediği amaç ve hedeflerin gerçekleştirilmesi ile üye ölkelerin ekonomik ve ticari politikalarının koordinasyonu sağlamak ve bu yönde düzenlemeler yapma yetkisini kullanmaktır.

Konsey, alacağı bazı önemli kararlar (yeni üyelerin Birliğe katılması, Birlik faaliyetlerinin gerektirdiği harcamaların karşılanma yöntemi, Komisyon üyelerinin seçimi, Birliğin ekonomik politikalarının belirlenmesi gibi) için oybirliği şartı aranmakla birlikte, genel olarak basit çoğunluk veya nitelikli çoğunluk usulüyle karar almaktadır.

Nitelikli çoğunluk gerektiren Konsey kararlarında ölkelerin oyları, ekonomik ve politik yapıları ile nüfus durumlarına göre belirlenmektedir.

Konsey, yılda en az iki kez toplanarak, gerek siyasi konularda ve gerekse topluluk faaliyetlerine ilişkin konularda çalışmalarını sürdürmektedir.

Konsey’in gündemini, yine kendi bünyesinde yer alan bir “Daimi Temsilciler Komitesi” (COREPER) hazırlar. COREPER üye ölkelerin Büyökeli

seviyesindeki Daimi Temsilcilerinden oluşur ve Konsey'in çalışmalarına yardımcı olmak üzere çeşitli incelemeler yaparak, raporlar hazırlar.

1.2.3. Avrupa Birliği Komisyonu

Üye devletlerin hükümetlerince, karşılıklı anlaşmalarla dört yıllık süre için atanan ve tabiyetinde oldukları devletlerden ayrı ayrı ve bağımsız olarak görev yapar ve 20 komiserden oluşur. Konseyin, komisyon üyelerini görevden alma gibi bir yetkisi yoktur.

Komisyon başkanı, konsey tarafından üyeler arasından iki yıllık bir süre için atanmaktadır.

Roma Antlaşmasına göre komisyonun temel görevi kurucu antlaşmaların koruyucusu durumundadır. Kurucu Antlaşmaların gereklerinin yerine getirilip getirilmediği, organların almış olduğu kararların usulüne göre uygulanıp uygulanmadığı ve tarafların yükümlülüklerini yerine getirip getirmediğini izlemekle görevlidir.

Komisyon Birliğin yürütme organıdır. Roma antlaşmasından kaynaklanan, yürütme yetkisinin yanında, ortak politikalarının oluşturulması ve yönetilmesi görevi, birliği hukuken temsil etme yetkisi ve fonların idaresi görevi de komisyona aittir.

Komisyon kararlarını "oy çokluğu" ile alabileceği halde, bu güne kadar hep "oy birliği" ile almıştır.

1.2.4. Avrupa Birliği Parlamentosu

Komisyon ve Konsey tarafından paylaşılmış olan, yasama ve yürütme yetkilerinin kullanılmasını denetlemek amacıyla ortak bir parlamento kurulmuştur.

Avrupa Parlamentosu üyeleri, önceden doğrudan üye ülkelerin parlamentosu içinden seçilirken, 1979'dan bu yana her üye devlet, 5 yılda bir Avrupa parlamentosu için ayrı bir seçim yapmaktadır.

Avrupa Parlamentosu Ağustos ayı dışında her ay bir hafta süre ile, genellikle Strazbourg'da toplanmaktadır. 576 üyeli parlamentonun 1 Başkan, 14 Başkan Yardımcısı ve bir Başkanlık Divanı ile bir Genişletilmiş Divanı vardır.

Avrupa Parlamentosunun havale ettiği işleri incelemek ve araştırmak üzere kurulmuş olan ve ayda iki kere toplanan 19 sürekli komisyon vardır.

Avrupa Parlamentosu'nun Konsey üzerindeki yetkileri oldukça sınırlıdır. Parlamento, Konseye yazılı ve sözlü sorular sorabilir ve "Tavsiye Kararı" alabilir.

Parlamento'nun Komisyon üzerindeki yetkileri biraz daha geniştir. Komisyon'a yazılı ve sözlü sorular sorulabilir, komisyon üyelerinin tümünü "gensoru" ve "güvensizlik oyu" oyu vererek düşürebilir. Komisyon'un ve Adalet Divanı'nın kendisine sunduğu yıllık faaliyetleri inceler ve Birliğin bütçesini onaylar veya 2/3 çoğunlukla ret edebilir. Ayrıca Birlik mevzuatının oluşturulmasında yaşama sürecine de katılır.⁵⁰

9-10 Aralık 1991 tarihinde Maastricht'te gerçekleştirilen zirve toplantısında, Avrupa Parlamentosu'nun "İstisari Organ" olma özelliğini korumakla birlikte karar alma mekanizmasındaki rolü biraz daha güçlendirilmiştir. Parlamento, Birlik düzeyinde karar alma sürecinde, Konsey ve Komisyon arasına fiilen dahil edilmemiş sadece Konsey'in nitelikli çoğunlukla aldığı kararları üç ay içerisinde;

- Onaylama,
- Hiçbir karar almama,

⁵⁰ Aslan GÜNDÜZ, *Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Teşkilatlar ile İlgili Temel Metinler*, Boto Yayını, İstanbul, 1987, s. 512.

- Veto etme,
- Değişiklik önerisi getirme,

yetkisi verilmiştir. Ortak karar alma süreci olarak adlandırılan bu sistemde son söz yine Konsey'e aittir.

Türkiye'yi ilgilendiren bir diğer gelişme de; Komisyon, üçüncü ülkelerle bir antlaşma yapmadan önce konu parlamentoda incelenecek ve antlaşmanın her safhasında parlamentoya bilgi verilecektir. Tüm üyelik başvurusu halinde ise, Komisyon bu başvuruyu onaylamadan önce, durumun Parlamentoda görüşülmesi ve salt çoğunluk ile kabul edilmesi hükmü getirilmiştir.

1.2.5. Adalet Divanı (ATAD)

7 Ekim 1958 tarihinde Lüksemburg'ta kurulan Adalet Divanı, Birliğin Anayasa Mahkemesi niteliğindeki tek yargı organıdır. Kurucu antlaşma ile Adalet Divanı'nın yetkilerinin saklı tutulduğu hususlar dışında üye devletlerin milli mahkemeleri yetkilidir.

Adalet Divanı; her üye devletten seçilen birer hakimden ve ilave olarak da dönüşümlü olarak İngiliz, Alman, Fransız veya İtalyan uyruklu bir hakimden oluşur.

Bu hakimler üye Devletler tarafından, bağımsızlığı konusunda güvence verilmiş, ülkelerde en yüksek yargısal görevlerde bulunulmuş, hukuki alanda görüşleri ve uygulamalarıyla kendilerini kabul ettirmiş kişiler arasında 6 yıl için seçilirler.

Divan'da 6 savcı (hukuk sözcüsü) ve yeteri kadar yardımcı personel görev yapar. Genel Kurul olarak toplanan ve kararlarını oy çokluğu ile alan Adalet Divanı, birlik hukukunun asıl ve nihai olarak yorumlanması, birlik organlarının yasama ve yürütme icraatlarının, birlik hukukuna uygun olup

olmadığının denetlenmesi, üye devletlerin ve komisyonun diğer üye devletlere karşı açtığı davaların muhakeme edilmesi ve diğer birlik hukukuyla ilgili anlaşmazlıkların sonuçlandırılması ile görevlidir.

1.2.6. Diğer Organlar

1.2.6.1. Ekonomik ve Sosyal Komite

Roma Antlaşmasının 4. Maddesinde, Konsey ve Komisyon'a yardım etmek üzere, danışma organı niteliğinde olan Ekonomik ve Sosyal Komitenin kurulacağı hükme bağlanmıştır. Komite, ekonomik ve sosyal hayatın çeşitli kesimlerinin özellikle üreticiler, çiftçiler, taşımacılar gibi küçük ve orta ölçekli işletmelerin temsilcileri ile tüketiciler, çevreciler ve dernek temsilcilerinden oluşmaktadır. Komitenin, dört yıllık bir süre için seçilen 189 üyesi genel olarak;

- İşverenler,
- İşçiler,
- Serbest meslek sahiplerinden

oluşur.

Komite bir danışma organı olduğundan, çalışma düzeni görüş bildirme şeklindedir. Bununla beraber Antlaşmanın belirtildiği durumlarda Komite'ye zorunlu olarak danışılmaktadır.

1.2.6.2. Avrupa Yatırım Bankası

Roma Antlaşmasının 129. Maddesine dayanılarak 1958 yılında kurulan Avrupa Yatırım Bankası (AYB), verdiği uzun vadeli kredilerle, birlik içinde bölgelerarası dengesizliği giderecek ve ortak menfaatlere uygun bir gelişme sağlayacak projelere destek vermeyi amaçlamıştır.

Avrupa Yatırım Bankası, üye ülkelerin Maliye Bakanlarından oluşan, Güvernörler Konseyi, yönetim kurulu ve yönetim konseyi'nce yönetilmektedir.

Merkezi Lüksemburg'ta olan AYB, 20 yıla kadar kredi vermektedir. Kuruluş, sadece birlik üyesi ülkelere değil, 70 kadar gelişmekte olan ülkeye de kredi vermektedir.

1.2.6.3. Sayıştay

Avrupa Birliği'nin ve bağlı kuruluşların gelir ve harcamalarını incelemek, bu harcamaların Birlik mevzuatına uygun bir şekilde kullanılıp kullanılmadığını denetlemek amacıyla birlik düzeyinde bağımsız bir denetleme kurulu ihdas edilmesi planlanmıştır. Konsey 03.12.1974 tarihli toplantısında Roma Antlaşması'nın 206. maddesinde sözü edilen denetim organının kurulmasını karara bağlamış ve 22 Temmuz 1975 tarihinde de Sayıştay kurulmuştur.

Her üye devletten, konseyce altı yıllığına seçilen birer üyeden oluşan sayıştay, birlik bütçesinin mali yönetiminin uygunluğunu ve yasallığını, birlik adına yapılan harcamaların ve hesapların bütçeye uygunluğunu denetler.

1.3. Avrupa Birliği'nin Ortak Politikaları

1.3.1. Ortak Tarım Politikası

Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurulması ile Avrupa genelinde bir Ortak Pazarın kurulacağı sınırların açılacağı ve ülkeler arasında ticaretteki sınırlamaların kaldırılacağı bir ortamda, tarım sektörünün bu çalışmaların dışında kalması söz konusu olamazdı. Avrupa ülkeleri için ortak bir tarım politikasının belirlenmesinde; piyasaların rekabete açılması, arzın istikrara kavuşması ve geniş bir Pazar içinde ortaya çıkacak avantajlardan optimum bir şekilde yararlanma yanında her hangi bir gıda sıkıntısı dönemlerinde arzda ve fiyatlarda istikrarın sağlanması önemli rol oynamıştır.

Roma Antlaşması'nın 3. Maddesinde ortak bir tarım politikasının oluşturulması hedeflenerek bu politikanın amaçları da yine Antlaşmanın 39. Maddesinde sayılmıştır.

Bu amaçla:

- Tarımsal üretimi artırmak,
- Tarım sektöründe çalışanlara daha iyi bir yaşam düzeyi sağlamak,
- Piyasayı istikrara kavuşturmak,
- Arzın devamlılığını sağlamak,
- Ürünlerin tüketiciye makul fiyatlarla intikalini sağlamaktır.⁵¹

Birliğin ortak politikasının esası piyasa ve fiyat olgularına dayanmaktadır. Birlik iç piyasası bir örnek kurallar içinde idare edilirken, dış sınırlarda da ortak kuralların uygulanması öngörülmektedir. Bu şekilde sektörler bazında piyasa düzenlerinin aşamalı bir şekilde oluşturulmasına başlanmıştır. İlk "Ortak Piyasa Düzeni" 1962 yılında hububat sektöründe yürürlüğe girmiş olup, halen 22 ürün (veya ürün grubu) Ortak Piyasa Düzenleri kapsamındadır.⁵²

Birliğin Ortak Tarım Politikasının Prensipleri;

- Ortak bir pazarın kurulması
- Birlik ürünlerinin tercihi
- Mali dayanışma'dır.

Avrupa Birliği'nde tarımsal alanda bir ortak pazarın tesisi, tarımsal ürünlerin bir üye devletten diğerine serbestçe geçebilmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle Birlik için ticarete gümrük vergilerinin, miktar kısıtlamalarının ve rekabeti bozabilecek sübvansiyonların kaldırılması gerekmektedir.

⁵¹ Oya GENÇ, AET Ortak Tarım Politikasının Esasları ve İşleyiş Mekanizması, İKV Yayını, No: 14, İstanbul, 1985, s. 4.

⁵² Oya GENÇ, a.g.e., s. 65.

Birlik tarım ürünlerinin Dünya fiyatlarının üzerinde olması nedeniyle iç piyasanın ucuz ithal malından ve dünya piyasalarındaki aşırı dalgalanmalardan korunması görevi “Ortak Tarım Politikası” na düşmektedir.

Bu amaçların sağlanması için gerekli finansman, ilgili taraflarca ortak olarak karşılanması amacıyla “mali danışma sistemi” oluşturulmuştur.

1.3.2. Ortak Ticaret Politikası

Üye ülkeler Kurucu Antlaşmasının 110-116. maddeleri ile, aralarında ortak bir ticaret politikası belirleyerek, bu konuda yükümlülükleri ve uyacakları ilkeleri tesbit etmişlerdir.

Antlaşma ile üye ülkeler aralarında bir gümrük birliği tesis ederken Dünya ticaretinin gelişmesine, uluslararası ticarete uygulanan sınırlamaların kademeli olarak kaldırılmasına katkıda bulunmaları prensip olarak kabul edilmiştir. Üye ülkeler arasında ticari sınırlamaların kaldırılması, rekabetin daha etkin olarak işlemesi ve Ortak Ticaret Politikasının uygulanmasında bu hususun dikkate alınacağı belirtilmiştir.⁵³

Yine Roma Antlaşması'nın 111. maddesinde ortak ticaret politikası ile ilgili olarak, Birliğin Üçüncü Ülkelerle Ortak Gümrük Tarifesi üzerine müzakereler yapması, üye ülkelerin üçüncü ülkelere uygulanacak liberasyon listelerini mümkün olduğu kadar genişleterek birleştirmesi, miktar kısıtlamalarının azaltılarak kaldırılması ve dış ticaret konusunda ortak bir politikanın uygulamaya konulmasında gerekli şartların oluşturulmasını sağlayacak şekilde diğer devletlerle ticari ilişkilerinde koordinasyonun sağlanması ve bu amaçla ticaret politikalarının uyumlaştırılması öngörülmüştür.

Antlaşmanın 112. maddesinde ise, üye devletlerin ihracatta uyguladıkları teşvik (sübvansiyon) rejimlerinin uyumlaştırılması esas getirilmiştir.

⁵³ Rıdvan KARLUK, *Avrupa Toplulukları ve Türkiye*, Bilim Teknik Yayınevi, Eskişehir, 1990, s. 5.

Antlaşmanın müteakip maddelerinde, gümrük tarifelerinde değişiklik yapılması, ticaret ve tarife anlaşmasının ve tüm liberasyon tedbirlerinin yeknesaklaştırılması, ihracat politikası, damping ve sübvansiyon alanlarında Birlik ticaret politikası alanında alınacak kararlarda uyulacak usul ve esaslar ile diğer ilkeler hükme bağlanmıştır.

Avrupa Birliği Ülkeleri Roma Anlaşması'nın yukarıda sayılan tüm hükümleri, Antlaşmanın geçiş dönemi sonunda uygulamaya koyup, amaçlarını gerçekleştirmişler ve yeknesak bir ticaret politikası oluşturabilmişlerdir.

1.3.3. Ortak Sanayi ve Rekabet Politikası

Avrupa Birliği'nin sanayi stratejisinin temelini, üretimin, tüketici ihtiyaçlarına cevap verebilecek kalite ve miktarda yapılırken, fiyatlarında iç ve dış piyasalarda rekabet edebilecek seviyede olması teşkil eder.

Roma Antlaşması'nda sanayi sektörü için ortak politikalar öngörülmemiştir. Antlaşma ile sanayi mallarının rekabet politikası ile devlet yardımlarının denetim yolları belirlenmiştir.

Ortak rekabet politikasının esasını ise rekabeti engelleyici ve bozucu monopolleşme ve sübvansiyon gibi belli konularda getirilen kısıtlayıcı hükümler oluşturmakla birlikte gerek tarım ve gerekse sanayi sektöründe çeşitli muafiyetler de getirilerek, belli esaslara uyulması şartı ile şirketleşmeleri de desteklenmiştir.

Antlaşmanın 84-95. maddelerine göre, ortak rekabet politikası ile, rekabeti önlemeye ve sınırlamaya veya bozmaya yönelik işletmelerarası anlaşmaların ve tekelleşme oluşumlarının, piyasa hakimiyetinin önlenmesi, devletin olur olmaz sübvansiyon uygulamalarının kısıtlanması ve yasaklanması

hedeflenmiştir. Komisyon bu konuda para cezasına çarptırmak gibi bazı yetkilere de sahiptir.⁵⁴

1.3.4. Diğer Ortak Politikalar

Avrupa Birliği üyesi devletlerin geniş çaplı bir entegrasyona ulaşmak amacıyla belirlenen ve uygulanan diğer ortak politikalar; üye ülkelerde taşımacılıkla ilgili olarak geçerli olan kuralların Birlik düzeyinde ortak ilkelere bağlanması, hizmeti yapan işletme kullanılan araç yada taşınan mala, ait olduğu ülke nedeniyle farklı işlemlerin yapılmaması amacıyla "Ortak Taşımacılık Politikası", iç vergilendirmedeki farklılıkların azaltılması ve vergi mevzuatının uyumlaştırılması özellikle sermaye kaçışının ve özel tüketim harcamalarının ülkeler arasında kaçışını engellemek amacıyla "Ortak Vergi Politikası", üye ülke vatandaşlarının iş ve yaşam şartlarının Birlik genelinde uyumlaştırılması amacıyla "Ortak Sosyal Politika" gibi politikalar üretilmiştir.

Üye devletler, Maastricht Zirvesi'nde uzun vadede Birlik için ortak bir savunma politikası oluşturulabilmesi amacıyla ortak bir dış politika ve güvenlik politikası belirleyerek uygulamaya karar vermişlerdir. Avrupa'nın üye ülkeler tarafından ortak olarak savunulması amacıyla oluşturulan, Ortak Savunma Politikasının uygulanması görevi "Batı Avrupa Birliği" ne (BAB) verilmiştir. BAB'ın NATO ve AB ile ilişkileri ayrıca belirlenmiştir.

1.4. Avrupa Birliği'nin Üçüncü Ülkelerle İlişkileri

1.4.1. Avrupa Birliği Doğu Avrupa İlişkileri

Doğu Bloku ülkelerinde, piyasa ekonomisine geçiş ve demokratikleşme hareketleri nedeniyle AB üyesi devletlerin Dışişleri Bakanları 1989 yılında biraya gelerek bu gelişmeleri değerlendirmişlerdir.

⁵⁴ Halil SEYİDOĞLU, a.g.e., s. 397.

Komisyon bu ülkelerle yapılacak muhtemel ortaklık antlaşmalarının niteliğini ve çerçevesini belirleyen bir belge hazırlamış ve öncelik mevcut iktisadi ve ticari anlaşmaların yerine geçmek üzere Orta ve Doğu Avrupa ülkeleriyle yapılacak ortaklık antlaşmalarının ismini Avrupa Antlaşmaları olarak belirlemiştir.

Bu amaçla başlatılan çalışmaların ve müzakerelerin sonucunda AB ile Macaristan, Polonya ve Çekoslovakya arasında 16 Aralık 1991 yılında Avrupa Antlaşması imzalanmıştır. Avrupa Antlaşmalarının ticari hükümleri, antlaşmaların onay safhalarının uzun sürmesi nedeniyle ana anlaşmalarla yürürlüğe girmiştir.

Ana anlaşmaların amacı Birlik ile üç ülke arasında serbest ticaretin oluşturulması olup, 10 yıllık bir geçiş dönemi sonunda ticaretteki gümrük vergileri ve diğer kısıtlayıcı önlemlerin kaldırılmasıdır.

1.4.2. Avrupa Birliği – EFTA Ülkeleri İlişkileri

Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) 1960 yılında İngiltere, İsviçre, İsveç, Avusturya, Danimarka, Norveç ve Portekiz tarafından aralarındaki gümrük vergileri ile miktar kısıtlamalarının ve ticaret üzerindeki diğer kısıtlamaları kaldırmak amacıyla kurulmuştur.

İngiltere, Danimarka ve Portekiz bir müddet sonra EFTA'dan ayrılarak AB'ne katılmışlardır. Bugün üye sayısı dört olan EFTA, AB'den sonra Avrupa'nın ikinci büyük bloğudur.

Alım gücü ve ticaret hacmi çok yüksek olan EFTA ile AB arasında 2 Mayıs 1961 tarihinde imzalanan Avrupa Ekonomik Alanı Antlaşması (AEA) AB ile EFTA arasında, kişilerin, malların, sermayenin ve hizmetlerin serbest dolaşımını amaçlamaktadır. EFTA ülkeleri AEA sayesinde Birlik üyesi olmadan Birlik iç pazarına dahil olmuşlardır.

1.4.3. Avrupa Birliği-Afrika, Karayip ve Pasifik Ülkeleri İlişkileri

Birlik ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki kalkınma ve işbirliği ilişkileri, 1964 yılında yürürlüğe giren I. Yoonde sözleşmesi ile başlamıştır. Birlik ile Afrika, Karayip ve Pasifik (AKP) ülkeleri ilişkileri daha çok ekonomik ve mali yardım (kredi) şeklinde olmaktadır. Söz konusu ülkelerle bugüne kadar “LOME” sözleşmesi adı verilen dört anlaşma yapılmış, hibe ve tavizli krediler; Avrupa Kalkınma Fonu kaynaklarından ve Avrupa Yatırım Banka özkaynaklarından, piyasa şartlı kredi şeklinde sağlanmıştır. Bu anlaşmalar, global bir mali paket niteliğinde olup, APK ülkelerinin ihracat gelirlerinin istikrara kavuşturulmasını ve maden üretiminin finansmanına mali destek sağlayan programlar çerçevesinde sağlanan kaynakları da içermektedir.

2. TÜRKİYE AVRUPA BİRLİĞİ

2.1. Türkiye Avrupa Birliği İlişkileri

Dünya, İkinci Dünya Savaşından sonra bir globalleşme hareketi yaşamaya başlamıştır. Ülkelerin birleştiği ve büyüdüğü oranda ekonomik ve siyasi güçlennin arttığı, ABD, Sovyetler Birliği ve Çin gibi ülkelerin ve birliklerin geniş ve dinamik bir pazara sahip olmaları ve ölçek ekonomilerinin avantajlarından yararlanmaları, Avrupa'yı siyasi sınırların ötesine itmeye başlamıştır. Avrupa devletlerinin, 1951 Kömür ve Çelik Antlaşmasını başarıyla uygulamaları, Avrupa'yı daha kapsamlı yeni bir Topluluk arayışına itmiştir. Tüm bu gelişmelerin neticesinde 1957'de Roma'da, “Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu” ve “Avrupa Ekonomik Topluluğu” antlaşmaları imzalanarak iki yeni topluluk daha kurulmuştur.

Türkiye Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu kurulmasından hemen sonra, Temmuz 1959'da üyelik başvurusunda bulunmuştur. Türkiye, Avrupa Topluluğu'na üyelik başvurusunda bulunarak, Avrupa'nın ekonomik alandaki tecrübesinden, bilgi ve birikiminden, sanayi, toplumsal ve siyasi kültüründen ve

mali yardımlarından yararlanmayı ve bu şekilde ülke kalkınmasını hızlandırmayı amaçlamıştır.

Türkiye ile Avrupa Topluluğu arasında, üyelik başvurusundan sonra uzun müzakereler olmuş ve 12 Eylül 1963'de Ankara Antlaşması imzalanarak ortaklık hukuken kurulmuştur. Ankara Antlaşması 1 Aralık 1964'de yürürlüğe girmiştir. Ankara Antlaşması'nın belirtmiş olduğu üyelik statüsü ve tam üyeliğe geçişin ne şekilde olacağı, Antlaşmanın, tamamlayıcı bir parçası olan Katma Protokol ile düzenlenmiştir.⁵⁵

Türkiye Katma Protokolda öngörülen sürenin dolmasıyla 14 Nisan 1987'de Avrupa Topluluğu'na tam üyelik başvurusunda bulunmuştur. Ancak, Türkiye, Topluluk Bakanlar Konseyine yapılan bu başvurunun, olumlu sonucunun kısa bir dönem içinde alınmasını beklememektedir.

2.1.1. Türkiye-AT Ortaklığının Kurulması

2.1.1.1. Ankara Antlaşması

Avrupa Topluluğu'nu kuran Roma Antlaşması, altı Batı Avrupa Devleti tarafından imzalanıp yürürlüğe girmesinden sonra, 1959 yılı Haziran ayında Yunanistan ve Temmuz ayında da Türkiye Topluluğu katılmak için üyelik başvuruda bulunmuşlardır.

Türkiye, uzun dönemde Avrupa'da kurulacak bir siyasi ve ekonomik birliğin dışında kalmamak ve komşusu Yunanistan'ın, Topluluktan sağlayacağı avantajlardan yoksun kalmamak amacıyla ortaklık başvurusunda bulunmuştur. Yapılan müzakerelerden sonra 12 Eylül 1963'de Ankara Antlaşması imzalanmıştır.

⁵⁵ Rıdvan KARLUK, AT'na Tam Üye Olmadan Gerçekleştirilecek Bir Gümrük Birliğinin Sakıncaları, İSO Yayınları, İstanbul, 1993, s. 21.

Ankara Antlaşması'nın başlangıç kısmında Topluluk ile Türkiye ilişkileri düzenlenmiştir. Buna göre, Türk ekonomisi ile Topluluk üyesi ülkeler arasında gelişmişlik farklarının azaltılması için, Türk ekonomisinin kalkınması hızlandırılacak ve aradaki mevcut ticaret artırılacaktır. Bu amaçla Topluluk Türkiye'ye mali yardımda bulunacak, halklar arasındaki bağlar güçlendirilecek, yaşam seviyesi artırılacak ve en kısa zamanda tüm üyeliğe hazır hale getirilecektir.

Bu Antlaşmanın amacı, ikinci maddede belirtildiği gibi, Türk ekonomisinin istihdam ve kalkınma düzeyinin artırılması, halkın yaşam şartlarının yükseltilmesidir. Taraflar bu amaçlara yönelik olarak, aralarındaki ticari ve ekonomik ilişkileri istikrarlı bir şekilde güçlendirip artıracaklardır.

Açıklanan bu ilke ve amaçları gerçekleştirmeyi hedef alan Ankara Antlaşması'nın temel metni 33 maddeden, geçici protokol 11 maddeden, mali protokol 9 maddeden ibarettir. Ayrıca, Antlaşmanın son bölümünde, son senet, işgücü konusundaki mektuplar ve çeşitli amaçlarla yayınlanmış bildiriler (niyet) bulunmaktadır.

Roma Antlaşması'nın 238. Maddesine dayanılarak yapılan Ankara Antlaşması, ortaklık ilişkisinin temel ilke ve amaçlarını belirlemiştir.

Ankara Antlaşması ile, ortaklık ilişkisi ve gümrük birliğinin esasları, mallarının, sermayenin, hizmetlerin ve kişilerin serbest dolaşımı, ulaşım, ticaret ve ekonominin entegrasyonu ve bunlara ilişkin politikaların ve mevzuatın ne şekilde uyumlaştırılacağı belirtilmiştir. Ayrıca ortaklık organlarının ne şekilde oluşturulacağı, Türkiye'nin tam üyelik imkanları, ortaklık ilişkisinde çıkabilecek uyuşmazlıkların ne şekilde çözümleneceği gibi konular hükme bağlanmıştır.

Bu konulara ilişkin ayrıntılar ise, Antlaşmanın 30. Maddesine göre, Antlaşmanın ayrılmaz bir parçası olan protokollerde belirtilecektir.

Antlaşmanın onaylanmasının zaman alacağı ve bu nedenle geç yürürlüğe gireceği düşünülerek, ticari hükümlerin aksamadan uygulamaya konulabilmesi amacıyla “Geçici Protokol” hazırlanmıştır.

Mali protokol ise, Türk ekonomisinin tüm üyeliğe hazır hali gelmesi ve son dönem şartlarını yerine getirebilmesi, entegrasyon için asgari şartları sağlaması amacıyla AT konseyi tarafından Türkiye’ye verilmesi kararlaştırılan kredi ve bu kredinin uygulama esaslarını içeren programdır.

12 Eylül 1963’de imzalanıp 12 Şubat 1964’de GATT’a sunulan Ankara Antlaşması, Topluluk üyesi ülkelerin ve Türkiye’nin yetkili organlarında onaylandıktan sonra 1 Aralık 1964’te yürürlüğe girmiştir. Antlaşmanın süresine ve feshine ilişkin herhangi bir hüküm bulunmadığı için, Antlaşmanın amaçları gerçekleşinceye kadar yürürlükte kalacaktır.

2.1.1.2. Ortaklık Aşamaları

Türkiye, 12 Eylül 1963’te imzalayıp 1 Aralık 1964 de yürürlüğe koyduğu Ankara Antlaşması, Avrupa Topluluğu ile, sonuçta tam üyeliği hedefleyen bir ortaklık kurmuştur. Hedeflenen bu tam üyelik; hazırlık, geçiş ve son kademe olmak üzere üç aşamada gerçekleştirilecektir.

Hazırlık döneminde Türkiye’ye, AT ile ilişkilerin geliştirilmesi bakımından herhangi bir yükümlülük getirilmemiştir. Geçiş dönemi ile son dönemde Türkiye’nin üstlendiği yükümlülükleri yerine getirebilmesi ve Türk ekonomisinin güçlendirilmesi amacıyla bir takım yardımların yapılması planlanmıştır (madde 3). Bu dönemde kullanılmak üzere 1. mali protokol çerçevesinde Türkiye’ye 175 milyon ECU kredi verilmiştir. Ülke ekonomisinin gümrük birliğine hazır hale getirilmesinin amaçlandığı bu dönemde, Türkiye’nin tarımsal bazı ihraç mallarına tarife kontenjanları tanınmıştır.

Hazırlık döneminin 1 Aralık 1964'den itibaren 5 yıl sürmesi planlanmıştır. Geçiş döneminin süre ve sınırlarının tesbiti ile ilgili müzakerelerin uzaması sonunda Katma Protokol ancak 23 Kasım 1970'de imzalanmıştır. Protokolün üye ülkelerin parlamentolarında onaylanmasının zaman alacağı düşünülerek, ticari hükümleri geçici bir antlaşmayla 1971'de yürürlüğe girmiştir. Hukuken ise geçiş dönemi, protokolün resmen yürürlüğe girdiği 1 Ocak 1973'de başlamıştır.⁵⁶

Geçiş döneminin 1 Ocak 1973'de başlaması ve 12 yıl devam etmesi planlanmıştır. Ancak geçiş dönemi dalı sonra 2 yıl daha uzatılmıştır. Gümrük Birliği'nin sağlanması amacıyla, Katma protokol çerçevesinde, 1973 yılından itibaren kademeli olarak gümrük indirimleri yapılmaya başlanmıştır. Protokol'de Türkiye ve AT'nun karşılıklı ve dengeli olarak yükümlülüklerini yerine getirecekleri ve gittikçe gelişen bir şekilde sanayi ürünleri ticaretinde gümrük birliğinin tesisine çalışacakları belirtilmiştir (M.4).

Geçiş dönemi hukuken 1973 yılında başlamasına rağmen, Avrupa Topluluğu yükümlülüklerini Geçici Antlaşma çerçevesinde, 1 Eylül 1971'den itibaren Türk sanayi ürünlerine (Pamuk ipliği, pamuklu dokuma ve rafine petrol ürünleri hariç) uyguladığı gümrükleri tamamen kaldırarak yerine getirmeye başlamıştır. Türkiye ise, Katma Protokolün yürürlüğe girdiği 1 Ocak 1973'den itibaren iki kez % 10'luk indirim yapmış ancak ekonomik olumsuzluklar nedeniyle 1978'den itibaren gümrük indirimi yükümlülüklerini ertelemiştir.⁵⁷

Tarım ürünleri gümrük birliği dışında tutulmuş ve Türkiye'nin 22 yıllık bir geçiş dönemi sonunda tarım politikasını, Topluluk politikasına uydurması planlanmıştır. Topluluk, tarım ürünlerinde gümrük vergilerini kaldırmakla birlikte tam bir serbesti de getirmemiş, bir takım kota ve sınırlamalarla korumacılığa devam etmiştir.

⁵⁶ İKV, No: 113, a.g.e., s. 25.

⁵⁷ İKV, No: 113, a.g.e., s. 25.

Geçiş döneminin sonunda, tam üyelik şartlarının müzakere edileceği son dönem başlayacaktır. Bu dönemde Topluluk ile Türkiye arasında gümrük birliğinin kurulması, tarafların ekonomik ilişkilerinin artırılması ve politikaların uyumlu hale getirilmesi hedeflenmiştir (madde 5). Ankara Antlaşması'nda son dönem için bir süre öngörülmemiş tam üyeliğe ne zaman geçileceği taraflara bırakılmıştır.

2.1.1.3. Ortaklık Organları

Ankara Antlaşması'nın 6. maddesinde, tarafların, Antlaşmada belirtilen sınırlar içinde kalarak, ortaklık rejiminin uygulanmasını ve gelişmesini sağlamak için bir "ortaklık konseyi" oluşturabilecekleri belirtilmiştir. Antlaşmanın 24. maddesine göre ise Ortaklık Konseyi, görevlerinde kendisine yardım edebilecek her türlü komiteyi ve özellikle Antlaşmanın iyi yürütülmesi için gerekli işbirliğinin devamlılığını sağlayacak komiteyi kurmaya yetkili olduğu belirtilmiştir.

Ankara Antlaşması'nın 8. maddesinde, Türkiye ile Topluluk arasında gümrük birliğinin gittikçe gelişerek yerleşmesi ve ortaklığın iyi işlemesi için, Türkiye'nin ekonomik politikalarının Topluluk politikalarına yakınlaştırılması amacıyla bir protokolün hazırlanacağı belirtilmiştir. Katma protokolde geçiş dönemiyle ilgili şartlar, usuller ve süre ile ilgili düzenlemeler yer almaktadır.

Ortaklık konseyine, Türkiye AT ortaklığının en yetkili organı olarak, Antlaşma ile belirlenen amaçların gerçekleştirilmesi için karar alma yetkisi verilmiştir. Taraflar alınan bu kararların yerine getirilmesini sağlamakla yükümlüdür. Konsey ayrıca Ankara Antlaşması çerçevesinde tavsiyelerde de bulunabilir (madde 22/1)

Ortaklık Konseyi, bir yandan Türk Hükümeti temsilcilerinden, diğer yandan AT Konseyi, Komisyonu ve üye ülke hükümetlerinin temsilcilerinden oluşmaktadır. Ortaklık Konseyi başkanlığı, altışar aylık dönemler halinde sıra ile

Karma Parlamento Komisyonu ise, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nden ve Avrupa Parlamentosu'ndan seçilen 18'er üyeden oluşur ve ortaklığın demokratik denetimini yaparak tavsiye kararı alır.⁶⁰

2.1.2. Katma Protokol Çerçevesinde Türkiye Topluluk İlişkileri

2.1.2.1. Katma Protokol ve Geçiş Dönemi

Ankara Antlaşması'nda belirtilen hükümlerin daha ayrıntılı olarak ele alındığı Katma Protokol malların, kişilerin, hizmetlerin ve sermayenin serbest dolaşımı, mevzuatın yaklaştırılması, ekonomik ve ticari politikaların uyumlaştırılması gibi hükümleri konu almaktadır. Protokol TBMM ve Senato'da onaylandıktan sonra 1 Eylül 1971'de kanunlaşmış ve 30 Eylül 1971'de GATT'a sunulduktan sonra 1 Ocak 1974'de resmen yürürlüğe girmiştir.

Ekonomik, sosyal ve siyasal niteliği bakımından, Ankara Antlaşması ile aynı nitelikte olan Katma Protokol, Antlaşmada belirtilen genel çerçevenin doldurulduğu bir uygulama anlaşmasıdır.

Topluluğa daha sonra katılan İngiltere, Danimarka ve İrlanda ile tamamlayıcı protokoller 30 Haziran 1973'de imzalanmış ve 1 Ocak 1974'de yürürlüğe girmiştir.⁶¹ Yunanistan ile uyum anlaşması 20 Nisan 1988'de imzalanmış ve Ocak 1989'da yürürlüğe girmiştir. İspanya ve Portekiz ile ise 23 Temmuz 1987'de imzalanıp Nisan 1989'da yürürlüğe girmiştir.

⁶⁰ Halil SEYİDOĞLU, a.g.e., s. 412.

⁶¹ Erdoğan PEKCAN, a.g.e., s. 51.

2.1.2.2. Katma Protokoldan Günümüze Ortaklık İlişkileri

Türkiye ile Avrupa Topluluğu arasında ortaklık statüsünü kuran Ankara Antlaşması, Türkiye'nin Topluluğu tam üyeliğini hedef almaktadır. Tam üyelik, Antlaşmanın ekini teşkil eden Katma Protokolda öngördüğü gibi, istisnalar hariç 22 yıllık bir geçiş dönemi sonunda olabilecektir.

Türkiye'nin Topluluk ile ilişkileri, Topluluk ülkelerindeki Türk işçileri ile ilgili müzakereler istisna edilirse hep gümrük birliği çerçevesinde yoğunlaşmıştır. Henüz tam üyelik yakın olmadığından işçilerin, hizmetlerin ve sermayenin Topluluk ve Türkiye arasında serbest dolaşımı çok ciddi olarak gündeme alınıp müzakere edilmemiştir.

Topluluk, Geçici Protokol ve Katma Protokol çerçevesinde, Türkiye'den ithal ettiği sanayi mamülleri üzerindeki gümrük vergilerini sıfıra indirmiş ve miktar kısıtlamalarını kaldırmıştır. Ancak işlenmiş tarım ürünleri ve tekstil için özel düzenlemelere gidilmiştir.

Tarım ürünleri için, geçiş döneminde bir gümrük birliğinin kurulması sözkonusu değildir. Bunun yerine Topluluk bazı tarım ürünleri konusunda Türkiye'ye Tercihli Gümrük Tarifeler uygulamayı tercih etmiştir. Tercihli Gümrük Tarifelerinin uygulanması ile ilgili olarak bir takvim de belirlenmemiş, yalnızca bundan yararlanacak ürünlerin listesi katma Protokola eklenmiştir.⁶² Halen Topluluğun ortak tarım politikasına dahil olmayan tarımsal ürünlerde, Türkiye kaynaklı ürünlere karşı gümrük vergisi uygulaması sürdürülmektedir.

Gümrük birliği ile Ortaklık Antlaşmasının temel unsuru olan malların serbest dolaşımının sağlanması amaçlanmıştır. Türkiye, Nisan 1987 yılında Roma Antlaşması'nın 237. Maddesine istinaden tam üyelik başvurusunda bulunmuştur. Türkiye'nin tam üyelik başvurusu yerine, İhtisas Komitesi tarafından Türk ekonomisinin güncel durumu geniş bir araştırma konusu

⁶² İKV, No: 113, a.g.e., s. 24.

yapılmış ve Türk ekonomisinin Topluluk ekonomisine entegre olup olmayacağı Komisyona bir rapor halinde sunulmuştur. Her aday ülkeye uygulanan bu prosedür sonunda, Topluluk Türkiye'ye net bir cevap verme yerine, bu başvuruyu daha sonra ele almak üzere "işbirliği programı" adı altında bir önlemler paketi hazırlayarak yürürlüğe koymuştur. Önlemler paketinde, katma protokoldaki hükümlere işlerlik kazandırılması ve gümrük birliği ilk hedef olarak almıştır. Bunun dışında yeni unsurların bulunmadığı görülmektedir.

2.1.3. Türkiye Birlik Mali ve Ticari İlişkileri

2.1.3.1. Mali İlişkiler

Topluluk, Ortaklık Anlaşması gereğince Türk ekonomisinin hızla kalkınmasına yardımcı olarak ve tam üyeliğe hazır hale gelebilmesi için, mali protokoller çerçevesinde Türkiye'ye yardımlarda bulunmaktadır.

Türkiye'ye verilecek kredi ve yardımların miktarı, şartları, hangi projelerin finansmanında kullanılacağı gibi hususlar mali protokolle tesbit edilerek, Avrupa Yatırım Bankası kanalıyla Türkiye'ye transfer edilmektedir.⁶³

Bu kaynaklar, Ortaklık Anlaşmasının amaçları çerçevesinde, Türk Kalkınma Planlarında yer alan ve Türk Ekonomisinin verimliliğinin artmasına ve daha sağlam bir alt yapıya kavuşmasını sağlayacak nitelikte olan tarım, sanayi ve hizmet sektörünün, yüksek verimle modern ve rasyonel teşebbüslerle donatılmasına yardımcı olacak projelere aktarılmaktadır.

Kredilerin tahsisinde, maliyetlendirilmesinde ve geri ödemesinde, projelerin ekonomik özellikleri dikkate alınmaktadır. Karlılığı uzun süren uzun vadeli yatırımlara ilişkin krediler, düşük faizlerle verilmekte, geri ödemeleri ise

⁶³ İKV, No: 113, a.g.e., s. 28.

uzun dönemde ve genellikle belli bir ödemesiz dönem içerecek şekilde olmaktadır.

Orta ve uzun dönemde karlılığa geçen projelerde ise, kredilerin faizleri ve geri ödemeleri borçların ödemesini kolaylaştıracak şartlara göre, normal faiz ve vade ile bazen ödemesiz dönemlerle verilmektedir.

Türkiye, Ortaklık Antlaşmasının yürürlüğe girdiği 1964 yılından bu yana, Topluluğun bütçesinden ayırdığı, belli miktardaki krediyi, kalkınma planlarındaki projelerin finansmanında kullanılmak üzere, AYB aracılığı ile almıştır.

Bu yardımların ilki, 1964-69 döneminde, Birinci Mali Protokol (Eylül 1963) çerçevesinde 175 milyon-ECU, kredi olarak sağlanmıştır. Bu kredilerin vadesi 30 yıl ve ödemesiz dönemi 7 yıl, faiz haddi ise alt yapı projeleri için % 3, diğer projeler için ise % 4.5 olarak belirlenmiştir.⁶⁴

Bu kredilerin 105.9 milyon ECU'lk kısmı alt yapı projeleri için kullanılmış, geriye kalan 69.1 milyon ECU'lük kısmı ise diğer yatırım projeleri için kullanılmıştır. 1976 yılına kadar kredinin tamamı alınmış ve bu kredilerden Gökçeada Projeleri, Gökçekaya-Seyitömer Enerji Nakil Hattı ve Keban Projeleri ile Boğaz Köprüsü faydalandırılmıştır.

1970 yılından itibaren ikinci mali protokol yürürlüğe girmiş ve 1971-1977 dönemini kapsayan devre için 195 milyon ECU Topluluk bütçesinden ve 25 milyon-ECU'lük kısmı da AYB özkaynaklarından olmak üzere 220 milyon ECU'lük kredi Türkiye'ye verilmiştir. Yeni üyelerin Topluluğa katılması ile (İngiltere, Danimarka, İrlanda) 47 milyon ECU'lük ek kredi sağlanmış ve bunun tamamı kullanılmıştır.⁶⁵

⁶⁴ HDTM, a.g.e., s. 214.

⁶⁵ HDTM, a.g.e., s. 215.

Bu kredinin, 195 milyon ECU'lük kısmı alt yapı projelerinde kullanılması ve 30 yıl vade, 8 yıl ödemesiz dönem ve % 2.5 faiz haddi tesbit edilmiştir. Normal karlılıktaki (projelere sanayi yatırım projeleri) projelere ilişkin kredilerde ise, projenin özelliğine göre vade ve ödemesiz dönem tesbit edilmesi ve % 4-5 faiz uygulanması kararlaştırılmıştır. AYB'nın 25 milyon ECU'luk kredisi özel sektöre ve piyasa şartlarına tabi kılınmıştır. II. Mali Protokol kredileri çerçevesinde önemli olarak; Afşin-Elbistan Kömürleri ve Termik Santralleri, SEKA Akdeniz, Dalaman Kağıt Sanayi, TCDD ve Elektrik Lokomotifleri, Gediz Nehri Islahı ve Sulaması, Berden Sulaması Projeleri gibi kamu projeleri finanse edilmiştir.

Türkiye AT arasında, üçüncü mali protokol 1977 yılında imzalanmış ve 1979 yılı Mayıs ayında yürürlüğe girmiştir. Bu protokol çerçevesinde, 220 milyon ECU'lük kısmı Topluluk Bütçesinden ve 90 milyon ECU'lük kısmı da AYB özkaynaklarından olmak üzere 310 milyon ECU tutarında kredi sağlanmıştır.

220 milyonluk kredinin geri ödeme süresi, 10 yılı ödemesiz olmak üzere 40 yıl, faiz haddi % 2-5 olarak tesbit edilmiş ve bu kredi kamu projelerine hasredilmiştir. 90 milyonluk AYB Kredisi ise, normal karlılıktaki projeler için olup ekonomik ve mali özelliklerine göre vade belirlenmiş ve piyasa faiz haddi ile faizlendirilmiştir.

220 milyon tutarındaki özel şartlı kredinin tamamı Keban II Hidroelektrik Santrali, Akdeniz ormancılık Elbistan Kömürleri ve Termik Santrali, Karakaya Barajı ve Hidroelektrik Santrali Enerji Nakil Hatları Projeleri gibi alt yapı projelerine kullanılmıştır.⁶⁶

90 Milyonluk Avrupa Yatırım Bankası (AYB) kredisinin 60 milyonu özel sektör projelerine ve 30 milyonu da kamu projelerine tahsis edilmiştir.

⁶⁶ Erdoğan PEKCAN, a.g.e., s. 80.

Mali protokoller çerçevesinde sağlanan yardımların dördüncüsü 1980 tarihinde belirlenmiştir.

5 yıllık bir dönemi kapsayan bu protokolle 600 milyon ECU'lük bir mali yardım yapılması planlanmıştır. Bu kredinin 375 milyon ECU'lük kısmı Topluluk Bütçesinden sağlanması ve 10 yılı ödemesiz olmak üzere 40 yıl vade ve % 1 faiz ile verilmesi öngörülmüştür. Bakiye 225 milyon ECU'lük kısmı AYB özkaynaklarından sağlanması ve piyasa şartlarına göre kredilendirilmesi planlanmıştır. Ayrıca Topluluk bütçesinden yapılan 375 milyonluk kredinin 50 milyon ECU'lük kısmı ekonomik ve teknik işbirliğinde kullanılmak üzere hibe şeklinde verilecektir.⁶⁷

Teknik açıdan, II ve III. Mali protokollerden fazla bir farkı olmayan IV. Protokol, üye ülkelerce imzalanarak bir türlü uygulamaya konulamamıştır. Özellikle Yunanistan'ın engellemeleriyle, protokolün uygulanması Topluluk tarafından geçiştirilerek siyasi bir koz ve yaptırım haline getirilmiştir.

Bugüne kadar işletilemeyen IV. Mali Protokolün dışında, Topluluk Türkiye'ye protokoller çerçevesinde sadece 818 milyon ECU'lük bir yardım sağlanmıştır. Türkiye Topluluk ile ortaklık ilişkisi kurduğu, ekonomik ve siyasi açıdan sıkı ilişkilerde bulunduğu halde; Toplulukla sadece ekonomik ve tercihli ticaret işbirliği anlaşması yapmış olan Yugoslavya ve Mısır gibi bir çok Akdeniz ülkesi kısa sürede Türkiye'den çok daha fazla yardım sağlamıştır. Akdeniz ülkelerine yapılan yardımlar içinde Türkiye'nin payı % 10.2, Yugoslavya'nın payı % 19.8, Mısır'ın payı % 18, Fas'ın payı %13.4 ve Cezayir'in payı ise % 10.5 dir. Aynı şekilde Türkiye'ye yapılan yardımlar Orta ve Doğu Avrupa ülkelerine yapılan yardımlardan da düşük seviyede kalmış, Polonya, Macaristan, Çek Cumhuriyeti, Slovakya iki yıl içinde Türkiye'nin 35 yılda aldığı yardımdan daha fazla yardım almışlardır.⁶⁸

⁶⁷ Erdoğan PEKCAN, a.g.e., s. 81.

⁶⁸ Nusret BİLİCİ, "AB Mali Yatırımları", *Yeniüzyıl Gazetesi*, 19.02.1995.

2.1.3.2. Ticari İlişkiler

Türkiye Topluluk ticari ilişkileri Katma Protokolün yürürlüğe girdiği 1970'li yılların başından itibaren düzenli bir artış göstermiş, özellikle son on yılda bu artış dikkat çekici bir şekilde gelişmiştir. Türkiye'nin Avrupa Topluluğu'na olan ihracatı, 1980'de 3 milyar \$ iken, 1990'da 6.9 milyar \$'a, 1993'de 7.3 milyar \$'a ulaşmıştır.

Aynı dönemde Topluluk'tan yapılan ithalatta da 4 kattan fazla artmış ve 1980'de 2.4 milyar \$'dan olan ithalat 1990 yılında 9.3 milyar \$'a yükselmiş ve 1993'de de 13 milyar \$'a ulaşmıştır. Türkiye'nin toplam dış ticareti içinde Topluluğun payı % 45'ler civarındadır. Topluluğun 1971 yılında Katma Protokol ile ticari hükümleri yürürlüğe koymasından sonra Topluluk Türkiye ticari ilişkilerinde bir artış oluşturmuştur. 1975'den sonra 1982 yılına kadar Topluluğun Türkiye'nin dış ticaretindeki payı önemli ölçüde düşmüş bunda Türkiye'nin yeni pazarlara yönelmesinin önemli etkisi olmuştur. 1982'den sonra Topluluk Türkiye ilişkilerinin yoğunlaşmasıyla ticari ilişkiler yeniden gelişmeye başlamış ve bugün % 45 seviyesine ulaşmıştır.⁶⁹

Türkiye'nin Topluluk ülkeleriyle dış ticaretinde, gerek ihracat açısından ve gerekse ithalat açısından ilk sıradaki ülke yaklaşık % 50 payla Almanya'dır. Onu sırasıyla İtalya, İngiltere ve Fransa takip etmektedir. Bu sıralama aynı zamanda üye ülkelerinin Topluluk içindeki ekonomik büyüklükleriyle de orantılıdır.

Diğer yandan Avrupa Topluluğuna ihracatımız içinde tekstil, giyim ürünleri, konfeksiyon gibi ürünlerin toplam sanayi ürünleri içindeki payı 1980'den sonra hızla artarak % 51'lere ulaşmıştır. Genel ihracat içinde sanayi ürünlerinin payı, aynı dönemde % 36'dan % 80'ne çıkmıştır. Tarım ürünleri ise, genel ihracatta ve AB'ne yapılan ihracatta toplam üretim içindeki payının sürekli azalmasına (nisbi olarak) paralel olarak, 1980'lerde % 57,5'den 1990'da

⁶⁹ Emin ÇARIKÇI, a.g.e., s. 178.

% 18.1'e, Topluluk ihracatımızdaki payı ise % 51.1 den % 14'e düşmüştür. Topluluktan yaptığımız ithalatın durumunda önemli bir farklılık olmamış, toplam ithalatımız içinde sanayi ürünlerinin payı % 95'den % 97,2'ye ve % 1 olan tarım ithalatımız % 2.6'ya yükselmiştir.⁷⁰

Tüm bu gelişmelere rağmen, Birlik ile Türkiye arasındaki dış ticarete, tarım ürünleri, işlenmiş tarım ürünleri, tekstil ve konfeksiyon, pamuk ipliği vs gibi konularda gümrük ve miktar kısıtlamaları anti-damping soruşturmalar, formaliteler ve diğer tedbirlerle bir takım engellemeler yapılmakta ve bu da dış ticareti olumsuz yönde etkilemektedir.

2.1.4. Tam Üyelik Başvurusu

Avrupa Birliği'nin 1980'li yıllar boyunca ortaklık ilişkisini zayıflatması, üçüncü ülkelerle çeşitli tercihler, tavizler ve muafiyetler içeren anlaşmalar yapması, Türkiye'nin durumunu olumsuz yönde etkilemiştir. Bu durum karşısında Türkiye ilişkileri yeniden alevlendirmek ve ileriye götürmek amacıyla 14 Nisan 1987'de Roma Antlaşmasının 237. Maddesine istinaden tam üyelik başvurusunda bulunmuştur.

Konsey, Türkiye'nin tam üyelik başvurusunu, prosedür gereği, ülkenin genel durumunu incelemesi ve bu konuda bir rapor (AVIS) hazırlaması amacıyla Komisyon'a havale etmiştir. Komisyon tarafından, Türkiye'nin ekonomik ve siyasi durumunu içeren ve bu aşamada yapılması gereken önlemlere ilişkin olarak hazırlanan öneri paketi bir bildiri ekinde 1991 yılında konseye sunulmuştur. Böylece, 1987 yılında yapılan tam üyelik başvurusu, şubat 1990'da yeni bir boyut kazanarak, Birlik ilişkilerinde yeni bir dönem başlatmıştır.

⁷⁰ Erdoğan PEKCAN, a.g.e., s. 92-94.

2.1.4.1. Avrupa Birliği'nin "Görüş Raporu"

Birlik Komisyonu, Türkiye'nin tam üyelik başvurusunu bir yandan iç pazar olgusu diğer yanda da değişen ve genişleyen Avrupa kapsamında ele alarak, Türk ekonomisinin ayrıntılı bir biçimde incelemiş ve Türkiye ile olan ilişkilerin, Ortaklık Antlaşması çerçevesinde geliştirilerek sürdürülmesi gereği üzerinde durmuştur. Tam üyelik açısından, Birlik ve Türkiye'nin bütünleşme alt yapısının ve şartlarının henüz oluşmadığı vurgulanmıştır.

Türkiye bakımından ortaya çıkabilecek sorunlar;

- Türkiye 1980 yılından sonra, ihracat artışı, alt yapının iyileştirilmesi, modernleşme, Dünya ekonomisine açılma ve enterasyon gibi alanlarda önemli gelişmeler katetmesine rağmen, gelişmişlik düzeyi birlik üyesi ülkelerin çok gerisinde olması, hızlı bir nüfus artışının olması, işgücünün yarısının tarım alanlarında istihdam edilmesi gibi olumsuz göstergeler Birlik için zaten problem olan işsizlik ve tarım politikası açısından yeni yükler getirmesi,
- Türkiye'de kişi başına düşen milli gelirin, Birlik üyesi ülkelere nazaran, satınalma paritesine göre 1/3 düzeyinde olması,
- Dış borçlarını istikrara kavuşturmuş ve ödemeler dengesindeki sorunları çözümlemiş olmasına rağmen, yüksek enflasyon ile yüksek işsizlik oranı ile gelir dağılımındaki bozukluklar gibi makro değerlerdeki olumsuzluklar,
- Sanayide yüksek koruma oranlarının varlığı (gümrükler indirilse bile fonlarla bunun devamının sağlanması), olarak belirtilmiş ve Türkiye'nin Birliğe katılması halinde üslendiği yükümlülükler güçleşecektir.⁷¹

⁷¹ HDTM, a.g.e., s. 244-246.

Birlik bakımından ortaya çıkabilecek sorunlar ise;

- Birlik öncelikli hedef olarak seçtiği 1998 yılı sonuna kadar “Tek Pazar” sürecini tamamlamakla meşgul olmayı, ikinci aşamada ekonomik ve parasal birliği sağlamayı ve daha sonra da tüm çalışmalarını Avrupa Siyasi Birliği hedefi doğrultusunda yoğunlaştırmayı amaçladığını belirtmiştir.
- Tam üyelik halinde, Birliğin yapısal fonlardan Türkiye'ye yapması gereken ödemelerde önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Komisyon'un hazırladığı raporda sayılan bu ekonomik, sosyal ve mali nedenlere ilaveten, 1980 ihtilalinden sonra Anayasanın kabulü, serbest seçimlerin yapılması, parlamenter rejimin işlemesi, azınlıkların kimliği, sendikaların kamu yaşamına dahil edilmesi gibi konularda Avrupa ülkeleri'nin beklentilerinin tümüyle tesis edilmemiş olması gibi iç sorunların yanında, Yunanistan ile Ege ve Kıbrıs sorunu gibi dış sorunlara da değinilmiştir.

Sonuç olarak, Birlik ekonomik, siyasi ve sosyal alanda büyük değişiklik yaşayan Türkiye ile, bu aşamada katılma müzakerelerine başlanılmasının iki taraf içinde yararlı olmayacağı, Türkiye'nin bu değişimleri güvenle ve hızla yapabilmesi için işbirliği içinde çalışılmasını ve mali destekte bulunulmasını önermiştir.

2.1.4.2. İşbirliği Programı

Avrupa Birliği Komisyonu tarafından, uzun bir çalışma sonunda Bakanlar Konseyine sunulan “görüş” raporunda, Türkiye'nin tam üyelik başvurusuna olumlu bir cevap verilmemiş olmakla beraber, net bir ret cevabı da verilmemiştir.⁷² Sonuç olarak Türkiye'nin Birliğe katılmaya ehil (müstahak) bir

⁷² İKV, No: 113, a.g.e., s. 31.

ülke olduğu, Türkiye'nin üyelik başvurusunun 1993'den önce tekrar ele alınamayacağı, bu arada Türkiye ile ilişkilerin derinleştirilmesi ve ülkenin siyasi ve ekonomik modernleşme sürecini en iyi şekilde tamamlanmasına yardımcı olmak amacıyla çeşitli alanlarda işbirliğine gidilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

İşbirliği önerisinde gümrük birliğinin 1995 yılı sonuna kadar gerçekleştirilmesi öngörülmüştür. 1 Ocak 1994'den 1 Ocak 1995'e kadar AB ve EFTA ülkeleri için gümrük vergilerinde 12 ve 22 yıllık listelerde sırasıyla % 95 ve % 90 seviyelerinde indirim sağlanmıştır. Ortak gümrük tarifesine uyum seviyesi 12 ve 22 yıllık listelerde sırasıyla % 90 ve % 85'e ulaşmıştır.⁷³

İthalatta alınan fonlar ve eş etkili diğer vergiler ise tek vergi sistemine geçilmesini sağlamak amacıyla, 1 Ocak 1993'den itibaren geçerli olacak şekilde kaldırılmaya başlanmıştır. Toplu Konut Fonu'nun ise 1993 yılından itibaren 5 yıllık bir dönem içinde kaldırılması planlanmıştır.

Birliğin bugün için tekstile ve tekstil ürünlerine uyguladığı kotaların, gümrük birliğine geçiş ile birlikte kaldırılacağı, komisyon tarafından ifade edilmiştir.

Katma Protokolde ve daha sonraki düzenlemelerde, tarım ürünleri, gümrük birliğinden ayrı mütalaa edilmiş, bu ürünlerin ticaretinin liberazyona, görüşmeler ve anlaşmalar yoluyla ayrı bir program halinde yürütülmesi kararlaştırılmıştır. Bu amaçla Türkiye'nin öncelikle mevzuatını, Birliğin ortak tarım politikasına, bitki ve hayvan sağlığına ilişkin mevzuatına uyumlaştırılması, sanayi mamullerinde olduğu gibi tarım ürünlerinde sağlanan kamu yardımları ve sübvansiyonları kaldırılması ve Birlik meslek kuruluşları ile daha sıkı işbirliğini sağlaması gibi hususları gerçekleştirmesi gerekmektedir.

Komisyonun işbirliği çerçevesinde Birliğe sunduğu raporda, mali ilişkilerin yeniden başlatılması ve IV. Mali işbirliği protokolüne işlerlik kazandırılması

⁷³ Emin ÇARIKÇI, a.g.e., s. 175.

tavsiye edilmiştir. Ancak Birliğin, üye ülkelerin dışındaki ülkelere kredi verebilmesi için tüm ülkelerin bunu onaylaması gerekmektedir. Oysa 1980 yılından beri Yunanistan bu kredileri kilitlediği için bu yolun kullanılması şimdilik mümkün görülmemektedir.⁷⁴

Komisyon, Türk ekonomisinin Birlik ekonomisine daha fazla yakınlaştırılması için, Türkiye'nin makro ekonomik durumu ve ileriye dönük hedefleri hakkında bilgi alışverişi ve işbirliğinde bulunulmasının gerekliliği üzerinde durmuştur.

⁷⁴ Erdoğan PEKCAN, a.g.e., s. 104-110.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZM

1. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZM SEKTÖRÜNE GENEL BAKIŞ

Turizm sektörü Avrupa Birliği için büyük önem taşıyan sektörlerden biridir. Yapısı itibarıyla dinamik bir sektör olan turizm aynı zamanda ekonominin diğer sektörleri için de motor güç olarak işlev görmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre, geçtiğimiz yıllarda tüm dünyadaki ekonomik duraklamaya karşın, turizm sektörü büyümesini devam ettirmiştir. 1990-2010 yılları arasında tüm dünyada turist sayısındaki ortalama yıllık artışın % 3,7, turizm gelirlerinin ise yıllık % 8,6 büyüme olacağı tahmin edilmektedir.

Turizm sektörü Avrupa Birliği'nin başlıca gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Ortalama olarak AB'nin Gayri Safi Milli Hasılası (GSMH)'nın % 5,5'i turizm sektörü tarafından yaratılmaktadır. Turizm sektörünün GSMH içindeki payı İspanya ve Fransa'da bu miktarın yaklaşık iki katı olarak gerçekleşirken, Yunanistan, İrlanda ve Portekiz'de de Birlik ortalamasının üstünde bulunmaktadır. Ancak son yıllarda Avrupa Birliği dünya turizm piyasasındaki yerini kaybetmeye başlamıştır. Avrupa Birliği'ne gelen turist sayısında 1970 ve 1994 yılları arasında % 11'lik bir azalma gözlenirken, gelirler açısından yine aynı dönem içinde % 14'lük bir azalma görülmektedir. Avrupa Birliği dünya çapındaki cazibesini Doğu Asya ve Pasifik gibi yükselen yeni pazarlara kaptırmaktadır.

Bu gelişmelere rağmen Avrupa Birliği'nde turizm sektörünün orta vadede umut vaad ettiği düşünülmekte ve turist sayısında artış olacağı tahmin

edilmektedir. Özellikle sanayileşmiş ülkelerde nüfusun yaşlanması, yükselen eğitim düzeyleri, ücretli izinlerin artması ve çalışma saatlerinin azalması sonucu, uluslararası alanda turist sayısında artış beklenmektedir. Yukarıda bahsedilen gelişmeler nedeniyle kısa dönemli tatil izinlerinin artması, tatillerin sıklaşması ve genç ve emeklilerin daha yoğun bir biçimde turistik aktivitelere katılacakları öngörülmektedir. Öte yandan, hafta sonu tatillerinin çekiciliğinin artması sonucu yerel turizmde bir canlanma görüldükçe, teknolojik ve enformatik ilerleme sayesinde ulaşım kolaylaşmakta ve örneğin uçak seferleri ucuzlamaktadır.

Tüm Birlik çapında turizm sektörü 9 milyon kişiyi istihdam etmektedir. Bu sayı Avrupa Birliği toplam istihdamının yaklaşık % 6'sını oluşturmaktadır. Bu işgücünün önemli bir bölümünü kadınlar teşkil etmektedir. Kadınların turizm sektöründe istihdam payı ülkeden ülkeye farklılık göstererek % 45 ile % 65 arasında değişmektedir.

OECD istatistiklerine göre, bazı AB ülkelerinde istihdamın önemli bir bölümü turizm sektöründe bulunmaktadır. Örneğin Avusturya'da her 100 kişiden 14'ü turizmde istihdam edilmektedir. Yunanistan'da bu sayı her yüz kişiden 10 iken, İspanya'da 9, İsviçre'de 8, Almanya'da ise 7'dir. Portekiz'de her yüz kişiden 6'sı, Fransa'da 5'i, İsveç, Norveç, Hollanda ve Danimarka'da 3'ü ve Belçika'da 2'si turizm sektöründe çalışırken, bir turizm ülkesi sayılan Türkiye'de bu sayı yalnızca 1 kişi olarak gerçekleşmektedir.

AB içinde bu sektörde istihdam edilen kişilerin yarıdan biraz azı (4 milyon) otel ve catering hizmetlerinde çalışmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren firma sayısı ise tüm Avrupa Birliği'nde 1,2 milyonu bulmaktadır. Bunların % 95'ini dokuz ya da daha az kişi istihdam eden küçük firmalar oluşturmaktadır. Sektörde istihdam edilenlerin % 60'ı bu tür firmalarda çalışmaktadır. Turizm sektörünün GSMH içindeki payı (1995), İtalya'da % 4, Portekiz'de % 8, Yunanistan'da ise % 10 oranındadır.

AB dünya turizm pazarındaki yerini destinasyon olarak da geliştirmeye özen göstermektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre 1995 yılında dünyadaki tüm turistlerin üçte ikisinin Avrupa ülkelerine gitmeyi tercih ettikleri gözlenmektedir. Bu sayıya rağmen, 1995 yılındaki durum ele alındığında, Avrupa'ya gelen toplam turist sayısının bir yıl öncesine göre sadece % 2,3 oranında artış gösterdiği görülmektedir. Bu sayının, % 3,8 olarak gerçekleşen dünya ortalamasının altında kalması Avrupa kıtasının dünya turizm pazarı çerçevesindeki konumu açısından endişe verici bulunmaktadır.

Tablo: 1 Çeşitli Avrupa Ülkelerine Gelen Turist Sayısı (1995)

Ülkeler	1994-95 Değişim (%)	Toplam Turist Sayısı(1.000)
Almanya	+0,3	14.535
Avusturya	-0,8	17.750
Fransa	-1,2	60.584
Hollanda	+2,0	6.304
İngiltere	+7,9	22.700
İspanya	+4,4	45.125
İtalya	+6,2	29.184
Portekiz	+6,3	9.706
Yunanistan	+3,6	11.095
Türkiye	+15,8	7.727
Çek Cumhuriyeti	-2,4	16.600
İsrail	+13,4	2.085
Macaristan	+3,1	22.087
Polonya	+2,3	19.225
Rusya	+3,3	4.796
İsviçre	-3,0	11.835

Kaynak: Dünya Turizm Örgütü.

Yukarıdaki istatistiklerden de görüldüğü gibi, Akdeniz bölgesi turizminin gelişmesi açısından en şanslı bölge olarak ortaya çıkmaktadır. Avrupa Birliği'nin Akdeniz bölgesindeki üyeleri konaklama kapasitesi açısından da AB içerisinde ilk sıralarda yer almaktadır. İstatistiklerin gösterdiği bir başka gerçek ise, diğer Akdeniz ülkeleriyle karşılaştırıldığında Türkiye'nin turizm potansiyelini yeterince değerlendiremediğidir. Dünya Turizm Örgütünün verilerine göre turistlerin en fazla rağbet ettikleri ülkeler arasında 60,5 milyon kişi ile Fransa başka gelmektedir. Fransa'yı 45,1 milyonla İspanya, 43,5 milyonla ABD, 29,2 milyonla İtalya, 22,7 milyonla İngiltere izlemektedir. Türkiye, turizm ülkeleri arasında 19. sırada yer almaktadır. Son yıllardaki gelişme ile turist sayısı bakımından 20. sıradan 19. sıraya, turizm gelirleri bakımından ise 4 milyarı geçerek 21. sıraya yükselerek belli bir performans gösteren Türkiye, mevcut altyapısı ile henüz doyma noktasında bir turizm ülkesi sayılamaz. Konaklama yerlerinin turizm mevsimlerinde % 100'lük bir kapasite ile kullanılabildiğini ve klasik turizm dönemlerinin dışındaki dönemlerin de değerlendirilebildiğini söylemek henüz mümkün değildir.⁷⁴

2. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM POLİTİKASI

Turizm faaliyetlerindeki olağanüstü gelişmenin dikkat çekmesi ve bu gelişmenin diğer topluluk faaliyetleri üzerindeki önemli etkilerinin bulunması üzerine Komisyon, Topluluk'ta turizmin yerinin ve öneminin vurgulanmasının çok faydalı olacağını düşünmüş ve bunun üzerine 1 Haziran 1982 tarihinde "Topluluk Turizm Politikası Üzerine Başlangıç Standartlarını Tespit Eden Kurallar" adlı bir dökümanı Konsey'e sunmuştur. Bu doküman, Topluluk ortak turizm politikasının oluşturulmasına yönelik ilk hareketi oluşturmaktadır.⁷⁵

⁷⁴ Sedef KORAY, Mert ERSİN, *Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası*, TYD Yayınları, Essen, 1996, s. 2-3.

⁷⁵ Commission of the European Communities, *Intitial Guidelines For a Community Policy on Torism*, 1982, s. 1.

Ancak, Avrupa Topluluğu'nda sözkonusu ortak politikanın oluşturulmasına yönelik ilk ciddi yaklaşım, 1984 Nisan'ında üye ülkelerin turizm bakanlarının bir karar tasarısı çerçevesinde Komisyon'u harekete geçirmeleri ve bunun ardından 1986 yılı Ocak ayında Komisyon tarafından "Turizm Alanında Topluluk Aksiyon Planı" başlıklı bir raporun hazırlanmasıyla başlamıştır.⁷⁶

Topluluk ülkelerinde turizm sektörünün ekonomik açıdan önemine dikkat çeken bu raporda, sektörün, onikilerin ödemeler dengesinin en önemli kalemlerinden biri olduğu vurgulanmaktadır.

1. Topluluk içinde turizmin promosyonu ve turizme yönelik formalitelerin basitleştirilmesi,
2. Turizmin sezonluk ve coğrafi dağılımının geliştirilmesi,
3. Turistlerin daha iyi bilgilendirilmeleri ve korunmaları,
4. Turizm sektöründe çalışma koşullarının iyileştirilmesi,
5. Topluluk içinde turizme yönelik spesifik sorunların çözümünde bir danışma ve işbirliği mekanizması yaratılması,
6. Topluluğun finans araçlarının ve yapısal fonların turizm alanında daha iyi kullanımının sağlanması.

1986 Aralık ayında Konsey, yukarıdaki alanlar kapsamına giren ve otellerde standartlaşmış enformasyon ile yangın risklerine güvenliği konu olan iki öneri ile turizmin coğrafi ve sezonluk dağılımın iyileştirilmesini içeren bir karar tasarısını kabul etmiştir. Bunun yanı sıra Konsey tarafından alınan tamamlayıcı bir karar ile Komisyon, bir turizm danışma komitesi kurulması için üye ülkeler arasında işbirliğini sağlamakla görevlendirilmiştir.

Aralık 1988'de ise Komisyon'ın önerisi doğrultusunda Konsey, 1990 yılını "Turizm Yılı" ilan ederek konuyla ilgili bir faaliyet programı kararını onaylamıştır.

⁷⁶ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, *Avrupa Topluluğu'nun Turizm Politikası*, İKV Yayınları, İstanbul, 1991, s. 17.

1988 yılından bu yana, Topluluk üyesi ülkelerin turizm bakanları ile Komisyon arasında düzenli toplantılar gerçekleştirilerek üye ülkelerde uygulanan turizm politikalarına ilişkin görüş alış verişinde bulunulmakta ve Topluluk faaliyetlerinin turizm konusuna yaklaşımlarının tartışılması ile bu alanda topluluk genelinde bir politika oluşturmaya yönelik çalışmalar yapılmaktadır.⁷⁷

Kasım 1990'da AT turizm bakanları toplantısında ise Komisyon'dan turizm alanında bir Topluluk Aksiyon Planı hazırlanması istenmiş, 24 Nisan 1991'de de Komisyon, hazırladığı raporu konseye sunmuştur. Sunduğu bu rapor üzerinde Komisyon, 1 yıl aradan sonra, Parlamento tarafından konuyla ilgili olarak, 14 Şubat 1992 tarihinde alınan yeni kararlar ve Ekonomik ve Sosyal Komite'nin 24 Şubat 1992 tarihi itibarıyla hazırladığı birçok yeni öneri ve Topluluk ülkelerinin turizm bakanlarının 16-17 Ekim 1991 tarihlerinde Noordwijk'deki toplantısındaki değinilen hususlar çerçevesinde, yeniden düzenlemeler yaparak, 2 Nisan 1992 tarihli bir rapor hazırlamıştır. Bu raporda, önce hazırlanan Faaliyet Programı ile yeni düzenlemesi kıyaslamalı olarak verilmiştir.

Avrupa Parlamentosu ise, 1983'den itibaren Avrupa Topluluğu'nun Turizm Politikası, Turizm Alanında Topluluk Aksiyon Planı ve Sosyal Faaliyetler ve Bölgesel Kalkınma için Turizmin Sunduğu İmkanlar konulu üç karar tasarısını kabul etmiştir. Parlamento tarafından onaylanan diğer bir karar tasarısı ise 22 Ocak 1988 tarihli Avrupa Topluluğu'nda turizmin promosyonu, formalitelerin kolaylaştırılması ve finansmanı konulu olup, 1990 Turizm Yılı Deklerasyonu'na temel teşkil etmektedir. Bu karar Komisyon'un dikkatini, turizmin bölgesel kalkınmadaki rolüne ve tek pazarın tamamlanabilmesindeki önemine çekmiştir.

Komisyon'u turizm alanındaki faaliyetlerini artırma yönünde teşvik eden Parlamento, hükümetlerarası konferansta (13 Aralık 1990), Anlaşmaların gözden geçirilmesi sırasında Topluluğun bu alandaki yetkilerinin genişletilmesini

⁷⁷ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 17.

istemiştir. Parlamento günümüze kadar ortak turizm politikasının oluşturulmasına yönelik birçok karar tasarısını kabul etmiştir.

Ekonomik ve Sosyal Komite ise turizmin Topluluk içinde giderek önem kazanan bir alan olması nedeniyle konuyla ilgili çalışmalarını hızlandırmış ve turizm sektörünün gerek genel anlamda, gerekse ülke bazında Onikilerin ekonomisinde sahip olduğu yeri ve diğer sektörlerle dolaylı ve doğrudan etkilerini inceleyen görüşler oluşturmuştur.

2.1. Avrupa Birliği'nin Turizm Politikasının Gelişimi

Avrupa Topluluğu üyesi ülkeler arasında, hatta bir üye ülkenin çeşitli bölgeleri arasında, turizm sektörünün farklı gelişim göstermesi Topluluk genelinde global bir politika uygulanmasını güçleştirmekte, bölgesel çerçeveyi aşan spesifik düzenlemeyi gerektirmekteydi.⁷⁸ İşte bu nedenle de Topluluk Üyeleri turizmin ülke ekonomilerindeki ve Avrupa bütünleşmesindeki önemini göz önünde bulundurarak turizme yönelik faaliyetlerini hızlandırmışlar ve tüm üye ülkeleri kapsamına alan bir turizm politikası oluşturmaya yönelmişlerdir.

1984 Nisan'ında Konsey'in, Komisyon'u Topluluk'ta turizmin gelişmesine yönelik bir öneriler paketi hazırlamak üzere harekete geçirmesi ve Komisyon tarafından altı temel faaliyet alanı içeren "Turizm Alanında Aksiyon Planı" adlı raporun hazırlanmasıyla Avrupa Topluluğu Turizm politikasına yönelik ilk somut adımın atılmış olduğu daha önce de belirtilmişti. Bunu izleyen yıllarda, Konsey turizme yönelik çeşitli karar tasarılarını onaylamış ve en önemlisi, 1988 Aralık ayında 1990 yılını Avrupa Turizm Yılı kabul eden bir faaliyet programı uygulanması kararını almıştır.

1990 yılının Avrupa Turizm Yılı olarak ilan edilmesi, turizm sektörü ile dolaylı veya dolaysız olarak bağlantılı her alandaki çalışmaların her alanda hızlandırılmasını ve koordinasyonunu sağlamıştır.

⁷⁸ Şebnem KARAKUÇAK OĞUZ, a.g.e., s. 17.

Komisyon, Avrupa Topluluğu ortak turizm politikasına yönelik olarak Konsey'e sunulmak üzere 24 Nisan tarihli ikinci "Turizm Alanında Topluluk Aksiyon Planı" başlıklı raporu hazırlamıştır. Komisyon'un konuya ilişkin olarak önemli sayılabilecek diğer faaliyetleri arasında, "Turizm Alanında Topluluk Aksiyon Planı"nın tekrar gözden geçirilmesi ve ilgili bölümleri üzerinde yeni düzenlemeler yapılarak oluşturulmuş bir öneriler raporunu, 2 Nisan 1992 tarihi itibarıyla hazırlanması ve 27 Mayıs 1992 tarihli "Turizmi Etkileyen Topluluk Politikaları ve Tedbirleri" ile yine aynı tarihli "Turizm İçin Topluluk Kaynakları" başlıklı raporları hazırlaması yer alır.

2.2. Mc.Millan – Scott Raporu

Bu rapor, Ulaştırma ve Turizm komitesi adına, turizm konusunda verilmiştir.⁷⁹

Raportör Mc. Millan – Scott, raporuyla ilgili yaptığı konuşmada, Komisyonun ilk defa 1982'de Topluluk Turizm Politikasıyla ilgili bir rapor ve 1983 yılında da Mrs. Diehoff, Sosyalist Grup temsilcisinin kendi raporunu sunduğunu belirtmiştir. 1988 yılında Avrupa Parlamentosunun turizmle ilgili raporunu müzakereye aldığını ve üç konu üzerinde durduğunu söylemiştir. Bunlardan ilki; yaşamı, turistler ve turist sanayi için kolay hale getirme konusu idi. Bu amaçla, bilgisayar sistemlerinin turistik alanlarda kullanımı, bürokrasinin en aza indirgenmesi ve de seyahat kolaylıklarının oluşturulması gibi öneriler sunuldu. İkinci olarak, rapor; turizmin promosyonu için gerek Avrupa içinde gerekse üçüncü ülke pazarlarında çalışmaların yapılması ve son olarak da, Topluluk fonlarının turizmle ilgili alanlarda gereğince kullanılması gerekliliğini vurgulamıştır. Ayrıca Rapor'da 1990 yılının Avrupa Turizm yılı olarak isimlendirilmesine ilişkin bir öneri getirilmiştir.

Mc.Millan-Scott Raporunda üzerinde durulan konular şu şekildedir:

⁷⁹ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 52-53.

- Turizm dünyada mevcut çeşitli kültür, dil ve yaşama şekillerini biraraya getiren bir destek sektörüdür.
- Gelişmiş ülkelerde, turizm, vatandaşların yaşam şekillerinin bir parçası haline gelmiştir.
- Turizm, Topluluk üye Devletlerinin milli gelirlerinde % 18'e varan bir paya sahiptir, dolayısıyla da Topluluk vatandaşlarının çoğunun aile bütçeleri için önem arz etmektedir.
- Topluluğun dış ve iç çevresindeki radikal değişimlerden dolayı artık bir Topluluk Turizm Politikasının oluşturulması ve uygulanması zamanı gelmiştir.
- Avrupa Turizm Yılı, bir bakıma Topluluğun bir Turizm Politikası oluşturmasında başlangıç noktası olmuştur.
- Turizm dünya ticaretinin, hizmet sektöründe % 25-30 luk bir paya sahip olarak, ekonomik bir önem taşımaktadır.
- Turizm bir nevi lokomotif görevini üstlenmiş bir sektör olarak, diğer sektörlerin (inşaat, gıda.....vb) gelişimine de katkıda bulunur.
- Topluluk içinde, nüfusun çeşitliliği, genç, yaşlı, çalışan, emekli, sakat ayırımına göz önüne alınarak, tatil imkanlarının sağlanması gerekir.
- Sosyal turizmin geliştirilmesine yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- Turizm, Topluluk'da % 6'ya varan bir istihdam yaratmaktadır.
- Turizmin gelişmesini engelleyen bazı engellerin kaldırılması ve sınır kontrolleri ve ulaşım kolaylaştırıcı önlemlerin alınması gerekmektedir.
- Turizm; Topluluğun az gelişmiş bölgelerinin ekonomik açıdan gelişimini sağlayan, kaliteyi oluşturuca genel yaşam standartlarını teşvik edici, turistleri ve turizm sanayinde çalışanların karşılaştıkları problemlere çözüm getirici, sektördeki küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyümelerini destekleyen bir sektör olarak Topluluktaki önemini gittikçe artırmaktadır. Bu nedenle, Topluluk'da turizme daha fazla öncelik verilmeli, mevcut diğer politikalarla koordinasyona geçirilmelidir.

Yukarıda sayılan noktalar dışında, Mc. Millan-Soctt raporu, daha birçok, turizmi yakından ilgilendiren konular üzerinde durmuştur. Bunlar; ulaşım, bölgesel politikalar, sosyal durumlar, gençlik, spor, kültür, eğitim ve mesleki eğitim, enformasyon, tüketicinin korunması, ekonomik ve parasal konular, dış ilişkiler ve bütçe gibi konulardır. Rapor, bu konuların turizmle yakın bağlantısını vurgulayarak, Topluluk içinde bu konularda yapılacak yararlı çalışmaların dolayısıyla turizmi de iyi yönde etkileyip, gelişmesine katkı sağlayacağı imajını oluşturmuştur.

2.3. Avrupa Birliği Turizm Politikası ile İlgili Düzenlemeler

Ortak bir turizm politikasının oluşturulmasına yönelik düzenlemeler;

- 1984 Nisan'da üye ülkelerin turizm bakanlarının bir karar tasarısı çerçevesinde Komisyon'u harekete geçirmeleri,
- Komisyon'ca 1986 Ocağında "Turizm Alanında Topluluk Aksiyon Planı" başlıklı raporun hazırlanmasıyla ortak turizm politikasının çerçevesinin çizilmesi,
- 22.12.1986 tarihli Konsey Kararı ile Turizm Danışma Komitesinin kurulması,
- 1988 yılından itibaren Topluluk Üyesi ülkelerin turizm bakanları ile Komisyon'un düzenli olarak toplanması,
- 1988 Aralık'ında Komisyon önerisi doğrultusunda, Konsey'in 1990 yılını Avrupa Turizm yılı olarak ilan etmesi,
- 1990 Avrupa Turizm Yılı faaliyetlerinin yürütülmesi,
- 1990 Kasım'ında AT Turizm Bakanları Toplantısı ile Komisyon'dan "Turizm Alanında Topluluk Aksiyon Planı" nı hazırlamasının istenmesi üzerine 1991 Nisan'ında Komisyon'un, Konsey'e sunulmak üzere "Turizm alanında Topluluk Aksiyon Planı" başlıklı raporu hazırlaması,

- Parlamento'da alınan kararlar ve Ekonomik ve Sosyal Komite'nin önerileri doğrultusunda, Komisyon'un 1991 Nisan'ında hazırladığı sözkonusu Planı tekrar gözden geçirerek yeni düzenlemeleri içerecek şekilde 1992 Nisan itibarıyla yeniden hazırlanması,
- Komisyon'un 17-18 Ekim 1991 tarihinde Topluluk üyesi ülkelerin turizm bakanlarının Noordwijk'de yaptıkları toplantıda sunduğu öneriler ile Ekonomik ve Sosyal Komite'nin önerileri ve Avrupa Parlamentosu'nun görüşleri doğrultusunda Komisyon'un 1992 Mayıs'ında "Turizmi Etkileyen Topluluk Politika ve Tedbirleri" ve "Turizm için Topluluk Kaynakları" başlıklı iki rapor hazırlaması.

2.3.1. Avrupa Turizm Yıllığına Yönelik Faaliyetler

1990 yılını Avrupa Turizm Yılı olarak kabul eden Aralık 1988 tarihli kararında Konsey, Turizm Yılı için iki temel hedef belirlemiştir;

- Vatandaşlar Avrupası'nın oluşturulmasında turizmin bütünleştirici rolünden yararlanarak büyük ve sınırlardan arındırılmış bir Avrupa'nın gelişimini hazırlamak,
- Bölgesel kalkınma ve yeni istihdam imkanlarının yaratılmasında turizm sektörünün ekonomik ve sosyal açıdan önemine dikkat çekmek,
- Bu iki temel hedef çerçevesinde konsey, Topluluk tarafından destek sağlanacak projelerde aranan şartları belirlemiştir. Konsey'in ilgili kararına göre projeler kapsamında:
- Avrupa Topluluğu üyesi ülke vatandaşlarının ve özellikle gençlerin diğer üye ülkelerin yaşam koşullarını ve kültürlerini daha iyi tanımlarının sağlanması,
- Turizm hareketlerinin zaman ve mekan içinde daha iyi dağılımının gerçekleştirilmesi,

- Alternatif kitle turizmi imkanlarının yanı sıra yeni turistik bölgelerle yeni ve farklı turizm türlerinin yaratılması ve bu çerçevede gerçekleştirilecek projelerde çevre faktörünün dikkate alınması,
- Yolcuların dolaşımlarının kolaylaştırılması yoluyla Topluluk içi turizmin geliştirilmesi ve ayrıca üçüncü ülkelerden AT ülkelerine turist akışının artırılması gibi hedeflerin yer alması gerekmektedir.

Konsey tarafından sözkonusu hedefler doğrultusunda yönlendirilen projeler değerlendirildiğinde, Topluluğun Turizm Yılı süresince gerçekleştirdiği faaliyetlerin ve aldığı tamamlayıcı önlemlerin turizm politikası açısından son derece etkin olduğu ortaya çıkmaktadır.

Buna göre Avrupa Turizm Yılı'nın etkinliği dört faktör çerçevesinde belirginlik kazanmaktadır:

1. Enformasyon alış verişinin ve Komisyon ile Turizmden sorumlu yetkililer arasında işbirliği ve görüş alış verişinin gerekliliği,
2. Üye ülkeler arasında turizm alanında bilgi ve tecrübe alış verişinin gelişimi için daha yoğun katılımlı geniş bir ağ yaratılmasının gerekliliği,
3. Turizm sektöründe yeni faaliyet alanlarının yeni perspektifler çerçevesinde geliştirilmesi,
4. Gerek Avrupa'daki gerekse Avrupa dışındaki turizmcilerin Avrupa turizminin zenginliği ve çeşitliliği konusunda bilgilendirilerek yönlendirilmeleri.⁸⁰

2.3.1.1. Avrupa Turizm Yılı'nın Sonuçları

Komisyon'un Avrupa Turizm Yılı sonuçlarına ilişkin olarak sunduğu raporda Konsey'in ortaya koyduğu hedeflere olumlu bir şekilde ulaşıldığı belirtilmiştir.

⁸⁰ Comission of the European Communities, *European File, 1990 European Tourism Year*, s. 3-7.

Komisyon'a göre Avrupa Turizm Yılı kapsamındaki faaliyetler, kamu ve özel kuruluşların biraraya gelerek kaynaşmasını sağlamış, ayrıca Komisyon'un bizzat, Topluluk'ta turizmden sorumlu kamu kuruluşları ve özellikle de EFTA ülkeleri temsilcileriyle kontak kurmasını sağlamıştır.

Yıl boyunca; en iyi turizm araştırması, poster, en iyi korunmuş köy, özürölüler için en iyi turizm kolaylıkları ve benzer konularda 10 adet yarışma düzenlenmiştir. Bu yarışmalar Avrupa işbirliğinin harekete geçmesini sağlamıştır.

Turizm ticareti alanında çok büyük bir fuar düzenlenmesi yoluyla Avrupa Turizm Yılı'nın da en iyi şekilde tanıtılması sağlanmıştır.

Avrupa Turizm Yılı'nı en üst düzeydeki kişilere tanıtmak amacıyla 18 ülkenin iştirak ettiğı büyük bir Avrupa turu düzenlenmiştir.⁸¹

1990 yılının Avrupa Turizm Yılı ilan edilmesi hem Avrupa'da hem de Üçüncü ülkelerde istenen promosyonun sağlanmasına yardımcı olmuştur. Ancak yine aynı yıl içinde Körfez savaşının çıkması, sadece o bölgedeki ülkelerin değil tüm dünyadaki turizmin olumsuz etkilenmesine yol açmıştır.

Bunun sonucu olarak 1990-91 döneminde Avrupa'daki seyahat acentalarının faaliyetlerinde ortalama % 50-75 arası bir düşüş gözlenmiş ve Oniki AT üyesinde faaliyet gösteren 40.000 seyahat acentasından 28,000'i iflasın eşiğine gelerek Komisyon'an yardım talep etmiştir.⁸²

⁸¹ Commission of the European Communities, The Commission Surveys, **The Result of the European Year of Tourism**, 21 Mart 1991.

⁸² Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 4.

3. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM SEKTÖRÜNÜ ETKİLEYEN POLİTİKALARI

3.1. Tüketiciler Politikası

Birliğin tüketicinin korunmasına yönelik aldığı önlemler aşağıdaki gibidir:

- Organize seyahatları ve paket turları içeren bir yönerge ile tüketici konumundaki turiste, yolculuk esnasında ya da tatili süresince karşılaşılabileceği sorunlar karşısında bir dizi garanti verilmektedir.
- Ulaştırma alanında konsey tarafından kabul edilen bir yönerge çerçevesinde hava taşımacılığında rezervasyon fazlasından kaynaklanan sorunlara karşı, yolcuya tazminat ödenmesi karara bağlanmıştır.
- Seyahat acentaları ile turistler arasında, gerçekleştirilen sözleşmelerde tüketici aleyhine ortaya çıkan sorunların önlenmesini öngörmektedir.⁸³

1994 yılında Avrupa Komisyonu tarafından basılan "Tüketici Rehberi" ile tüketicileri ilgilendiren başlıca Topluluk hukuku ele alınmakta ve Tek Pazar'dan mümkün olduğunca en avantajlı biçimde yararlanma konusunda turistlere bazı öneriler getirilmektedir. Ayrıca turistlerin tüketici olarak haklarının korunmasına yönelik çalışmalar çerçevesinde sınır bölgelerine "Avrupa Tüketici Enformasyon Merkezleri" kurulmaktadır. 1992 ve 1994 yılları arasında bu merkezlerden 10 tane kurularak hizmete başlamıştır. Avrupa Komisyonu, merkezlerin kurulmasında toplam maliyetin % 50'sine kadarını karşılamaktadır. Bu merkezlerin amacı, tüketicilerin bilgilendirilmesi yoluyla sınırötesi alışverişi yaygınlaştırmak ve dolayısıyla yaratılan sınırsız Avrupa'nın olanaklarından mümkün olduğunca yararlanılmasını sağlamaktır. Genelde turistik faaliyetleri de kapsayabilen sınırötesi alışverişin desteklenmesi ile üye ülkeler arasında turistik akışların da canlanacağı düşünülmektedir.⁸⁴

⁸³ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 39.

⁸⁴ Sedef KORAY – Mert ERSİN, a.g.e., s. 17.

Bunlardan başka otellere ait bilgilerin standartlaştırılması, standart sembollerin kullanılması ve tüketicinin ekonomik ve hukuki çıkarlarının korunması, devremülk sisteminde Birlik çapında bir mevzuatın oluşturulması gibi alanlarda birçok yasal düzenlemeye giden Avrupa Birliği, bu faaliyetleri turizm sektörünü etkileyen inisiyatifler arasında saymaktadır.

3.2. İstihdam Politikası ve Sosyal Politikalar

İşsizliğin hızla arttığı ve ortalama % 12'yi bulduğu günümüz Avrupa Birliği'nde istihdam yaratma potansiyeline sahip turizm sektörü ve bu sektörün büyük çoğunluğunu küçük ve orta ölçekli işletmeler, istihdam konusunda AB çapında bir politika ulaştırmaya çalışan çevrelerin dikkatini çekmektedir. Bu amaçla pilot proje ve programlar üretilmekte ve turizm de bu programlara dahil edilmektedir. Örneğin, yerel istihdam olanaklarını artırmayı amaçlayan "Local Emloyment Development Action" (LEDA) programı kapsamında gerçekleştirilen 33 projeden biri kırsal turizm alanında istihdam yaratmaya yönelik olmuştur.

Bundan başka özürlü ve sakat kişilerin toplam yaşamına uyumlarını sağlamak amacıyla 1993 ve 1996 yılları için oluşturulan 37 milyon ECU'lük bir bütçeye sahip Helies II programı kapsamındaki 12 faaliyet alanından birini turizm oluşturmaktadır. Programla bir yandan özürlü ve sakat kişilerin turistik faaliyetlere katılımlarının kolaylaştırılması amaçlanırken, öte yandan bu kişilerin önemli bir turizm sektörü oluşturdukları gerçeği ortaya koymaktadır. Ayrıca Avrupa Sosyal Fonu ve toplum içinde dezavantajlı durumda bulunan ve ayrımcılıkla karşılaşan kişilerin toplam yaşamına daha aktif katılımlarının desteklenmesini öngören Horizon Programı çerçevesinde, yine özürlü ve sakatların turizm alanında istihdam edilmelerini sağlayacak projelere destek verilmektedir.⁸⁵

⁸⁵ Sedef KORAY – Mert ERSİN, a.g.e., s. 18.

3.3. Vergi Politikası

Birliğin vergi politikası da turizm sektörünü yakından ilgilendirmektedir. Bu konuda sektör açısından, özellikle Birliğin çifte vergilendirmenin önlenmesine ilişkin almış olduğu yasal önlemler, KOBİ'lerin vergilendirilmesine ilişkin öneri niteliğindeki yasası ve katma değer vergisinin eş seviyeye getirilmesi doğrultusundaki çalışmaları önem taşımaktadır. Ayrıca Tek Pazarın gerçekleşmesinin doğal sonucu olarak Avrupa Birliği sınırları içindeki seyahatlerde “duty free” satışlarının 30 Haziran 1999 tarihine kadar durdurulmasına ilişkin kararın da turizm sektörünü yakından etkilemesi beklenmektedir.⁸⁶

3.4. Ulaştırma Politikası

Ulaştırma, turist endüstrisinin yapı taşlarından birini oluşturmaktadır. Avrupa Birliği, ulaştırma alanında politikasını oluştururken, altyapı ağlarının geliştirilmesi, ulaştırmada azami güvenliğin sağlanması, bölgelerarası ulaşımın zamanın en alt sınıra indirilmesi, değişik ulaşım şekilleri arasında maliyetlerin adilce bölüşümü ve sağlıklı rekabet sağlanarak farklılıkların en aza indirilmesi, çevrenin gözetilmesi ve değişik ulaşım şekilleri arasında tamamlayıcı unsurların artırılması konularına öncelik vermektedir.

Bu çerçevede, 1982 ve 1991 yılları arasında Avrupa Birliği, ulaştırma alanında bir altyapı politikasının uygulanmasına 707.1 milyon ECU ayırmıştır. Avrupa Birliği'nin bu katkısı toplam 11 milyar ECU'lük bir yatırım hacmi içinde gerçekleşmiştir. 1989 ve 1991 yılları arasında AB fonlarından ulaştırma politikasına ayrılan 291.5 milyon ECU'den 186.2 milyonu Avrupa yüksek-hız tren ağlarına ayrılmıştır. Alt yapı kapsamında ayrıca havaalanları için bir master planı hazırlanmakta ve hava trafiğinin düzenlenmesi çalışmalarına ağırlık verilmektedir.⁸⁷

⁸⁶ Sedef KORAY – Mert ERSİN, a.g.e., s. 20.

⁸⁷ Sedef KORAY – Mert ERSİN, a.g.e., s.23.

3.5. Kültür Politikası

Ocak 1986 tarihi tebliğinde Avrupa Komisyonu, kültürel turizmi, birliğin başlıca faaliyet alanlarından biri olarak kabul etmiştir. Komisyon, kültürel turizmin gelişmesinde etkin rol oynayacak kültürel faaliyetleri şu şekilde belirlemiştir.⁸⁸

- Ulusal mimarının korunmasına yönelik pilot projelerin desteklenmesi,
- Avrupa'nın kültürel merkezlerinin promosyonuna yönelik faaliyetler gerçekleştirilmesi,
- Avrupa düzeyinde kültür etkinliklerinin yaygınlaştırılmasını içeren programlar uygulanması.

3.6. Tarım Politikası

1992 yılında sunulan Ortak Tarım Politikası'nın reformu kapsamında yer alan çiftliklerin yeniden yapılanması ve tarımsal gelirlerin çeşitlendirilmesi içinde agro-turizme yönelik faaliyetler de yer almaktadır. Bu faaliyetler, çiftlik arazilerinin turistik faaliyetler için kullanılmasını amaçlamaktadır. Çiftlik ürünlerinin pazarlanması, organik ve biyolojik üretimin turistler için cazip hale gelmesiyle birlikte bu tür ürünlerin geliştirilmesi agro-turistik faaliyetler içinde bulunmaktadır. 1988 yılından bu yana Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu çerçevesinde tarımsal faaliyetlere sağlanan 145.5 milyon ECU'nün bir kısmı çiftlik turizmine ayrılmış bulunmaktadır.⁸⁹

3.7. Eğitim Politikası

Avrupa Birliği, eğitim, mesleki eğitim ve gençlik programları çerçevesinde Turizm sektörünü de dikkate almaktadır. Turizm sektörünü de etkileyen sözkonusu programlardan önemlileri üye ülkeler arasında üniversite

⁸⁸ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 40.

⁸⁹ Sedef ERSİN – Mert ERSİN, a.g.e., s. 23.

öğrencilerinin değişimini öngören ERASMUS, üniversiteler ve işletmeler arasında işbirliğini destekleyen COMETT, gençlerin mesleki eğitimini destekleyen ve onları iş yaşamına hazırlamayı amaçlayan PETRA, sürekli mesleki eğitimin geliştirilmesini destekleyen FORCE ve teknolojik gelişmenin mesleki eğitime de yansıtılmasını amaçlayan EUROTECNET'tir. Bu programlardan turizm alanında gören ya da çalışan kişilerin katılımıyla sözkonusu sektör de yararlanmıştır. Yukarıda sözü edilen programlardan bazıları 1995 ve 1996 yılları itibariyle yürürlükten kaldırılmıştır. Ancak yerlerine benzer türde projeleri finanse eden SOCRATES ve LEONORDO eğitim programları başlatılmıştır.

Programlar tek tek ele alındığında, 1986 ve 1994 yılları arasında yürürlükte bulunan COMETT programı çerçevesinde toplam bütçenin % 1'inin turizmle ilgili projelere ayrıldığı görülmektedir. 1987 ve 1994 yılları arasında işletilen ERASMUS kapsamında 1990 ve 1991 yıllarında 691 turizm öğrencisi programın sunduğu değişim olanaklarından faydalanmış ve turizm eğitimi veren 69 kurum programa katılmıştır. Topluluğun bu alandaki katkısı 160.000 ECU olarak gerçekleşmiştir. 1993 ve 1994 yıllarında ise 1600 öğrenci, 124 öğretim görevlisi ve 124 eğitim kurumu değişim programlarına katılırken, Topluluk katkısı 320.000 ECU'ye yükselmiştir. Sözkonusu değişim üniversitelerarası 27 proje çerçevesinde gerçekleşmiştir. 1992-93 akademik yılından EFTA ülkelerin de programa katılmasıyla birlikte, bu ülkelerden 70 öğrenci turizmle ilgili değişim programlarına katılmıştır.

Bir mesleki eğitim programı olan PETRA çerçevesinde 1988 ve 1993 yılları arasında turizmle ilgili 442 projeye destek sağladığı ve bu projelere 6,820 milyar ECU ayrıldığı gözlenmektedir. 1991 yılında başlatılan FORCE kapsamında ise, ilk iki yılda turizmle ilgili 30 proje finanse edilmiş ve toplam finansman 1.554.400 ECU olarak gerçekleşmiştir. 1990 ve 1994 yılları arasında yürürlükte bulunan EUROTENET programı kapsamında bu yıllar arasında 3 turizm projesine destek verilmiştir. Yukarıda belirtilen bazı programların süresi

sona ermiş bulunmakla birlikte, benzer programlarla birleştirilerek başka adlar altında devam etmektedir.⁹⁰

3.8. Çevre Politikası

Günümüzde çevre sorunlarının giderek artış göstermesi ve doğal yapıyı tehdit etmesi nedeniyle Topluluk ülkeleri çeşitli politikalar çerçevesinde gerçekleştirdikleri uygulamalarda çevre faktörüne dikkate almaktadırlar.

Bu bağlamda 13 Temmuz 1990'da Avrupa Parlamentosu tarafından oylanan bir karar tasarısında ve 20 Eylül 1990'da Ekonomik ve Sosyal komite tarafından hazırlanan raporda, turizmle bölgesel kalkınma arasındaki yakın ilişkiye dikkat çekilmiş ve özellikle kitle turizminin yaygınlaşmasıyla artış gösteren çevre sorunlarının önlenmesi için, turizmin gelişiminin doğal çevre ile uyum içinde olması gereği vurgulanmıştır.⁹¹

Avrupa Birliği'nin çevrenin korunmasına yönelik politikalarının turizm ile yakından bağlantısı bulunmaktadır ve çevre koruması kapsamında turizm için üç tip aksiyon öngörülmektedir. Birinci olarak, özellikle kıyılarda ve dağlık bölgelerde kitle turizminin geliştirilmesi ve düzenlenmesi öngörülmektedir. İkincisi, diğer bölgelerde turistik gelişmenin devamlılığının sağlanmasını amaçlayan aksiyon tipidir. Üçüncü olarak, turistlerin çevreye karşı duyarlılığının geliştirilmesi öngörülmektedir. Bu amaçla, 1993 ve 1994 yıllarında çeşitli araştırmalar ve turizm sektöründe çevre bilincini artıracak kampanya ve projeler yürütülmüştür.

Ayrıca Avrupa Birliği'nin çevre korumasına yönelik iki programına turizm sektörü de dahil edilmiştir. Bunlar, özellikle kıyı bölgelerinde çevre korunması ile birlikte ekonomik gelişmeyi destekleyen ve yapısal fonlardan finanse edilen ENVIREG programı ile 1991-1995 yılları arasında finansmanı için 400 milyon

⁹⁰ Sedef KORAY – Mert ERSİN, a.g.e., s. 21.

⁹¹ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 37.

ECU ayrılan ve turizmin gelişmesi dahil olmak üzere ekonomik gelişmenin çevreye uyumlu bir biçimde gerçekleşmesini destekleyen LIFE programıdır. LIFE programı çerçevesinde her yıl açılan ve çevre bilinci ve enformasyonunu geliştirmeyi amaçlayan projelere turizm sektörü de dahil edilmektedir. 1999 yılında içlerinde turizmi de kapsayan projelerin bulunduğu, toplam 670.000 ECU finansman çerçevesinde 7 proje teşvik edilmiştir. 1994 yılı içinde ise kıyı bölgeleri ve turizme LIFE programı kapsamında ayrılan kaynak 650.000 ECU olmuştur. Yine aynı yıl içinde çevre ve kültürel mirasın korunmasına yönelik ortak araştırma projelerine 4,419 milyon ECU kaynak ayrılmıştır.⁹²

3.9. Araştırma ve Geliştirme Politikası

Bu inisiyatifler kapsamında bulunan ve elektronik teknolojilerinin geliştirilmesini destekleyen IMPACT programı çerçevesinde, elektronik enformasyon hizmetleri ve Avrupa'nın kültürel mirasını korumaya ve onarmaya yönelik teknolojiler geliştirilmesini amaçlayan pilot projeler finanse edilmektedir. Özellikle enformasyon teknolojilerinin geliştirilmesi alanında Komisyon önemli finansman kaynakları sağlamaktadır.

Bunlar arasında 14 milyon ECU'lük bir bütçeye sahip ORA (Opportunities for Telecommunications for Rurol Arezs) programı ile gelişmiş enformasyon teknolojileri alanında araştırmaları destekleyen RACE (Rescarch and Development in Advanced Communications Technologies in Europe) programı kapsamında turizm alanındaki projeler finanse edilmektedir. RACE kapsamında bulunan üç yıllık Tourism-Information-Marketing projesi ile altı AB ülkesinin (Almanya, Fransa, İspanya, İtalya, İngiltere, Yunanistan) otel ve turizm şirketleri arasında bir iletişim ağı kurulması ve turistik faaliyetlerin pazarlanmasının kolaylaştırılması amaçlanmaktadır. Toplam bütçesi 10.9 milyon ECU olan projenin, AB katkı payı 5.2 milyon ECU'dür.

⁹² Sedef KORAY – Mert ERSİN, a.g.e., s. 22.

ORA programı kapsamında turizmle ilgili olarak finanse edilen iki proje bulunmaktadır. Kırsal alanda turizm ve boş zaman faaliyetleri çerçevesinde kullanılmak üzere telematik hizmetlerin geliştirilmesini amaçlayan iki yıllık RUTOTEL projesinin 770.000 ECU'lük bütçesinin yarısı Komisyon tarafından finanse edilmiştir. Projeye katılan ülkeler arasında Yunanistan, İspanya, İtalya ve İrlanda bulunmaktadır. İkinci proje, kırsal turizm alanında bir bilgi, rezervasyon ve işletmecilik sistemi geliştirmeyi amaçlamaktadır. İrlandalı, İtalyan ve Fransız ortakların geliştirdiği iki yıllık projenin toplam bütçesi 550.000 ECU'dür ve bütçenin yarısı yine Komisyon tarafından karşılanmış bulunmaktadır.⁹³

4. TURİZMİN AVRUPA BİRLİĞİ'NDEKİ EKONOMİK ETKİLERİ

Avrupa Birliği üyesi ülkeler, ekonomilerinde giderek artan bir önem kazanan turizm sektörünün geliştirilmesine ve faaliyet alanının yaygınlaştırılmasına yönelik faaliyetlerine özellikle son yıllarda büyük bir ^{önem} ^{iyim} kazandırmışlardır. Turizm, özellikle Akdeniz'e kıyı olan üye ülkeler için ekonomik açıdan hayati önem taşımaktadır.

Bu bölümde, turizmin Avrupa Birliği'ndeki ekonomik yeri ve önemi çeşitli istatistiki veriler yoluyla ortaya konmaya çalışılacaktır.

4.1. İstihdam

Birlik bünyesindeki turizm endüstrisinde yaklaşık 9 milyon kişilik istihdam olduğu tahmin edilmektedir. Toplam istihdamın yaklaşık yüzde altısının doğrudan turizm aktiviteleri ve ürünleri ile ilgili istihdam olduğu hesaplanmaktadır. Ayrıca, Ekonomik İşbirliği ve Geliştirme Örgütü (OECD), turizm endüstrisinin işsizliği azaltmada ve istihdam yaratmada doğrudan katkısını onaylamaktadır.

⁹³ Sedef KORAY – Mert ERSİN, a.g.e., s. 23-24.

Bu sebeple turizm; 1993 aralığında Avrupa Konseyi'nin toplantısında eylem planının hızlı bir şekilde tamamlanması istendiği Komisyon'un büyüme, rekabet edebilirlik ve istihdam konulu Beyaz Belgesi'nde (White Paper) oluşturulan düşüncelerin uzantısında 21 yüzyıla giden yollardan biridir .Turizm, bu yüzden yaşam standartlarındaki, teknolojideki ve alışkanlıklardaki değişimlerin ışığında kesin olarak orta vadede istihdamın geliştirilmesi yolunda olumlu olarak nitelenen onyedinci alandan biridir.⁹⁴

Avrupa Birliği ülkelerinde, 1988 yılına göre turizmin toplam istihdam içindeki ortalama payı % 6 olmakla birlikte, Tablo 2'de görüldüğü gibi bu oranı ancak İspanya, Portekiz, Yunanistan, Fransa, İtalya ve İrlanda gibi ülkeler geçmektedir. İngiltere'de ise turizmin toplam istihdamdaki payı % 6 olup, Avrupa ortalamasına eşittir.⁹⁵

⁹⁴ Mert ERSİN, *Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye*, Turpress Yayınları, İstanbul, 1997, s. 87.

⁹⁵ Meltem DİRİK, *AT'da Turizm Politikası ve Türkiye'de Turizm Politikası Kıyaslaması*, Ankara, 1993, s. 107.

**Tablo 2: AB'ye Üye Ülkelerde Turizmin Toplam İstihdam İçindeki Payı
(1988)**

ÜLKELER	İSTİHDAM (%)
İspanya	9.3
Portekiz	8.6
Yunanistan	7.2
Fransa	6.9
İtalya	6.4
İrlanda	6.3
İngiltere	6.0
Danimarka	5.3
Almanya	5.2
Lüksemburg	5.2
Belçika	3.9
Hollanda	2.3

Kaynak: EUROSTAT, *Tourism in Europe*, Trends 1989, s. 11.

4.2. Turizm Gelir Giderleri

Tablo 3'de görüldüğü gibi, 1992 yılı turizm gelir ve giderlerinde, 1991 yılına göre oldukça önemli artışların olduğu görülmektedir. Birlik genelinde 1991 yılında 101.409 milyon ABD doları olan turizm geliri, 1991 yılında, % 13.7'lik bir artışla 115.339 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir. 1993 yılında ise toplam turizm gelirleri bir önceki yıla göre, % 6.2'lik bir azalma göstermiş ve 108.237 milyon ABD doları olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 3: AB Üyesi Ülkelerde Turizm Gelir ve Giderleri

ÜLKELER	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
ALMANYA							
Gelir	7678	8449	8463	10531	10424	11055	10509
Gider	23341	25036	23553	29509	31027	36616	37514
Fark	-15663	-16587	-15090	-18948	-20603	-25571	-27005
BELÇİKA							
Gelir	2980	3138	3057	3518	3606	4053	4071
Gider	3881	4428	4254	5471	5528	6603	6363
Fark	-901	-990	-1197	-1953	-1952	-2550	-2291
DANİMARKA							
Gelir	2219	2423	2313	3322	3475	3784	3052
Gider	2860	3087	2932	3676	3377	3779	3214
Fark	-641	-664	619	-354	98	5	-162
FRANSA							
Gelir	11870	13786	16245	20185	21375	25051	23410
Gider	8493	9715	10031	12424	12321	13914	12805
Fark	3377	4071	6214	7761	9054	11137	10605
HOLLANDA							
Gelir	2695	2899	3049	3636	4246	5237	4690
Gider	6408	6750	6461	7376	8149	9649	8974
Fark	-3713	-3851	-3412	-3740	-3903	-4412	-4284
İNGİLTERE							
Gelir	10225	11008	11389	14940	13070	13932	13451
Gider	11939	14624	15344	19063	17609	19850	17431
Fark	-1714	-3616	-3955	-4113	-4539	-5918	-3980
İSPANYA							
Gelir	14760	16686	16174	18593	19004	22181	19425
Gider	1938	2440	3080	4254	4530	5542	4706
Fark	12822	14246	13054	14339	14474	16639	17719
İRLANDA							
Gelir	839	997	1070	1447	1511	1620	1639
Gider	839	961	989	1159	1115	1361	1256
Fark	0	36	81	298	386	259	383
İTALYA							
Gelir	12174	12403	11938	20016	18421	21450	20521
Gider	4536	5989	6974	14045	11648	16530	13053
Fark	7638	6414	5164	5971	6773	4910	7468
LÜKSEMBURG							
Gelir	201	238	286	-	-	-	-
Gider	-	-	-	-	-	-	-
Fark	-	-	-	-	-	-	-
PORTEKİZ							
Gelir	2145	2401	2685	3555	3710	3721	4176
Gider	421	583	583	867	1024	1165	1846
Fark	1724	1869	2102	2688	2686	2556	2330
YUNANİSTAN							
Gelir	2268	2396	1976	2587	2567	3255	3293
Gider	508	735	816	1090	1015	1186	1003
Fark	1760	1661	1160	1497	1552	2069	2290

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics(1987-1991)*, Madrid, 1993, s. 15; WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1989-1993)*, Madrid, 1995, s. 178.

Yine Tablo 3'e göre turizm gelirlerinin en yüksek olduğu ülkeler 1992 yılında sırasıyla Fransa, İspanya ve İtalya iken, 1993 yılında ise Fransa, İtalya ve İspanya şeklinde sıralanmıştır. Almanya, Belçika, Hollanda ve İngiltere'de turizm gelir-gider dengesi 1987-1993 yılları arasında negatif bakiye vermiştir. Danimarka'da ise turizm gelir-gider dengesi 1991 ve 1992 yılları hariç negatif bakiye vermiştir.

Tablo 4: Dünya Turizm Gelirleri İçinde Toplam AB Turizm Gelirlerinin Payı (MLYON ABD DOLARI)

Yıllar	Dünya Turizm Gelirleri	AB Turizm Gelirleri	% Dağılım
1987	172.480	70.054	40.6
1988	199.525	77.125	38.6
1989	215.637	78.645	36.5
1990	261.108	101.230	39.2
1991	267.630	101.409	37.9
1992	304.063	115.339	37.5
1993	305.752	108.237	35.4

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statics*, Madrid, 1995, s 194.

Birlik ülkelerinin toplam turizm gelirleri, 1987'de dünya toplam turizm gelirlerinin içinde % 40.6'lık bir paya sahipken, 1993 yılında bu oran % 35.4 olarak gerçekleşmiştir (Tablo 4).

Avrupa Birliği üyesi ülke ekonomilerinde turizm sektörünün önemine dikkat çeken kıstaslardan biri de, toplam mal ve hizmet ihracatı içinde turizm gelirlerinin aldığı paydır.⁹⁶ Tablo 5 incelendiği zaman, bu gelirlerin en yüksek

⁹⁶ Meltem DİRİK, a.g.e., s. 111.

olduğu ülkelerin sırasıyla, İspanya, Yunanistan ve Portekiz olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Turizmin AB Üyesi Ülke Ekonomilerindeki Payı

Turizmin Mal ve Hizmet İhracatındaki Payı %				Turizmin Mal ve Hizmet İthalatındaki Payı %		
Ülkeler	1987	1988	1989	1988	1989	1990
Yunanistan	23.2	21.1	17.7	4.6	4.6	5.0
İspanya	25.7	24.9	22.5	3.3	3.5	3.9
Fransa	5.4	5.5	5.9	3.9	3.7	3.6
İrlanda	4.5	4.5	4.4	4.2	3.9	3.9
İtalya	7.8	7.3	6.4	3.4	3.4	5.3
Portekiz	16.6	16.2	15.5	2.6	2.7	3.0
İngiltere	4.0	3.8	3.5	4.7	4.4	4.4
Danimarka	6.1	5.9	5.3	7.3	6.7	6.8
Almanya	2.2	2.1	2.1	7.6	6.8	6.6
Hollanda	2.3	2.1	2.1	5.2	4.7	4.5
Belçika	2.4	2.4	1.9	3.3	2.7	2.7
Lüksemburg	2.4	2.4	1.9	3.3	2.7	2.7

Kaynak: Tourism Policy and International Tourism in OECD Wember Countries, 1992, s. 191.

Avrupa Birliği üyesi ülke ekonomilerinde turizm sektörünün önemine dikkat çeken kıstaslardan biri de, toplam mal ve hizmet ihracatı içinde turizm gelirlerinin aldığı paydır. Yukarıdaki tablo incelendiğinde, bu gelirlerin en yüksek olduğu ülkelerin sırasıyla, İspanya, Yunanistan ve Portekiz olduğu görülmektedir. Ayrıca, söz konusu tablodan turizmin, mal ve hizmet

ihracatındaki payının, Fransa hariç, ithalatındaki payının ise İspanya ve İtalya hariç, düşme eğilimi gösterdiği anlaşılmaktadır.

Tablo 6: AB Üyesi Ülkelerin Turizm Gelirlerine GSMH İçindeki Payları (%)

Ülkeler	1989	1990	1991	1992	1993
Almanya	0.7	0.7	0.7	0.7	0.6
Belçika	1.8	2.0	1.9	1.9	-
Danimarka	2.1	2.9	2.9	2.8	2.2
Fransa	1.5	1.8	1.8	1.9	1.8
Hollanda	1.2	1.3	1.5	1.7	1.5
İngiltere	1.3	1.6	1.4	1.3	1.3
İrlanda	3.2	3.8	3.7	3.6	9.6
İspanya	4.2	4.2	2.9	4.0	3.6
İtalya	1.3	2.0	1.7	1.8	1.8
Portekiz	5.8	6.7	6.1	5.0	5.4
Yunanistan	3.4	4.1	3.8	4.2	4.3
Avusturya	7.7	9.0	8.7	9.0	7.4
İsveç	1.3	1.4	1.2	1.3	1.2
Finlandiya	0.9	1.0	1.2	1.3	1.2

Kaynak: WTO, **Compendium Of Statistics**, Madrid, 1995, s. 178.

Tablo 6'ya göre, 1993 yılında turizm gelirlerinin GSMH içindeki payının en yüksek olduğu ilk beş ülke sırasıyla, Avusturya (% 7.4), Portekiz (% 5.4), Yunanistan (% 4.3), İspanya (% 3.6) ve İrlanda (% 3.6)'dır.

5. AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZME YÖNELİK KREDİ VE TEŞVİKLER

Turizm, Birlik içinde halen bir ortak politika durumunda olmadığı için, turizmi destekleyecek doğrudan kredi ve teşvikler mevcut değildir. Ancak Birlik turizmi, bazı finansal kaynaklarını kullanarak desteklemektedir. Bunların başında da Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu ve Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu gelmektedir. Bu fonlardan yararlanan Birlik turizmi, Birlik içindeki gelişmeyi sağlayacak bir araç olarak görünmektedir.

Yapısal fonlardan turizm sektörüne aktarılan yardımlardan 1989-1993 dönemi içinde en çok payı olan Birlik ülkeleri, başta birlik ülkeleri, başta İtalya olmak üzere (780 milyon ECU), Portekiz (203 milyon ECU) ve İrlanda 188.6 milyon ECU takip etmektedir (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7: AT'un Yapısal Fonlar Çerçevesinde Turizm Sektörüne Sağladığı Yardımlar

Geri Kalmış Bölgelere Sağlanan Yardımlar (1989-1993)

Ülkeler	Milyon ECU	Topluluğun Yapısal Fonlardan Sağladığı Yardımların %'si Olarak
Yunanistan	166.7	3.1
İspanya	182	2.4
Fransa	34.3	4.8
İrlanda	188.6	6.6
İtalya	780	12.5
Portekiz	203	3.5
İngiltere	58.2	10.5
TOPLAM	1 612 8	5.5

Kaynak: Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 50.

Birlik, istihdamın kaydırıldığı bölgelere sağlanan yardımlardan, 1989-91 dönemi için en çok payı olan Birlik ülkeleri başta İngiltere (173.89 milyon ECU) olmak üzere, Fransa (44.1 milyon ECU), Belçika (12.85 milyon ECU) gelmektedir. Toplam yardım miktarı ise 267.42 milyon ECU tutarındadır.⁹⁷

6. AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM SEKTÖRÜNE SAĞLADIĞI TEŞVİKLER

Avrupa Birliği'nde uygulanan turizm teşviklerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz.⁹⁸

6.1. Promosyona Dönük Teşvikler

Avrupa Birliği, birlik dışına gerçekleştirilen turistik hareketleri birlik içine dönüştürebilmek için alternatif imkanların yaratılması ve tanıtım yönünde, çalışma ve destekleri uygulamaya koymuştur. Bu noktadan hareket ederek, gümrük kolaylıkları, Avrupa pasaportu ve turistlere yönelik sosyal koruma rejimleri ortaya konarak, bu uygulamalar tüketiciye aktarılmaktadır.

6.2. Yapısal Fonlar İçerisinde Turizmin Teşviki

Avrupa Birliği'nin çeşitli finans araçları çerçevesinde Avrupa Tarımsal Garanti ve Yönlendirme Fonu, Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu ve Entegre Akdeniz Programları'ndan turizm sektörüne çeşitli teşvikler yapılmaktadır.

6.2.1. Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu

Avrupa Birliği'nin resmi bölgesel kalkınma programında turizm şimdiye kadar yalnızca küçük bir rol oynamıştır. Bugüne kadar ABKF yardımlarının en büyük kısmı önemli altyapı ve sanayi projelerine gitmiştir. Fakat son zamanlarda

⁹⁷ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 51.

⁹⁸ Hasan LÖK, *Avrupa Birliği Entegrasyonunda Türk Turizm Sektörünün Rekabet Şansını Artırıcı Yeni Teşvik Politikaları*, Sinai Yatırım ve Kredi Bankası A.O., Doktora Tezi, İstanbul, 1995, s. 81-82.

“bölge içinde üretilen kalkınma potansiyeline” verilen önem sonucu turizm potansiyeli gittikçe artan bir şekilde takdir edilmektedir. ABKF bağlarının modeli bölgesel kalkınmanın genel dağılımını izlemiştir; yani az gelişmiş ve genilemekte olan bölgeler Avrupa’nın başlıca turizm merkezleri haritasına göre daha yakından izlenmiştir.⁹⁹

6.3. Bölgesel Kalkınma Fonu İçerisinde Kırsal Kesimin Teşviki

Birliğin tarım politikası çerçevesinde kırsal turizm önemli bir yer tutmaktadır. Tarımsal yapıda etkinliğin artırılması amacıyla kırsal kesimdeki istihdam ve faaliyetler turizme yönlendirilmektedir.

6.4. Kültürel Turizmin Teşviki

Avrupa Birliği ülkelerinde en önemli turizm hareketlerinden biri de kültürel turizmdir. Belli dönemlerde yoğunlaşan kitlesel hareketler kültürel değerlerin yıpranmasına neden olmaktadır. Bu ortak kültürel değerlerin korunması için birlik üyeleri ortak teşvik politikaları oluşturmuşlardır. Korunmaya yönelik projelere destek sağlanmıştır.

6.5. Çevre Sorunlarına Yönelik Turizmin Teşviki

Avrupa Birliği, turizm yatırım ve işletmelerinde doğal yapıya ve çevreye zarar vermeyecek önlemlerin alınmasını, çevre turizmine yönelik projelerin desteklenmesini ve bu projeler desteklenirken önemli büyüklüklerde kaynak aktarılmasını sağlamaktadır.

⁹⁹ G.Pearce DOUGLAS, “Avrupa Topluluğu’nda Turizmin Gelişmesi ve Bölgesel Kalkınma”, **Turizmde Seçme Makaleler 8**, TUGEY Yayını, No: 14, 1990, s. 17.

6.6. Eğitim Desteği Çerçevesinde Turizmin Teşviki

Turizm, sektöründe eğitim programlarına yönelik projeler, birlik düzeyinde ayrı ayrı ele alınarak önemli teşvik ve yardımlardan yararlanılmaktadır.

6.7. Avrupa Sosyal Fonu Çerçevesinde Turizm İstihdamına Dönük Yatırımların Teşviki

Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde turizm sektöründe çalışan personelin eğitimi ve sezon dışında başka sektörlerde çalışması yönünde önemli teşvikler ortaya konmaktadır.

7. AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TURİZM SEKTÖRÜNÜN DURUMU

7.1. Almanya

1989 yılı istatistiklerine göre Almanya nüfusunun % 66.8'i seyahat etme alışkanlığına sahip 14 yaşın üzerindeki kişilerdir. Bunların üçte biri ülke içinde seyahati tercih ederken, üçte ikisi tatilini yurtdışında geçirmektedir. Turizm hareketlerinin Mayıs-Ekim döneminde yoğunlaştığı Almanya'ya en fazla turist geldiği ülkeler Hollanda, ABD, İngiltere, Fransa ve İtalya'dır. Yabancı turist girişlerindeki artış oranına bakıldığında ise Japonya'nın ilk sırayı aldığı ve bu ülkeyi İtalya, İngiltere ve İsveç'in takip ettiği görülmektedir.¹⁰⁰

Almanya yalnızca Avrupa'da değil dünya standartlarında en güçlü ve en büyük turizm yatırımlarına sahiptir. Yabancı ziyaretçilerin sayılarında 1991'den itibaren, özellikle sınırların birleşmesiyle azalma olmuş ama son iki yılda % 10'luk bir artış kaydedilmiştir.¹⁰¹ 1992 yılında Almanya'ya 15.913.000, 1993'de

¹⁰⁰ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 72.

¹⁰¹ Eurostat, European Commission, *Tourism in Europe*, Lüksemburg, 1995.

14.348.000, 1994'de 14.494.000, 1995'de 14.847.000 ve 1996 yılında da 15.205.000 turist gelmiştir.¹⁰²

Ödemeler dengesinde turizmin durumuna bakıldığında ise harcamaların gelirlere oranla oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Çünkü gelen turiste karşılık yurtdışına giden Alman turist sayısı çok fazladır. 1989 yılındaki ekonomik sarsıntıya ve düşük trendlere rağmen yurtdışına giden Alman turist sayısında herhangi bir düşüş olmamış ve ödemeler dengesi 15.090 milyon ABD doları negatif bakiye vermiştir. 1993 yılında da Avrupa Birliği ülkeleri arasında en zararlı çıkan ülkenin Almanya olduğu görülmektedir. Almanya 1993 yılında 27 milyar ABD doları ters bakiye vermiştir.¹⁰³

**Tablo 8: Almanya'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	15.913	1.882.230	0.8
1993	14.876	1.944.227	0.8
1994	14.868	2.072.707	0.7
1995	18.028	2.252.343	0.8
1996	17.567	2.334.551	0.8

Kaynak: WTO, **Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)**, Madrid, 1998, s. 73.

Tablo 8'de 1992-1996 yılları arasında turizm gelirlerinin GSMH içinde almış olduğu paylar görülmektedir.

¹⁰² World Tourism Organization, **Compendium Of Tourism Statistics 1992-1996**, Madrid, 1998, s. 73.

¹⁰³ Eurostat, European Commission, a.g.e., s. 23.

Almanların en çok ziyaret ettikleri ve konakladıkları ülkelerin başında Avusturya gelmekle birlikte, bu ülkeyi sırasıyla İtalya ve İspanya takip etmektedir. Diğer tercih edilen yerler Fransa, İsviçre, Hollanda ve Danimarka gibi komşu ülkelerle, Portekiz ve Yunanistan gibi Akdeniz ülkeleridir. Alman turistlerin turizme harcadıkları para büyüyen ekonomik problemlere rağmen artış göstermiş, 1991'eki 51 milyar DM'lik harcama 1993'de 65 milyar DM'ye çıkmış ve 1985-1991 yılları arasındaki yıllık artışı % 3.6 oranında olmuştur.¹⁰⁴

7.2. Yunanistan

Avrupa'nın Helen kültürünün merkezi olarak bilinen Yunanistan hem bu kültürel özelliği ile, hem de turistik özellikleri (deniz, doğa, güneş, tarihi yerler vb) üzerinde toplanmış bir ülke olması nedeniyle, Avrupa'da turizm sektörünün önde gelen isimlerinden biridir. Uluslararası turizm sektörü incelendiğinde, Yunanistan'ın, son 20 yılda, bu alanda günden güne gelişme kaydettiği istatistiklerle de tespit edilmiştir. Öyle ki, turizm sektörü, Yunan ekonomisinde, en önemli payı taşıyan ve görünmeyen gelir dediğimiz ülke gelirlerinde 1982 verilerine göre denizcilikten sonra ikinci sırayı teşkil eden bir sektördür.

Yunanistan turizm piyasasında en fazla paya sahip olan ülkeler, İngiltere, Almanya, İtalya, Fransa ve Hollanda'dır.

1992 yılında Yunanistan'a 9.756.000, 1993'de 9.913.000, 1994'de 11.302.000, 1995'de 10.712.000 ve 1996 yılında da 9782.000 turist gelmiştir.¹⁰⁵

Bir Akdeniz Ülkesi olan Yunanistan, deniz, kum, güneş üçlüsünün, tarihi zenginliklerin ve geçmiş kültürlerin toplandığı bir merkez olarak, dünyanın çeşitli yerlerinden gelen turistleri çeker ve özellikle Haziran, Temmuz, Ağustos ve Eylül ayları, Yunanistan için turizm hareketlerinin en yoğun olduğu dönemlerdir.

¹⁰⁴ Eurostat, European Commission, a.g.e., s. 91.

¹⁰⁵ World Tourism Organization, a.g.e., s. 76.

Tablo 9: Yunanistan'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	3.272	76.043	4.3
1993	3.335	76.685	4.3
1994	3.905	80.213	4.8
1995	4.136	85.885	4.8

Kaynak: WTO, *Compenatium of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 76.

Tablo 9'da 1992-1995 yılları arasında Yunanistan'da turizm gelirlerinin GSMH içinde aldığı paylar görülmektedir.

7.3. Fransa

Güneş, deniz, kum üçlüsünün oldukça yoğun bir şekilde bulunduğu ve turizm bilincinin birçok Avrupa Ülkesine kıyasla daha erken geliştiği Fransa, Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (WTO)'nün 1990 yılı için hazırladığı raporda, 1989 yılında turizmden en çok kazanan onbeş ülke arasında ikinci sırayı teşkil etmiş bir Akdeniz Ülkesidir. Aynı zamanda ileri bir sanayi ülkesi de olan Fransa'da, tarım, gıda ve otomobil sanayilerinden sonra, turizm önemli bir ihracat sektörü olarak göze çarpmaktadır.

Turizm sektörünün gerek ödemeler dengesinde gerekse döviz girdisi sağlayan üretim sanayinde sahip olduğu pay açısından Fransa ekonomisinde oldukça önemli bir konumdadır. Özellikle diğer Akdeniz Ülkelerinde sektörün büyük ölçüde durgunluk döneminin yaşandığı 1989 yılında, Fransa'da son derece olumlu bir gelişme gözlenmiştir. Fransız devriminin 200. yılı kutlamaları,

hava koşullarının elverişliliği ve uygulanan başarılı tanıtım politikası kuşkusuz bu gelişim üzerinde önemli etkiler yaratmıştır.¹⁰⁶

1992 yılında Fransa'ya 59.740.000, 1993'de 60.565.000, 1994'de 61.312.000, 1995'de 60.033.000 ve 1996 yılında da 62.406.000 turist gelmiştir.¹⁰⁷

Turizm hareketlerinin gerek yerli gerekse yabancı turistler açısından Temmuz-Eylül döneminde yoğunlaştığı Fransa'da, turizm pazar payının en yüksek olduğu ülkeler Almanya, İngiltere, İrlanda, İtalya, ABD ve Belçika-Lüksemburg'dur. Son yıllarda Japonya'da turizm pazarındaki payını dokuzuncu sıradan, altıncı sıraya yükselmiştir.¹⁰⁸

Ödemeler dengesindeki duruma bakıldığında Fransa, Avrupa Birliği Ülkeleri arasında İspanya'dan sonra en yüksek net gelir elde eden ikinci ülkedir.

Birliğin diğer Akdeniz Ülkelerine oranla çok daha istikrarlı ve iyi bir çizelge işleyen Fransa turizm sektöründe, durum turizme dolaylı ve doğrudan bağlı hizmetler açısından değerlendirildiğinde, sözkonusu gelişmeden en fazla kazanç sağlayanların küçük işletmeler olduğu belirlenmektedir. Büyük oteller ve restoranlar ise, gelen turist kitlesinin daha ekonomik bir tatil anlayışına sahip olması nedeniyle bu gelişmeden yeterince yararlanamamıştır.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 91.

¹⁰⁷ World Tourism Organization, a.g.e., s. 68.

¹⁰⁸ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 93.

¹⁰⁹ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 97.

**Tablo 10: Fransa'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	25.051	1.305.834	1.9
1993	23.564	1.293.879	1.8
1994	24.678	1.356.780	1.8
1995	27.527	1.451.051	1.8
1996	28.357	1.536.454	1.8

Kaynak: WTO, *Compendium of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 68.

Tablo 10'da 1992-1996 yılları arasında Fransa'da turizm gelirlerinin GSMH içinde aldığı paylar görülmektedir.

7.4. Lüksemburg

Turizm hareketlerinin oldukça sakin geçtiği Lüksemburg'da son yıllarda hava koşullarının olağanın üzerinde olumlu seyretmesi nedeniyle büyük bir canlılık yaşanmıştır. Turistik amaçlı gezilerden çok iş seyahatlerinin gerçekleştirildiği Lüksemburg'da istatistiklere göre 1989'da turizm faaliyetlerindeki global artış 1988'e göre % 13.6 oranında artmıştır.¹¹⁰

1992 yılında Lüksemburg'a 759.000, 1993'de 791.000, 1994'de 762.000, 1995'de 768.000 ve 1996 yılında 712.000 turist gelmiştir.¹¹¹

¹¹⁰ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 111.

¹¹¹ World Tourism Organization, a.g.e., s. 109.

Turizm hareketlerinin Haziran ve Temmuz aylarında yoğunlaştığı Lüksemburg'da yerli turist akışının en fazla olduğu ülkeler İtalya, İspanya ve İngiltere'dir. Özellikle İtalya'ya yönelik turizm talebi 1985'den itibaren büyük bir tırmanışa geçmiş ve İtalya, 80'li yıllarda yoğun biçimde İspanya ve İngiltere'ye giden Lüksemburg'lu turistlerin birinci derecede tercih ettikleri ülke konumuna gelmiştir.¹¹²

7.5. Belçika

Son on yıl içinde Belçika'da turizmin gelişimi oldukça başarılı bir çizelge göstermiştir. Özellikle 1982 yılında gerçekleştirilen Belçika frankının devalüasyonu, aynı yıl turizmin gelişme hızını en üst noktaya çıkarmıştır. 1983-1986 döneminde yıllık ortalama % 1.9'luk bir artışla durgun denebilecek bir dönem geçiren Belçika turizm piyasası, 1986'dan itibaren canlanarak toplam turist geceleme sayısında bir önceki yıla oranla % 5.5'lik bir artış göstermiştir.¹¹³

Belçika'da turizm faaliyetlerinin tamamına yakını özel sektör tarafından gerçekleştirilmektedir. Bunun dışında kalanlar ulusal veya mahalli idareler veya şehirlerin sahip olduğu kamp alanları, toplanma tesisleri ve bazı parklardır.

1992 yılında Belçika'yı 5.204.000, 1993'de 5.120.000 1994'de 5.309.000, 1995'de 5.560.000 ve 1996'da 5.829.000 turist gelmiştir.¹¹⁴

Belçika turizmine iç pazar hakimdir. 1992'deki 28.5 milyon gecelik konaklamanın % 60'ını Belçika'lılar oluşturmuştur. Gecelik konaklamanın % 34'ünü diğer Avrupa'lılar oluşturmuştur. Bir günlük seyahatin büyüyen pazarın yerli talep hakimiyetinde olduğu sürpriz sayılmamalıdır. Kuzey Deniz sahillerinde otel, tatil evleri ve diğer turist işleri açısından özellikle Alman ve Hollanda'lı turistler önemli talep kaynaklarını oluştururlar. Brüksel bölgesinde

¹¹² Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 111.

¹¹³ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 61.

¹¹⁴ World Tourism Organization, a.g.e., s. 19.

hem tatil hem de özellikle iş nedenleriyle yabancı ziyaretçilerin daha fazla çeşitliliği vardır.¹¹⁵

**Tablo 11: Belçika'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	4.101	215.798	1.9
1993	4.054	217.617	1.8
1994	5.556	230.781	2.4
1995	5.719	250.710	2.2

Kaynak: WTO, *Compendium of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 19.

Tablo 11'de 1992-1995 yılları arasında Belçika'da turizm gelirlerinin GSMH içinde aldığı paylar görülmektedir.

Belçika'da yerli turistlerin seyahatleri değerlendirildiğinde, tatile çıkma alışkanlığı olan ülke nüfusunun büyük bölümünün yurtdışı seyahatlerini tercih ettiği görülmüştür.¹¹⁶

7.6. Danimarka

Son yıllarda Danimarka turizmi muazzam bir büyüme göstererek bu alanı Danimarka ekonomisi için artan şekilde önemli yapan bir alan yapmıştır. Bu büyümenin çoğunluğu yaz tatil evlerinin kiralanmasındaki patlamadan

¹¹⁵ European Commission, *General Report*, Lüksemburg, 1997, s. 92.

¹¹⁶ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 65.

kaynaklanmıştır. Turizm büyüdükçe kamu mercileri ve iş topluluğunun dikkatini daha fazla çekmektedir.

1989 yılı verilerine göre, özellikle yabancı turist giriş sayısında önemli bir artış belirlenen Danimarka'da, son yıllarda turizm sektöründeki gelişme hızının artması büyük ölçüde olumlu hava koşullarına bağlanmaktadır. Mayıs-Eylül döneminde en yoğun turizm hareketlerinin gerçekleştiği Danimarka'ya en fazla Alman, İsveçli ve Norveçli turist giriş yapmaktadır. Ancak istatistiklere bakıldığında Danimarka'da turizm hareketlerinin yabancı turistten çok, yerli turistler tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir.¹¹⁷

Danimarka'da tatil sezonu iklimden dolayı çok kısadır. Sezonun kısa olmasından dolayı kazanç potansiyeli çok sınırlıdır ve sektördeki firmaların daha fazla dayanışma içerisine girme hususunda zayıf bir temel teşkil eder. Danimarka'da aynı zamanda uluslararası rekabet standartlarında epey izole edilmiş doğal kaynaklar ve kendine has eşsiz kültürel atraksiyonlar azdır.¹¹⁸

Danimarka'da turizmin karakteristik bir özelliği tamamlayıcı konaklama tesisi olarak adlandırılan kampinglerin son derece yaygın oluşu ve özellikle de yerli turistler tarafından otel ve motellere tercih edilmesidir. Ancak bu tesislerin yılın çok kısa bir dönemi için elverişli koşullar sunuyor olması ve belli sezonlarda iklim koşullarından otel ve motellere oranla daha fazla etkilenmesi ülke turizmine olumsuz yansımaktadır.

¹¹⁷ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 67.

¹¹⁸ European Commission, **General Report**, Lüksemburg, 1997, s. 108.

**Tablo 12: Danimarka'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	3.784	135.703	2.7
1993	3.052	137.651	2.2
1994	3.174	145.581	2.1
1995	3.672	156.027	2.3
1996	3.425	170.546	2.0

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 56.

7.7. Hollanda

Son yıllarda Hollanda'da turizm gelirleri sürekli olarak büyüme göstermiş ancak Hollanda'lı seyahat edenlerin uluslararası harcaması bundan daha fazla büyüme göstermiş ve Hollanda'yı Avrupa'nın ana yabancı seyahat pazarlarından biri haline getirmiştir. Hollanda'lı seyahat edenlerin tatil ve kısa süreli harcamalarının % 78'i yurt dışında yapılmıştır.¹¹⁹

Hollanda'ya 1992 yılında 6.083.000, 1993'de 5.757.000, 1994'de 6.178.000, 1995'de 6.574.000 ve 1996'da 6.580.000 turist gelmiştir.¹²⁰

Hollanda'daki önemli turizm faaliyetlerinin çoğunluğu özel sektör tarafından gerçekleştirilir. Ancak tarihi ve kültürel ataksiyonların çoğu kamu mülkiyetindedir.

¹¹⁹ European Commission, *General Report*, Lüksemburg, 1997, s. 230.

¹²⁰ World Tourism Organization, *a.g.e.*, s. 128.

Yabancı ziyaretçiler Hollanda'daki bütün ziyaretçilerin takribi % 49'unu ve gecelik kalmaların % 51'ini oluşturmaktadırlar. Kaynak pazarların en büyükleri Almanya, İngiltere ve Amerika'dır. Hollanda'daki turistlerin takribi % 38'i diğer Avrupa Birliği üyesi ülkelerden gelmektedirler.¹²¹

Tablo 13: Hollanda'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	5.237	318.650	1.6
1993	4.690	322.932	1.4
1994	5.612	341.870	1.6
1995	5.762	371.039	1.5

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 128.

Tablo 13'e göre; turizm gelirlerinin GSMH içinde aldığı payların oldukça düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca turizm sektöründe çalışan istihdamın, toplam istihdam içinde % 2.3 oranında bir paya sahip olduğu Hollanda'da turizm sektörünün ekonomisinin temel unsurlarından biri olmadığı görülmektedir.

7.8. İngiltere

1989-1990 dönemi İngiltere açısından gerek yabancı turist girişinde gerekse İngiliz vatandaşlarının ülke içi ve ülke dışı turizm hareketlerinde ortaya çıkan rakamlarda rekor denilebilecek bir düzeye ulaşmıştır. Bu dönemde ülkeye giriş yapan yabancı turist sayısı 17.200 milyona ulaşarak 1987-88 dönemine

¹²¹ European Commission, *General Report*, Lüksemburg, 1997, s. 231.

oranla % 9'luk bir artış yaratmıştır. Genelde beklenenin üzerinde gerçekleşen bu artışta Batı Avrupa'dan yoğun turist akışının önemli etkisi olmuştur.¹²²

1992 yılında İngiltere'ye 18.535.000, 1993'de 19.863.000, 1994'de 20.794.000, 1995'de 23.537.000 ve 1996 yılında da 25.293.000 turist gelmiştir.¹²³

İngiltere'ye yabancı turist girişini büyük ölçüde ABD, Avrupa Birliği ve diğer Batı Avrupa ülkelerinin oluşturduğu ve bu ülkede turizm sektörü istihdamda önemli paya sahiptir.

**Tablo 14: İngiltere'de Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	13.844	1.046.571	1.3
1993	14.245	1.046.860	1.3
1994	14.986	1.067.812	1.4
1995	18.554	1.094.734	1.6

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistick (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 191.

Tablo 14'e göre; turizm gelirlerinin GSMH içindeki payları oldukça düşüktür.

¹²² Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 122.

¹²³ World Tourism Organization, a.g.e., s. 19.

İngiltere ödemeler dengesinde turizmin konumuna bakıldığında mal ve hizmet ihracatı içinde seyahatlerden elde edilen gelirlerin % 6 gibi önemli sayılabilecek bir paya sahip olduğu görülmektedir.

7.9. Portekiz

Avrupa Birliği ülkeleri arasında ekonomisinde turizmin en fazla paya sahip olduğu ülkelerden biri Portekiz'dir. Son on yıl boyunca sektörün önemli bir gelişme gösterdiği bu ülkede, 1988 yılında dünya turizm hareketlerinin % 1.7'si, Avrupa turizminin ise % 2,6'sı gerçekleşmiştir. Bunlardan birincisi uluslararası turizmde döviz ödemelerinin % 1,2'sini, ikincisi ise % 2'sini oluşturmaktadır.¹²⁴

1992 yılında Portekiz'e 20.742.000, 1999'de 20.579.000, 1994'de 21.729.000, 1995'de 23.066.000 ve 1996 yılında da 23.252.000 turist gelmiştir.¹²⁵

Portekiz'i; diğer turizm ülkelerinden ayıran en önemli faktör ülkeye gelen turistlerin büyük bölümünün gelir seviyesinin oldukça yüksek oluşudur. Portekiz'e turist gönderen ülkeler başta İngiltere olmak üzere Almanya, İspanya, Hollanda ve Fransa'dır.

Tablo 15: Portekiz'de Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	3.721	84.523	4.4
1993	4.062	88.363	4.5
1994	3.828	91.866	4.1
1995	4.339	96.689	4.4

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 146.

¹²⁴ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 117.

¹²⁵ World Tourism Organization, a.g.e., s. 146.

Portekiz'e giriş yapan turistler daha çok organize seyahatleri tercih etmekte ve otellerde gecelemelemektedir. Bu seyahatler ülkelere göre değerlendirildiğinde İngiliz ve İsveçlilerin daha çok kış sezonunu tercih ettikleri ve ülkede uzun süre kaldıkları, İspanya ve İtalyanların yaz sezonunu tercih ettikleri ve daha kısa süreli seyahatlerini otel ve tatil köylerinde geçirmektedirler. Belçikalı, Hollandalı ve Fransızların 8-14 gün arasında değişen seyahatlerini yazın ve genellikle kamplarda geçirdikleri, Brezilyalıların tatillerini ailenin ya da arkadaşlarının evlerinde geçirdikleri ve oran olarak çok yüksek olmamakla birlikte ülkeye giriş yapan Amerikalıların en fazla döviz girdisi sağladıkları görülmektedir.¹²⁶

7.10. Avusturya

Turizm, Avusturya ekonomisinin en önemli kaynaklarından biridir. 1993 yılında Avusturya uluslararası turist varışları açısından dünyada yedinci, turizm gelirleri açısından dünyada beşinci ve turizmden döviz kazançları açısından dünyada birinci olmuştur.¹²⁷

1992 yılında Avusturya'ya 19.098.000, 1993'de 18.257.000, 1994'de 17.894.000, 1995'de 17.173.000 ve 1996 yılında da 17.090.000 turist gelmiştir.¹²⁸

Avusturya turizmi yabancı ziyaretçilere bağımlıdır. 1993'de gecelik konaklamanın 4'te 3'ünden fazlasını bunlar teşkil etmişlerdir. Bunların en önemlisi bütün yabancı gecelik konaklayanların % 60'ından fazlasını oluşturan Alman pazarıdır.

Turizmin tabiatı ve önemi bölgeden bölgeye farklılık gösterir. 1993'de gecelik ziyaretçilerin % 35'i Tyrol bölgesinde bulunmuştur; bu % 19.5'la

¹²⁶ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 121.

¹²⁷ European Commission, *General Report*, Lüksemburg, 1997, s. 74.

¹²⁸ World Tourism Organization, a.g.e., s. 12.

Salzburg bölgesi takip eder. 1993'de gecelik konaklamanın % 5.2'sini temsil eden Viyana'da iş ve kültürel turizm yoğunudur.¹²⁹

**Tablo 16: Avusturya'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	14.608	181.308	8.0
1993	13.537	186.049	7.2
1994	13.152	199.436	6.5
1995	14.593	216.547	6.7

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 12.

7.11. İsveç

1993'de İsveç'de turizm toplam istihdamın % 2.0'ını oluşturmuştur. Şimdiki trend turizmin istihdamdaki payının büyümesi doğrudur. İsveç turizm sektöründe az şirket vardır. Diğer yandan diğer İskandinav üye devletlere kıyasla İsveç'de büyük kuruluşların oranı fazladır.¹³⁰

İsveç'e 1995 yılında 2.310.000, 1996 yılında ise 2.376.000 turist gelmiştir.¹³¹

¹²⁹ European Commission, a.g.e., s. 74.

¹³⁰ European Commission, a.g.e., s. 286.

¹³¹ World Tourism Organization, a.g.e., s. 176.

**Tablo 17: İsveç’de Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	3.057	238.299	1.2
1993	2.659	215.996	1.3
1994	2.812	207.901	1.3
1995	3.462	209.720	2.6
1996	3.653	239.511	1.5

Kaynak: WTO, **Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)**, Madrid, 1998, s. 176.

İsveçlilerin yurtdışı seyahatlerinde deniz-güneş-kumdan faydalanmak ve tarihi yerleri gezip görmek öncelikli tercihleridir. Dolayısıyla en başta Yunanistan olmak üzere, Akdeniz ülkelerine seyahat etmektedirler.

7.12. Finlandiya

Turizmin Finlandiya ekonomisinde yeri nispeten azdır. 1993’de toplam ziyaretçi sayısı 8.7 milyon olmuştur.

Finli’ler uluslararası turizm hizmetlerinin net tüketicisidirler. Finlandiya’nın uluslararası seyahat harcama açığı 1991-1993 arası azalma göstermiştir ve bu da ekonomik krizin bir kısmını ve Sovyetler Birliğinin dağılmasından sonra ortaya çıkan seyahat tiplerini yansıtmaktadır.

Fin seyahat endüstrisi 1990’ların ilk yıllarındaki krizden çok etkilenmiştir. Ancak buna rağmen ekonomide değişiklik olmuş ve endüstriyel endikatörlerin bir çoğunun rakamları daha iyiye doğru değişme göstermiştir. Bunu bir
 razamları

göstergesi de otellerin doluluk oranlarının 1993'de % 41.4'den 1994'de % 43.2'ye yükselmesidir.¹³²

**Tablo 18: Finlandiya'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	1.313	114.918	1.1
1993	1.201	98.809	1.2
1994	1.357	96.990	1.3
1995	1.676	105.174	1.5
1996	1.543	125.170	1.2

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1991-1996)*, Madrid, 1998, s. 67

Tablo 18'de 1992-1996 yılları arasında turizm gelirlerinin GSMH içinde aldığı paylar görülmektedir.

7.13. İrlanda

Son yıllarda, turizm gelişim eğrisinin yükselme gösterdiği Avrupa Birliği ülkelerinden biri olan İrlanda'da 1988'de uluslararası turizmde görülen hızlı gelişme 1989'da doruk noktasına varmıştır. İrlanda'da ortaya çıkan bu turizm patlamasının en önemli nedeni kuşkusuz uluslararası turizmde ilk sıralarda yer alan "yeşil alan" talebinin artması ve İrlanda turizminin promosyonunda bu faktörlere ağırlıklı olarak yer verilmesidir. Bir diğer faktör ise, İrlanda-İngiltere

¹³² European Commission, a.g.e., s. 120.

hattı başta olmak üzere havayolu ile rekor düzeyde seyahat gerçekleştirilmesi, ayrıca Dublin-Chicago arasında yeni transatlantik yollarının açılmasıdır.¹³³

İrlanda'ya 1991'de 3.535.000, 1992'de 3.600.000 ve 1993 yılında 3.814.000 turist gelmiştir.¹³⁴

İstatistikler çerçevesinde genel bir değerlendirme yapıldığında, İrlanda'da turizmin sezonluk dağılımının tüm yıl boyunca dengeli bir çizelge gösterdiği ortaya çıkmaktadır. İrlanda turizm piyasasında uzun yıllardır en önemli Pazar payını oluşturan ülke İngiltere olmakla birlikte, Almanya'nın da giderek artan bir hızla ülke pazarına girdiği görülmektedir. İrlanda ile tarihi bağları olan ABD ise ikinci sırada yer almasına karşın son yıllarda Amerikalı turist girişi artışında bir azalma olmuştur.¹³⁵

**Tablo 19: İrlanda'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1991	1.511	40.778	3.7
1992	1.620	45.585	3.6
1993	1.639	44.907	3.6

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics*, Madrid, 1995, s. 85.

¹³³ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 98.

¹³⁴ World Tourism Orgnaziation, a.g.e., s. 85.

¹³⁵ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 99.

7.14. İtalya

İtalya toplam ziyaretçi adedi ve devlet bütçesindeki turizm gelirlerinin miktarı açısından dünyada dördüncü gelmektedir. Turizm harcamaları yönünden ise dünyada onbirincilikten beşinciliğe yükselmiştir.¹³⁶

1980'li yılların başında yabancı turist girişinin en yüksek olduğu ülke konumundaki İtalya zamanla ikinci ve dördüncü sıraya düşmüş, buna karşın yabancı ülkelere en fazla turist gönderen ülkeler arasına girmiştir.

İtalya turizm pazarında pay sahibi olan ülkelere bakıldığında birinci sırayı Almanya almakta, bu ülkeyi birbirine yakın paylarla Fransa, İsviçre, İngiltere, Avusturya ve ABD izlemektedir.¹³⁷

İtalya'ya 1992 yılında 50.089.000, 1993'de 49.910.000, 1994'de 51.814.000, 1995'de 55.706.000 ve 1996 yılında da 56.300.000 turist gelmiştir.¹³⁸

İtalya'da son yıllarda turizm sektörünün kriz dönemine girmesinin temel nedeni yapısal sorunlarla ilgilidir. Bugün uluslararası alanda turizm rekabet gücü yüksek olan ülkeler turistin çıkış noktasından varış noktasına kadar geçen süre içinde her türlü hizmeti en iyi kalitede sunabilen ülkelerdir (Ulaşım imkanları, hizmetler ağı, enformasyon, kültürel hizmetler v.b.) İtalyan turizm arzı ise bu talebe tam olarak cevap veremediği için rekabet gücü belli ölçüde zayıflamıştır. Temel yapısal sorunların yanısıra İtalyan turizmini olumsuz etkileyen bir diğer faktör başlıca turistik bölgelerin elverişsiz hava ve doğal koşullara (kayak merkezlerinde yeterince kar olmaması, Adriyatik kıyılarının turizm hareketlerinin en yoğun olduğu dönemde yosun ve deniz kirliliği nedeniyle cazibesini yitirmesi v.b.) maruz kalmasıdır. Ancak bunlar geçici sorunlar olduğu için belli bir dönem süresince turizm üzerinde etkiler

¹³⁶ European Commission, *General Report*, Lüksemburg, 1997, s. 202.

¹³⁷ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 108.

¹³⁸ World Tourism Organization, a.g.e., s. 93.

yaratmaktadır. İtalyan turizminin asıl proplemi ise değişen turistik talebi tatmin edecek hizmet ağını oluşturamamış olmasıdır. Gerçekte uluslararası turizm Pazar payındaki bu düşüşe rağmen İtalya turizm endüstrisi halen rekabet gücü en yüksek ülkeler arasındadır.

**Tablo 20: İtalya’da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)**

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları (%)
1992	21.450	1.203.014	1.7
1993	22.03	1.129.645	1.9
1994	23.749	1.096.752	2.1
1995	27.723	1.088.085	2.5

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, 1998, s. 93.

Tablo 20’de 1992-1995 yılları arasında İtalya’da turizm gelirlerinin GSMH içinde aldığı paylar görülmektedir.

7.15. İspanya

İspanya dünya turizm endüstrisinde ilk sıralarda yer alan ülkelerden biri ve aynı zamanda Akdeniz Bölgesine seyahat eden turistlerin başlıca tatil merkezidir. WTO verilerine göre her yıl yaklaşık 35 milyon turistin giriş yaptığı İspanya’da yer alan oteller dünya turizm kapasitesinin % 5.2’sini oluşturmaktadır. İstatistiklere dahil edilmeyen kamp alanları, tatil villaları ve daireleri gibi tesislerde eklendiğinde bu rakam daha büyük boyutlara ulaşmaktadır.¹³⁹

¹³⁹ Meltem DİRİK, a.g.e., s. 134.

İspanya'da dış kaynaklı turizm hareketlerinin en yoğun olduğu dönem Temmuz-Eylül (% 44.7) ve Nisan-Haziran (% 22.2) ayları en yoğun olduğu bölgeler ise güneş ve deniz imkanı sunan adalar olduğu bilinmektedir.¹⁴⁰

1992 yılında İspanya'ya 55.331.000, 1993'de 57.263.000, 1994'de 61.428.000, 1995'de 57.594.000 ve 1996 yılında da 60.654.000 turist giriş yapmıştır.¹⁴¹

İspanya, Avrupa Birliği ülkeleri arasında, turizmde uzmanlaşmış bir ülkedir. Mal ve hizmet ihracatında, turizmden en çok katkısı, diğer üye ülkelere nazaran, İspanya sağlamaktadır.

İspanya'da, yabancı kökenli turizmin, birinci tercih alanı Boleor Adalarıdır. Mayonka, İbizo, Minorka ve Formenterz Adalarından oluşan Baleor Adaları, İspanya'ya giden yabancı turistin % 36'sını ağırlamaktadır. Bunu % 19.6 oranı ile Kanarya Adaları, % 16.9 ile Katolonya, % 12.5 ile de Endülüs izlemektedir.

Öte yandan, İspanya'nın başlıca turizm bölgelerinde yaşanan çevre kirliliği, betonlaşma, gürültü, aşırı kalabalık gibi bozulmalar, bu turizm devinin saltanatını tehdit etmektedir. Ancak karşı karşıya bulunduğu çevre sorunlarına karşın, Expo '92'si, Borselona Olimpiyatları ile İspanya, turizmde, 1992 yılının da ülkesi olmayı başarmıştır.

İspanya, kendi yarattığı turizm fenomeninin yıllar içerisinde başarısının yanında hata grafikleri de çizmesine rağmen, bu grafiği sürekli başarılı bir çizelgede tutmasını başarmıştır. Bunun sırrı, bu ülkenin, turizmi tamamen ticari bir olay olarak algılaması ve çok çeşitli turizm kaynaklarının yanında, bu ticarete temel öge olarak kendi insanının ses, müzik ve dans yetenekleri ile mutfakını çok başarılı bir şekilde kullanabilmesidir.¹⁴²

¹⁴⁰ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 86.

¹⁴¹ World Tourism Organization, a.g.e., s. 171.

¹⁴² Meltem DİRİK, a.g.e., s. 142.

Turizm sektörü İspanya toplam istihdam içinde % 9.3 oranında bir yer tutmaktadır. Turizm sektörüyle doğrudan ve dolaylı olarak bağlantılı alanlarda 1.23 milyon kişinin istihdam edildiği İspanya'da sektör ulusal ekonominin stratejik unsurlarından biri konumundadır.¹⁴³

Tablo 21: İspanya'da Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payları
(Milyon ABD Doları)

Yıllar	Turizm Gelirleri	GSMH	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı (%)
1992	22.180	558.311	3.9
1993	19.741	538.867	3.6
1994	21.465	522.348	4.1
1995	25.388	532.347	4.7

Kaynak: WTO, *Compendium Of Tourism Statistics (1992-1996)*, Madrid, s. 171.

¹⁴³ Şebnem KARAKUCAK OĞUZ, a.g.e., s. 88.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

AVRUPA BİRLİĞİ TÜRK TURİZM İLİŞKİLERİ

1. TÜRK TURİZMİNİN AVRUPA'DA BAŞARILI OLMASINI ENGELLEYEN ETKENLER

Türk turizminin, gerek Avrupa ve gerekse dünya çapında yeterince yerini almadığı açık bir gerçektir. Bunun politik, ekonomik ve dış olmak üzere bir çok nedeni vardır.

1.1. Politik Etkenler

Bugün Türkiye gerek coğrafi, gerekse sosyal ve kültürel açıdan bir Avrupa ülkesidir ve son yıllarda, Avrupalı nezdinde gelişmekte olan, başarılı bir ülke olarak tanınmaktadır. Bunun bir nedeni, 1980 sonrası Türkiye ekonomisinde başlayan ciddi modernizasyon, dışa açılma, serbest piyasa ekonomisine geçiş çalışmalarıdır. Ancak, Türkiye'nin Avrupa ile olan ilişkileri, 19. Yüzyıl başlarına dayanmaktadır ki, Türk Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal ATATÜRK, Türkiye'nin stratejik önemini, doğa ile batı arasında bir köprü vazifesi üstlenmiş olduğunu çok önceden fark etmiş, yapmış olduğu inkılaplar ve Türkiye'yi "muasır medeniyetler" seviyesine çıkarma isteği sonucu, Türkiye'de batılaşma hareketlerini başlatarak, bir Avrupa ülkesi olması gerektiğini daima vurgulamıştır. O dönemden sonra, Türkiye daima Avrupa'daki son gelişmeleri takip etmiş, politikalarını inceleyip, ülkemize gerektiği şekilde adapte etmeye çalışmıştır. Nitekim, Türkiye bir Avrupalı olduğunu NATO, Avrupa Konseyi, Batı Avrupa Birliği gibi kuruluşlara üye olarak belgelendirmiş, son olarak 1963'de imzaladığı Ortaklık Antlaşmasının ardından, 1987 yılında yaptığı Avrupa

Topluluğu'na tam üyelik başvurusu ile, Avrupa'nın her bakımdan içinde yer almaya çaba göstermiştir. Ne varki, Türkiye, Avrupa'da yeterince iyi tanınmamakta, özellikle turizm potansiyelini gerektiği gibi kullanamamaktadır. Bunun nedenleri belki de, çok eskilere, politik bazı nedenlere dayanmaktadır.

Osmanlı İmparatorluğu döneminde, Osmanlı, İslam dünyasının lideri durumunda idi ve aynı zamanda Avrupa kültür ve medeniyetini, ülkeye getirerek, modernleşme hareketlerine başlamıştı. Ne yazık ki, dini faktörlere oldukça önem veren ve İslam dünyasına düşmanca bakan bir zihniyetin Avrupa'daki varlığı, Osmanlı'yı Avrupa'ya ve hatta dünyaya yanlış tanıtmakta idi. Dolayısıyla geçmişten günümüze kadar uzanan yerleşmiş bu zihniyet, Türk turizmini de olumsuz yönde etkilemektedir. Nitekim doğal güzelliği, arkeolojik yapılarının zenginliği, iki kıtayı birleştiren ve doğu ile batı arasında bir köprü vazifesi gören bir konumda bulunan ve kültür zenginliği ile de turistik bir ülke olarak bir çok avantaja sahip Türkiye, İspanya, Yunanistan, Fransa ve İtalya gibi diğer Akdeniz ve Avrupa ülkeleriyle karşılaştırıldığında, sahip olduğu bu potansiyelini kullanamıyordu.

Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra, eskiden Avrupa zihninde mevcut olan imaj halen devam etmekte ancak, Türkiye'nin bazı Avrupa Organizasyon ve Birliklerine üye ve ortak olma isteklerinin bulunması sonucu, biraz sıcak bir yaklaşım doğmakta idi. Ancak bu dönemde de, Türkiye, turizm potansiyelini yeterince kullanamamış, turizmi çok daha önce keşfeden ve bilinçli politikalar uygulayan birçok Avrupa ülkesiyle rekabet edememiştir.

Türkiye Avrupa Topluluğu ile Ortaklık Antlaşması imzalayarak, Avrupa'ya bir adım atmış, kendisini her yönden Avrupalı seviyesine çıkarmak için yollar izlemiş, turizmini de yavaş yavaş canlandırmaya başlamıştır. Ancak politik istikrarsızlık, güven ortamının olmaması, gerek Avrupa, gerekse dünya turistlerini, Türkiye'ye olumsuz bir gözle bakmaya yöneltmiştir. Unutulmamalıdır ki, anarşinin ve güvensizliğin olduğu bir yerde, turizmden söz edilemez.

1980 sonrası Türkiye'nin geçmişten gelen olumsuz imajı silinmeye başlamış, bir Avrupa ülkesi olarak, Avrupa'da uygulanan tüm gelişmeler takip edilerek, uygulama yoluna gidilmektedir. Özellikle 1983 sonrası, politik bir istikrarın sağlanması, mevcut turizm potansiyelinin kullanılabilir hale getirilmesi, tanıtım faaliyetlerinin başlaması ile, Türk turizmi artık, tomurcuklarını çiçeklere çevirmeye başlamıştır.

1.2. Ekonomik Etkenler

Ekonomik etkenler incelenirken öncelikle, Türkiye ile Avrupa arasındaki ekonomik ilişkilere de göz atmakta fayda vardır. Bu ilişkiler iki dönem kapsamaktadır: Türkiye'ye giren mal akımı ve Türkiye'den Avrupa'ya yapılan işçi akımıdır. Türkiye, 1980 yılında Avrupa Topluluğu'na ihracat yapan ülkeler arasında 48. sırada⁶⁹ iken, 1990 yılında 18. sırayı oluşturmuştur. Topluluğun pazarı olarak da, Türkiye 1960 yılında 27. İken, 1990'da 12. sıraya çıkmıştır. İkinci dönem, Türkiye'den Avrupa'ya ihraç edilen tarım ürünleri ve hammadde ile Türkiye'de mevcut, sanayi yapısına sahip ihraç ürünlerinin sanayileşme dönemidir. Tüm bu dönemleri kapsayan Avrupa Birliği ile Türkiye arasındaki ekonomik ilişkide Türkiye'nin hem Avrupa, hem dünya pazarlarında tanınmasını sağlayacak, bu da doğal olarak Türk turizmini olumlu yönde etkileyerek dünyanın merak edilen, gözde bir ülkesi konumuna getirecektir.

1.3. Dış Etkenler

Türkiye bir Avrupa ülkesi olmanın yanı sıra, aynı zamanda doğu ile batıyı birleştiren bir köprü vazifesi gören, bir ortadoğu ülkesi olarak bilinir. Dolayısıyla coğrafi olarak bulunduğu konum onu daima, komşu ülkelerinde olan olaylara, özellikle savaflara muhatap olma durumunda bırakmıştır. Müslüman bir ülke olan Türkiye, özellikle, güney ve güneydoğusunda patlak veren savaflarda, her ne kadar yardımsever ama tarafsız tutum takınmış ise de, hala Haçlı zihniyetini sürdüren Hristiyan alemi, Orta Doğu'da gelmiş geçmiş ve süregelen savaflarda,

⁶⁹ İTO, İstanbul Ticaret Odası, *Ekonomik Rapor*, Yayın No: 1991-26, s. 206.

olayları bir Müslüman-Hristiyan çatışması haline sokarak, Türkiye'nin konumunu bu çerçevede değerlendirmektedir. Tabii ki, tüm bu ön yargılar ve gerek basın organlarının ve gerekse Yunanistan gibi, bu tip fırsatları iyi değerlendirmesini bilen ülkelerin yaptıkları yanlış propogandalar, Türk turizmini olumsuz olarak etkilemektedir. Örneğin; 1948 yılında başlayan Arap-İsrail savaşı, 1975 yılında Cezayir Antlaşmasının imzalanmasıyla anlaşmaya giden ancak daha sonraki yıllarda devam eden İran-İrak savaşı, Lübnan'daki iç savaş ve son olarak da Körfez savaşı olarak bilinen Irak-Kuveyt savaşı, uzun yıllar devam etmiş bölgeyi, dünya nazarında güven ortamından yoksun, riskli, devamlı barışık bir bölge durumuna sokarak, dolayısıyla Türkiye'nin de yanlış tanınmasına neden olmuşlardır. Sonuç olarak tüm bu savaşlar, Türk turizminin, elinde bulundurduğu potansiyeli en iyi şekilde kullanılmasını bir başka deyişle Türk turizminin patlamasını engelleyen olaylar olmuşlardır.

2. AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKASI İLE TÜRK TURİZM POLİTİKA VE UYGULAMALARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Bilindiği üzere Avrupa Birliği gelişmiş bir yapıya sahiptir. Turizm konusunda da, yalnız Birlik düzeyinde değil, aynı zamanda üye ülkeler düzeyinde de, Türkiye'ye oranla çok büyük gelişmeler kaydedilmiştir. Buna rağmen, kendi bünyesinde, turizmle ilgili sağlanan gelişmeleri yetersiz bulmakta; her fırsatta özellikle de turizmde, son yıllarda yaşanan durgunluğa ilişkin hoşnutsuzluğunu dile getirmekte, kendine geniş kapsamlı eleştiriler yöneltirken, bu konuda memnunluk duymadığı hususları bertaraf etmeye çalışmaktadır.

Türkiye'nin turizmdeki hedefi, turizmin, Birlik'çe hiç te öyle memnunluk duyulmayan bugünkü noktasına varabilmek, Türk turizm arzının niteliğini, turizm eğitimini, turizm planlamasını, turizm gelirlerini, sosyal turizmini ve benzerliklerini Birlik düzeyine getirebilmektir.

Birlik, Avrupa Birliği'nin başarıya ulaşmasında turizmin bütünleştirici ve kaynaştırıcı rolünü çok iyi anlamış ve bu sebeple 1986 yılından bu yana ortak turizm politikasının oluşturulmasına büyük önem vermiş, Vatandaşlar Avrupa'sının yaratılmasında rol oynayacak en önemli unsurlardan birinin de turizm olduğunu her fırsatta vurgulamıştır.

Şu anda, AB'de turizm alanında, özellikle çevre koruma, turizm eğitimi, kırsal, kültürel, sosyal turizmin geliştirilmesi, turizmin çeşitlendirilmesi, bilgi akışının en üst düzeyde sağlanması, turizm yoluyla bölgesel farklılıkların giderilmesi, turistlerin bilgilendirilmesi ve korunması, turizmde son teknolojilerin kullanılması, turizm istatistiklerinin geliştirilmesi konularına son derece büyük önem verilmekte ve sözü geçen bu hususlara ilişkin her türlü tedbir alınmaktadır.

Birlik'te turizm alanında oluşan bu düşünce biçimi ve hareket tarzı, Birliğe tam üyelik hedefi olan ülkemiz tarafından da benimsenmiş durumdadır.

Aşağıda, Birlik turizm politikası ve Türk turizm politikası arasında bir takım karşılaştırmalar, maddeler halinde yapılmış, farklılıklar belirlenmeye çalışılmış ve bu farklılıkların giderilmesi konusunda önerilerde bulunulmuştur.

- Türkiye, Birlik'te de yapıldığı gibi, turizmini geliştirebilmek için, önce mevcut durumunu çok iyi tespit etmelidir. Türkiye tanıtımıyla, eğitimiyle, turizm arzının kalitesiyle uluslar arası turizmin neresindedir? Bu soru çok sağlıklı bir şekilde yanıtlanmalıdır. En kısa zamanda turizme yönelik kaynak envanteri, en yeni teknolojiler kullanılarak yapılmalıdır.

- Birlik kültürel turizmin geliştirilmesine ve dolayısı ile Avrupa kültürünün tanıtılmasına çok önem vermekte ve bu konuda önceliği, EFTA ülkeleri ile Doğu Avrupa ülkelerine tanımaktadır. Türkiye de benzer şekilde, Türk kültürünün tanıtılmasını, Turizmin geliştirilmesinde bir araç olarak kullanırken, Türk kültürüne ve yaşayış tarzına daha çok insanın dikkatini çekme gayreti içinde

olmalıdır. Üstelik Türkiye çok çeşitli ve zengin tarihi bağları ile bu tanıtımda yalnızca Avrupa ile sınırlı kalmama gibi bir avantaja da sahiptir.

- Birlik, turizmde artan ve farklılaşan talebi karşılamak, turizm gelirlerini ve ziyaretçi sayısını artırmak üzere turizmin çeşitlendirilmesi konusunda önemle durmaktadır. Bu amaçla, kırsal, dinsel, sportif, eğlence, kongre, golf ve benzeri turizm türlerinin daha çok geliştirilmesine çalışmaktadır. Türkiye’de, son yıllarda turizmde çeşitlenmenin önemini anlamış bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye bu konuda çok şanslı bir ülkedir. Türkiye, gerek yat, mağara, av, dağ, yayla, spor turizmleri gerekse kongre, din, kültür olsun, her türlü turizme elverişli bir ülkedir.

- Türkiye, turizmini geliştirme faaliyetleri sırasında Doğu, Güneydoğu ve Kuzeydoğu bölgelerini tamamen ihmal etmiştir. Türkiye’nin bu bölgeleri göreceli olarak az gelişmiş bölgeleridir. Türkiye, Birlik’te yapıldığı gibi, bölgelerarası farklılıkları gidermede turizmden azami oranda faydalanmalı ve bu bölgeleri turistik birer merkez haline getirmelidir. Bunu yaparken bölgeye ait, tarım ürünlerinden, mahalli özelliklerden ve yaya turizminden faydalanılabilir. Ayrıca bu bölgelerde, özellikle turizmi geliştirici yatırımlara dönük mali yardım programları yapılmalıdır.

- Birlik çevre konusunda çok duyarlı davranmaktadır. Çok sevindiricidir ki, hemen hemen aynı duyarlılığı son yıllarda Türkiye’de gösterebilmektedir. 1991 yılında kurulan Çevre Bakanlığı’nın etkinlikleri yanında, Turizm Bakanlığı da çeşitli etkinlikler sürdürmektedir. Bunların en önemlisi Türkiye’nin mavi bayrak kampanyasının içinde yer almasıdır. Ayrıca, Birlikle uyum çalışmaları çerçevesinde, DPT nezdinde bir çevre alt komitesi kurulmuştur. Çeşitli basın, yayın araçları, seminerler ve benzeri yoluyla halkın da çevre konusunda bilinçlendirilmesine yönelik yoğun faaliyetlerde bulunmaktadır. Ancak, Türkiye’de çevre kirliliğini ölçme konusunda henüz bir çalışma yapılmamıştır.

- Birlik’te, Ağustos 1989’dan bu yana kompoteze rezervasyon sistemlerinin kullanımı zorunlu tutulmaktadır. Türkiye’de yeni başlatılan bu

sisteme geçiş konusundaki çalışmalarını hızlandırmak durumundadır. Özellikle de turizm enfemasyonunda, teknolojik yeniliklerden faydalanılmalıdır.

- Turistin daha iyi ağırlanabilmesi ve aydınlatılabilmesi için, Avrupa'da uygulanmakta olan ve geliřtirilmesi dūřūnūlen semboller sisteminin takip edilmesi ve bu konuda gerekli tedbirlerin alınması gereklidir.

- Tūrk turizm sektōrūnūn de en būyūk sorunlarından olan ve Birlik'te özellikle ūzerinde durulan konulardan bir diğeri, özel ve kamu sektōrū arasındaki iletiřimin yetersizliğidir. Birlik'te Avrupa Turizm yılı, bu iletiřimin saėlanması būyūk rol oynamıřtır. Tūrkiye'de turizmle ilgili her tūrlū kurumu, kuruluř ve kiřilerin birbiri ile olan iletiřiminin daha gūlū ve saėlıklı bir hale getirilmesine dair tedbirleri en kısa zamanda almalıdır. Ayrıca, ūlkeler arası bilgi ve deneyim alıřveriři saėlayacak bir iletiřim sisteminin kurulmasına yōnelik iřbirliėi faaliyetlerine katılmalıdır.

- Birlik, Japonya ve Kuzey Amerika'yı yeni turizm pazarları olarak belirlemiřtir. Bu pazarlar, Tūrkiye içinde hedef pazarlar haline getirilmelidir. Refah seviyeleri yūksək olan bu ūlkelere mensup insanların dikkatini, Tūrkiye'ye çekmenin yolları bulunmalıdır.

- Tūrkiye'de turizmin, kitle turizminden kaynaklanan sorunları ōzme ve sezon dışı oluşan atıl kapasite problemini gidermek amacıyla Birliėin de çok önem verdiği bir konu olan, tatillerin sezonluk ve coğrafi dağılımının iyileştirilmesine yōnelik tedbirler alması gereklidir.

- Birlik, geliřmesini istediėi her konuda, teřvik edici dūllendirme programları uygulamaktadır. Bu programlar, Avrupa iřbirliėini harekete geçirmede çok önemli rol oynamaktadır. Turizm ve evre konusunda da, dūzenlenmiř bir çok dūl ve teřvik programları bulunmaktadır. Tūrkiye'de bu uygulamadan esinlenerek, turizm ve evre sektōrūnde gerçekten teřvik edici nitelikte dūl sistemleri yaratmalı, var olanları artırmalı ve yenileřtirmelidir.

- Avrupa Birliği her ne kadar sosyal turizm konusunda yetersiz görse de, Birlik ve ye ülkeler nezdinde, Türkiye'ye de örnek teşkil edecek biçimde bir çok uygulama ve tedbirler setine sahiptir. Ne yazık ki sosyal turizm Türkiye'de son derece geni kalmıştır. Özellikle de sakatlara yönelik turizm, henüz ne mevzuatta ne de araştırmalarda yer almıştır. Türkiye bu eksikliğini giderecek tedbirleri derhal almalıdır.

- Türkiye'de ulaştırma konusundaki problemler ise öncelikle çözümü gereken problemlerdir. Birlik, ulaştırma konusunu, turizm ile içiçe mütalaa etmekte ve büyük ölçüde önemsemektedir. Bu çerçevede, iç Pazar kapsamında Avrupa Hava Sahası oluşturulmasına, havayolu trafiğinde tek ve ortak bir kontrol sistemi, farklı ulaştırmacılık türleri arasındaki bağ ve Avrupa düzeyinde bir demir ve oto yolu ağı kurulmasına ilişkin tedbirler alınmaktadır. Kısacası, Birlik, ulaştırma alanında başlı başına bir liberizasyona gitmektedir.

Türkiye'nin; özellikle hava, demir ve deniz yollarının geliştirilmesi konusunda acil tedbirlere ihtiyaı vardır. Ayrıca, turizmi de çok olumsuz etkileyen trafik kazalarını önleyici tedbirlerin bir an önce alınması gereklidir. Ulaştırma konusunda, Birlik uygulamalarının yanında, ye ülke uygulamaları da incelenip, mevcut problemlerimize çözüm getirilmeli ve bu konudaki son gelişmeler takip edilmelidir.

- Türkiye'de iç turizm de henüz yeterli düzeyde gelişmemiştir. Avrupa'da "Herkes için Turizm" prensibi benimsenmiştir. Bu konuda, sosyal turizme ilişkin alınan tedbirlerin yanında, Birlik içi turizmi teşvik etmek amacıyla da bir ihtiyaç kredisi programı tasarlanmıştır.

Türkiye'de, turizmde dış pazara yönelik çalışmalarının yanında iç pazarı da göz önünde bulundurmayı ihmal etmemelidir. İspanya'da son yıllarda dış turizmde yaşanan durgunluk, içi pazarın canlı olması sayesinde fazla paniğe yol açmamıştır.

Birlik turizm eğitimi konusunda, turizm arzının niteliğinin yükseltilmesi bakımından büyük önem vermekte, iç Pazar çerçevesinde, tüm meslek dallarındaki diplomaların karşılıklı tanınması konusunda tedbirler almaya çalışmaktadır. Ayrıca, turizm eğitiminde, turizmin ihtiyaç duyduğu alanlarda personel yetiştirilebilmesi için, mesleki profillerin belirlenmesi yönünde çalışmalar yapmaktadır. Lisans üstü turizm eğitimini teşvik edici burs sistemleri geliştirmektedir. Birlik artık, turizmin her kademesinde, ülke düzeyinde değil, Avrupa düzeyinde hizmet verebilecek işgücü yetiştirmeye çalışmaktadır.

Türkiye’de, turizm sektörünün başlıca sorunlarından olan, kalifiye personel sorunu, ancak turizm eğitiminin geliştirilmesi yoluyla çözebilecektir. Türkiye’de daha çok TUREM’ler vasıtasıyla sürdürülen eğitim faaliyetleri, Birliğe kıyasla çok geri düzeyde kalmıştır. Ancak, son zamanlarda, Turizm Bakanlığı’nca yürütülen, “eğitimde atılım” etkinlikleri son derece olumlu gelişmelerdir.

2.1. Avrupa Birliği’ne Üye Olmanın Türk Turizm Sektörü Üzerinde Yaratacağı Etkiler

Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne üye olmasının tartışıldığı günümüzde, üye olabilmek için gerekli potansiyeli olup olmadığı ve konumuzla ilgili olarak, turizm alanındaki potansiyelinin ne olacağı üzerinde durulmalıdır.

Türkiye’nin, turistik potansiyeli, Avrupa Birliği’ne üye olma sürecini hızlandıracak bir avantajdır. AB’deki ve Akdeniz’deki diğer ülkelerin yanı sıra (Fransa, İtalya ve Yunanistan gibi), Türkiye, aşağıda sıralanacak olan mevcut potansiyelleri taşıyan, bir ülke olarak AB üyesi olabilir.

- Türkiye, kültürel ,tarihi, ve sosyo kültürel kaynaklar ve doğal güzellikler bakımından fazlasıyla zengin bir ülke olup, bu özellikleri bir arada

bulundurmasından dolayı, çeşitli nitelikteki turistlere hitap edebilen, büyük bir turist marketidir.

- Türkiye, gelir düzeyi yüksek, eğitilmiş, kültürle turistlerin dikkatini çeken bir pazardır.

- Türkiye, son yıllarda, uluslararası pazarlarda, Akdeniz'in keşfedilmemiş, büyüleyici, yeni bir turizm bölgesi olarak pazarlanmıştır.

- Türkiye, toplu (kütle) turizmine imkan veren, tatil bölgesi olarak, örnek gösterilen bir ülkedir.

- Türkiye, metropoliten tatilcilerine (turistlerine), kendi ülkelerinde ya da diğer rakibi bir ülkede kendilerine sunulacak tatil imkanlarından daha fazlasını sağlayacak yeni bir tatil ülkesi olarak pazarlanmaktadır.

Yukarıda sayılan birkaç özelliğinden dolayı Türkiye, doğal güzelliklerinin zenginliği, tarihi ve kültürel değerlerinin bilinçli bir şekilde korunmaya çalışılmış ve çok olması ve en önemlisi kendi insanına özgü misafirperverliği ve turistlere gönderdiği sıcak ilgi nedeniyle, artık Akdeniz'de yıllardır turizmin odak noktaları olarak bilinen İspanya, İtalya, Fransa ve Yugoslavya gibi turistik merkezlerin yerini almış, muhtemel bir Avrupa Birliği üyesi olarak, turizme gereken önemi vermeye başlamış, milli bir turizm politikası oluşturma yolunda çalışmalar yapan ve turistik alt yapısını yenileştirmeye ve güçlendirmeye uğraşan bir Avrupa ülkesidir.

Türk turizm sektörünün, Avrupa'daki başlıca turistik ülkelerle rekabet eder duruma gelmesi için, tabii ki, bugün sahip olduğu değerler ve bugün içinde bulunduğu durum yeterli değil ama yapı itibarıyla da, AB ile bütünleşecek durumdadır.

Şüphesiz, bir İspanya, bir İtalya ve son yıllarda İngiltere, bu kanunun, bizden çok önce bilincine varmış, ellerinde bulundurdıkları potansiyeli, en iyi şekilde ve özellikle de en iyi reklamı yaparak kullanmış ve bugün dünyanın turizm denilince akıllara gelen ilk isimleri olarak, konularının kurtları durumuna gelmişlerdir. Bu özelliklerinden dolayı, Türkiye'den avantajlı durumda oldukları bilinmektedir.

Türkiye'nin çözmesi gereken bir çok sorunu vardır. Bunların başında reklam ve promosyon çalışmalarının zayıf ve kalitesiz oluşu gelmektedir. En basiti, Körfez Krizi sonrası, CNN'e verilen reklamların etkili olmadığı⁷⁰, Avrupa'da, özellikle de Almanya'da fazla seyredilmeyen bir televizyon kanalına bu kadar paranın yatırılmaması gerektiği, gerek basın organları, gerekse Türk bürokrat ve üst düzey yetkilileri tarafından devamlı vurgulanmıştır. Nitekim bugüne kadar yapılan, turizmle ilgili bir çok panel, konferans ve seminer'de, reklama ve promosyona ayrılan kaynakların yetersiz oluşu daima belirtilmiştir. 2 Ağustos 1990'da düzenlenen "Turizmde İşletmecilik ve Yatırım" konulu seminerde aşağıdaki sonuçlara varılmıştır.⁷¹

1. Turizm, sadece Türkiye'nin güney bölgesiyle ve güney kıyılarıyla sınırlandırılmamalı, zengin turistiklik potansiyeli yeterince elinde bulunduran diğer bölgelere de kaydırılmalıdır.
2. Turizmde, alt yapının geliştirilmesi, personel eğitimi, turizmle ilgili diğer kuramlarla koordinasyonun sağlanması için gerekli faaliyetler yapılmalıdır.

Yine, Turizm işletmecileri tarafından organize edilen "Almanya'dan Türkiye'ye Turizm" konulu panelde konuşan Alman Seyahat Acentaları Birliği Başkanı, şu noktalar üzerinde durmuştur.

⁷⁰ TURSAB, TURSAB Turizm Dergisi, Ocak, 1991, Sayı: 9, s. 12.

⁷¹ Milliyet, "Turizmde İşletmecilik ve Yatırım", 14.5.1991, s. 5.

- Türkiye, yeterli turizm potansiyeline sahip olmasına rağmen, bu kaynaklardan iyi bir şekilde yararlanamamaktadır.
- Türkiye'yi ziyaret eden Alman turist sayısı, dünyanın diğer ülkelerini ziyaret edenlerin sayısı içinde az bir yüzdeyi oluşturmaktadır. Bu pay sadece 54.6 milyon içinde, 1 milyon kişidir. Örneğin, İspanya'yı ziyaret eden Almanların sayısı 5 milyon, Yugoslavya'yı 1.9 milyon, Yunanistan'ı ziyaret eden Almanların sayısı ise, Türkiye'yi ziyaret edenleri fazlasıyla aşmıştır.

Türkiye'de turizm sektörünün durumundan ve Türkiye Avrupa Birliği ilişkilerinden söz etmek gerektiğinde, turizmin gelişmesini sağlayan üç önemli faktörü vurgulamak gerekir. Bunlar,

- Turizm sektörüne yapılan harcama,
- Diğer sektörlerle kıyasla, turizm sektörüne yapılan yatırımlar,
- Diğer sektörden elde edilen gelirle, turizmden elde edilen gelirlerin karşılaştırılması.

Avrupa Birliği ülkeleriyle yapılan karşılaştırmalarda, gerek sektöre yapılan yatırımların ve kaynak aktarımının, gerek bütçeden ayrılan payın son derece çok olduğu ve dolayısıyla, bu ülkelerde turizmde elde edilen gelirlerin yüksek oluşu dikkat çeken bir özelliktir. Birlik turizminin gelişmesini sağlamak, dolayısıyla "İnsanların Avrupası" nı (People's Europe) oluşturmak için, bilinçli bir şekilde hareket etmekte, genel anlamda bakıldığında, bugüne kadar sektör için yapılan çabaların, insanın kafasında, yeterli düzeyde olduğuna dair bir sonuca ulaşılmaktadır.

Avrupa Birliği ülkelerin, turizm konusunda bir hayli mesafe katettiği ve entegrasyona doğru, turizm açısından uyum sağladığı bilinen bir gerçektir. Ancak geçici bazı krizler, dış etkenler, tabii ki, Avrupa'yı da etkilemekte, hatta son yıllarda dünya konjoktüründe meydana gelen sosyal ve ekonomik

değişiklikler nedeniyle, özellikle Avrupa Turizm Sektörü de, zaman zaman sarsılabilmektedir. Ancak akılcı politikalarla, sorunlar daima çözümlenebilir.

Türkiye'de Turizm Sektörü'nün gelişmesinde ve başarıya ulaşmasında pozitif rol oynayacak etkenlerin başında, reklam ve tanıtım çalışmaları, halkla iletişimi gelmektedir. Nitekim, Türkiye'nin Avrupa'lı tarafından ne derece tanındığı konusunda yapılan bir ankette, ortaya çıkan sonuçlar hiç de iç açıcı değildir.⁷² Bu yapılan araştırmada, Türkiye'yi tanıyanların yüzdesinin son derece düşük, tanımayanların yüzdesinin de, son derece yüksek olduğu görülmektedir. Tabii ki, bu sonuçlara varmada, gelmiş geçmiş Türk Hükümetleri, özel ve kamunun ihmalleri ve çabalarının azlığı da rol oynamaktadır. Bir başka deyişle, yapılan reklam ve tanıtım çalışmalarının zayıf oluşu, yeterli düzeyde olmayışı önemli bir etkidir. Türkiye'nin turizmde, Avrupa Birliği ile entegre olması gözönüne alındığında, turizmde lider durumunda bulunan Akdeniz ülkeleriyle rekabet edebilme şansı, eğer sektörün kusurlu, zayıf noktaları telafi edilmezse, azdır.

Tüm yukarıda anlatılanlara göre, Türk Turizm Sektörü ile ilgili varılan sonuçlar şu şekildedir:

- Turizmde elde edilen gelir yıldan yıla artmakta ancak Akdeniz'deki komşularımızla ve Avrupa Ülkeleri ile rekabet edebilecek düzeyde değildir.
- Sektöre yapılan yatırımlar, diğer sektörlerde yapılanlara oranla son derece azdır. Bu da ikinci önemli problemidir.
- Türkiye'nin gerek Avrupa'da, gerekse dünya çapında iyi tanınan bir ülke durumunda olmaması, onun, turizm açısından ileri seviyelere çıkmasını engelleyen bir problemidir.
- Turizm konusunda eğitilmiş personel sayısının az olması, çalışma koşullarının henüz ileri modern ve tatminkar düzeyde bulunmaması yine önemli bir problem olarak değerlendirilebilir.

⁷² TÜRSAB, TÜRSAB Turizm Dergisi, Şubat-Mart 1991, Sayı: 100, s. 30.

- Türkiye'nin turizm açısından mevcut potansiyelinin özellikle tarih, kültürel miras ve doğal güzelliklerinin korunması için yapılan çalışmaların yine yeterli düzeyde olmaması, belki de onu, diğer Avrupa ülkeleriyle rekabet konusunda, en iyi duruma getirecektir.

Türkiye'nin turizm sektörü açısından, Birlikle nasıl entegre olacağı sorusuna cevap aranırsa, ilk akla gelen, Türk standartlarının, Avrupa Birliği standartlarına uyum sağlayıp sağlamayacağı konusudur. Aslında, Birlik erişilmez bir çatı olarak düşünülmemelidir. Nitekim, turizm Birlik içinde, yeni üzerinde durulmaya başlanan (1982 ilk Direktif) bir konudur. Dolayısıyla, Birlik'te, entegrasyon çalışmaları içinde, turizm standartlarını, insanların rahatlıkla dolaşp, seyahat edebilmeleri için gerekli kolaylıkları, son yıllarda belirleyip, geliştirmeye çalışmaktadır.

Türkiye elinde bulundurduğu turizm potansiyelini iyi bir şekilde değerlendirir, özellikle reklam ve tanıtım çalışmalarına ağırlık verirse, artık deniz, kum, güneş üçlüsünden çok, kültür ve tarihi öğrenmeye gelen bir ülke olacaktır. Zira, Türkiye, deniz, güneş ve kumunun yanında, yüzyılların kültürlerini birarada bulunduran, tarihi yerleri, sağlık turizmine ağırlık veren termal, kaplıca ve şifai sularıyla, tam bir turistik ülke konumundadır. Hatta, İspanya, İtalya, Fransa gibi dünyanın turizm merkezi olarak bilinen ancak, son yıllarda çevre kirliliği, yanlış fiyat politikaları sonucu dezavantajlı ülkeler durumunda bulunan bu Avrupa ülkeleri yanında, lider durumuna gelecek bir Avrupa ülkesi olabilir. Belki sektöre yapılacak yatırımlar, uzun vadede, getirilerini gösterecek ama sonuçta mutlaka, tatmin edici gelirler elde edilecektir.

Türk turizminin Birliğe entegrasyonu konusunda, üzerinde durulması gereken en önemli konuların başında gelen reklam ve tanıtım çalışmalarının ne şekilde ve nerelerde yapılacağının araştırılması üzerinde hassasiyetle durulması gereken bir konudur. Örneğin, her ülkenin benimsediği, tarihi ve kültürel ilişkilerine dayanan, yakınlık duyduğu dolayısıyla turistik ilişkilerine de yansıyan, bazı ülkeler vardır. Nitekim Christien Mill tarafından yapılan bir

araştırmada, Fransız turistlerin geçmişe dayanan koloni bağlarından dolayı Cezayir'i, Kuzey Avrupa ülkelerinin İspanya, İtalya gibi Akdeniz ülkelerini tatillerini geçirmek için tercih ettikleri ortaya çıkarılmıştır. Yine aynı yazar, Türkiye'yi ziyaret eden turistler içinde en çok payı Alman turistlerin oluşturduğunu, bunda orada yapılan tanıtım ve reklam çalışmalarının önemli bir rol oynadığını belirtmiştir.⁷³ Buna göre, ülkemize gelecek turistlerin milliyetlerinin çeşitliliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalara hız verilmesi gerekir. Ayrıca turistlerin ülkemize gelişini cazip kılacak turistik olanların geliştirilmesi, yeni turizm türlerine ağırlık verilmesi gerekir. Daha önceleri de belirtildiği gibi, artık sadece deniz, kum ve güneş arayan yaz turistleri değil, yılın her mevsiminde, istek ve ihtiyaçlarına göre seyahat etmek turistlerin çağı başladı. Örneğin, Hollanda'lı bir işadamı, sırf kendi iş alanı konusundaki son gelişmeleri takip etmek, bilgi dağarcığını genişletmek amacıyla, Japonya'da ya da Fas'da yapılan bir seminere, panele katılmak için seyahat edebiliyor ya da Amerikalı 70 yaşındaki bir bayan, romatizma ağrılarına çare aramak, şifa bulmak amacıyla, ülkesinden kilometrelerce uzaklıkta bulunan bir ülkedeki kaplıcalardan ve şifalı sularından yararlanabilmek için, uzun yollar katetmeyi göze alabiliyor. Tüm bu örnekleri düşündüğümüzde, ülkemizin turizm türlerinin zenginliği açısından son derece şanslı olduğu inkar edilemez. Ancak bu şansımızı, elimizde bulunan potansiyeli iyi kullanırsak, yakalayabileceğimizi de, ülke olarak bilmeliyiz. Örneğin, Hristiyan Aleminin, Kobesa sayılan binlerce turistin Hac amacıyla ziyaret ettiği, Efes Meryem Ana Müze ve Tapınağı, din turizmi için çarpıcı bir örnektir. Eğer tanıtımı daha iyi yapılırsa, dünyanın birçok yerinde bulunan binlerce, hatta milyonlarca dini inancı kuvvetli Hristiyanları, Efes ve havalisine çekebilecek bir ülke konumunda olduğumuzu unutmamalıyız ya da, gerek orta ve Güney Anadolu'da, gerek Ege ve Marmara kıyılarındaki zengin şifalı sularımız ve kaplıcalarımızın varlığını tüm dünyaya duyurup, yine çok sayıda turisti ülkemize çekebiliriz. Hatta, ülkemizde bile, bu yerlerin varlığından habersiz milyonlarca insanımız mevcuttur. O insanların, bu yerlere çekilebilmesi, iç turizmimizin biraz canlanması için bir vesile olacaktır. Bunların dışında, dağcılık turizmi, konferans turizmi, av turizmi, yayla turizmi gibi, her

⁷³ Christien Mill, Robert, **Tourism: The International Business**, London, 1990, s. 125.

çeşit turizm türüne imkan verecek bir yapıya sahip olan Türkiye’de, Avrupa Birliği ülkeleri ile rekabet edecek, yeterli potansiyelin olduğu açıktır. Ancak önemli olan, bilinçli turizm çalışmaları yapmak, kendi insanımızı da bu konularda bilinçlendirerek, tanıtım çalışmalarına ağırlık vermektir.

Yine ülkemizde son yıllarda Turizm Sektörünün gelişimine aşağıda sıralanan hususlar örnek teşkil etmektedir.

- Türk Turizm Sektörü’ndeki yeni yaklaşım, uluslararası düzeyde ve uluslararası piyasalarda adı geçen hotel, motel ve seyahat acentalarıyla işbirliği yapma doğrultusundadır.
- Türk Turizm Sektöründe, Yabancı Sermayeyi Teşvik ile ilgili yasaların çıkartılmasına, son yıllarda hız verildiği halde, yabancı firmaların Türkiye’ye gelip, yatırım yapmaları henüz son yıllarda başlamıştır. Bunun bir nedeni belki de, yabancıların ülkemize karşı olan güvensizliği, ülkeyi politik ve ekonomik açıdan riskli bulmaları olabilir. Ancak “Joint vetuni” dediğimiz, yabancılarla ortak yapılan turistik yerlerin ülkemize getirdiği bir çok avantaj vardır. Pazarlama çalışmalarının iki elden yürütülmesi en modern idare tekniklerinin ülkemize getirilmesi ve mesleki eğitim açısından, girişimde bulunan ülkenin sağladığı imkanlar, ülkemiz açısından değerlendirilmesi gerekli önemli fırsatlardır. Ayrıca, yatırım riskinin aza indirgenmesi ve işletme için gerekli kapitalin temininin kolaylığı da, konunun önemini anlayabilme açısından çarpıcı örneklerdir.

Ülkemize gelen ya da gelecek olan yabancı sermayenin avantajları yanında, bazı dezavantajları da vardır. Örneğin, bir çok Türk tur operatörleri, tatil köyleri ve benzeri yerlerde bulunan yabancı tur operatörlerin varlığından yakınmakta, yerli tur operatörleri sonuçta daha ucuza gelmekte, düşük ücretlerle çalıştırılmakta, buna karşılık, yabancı tur operatörlerine daha yüksek fiyatlar sunulmaktadır.

Ulaşım konusu, AB ile rekabet konusunda, üzerinde hassasiyetle durması gereken bir konudur. Avrupa'da ulaşım pahalı ancak alternatifi çok olan bir alandır. Bir turist Belçika'dan, Paris'e gitmek için birçok seçenek arasından, istek ve ihtiyacına göre alanını seçebilme imkanına sahiptir. Türkiye'de belki ulaşım ucuz fakat, eksik yönleri çok olan bir sektördür. Gerek yerli, gerekse yabancı turist için Türkiye içinde seyahat edebilmek belli sınırlar içinde kalmıştır. Henüz merkezi şehirlerde ve bazı kıyı illeri haricinde, turistik mahal ve yöre dediğimiz birçok yerde havaalanları mevcut değil, olanlar ise müşteri açısından pahalıya gelmektedir.

Tüm yukarıda değindiğimiz hususlar, Türk Turizminin, Avrupa Birliği turizmi ile rekabet edebilecek düzeyde ve bunun için gerekli potansiyelin zaten fazlasıyla Türkiye'de mevcut olduğu ancak, eksik yönlerin gerek Avrupa ve gerekse dünyanın turizm açısından ileri ülkeleri örnek alınarak düzeltilebileceği ve de en önemlisi Türkiye şartlarına uygun milli bir turizm politikasının oluşturulması gerekliliği sonucunu çıkarmaktadır.

Türkiye'nin, Avrupa Birliği'ne üye olarak girmesi durumunda, Türk turizm sektörü üzerinde oluşabilecek etkiler, aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

- Türkiye'de mal ve hizmetlerin serbest dolaşımının yanında, emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin de Birlik içinde, aynı ülke sınırları içindeymiş gibi rahat hareket edebilmesinden faydalanacak, Türk turizm sektörünün başlıca sorunlarından olan kaynak ve vasıflı insan gücü eksiklikleri böylece giderilmiş olacaktır. Aynı zamanda Türkiye de dahil, emek ihraç eden ülkelerde işsizlik azalacaktır.
- Birlik'te turizmin geliştirilmesindeki sınır ötesi tedbirler kapsamında, sınır kontrolleri ve benzeri uygulamaların kaldırılmasından Türkiye'de son derece büyük yarar görecektir, üye ülkelere giriş ve çıkışlar kolaylaşacak böylece canlanan turizm hareketleriyle birlikte turizm gelirleri artacak, ödemeler dengesindeki döviz dar boğazları giderilecektir.

Ayrıca, karşılıklı olarak turizm hareketlerinin artması kültür alış verişini hızlandıracak, turizmin bölgeler, ülkeler ve insanlararası bütünleştirici rolünden daha çok yararlanılmış olacaktır. Böylece, Avrupalı da Türkler hakkında var olan menfi imajın silinmesi de daha kısa bir zaman içinde sağlanmış olacaktır.

- Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üyeliği, yabancı yatırımcıların, Türkiye'deki siyasi ve ekonomik istikrara olan güvenlerini artıracak, dolayısıyla yatırım risklerini azaltacaktır. Yabancı sermayede gerçekleşecek büyük ölçüdeki artış, turizm sektöründeki yatırımları da olumlu etkileyecek, yabancı sermaye ile birlikte gelecek tecrübeli girişimci ve teknolojik yenilikler, ülkemizdeki turistik tesislerin belirli standartlara erişmesinde ve otel zincirlerinin kurulmasında yardımcı olacaktır. Kurulacak bu otel zincirleri, Türk turizminin tanıtma amacına yardım edecektir. Öte yandan, büyük otel işletmelerinin kendi bünyelerinde bulunan operatörleri, hizmetlerinin aksamaması için kataloglarında bulundurdıkları çoğu ülkede büro açma yoluna gitmektedirler. Üyelik ile birlikte ülkemize gelmesi çok muhtemel olan büyük işletmeler, tur operatörlerini de beraberinde getirecek ve böylece tanıtım problemimiz büyük ölçüde çözüme kavuşacaktır.
- Yabancı sermaye ile birlikte ülkemizde oluşturulan yeni tesisler, mevcut tesisleri rekabete zorlayacak, böylece turist için, daha düşük fiyatlı daha iyi nitelikli hizmet imkanı yaratılmış olacaktır.
- Ülkemizde artacak turizm yatırımları ile birlikte, yeni istihdam alanları yaratılmış olacak iş gücünün niteliği yükselecektir.
- Avrupa Birliği'nde uygulanan artık turizm politikasına uyum sağlama çerçevesinde, özellikle sosyal yönü ihmal edilmiş Türk turizm politikasında bir çok olumlu değişiklikler yapılacaktır. Türkiye'de Birliğin hassasiyetle üzerinde durduğu, çevre koruma, sosyal turizm, turistlerin korunması ve bilgilendirilmeleri, tatil dağılımının iyileştirilmesi, yangın güvenliği, tanıtım, eğitim, turizmin

çeşitlendirilmesi, kapsamlı turizm istatistikleri ve benzeri konularda daha ciddi tedbirler alma durumunda kalacaktır.

- Doğrudan turizme yönelik olarak düzenlenmiş mali yardım programı bulunmasa da, Birlik'te turizm, bölgesel kalkınma politikaları kapsamında mütalaa edilmekte ve bu yolla özellikle de Birliğe üye Akdeniz Ülkelerine bol miktarda mali yardım sağlanmaktadır. Üyeliği halinde Türkiye'nin de Birliğin mali yardımlarından pay alabilme şansı olacaktır.
- Son olarak, bütün bu olumlu gelişmelerle birlikte sektörün cazibesine kapılan kişiler de sektöre girişimci olarak katılmak isteyecek, böylece Birliğin de artışı desteklediği küçük ve orta ölçekli teşebbüs sayısı artacaktır.

SONUÇ

Turizm günümüzde gelişmiş, gelişmekte olan veya az gelişmiş ülkelerin hepsinde önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Her ne kadar turizm büyük ölçüde gelişmiş ülkelerde oturmuş bir yapıya sahipse de gelişen ülkelerin de son yıllarda kalkınma amacı ile turizme umut bağladıkları görülmektedir. Türkiye'nin kalkınmasında sanayi ve ihracatın yanında turizmin de büyük önemi bulunmaktadır. Çünkü sanayileşmek ve sanayi kurup çalıştırmak için döviz gerekmektedir. Bu döviz akışının büyükçe bir kısmı da turizmden elde edilebilir. Bu açıdan turizm kalkınmanın ihmal edilmez bir unsuru olarak görülmektedir. Turizm, döviz akışını ve yabancı sermaye girişini artırması, milli gelire olumlu etkileri, istihdama katkısı, ek ihracat özelliği göstermesi, sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandırması, altyapının gelişmesinde rol oynaması, fiziksel çevreyi güzelleştirmesi, hizmet üretiminin yanısıra mal üretimini de artırması ve bölgesel kalkınmayı hızlandırması nedenleri ile gerçek bir kalkınmış modelinin temel taşlarından biri olarak kabul edilmelidir.

Turizmin önemli bir yer teşkil ettiği Avrupa Birliği ülkelerinde son birkaç yıldır Pazar payında gerileme olmasına rağmen, halen dünyanın en önemli turizm merkezleridir. Birlik ülkelerine gelen turist sayılarına ve turizmden elde edilen gelirlere bakıldığında, Avrupa dünyanın turizm hareketleri içinde lider durumda bulunan bir bölgedir. Günümüzden 2000 yılına kadar olan sürede de dünyanın bir numaralı tatil pazarını Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin oluşturacağı görülmektedir. Zaten 1 Ocak 1993'ten itibaren Avrupa Birliği'ne üye ülkeler arasında mal, hizmet, sermaye serbestçe dolaşmaya başlamış, turistik etkinlikler kolaylaştırılmış, gümrük kontrolleri kaldırılmış, pazarlamanın önemi eskisinden daha çok artmış ve amacı bilgilendirmeye, araştırmaya dayalı satış olmuştur.

Turizm, Avrupa Birliği'nde milli gelirin % 6'sını, dış ticareti içinde % 5'ini ve toplam işgücünün % 7'sini temsil etmekte yaklaşık 10 milyon kişi için iş imkanı sağlamaktadır. Dolayısıyla Birlikte işsizliğin önlenmesi için yardımcı bir faktör konumundadır.

Avrupa Birliği'nde turizm ile ilgili çalışmalar, başka bir deyişle turizm bilinci 1980'li yıllardan itibaren gelişmeye başlamıştır. Birlik 1 Haziran 1981 tarihinde "Topluluk Turizm Politikası Üzerinde Başlangıç Standartlarını Tesbit Eden Kurallar" adlı bir dökümanı Konsey'e sunmuştur. Ancak, Avrupa Birliği'nde sözkonusu ortak politikanın oluşturulmasına yönelik ilk ciddi yaklaşım 1984 Nisan'ın da üye ülkelerin turizm bakanlarının bir karar tasarısı çerçevesinde komisyonu harekete geçirmeleri ve bunun ardından 1986 yılı Ocak ayında komisyon tarafından "Turizm Alanında Topluluk Aksiyon Planı" başlıklı bir raporun hazırlanmasıyla başlamıştır. Birliğe üye ülkelerin hükümetlerinin turizm bakanları 14 Aralık 1988'de tekrar biraraya gelerek, 1990 yılını Avrupa Turizm Yılı olarak ilan etmişler ve bir takım faaliyetlerin yapılmasını karar vermişlerdir.

1990 Avrupa Turizm Yılı, Birliğin amaçlarına hizmet veren önemli bir girişimdir. Zira Birlik 1990 yılını Turizm Yılı olarak ilan ederken, Birliğe gelen yabancı turistlerle, yerli turistler arasında bir denge sağlamak, Birlik ortak turizm politikasını oluşturmak, turizm sektörüyle ilgili sorunları aza indirmek ve son olarak da, Birlik vatandaşlarını, yeni bölge ve turizm türlerine motive ederek, iç turizmi teşvik etmek amaçlarını gütmüştü. Bu amaçlar doğrultusunda Birlik turizmi günden güne gelişme göstererek, turizmde de tek bir pazar yaratma yolunda ilerleme kaydetmektedir.

Birlik vatandaşları ve özellikle genç insanlar arasında çeşitli kültürler ve üye devletlerin yaşam şekilleriyle ilgili bilgileri geliştirmek, turizmin mevsimsel dağılımı sağlayarak, çevre kalitesini bozmamaya özen göstermek ve tatillerin yıl içine dağıtılmasını sağlayarak, çeşitli alternatif turizm türlerine yer vermek ve son olarak da, Birlik içi turizmi, hem Birlik içindeki seyahati kolaylaştırarak, hem

de üçüncü ülkelerden gelen turistlere kolaylıklar sağlayarak geliştirmek Birliğin turizm politikasının ana amaçlarını oluşturmaktadır.

Avrupa Turizmi, entegrasyon çerçevesinde oluşturulan prensiplerden doğrudan ya da dolaylı olarak yararlanmakta, daha güçlü bir Avrupa oluşturmada, hem sosyal ve kültürel hem de ekonomik açıdan Birliğin güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Tüm bunları yaparken, sanayi açısından da gelişmiş bulunan Avrupa'da, turizm sanayileşmenin doğurduğu olumsuz sonuçlardan (çevre kirliliği, doğal güzelliklerin yok olması vb.) kendilerini sıyırarak, sağlıklı büyümeye devam etmektedir.

Türkiye sahip olduğu potansiyel ile, Avrupa'nın önde gelen, turistik merkezlerden biri konumundadır. Türkiye'nin batı ile doğu arasında bir köprü vazifesi görmesi, bulunduğu coğrafı, konum, tarihi ve kültürel kaynakların zenginliği, tüm yılı kapsayan 4 mevsimi içine alan bir yapıya sahip olması, turizm hizmetlerinin dünyanın ve özellikle Avrupa'nın birçok bölgesine kıyasla, daha ucuz olması, Türkiye'yi Avrupa'da avantajlı bir bölge konumuna getirmiştir.

Avrupa Birliği ile mukayese edildiğinde, Türkiye'de de turizm bilinci geç gelişmiştir. Turizmin gelişmesi için yapılan çalışmalar özellikle son yıllarda artarak devam etmektedir. Ancak, Türk turizminde öncelikle üzerinde durulması gereken eğitim (kalifiye eleman yetiştirilmesi) reklam ve pazarlama ve ağırlıklı olarak yatırımlarla ilgili çalışmalardır. Zira turizm insan emeği yoğun bir sektör olup, bu konuda yetişmiş, kalifiye meslek elemanı Türkiye'de sınırlı sayıdadır ve Türkiye sahip olduğu zengin turistik kaynaklara rağmen dış pazarlarda yeterince tanınamamış, bugüne kadar uygulanan eksik turizm politikaları nedeniyle reklam ve promosyon çabaları yeterli düzeye ulaşamamıştır.

İnsanların ihtiyaçları sonsuz olduğu için ve turizm türleri de günden güne çeşitlilik göstererek arttığı için insanlar ihtiyaçlarına uygun turizm türlerini seçerek tatmin olmaya çalışmaktadırlar. Örneğin, bir Japon turist, sadece şifalı sularından yararlanabilmek için, Türkiye'de Bursa'ya gelebilmektedir. Bu

durumda, bu Japon turistin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeterli hizmeti sunmak gerekmektedir. Ancak, lkemizde, turizmde yetişmiş kalifiye eleman sayısı yeterli olmadığı gibi, bu elemanların çeşitli turizm türlerine yönelik olarak görev yapabilmeleri de söz konusu değildir. Dolayısıyla hem yeterli sayıda kalifiye eleman yetiştirebilecek, hem de bu elemanları yılın her mevsiminde ve her tür turizm için çalıştırabilecek turizm okulları açmakta fayda vardır. Maalesef Türkiye’de mevcut verilen eğitim tek dzededir. İhtisaslaşma yoktur. Bu yüzden her turizm türünde rneğin, Sağlık turizminde hizmet verebilecek personelin ayrı, yazın hizmet verecek personelin ayrı yetiştirilmesi gerekmektedir. Sonuç olarak eğitim Türkiye’de başlı başına bir problemdir. Genel Müdürden, en alt seviyede kat görevlisi, oda hizmetlilerine kadar, her bir kademede görev alan personelin iyi ve en modern şartlarla eğitilmesi için gerekli imkanlar yaratılmalıdır.

Eğitimden sonra öncelikle üzerinde durulması gereken diğer bir konu da reklam ve promosyon çalışmalarıdır. Eğer Türkiye elinde bulundurduğu zengin turizm potansiyelini maksimum şekilde kullanmak istiyorsa, gerek Avrupa’da gerek dünya çapında tanıtıma ağırlık vermelidir. Daha önce vurguladığımız gibi, Türkiye halen birçok Avrupa lkesi tarafından tanınmamakta, haritada yeri bile bilinmemektedir. Bu % 50 Avrupa insanının bilgisizliğinden kaynaklanıyorsa, % 50, Türkiye’nin kendisini yeterince tanıtmamasından meydana gelmektedir.

nc ve önemli bir sorun da yatırım ve devlet özel sektör yardımlarıdır. Turizme ayrılan devlet yardımları maalesef yeterli olmamakta dolayısıyla Türk turizminin gelişimi de daha ağır seyretmektedir. Herşeyi devletten beklemek hatalıdır. Zira devlet turizm gibi birçok sektöre kaynak ayırımı yapmakta ve bu ayırimda öncelikli sırayı teşkil eden daha büyük sektörler bulunmaktadır. Bu bağlamda özel sektörün de az ya da çok turizm sektörüne katkıları önem teşkil etmektedir.

Türk turizmi sadece sorunlardan oluşan bir sektör olarak algılanmamalıdır. Zira, Türkiye zengin bir turizm potansiyeline sahiptir:

- Türkiye zengin bir kültüre sahiptir. Anadolu arkeolojik ve tarihi kaynaklarıyla ,eski kültürlerin bir merkezi konumunda bulunmakta, "Helen kültürünün merkezi olarak tanımlanan Yunanistan"dan çok daha üstün bir medeniyet olma özelliğini korumaktadır.
- Türkiye'nin iklim şartları, çevre ve doğal güzellikleri ve tüm yıl, dört mevsimi yaşatma özelliğine sahip olması, çeşitli turizm türlerinin uygulanabilmesine olanak veren bir bölge konumuna getirmiştir.
- Türkiye'nin diğer Avrupa ülkeleriyle kıyaslandığında daha ucuz ulaşım ve turizm hizmeti sunması, Avrupa ve dünyanın diğer ülkeleri nazarında avantajlı bir turistik belde olarak görülmektedir.

Tam yukarıda sayılan özellikleri ve son yıllarda istikrarlı olarak kaydettiği ekonomik ve politik gelişmeler sayesinde Türkiye dünyanın önemli turizm merkezleri arasında yer alacak hatta belki Avrupa'nın en popüler turistik bölgesi konumuna gelecektir.

KAYNAKÇA

ALPAR, Cem – KONGAR, Bilgi; **Türkiye’de Turizm Hareketi**, T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Merkez Proje Müdürlüğü, Yayın No: DTP 1023 – M(MPM): 8, Ankara, 1971.

ALPAR, Cem – ONGUN, Tuğba; **Dünya Ekonomisi ve Uluslararası Ekonomik Kuruluşlar**, Tek Yayını, No: 3, Ankara, 1987.

AKOĞLU, Tunay; **Dünyada ve Bizde Turizm, Dünü ve Bugünü**, Varlık Yayınları, No: 1597, İstanbul, 1971.

ASLANYÜREK, Şükrü; **Turizm Pazarlaması**, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, İstanbul.

ASLANYÜREK, Şükrü; **Türk Turizminde Örgütlenme ve Pazarlama Stratejimiz**, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, İstanbul, 1980.

BAYER, M.Zeki; **Turizme Giriş**, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayını, No: 253, İstanbul, 1992.

BARUTÇUGİL, S.İsmet; **Turizm İşletmeciliği**, Uludağ Üniversitesi Yayını, Bursa, 1982.

BEYAZIT, Nihan; **Turizm Konaklama Tesisleri Seçme Ders Notları**, Teksir, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık Fakültesi, Mimari Tasarım Yöntemleri Kürsüsü, İstanbul.

BOLU, Turgut; "Turizm Sektörünün Güncel Konuları", **Turizm Dergisi**, Sayı: 1, Mart 1990.

BOZKURT, Ömer; **AT ve Türkiye**, TODAİE Yayını, Ankara, 1987.

BİLİCİ, Nusret; "AB Mali Yatırımları" **Yeniyüzyıl Gazetesi**, 19.02.1995.

T.C. Basın Yayın ve Turizm Bakanlığı; **Turizm, Turistik Müesseselere Ait Vasıflar**, Şark Matbaası, Ankara, 1963.

Christien Mill, Robert; **Tourism: The International Business**, London, 1990.

Commission Of the European Communities; **European File 1990 European Tourism Year**.

Commission Of the European Communities; **The Commission Survey, The Result Of the European Year Of Tourism**, 1991.

Commission Of the European Communities; **Intitioal Guidelines For a Community Policy On Torism**, 1982.

ÇORUH, Selahattin; **Turizm Ekonomisi**, Güven Matbaası, Ankara, 1970.

ÇİTLİOĞLU, Ercan; **Türkiye Turizm Politikası ve Sorunları**, Pan Haber Ajans Yayınları, No: 1, Ankara, 1978.

ÇAMLİK, İlyas – ESKİ, Erkan; **Turizm Yatırımlarının Finansmanı**, Ağaç-İş Matbaası, Ankara, 1977.

ÇARIKÇI, Emin; "Türkiye-AB Gümrük Birliği Anlaşması ve Beklentiler", **Yeni Türkiye Dergisi**, İstanbul, 1993.

DALLI, Özen; **Turizme Giriş**, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, İstanbul.

DIRİK, Meltem; **AT'da Turizm Politikası ve Türkiye'de Turizm Politikası Kıyaslaması**, Ankara, 1993.

ERSİN, Mert; **Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye**, Turpress Yayınları, İstanbul, 1997.

European Commission, Eurostat, **Tourism in Europe**, Lüksemburg, 1995.

European Commission, **General Report**, Lüksemburg, 1997.

GARİH, Üzeyir; "Enflasyon ve Turizm", **Turizm Dergisi**, Sayı: 1, Mart 1990.

GÜNAY, Şevket; **Genel Turizm Bilgileri**, Teksir, Mektupla Yüksek Öğretim Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu, Mektupla Öğretim Merkezi, Ankara, 1975.

GÖKTÜRK, Mehtap; "İnsan Kaynakları Gelişimi Açısından Önemli Bir Sektör, Turizm", **Turizm Dergisi**, Sayı: 2, Nisan 1990.

GÜNDÜZ, Aslan; **Milletlerarası Hukuk ve Milletlerarası Teşkilatlar ile İlgili Temel Metinler**, Beta Yayını, İstanbul, 1987.

GENÇ, Oya; **AET Ortak Tarım Politikasının Esasları ve İşleyiş Mekanizması**, İKV Yayını, No: 14, İstanbul, 1985.

HDTM, **Avrupa Topluluğu ve Türkiye**, 2. Baskı, Ankara, 1983.

IKV, **AT'da Siyasi Birlik ile Ekonomik ve Parasal Birlik Kurma Çalışmaları**, No: 105, İstanbul, 1991.

İKV, Avrupa Topluluğu ve Türkiye – AT İlişkileri, Yayın No: 113, İstanbul.

İTO, Ekonomik Rapor, Yayın No: 1991-26.

**KÖRÜKÇÜ, Nazım; “Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeni Ne Olmalıdır?”,
Anatolia Dergisi, İstanbul, Sayı: 1, Ocak 1990.**

**KARASU, Tanju; “Kongre Turizmi ve Türkiye”, Turizm Dergisi, Sayı: 5,
Temmuz 1990.**

**KARLUK, Rıdvan; Avrupa Topluluğu ve Türkiye, Bilim Teknik Yayınevi,
Eskişehir, 1990.**

**KARLUK, Rıdvan; AT’na Tam Üye Olmadan Gerçekleştirilecek Bir Gümrük
Birliği’nin Sakıncaları, İSO Yayınları, İstanbul, 1993.**

**KORAY, Sedef – ERSİN, Mert; Avrupa Birliği’nin Turizm Politikası, TYD
Yayınları, Essen, 1996.**

**KARAKUCAK OĞUZ, Şebnem; Avrupa Topluluğu’nun Turizm Politikası, İKV
Yayınları, İstanbul, 1991.**

**LÖK, Hasan; Avrupa Birliği Entegrasyonunda Türk Turizm Sektörünün
Rekabet Şansını Artırıcı Yeni Teşvik Politikaları, Sinai Yatırım ve
Kredi Bankası A.O., Doktora Tezi, İstanbul, 1995.**

**MANİSALI, Erol; Avrupa Birliği’ne Alınmayan Türkiye’yi Gümrük Birliği’nde
Bekleyen Sorunlar, Bağlam Yayını, İstanbul, 1994.**

Milliyet, “Turizmde İşletmecilik ve Yatırım”, 11.05.1991.

OLALI, Hasan; **Turizm Dersleri**, İstiklal Matbaası, İzmir, 1982.

OLALI, Hasan – KORZAY, Meral; **Otel İşletmeciliği**, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları, No: 214, İstanbul, 1989.

OĞUZ, Orhan; **Avrupa Ekonomik Topluluğu Ortak Pazarı**, İ.T.İ.A. Yayını, Eskişehir, 1969.

PEKCAN, Erdoğan; **Avrupa Topluluğu ve Gümrük Birliği'ne Türkiye'nin Uyum ve Sorunları**, İ.T.O Yayınları, İstanbul.

PEARCE, Douglas; "Avrupa Topluluğu'nda Turizmin Gelişmesi ve Bölgesel Kalkınma", **Turizmde Seçme Makaleler 8**, TUGEY Yayını, No: 14, 1990.

SEYİDOĞLU, Halil; **Uluslararası İktisat**, Gizem Yayınevi, İstanbul, 1990.

TOSKAY, Tunca; **Turizm, Turizm Olayına Genel Yaklaşım**, İ.Ü. İktisat Fakültesi Yayını, No: 431, İstanbul, 1978.

Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, **Turistik İşletmeler Yönetmeliği**, Yenilik Basımevi, İstanbul, 1977.

TÜRSAB, **Türsab Dergisi**, Sayı: 9, İstanbul, 1983.

TÜRSAB, **Türsab Dergisi**, Sayı: 100, İstanbul, 1990.

USTA, Öcal; **Turizm, Turizm Olayına ve Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım**, Sümbül basımevi, İstanbul, 1988.

VARLIER, Oktay; "Turizmde Ne Yapmalıyız:", **Turizm Dergisi**, Sayı: 3, Mayıs 1990.

YARCAN, Şükrü; **Seyahat İşletmeleri**, Teksir, Boğaziçi Üniversitesi Ön lisans Yüksek Okulu, Turizm ve Otel Yöneticiliği Şubesi, İstanbul, 1980.

World Tourism Organization, **Conpendium Of Tourism Stotistics (1992-1996)**, Madrid, 1998.

