

PAPER DETAILS

TITLE: Küresellesme Sürecinde Turizm Endüstrisinin Avrupa Birliği ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

AUTHORS: Hüseyin ÇEKEN,Levent ATESOGLU

PAGES: 136-151

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/842659>

KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE TURİZM ENDÜSTRİSİNİN AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Hüseyin ÇEKEN*

Levent ATEŞOĞLU**

ÖZET

Turizm endüstrisi hızla büyümekte ve gelişen teknolojik olanaklarla birlikte özellikle ulaşım teknolojisindeki gelişmeler turizm faaliyetlerini eskiye oranla çok daha kolay ulaşılır bir hale getirmektedir. Diğer taraftan tüm dünyadaki genel eğilimin sonucu olarak ortaya çıkan bölgesel bütünleşme hareketleri ile birlikte turizm bu bölgelerde daha yoğun bir hale gelmektedir. Gelecekte daha da önemli bir endüstri olacağı tahmin edilen turizm endüstrisinin yarattığı ekonomik, sosyal ve kültürel sonuçlar turizm alanında yaşanan rekabeti güçlendirmektedir. Avrupa bölge olarak dünyadaki en önemli turizm bölgesidir. Avrupa Birliği'nde turizm hem gelir yaratan bir unsur, hem istihdam sağlayan kapsamlı bir endüstri hem de Avrupalılaşma sürecini hızlandıran bir araç olarak görülmektedir. Çalışmanın amacı Avrupa Birliği ve Türkiye turizm pazarlarını ve ekonomilerini tanımlayarak geleceğe dair öngörülerde bulunmaktır.

Anahtar Sözcükler: Avrupa Birliği, Turizm, Küreselleşme, Türkiye Ekonomisi.

ABSTRACT

Tourism industry grows fastly and with the developing technology especially with the developing transportation technology is it now more easier to access to tourism activities than past. On the other hand with the regional integrations that comes up after the tendency of the world tourism has become more widely in those regions. The cultural, economical and social results of the tourism industry, which is believed to be more important in the future, are created high competition in tourism industry. Europe is the most important tourism region in the world. In the Europe Union tourism is not only a well income source but also a process that helps to become europeanized. The aim of the study is to analyze European Union and Turkey's tourism markets and economies and to suggest ideas for the future.

Key Words: European Union, Tourism, Globalization, Turkish Economy.

* Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (Yrd. Doç.Dr.)

** Muğla Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (Arş. Gör.)

GİRİŞ

21. yüzyılda turizm endüstrisi, dünyanın en büyük endüstrisi olma yolundadır. Özellikle bölgesel bütünleşme hareketleriyle güçlenen küreselleşme olgusu diğer tüm alanlarda olduğu gibi turizm alanı için de yeni yaklaşımları ve değişimleri beraberinde getirmiştir. Turizm alanında küreselleşme, sınırların giderek ortadan kalkması, uluslararası yatırımların yaygınlaşması, kültürler arasındaki etkileşimin güçlenmesi gibi sonuçları ortaya çıkarmaktadır.

Avrupa, farklı diller, kültürler ve gelenekler içeren bir çeşitlilikler bütünüdür. Avrupa'nın çeşitliliği, aralarındaki farkları korudukları halde birçok ortak değere sahip olan halkların bir arada yaşama iradesinin dayanaklarından birini oluşturmaktadır. Avrupa Birliği'nde (AB) turizm sektörü giderek büyümektedir ve turizm, etkilediği alt ve yan sektörlerle birlikte çok önemli bir potansiyele sahiptir. AB dünyadaki en önemli turizm destinasyonu olarak ortaya çıkmakta ve turizm gelirleri bakımından da en önemli bölgelerden biri olmaktadır. AB turizm politikaları, aynı zamanda, serbest dolaşımdan rekabet politikasına uzanan çeşitli AB politikalarını etkilemekte ve onlardan etkilanmektedir. Diğer taraftan turizm ile elde edilen döviz girdisi, ödemeler dengesi gibi alanlarda sağladığı avantajların yanında turizmin özellikle Avrupalılaşıma sürecinde üstleneceği görev de çok önemlidir.

AB ile Türkiye turizminin karşılaştırmalı değerlendirmesi beraberinde her iki düzeyde de turizmin sağladığı avantaj ve dezavantajları görebilmek bakımından önemlidir. Türkiye'nin AB ile üyelik müzakerelerine başlamış olması, turizm politikasında çeşitli düzenlemelerin yapılması gerekliliğini doğuracaktır. AB turizm endüstrisinin geleceğine ilişkin öngörülerin değerlendirilmesi, hem Türkiye için önemli bir turizm pazarı olan Avrupa'yı değerlendirmek hem de tam üyelik sürecinde Türkiye'nin turizm alanında alması gereken önlemleri belirleyebilmek bakımından çok önemlidir. Bu anlamda, turizm endüstrisinin ekonomik ve sosyal etkilerinin yanında, bu endüstrinin etkilediği ve etkilendiği temel alanlar bakımından değerlendirilmesi ve bir politika konusu olarak turizmin öne çıkarılarak bu politika konusunun temel unsurlarının belirlenebilmesi gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı, AB turizm pazarını incelemek; turizm politikalarını etkileyen ve bu politikalardan etkilenen temel alanları belirlemek; bu alanların turizm ile olan ilişkilerini ortaya koymak, AB turizminin geleceği üzerine öngörülerde bulunarak Türkiye'nin AB'ye tam üyeliğinin AB ve Türkiye turizm

sektörleri bakımından ne gibi değişimlere ve gelişimlere yol açacağını saptayabilmek ve önerilerde bulunmaktır.

1. KÜRESELLEŞME, BÖLGESELLEŞME VE TURİZM

Küreselleşme olgusunun AB ve Türkiye turizm endüstrileri üzerine olan etkileri incelenmeden önce, küreselleşme kavramına açıklık getirmek gerekir. Küreselleşme ve tanımı konusunda tam bir fikir birliğine varıldığı söylenemez ancak dar anlamda küreselleşme, uluslararası faaliyetlerdeki ve özellikle de uluslararası ekonomik akışkanlıktaki büyük artışları ifade eder (Perraton & Goldbat, 1997:257). Diğer bir tanımda ise küreselleşme, ulusal sınırları gözardı ederek yatırım ve üretim yaptığımız ve bu üretimi sattığımız dünyaya doğru hareket etme sürecidir (Boehne, 1998:2). Küreselleşme süreci dünya piyasalarında birleşme eğilimi yaratmış ve bu birleşme eğiliminin birkaç önemli sonucu olmuştur. Bir yanda emeğin ve toplumun hakim ülkelerin ötesine genişlemesi dünyanın geri kalan bölümünde bir yakınlaşma etkisi doğurmuş; aynı anda hem yakına çekilmiş hem de bir varoş içinde yalıtılmışlardır. Bir yandan da yeni disiplin rejimi küresel bir emek gücü piyasası yaratma eğilimi oluşturmıştır (Hardt & Negri, 2002:266-267).

Dünya koşullarındaki değişimler ekonomik işbirliği ve bütünleşme girişimlerinin ortaya çıkışına ortam hazırlamıştır. 1990'lı yıllarda hem küreselleşme hem de bölgeselleşme eğilimleri hız kazanmıştır. 1986 yılında başlayan Uruguay Round'ın 1993 yılı sonlarında tamamlanmasıyla dünya ticaretinin serbestleştirilmesi yönünde önemli adımlar atılmış ve GATT (The General Agreement on Tariffs and Trade) yerini Dünya Ticaret Örgütü'ne bırakmış; Kuzey Amerika Serbest Ticaret Antlaşması (NAFTA - North Americas Free Trade Agreement) ve Asya Pasifik Ekonomik İşbirliği (APEC - Asia Pacific Economic Co-operation) gibi yeni bütünleşme girişimleri doğup gelişmiş; AB ise 1993 yılı sonlarında yürürlüğe giren Maastricht Antlaşması'yla mevcut ekonomik bütünleşme düzeyini daha ileri götürmenin yanı sıra, 'siyasi' birlik yönünde de gelişen bir örgüt görünümünü kazanmıştır (Güran, 2000:23). Avrupalı devletler Kuzey Amerika ve Uzak Doğu'daki bölgeselleşmeler karşısında çitayı biraz daha yükselterek bunu siyasi birlik aşamasına çıkarmışlardır (Ateşoğlu, 2006:5). Türkiye'nin üyelik müzakerelerine başladığı düşünülürse; AB tam üye adayı olarak Türkiye'nin yürüttüğü faaliyetler ve oluşturduğu politikalar, AB politikalarından tümüyle bağımsız bir biçimde gerçekleştirilemez.

Küreselleşme ve bölgeselleşme etkileri birçok alanda olduğu gibi turizm alanında da olmaktadır. Küreselleşme ve bölgeselleşme hareketlerinin hız kazanması sonucunda ülkeler arasındaki coğrafi sınırların kalkması, farklı kültürlerle sahip milletlerin birbirlerini tanıması, kaynaşması, dünya genelinde ortak dillerin kullanılması ve kültür alışverişinde bulunmaları turizm sektörünün gelişmesine neden olmaktadır. Ayrıca teknolojik gelişmelere bağlı olarak teknolojik çalışmalara bağlı olarak ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite, fiyat faktörlerindeki gelişmeler, küresel seyahatin demokratikleşmesi, iletişim kolaylıkları, güvenlik sorununun azalması, uluslararası barışın hız kazanması ve seyahat formalitelerinin en aza inmesi de küresel turizme bir ivme kazandırmıştır (Çeken 2003:121). Küreselleşme ile birlikte daha da şiddetlenen küresel rekabet ortamı, turizm alanında değişimi ve dönüşümü bir zorunluluk haline getirerek gerek uluslararası turizmde gerekse ulusal turizmde daha kaliteli hizmet ile sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamayı zorunlu kılmaktadır.

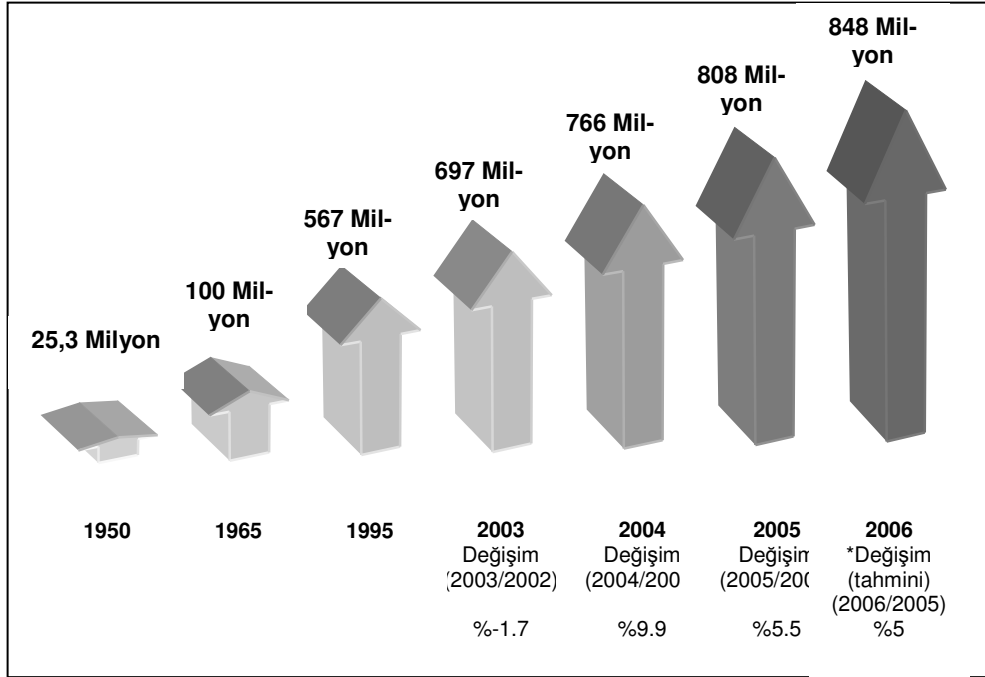
Ancak bu genel eğilimin yanı sıra ülkeler aynı zamanda ekonomik çıkarlarını koruyabilmek amacıyla kendi aralarında da bir takım ekonomik ve siyasi anlaşmalar yaparak bölgesel bir ekonomik entegrasyon süreci içine girmişlerdir. Bu sebeple küreselleşme ve bölgesel entegrasyonlar eş zamanlı bir gelişme sürecinin iki farklı görüntüsünü oluşturmaktadır (Paksoy, 2000:20). Günümüzde dünyanın hemen her bölgesinde yeni ekonomik entegrasyon oluşumlarına rastlanmakta ve bunların entegrasyon sürecini derinleştirmeye çalıştıkları gözlenmektedir. Üye ülkeler arasında ticari engellerin kaldırılması ve üretim faktörlerinin serbest dolaşımı bu entegrasyonun en önemli iki belirleyicisidir (Çeken, 2004:1).

Turizm sektörü, dünyada en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerin başında yer almaktadır. Sınırlar ortadan kalktıkça dünya daha da küçülmeye başlamış ve insanlar daha uzak mesafelere seyahat etme eğilimine girmiştir. Turizm; çok boyutlu yapısı sonucu, bir yandan tipik turistik faaliyet olarak adlandırılan 'konaklama, planlama, gezi organizasyonu ve satışı gibi faaliyetleri', öte yandan yalnızca turistlerin tüketimine bağlı olmayan, ancak onlar tarafından da kullanılan 'ulaşım, oto kiralama gibi faaliyetleri kapsamaktadır (Türkiye Vakıflar Bankası, 2004:3). "Turizm sektörü 38 farklı sektörü ve farklı özellikteki üretim birimlerini yan yana getirmesiyle ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte iş hacmini artırırken yeni pazarların gelişmesine de katkıda bulun-

maktadır” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:1). Literatürde turizm sektörü; seyahat ve turizm endüstrisi ile seyahat ve turizm ekonomisi olarak ifade edilmektedir. Turizmin neden olduğu doğrudan etki ‘seyahat ve turizm endüstrisi’ olarak tanımlanırken, dolaylı etkilerinin de hesaba katılması ile ortaya çıkan durum ‘seyahat ve turizm ekonomisi’ olarak adlandırılmaktadır.

2. ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİ

Tüm dünyadaki uluslararası turizm hareketleri bakımından bir değerlendirme yapıldığında (Şekil 1), uluslararası turizm hareketlerine katılanlar 1950’de 25,3 milyon kişi iken, bu sayının 1965 yılında 100 milyon kişiye, 1995 yılında 567 milyona, 2005 yılında ise 808 milyon kişiye ulaştığı görülmektedir. Diğer taraftan 1980-2005 yıllarını kapsayan son 25 yıllık dönemde turist sayısı %310 artarken aynı dönemde turizmden sağlanan gelirden de büyük artışlar gerçekleşmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:2).



Şekil 1. Yıllar İtibariyle Dünya Geneline Turist Sayıları

Kaynak: DTÖ (Dünya Turizm Örgütü) 2006 World Tourism Bar., No:1’den aktaran Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:2

Şekil 1'de görüldüğü gibi, dünya genelinde turist sayıları, 2003 yılı itibarıyla sürekli yükseliş kaydetmiştir. Özellikle 2004 yılında küresel ekonomideki büyümeye paralel olarak turist sayısı da %9.9 artış kaydetmiştir. Son yıllar geneline bakıldığında, dünya genelinde turist sayısı artışı ortalama olarak %5'in altına düşmemiştir. Dünya Turizm Örgütü (DTÖ - World Tourism Organization) tarafından hazırlanan 'Turizm 2020 Yılı Vizyonu' çalışmasında, 2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1,5 milyar kişi, olacağı öngörülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:2). Bu durum bütçe açıkları ile mücadele eden ülkelerin dikkatini çekmekte, teşvikler ve devlet desteklerinin yanısıra ülke değerlerinin turizme açılması için kimi zaman çevre ve çalışma koşulları göz ardı edilebilmektedir.

Tüm dünyada seyahat eden turist sayılarına bakıldığında, 2000-2005 yılları arasında ortalama 120 milyon kişilik bir büyüme sağlanmıştır. Uluslararası turizm hareketleri içinde en önemli payın hala Avrupa'ya ait olduğu görülmektedir. 2005 yılında Avrupa'ya gelen turist sayısı tüm dünyadaki turistlerin %54'ü oranındadır. Dünyadaki turist sayıları bakımından Avrupa'yı takip eden diğer bölgeler ise Asya Pasifik (%18.3), Amerika (16.5), Afrika (%4.6) ve Ortadoğu (%4.8) olmaktadır (DTÖ, 2006).

Dünya turizm hareketleri içinde 2000-2005 yıllarında Avrupa'ya gelen turist sayısında artış olmasına rağmen; dünya genelinde turist hareketleri toplamında pazar payını koruyamamış ve 5 yıllık süre zarfında % 2.6'luk kayıpla %54.9'luk paya sahip olmuştur. Bu gerilemeye rağmen Avrupa, en büyük paya sahip bölge olma özelliğini devam ettirmektedir. DTÖ tarafından yapılan tahminlere göre ise 2020 yılında Avrupa'yı ziyaret edecek turist sayısının 717 milyon kişi olacağı ifade edilmektedir (EC, 2003:8). Avrupa turizm payının büyüklüğü gerek tatilin bir ihtiyaç sayıldığı toplumsal kültürden gerekse yakın mesafelerin turistlerce tercih edilmesinden kaynaklanmaktadır. Ancak mesafelerin teknoloji ile birlikte kısalması uzak mesafelerdeki ülkeleri birer rakip haline getirmiş ve Uzak Doğu ülkeleri yükselen bir turizm pazarı haline gelmiştir.

Tablo 1. Dünyada En Çok Turist Çeken İlk 10 Ülke, 2006

Ülkeler		Milyon Kişi
1	Fransa	79.1
2	İspanya	58.5
3	ABD	51.1
4	Çin	49.6
5	İtalya	41.1
6	İngiltere	30.1
7	Almanya	23.6
8	Meksika	21.4
9	Avusturya	20.3
10	Rusya	20.2
Dünya Toplamı		842

Kaynak: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), 2007

Tablo 1’de görüldüğü gibi, en çok turist çeken ilk 10 ülke incelendiğinde, bu 10 ülkeye gelen toplam turist sayısının 393.3 milyon olduğunu ve bu sayının dünya genelindeki toplam turist sayısının yaklaşık %47’sine karşılık geldiği görülmektedir. Ülke olarak bakıldığında Fransa, İspanya ve Avusturya’nın ülke nüfuslarından daha fazla turist çektikleri görülmektedir. Ayrıca ilk 3 sıradaki 2 ülke ve toplamda ilk 10 ülke içinde 6 ülke, AB üyesi ülkelerdir.

Tablo 2 incelendiğinde, 2005 yılında 808 milyon olan turist sayısının, 2020 yılında 1.603 milyona çıkacağını yani 15 yıllık bir sürede turist sayısında %98 artış olacağını beklendiği görülmektedir. Bu turizm ekonomisinin 15 yılda iki kat büyüyeceği anlamına gelmektedir. Alt bölgelere bakıldığında, Avrupa’ya gelen turist sayısının 15 yılda %61, Asya Pasifik’e gelen turist sayısının %192, Amerika’ya gelen turist sayısının %114, Afrika’ya gelen turist sayısının %102, Ortadoğu’ya gelen turist sayısının %81 artış göstereceği öngörülmektedir. 2020 yılına kadar en büyük artış Asya Pasifik Bölgesi’ne gerçekleşecektir. Turizm konusunda devlet ve özel sektör işbirliği ile hazırlanan turizm politikalarını uzun yıllardır uygulayan Asya Pasifik ülkelerinin, 2020 yılında bu planlamanın uzun vadeli sonuçlarını alacağı görülmektedir.

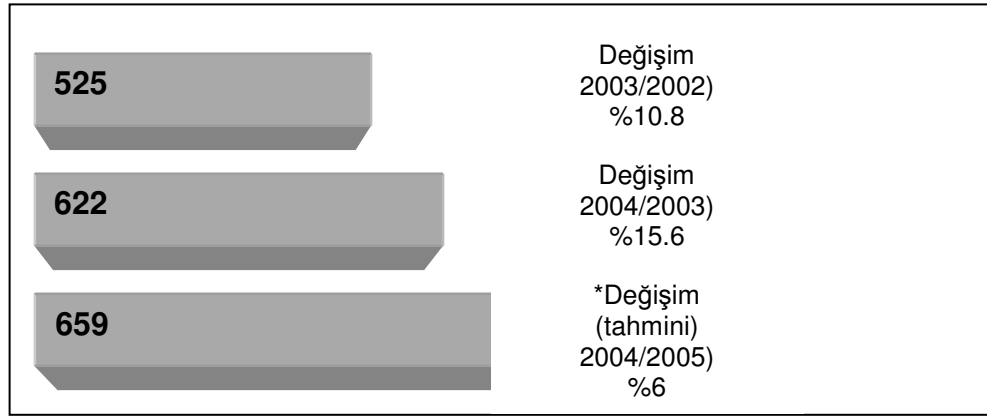
Tablo 2. Alt Bölgelere Göre Gelecekteki Uluslararası Turist Hareketleri, 2020

Bölgeler		Milyon Kişi
1	Avrupa	717
2	Asya Pasifik	457
3	Amerika	285
4	Afrika	75
5	Ortadoğu	69
Dünya Toplamı		1.603

Kaynak: DTÖ, 1998:4

3. ULUSLARARASI TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ

Turizmin en önemli ekonomik etkilerinden biri gelir yaratma etkisidir. Turistlerin seyahat ettikleri ülkelerde ya da bölgelerde gereksinimlerini karşılamak amacıyla yaptıkları harcamalar, söz konusu ülkelerin ya da bölgelerin gelirini artırmakta ve toplamda dünyadaki turizm geliri artmaktadır (Bahar ve Kozak, 2006:135).



Şekil 2. Yıllar İtibariyle Dünya Turizm Gelirleri (Milyar USD)

Kaynak: DTÖ, 2005, World Tourism Parameter, No:2'den aktaran Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:3

Dünya turizm gelirlerinin gösterildiği Şekil 2 incelendiğinde, dünya genelinde turizm gelirlerinde sürekli bir artış yaşandığı göze çarpmaktadır. Toplam turizm gelirleri 2003 yılı itibarıyla yarım trilyon Doları aşmıştır. Bu bağlamda turizm, toplam gelir itibarıyla birçok ekonomik faaliyetten daha yüksek gelir elde edilen bir alan olma özelliğini genişleterek sürdürmüştür. Turizm için gelecek perspektifi sunan ve DTÖ tarafından hazırlanan 'Turizm 2020 Yılı Vizyonu' çalışmasında, 2020 yılında dünyadaki toplam turizm gelirlerinin ise 2 trilyon ABD doları olacağı öngörülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:2).

Tablo 3'te görüldüğü gibi, turizm gelirleri bakımından ilk 10 ülke incelendiğinde, bu on ülkenin turizm gelirleri toplamının 372.8 milyar Dolar olduğu ve bu gelirin dünya genelindeki toplam turizm gelirinin yaklaşık %51'ine karşılık geldiği görülmektedir. Ayrıca ilk üç sıradaki iki ülke ve toplamda ilk on ülke içinde altı ülke, AB üyesi ülkelerdir. AB tam üye adayı Türkiye, turizm gelirleri bakımından 16.9 milyar Dolar ve %2.3 pay ile ülkeler arasında 9. sıradadır.

Tablo 3. Turizm Gelirleri Bakımından İlk 10 Ülke, 2004

	Ülke	Milyar USD	Dünyadaki Payı %
1	ABD	85.7	11.7
2	İspanya	51.1	7.0
3	Fransa	46.3	6.3
4	İtalya	38.1	5.2
5	Çin	33.9	4.6
6	İngiltere	33.5	4.6
7	Almanya	32.8	4.5
8	Avustralya	17.8	2.4
9	Türkiye	16.9	2.3
10	Avusturya	16.7	2.3
	Dünya Toplamı	735	100

Kaynak: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), 2007.

Türkiye, gelen turist sayısında ilk on ülke içinde yer almamasına rağmen, turizm gelirleri açısından dünyada 9. sıradadır. Bu, Türkiye'de turizm sektörünün katma değerli ürünler sunması ve ülkeye gelen turist sayısının daha önceki yıllara oranla artmasından kaynaklanmaktadır. Aksi taktirde, kişi başına düşen turist harcaması aslında çok da fazla artmış değildir. Diğer taraftan turizmin etkilediği sektörlerin sıklıkla Türkiye'de mal ve hizmet üret-

meleri gelir artırıcı bir unsur yaratmakta ve turizmi ekonomi açısından daha önemli kılmaktadır.

4. TURİZMİN İSTİHDAMA ETKİSİ

Turizmin istihdama etkisi turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artmaktadır. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik tesis yatırımlarının artması işgücü talebini artırdığı gibi, turizm endüstrisinin mevsimlik özelliğinden dolayı talebin yoğunlaştığı dönemde turistik işletmelerde işgücüne olan talep de artmaktadır. Mevsim dışında ise işgücüne talep azalsa da yine de bir devamlılık söz konusudur. Turizm endüstrisi başlı başına bağımsız bir endüstri olmamakla birlikte çeşitli gelir grubundaki tüketicilerin zevklerine, isteklerine ve beklentilerine hitap ettiği için birçok endüstrinin birbiri ile ilişkili olmayan işletmeleri ve organizasyonları ile etrafı sarılmış bir endüstri niteliğine sahiptir ve bu yönden sürekli olarak istihdam artırıcı bir potansiyele sahiptir. (William R. Eadington, Milton Redman, 1991:41-42) “Turizm, uluslararası ölçekte geniş istihdam olanakları yaratan bir endüstridir ve dünyada yaklaşık 300 milyon insanı istihdam etmektedir. Başka bir ifadeyle; dünyadaki her 16 çalışandan biri turizm endüstrisindedir” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:1). Turizm, gerek emek yoğun bir sektör olmasından, gerekse geri kalmış bölgelerin kalkınması için önemli bir sektör olmasından dolayı, özellikle gelişmekte olan birçok ülkede çeşitli ekonomik araçla desteklenmektedir. Böylelikle turizm sektörü, gelir artırıcı olmasının yanı sıra, işsizliğin azaltılmasında da önemli bir sektör olma konumunu korumaktadır.

Seyahat ve turizm endüstrisinin yarattığı doğrudan istihdamın 2006 yılında 76 milyonun üzerinde olacağı, seyahat ve turizm ekonomisinin yaratacağı doğrudan ve dolaylı istihdamın ise 234.000'nin üzerinde olacağı tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, seyahat ve turizm ekonomisi, özellikle Karaipler ve Okyanusya'da toplam istihdamın ortalama %15'ini oluşturduğu görülmektedir. Seyahat ve turizm ekonomisinin yarattığı istihdam olanakları Kuzey Afrika (%12.4), AB (%11.8), Kuzeydoğu Asya (%10.1), Ortadoğu (%10.1) bölgelerinde toplam istihdam içinde önemli bir yere sahiptir (WTTC, 2006:22-24).

Dünyada seyahat ve turizm endüstrisinin istihdamda sahip olduğu yer, yıllar itibariyle değişimleri bakımından incelendiğinde, seyahat ve turizm endüstrisinin tüm dünyadaki istihdam içinde sahip olduğu doğrudan etkinin 2001-2006 yılları arasındaki değerler bakımından % 2.60 ile %2.90 arasın-

da değişmekte olduğu görülmektedir. Bu oranın 2016 yılında %2.89 olarak gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. Diğer taraftan seyahat ve turizm endüstrisinin tüm dünyadaki istihdam içinde sahip olduğu doğrudan ve dolaylı etkinin toplamı ise 2001-2006 yılları arasında %7.80 ile % 8.70 arasında değişmektedir. Seyahat ve turizm endüstrisinin istihdam içinde sahip olduğu doğrudan ve dolaylı etkinin toplamının 2016 yılında %9 civarında gerçekleşmesi beklenmektedir (WTTC, 2006:20).

Türkiye açısından ele aldığımızda, en büyük sorunlardan bir tanesi de işsizlik sorunudur. Sektördeki sermaye-işgücü oranını düşük olması nedeniyle, turizm az yatırımla çok işgücü yaratma özelliğine sahiptir. Burada istihdam düzeyi turizm yatırımlarının düzeyine bağlıdır. Türkiye de işgücü istatistikleri ayrıntılı biçimde elde edilemediğinden turizm için istihdam rakamı değişik yollarla tahmin edilmektedir. Tahminlerin dayanak noktasını ise yatak başına çalışan kişi sayısı oluşturmaktadır. DTÖ'nün hesaplarına göre konaklama tesislerinde yatak başına 0,5 kişinin istihdam edildiği görülmektedir (Çeken, 2003:143). 2005 yılı sonu itibari ile turizm yatırım belgeli yatak sayısı ile turizm işletme belgeli yatak sayısı toplamı 761bin dolayındadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006b:7). Bu durumda konaklama tesislerinde doğrudan çalışan işgücü sayısı 380bin olmaktadır. Bu rakama marina ve yatçılık, ulaştırma şirketleri ve seyahat acenteleri, alışveriş merkezleri gibi turizm ile ilgili çeşitli dallarda çalışan iş gücünü ilave ettiğimizde sektördeki doğrudan istihdam yaklaşık 700bini bulmaktadır. Ayrıca araştırmalar (DTÖ) turizmde bir birim doğrudan istihdamın yan sektörlerde 1,5 birim dolaylı istihdam yarattığını göstermektedir (Çeken,2003:143). Böylece turizmde dolaylı istihdam rakamı 1,050,000 civarındadır. Turizmde doğrudan ve dolaylı olarak istihdam edilen personel sayısı 1,750,000'i bulmaktadır. Bu rakam ülkemiz için son derece önemli çünkü az da olsa turizm, işsizlik sorununun giderilmesinde önemli bir sektör konumundadır. Ayrıca bu rakam toplam istihdamın %10'unu oluşturmaktadır. Çekirdek olarak seyahat ve turizm endüstrisinin, toplam etki ettiği sektörlerle birlikte seyahat ve turizm ekonomisinin istihdam içindeki payının yüksekliği, çevre felaketleri, terör, salgın hastalıklar, gelir vb. faktörlere karşı kırılgan olan turizm sektörü için düzenlemeleri gerekli kılmaktadır. Turizm sektöründeki dalgalanmalar istihdam ve yaratacağı ekonomik ve sosyal sorunlar açısından büyük önem taşımaktadır. Özellikle ekonomileri bir ölçüde turizm sektörüne bağımlı ülkeler, sektördeki dönemsel iniş çıkışlardan kısa ve uzun vadede ciddi şekilde etkilenmektedirler.

5. TURİZMİN GSMH'YE ETKİSİ

Gayri safi milli hasıllar (GSMH) bakımından 2006 yılında dünyada seyahat ve turizm endüstrisi doğrudan ve dolaylı etkileri göz önüne alındığında, bu etkinin 5.000 milyar Dolara yaklaşacağı tahmin edilmektedir (WTTC, 2006:20). Tablo 4 incelendiğinde seyahat ve turizm ekonomisinin dünya GSMH'sinin %10.3'ü büyüklüğünde olduğu görülmektedir. Bölgeler bazında seyahat ve turizm ekonomisinin GSMH içindeki payları bakımından incelendiğinde, özellikle Karaippler'de (16.4) seyahat ve turizmin önemi ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan, seyahat ve turizmin GSMH payları, Okyanusya'da (%13.1), Kuzey Afrika'da (%13), Türkiye'nin de içinde yer aldığı Diğer Batı Avrupa'da (%12.6), AB'de (%10.9), Kuzey Amerika'da (%10.8), Kuzeydoğu Asya'da (%10.3) oranlarında ve bölgelerin GSMH'leri içinde önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Dünya İçindeki GSMH Payı, 2006

	Seyahat Ve Turizm Endüstrisi GSMH Payı (%)	Seyahat ve Turizm Ekonomisi GSMH Payı (%)
Dünya	3.6	10.3
Avrupa Birliği	3.9	10.9
Merkezi ve Doğu Avrupa	2.0	9.1
Diğer Batı Avrupa	5.1	12.6
Kuzey Amerika	4.0	10.8
Güney Amerika	2.7	7.2
Kuzeydoğu Asya	3.1	10.3
Güney Asya	2.2	5.5
Güneydoğu Asya	3.0	7.0
Orta Doğu	2.6	9.6
Kuzey Afrika	5.7	13.0
Sahra Altı Afrika	2.8	8.2
Karaippler	5.1	16.4
Okyanusya	5.8	13.1

Kaynak: WTTC, World Travel & Tourism Climbing to New Heights, The 2006 Travel & Tourism Economic Research, 2006:22-24

Seyahat ve turizmin GSMH içindeki payı yıllar içindeki değişimleri bazında incelendiğinde 2001-2006 yılları arasında %3.50 ile %3.90 arasında değiştiği görülmekte, bu oranın 2016 yılında %4 civarında gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. Turizmin doğrudan ve dolaylı etkileri bir arada düşünüldüğünde ise 2001-2006 yılları arasında GSMH bakımından %7.80 ile %8.70 arasında bir paya sahip olduğu görülmekte ve bu oranın 2016 yılında %9

civarında gerçekleşeceği tahmin edilmektedir (WTTC, 2006:20). Buradan da çıkarılabileceği gibi turizm, gerek toplam ekonomik büyüklük gerekse kişi başına düşen gelir üzerinde önemli bir etkiye sahip olmuştur ve gelecekte de olmaya devam edecektir.

Diğer taraftan “dünyada tüm uluslararası sermaye yatırımlarının yaklaşık %7’si turizm alanına yapılmaktadır. Turizm sektörü otomotiv, petro-kimya gibi belli başlı sektörlerden bile daha fazla üretim ve tüketim hacmi olan bir sektördür. Turizm sektörü ivme kattığı ve katma değer artışı yarattığı diğer sektörlerdeki dolaylı gelişmelerle birlikte ele alındığında; dünyanın gelişmiş ülkelerinde dış turizm gelirlerinin ihracata oranı yüzde 7, gelişmekte olan ülkelerde ise yüzde 9,6’dır. Ülkemizde bu oran, 2005 yılında yüzde 24,5 olarak gerçekleşmiştir” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:1-2). Türkiye açısından bu rakam belli riskleri de içinde barındırmaktadır. Küresel şoklara daha dayanıklı bir ekonomik yapı için, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin ihracat kalemlerini çeşitlendirerek ihracat hacimlerini artırmaları, böylece tek bir sektöre bu derece bağımlılıktan kurtulmaları gerekmektedir. 2005 yılı rakamlarına bakıldığında, bir önceki yıla göre Türkiye’de GSMH %5 artarken, ihracat %24,8 oranında artış göstermiştir (Turizm Gazetesi,2007:1).

Avrupa’da turizm endüstrisi, doğrudan ve dolaylı olarak Avrupa GSMH’sinin %10’nunu ve Avrupa işgücünün %12’sini oluşturmaktadır. Turizm endüstrisi Avrupa için istihdamda büyümenin motor endüstrisi, enformasyon teknolojilerinin kullanımında ve bu alanda yenilik üretmede lider, refahın ve sosyal kaynaşmanın teşvik edilmesinde ekonomik gelişmenin motorudur. Diğer taraftan tarihi ve doğal alanların ve kültürel mirasın korunmasında önemli bir etken, farklı kültürler arasında bir köprü ve barış ve istikrarı sağlayan bir öge olarak tanımlanmakta (ETC, 2005) ve bu nedenlerle de çok önemli bir endüstri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye incelenecek olursa, 2004 yılına göre Türkiye’ye gelen turist sayısı %20,60 artışla 21,124,886’ya ulaşmıştır. Ayrıca 2005 yılı turizm gelirleri bir önceki yıla göre %14,26 oranında artarak 18,153 milyon dolara ulaşmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006b:8-9). Turizm gelirleri bakımından ilk on ülke içinde yer alan Türkiye, diğer taraftan turizmin etkilediği sektörlerin sıklıkla Türkiye’de mal ve hizmet üretmeleri nedeniyle gelir artırıcı bir unsur yaratmakta ve turizmi ekonomi açısından daha önemli kılmaktadır. Turizme dayalı sektörlerin gücü, Türkiye turizminin ihtiyaç duyacağı ürün ve hizmetlerin erişilebilir olması açısından Türkiye turizmi açısından bir güç noktası yaratmaktadır (Ateşoğlu, 2006:131).

SONUÇ

Turizmin, emek yoğun sektörlerden biri olmasından dolayı AB tarafından yeni üye ve aday ülkelerde yaygınlaşması desteklenmektedir. Turizm sektörü özellikle bölgesel kalkınma ve yeni iş alanları yaratma açısından kurtarıcı sektörlerden biri olarak görülmektedir. Turizm sektörü, turistlerin yaptıkları harcamalar üzerinden yeni üye ve aday ülkelere dolaylı olarak sermaye aktarımını da sağlamaktadır. Bir başka deyişle, bütçe açıklarını kapatıcı etkisi olan sektör, yeni üye ve aday ülkelerde, daha az riskli görünen ödemeler dengesi tablosu oluşmasına dolaylı olarak katkı sağlamaktadır (Ateşoğlu, 2006:24).

AB ülkeleri ve aday ülkeler arasında özellikle Akdeniz çanağında yer alan ülke ekonomileri büyük ölçüde turizme bağımlıdır. Deniz-kum-güneş üçgeninde ve kitlesel turizm ağırlıklı bir yapıya sahip bu ülkelerin dışında, yeni üye devletlerin ekonomilerinde de turizmin payı hızla artmaktadır. Çevreye zarar veren ve katma değeri düşük sanayi kollarını yeni üye ve aday ülkelere kaydıran merkez ülkeler, ilgili ülkelerdeki istihdam sorunlarını ve ekonomideki dış açıkların etkilerini azaltmak için turizmin gelişmesini desteklemektedirler.

“DTÖ tarafından hazırlanan ‘Turizm 2020 Yılı Vizyonu’ çalışmasında, 2020 yılında dünyadaki turist sayısının 1,5 milyar kişi, toplam turizm gelirlerinin ise 2 trilyon ABD doları olacağı öngörülmektedir” (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:2). Bu bağlamda, turizmin dünyadaki gelişen ve büyüyen çizgisi gelecekte bu gelişmeden pay almak amacıyla ülkelerin ve bölgelerin rekabet halinde olmaya devam edeceklerini göstermektedir.

Avrupa bütünleşmesi, turizm üzerinde de bir takım etkilere sahiptir. Diğer taraftan turizm endüstrisi de Avrupa bütünleşmesi üzerine etki edecektir. Özellikle Avrupa bütünleşmesinin temel unsurları arasında olan kişilerin, sermayenin, malların ve hizmetlerin serbest dolaşımı, ulaştırmada serbestleşme, rekabet, çevre, istihdam tüketicinin korunması, mali ve bölgesel gelişme (Cardoso ve Ferreira, 2000:407) gibi faktörler turizmi etkilemektedir. AB’nin doğuya doğru gerçekleşen genişlemesi turizm endüstrisi bakımından kimi olumlu etkileri beraberinde getirirse de bu bölgenin özellikle 2007 yılında daha güçlü etkilere sahip olacağı tahmin edilmektedir (Smeral ve Weber, 2000:1003-1004). Özellikle 1989 yılından itibaren GSMH’leri artan yeni üye devletler, hem bir turizm destinasyonu hem de potansiyel turizm tüketicilerini barındıran bir pazar konumuna gelmiştir.

Türkiye açısından bakılacak olursa; Türkiye, OECD ülkeleri arasında, yabancı turist girişi bakımından son 5 yılda %20,6'lık artışla en hızlı gelişen ülke olmuştur (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2006a:3). AB tam üye adayı olarak Türkiye'nin yürüttüğü faaliyetler ve oluşturduğu politikalar, AB politikalarından tümüyle bağımsız bir biçimde gerçekleştirilemez. Buradan yola çıkarak AB'nin turizm alanına ilişkin olarak gerçekleştireceği uygulamalardan hem bu pazara yönelik olarak çalışan hem de AB adayı bir ülke olarak Türkiye de etkilenecektir. Bu bağlamda özellikle Avrupa kıtası içinde en hızlı gelişen turizm ülkelerinden biri olarak Türkiye'nin, AB üyelerinden ve aday üye ülkelerinden daha fazla avantaja sahip olduğu söylenebilmektedir. Özellikle son genişleme ülkeleri ve yeni aday ülkeler arasında turizm endüstrisi bakımından en gelişmiş ülke Türkiye'dir.

KAYNAKÇA

- ATEŞOĞLU, Levent (2006), Avrupa Birliği Turizm Politikası ve Avrupa Birliği ile Türkiye Turizm Sektörleri Özerine Etkileri, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla.
- BAHAR, Ozan ve KOZAK, Metin (2006). *Turizm Ekonomisi*, Detay Yayıncılık:Ankara.
- BOEHNE E.G. (1998), "Globalization and Its Effects on the U.S. Economy" Speech at World Affairs Council of Greater Valley Forge, Paoli.
- CARDOSO, Carla ve FERREIRA, Luis (2000). The Effects of European Economic Integration on Tourism: Challenges and Opportunities for Portuguese Tourism Development, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(7): 401-408.
- ÇEKEN, Hüseyin (2004), Bölgesel Ekonomik Bütünleşme Sürecinde Avrupa Birliği ve Avrupa Birliği'nin Dünya Dış Ticaret ve Sermaye Hareketlerindeki Yeri ve Önemi, *Dış Ticaret Dergisi*, Yıl:9, Sayı:30.
- ÇEKEN, Hüseyin (2003), Küreselleşme Yabancı Sermaye ve Turizm, Değişim Yayınevi, İstanbul.
- DTÖ (Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü) (2006), Erişim: Temmuz 2006, <http://www.unwto.org>.
- EADINGTOR, William R. ve REDMAN, Milton (1991), Economics and Tourism, *Annals of Tourism Research*, vol:18.
- EC (European Commission) (2003), *Structure, Performance and Competitiveness of European Tourism and Its Enterprises*, Erişim: Ağustos 2006, http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies/pwc/pwc_en.pdf.
- ETC (European Travel Commission) (2005), *Vienna Declaration on the Future of European Tourism*, Erişim: Temmuz 2006, http://www.etc-corporate.org/resources/uploads/ETC_ViennaDeclaration.pdf.

- GÜRAN, Nevzat, (2000), *Uluslararası Ekonomik Bütünleşme ve Avrupa Birliği*. Anadolu Matbaacılık:İzmir.
- HARDT, Michael ve NEGRI, Antonio (2002), *İmparatorluk*, Ayrıntı Yayınları:İstanbul.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2006a), *Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Taslak Raporu*, Erişim: Ağustos 2006, <http://www.turizm.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx?F6E10F8892433CFF4497A73B597516EA07B29B0E58BFDC34>.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2006b), *Turizm İstatistikleri 2005*, T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü:Ankara.
- PAKSOY, H.M. ve PAKSOY, S. (2000), *Ekonomik Bütünleşmeler ve Avrupa Birliği*, Özdal Matbaacılık, Şanlıurfa.
- PERRATON J. ve GOLDBAT D. (1997), "The Globalization of Economic Activity", *New Political Economy*, vol:12, No:2 Jul.
- SMERAL, Egon ve WEBER, Andrea (2000). Forecasting International Tourism Trends to 2010. *Annals of Tourism Research*, 27(4):982-1006.
- Turizm Gazetesi, Erişim: Ocak 2007, <http://www.turizmgazetesi.com/Sinf/inSinformation.aspx?id=28>.
- Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), <http://www.ttyd.org.tr/public/page.aspx?id=11>, 2007.
- Türkiye Vakıflar Bankası T.A.O. (2004), *Turizm Sektörü*, Türkiye Vakıflar Bankası Sektör Araştırmaları Serisi No:30, Erişim: Haziran 2006, <http://www.vakifbank.com.tr/earastirma/turizm.doc>.
- WTTC (World Travel & Tourism Council) (2006), *World Travel & Tourism Climbing to New Heights, The 2006 Travel & Tourism Economic Research*, Erişim: Temmuz 2006, <http://www.wttc.org/2006TSA/pdf/World.pdf>.