

ULUSLARARASI TURİZM UYGULAMALARI

Editör: Doç. Dr. Aliye AKIN

YAZARLAR

Doç. Dr. Aliye AKIN

Öğr. Gör. Dr. Ayşe ERKMEN

Öğr. Gör. Dr. Orhan ECEMİŞ

Dr. Mehtap KARAYAZI

Öğr. Gör. Adnan AKIN

Öğr. Gör. Gülsüm DEMİR KAYA

ULUSLARARASI TURİZM UYGULAMALARI

EDİTÖR

Doç. Dr. Aliye AKIN

YAZARLAR

Doç. Dr. Aliye AKIN

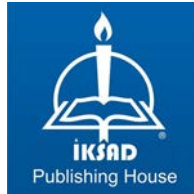
Öğr. Gör. Dr. Ayşe ERKMEN

Öğr. Gör. Dr. Orhan ECEMİŞ

Dr. Mehtap KARAYAZI

Öğr. Gör. Adnan AKIN

Öğr. Gör. Gülsüm DEMİR KAYA



Copyright © 2019 by iksad publishing house
All rights reserved. No part of this publication may be reproduced,
distributed, or transmitted in any form or by
any means, including photocopying, recording, or other electronic or
mechanical methods, without the prior written permission of the
publisher, except in the case of
brief quotations embodied in critical reviews and certain other
noncommercial uses permitted by copyright law. Institution Of
Economic Development And Social
Researches Publications®

(The Licence Number of Publiator: 2014/31220)

TURKEY TR: +90 342 606 06 75

USA: +1 631 685 0 853

E mail: iksadyayinevi@gmail.com

kongreiksad@gmail.com

www.iksad.net

www.iksad.org.tr

www.iksadkongre.org

It is responsibility of the author to abide by the publishing ethics rules.

Iksad Publications – 2019©

ISBN: 978-605-80227-1-3

Cover Design: İbrahim Kaya

October / 2019

Ankara / Turkey

Size = 16 x 24 cm

İÇİNDEKİLER

EDİTÖRDEN

ÖNSÖZ

Doç. Dr. Aliye AKIN

1 - 2

BÖLÜM 1

ULUSLARARASI TURİZMİN TARİHİ GELİŞİM SÜRECİ

Öğr. Gör. Dr. Ayşe ERKMEN

3 - 34

BÖLÜM 2

OTEL İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM UYGULAMALARI

Öğr. Gör. Adnan AKIN

35 - 70

BÖLÜM 3

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZM POLİTİKASINA YÖNELİK DÜZENLEMELER

Dr. Mehtap KARAYAZI

71 - 116

BÖLÜM 4

ULUSLARARASI SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA MEDİKAL TURİZM

Doç. Dr. Aliye AKIN

117 - 157

BÖLÜM 5

G20 ÜLKELERİNİN TURİZM VERİLERİ ÜZERİNE KÜMELEME ANALİZİ

Öğr. Gör. Dr. Orhan ECEMİŞ

159 - 184

BÖLÜM 6

AKDENİZ BÖLGESİNDE ULUSLARARASI TURİZM HAREKETLERİ

Öğr. Gör. Gülsüm DEMİR KAYA

185- 215

ÖNSÖZ

Turizm, uluslararası düzeyde her geçen gün önemli gelişme gösteren bir hizmet sektörüdür. Özellikle küreselleşmenin etkisiyle ortaya çıkan iletişim ve ulaştırma hizmetlerindeki gelişmeler, turizm sektörünün de uluslararası boyutta ivme kazanmasına büyük katkı sağlamaktadır. Günümüzde, dünya genelinde önemli bir yere sahip olan uluslararası turizm, gelir ve istihdam yaratma, dış ödemeler dengesini iyileştirme, bölgesel kalkınma gibi katkılarından dolayı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için vazgeçilmez bir sektör olarak görülmektedir.

Bu kitapta, uluslararası turizm kapsamında gerçekleştirilen uygulamalardan bazıları ele alınmıştır. Çalışma toplam 6 bölümden oluşmaktadır. Uluslararası turizmin tarihi gelişim süreciyle başlayarak, çalışmada otel işletmelerindeki sürdürülebilir turizm uygulamalarına, Avrupa Birliği'nin turizm politikasına yönelik uygulamalara, uluslararası medikal turizm uygulamalarına yer verilmiştir. Bununla birlikte çalışmada, G20 ülkelerinin turizm verilerine yönelik çeşitli uygulamalar ortaya konulmuş ve Akdeniz bölgesindeki turizm hareketleri de uluslararası düzeyde değerlendirilmiştir. Kitabın her bölümünde uluslararası turizmin farklı uygulamaları incelenmiş olup, çalışmanın sosyal ve beşeri bilimler alanındaki öğrencilere, araştırmacılara ve ayrıca turizm sektörüne ilgi duyan farklı özel sektör-kamu çalışanlarına faydalı bir kaynak olacağı düşünülmektedir.

Çalışmayı, verdikleri katkılarıyla zenginleştiren değerli yazarlara ve yayınlamak suretiyle uluslararası bilim dünyası ile

buluşturan IKSAD Yayınlarına ve değerli çalışanlarına çok teşekkür ederim. Son olarak, kitapta yer alan bölüm yazılarıyla ilgili tüm akademik ve hukuki sorumluluğun tamamen yazarlara ait olduğunu belirtmek isterim.

Doç. Dr. Aliye AKIN

BİRİNCİ BÖLÜM
ULUSLARARASI TURİZMİN TARİHİ GELİŞİM SÜRECİ
Öğr. Gör. Dr. Ayşe ERKMEN¹

¹ Gaziantep Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Bölümü
aerkmen@gantep.edu.tr

GİRİŞ

Tarih öncesi çağlardan günümüze kadar çok sayıda insanın turizm faaliyetleri kapsamında sürekli yaşadıkları yerden farklı yerlere seyahat ettiği bilinmektedir. Turizm olgusu kapsamında gerçekleştirilen bu seyahatlerin sosyal, politik, kültürel, ekonomik ve hukuksal açıdan birçok unsurun oluşmasına etki ettiği ve farklı ırk, kültür, dil, dine sahip insanların bir araya gelmesini sağladığı bilinen bir gerçektir (Akın, 2018a, s. 99). Farklı destinasyonları ziyaret eden insanlar önemli bir deneyimsel eğitim almanın yanı sıra gezip gördükleri yeni yerlerin tarihleri, kültürleri ve coğrafi yapıları hakkında bilgi edinmektedir (Vatan, 2018, s. 605).

Bacasız sanayi olarak görülen turizm endüstrisi günümüzde, konaklama ve ulaştırma hizmetleri, pazarlama hizmetleri, perakende satış mağazaları, yiyecek içecek, faaliyetleri ve çeşitli animasyon etkinlikleri gibi çeşitli faaliyetleri bir şemsiye altında toplayan koruyucu, uyarıcı ve sürükleyici bir endüstri olma özelliği taşımaktadır (Kara, Çömlekçi & Kaya, 2012, s. 76). Bu kapsamda turizm dünyada hızlı gelişen sektörlerden birisi olmakla beraber özellikle 20. yüzyılın başlarından itibaren ulusal ve bölgesel kalkınma açısından önemli bir endüstri olarak görülmektedir (Soyu, Karaçor, Altınok & Fırat, 2017, s. 442). İnsanların çalışma koşullarının iyileştirilmesi, daha fazla gelir ve boş zamana sahip olması, ulaşım alanında kullanılan araçların sahip olduğu hız, kapasite, konfor ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve çok sayıda ülke arasındaki vize engelinin ortadan kaldırılması

insanları turizm faaliyetlerine daha yoğun bir şekilde katılmaya sevk etmektedir (Erkmen & Akın, 2018, s. 202).

Turizm kavramı ile ilgili literatürde çok sayıda ve farklı tanımlamalar bulunmaktadır. Latince kökenli olan turizm “tornus” sözcüğünden türetilmiş olup bu sözcük farklı batı dillerinde kullanılmaktadır. İngilizcede “tour” sözcüğü; daireyi, bazı bölgelerin yörelerin, sitelerin ziyaretini, eğlence veya iş amacıyla yapılan yer değiştirme olayını açıklamaktadır. Fransızcada “tour” ve “tourner” kavramları Latince “tornus” sözcüğünden türetilmiş ve “tourne” sözcüğü Türkçe’ye dönmek veya döndürmek anlamında giriş yaparken “tur” sözcüğü dönme hareketi ve gezintiler için kullanılmıştır. Başka bir ifadeyle “tur” başlama noktasına dönmek şartıyla gerçekleştirilen uzun veya kısa süreli seyahatleri açıklamaktadır (Akın, 2018b, s. 2- 13).

Turizm kavramının tanımlanması ve bu kavramın sınırlarının çizilmesi konusundaki çalışmalara 19. yüzyıl sonlarında başladığı bilinmektedir. 1905 yılında Guyer-Freuler tarafından turizmin kavramsal tanımı yapılmıştır. Buna göre turizm; ulaştırma araçlarında yaşanan gelişmeler, ticaret ve endüstrinin gelişmesi, doğal güzelliklerin artması ile geline nokta ve insanların hava değişimi yaparak dinlenmeye duyduğu ihtiyaçtır (Köseoğlu, 2019, s. 5). Diğer bir tanım ise 1910 yılında Avusturyalı ekonomist Hermann Von Schullar tarafından yapılan tanımdır. Schullar’a göre turizm; *“bir şehirden veya bölgeden yabancı ziyaretçilerin gelmeleri ve geçici süre kalmalarıyla ortaya çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür”* (Akın, 2018b, s.13). 1942 yılında İsviçreli

Hunziker ve Krapf turizmi şu şekilde tanımlamışlardır: “*turizm kavramı insanların sürekli yaşadıkları yer dışında farklı bir yere gitme, gidilen yerde yerleşme ve kazanç elde etme amacı olmaksızın kalma ve bu kalışlardan ortaya çıkan ilişkiler bütünüdür*”. 1950 yılında Hunziker ve Krapf’ın tanımı “Uluslararası Bilimsel Turizm Birliği (AIEST)” toplantısında yeniden değerlendirilmiş ve tanıma seyahat kavramının da eklenmesi kararı alınmıştır. Yapılan yeni tanıma göre turizm; “*geçici ya da sürekli yerleşme ve kazanç elde etme amacı olmaksızın kişilerin sürekli kaldıkları yer dışında bir başka yere gerçekleştirdikleri seyahat ve konaklama olayından doğan ilişkiler bütünüdür*” (Köseoğlu, 2019, s.5). 1994 yılına gelindiğinde “Birleşmiş Milletler” ve “Dünya Turizm Örgütü” turizm kavramını tanımlamıştır. Buna göre turizm, “*insanların, eğlence, iş veya diğer amaçları doğrultusunda yaşamış oldukları yerin dışında başka bir yere gitmesi ve seyahat başlangıç süresini takip eden zaman içerisinde bir yılı geçmemek üzere gittikleri yerlerde kalmalarıdır*” (Köseoğlu, 2019, s.6). Özgen (2012)’e göre turizm; insanların sürekli kaldıkları, her zamanki doğal ihtiyaçlarını karşıladıkları ve çalıştıkları yerlerin dışında, dinlenme, eğlenme, merak, spor sağlık, kültür, deneyim kazanma, kongre ve seminerlere katılma, dini ibadetlerini yerine getirme gibi toplu olarak ya da kişisel nedenlerle, belirli bir süre içinde gerçekleştirdikleri seyahattir.

Yapılan tanımlara ve turizmin geçmişten günümüze geldiği noktaya bakıldığında turizmin günümüzde, ekonomik, psikolojik, sosyal, kültürel faktörlerden oluştuğu söylenebilir. Bu nedenle turizmin gün geçtikçe önem kazandığı düşünölmektedir. Dolayısıyla

tanımlardan yola çıkılarak turizmin insanların ekonomik, psikolojik, sosyal, kültürel vb. ihtiyaçlarına cevap verebilen ve ülkelere gelir sağlayıcı özelliğe sahip bir endüstri olduğu ifade edilebilir. Çalışmanın amacı, küresel anlamda turizmin gelişim sürecini ortaya çıkarmak ve bu süreçte Türkiye turizminin bu gelişim sürecinin hangi aşamasında olduğunu ortaya koymaktır. Bu amaç kapsamında literatür taraması yapılmış, elde edilen veriler doğrultusunda değerlendirme yapılarak çalışma sonuçlandırılmıştır.

1. DÜNYADA TURİZM ALANINDA YAŞANAN GELİŞMELER

1.1. İlkçağda Turizm Alanında Yaşananlar (M.Ö. 3200- M.S. 375)

İnsanlar, çeşitli gerekçelerle tarihin ilkel çağlarından bu yana devamlı seyahat etmişlerdir. İlk çağlardaki seyahatlerin ana gerekçesi insanların yaşamsal faaliyetleri ile ilgilidir (<https://www.mesutozdemir.org/turizmin-tarihsel-gelisimi/>). İnsanın varoluşu ile birlikte başladığı bilinen bu seyahatlerin başlangıcı tarih öncesi dönemlere kadar uzanmaktadır. Yaklaşık bir milyon yıl öncesinde insanların Güney ve Doğu Afrika'dan kuzeye; Asya ve Ortadoğu tarafına büyük bir göç hareketi gerçekleştirdikleri bilinmektedir. Bu göçün daha güvenli yerler bulmak, barınmak ve beslenmek amaçlı olduğu tahmin edilmektedir (Sarı Çallı, 2015, s.7-8).

Tarih öncesi çağlarda başlayan seyahatlere Sümerlerin, Mısırlıların Fenikelilerin, Çinlilerin, Uygurların ve Romalıların önem verdikleri bilinmektedir (Bacaklıoğlu, 2017, s. 4). Tarihi kaynaklarda ticareti ilk defa yapanların Sümerler olduğu ve günümüzdeki

anlamıyla yer değiştirme hareketini de gerçekleştiren ilk toplumun Fenikeliler olduğu belirtilmektedir. M.Ö. 2000’li yıllarda Akdeniz’in tamamına hâkim olacak şekilde deniz ticaretine başlayan ülke de Fenikelilerdir (Sarı allı, 2015, s.9). Yazıyı Sümerlerin, parayı da Lidyalıların bulduğu bilinmektedir. Bu gelişmeler ile ticaret ortaya çıkmış bu durum seyahat çağının başlamasını sağlamıştır (Köseoğlu, 2019, s. 8). Ayrıca tekerleğin ilk olarak bugünkü güney Mezopotamya civarında yaklaşık M.Ö. 3500-4000 yılları arasında kullanılmaya başlandığı Mezopotamya’daki resim yazısı tabletlerinden anlaşılmaktadır (Tekin, 2014, s. 751). Bu gelişmeler ticari amaçlı seyahatlerin M.Ö. 4000 yılında başladığını göstermektedir (Yıldız, 2011, s. 55). Yaşanan gelişmeler doğrultusunda tarihi süreçte insanoğlunun çeşitli sebeplerle seyahatler gerçekleştirdiğı ortaya konulmaktadır. Bu seyahatler ilk çağda daha çok ticaret amaçlı yapılırken sağlık amaçlı da yapıldığı bilinmektedir. Babil Krallığı’ndaki Hammurabi kanunlarında da yiyecek içecek satışları ile ilgili düzenlemelere yer verilmiştir (Yıldırım, 2004, s. 14). Bu dönem Hindistan’a ve Çin’e bakıldığında bu ülkelerdeki ilk gezginlerin genellikle ticari amaçlı geziler yapmış olduğu tahmin edilmektedir (Budak, 2000, s. 7).

Akdeniz Bölgesinde ilk çağda yaşayan uygarlıkların seyahat tarihinde yer aldıkları bilinmektedir. Bu dönemde söz konusu uygarlıklar tarafından ticaret, alışveriş, festivaller, dini olgular, medikal tedaviler ve eğitim alanında gelişmeler yaşanmış ve böylece turistik gezi (seyahat) yapılmasına olanak sağlayan amaçlar ortaya çıkmıştır (Sarı allı, 2015, s. 7-8).

Antik Mısır, sahip olduğu tapınakları ve piramitleri nedeniyle M.Ö. 3000’li yıllarda gezginlerin yoğun olarak ziyaret ettikleri bir ülke konumundaydı (Budak, 2000, s.7). Eski Mısır’da (M.Ö. 3000-2000 yıllarında) binlerce insanın piramit ve tapınakları ziyarete gitmeleri tarihte ilk kez ziyaretçiler için konaklama yerlerinin yapılmasına sebep olmuştur (Yıldırım, 2004, s. 15).

Antik Yunan’da M.Ö. 700 yıllarında olimpiyat oyunlarının başlaması dünya turizm tarihinin gelişmesi açısından önemli bir yere sahiptir. Bu oyunları izlemek ve oyunlara katılmak amacı ile yapılan seyahatler spor turizminin başlangıcı sayılabilir (Budak, 2000, s.7; Kömürcü, 2017, s. 5). Bununla birlikte Antik Yunan’da hem oturlan yerde hem de yolculuk sırasında ve gidilip görülecek yerlerde can ve mal güvenliğini sağlayıcı kamu düzeni geliştirilmiştir. Bu durum söz konusu dnmde turizm faaliyetlerinin gelişmesine katkı sağlamıştır (Eralp, 1983, s. 2).

nl bir filozof olan ve M.Ö 427-347 arası dönemde yaşıyan Platon eserlerden birinde seyahate çıkan turist tanımlaması yapmıştır. Bu tanımlamada gezginleri/turistleri, tüccarlar, sivil ruhani liderler, yüksek statülü kültürel ziyaretçiler, kültürel ziyaretçiler diye sınıflandırmıştır. Bu tanımlama antik turizm etkinliklerinin açıklanması açısından önem arz etmektedir (Tekin, 2014, s. 752).

İlk ağ tarihi incelendiğinde merak amacıyla seyahat edenlerin Herodot ve Paunias olduğu görülmektedir (Köseoğlu, 2019, s. 8-9). Herodot M.Ö. 480-421 arası dönemde gezdii yerlerin geleneklerini ve adetlerini öğrenmeye çalışmıştır. Dolayısıyla Herodot’un kültür turizmini başlatan kişi olduğu söylenebilir (Budak, 2000, s. 7).

Büyük İskender tarafından M.Ö. 334 yılında kurulduğu belirtilen Efes Demokratik Şehir Devleti'nin yoğun ilgi gördüğü ve bir mevsimde 700 bin civarında kişi tarafından ziyaret edildiği kayıtlara geçmiştir. Söz konusu çağda Efes çarşısı, caddeleri, kütüphanesi, tiyatrosu ve eğlence yerleri ile o dönemin bilinen ticaret, kültür, sanat ve uygarlık merkezi olmuştur (Budak, 2000, s.7).

Yunanlılardan seyahatin temel özelliklerini alan Romalılar bunu boş zaman ve gelir artışının olduğu dönemde geliştirmişlerdir. İkinci konut, kısa süreli tatil düşüncesi zengin olan ve büyüyen orta sınıfın deniz ve dağ kenarına yaptıkları seyahatler Romalıların turizm olayına sağladıkları önemli katkılardandır (Yıldırım, 2004, s. 15). Roma İmparatorluğu döneminde sağlanan güvenlik ve oldukça gelişmiş ulaşım ağı sayesinde zevk için seyahatler yapılmaya başlamıştır. Tüm Avrupa'yı ve Asya'yı saran yollar yapılmıştır. Bu dönem sayısız rehberlik kitapları yazılmış olup kitaplarda yolların, caddelerin isimlerine, sokaklar arasındaki mesafelere, gezilecek görülecek bölgelere yer verilmiştir (Yıldırım, 2004, s. 15). İlkçağda Eski Yunan ve Roma İmparatorluğu gibi devletlerde turizm alanında yaşanan gelişmeler sonucunda yıllık tatil, boş zaman ve turizm mevsimi gibi olgular ortaya çıkmıştır (Eralp, 1983, s. 3-4). Romalılar, büyük seyirci kitlelerine sunulan spor faaliyetleri ve kolezyumlarda düzenledikleri görsel etkinlikleri ile önemli turizm faaliyetleri oluşturmuşlardır. Yılın yaklaşık 200 gününü turizm ve seyahat faaliyetleri ile geçiren orta ve üst sınıf, hamam, spa ve resorlarda dinlenerek, eğlenerek zamanlarını geçirmişlerdir (Sarı Çallı, 2015, s. 11).

1.2. Ortaçağda Turizm Alanında Yaşananlar (375-1453)

Roma İmparatorluğu'nun 5. yüzyılda yıkılmasıyla İlkçağ sona ermiş ve bu dönemde Roma İmparatorluğu tarafından sağlanan seyahat güvenliği ortadan kalkmıştır. Dolayısıyla bu durum merak, gezip görme, eğlence amaçlı seyahatlerin azalmasına neden olmuştur. Ortaçağda ise turizm alanında dinsel hareketlilikler, haclı seferleri ve ipek yolu ticareti öne çıkmaktadır. Ortaçağda insanlar büyük gruplar halinde dini inanışlarına göre kutsal sayılan dini mekânları ziyaret etmeye başlamışlardır. Ortaçağda gerçekleştirilen önemli seyahat olaylarından biri de Haclı Seferleri'dir. Bu dönem Kuzey Avrupa'dan Ortadoğu'ya Haclı Seferleri gerçekleştirilmiştir. Uzun seyahatleri gerektiren Haclı Seferleri sırasında gidiş ve dönüş yolları üzerinde yaşayan toplulukları da içine alan ve bu bakımdan toplumlararası etkileşime yol açan bir süreç yaşandığı söylenebilir. Ortaçağda önem kazanan başka bir gelişme ise kıtalararası ticarettir. Bu ticaret daha çok İpek Yolu üzerinden yapılmış ve bundan kaynaklanan ilişkiler, Batı Avrupa'yı Ortadoğu-Türkiye-İran üzerinden geçerek Hindistan ve Çin'e bağlamıştır. Çağa damgasını vuran bu model, kapsadığı ülkelerdeki yan bağlantılarıyla toplulukları sosyal ve ekonomik açıdan etkilemiştir (Eralp, 1983, s. 3-4).

Bir tüccar olan ünlü gezgin Venedikli Marco Polo 1271-1295 yılları arasında gerçekleştirdiği seyahatinde Venedik'ten yola çıkmış ve Ortadoğu'da uğradığı Akka'dan Anadolu'da Sivas'a gelmiş ve buradan İran'a, İran üzerinden de Çin'e ulaşan bir yolculuk yapmıştır. Ünlü gezgin gezdiği yerlerde karşılaştığı kültürleri anlatan bir kitap da kaleme almıştır (Eralp, 1983, s. 5; Sarı Çallı, 2015, s. 12). Ünlü

seyyah İbn-i Batuta ise 1325-1354 arası dönemde altı kez Hac ziyaretinde bulunmuş ve Afrika, İspanya ve Çin gezisini gerçekleştirmiştir. Bu gezginlerin insanların dış dünya hakkında bilgi edinmesini sağladıklarını ve insanlarda seyahat isteği oluşturduklarını söyleyebiliriz (Sarı Çallı, 2015, s.12) Gerçekleştirilen bu seyahatler sözü edilen bölgelerde gezginlerin can ve mal güvenliğini sağlayan bir ortamın oluştuğunu da göstermektedir.

Haçlı Seferleri'nin yapılması ve İpek Yolu ticaretinin gelişmesi ile seyahatlerin, ticaretin, inanç turizminin kıtalararası boyutlara ulaştığı ve Ortaçağ'da seyahat eden gezginlerin kıtalararası yolculuk yaptığı ve karşılaştığı yeni kültürleri kaleme aldığı görülmektedir. Rönesans hareketi ile beraber sanatsal alanda yapılan çalışmaların yoğun olduğu merkezlere yönelik seyahatlerin arttığı görülmektedir. Bu seyahatler, daha çok İtalya'ya yapılmış ve bu dönem kültür turizmine özgü örnekler oluşturulmuştur. Her yıl çok sayıda bilim adamının, sanatkârın ve öğrencinin İtalya'yı ziyarete geldiği gözlemlenmektedir. Diğer taraftan Ortaçağda Anadolu Türklerinde de turizmde hareketlilik yaşanmaya başlanmıştır. Anadolu Selçuklu Devleti gezginlere hizmet için kervansaraylar inşa etmiştir. Kervansarayların birinden diğerine deve ile yapılan seyahatlerde seyyahların konaklama ve yiyecek içecek ihtiyaçları karşılanmıştır. Anadolu'da, yönetimi Selçuklulardan devralan Osmanlılar da bu kervansarayları aynı amaçla kullanmıştır. Osmanlılar yönetimleri altına aldıkları topraklar üzerinde seyahat edenlerin kullanımına yönelik yollar, köprüler yapmışlardır. Osmanlı döneminde yaşayan seyyah Evliya Çelebi'nin seyahatnamesi de kültürlere ışık tutan

önemli bir eserdir (Yıldırım, 2004, s.16-17). Ayrıca Türk kavimleri de Müslümanlığı kabul etmeleri ile birlikte hac ibadetini yerine getirmek için seyahate çıkmışlardır.

1.3. Yeniçağda Turizm Alanında Yaşananlar (1453-1789)

1350'li yılların ardından Avrupa'dan çıkış yaparak hızla tüm dünyada siyasi, sosyal ve kültürel açıdan dönüşüm yaratan Rönesans hareketleri Yeni Çağda seyahat eğilimlerinde de etkisini göstermiştir. İtalya'da başlayan Rönesans, bu bölgeyi 1400'lü yılların sonundan itibaren Avrupa'nın sanat, kültür ve ekonomi merkezi haline getirmiştir. Söz konusu yıllarda İtalya'da gerçekleşen savaşlar da Avrupa'daki turizm faaliyetlerini durduramadığı gibi Rönesans'ın hızla yayılmasını sağlamıştır diyebiliriz. Bu dönemde turizmin tarihi gelişimi açısından önem arz eden Grand Turlar başlamıştır (Sarı Çallı, 2015, s. 13).

Yaşanan bu süreçte devletlerarasında ilişkilerin de arttığı, bilimin küresel anlamda yayılmaya başladığı görülmüştür. Dolayısıyla Rönesans ile birlikte bilim, sanat anlamında ortaya çıkan gelişmeler seyahat etme gereksinimini de doğurmuştur. Seyahat alanındaki bu gelişmeler de seyahat eden insanlara rehberlik edecek birey gereksinimini ortaya çıkarmıştır (Bacaklıoğlu, 2017, s. 5). Bundan dolayı, 1627 yılında bir Fransız papazı Paris şehri ve Paris'te bulunan görülmeye değer yerler hakkında bilgi içeren "Yabancılar Seyahat Rehberi" adıyla bir kitap yayınlamıştır (Budak, 2000, s. 7).

Turizm alanında önemli bir girişim olarak kabul edilen Grand Turlar 17. yüzyılda başlayıp 19. yüzyılın başlarına kadar devam

etmiştir. Grand Turlar ile başta İngiliz zengin ve soylu genç erkeklerin kültür, eğitim amacıyla İtalya'yı, İsviçre'yi, Fransa'yı ve Almanya'yı belirli rotalar üzerinden 3 yıla varan sürelerle ziyaret ettikleri bilinmektedir. İlk zamanlarda ileride tahta çıkma olasılığı olan prenslerin siyasi ve kültürel açıdan kendilerini geliştirmeleri amacıyla iyi planlanmış ve çok yönlü olarak ortaya çıkan Grand Turlara zamanla diplomatların, devlet adamlarının ve zengin ailelerin çocukları da katılmıştır. Bu şekilde geziye çıkan gençlere gittikleri yerlerde rehberler eşlik etmiştir. Nitekim 1606-1659 yılları arasında 1300 ziyaretçi Hans Honc'un rehberliğinde Roma'nın turistik yerlerini gezmiştir (Sarı Çallı, 2015, s. 13-14; Yıldırım, 2004, s.17). Grand Tur adı verilen seyahatler çağdaş anlamına yakın ilk otellerin açılmasına da sebep olmuştur. Böylece, ilk otel Londra'da 1634 yılında ve Paris'te 1667 yılında açılmıştır. Avrupa'da bu dönemde, kaplıca ve içmelerin bulunduğu yerlerde de seyahat edenlerin konaklamasını sağlayacak termal tesisler kurulmaya başlanmıştır. İngiltere'deki Bath, Fransa'daki Vichy ve Çek Cumhuriyeti'ndeki Marienbath/ Marianske Lazny bunlara örnektir (Yıldırım, 2004, s. 17).

Yeniçağda inanç turizmi açısından din inanışlarına göre kutsal sayılan yerler ziyaret edilmeye devam etmiştir. Misyonerler Haçlı Seferleri sonrası aktif olarak doğuya açılmışlardır. Bu durum Hıristiyan sayısını artırırken hac ibadetini yerine getirenlerin sayısında da artışa neden olmuştur. Aynı şekilde 1400'lü yıllara kadar Müslümanlığın Endonezya ve Hindistan'ın büyük bölümünde yayılması ile Asya kıtasından Müslümanlık için kutsal olan mekânlara hac ziyaretleri artmıştır. 1500'lü yıllarda Hinduizm'in Hindistan'da

yeniden canlanması ile söz konusu bölgedeki kutsal mekânlara yapılan ziyaretlerde de artış yaşanmıştır. İnanç alanındaki bu yayılma ile de inanç turizmi gelişmiştir (Onhan, Yıldız & Güneş, 2018, s.277).

1500'lü yıllarda atlı arabaların varlıklı kişiler arasında kullanımı Orta Avrupa'dan başlayarak tüm kıta Avrupası'nda yaygınlaşmıştır. Bu da varlıklı kişiler arasında seyahatleri tekrar yoğunlaştırmıştır (Budak, 2000, s. 9). Yeniçağda seyahat/turizm tarihi için önemli olan gelişmeler arasında Cristopher Columbus 1492-1502 yılları arasında, Küba, Jamaika, Bahama, Orta Amerika ve Güney Amerika'nın kuzey kesimlerini keşfi, 1519'da Macellan'ın İspanya'nın batısından başlayarak dünyanın etrafını dolaşması yer almaktadır. Bununla birlikte, bir İngiliz denizci olan James Cook Amerika'nın Pasifik'te Yeni Zelanda, Yeni Kaledonya, Avusturya, Hawaii ve Amerika'nın kuzeydoğusunu keşfetmesi de yer almaktadır (Sarı Çallı, 2015, s. 14).

Osmanlı Devleti'ne baktığımızda Yeniçağda fetih amacıyla yapılan seyahatlerin gerçekleştiği görülmektedir. Bu fetihler sonucu varılan yerlerde ise kültür alış-verişi yaşanmıştır. 1517 yılında gerçekleştirilen Çaldıran Seferi ile de kutsal emanetlerin İstanbul'a getirildiği görülmektedir. İstanbul'daki bu emanetleri o tarihten bu yana yerli ve yabancı turistler ziyaret etmektedir (Budak, 2000, s. 9). 1789 Fransız Devrimi ile Yeniçağ sona ermiştir. Böylece Yakınçağ başlamıştır. Günümüzde de devam eden bu çağın başlarında ise endüstri/sanayi devrimi gerçekleşmiştir. Endüstri devrimi ise turizm alanında önemli değişikliklerin yaşanmasını sağlamıştır.

1.4. Yakınçağda ve Endüstri Devrimi ile Turizm Alanında Yaşananlar (1789-)

Yakınçağ dünya tarihinde siyasi ve sanayi alanında oldukça önemli yenilikleri içermektedir. Bu çağda yaşanan gelişmelerin günümüzdeki anlamı ile modern turizm faaliyetlerini başlattığı söylenebilir (Sarı Çallı, 2015, s. 14).

Buluşlar ve teknolojik gelişmeler sonucu 18. ve 19. yüzyıllarda buharlı makinenin sanayide kullanılmaya başlanması ile makineleşen endüstriye geçiş sanayi devrimini başlatmış ve bu yolla istihdam büyük ölçüde fabrikalarda gerçekleşmeye başlamıştır (Sarı Çallı, 2015, s. 14). 1770 yılında iplik bükme makinesi buluşu endüstri devriminin başlangıcını simgeleyen bir olay olarak görülmektedir (Köseoğlu, 2019, s. 10). Endüstri Devrimi'nin getirdiği yeniliklerle pek çok alanda değişimler olmuştur. Devrim toplum yapısında da tam bir değişime neden olmuştur. Bir taraftan sanayi merkezlerinde fabrikalar kurulurken diğer taraftan makineler tarım alanında kullanılmaya başlanmıştır. Kurulan fabrikalarda çalışacak işçiye duyulan ihtiyaç köyden kente göçü başlatmıştır. Matbaanın yeni teknolojiye kavuşması sonucu basılan eser sayısı artmıştır. Bir taraftan ekonomik ve ticari faaliyet diğer taraftan ise Batı Avrupa'ya akan servet kapitalistleşme sürecini başlatmıştır. Sosyal sınıf kavramı ortaya çıkmış ve eğitim yaygınlaşmıştır. Kentler büyük şehirlere dönüşmüş, sanat ve kültür merkezleri halini almıştır. Üretim, nakliye ve pazar ilişkisi ulaşım sistemini geliştirmiştir. Giderek kapitalist sistem içinde sosyal adalet ve sosyal refah kavramları önem kazanmıştır. Bütün bu yaşananlar içerisinde kitlesel iletişim ağı hızla

kurulmuş ve dünya buna bağlı olarak küçülmüştür (Yıldırım, 2004, s. 17-18). Endüstri devrimi sonucunda ortaya çıkan söz konusu gelişmelere paralel olarak turizm alanında da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Dolayısıyla modern turizmin temelleri atılmaya başlanmıştır. Teknolojik gelişmeler yaşanması ve buna bağlı olarak insanların boş zamanının artması, nüfus artışı, kentleşme, ücretli tatil, seyahat güvenliğinin sağlanması, seyahat özgürlüğünün oluşması gibi toplumsal alanda yaşanan gelişmelerin hepsi endüstri devriminin ürünü olup bu gelişmeler turizm alanında da yenilikler sağlamıştır (Köseoğlu, 2019, s.10). 1830'lu yıllarda buhar gücü ile çalışan gemilerin hizmete girmesi ve demiryolu taşımacılığının gelişmesi ile zevk amaçlı gezilerin toplum arasında yaygınlaşması sağlanmıştır (Budak, 2000, s. 10).

Günümüzdeki özellikleri taşıyan ilk seyahat acentesi 1841 yılında Thomas Cook tarafından İngiltere'de kurulmuştur. Bu acente, kentin birinden diğerine bir toplu gezi düzenleyerek ilk turizm pazarlamasını gerçekleştirmiştir. Acente başlangıçta İngiltere'deki kentler arasında seyahati başlatmış 1867 yılında Paris'i de kapsamına alarak İngiltere dışına çıkmıştır. Bu gelişme turizm konusunda pazarlamanın uluslararası bir içerik kazanmasının başlangıcı olarak kabul edilmektedir (Eralp, 1983, s.14). Turizm ürününün pazarlanabilir hale gelmesinin hemen sonrası turist sayısında da artışa neden olmuştur. Thomas Cook İngiltere'de bulunan Leicester'den Loughborough'a 12 mil uzaklıkta olan özel bir gezi düzenlemiştir. Bu geziye yaklaşık 500 yolcu katılmıştır (Sarı Çallı, 2015, s. 15). 1867 yılında Londra'dan Paris'e düzenlenen ilk geziye katılanlarla on yıl

sonra katılanlar karşılaştırıldığında bu sayının 25 kat arttığı görülmüştür. Bu gelişmeyle turizm ürünlerinin sunulmasında reklam ve özgün tanıtım teknikleri aracılığıyla turizm alanlarındaki pazarlara sunulmuştur (Eralp, 1983, s. 14-15). Bu gelişme gösteriyor ki 19. yüzyılın ikinci yarısında turizm olayı ile bilimsel olarak ilgilenilmeye başlanmıştır. Çünkü turizm bu yıllarda gelişme göstermiş ve bilim insanlarının ilgisini çekecek önemli boyutlara ulaşmıştır (Budak, 2000, s. 11).

20. yüzyılın ilk yarısında 1914-1918 yıllarında I. Dünya Savaşı ve 1939-1945 yılları arasında II. Dünya Savaşı yaşanmıştır. Bu savaşlar her alanda olduğu gibi turizm alanında da kısa vadede olumsuz etkilere neden olmuştur. Ancak savaşlarda duyulan ihtiyaçlar doğrultusunda teknolojide gelişmeler yaşanmıştır. Bu teknolojik gelişmeler ise savaş sonrası turizm alanında olumlu gelişmeler sağlamıştır. Nitekim savaş yıllarında duyulan ihtiyaçtan dolayı motorlu araçlarda artış yaşanmıştır. Örneğin 1920 yılında 200 000 civarına ulaşan motorlu araç sahibinin sayısı 1939 yılında 2 milyona kadar ulaşmıştır (Sarı Çallı, 2015, s.16). I. ve II. Dünya Savaşları'nın bazı sonuçları savaş sonrası turizm alanında hızlı bir gelişme sağlamıştır. I. Dünya Savaşı'nda motorlu kara taşıtları yaygın şekilde kullanılmıştır. Savaş sonrasında ise bu taşıtlar ulaşım alanında kullanılmıştır. II. Dünya Savaşı'nda ise hava araçları yoğun olarak kullanılmıştır. Savaş sonrası bu askeri uçaklardan bazıları sivil alanda kullanılmaya başlanmıştır. Savaş sonrası sivil taşımacılığın hızla gelişmesinde, savaşta bu alanda çalışan teknik elemanların büyük etkisi görülmüştür. Dolayısıyla 20. yüzyıl turizmüne ulaştırma

alanında damgasını vuran motorlu kara ve hava taşıtları olmuştur (Budak, 2000, s.11-12). Savaşlar sonucunda yeni eğilimler de oluşmaya başlamıştır. Sosyal turizm, gençlik yurtları, karavanlar, kamplar, motorlu taşıtlarla ucuz ulaştırma ve turlarla kendini göstermiştir (Sarı Çallı, 2015, s.16).

20. yüzyılda turizm alanında konaklama işletmeleri ve tur organizatörleri değişime ve gelişime uğramıştır. 20. yüzyılın başında genellikle aristokratların ve zenginlerin taleplerine ve zevklerine göre hazırlanan oteller günümüzdeki kitle turizminin koşullarına uygun, büyük ve standart hizmet sunan konaklama işletmelerine dönüştürülmüştür. Tur organizatörlerinin gruplar için düzenlediği paket turlar ise, günümüzde turizm olayının tipik bir yönüdür (Budak, 2000, s. 12). 20. yüzyılın ikinci yarısında uluslararası turizm sektöründe kaydedilen gelişmeler; izin sürelerinin ve ücretlerin artırılması, güvenliği tur sayılarının artması, kara ve hava yolu ağlarının gelişmesi, tur operatörlerinin yeni ürünler ve satış tekniklerini geliştirmesi, internet kullanımının yaygınlaşması, bilgiye ulaşmanın kolaylaşması ve konaklamada yeni biçimlerin geliştirilmesidir (Sarı Çallı, 2015, s.17).

Günümüzde turizm alanında yaşanan gelişmelere baktığımızda turizmin ticari bir olgu halini aldığı görülmektedir. Sanayi alanında, toplumsallaşmada, teknolojiye ve ulaşımında yaşanan gelişmelerle birlikte turistik seyahatlerde önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim turizmin resmi olarak gelişmeye başlaması ile Lahey'de 1925 yılında Resmi Turizm Reklam Kuruluşları Uluslararası Birliği adında bir turizm örgütü kurulmuştur. Bu örgütün adı II. Dünya Savaşı'ndan

sonra Resmi Turizm Kuruluşları Uluslararası Birliği olarak değiştirilmiş ve merkezi de Cenevre'ye taşınmıştır. Birleşmiş Milletler Genel Kurulu'nda 1969 yılında alınan bir kararla bu birliğin adı da Dünya Turizm Örgütü olarak değiştirilmiştir. Birlik 1975 yılında ilk genel kurulunu Madrid'de gerçekleştirmiştir. Birlik 2003 yılında Birleşmiş Milletlerle bir anlaşma imzalamıştır. Bu anlaşma ile Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü olarak faaliyet gösteren bir turizm örgütü olmuştur (Bacaklıoğlu, 2017, s. 5; Çamyamaç, 2017, s. 163-165).

1960'lı yılların sonunda turizm alanında önemli bir gelişme olarak görülen olay ise, Amerikalı astronotların 1969 yılında Ay'a bir yolculuk gerçekleştirmeleridir. Bu durum Yakınçağda teknolojik gelişmelerin ulaştığı düzeyi ve bunun turizme etkisini gösterebilecek boyuttadır. 2001 yılına gelindiğinde ise Dennis Tito, uzaya seyahat eden ilk turist olarak tarihteki yerini almıştır (Sarı Çallı, 2015, s. 17). Bu durum günümüzde uzay turizmi çeşidini de ortaya çıkarmıştır.

2. TÜRKİYE CUMHURİYETİNDE TURİZM ALANINDA YAŞANAN GELİŞMELER

2.1. 19. Yüzyılın İkinci Yarısında Osmanlı Devleti'nde Turizm Alanında Yaşanalar

Eski bir yerleşim bölgesi olduğundan ve İpek yolunun bu topraklar üzerinden geçmesinden dolayı Anadolu'da, turizm alanında yaşanan gelişmeler çok eski çağlara dayanmaktadır. Coğrafi konumu nedeniyle farklı toplumlar Anadolu topraklarında yaşamışlardır. Bu özelliği nedeniyle ticari seyahatlerin yanı sıra dini ve kültürel gezilere

de ev sahipliği yapmıştır. Selçuklular ve Osmanlılar döneminde yapılan hanlarla ve kervansaraylarla sağlanan kolaylıklar nedeniyle bu seyahatler artarak devam etmiştir. Ancak Türkiye'de bugünkü anlamda turizm alanında yaşananlara baktığımızda 19. yüzyılın ikinci yarısında bazı adımların atılmaya başlandığı görülmektedir.

Osmanlı Devleti zamanında Anadolu'da çeşitli boyutlarda seyahatler yapılmıştır. Ancak, çağdaş anlamda seyahat ve turizm ile ilgili adımların ilkinin Sultan II. Mahmut döneminde buharlı gemilerin alımı ve yapımına başlanması ile olduğu görülmektedir. Bu gemilerin alımının yanı sıra Sultan Abdülaziz döneminde ilk iç turizm ve seyahat hareketinin gerçekleştirildiği bilinmektedir. O dönem seyahat imkânları kolaylaşmıştır. Bu nedenle Sultan Avrupa gezisine çıkmıştır. Gezi esnasında batılı devletlerdeki fuarları görüp inceleyen Sultan bundan etkilenmiş ve 1863'de "Sultanahmet Meydanı'nda", "Sergi-i Umumi-i Osmani" adı ile Osmanlı'da ilk fuarın açılmasını sağlamıştır. Bu sergi Avrupa ülkelerinde büyük ilgi uyandırmıştır. Başta Avusturya olmak üzere çeşitli ülkelere turistler bu sergiyi görmeye gelmiştir. Bunun sonucunda da İstanbullu değişik yerleri görmek amacıyla seyahat edildiğini öğrenmiş ve İstanbul'un seçkin kesimi Avrupa ülkelerine yapılan gezilere katılmaya başlamıştır (Sarı Çallı, 2015, s. 18; Özdemir, 2011, s. 90). 1863 yılında İstanbul'da bir seyahat acentesi kurulmuştur (Köseoğlu, 2019, s.12). 1870 yılında Paris-İstanbul arası demiryolunun kullanıma açılmasıyla birlikte İstanbul'da turistik otellerin yapılmasına başlanmıştır. 1892 yılında da Pera Palace Oteli kurulmuştur. Bu dönem Osmanlı topraklarında yabancı seyahat acenteleri de kurulmaya başlanmıştır (Bacaklıoğlu,

2017, s.6; Çetin, 2018, s. 65). Turizmi geliştirmeye yönelik yapılan düzenlemelerden biri ise 1890 yılında yürürlüğe konan “Seyyahine Tercümanlık Edenler Hakkında Tatbik İdilecek 190 Sayılı Nizamname”dir (Bacaklıoğlu, 2017, s. 6). İstanbul’a gelmek isteyen yabancıların vize ve ülke içinde dolaşmaları için de tezkere almaları gerekmektedir. Nitekim vize ve tezkere işlemlerinin yürütülmesi amacıyla rehberler ve acenteler görevlendirilmiştir (Yıldırım, 2004, s. 28; Sezer, 2003, s. 109-110).

Wagon-Li firmasına ait olan Orient Express treni 1883-1977 yıllarını kapsayan süreçte Paris-İstanbul hattında demiryolu seferleri yapmıştır. Şark Ekspresi adıyla da bilinen bu trenin seferleri I. Dünya Savaşı ile sekteye uğramıştır. Hava taşımacılığının gelişmesi sonucu da Şark Ekspresi seferlerini 1977 yılında Devlet Demir Yolları’na bırakarak Türkiye’den gitmiştir (Sarı Çallı, 2015, s. 18).

I. Dünya Savaşı devam ederken Almanya ile Osmanlı Devleti arasında sağlanan ittifak turizm alanına etki etmiştir. Her yıl değişik yerleri görmek ve gezmek amacıyla Avrupa ülkelerine giden Alman turistler 1916 yılında savaşın ortasında İstanbul’u ziyarete gelmişlerdir. Bu grup içinde yer alan ve adı Ernest Erman olan bir Alman, Bab-ı Ali’ye bir mektup yazarak Osmanlı coğrafyasının sahip olduğu doğal güzellikleri ve tarihi eserleri ile turizmin gelişmesine uygun bir ülke olduğunu belirtmiştir. Talat Paşa bu mektupta yazılanlar doğrultusunda gerekli kişilerle görüşmüş ve turizmi geliştirmek için gerekli olan düzenlemelerin yapılmasını istemiştir. Paşanın bu isteği doğrultusunda şehremini ve İstanbul valiliği ortak olarak, otel ve eğlence mahallerinin kurulması, bu mekânlara giden

yolların iyileştirilmesi, tarihi eserlerin çevirisinin yapılması gibi düzenlemelerin yapılması amacıyla bir rapor hazırlamışlardır. Savaşın kazanılacağı düşünülerek hazırlanan bu raporun savaş sonrası uygulamaya konulması planlanmıştır. Savaşın olumsuz sonuçları nedeniyle bu raporun uygulamaya konulmadığı görülmektedir (<https://www.dunyabulteni.net/tarihten-olaylar/osmanlida-turizm-h122673.html>).

Osmanlı Devleti'nin son döneminde yaşanan savaşlardan (Balkan Savaşı, I. Dünya Savaşı, Kurtuluş Savaşı) diğer alanlardaki ekonomik faaliyetlerde olduğu gibi turizm alanı da olumsuz yönde etkilenmiştir. Savaş nedeniyle İstanbul mülteci akımına uğramıştır. Ayrıca 1917 yılında Rusya'da yaşananlar nedeniyle 100 bini aşkın Rus mülteci İstanbul'a gelmiştir. Rus mültecilerden Türkiye'de kalanlar ise İstanbul'daki eğlence yerlerinin ve lokantaların gelişmesine katkı sağlamışlardır (Yıldırım, 2004, s. 29).

Bütün bu gelişmelere rağmen Osmanlı Devleti döneminde günümüzdeki turizm anlayışına benzer bir görüş veya düşünceye, diğer ülkelerde gerçekleştirilen benzer turizm girişimlerine, turizm amaçlı özel ya da resmi bir kuruluşa rastlanılmadığı söylenebilir (Köseoğlu, 2019, s. 8-12).

2.2. Türkiye Cumhuriyeti'nde Turizm Alanında Yaşananlar

1923 yılında kurulan Türkiye Cumhuriyeti ülke sınırları içinde ve dışında çeşitli sorunlarla uğraşmaktaydı. Bu nedenle söz konusu dönemde turizm alanında önemli gelişmeler yaşanmamakla birlikte bu alanda ileriki dönemlerde sektörün gelişmesini sağlayacak bazı adımlar atılmıştır. Cumhuriyet döneminde turizm alanındaki ilk adım,

1923 yılında Türk Seyyahin Cemiyeti'nin kurulmasıdır (Köseoğlu, 2019, s. 8-13). Bu cemiyet Raşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından kurulmuştur. Cemiyetin ismi 1930 yılında Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü olarak değiştirilmiştir. Bu kurum tarafından Türkiye'nin ilk afişleri, ilk karayolu haritaları, ilk prospektüleri basılmıştır. İlk tercüman rehberlik sınavları yapılmış ve ilk olarak turizm alanında incelemeler yapılmıştır (Yıldız, 2011, s.57-58). Cumhuriyetin ilanından az bir zaman önce 18 Ekim 1923 tarihinde Milli Türk Seyahat Acenteliği Ziya ve Şükerası (NATTA) kurulmuştur. Türkiye'de turizm seyahat acenteliği alanında ilk olarak kurulan bu kuruluş, rehber sağlama, otomobil kiralama, bilet satma, broşür basma, iç ve dış seyahatler düzenleme gibi işler yapmıştır (Sarı Çallı, 2015, s. 18-19). Yataklı vagonlar ilk defa 1924 yılında Haydarpaşa- Ankara hattında hizmete girerken Türkiye Tayyare Cemiyeti de 1925 yılında kurulmuştur. Yataklı vagonlar gün geçtikçe artarken Tayyare Cemiyeti'nin adı 1933 yılında Türk Havayolları İşletme İdaresi olarak değiştirilmiştir (Bacaklıoğlu, 2017, s.6-7).

Türkiye'de turizm alanında yapılan ilk yasal çalışma 1934 yılında kabul edilen “*İktisat Vekâleti Teşkilatı ve Vazifeleri Hakkında 2450 Sayılı Kanun*”dur (Yıldız, 2011, s. 58). Turizm bu kanunla kamu hizmeti olarak kabul edilmiş ve sorumluluğu 1937 yılına kadar Dış Ticaret Dairesi'ne (Türk Ofisi) bırakılmıştır. 1938 yılına gelindiğinde ise Türk Ofisi Dairesi altında olan neşriyat ve propaganda servisi içinde bir turizm masası oluşturulmuştur. 1939 yılında bu şube “Turizm Müdürlüğü” adı ile “Ticaret Vekâletine bağlanmıştır. 1949 yılında kabul edilen 5392 sayılı kanun ile de “Basın Yayın Turizm

Genel Müdürlüğü” kurulmuştur. 1953 yılına gelindiğinde ise “Turizm Endüstrisini Teşvik Kanununda” belirtilen vergi muafiyetleri ve kredilerle özel sektörün turizme teşvik edilmesi amaçlanmıştır. 1957’de Basın Yayın ve Turizm Vekâlet’inin kurulduğu görülmektedir. Ayrıca, 1960 yılında Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası kurulmuştur. Bu bankanın görevi hem turizm alanına krediler sağlamak hem de bu alanda yatırımlar yapmak olarak belirlenmiştir. 1950-1960 yılları arasında devletin turizm alanında uyguladığı politikalar turizmi kanun ve yönetmeliklerle çeşitlendirmek ve diğer taraftan bunların uygulanması için gerekli kurumları oluşturmak yönünde olmuştur. Basın Yayın ve Turizm Vekâlet’inin adı 1963 yılında “*Turizm ve Tanıtma Bakanlığı*” olarak değiştirilmiştir. Bu bakanlığın görevleri arasında, turizm alanındaki işleri planlamak ve yaptırmak, turizm alanında uluslararası işbirliği yapmak, Türkiye’yi dünyaya tanıtmak gibi görevler bulunmaktadır (Dinçer & Çetin, 2015).

1960’lı yıllarda turizm sektöründe kalkınma planları yapılarak turizm alanında gelişmeler yaşanmıştır. Bu yıllarda Türkiye’deki bölgelerin kaynak envanteri yapılmıştır. Fiziksel örnek tesisler olarak, konaklama, yat limanı ve benzeri tesisler devlet tarafında yapılmıştır. 1963–1980 yılları arasında, turizm yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunmak, yeni istihdam olanakları oluşturmak, döviz gelirlerini artırmak, Türk halkına tatil yapabilme imkânlarını sunmak gibi önemli çalışmalar başlatılmıştır. Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) 1972 yılında kurulmuş ve bu kuruluş seyahat acentelerini tek çatı altında toplamıştır. “2634 sayılı *Turizmi Teşvik*

Kanunu” 1982 yılında kabul edilmiştir. Bu kanunun kabulü ile yatırımları turizmin gelişmesini sağlayacak alanlara yönlendirmek, az olan kaynakları etkin olarak kullanmak amaçlanmıştır. Devlet 1983 yılında özelleştirmelere hız vermiştir. Bu süreçte TÜRSAB, Turizmi Geliştirme Vakfı (TUGEV), Türkiye Otelciler Birliği (TÜROB), Turizm Yatırımcıları Derneği (TTYD) vb. dernekler ve birlikler aracılığıyla turizm alanında özel sektör kesiminin önemli konular elde ettiği söylenebilir (Yıldız, 2011, s. 58-59).

Türkiye’de turizmi canlandırmak amacıyla birçok atılım gerçekleştirilmiştir. Bunlardan en önemlisi ise 1963 yılında “*Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı*”nın hazırlanmasıdır. Bu kalkınma planında turizme önem verilmesi, turizm alanında sahip olunan kaynaklardan etkin bir şekilde faydalanılması, turizm çalışmalarıyla ilgili tanıtım faaliyetlerinin düzenlenmesi ve turizm yatırım çalışmalarının yapılmasına yer verilmiştir (Bacaklıoğlu, 2017, s.7). Türkiye’ye gelen yabancı şirket sayısı incelendiğinde 1980 yılına kadar toplamda Türkiye’ye 100’ün altında şirketin yatırım yaptığı bilinmektedir. Türkiye’de “24 Ocak Kararları”nın alınmasının ardından “Ekonomik İstikrar Kararları”nın alınmasıyla 1980’li yıllarda önemli oranlarda yükselmeler görülmüştür. 1986’da 100 milyon dolarlık rakamlar söylenmeye başlanmıştır (Dalgın, Karadağ & Bingöl, 2015, s. 178). 1963-2014 yılları arasında 10 kalkınma planı hazırlanmış ve bu kalkınma planlarının onunda da turizm alanında yapılması gereken önemli konulara yer verilmiştir (Büyükşalvarcı, Şapıcılar & Bayrakçı, 2016, s. 186-201).

Türkiye turizminin uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay 1989-1998 yılları arası binde 3'ten %1,8'e, yabancı turist sayısı 2,8 milyondan 9,7 milyona, turizm geliri ise, 2 milyar dolardan 7,2 milyar dolara yükselmiştir. 1999 yılında gerçekleşen deprem sonrası iptal edilen rezervasyonlar sonrası turizm gelirlerinde ve turist sayısında düşüş yaşanmıştır (Yıldız, 2011, s. 59). 2007-2012 yılları arasında Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı ortalama yıllık 31,8 milyon kişi olmuştur. Turizm geliri 29,4 milyar dolara ulaşmıştır. Türkiye 2012 yılında dünyada en çok ziyaret edilen ülkeler arasında 6. ülke olmuş ve turizm gelirlerinde de 12. sırada yerini almıştır (Bacaklıoğlu, 2017, s.7).

Onuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı 2013 yılında hazırlanmıştır. Bu kalkınma planında da turizm alanında, turizmde nitelikli işgücü, tesis ve hizmet kalitesiyle uluslararası bir marka haline gelmesi, daha üst gelir grubuna hitap edilmesinin temel amaç olacağı, planlı dönemlerin başından bugüne kadar turizm sektöründe önemli ilerlemeler sağlanacağı gibi yapılması gerekenlere yer verilmiştir (Akça, 2016, s. 725).

1923 yılından günümüze turizm alanında gelişme ve çeşitlenme yaşanmış ve istenen hedeflere ulaşmak için turizm alanında yapılan çalışmalarla bu süreç devam etmektedir. Buna paralel olarak turist sayısında da artış yaşanmaktadır. Günümüzde turizm faaliyetlerinin zenginleştirilerek çeşitliliğinin arttığı söylenebilir. Bu kapsamda ülkemizde, deniz ve yat turizmi, inanç turizmi, sağlık ve termal turizm, kongre turizmi, eko turizm, yayla turizmi, mağara turizmi, av turizmi, dağ turizmi, kış turizmi, spor turizmi gibi çok sayıda turizm

faaliyetleri gerçekleştirilmektedir (Akça, 2016, s. 721-122; Salici, 2016, s. 6-10).

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çağlar öncesinde insanlar, barınma için korunaklı yerler bulmak ve yiyecek içecek temin etmek amacıyla seyahatler yapmışlardır. Bu seyahatlerin genel itibariyle eğlence, merak, gezme görme amacı taşımadığı, yaşamı devam ettirebilmek adına zorunlu olarak gerçekleştirilen seyahatler olduğu ifade edilebilir. İlkçağda başta ticaret olmak üzere eğlence, kültür ve sağlık amaçlı seyahatlerin yapıldığı görülmektedir. Yunan, Roma ve Mısır gibi büyük uygarlıklarda yaşanan gelişmelerle boş zaman (tatil) kavramı oluşmuştur. Bunun sonucu olarak da festival, spor, sanat gibi eğlence turizmi ve sağlık amaçlı turizm gelişmiştir. Roma döneminde yoların güvenli olması da seyahatlerin artmasına sebep olmuştur. Bu dönem ülkelerarası seyahatler yapılmıştır. Roma İmparatorluğunun 5. yüzyılda dağılması ile güvenli ortam kalmadığı için eğlence turizminde duraksama yaşanmıştır.

Ortaçağda keşif hareketleri artmış ve gezginler seyahatleri sırasında gördükleri kültürleri anlatan kitaplar yazmışlardır. Roma İmparatorluğu döneminde gelişen eğlence turizmi Ortaçağda yerini din temalı turizme bırakmıştır. Bu dönemde Haçlı Seferleri gibi dinin ön planda olduğu savaşlar yaşanmıştır. Misyonerler Hıristiyanlığı yaymak için kıtalararası seyahatler yapmıştır. İpek Yolu üzerinden yapılan ticaret gelişmiştir. Bu gelişmelerle de kıtalararası hareketlilik

başlamıştır. Ortaçağın sonlarında geleceğin Avrupa'sına yön veren ve sonuçları ile dünyayı etkileyen Rönesans hareketi yaşanmıştır.

Yeniçağ, keşiflerin damgasını vurduğu bir çağ olarak görülmektedir. Yeniçağ süreci yaşanırken Eski Dünya, Amerika Kıtası ile bağlantı kurmuştur. Bu gelişmenin hemen ardında yeni dünyanın Hıristiyanlaştırılması hareketi başlamıştır. Yeni dünyanın keşfi, Ümit Burnun keşfi gibi gelişmeler ticareti geliştirirken yanında sömürgeciliği de getirmiştir. Bu dönem İtalya başta olmak üzere Avrupa varış yerlerinde turizm odaklı seyahatler artmıştır. Özellikle seçkin ailelerin üyeleri 3 yıla varan eğitim, kültür, eğlence amaçlı seyahatlere çıkmışlardır. Misyonerlik faaliyetleri bu dönemde devam etmiştir. Dolayısıyla din odaklı turizm bu dönemde önemini korumuştur. Hac ibadetini yerine getirmek için seyahate çıkanların sayısı artmıştır.

Rönesans hareketlerinin etkisi ile Yakınçağda endüstri devrimi yaşanmıştır. Böylece tarımda ve sanayide makineleşmeye gidilmiş, bu gelişme iş hayatında ve sosyal hayatta yenilikler yaşanmasına neden olmuştur. Ulaştırma alanında toplu taşımaya geçilmiştir. Bugünkü anlamdaki turizmin/kitle turizminin ilk örnekleri bu dönem görülmüştür. I. ve II. Dünya Savaşları başlarda turizmi olumsuz yönde etkilerken, savaş sonrasında turizm alanında çalışacak teknik eleman temininde, kara ve hava taşımacılığının gelişmesinde katkı sağlamıştır. Sonuç olarak turizm faaliyetleri dünyada özellikle Avrupa ülkelerinde II. Dünya Savaşından sonra günümüzdeki anlamda önem kazanmıştır.

Türkiye’de turizmin gelişim sürecine baktığımızda; Osmanlı Devleti’nde turizmi geliştirecek yönde ilk adımların atıldığı görülmektedir. Cumhuriyet döneminde de söz konusu geliştirici faaliyetlere devam edilmiştir. Başta Amerika olmak üzere bununla birlikte İspanya, Fransa, İtalya gibi önemli Akdeniz ülkelerinin turizmin ekonomik, sosyal, kültürel etkilerini anlayarak II. Dünya Savaşı sonunda turizmi geliştirecek birtakım girişimlerde buldukları belirlenmiştir. Ancak Türkiye’de turizmin farkına varılması ve geliştirilmesi için gereken önemli adımların 1980’li yıllarda atıldığı görülmektedir. Bu durumda Türkiye’nin günümüzde turizm açısından rakibi olan ülkelerin çeşitli açılardan Türkiye’nin yaklaşık 35 yıl ilerisinde olduğu söylenebilir. Çalışmada turizmin uluslararası düzeyde tarihi gelişimi incelendiğinde genel olarak, tarih boyunca savaşlar ve devletlerarası yıkımların dünya genelinde turizm alanında duraksamalara neden olduğu belirlenmiştir. Buna rağmen turizm alanında her dönem gelişmelerin sağlandığı ve günümüzde de küresel anlamda turizmin hızlı büyüyen ve gelişen sektörlerden biri olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akça, Y. (2016). Türkiye'nin Kalkınma Planlarında Turizm Politikası, International Conference On Eurasian Economies, ss.721-726, <https://www.avekon.org/papers/1801.pdf> (Erişim: 12.08.2019).
- Akın, A. (2018b). Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi (Gaziantep Örneği). Güncel Turizm Araştırmaları, IKSAD Publications.
- Akın, A. (2018a). Turist Rehberlerinin Mesleki Örgütlenmelerinin Değerlendirilmesi, Güncel Turizm Araştırmaları, IKSAD Publications.
- Bacaklıoğlu, G. (2017). Büyük Ölçekli Konaklama İşletmelerinde Risk Yönetimi Algısı. Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Budak, F. (2000). Türk Turizminin Gelişimi Ekonomiye Katkıları ve Sorunları. Bilim Uzmanlığı Tezi. İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Büyükkşalvarcı, A., Şapıcılar, M. C. & Bayrakçı, S. (2016). Kalkınma Planları Kapsamında Turizm Endüstrisinin Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 11, 186-201.
- Çamyamaç, A. (2017). Dünya Turizm Örgütü. *İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 159-186.
- Çetin, E. (2018). 19. Yüzyılın İkinci Yarısında Osmanlı Devleti'nde Otel ve Misafirhanelere Dair Düzenlemeler. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (1), 63 – 76.
- Dalgın, T., Karadağ, L. & Bingöl, Z. (2015). Türkiye'de Turizm Girişimciliğinin Gelişimi ve Turizmle İlgili Sağlanan Teşvikler, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 4(1), 174-184.
- Diñer, M. Z. & Çetin, G. (2015). Kalkınma Planlarında Turizm (In D. Küçükaltan, H. Çeken & O. Mercan Eds.). *Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Eralp, Z. (1983). *Genel Turizm*. Ankara: Ankara Üniversitesi Basın-Yayın Yüksek Okulu Yayınları.
- Erkmen, A. & Akın, A. (2018). Siyasi Partilerin 2018 Genel Seçim Beyannamelerindeki Turizm Vaatlerinin Turizm Stratejisi 2023 Kapsamında Değerlendirilmesi, (Ed. Aliye Akın, *Güncel Turizm Araştırmaları*. İksad Publishing House.
- Kara, O., Çömlekçi, İ. & Kaya V. (2012). Turizm Gelirlerinin Çeşitli Makro Ekonomik Göstergeler ile İlişkisi; Türkiye Örneği (1992-2011). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 75-100.
- Kömürcü, S. (2017). Etkinlik Turizmi ve İnanç Turizmi Paradoksu: Turizm Yazınında İnanç Etkinliklerinin Kavramsal Analizi ve Konumlandırılması. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Köseoğlu, A. (2019). Hüzün Turizmi Kapsamında Çanakkale Savaşlarının Turizm Ekonomisine Etkisi. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Onhan, E., Yıldız, Z. & Güneş, İ. (2018). Turizm Sektörünün Gelişmesi Üzerine Bir Değerlendirme: İlk Çağdan 19. Yüzyıla https://www.academia.edu/38439236/Turizm_Sekt%C3%B6r%C3%BCn%C3%BCn_Geli%C5%9Fimi_%C3%9Czerine_Bir_De%C4%9Ferlendirme_%C4%B0lk_%C3%87a%C4%9Fdan_19_Y%C3%BCzy%C4%B1la.pdf (Erişim 2.08.2019).
- Özdemir, M. (2011).Türkiye’de Turizmin Başlaması: Osmanlı’da Sanayileşme Çabaları: Sergi-i Umum-i Osmanî (1863 İstanbul Uluslararası Sergisi). *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 87-90.
- Özgen, N. (2012). Siirt’in İnanç Turizmi Mekânları: Ziyaret (Veysel Karani) ve Tillo (Aydınlar) Örnekleri, *Eastern Geographical Review*, 17(27), 251-272.
- Salıcı, O. (2016). Türkiye Masa Tenisi Turizmi Katılımcılarının Tutum ve Memnuniyet Düzeylerinin Araştırılması ve Masa Tenisi Turizminin Geliştirilmesine Yönelik Öneriler. Doktora Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

- Sarı allı, D. (2015). Uluslararası Seyahatlerin Tarihi Gelişimi ve Son Seyahat Trendleri Doğrultusunda Türkiye'nin Konumu. *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 4(1), 4-28.
- Sezer, H. (2003). Osmanlı İmparatorluğu'nda Seyahat İzinleri (18-19.Yüzyıl). *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih - Coğrafya Fakültesi Tarih Bölümü Araştırmaları Dergisi*, 21 (33),105-124.
- Soyu, E., Karaçor, S., Altınok, S. & Fırat, E. (2017). Türkiye'de Turizm Gelirlerinin Ekonomideki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *International Conference On Eurasian Economies*.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami Turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki Genel Durum Üzerine Bir İnceleme. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(29), 750-766.
- Vatan, A. (2018). Bilecik'in Turizm Destinasyonu Olarak Değerlendirilmesine Yönelik Yerel Paydaş Analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6 (4), 604-625.
- Yıldırım, İ. I. (2004). Tatil Köylerinde Çevre ve İhtiyaç Programı Verilerinin Mimari Tasarıma Etkisinin Bodrum Yöresi İçin İrdelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Yıldız, Z. (2011). Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 3(5), 54-71.

İnternet kaynakları

- <https://www.dunyabulteni.net/tarihten-olaylar/osmanlida-turizm-h122673.html>
(Erişim 08.08.2019).
- <https://www.mesutozdemir.org/turizmin-tarihsel-gelisimi/>
(Erişim 29.07.2019).

İKİNCİ BÖLÜM
OTEL İŞLETMELERİNDE SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM
UYGULAMALARI

Öğr. Gör. Adnan AKIN¹

¹ Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu
aakin@gantep.edu.tr

GİRİŞ

18. yüzyılın ikinci yarısında ortaya çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına alan Sanayi Devrimi, dünya nüfusunun hızla artmasına ve önemli teknolojik gelişmelere yol açmıştır. Bu durum üretimin artmasına ve doğal kaynakların daha çok kullanılmasına neden olmuştur. Dolayısıyla insan sahip olduğu teknoloji ile gereksinimlerini karşılamak amacıyla sınırsız bir kaynak olarak gördüğü doğayı, çevreyi bilinçsiz bir şekilde kullanarak, tahrip etmiş ve büyük risklerle karşı karşıya bırakmıştır (Tıraş, 2012, s. 58). Geçmişten günümüze nükleer ve kimyasal (Çernobil ve Basel olayı) gazların, termik santrallerin, kimyasal tarım ilaçlarının hava, su, toprak başta olmak üzere çevre kirliliğine yol açtığı bilinmektedir. Bu doğrultuda insan sahip olduğu teknolojiyi söz konusu anlayışla kullanmaya devam ederse ekolojik dengenin bozulmasına neden olabilecektir (Kılıç, 2006, s. 119).

Günümüzde oluşan çevre kirliliğinin boyutlarının ciddi anlamda artması toplumdaki tüm kesimlerin ve sektörlerin ilgisini, duyarlılığını bu konuya yöneltmesine neden olmuştur. Dünyada hızla büyüyen sektörler arasında yer alan turizmin çevreye yönelik olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinin de olduğu bilinen bir gerçektir (Örnek & Akın, 2016, s.1089). Bu etkiler; hava, su, ses kirliliği, nüfus artışı, trafik yoğunluğu, ormanların tahrip edilmesi, kıyıların ya da kültürel mirasın zarar görmesi, bölgenin doğal güzelliğine uygun inşa edilemeyen yapıların estetik bozukluğu sonucu oluşan görsel kirlilik, taşıma kapasitesinin aşılması ve doğal çevrenin tahribatı şeklinde olumsuz yönde olabildiği gibi geri kazanım veya korumaya yönelik

önlemlerin alınması gibi olumlu biçimlerde de olabilmektedir (Ahipaşaoğlu & Kozak, 2008; Calaretu, 2011; Maviş, Seyhan & Yılmaz, 2010). Dolayısıyla kontrolsüz, plansız ve hızlı gelişmeye dayalı bir turizm anlayışı doğal kaynakların belli bir zaman sonra tükenmesine, bozulmasına ve değerinin kaybolmasına neden olabilecektir (Çelik, 2014, s. 10; Demir & Çevirgen, 2006). Oysa turizm doğal ve kültürel kaynaklara bağımlıdır. Bu kaynakların bulunmadığı ortamda turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi de mümkün olmamaktadır. Bu bağlamda turizmin çevreye verdiği zararların en aza indirgenmesi, doğal kaynakların korunması, kaynakların sürekli ve dengeli bir şekilde yönetilmesi, enerjinin etkin kullanılması vb. kriterlerin göz önünde bulundurulması başka bir ifadeyle “turizmde sürdürülebilirliğin” sağlanması büyük önem taşımaktadır.

Sürdürülebilir turizm *“insanın içinde bulunduğu ya da bulunmadığı çevrenin tahrip edilmeden özünün korunarak, kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve doğal yaşamın sürdürüldüğü aynı zamanda tüm kaynakların ziyaret edilen bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını doyuracak şekilde gelecek nesillerin de aynı ihtiyaçlarını karşılayabilecekleri biçimde yönetildiği bir kalkınma şeklidir”* (UNWTO, 1998). Buna göre, sürdürülebilir turizm ile çevre kalitesini devam ettirmek, turistik destinasyonların yaşam kalitesi yükseltilerek, gelecek kuşaklara bozulmadan kalmasını sağlamak, kaliteli ziyaretçi deneyimleri gerçekleştirmek, turizmin ekonomiye, çevreye katkısını arttırmak amaçlanmaktadır (Inskeep, 1991, s. 461). Bu amaç kapsamında sürdürülebilir turizm çevreye zarar vermeyecek ve

çevreyi koruyup, geliştirecek bir turizm anlayışı olarak da ifade edilebilmektedir. Bu bağlamda; çevrenin estetik özelliklerini, korumak, yerel kültür ve doğal yaşam üzerinde yoğunlaşmak, turizmin bir bölgede kontrollü gelişmesini ve faydalarının topluma yayılmasını sağlamak, turizmin farklı destinasyon ve zaman dilimlerine yayılmasını sağlayarak, bu kapsamda oluşabilecek olumsuz etkileri en aza indirmek sürdürülebilir turizmin çevresel ilkeleri arasında yer almaktadır (Pepper, 1999, s.179).

Söz konusu ilkeler doğrultusunda günümüzde çok sayıda işletme artık çevre politikaları oluşturmakta, çevre yönetim sistemlerini uygulamakta, çevre performanslarını ölçmekte, çevreci tasarım ve doğa dostu ürünlerden yararlanmakta, uluslararası sertifika programlarında ve çevre projelerinde yer almaktadır. Özellikle çevre ile etkileşimi diğer işletmelere göre daha yoğun olan otel işletmelerinin bu kapsamda öncelikli oldukları söylenebilir.

İnşaat aşamasında, iç mekân tasarımında, yiyecek-içecek üretiminde, kimyasallar kullanılarak yapılan misafir odalarının temizliğinde, park-bahçe-havuz bakımında, su-enerji kaynaklarının kullanılmasında, atık yönetiminde, vb. birçok otelcilik hizmetlerinin sunulması esnasında otel işletmelerinin (küresel ısınma ve iklim değişikliklerine yol açan) sera gazı salımına neden olduğu bilinmektedir (İpar, 2018, s.2). Bununla birlikte, yapılan araştırmalar otelde konaklayan misafirlerin, konaklama sırasında günlük yaşamlarından daha fazla tüketim yaptıklarını da göstermektedir (Melissen, Koens, Brinkman, & Smit, 2016, s. 142). Bu kapsamda otel

işletmelerinin de çevresel bilinç ve duyarlılık doğrultusunda gerekli tedbirleri alarak faaliyetlerini sürdürmeleri önem arz etmektedir.

Çalışmanın amacı, otel işletmelerinin çevresel açıdan ulusal ve uluslararası düzeyde sürdürülebilir turizm uygulamalarını tespit etmektir. Özellikle Avrupa'nın birçok ülkesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinin de katıldığı sürdürülebilir turizm projelerini belirleyerek, Türkiye'nin de uygulayabileceği örnek modeller sunabilmektir. Çalışmada bununla birlikte Türkiye'de otel işletmelerinde bakanlık düzeyinde yürütölen sürdürülebilir turizm uygulamalarını ortaya koymakta amaçlanmaktadır. Bu amaç kapsamında yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada özellikle uluslararası otel işletmelerinde (Avrupa'da) uygulanan sürdürülebilir turizm projelerinin etkileri örneklerle ortaya konularak, söz konusu projelerin Türkiye'de de geliştirilebilmesi için birtakım öneriler getirilerek çalışma sonuçlandırılmıştır.

1. Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarından Örnek Modeller

Son yıllarda insanların çevre sorunlarına ilişkin tepkiler göstermeleri ve turizm sektöründen kaynaklı çevre sorunlarının da giderek artması, otel işletmelerinde çevreye duyarlı yönetim süreçlerinin de dikkate alınmasını zorunlu kılmıştır. Çünkü otel işletmeleri, odaların havalandırılmasında enerji verimliliğinin bulunmaması, odalarda kimyasal temizlik ve tamirat maddeleri kullanılması (deterjan, boya, yapıştırıcı vb.), yüzme havuzlarının doldurulması, klorlanması, tesisin aydınlatılması, kullanılan ofis malzemeleri için geri dönüşüm uygulamasının olmaması gibi

nedenlerle çevreye ve dolayısıyla tüm canlılara zarar verebilmektedirler (İpar, 2018, s.124). Bu doğrultuda günümüzde, sürdürülebilir turizm uygulamalarını benimseyen otel işletmelerinin sayıları gün geçtikçe artmaktadır. Söz konusu uygulamalar ile faaliyette bulunan otel işletmelerinin çevreye verdiği zararlar ortaya konularak bu işletmelerin çevre üzerindeki zararlı etkileri azaltılmaya çalışılmaktadır (Han & Kim, 2010, s. 659). Ayrıca bu uygulamalar, çeşitli sertifikalar ile somutlaştırılmakta ve bu standartları bir ilke şeklinde benimseyerek, mümkün oldukça doğaya verdiği zararı en aza indirgeyen işletmeler, sertifika ile ödüllendirilmektedir. Ayrıca turistlerin de bu işletmelere yönlendirilmesi teşvik edilmektedir. Çalışmanın bu bölümünde özellikle Avrupa’da faaliyet gösteren otel işletmelerine yönelik uluslararası sürdürülebilir turizm uygulamaları (sertifikasyon modelleri) incelemiştir. Bununla birlikte söz konusu sürdürülebilir turizm uygulamalarının otel işletmelerine yönelik etkileri de ortaya konulmuştur.

1.1. European Ecolabel for Tourist Accommodations (Turistik Konaklama İşletmeleri İçin Avrupa Eko-Etiketi)

Avrupa Birliği (AB) Eko Etiketi, Avrupa’nın resmi çevresel etiketidir. 1992 yılında bir AB Bakanlar Konseyi Tüzüğü ile kurulmuştur. Başta 27 AB ülkesi ile birlikte Norveç, İzlanda ve Lüksemburg olmak üzere tüm dünyada geçerli olan bir eko-etikettir. Tüketicilerin, tüm yaşam döngüleri boyunca eşdeğer markalara göre çevreye daha az zarar veren ürünleri kolayca tanımlamalarına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. AB Eko-etiketi, tüm Avrupa Birliği’nde geçerli, performans ve çevre bazlı, en yüksek standartlı

ürün-hizmetlere verilen gönüllülük esasına dayalı bir etikettir. AB Eko-etiketi taşıyan ürünler daha az enerji tüketmekte, tüm yaşam döngüsü boyunca çevreye daha az zararlı madde bırakmaktadır. Konaklama tesislerinden binalara, temizlik ürünlerinden ofis aydınlatma sistemlerine kadar geniş bir ürün yelpazesi bulunmaktadır. AB Eko-Etiket Tüzüğü, 2000 yılında turistik konaklama hizmetlerini de kapsayacak şekilde yeniden oluşturulmuştur. Bu kapsamda tüzüğe göre, turistik konaklama işletmelerinin Avrupa Eko-Etiketi'ne sahip olabilmek için çeşitli alanlarda çok katı çevresel performans kriterlerini yerine getirmeleri gerekmektedir. Konaklama işletmeleri için bu kriterler genel olarak, enerji tüketimi, su tüketimi, atık azaltımı, karbondioksit (CO₂) emisyonlarının azaltılması, tehlikeli madde emisyonlarının sınırlandırılması, çalışma koşullarının iyileştirilmesi (asgari ücret, çalışma saatleri vb.) gibi konuları kapsamaktadır. Bu doğrultuda konaklama işletmelerinin yerine getirmesi gereken 22 zorunlu kriter ve yeterli miktarda puan alabilecekleri isteğe bağlı 45 kriter yer almaktadır. AB Eko-Etiket ödül/sertifika sistemi, AB Eko-Etiketleme Kurulu (Administered by the European Union Eco-Labeling Board -EUEB) tarafından yönetilmekte ve konaklama işletmesinin denetiminden sonra ulusal yetkili belgelendirme kuruluşu tarafından işletmeye eko-etiket sertifikası verilmektedir. Tanınma, çevresel performans göstergelerinin yıllık olarak belgelendirme kuruluşuna iletilmesiyle sertifika 2-5 yıl arasında geçerli olmaktadır. 2018 yılı itibariyle 422 tanesi konaklama işletmesi olmak üzere toplamda 70099 ürünü

kapsayan 2091 kayıtlı AB eko-etiket lisansı bulunmaktadır (<http://www.ecolabel.eu/>).

1.2. Green Globe (Yeşil Küre Sertifikası)

Green Globe (yeşil küre) sürdürülebilir nitelikte seyahat ve turizm faaliyetlerini tüketiciler, işletmeler ve toplumlar için kolaylaştıran, dünya çapında referans olarak görülen bir sertifikalandırma programıdır. Green Globe sertifika uygulaması, Los Angeles, California, Meksika, Güney Amerika, Güney Afrika, Orta Doğu, Karayipler ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere 90'dan fazla ülkenin üyelerine seyahat ve turizm işletmelerinin sürdürülebilir uygulamaları ve yönetimi için sertifika sağlamaktadır. Green Globe, sürdürülebilirliğin en yüksek standartlarını destekleyen uluslararası bir üyeliği temsil etmektedir. Green Globe, 1992 yılında Rio de Janeiro'da Birleşmiş Milletler tarafından düzenlenen Dünya Zirvesi'nde 182 devlet tarafından onaylanan "Sürdürülebilir Kalkınma İlkeleri" ve "Gündem 21"e dayanmaktadır. Nisan 1999'da New York'ta düzenlenen Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Komisyonu'nda Green Globe'un sertifikasyon ve hedef yönetimi programı yeniden değerlendirilerek, "Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (World Travel & Tourism Council)" çatısı altında bağımsız bir sertifika programına dönüştürülmüştür. Green Globe sertifikasına sahip olmak isteyen otel işletmelerinin, 380'den fazla uyum göstergesinin desteklediği 44 temel kriteri sağlamaları gerekmektedir. Kriterlerin %4'ü çevre, %9'u kültürel miras, %25'i sosyal ekonomik unsurları, %25'i sürdürülebilir yönetim faktörlerini içermektedir. Söz konusu kriterler belgelendirme türüne, coğrafi alana ve yerel

faktörlere göre değişmektedir. 2015 yılı itibariyle Avrupa’da 181 otel işletmesi Green Globe sertifikasına sahiptir (<http://greenglobe.com/>).

1.3. Travelife Sürdürülebilir Turizm Sertifikası

Travelife, enerji, su tüketiminden istihdama sosyal ve çevresel etkileri yöneterek, sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlayan, otel işletmeleri için uluslararası bir sertifikasyon sistemidir. 2007 yılında başlatılan seyahat ve turizm endüstrisinde en kapsamlı ve güvenilir sürdürülebilir turizm uygulama araçlarından biri olarak kabul edilmektedir. Travelife, günümüzde dünyanın dört bir yanındaki 1.300 otel işletmesine, çevresel, sosyal ve ekonomik etkilerini maliyet etkin bir şekilde geliştirme konusunda yardımcı olmaktadır. Travelife’in sistem ve kriterleri, tur operatörleri, otelciler, ticaret dernekleri, sivil toplum örgütleri, denetim firmalarını içeren çok paydaşlı bir danışma süreci ile oluşturulmuştur. Travelife için sürdürülebilirlik kriterleri arasında; enerji yönetimi, yenilebilir enerji, atık su yönetimi, atık minimizasyonu, biyo çeşitlilik, tesisin sunduğu imkânlar (kapı ve pencereler açıldığında klimaların otomatik kapanması, daha az nevresim ve havlu kullanım için bilinçlendirici işaretlerin olması vb.) gibi detaylı kıstaslar bulunmaktadır. Travelife Sürdürülebilirlik Sistemi kriterleri sadece otel işletmelerindeki çevreye duyarlı düzenlemeleri değil aynı zamanda çalışanların sosyal güvenlik hakları, çalışma saatleri, ücret skalaları, çevre hakkında aldıkları eğitim, hizmette kullanılan ürünlerin yerel üreticilerden alınıp, alınmadığı gibi unsurları da kapsamaktadır. Travelife kriterlerini sağlayan ve bunu kanıtlayan üye otel işletmeleri, Travelife sertifikası almaya hak kazanmaktadır. 2015 yılı itibariyle Türkiye’de 65 tane Travelife

sertifikasına sahip otel işletmesi bulunmaktadır (http://www.travelifeorg/Hotels/What_is_TL.asp?p=2).

1.4. Bio Hotels Etiketi

10 yıldan fazla bir süredir “Bio Hotels” en büyük çevre dostu oteller birliği olarak faaliyet göstermektedir. Bio hotels etiketi; Almanya, Avusturya, İtalya, Yunanistan, Solvenya, İsviçre olmak üzere 6 Avrupa ülkesindeki otel işletmelerini kapsamaktadır. Söz konusu ülkelerde bio hotels etiketine (sertifikasına) sahip yaklaşık 100 otel işletmesi bulunmaktadır. Otel işletmesinin bio hotels sertifikası alabilmesi için önemli bir takım kriterleri sağlaması gerekmektedir. Bu kriterlerden bazıları; %100 organik yiyecek ve içecek, organik cilt bakım hizmetleri, sertifikalı organik doğal kozmetik ürünleri (şampuan, sabun, bakım kremleri, yağlar), atık yönetimi ve çevre bilincidir. Bununla birlikte otel işletmelerinin söz konusu kriterleri sağladıklarını her yıl Bio Hotels birliğinin belirlediği bir denetleme kurumu tarafından belgelendirmeleri gerekmektedir. Kriterleri sağlayan otel işletmelerine bio hotels sertifikası verilmektedir. Bio hotels sertifikasına sahip oteller konuklarına eşsiz doğal ortamlarda organik bir tatil, sağlıklı yaşam ve vejetaryen menüler sunabilmektedir (<http://www.biohotels.info/>).

1.5. Eco-Dynamic Enterprise Label (Eko Dinamik İşletme Etiketi)

Eco-dynamic enterprise label (eko-dinamik işletme etiketi), Belçika'nın başkenti Brüksel'de faaliyet gösteren işletmelerin çevre koşullarını gözetmeleri sonucunda işletmelere resmi olarak verilen bir sertifika uygulamasıdır. Bu etiketin amacı, işletmelerin çevre

performanslarını sürekli iyileştirmek ve bir çevresel yönetim sistemini uygulamalarını sağlamaktır. Bu doğrultuda çevre aktivizmi, atık yönetimi, rasyonel enerji tüketimi konularında gelişme gösteren işletmeler eko-dinamik işletme sertifikası ile ödüllendirilmektedir. Ayrıca, bu sertifikaya sahip olan işletmeler uluslararası olarak tanınan bir çevre yönetim sistemini (ISO 14001 veya Avrupa EMAS - Eco Management and Audit Scheme- standardı) uygulamaları için desteklenmektedirler. Eko-dinamik işletme etiketi üç yıl geçerli olmaktadır. Bu etiket, işletmenin çevresel performansına karşılık gelen üç seviyeli üç yıldızlı derecelendirme sistemine göre verilmektedir (<http://www.greentourism.eu/en/GreenLabel/Details/10>).

1.6. Green Key (Yeşil Anahtar Etiketi)

Green key (yeşil anahtar), çevrenin korunması yönündeki girişimleri ödüllendirerek destekleyen, iklim değişikliğinin önlenmesi ve sürdürülebilir turizme katkıda bulunmayı amaçlayan uluslararası bir eko-etikettir. Uluslararası alanda çevreye duyarlı tesislere verilen ödüller arasında en çok bilinen ve en fazla sayıda tesise verilmiş çevre ödülüdür. Programın tüm dünyada uygulanmasından Uluslararası Çevre Eğitim Vakfı (Foundation For Environmental Education - FEE) sorumludur. Yeşil anahtar, kar amacı gütmeyen, hükümetlere bağlı olmayan ve bağımsız bir program olup; Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization – UNWTO) ve Birleşmiş Milletler Çevre Programı (United Nation Environment Programme – UNEP) tarafından desteklenmektedir. İlk kez 1994 yılında Danimarka'da uygulanmaya başlanmış, 1998'de Fransa yeşil anahtar programına katılmış ve kamp alanlarını

belgelemiştir. Türkiye’de otel işletmelerine verilen yeşil anahtar etiketi 2011 yılında Türkiye Çevre Eğitim Vakfı (TÜRÇEV) tarafından uygulanmaya başlanmıştır. Yeşil anahtar programının temelde 5 hedefi bulunmakta olup; bu hedefler aşağıda ifade edilmiştir.

- İşletme sahibi, personeli ve müşterilerin çevre bilincinin artırılması ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması için eğitimi,
- İşletmenin çevreye olumsuz etkilerini azaltarak çevrenin korunması,
- Tüketime azaltılması sonunda maliyetin azalması ile ekonomik yönetim,
- İşletmenin daha geniş sorumluluklar alarak turizmin güçlendirilmesine katkı sağlaması,
- Ödüllü işletmelerin ve yeşil anahtar etiketinin promosyonu ile pazarlama stratejisinin ve kabiliyetinin güçlendirilmesidir.

Yeşil anahtar ödülü kriterleri; çevre yönetimi, atık yönetimi, enerji tasarrufu, su tasarrufu, yıkama ve temizleme, personel eğitimidir. Bununla beraber yiyecek-içecekler, misafirlerin bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesi, iç çevre, park alanları, yeşil aktiviteler, idare-yönetim, kurumsal sosyal sorumluluk olmak üzere 13 ana unsurdan oluşmaktadır.

Günümüzde, yeşil anahtar eko-etiketi dünya çapında 54 ülkede 2.500’ün üzerinde otel işletmesinde bulunmakta olup; bunlardan 87’si Türkiye’de yer almaktadır. Türkiye, 54 ülke arasında 87 yeşil anahtarlı

oteli ile 7. sırada yer almaktadır. Türkiye'deki denetim çalışmaları TÜRÇEV tarafından yürütülmektedir. Ayrıca ödül, her yıl yenilenmektedir (Aslan & Güneş, 2015, s. 613; <http://www.greenkey.global/>, Erişim: 20.06.2019).

1.7. Leadership in Energy and Environmental Design - LEED

Enerji ve maliyet korunumu kapsamında çalışmalar yapan ve kâr amacı gütmeyen Amerika Birleşik Devletleri Yeşil Bina Konseyi (U.S Green Building Council - USGBC) 1993 yılında Amerika'da kurulmuştur. Konsey tarafından 1998 yılında Leadership in Energy and Environmental Design – LEED sertifikalandırma sistemi oluşturulmuştur. LEED; bina, mahalle bazındaki projelerin çevre üzerindeki etkilerini ve doğal kaynakları korumadaki duyarlılıklarını ortaya çıkartmada ölçülebilir bir referansın olmasına olanak sağlayan bir sertifikasyon sistemi olarak ifade edilmektedir. USGBC, Amerika'daki binaların karbondioksit (CO₂) emisyonlarından %39, enerji tüketiminden %40, su tüketiminden %15 sorumlu olmalarını istemektedir. Bu doğrultuda USGBC, başlangıcından günümüze kadar başta Amerika olmak üzere dünya genelinde 14.000'den fazla projeye sertifika vermiştir. LEED sertifikasyon sistemi ile mevcut bina veya yeni yapılacak olan binalarda işletme giderlerinin düşürülmesi, atıkların azaltılması, su-enerjinin korunması, kullanıcıların sağlıklı verimli olması, zararlı gaz emisyonlarının azaltılması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede sürdürülebilir bina stratejilerinin tasarımının ilk aşamasında mal sahibi, mimar, mühendis, peyzaj mimarı, müteahhit ve işletme personelini kapsayan bir komiteden oluşturulması gerekmektedir. LEED sertifikasyon sistemi ile bir

binanın (ya da bölgenin), enerji kazanımı, su verimliliği, karbondioksit emisyonu azaltımı, iyileştirilmiş iç mekan kalitesi, kaynakların yönetimi ve etkilerine duyarlılık parametreleri üzerinden performans yükseltmeye dair stratejilerin kullanılarak, tasarlandığı ve inşa edildiği belgelenmektedir. Belirlenen parametreler, 100'lük sistemde kredi toplamaya dayalı olmakta ve sertifikaya başvuran projeler bu parametreler doğrultusunda sahip oldukları özelliklere göre puanlanmaktadır. Her bina tipi için belli kriterler bulunmakta ve sağlanan her kriter için kredi puanları alınmaktadır. LEED puanları 100'lük sistemde değerlendirilmektedir. Ayrıca krediler, potansiyel çevresel etkiler tartılarak verilmektedir. Bir projenin, tüm önkoşulları temin etmesi, sertifikalandırılabilmesi için asgari düzeyde gereken puanları (40 puan) toplaması temel şarttır (Gülşeker, 2018, s. 27; Uslu, 2017, s. 29-30).

Otel, tatil köyü ve konaklama tesisler, gibi turizm işletmelerinde önemli miktarda su ve enerji tüketimi yapıldığı bilinen bir gerçektir. LEED sertifikası, özellikle otel işletmelerinin uyması gereken kuralları kapsamaktadır. LEED sertifikası otel işletmelerinde enerji, su, çevreye zararlı maddelerin tüketiminin ve atık miktarının azaltılmasını, enerji verimliliğinin artırılmasını, yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesini hedeflemektedir. Bununla birlikte otel işletmelerinin yatırım aşamasından itibaren çevreye duyarlı olarak planlanmalarını, tesisin çevreye uyumunu, çevreyi güzelleştirici düzenleme ve etkinlikleri, ekolojik mimariyi, çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirmeyi, eğitim sağlanmasını ve ilgili kurum, kuruluşlarla işbirliği yapılmasını kapsamaktadır.

Sürdürülebilirlik; bugünün doğal kaynaklarını gelecek nesilleri tehlikeye sokmadan tüketmek anlamına gelmektedir. Turizm projelerinin LEED sertifikası olarak hizmet kalitelerinden ödün vermeden, işletmelerine ve ülke ekonomilerine tasarruf yoluyla katkıda bulunması ve çevre ile doğal kaynakların korunmasını sağlayarak, diğer sektörler de örnek teşkil etmeleri, gelecek nesiller açısından büyük önem taşımaktadır. (<http://www.turizmyatirimdergisi.com.tr/images/dergi/61-tyd%2061%20web.pdf>).

Yedi milyar metrekareden fazla LEED sertifikalı alana sahip olan ABD Yeşil Bina Konseyi, okullar, hastaneler, çeşitli ticari kuruluşlar, oteller, yeni inşaatlar başta olmak üzere dünya genelinde tüm ülkeleri/şehirleri kapsamayı hedeflemektedir. Bu doğrultuda ABD Yeşil Bina Konseyi, 12.000 üye kuruluştan ve 200.000'den fazla LEED uzmanından oluşmaktadır. Dünyada 167 ülkede 94.000'den fazla LEED projesi ABD Yeşil Bina Konseyi tarafından sertifikalandırılmış ve tescillenmiştir (<https://new.usgbc.org/membership>, Erişim: 10.06.2019). Türkiye'de LEED sertifikası almış veya sertifika başvurusu yapmış 425 civarında proje bulunmaktadır. Bu projelerin sadece 20'si otel işletmesi projesidir (<https://epy.com.tr/tr-leed-sertifikali-otellerin-surdurulebilir-turizmdeki-yeri-80>).

1.8. Green Lodge (Yeşil Köşk)

Green Lodge (yeşil köşk), Avrupa Ekolojik ve Tarım Turizmi Merkezi (European Centre for Ecological and Agricultural Tourism - ECEAT) tarafından konuk evlerine ve küçük otel işletmelerine verilen bir sertifika uygulamasıdır. ECEAT, green lodge sertifika uygulaması ile Avrupa'nın her yerinde yüzlerce küçük ölçekli konaklama

işletmesinde sürdürülebilirlik doğrultusunda turistlere kaliteli hizmet sunulmasını ve doğal çevrenin korunmasını amaçlamaktadır. Green lodge sertifikası almak isteyen küçük otel işletmeleri, tarımsal faaliyetleri destekleme, etkin enerji-su kullanımı, atık azaltımı, kültürel mirası koruma, ulusal ekonomiye katkı sağlama, çevre bilinci oluşturma gibi konularda temel kriterleri sağlamak zorundadırlar. Söz konusu kriterleri sağlayan küçük otel işletmelerine ECEAT tarafından verilen sertifika üç yıl geçerli olmaktadır (<http://www.baatbg.org/green-lodge/38/49>).

1.9. Ecocamping Label (Eko Kamp Etiket)

Ecocamping Label (eko kamp etiketi), özellikle Avrupa'da kamp alanları için geliştirilmiş bir Çevre Yönetimi Sistemi (Environmental Management System –EMS)'dir. Başlangıçta 1999 yılında, eko kamp etiketi kapsamında Bodensee Gölü ve Lago Maggiore Gölü çevresinde 20 kamp alanı belirlenmiştir. Bu kamp alanlarının iki yıllık süre boyunca, Avrupa Birliği ve EMAS (Eco Management and Audit Scheme) kriterlerine bağlı olarak, Çevre Yönetimi Sistemi çerçevesinde geliştirilmesi desteklenmiştir. 2002 yılından itibaren sertifika kapsamında turistik kamp alanlarının sayısı arttırılmıştır. Eko kamp sertifikası ile çevrenin korunması, doğal alanların iyileştirilmesine yönelik eylem planlarının oluşturulması, su-enerji tüketimi, atık ve geri dönüşüm uygulamaları hedeflenmektedir. Bu doğrultuda, eko kamp sertifikası çevresel kalite belgesine bağlı olan kamp alanlarına verilmekte olup; sertifika 3 yıl süreyle geçerli olmaktadır. Günümüzde özellikle Avusturya, Almanya, İtalya ve

İsviçre’de eko kamp etiketine sahip çok sayıda kamp alanları bulunmaktadır (<http://www.ecocamping.net/>).

2. Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm Uygulamaları

20. yüzyılın ikinci yarısı boyunca, dünyada hızla büyüyen en büyük sektörlerden biri olan turizm, Türkiye’nin ekonomisi, büyüme ve kalkınması açısından da önem arz etmektedir. Türkiye, sahip olduğu doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri nedeniyle, kıyı turizmi ile birlikte sağlık, kültür, spor, av, yayla turizmi gibi alanlarda da güçlü doğal kaynaklara sahip bir turizm ülkesidir (Akın, 2018b, s.109). Bu bağlamda Türkiye’nin söz konusu doğal turizm varlıklarını koruyabilmesi sektörde uygulanan/uygulanacak sürdürülebilir çevre uygulamalarına bağlı olmaktadır. Dolayısıyla turizm, doğal çevreyi korumanın ve geliştirmenin önemli bir aracı olarak görülmektedir (Akın, 2018c, s.30).

Türkiye’de çevrenin korunabilmesi için birçok kanun ve yönetmelik çıkarılmış olup; bu kapsamda turizm ve konaklama işletmeleri hedef gösterilerek çok sayıda kanun ve teşvik edici çalışmalara imza atılmıştır. 1993 yılında, “Turizm Tesisleri Yönetmeliği” yürürlüğe konulmuştur. Bu çerçevede kanunun 24. maddesi, “Turizm Yatırımlarının Genel Nitelikleri ile Güvenlik ve Çevre Korumasına Yönelik Önlemler” başlığı altında tesislerin yerleşme özellikleri düzenlenmektedir. Söz konusu maddede, tesislerin yapı ve dekorasyon olarak, yöre, çevre ve doğa ile uyumlu mekânlarda gerçekleştirilmesi istenmektedir (Yılmaz, Özok & Erdem, 2016, s.186). Türkiye’de ilerleyen yıllarda konaklama işletmelerini de içeren çevre koruma ve sürdürülebilirlik alanında birçok uygulama

yürürlüğe konulmuştur. Bu uygulamalardan en önemlileri arasında, yeşil yıldız, beyaz yıldız, yeşillenen oteller çevre programları yer almaktadır.

2.1. Yeşil Yıldız

Konaklama işletmeleri tarafından kullanılan bir eko-etiket olan “*yeşil yıldız*” konaklama işletmelerinde su ve enerji tasarrufu sağlanmasını, atık miktarının azaltılmasını, çevrenin korunmasını, çevre bilincinin geliştirilmesini ve geri dönüşümün yaygınlaştırılmasını amaçlayan sürdürülebilirlik açısından önemli bir sertifika uygulamasıdır (Memiş, 2019, s. 657). Bu bağlamda “Turizm İşletmesi Belgeli Konaklama Tesislerine Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesi Verilmesine Dair 2008/3 no’lu Tebliğ” ekinde 22.09.2008 tarih ve 27005 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Dolayısıyla, Türkiye’de Kültür ve Turizm Bakanlığı söz konusu tebliğe göre çevreye duyarlı konaklama tesislerine yeşil yıldız verilmesi uygulamasını başlatmıştır. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın oluşturduğu yeşil yıldız sertifikası almak isteyen konaklama işletmelerinin yerine getirmesi gereken yedi temel kriter bulunmaktadır. Bu kriterler aşağıda ifade edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019);

- Atık suların farklı amaçlar için geri kazanılmasını ve temiz suyun kullanımının azaltılmasını sağlayarak su tasarrufu yapmak,
- Enerji kullanımını azaltan ve daha düşük maliyetlerde aynı düzeyde enerji hizmeti veren ekipmanlar kullanarak enerji verimliliğini arttırmak,

- Yenilenebilir enerji kaynaklarının kullanımının teşvik edilmesini sağlamak,
- Çevreye duyarlı planlama uygulamaları kapsamında, yatırım aşamasından itibaren çevreye verilen zararı en aza indirmeyi ya da tamamen ortadan kaldırmayı amaçlamak, ekolojik çevrenin korunması felsefesini işletme kültürüne yerleştirmek için çaba göstermek,
- Yeni kaynakların tüketimini azaltma ve potansiyel olarak faydalı malzemelerin israfını önlemeye yönelik faaliyetler gerçekleştirerek geri dönüşüm ve atık yönetimi çalışmaları yapmak,
- Çevreye uyumlu yapı özelliklerini taşımak,
- Çevreye duyarlılık konusunda bilinçlendirmeyi, eğitim sağlanmasını, ilgili kurum ve kuruluşlarla işbirliği yapılmasını sağlamaktır.

Bu kapsamda yeşil yıldız sertifikası ile otel işletmeleri; özellikle çevre konusunda bilinçli turistler tarafından tercih edilebilirliklerini arttıracak, mevcut enerji giderlerini minimum seviyeye düşürebilecek ve personel eğitim uygulamaları ile çalışanlarının bilinçlenmelerini sağlayabileceklerdir. 10.06.2019 tarihi itibarıyla Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın verilerine göre, Türkiye'de çevreye duyarlı konaklama tesis belgesine (yeşil yıldız sertifikasına) sahip 478 tane konaklama işletmesi bulunmaktadır. Bu tesislerden 243 tanesi de Antalya'da faaliyet göstermektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2019).

2.2. Beyaz Yıldız

Beyaz yıldız, Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) önderliğinde ve Johnson Diversey, Electrolux ve Grundfos'un sponsorluğu tarafından Ağustos 2008'de geliştirilen bir projedir. Bu proje ile daha temiz ve sürdürülebilir bir çevre sağlanması amaçlanmaktadır. Ayrıca, konaklama işletmelerinde kullanılan su, elektrik, enerji, kimyasal ve katı atık miktarının kontrol altına alınması, çevreye ve doğal kaynaklara yönelik oluşabilecek zararın minimize edilmesi hedeflenmektedir. Bu hedef doğrultusunda TÜROFED bünyesinde bulunan projeye dahil olmak isteyen konaklama işletmelerinin, birer yıllık iki aşamadan oluşan 55 kriteri yerine getirmeleri gerekmektedir. Proje katılımcısı konaklama işletmelerinden, birinci yıl çevreyi korumaya yönelik kriterlerden 25'inin, ikinci yıl ise geriye kalan 30'unun (enerji, su, tehlikeli kimyasallar, deterjan ve dezenfektanlar, atık, yönetim ile diğer servisleri kapsayan) yerine getirilmesi beklenmektedir. Söz konusu kriterleri sağlayan konaklama işletmeleri beyaz yıldız sertifikası almaya hak kazanmaktadır. Dünyanın karşı karşıya kaldığı çevre kirliliği ve küresel ısınmadan kaynaklanan çevresel felaketlerin önlenmesi için resmi-özel tüm kişi, kurum, kuruluş ve sektörlere sorumluluk düştüğü düşüncesinden hareket ederek, bu projeyi başlatan TÜROFED, çalışmayı beyaz yıldız ile sembolize etmektedir (<http://www.turofed.org.tr>).

2.3. Yeşillenen Oteller (Greening Hotels)

2009 yılında, Turistik Otelciler Birliği (TUROB) tarafından başlatılan ve TUROB, Bureau Veritas, Sürdürülebilirlik Akademisi iş birliği ile devam eden Greening Hotels (Yeşillenen Oteller) Sertifikasyon Projesi ile sürdürülebilir turizm faaliyetleri kapsamında çevreye duyarlı yeşil konaklama işletmelerinin sayısının artırılması hedeflenmektedir. Yeşillenen oteller sertifikasına sahip olmak isteyen konaklama işletmelerinin; enerji ve su yönetimi, iç hava kalitesinin artırılması ve atık azaltımı/geri dönüşümü gibi konularda belirlenen kriterleri yerine getirmesi gerekmektedir. Lobi ve açık alanlarında, odalarında, yemekhane ve çamaşırhanelerinde, ofis alanlarında belirlenen kriterler üzerinden değerlendirilmeye alınan ve başarılı olan konaklama işletmelerine yeşillenen oteller sertifikası verilmektedir. Kontrol listesinde yer alan toplam kriterlerin işletme bünyesinde yer alması üzerinden minimum başarı durumlarına göre, konaklama işletmesi sırasıyla bronz (%60 başarı), silver (%75 başarı) ve gold (%90 başarı) yeşillenen oteller sertifikası almaya hak kazanmaktadır. Sertifikanın geçerlilik süresi iki yıl olup; bu sürenin sonrasında mevcut sertifikayı kullanmak isteyen konaklama işletmeleri yenileme denetimi sonrasında belgelerini kullanmaya devam edebilmektedir. 2019 yılı itibariyle Türkiye’de (Ankara, Afyon, Antalya, İzmir, İstanbul, Muğla başta olmak üzere) 62 tane yeşillenen oteller sertifikasına sahip otel işletmesi bulunmaktadır (<https://www.yesillenenoteller.com/>).

3. Otel İşletmelerinde Sürdürülebilir Çevre Uygulamaları ve Sonuçları

Konaklama sektöründe kullanılan özellikle dayanıksız tüketim mallarının hava-su-toprak kirliliğine neden olduğu, enerji ve su kaynaklarının israfına yol açtığı bilinmektedir. Bohdanowicz & Martinac (2003, s. 5)'ın çalışmalarından elde edilen sonuçlar da söz konusu ifadeyi destekler niteliktedir. Buna göre; Avrupa'daki otel işletmelerinde sunulan hizmet ve konuma göre m^2 başına 72 -519 kw/h enerji tüketilmektedir. Bununla birlikte kullanılan enerji kaynağına bağlı olarak (su, rüzgâr, nükleer, petrol veya kömür gibi katı yakıt) m^2 başına yıllık 160 kg karbondioksit salımı yapılmaktadır. Ayrıca, konuklar tarafından ortalama gecelik 90-150 litre arasında su tüketimi yapıldığı tahmin edilmektedir. Aşırı su kullanımı, kullanılan sıcak suyun ısıtma maliyetini arttırmakta ve çevre kirliliğine de neden olmaktadır. Nitekim otel işletmelerinin çevre duyarlılıkları ve sürdürülebilir turizm faaliyetlerine katılmaları hem olası talebi artırma hem de imaj sağlama açısından büyük önem arz etmektedir (Akın, 2018a, s. 1-2). Bu kapsamda enerji tasarrufu çalışmaları, su kaynaklarının verimli kullanımı, hava kalitesinin sürekliliğinin sağlanması, atık azaltımı faaliyetleri ile otel işletmeleri hem çevreye duyarlı müşteri kitlesine hitap edebilmekte hem de işletmenin maliyetlerinde düşüşler sağlayabilmektedir. Söz konusu çevre uygulamalarına dahil olan ve bu uygulamalara ilişkin ödül ve sertifika sahibi olan otel işletmelerinin sektörde rekabet gücü artmakta ve işletme rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Nitekim sürdürülebilir çevre uygulamalarının otel işletmelerinde ortaya çıkardığı ifade edilen

olumlu etkilerinden dolayı uluslararası anlamda gün geçtikçe önem kazanacağı söylenebilir. Tablo 1’de bazı uluslararası otel işletmelerinin uyguladığı sürdürülebilir çevre uygulamaları ve bu uygulamaların işletmeye yansıyan sonuçları gösterilmektedir.

Tablo 1. Uluslararası Otel İşletmelerinin Sürdürülebilir Çevre Uygulamaları ve Sonuçlarından Örnekler

Otelin Adı /Şehir-Ülke	Sürdürülebilir Çevre Uygulaması	Sonuç
Disney World, Florida (ABD)	Peyzaj alanları ve golf sahalarını sulamak için günde 15.2 milyon litre su geri dönüştürülerek kullanılmıştır.	İşletmenin aylık su giderlerinde %20 düşüş sağlanmıştır.
Hyatt Regency, Chicago (ABD)	Sürdürülebilir çevre uygulamaları doğrultusunda kapsamlı bir atık azaltma ve geri dönüşüm programı uygulanmıştır.	Geri dönüşümlü malzemelerin %70’i kazandırılarak atık maliyetleri yarı yarıya azaltılmıştır. Ayrıca geri dönüşüm programı sonrası otel malzemelerinden 120.000\$ kazanım sağlanmıştır.
Fairmont Chateau Whistler Resort (FCW), Whistler (Kanada)	Atık yönetimi ile bilgisayar iletişimini destekleyen ileri boyuttaki kâğıt israfı azaltılmıştır. Yabani otların herbisit gibi kimyasal maddeler ile yok edilmesi yerine bu otların elle temizlenmesi sağlanmaktadır. Ziyafet sofralarında yemekleri sıcak tutmaya yarayan yenilebilir şeker kamışından kaplar üretilmiştir. Misafirler istemedikçe çarşaf ve havluları üç günde bir değiştirilmektedir.	Bu uygulama ile 1 yıl içerisinde işletme 125.000 dolar tasarruf sağlamıştır. İşletme aynı zamanda suyu, elektriği, deterjanı korurken çarşaf ve havluların da ömrünü uzatmaktadır.
Intercontinental London Park Lane Otel, London (İngiltere)	Enerji tasarruflu aydınlatma araçları kullanılmış, çeşitli enerji yönetim sistemleri uygulanmış ve personel bilinçlendirme kampanyaları düzenlenmiştir.	Metrekarede yıllık 870 kw/saat olan enerji tüketimi, 575 kw/saate düşürülerek, %34’lük bir tasarruf sağlanmıştır.
Kimpton Hotels	Dünyanın birçok yerinde 59 otel ve 64 yiyecek-içecek işletmesine sahip bir otel grubudur. Ekolojik sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk en üst seviyede tutulmaktadır. “Eartcare” çevre programı oluşturulmuş ve tanıtılmıştır. Şişe kullanımını azaltmak ve kurum içinde saf su kullanımını arttırmak için Natura ile işbirliği yapılmıştır. Sürdürülebilirlik kapsamında 140’ın üzerinde girişimleri bulunmakta ve her bir otelin çevreye verdiği zararı en aza indirmeye çalışmaktadır.	Kimpton otelleri, çevre uygulamaları sayesinde Kaliforniya Çevre Koruma Ajansı tarafından verilen 2007 yılı Çevresel ve Ekonomik Liderlik ödülü kazanmıştır. 2010 yılında tüm Kimpton otelleri “Green Seal” (yeşil mühür) eko sertifikasını almaya hak kazanmıştır. Yeşil Anahtar Eko-Değerlendirme Programı tarafından %100 sertifikalı ilk otel unvanını almıştır.
Apple Farm Inn and Restaurant, California (ABD)	Gerçekleştirilen bir sistem sayesinde rezervuarlarda çamaşır makinelerinin durulama suyu kullanılmıştır.	Günde 15.900 lt. su tasarrufu sağlanmış ve bunun karşılığı olarak yılda yaklaşık 5.000\$ daha az harcama yapılmıştır.

Ambrose Hotel, California (ABD)	Misafir odalarının temizliğinde piyasada bulunan en ekolojik ürünlerle toksik olmayan temizleme yöntemleri uygulanmaktadır. Otelde enerji ve su tasarrufu, atık azaltma, konuklarda farkındalık yaratmak için operasyonel hizmetler sunulmaktadır. Personellerin otele ulaşım araçları ile değil toplu taşıma kullanarak gelmesi için ücretsiz pasolar, servis hizmetlerinde hibrit araçların kullanılması sağlanmaktadır.	Gerçekleştirdiği başarılı çevresel sürdürülebilirlik uygulamaların dolaylı LEED-EB sertifikasını kazanan ilk otel olmuştur.
Tauana Hotel, Brazil (Brezilya)	Otel, Hint evlerinin yapımında kullanılan sürdürülebilir ahşaptan inşa edilmiştir.	Gürültü kirliliği minimum seviyeye ulaşmıştır.
Inter Continental Hotel Groups	Gruba dahil olan tüm otel işletmelerinde çevrim içi bir sürdürülebilirlik programı uygulanmakta böylece karbon ayak izinin takip edilmesi, ölçülmesi ve raporlanması ile birlikte atık ve su tüketimi de hesaplanmaktadır.	Bu sistem grup üyesi oteller için ortalama % 25'e varan bir enerji tasarrufu sağlamaktadır. 2013-2014 yılları arasında bu sistem sayesinde her bir otelde %4,2 su tasarrufu sağlanmış, %3 oranında karbon ayak izi salımı azaltılmıştır.
Westin, Seattle (ABD)	Akkor olan ampulleri enerji tasarruflu floresan lambalar ile değiştirilerek, elektrik kontrol mekanizmaları geliştirilmiştir.	Misafir odalarında aydınlatmada kullanılan enerji tüketiminde %66 azalma ve yıllık 400.000\$ maliyet tasarrufu sağlanmıştır.
Seehotel Wiesler / Deutschland (Almanya)	Otelde 65'i organik etiketli olmak üzere 250'den fazla bölgesel ürün sunulmaktadır. Otelde, konukların rahatını sınırlamadan su tüketiminin mümkün olduğunca azaltılması için birçok önlem geliştirilmiştir. Tüm otel odalarında lavabo ve duşlar akış sınırlayıcılarla donatılmıştır. Tuvaletlerin sarnıçlarında bir su durdurma düğmesi sayesinde su israfı önlenmiştir. Buzdolapları tarafından ısıtma da kullanılacak sıcak su üretme sistemi geliştirilmiştir.	2004 yılında otel, ısıtma sistemini sıvı yakıttan oduna dönüştürmek için 42.500 Euro yatırım yapmış ve bunun sonucunda yılda 20.000 Euro yerine 1700 Euro ödemeye başlamıştır. 2004'ün başlarında, otelin tüm termal enerjisini üretmek için odun yongaları içeren bir biyokütle tesisi kurulmuş ve bunun sonucunda ısıtma maliyeti %91 oranında düşürülmüştür. Bu uygulamaları sonucunda 2009 yılında EMAS (Eco Management and Audit Scheme) ödülü almıştır.
Pühajärve Spa & Holiday Resort, Estonia (Estonya)	Otel 2004 yılından bu yana yeşil anahtar ödülüne sahiptir. Ayrıca 2010 Ulusal Çevre Ödülü'nün de sahibidir. 2013 yılından bu yana otelin merkezi ısıtma sistemi biyoyakıtlar ile çalışmaktadır. Otelin çatısında bulunan 0.3 MW'lık kapasiteye sahip 400 m ² 'lik güneş panelleri aracılığıyla enerji tüketiminin 2/3'lük kısmı sağlanmaktadır. 2008 yılında otelin tüm iç – dış mekan lambaları enerji tasarruflu ampullerle değiştirilmiştir.	Güneş panelleri sayesinde yılda yaklaşık 547 ton yakacak odun tasarrufu sağlanmaktadır. Enerji tasarruflu ampuller, aydınlatma için elektrik tüketimini % 80'e kadar azaltmaya yardımcı olmakta ve bu da toplam enerji tüketiminin%10'una karşılık gelmektedir.
Inspira Santa Marta Hotel , Portugal (Portekiz)	Birkaç farklı yeşil sertifika ödülüne sahip olan otel Portekiz'de kentsel çevreye entegre edilmiş en yeşil otel olarak kabul edilmiştir. 2013 ve 2014'te Uluslararası Otel Ödülleri'nde "Portekiz'in En İyi Sürdürülebilir Otel" ve 2014'te Avrupa Otel Ödülleri'nde "Yılın Yeşil Otel" seçilmiştir.	2012'den 2015'e kadar enerji / konuk tüketiminde %25 tasarruf sağlanmıştır. Atık yönetimi ve su tasarrufu uygulamaları ile yıllık %17 tasarruf sağlanmıştır. Çevresel sürdürülebilirlik uygulamaları sayesinde travelife sürdürülebilirlik sertifikası ile yeşil küre ve yeşil anahtar sertifikasına da sahip olmuştur.

Hotel Bel Air, Los Angeles (ABD)	Kapsamlı bir çevre programı uygulanmıştır.	Çevre uygulamaları sayesinde maliyetlerinde önemli düşüşler sağlanmıştır. Örneğin, sadece karton kutulardan 10 ayda 10.000\$ lık bir getiri sağlanmıştır.
Inter Continental, Miami (ABD)	Inter Continental otel grubu içerisinde yer alan otelde 30 farklı malzemeyi içeren bir geri dönüşüm programı uygulanmıştır. Enerji verimliliğine sahip cihazlar kullanılmıştır. Bahçeler ve peyzaj alanlarında su dönüşüm sistemi kullanılmış, lavabo vb. musluk çıkışlarında hava basınçlı ekipmanlar kullanılmıştır.	Yıllık 31.000 \$ tasarruf sağlayan program ile atıkların %65'inin geri dönüşümü sağlanmıştır. Yıllık 2.400\$ tutarında olan 400.000 kw/saat enerji tasarrufu sağlanmıştır. Yılda 400 galon su ve 4.000 \$ maliyet tasarrufu sağlanmıştır.
Boutiquehotel Stadthalle Wien, Vienna (Viyana)	Kentsel alanlarda dünyanın ilk sıfır enerji dengeli otel işletmesidir. 2006 yılından bu yana çok sayıda eko-etiket ödülüne sahip olmuştur. Bir yeraltı suyu ısıtma pompası ve üç rüzgar gülünü içeren 80 m ² civarında fotovoltaik enerji üreten büyük bir tesis geliştirmiştir. Ayrıca otelde tuvaletlerdeki yıkama tanklarının doldurulması ve bahçenin sulanması yağmur suyu toplama sistemi ile yapılmaktadır.	Led ampüller ve fotovoltaik tesis aracılığıyla üretilen elektrik sayesinde yıllık %44 enerji tasarrufu sağlanmaktadır. Sıcak suyun tamamı güneş enerjisi santrali ve ısı pompaları aracılığıyla sağlanmaktadır. Sürdürülebilir çevre uygulamaları ile misafir kapasitesi iki katına çıkmıştır.
Martin's Hotels, Belgium (Belçika)	2010 yılında çevre yönetim sisteminin uygulanmasından bu yana sürdürülebilir bir satın alma politikası, tedarikçi davranış kuralları, satın alma ve atık hedefleri oluşturulmuştur. EMAS ödülleri başta olmak üzere sayısız ödül ve sertifikaya sahiptir. Atık yönetimi, su ve enerji tasarrufu uygulamaları yaygındır.	Çevre yönetim sistemi uygulamaları sayesinde elektrik ve su tüketimi yıllık ortalama %45 azalmıştır.
Habitat Suites Hotel, Austin, Texas (ABD)	Su tasarruflu rezervuarlar ve duş başlıkları, hava basınçlı armatürler gibi su sarfiyatını azaltan programlar uygulanmıştır. Enerji tasarruflu klima üniteleri ve floresanlar kullanılmaya başlanmıştır.	Bu uygulamalar sayesinde 9.000\$ tasarruf sağlanmıştır. Yılda 122.000 kw saat enerji tasarrufu ve 10.954\$ maliyet tasarrufu sağlanmıştır.
Boston Park Plaza, Massachusetts (ABD)	1,686 adet pencere 1.2 milyon \$ harcanarak ısıcam olarak değiştirilmiştir.	Bu sayede her bir pencere otele yıllık 75\$ enerji tasarrufu kazandırmıştır.
Radisson Blu Otel, Ankara (Türkiye)	Su ve enerji tasarrufu konusunda su sızıntısı ve ışıklandırmalara yönelik personellere eğitim verilmektedir. Misafir odaları ve personel alanlarındaki lavabo ve duşlarda su tasarruflu özel musluk aparatı kullanılmaktadır. Misafir odaları ile misafir ve personel genel alanlarının tümündeki ışıklandırma led ampuller ile sağlanmakta ve gün ışığı sensörü kullanılmaktadır.	2011'de yeşil yıldız ve 2014'te yeşil anahtar sertifika ödülüne sahip olan otel hala bu çevre ödüllerine sahiptir. Bu sayede 2015 yılının ilk 9 aylık döneminde bir önceki yılın aynı dönemine oranla otel doluluk oranında %1'lik bir artış olmasına karşın toplamda %4 daha az su kullanılmıştır. Yıllık toplam elektrik kullanımında %18'lik bir tasarruf sağlanmıştır.
Renaissance İstanbul Bosphorus Hotel (Türkiye)	Türkiye'nin trijenerasyon sistemi kullanan tek otel işletmesidir. Doğalgaz jeneratörü mantığına dayanan bu sistemle acil durumlarda binanın elektrik ve ısıtma ihtiyacı giderilmektedir. Bu sistem ile otel kendi elektriğinin %35'ini üretebilmektedir. Enerji tasarrufu sağlayan LED ampuller kullanılmaktadır. Lavabo ve banyo gider	Uygulanan gri su sistemi sayesinde oteldeki su tüketimi %30-40 azalmıştır. Otel yönetimi enerji tüketimini odabaşına % 15 azaltarak, maliyetlerde yılda 100.000 € enerji tasarrufu elde etmeyi planlamaktadır.

	sularının belirli bölmelerde toplanıp detaylı bir filtrasyondan geçirilerek tuvalet giderlerine verildiği "gri su sistemi" sayesinde su tüketimi azaltılmaktadır.	
Sheraton Otel & Convention Center Lugal, Ankara (Türkiye)	Otelde tüm duş ve musluk başlarına "perlatör" cihazı takılmıştır. LED ampul kullanımına geçilmiştir. Kağıt, cam ve plastik olarak atıklar ayrıştırılmaktadır. Otel faaliyetleri sonucu oluşan yağ, pil ve florasan gibi atıkların ayrıştırılması ve bu atıkların imha edilmek veya dönüştürülmek üzere ilgili kurum ve kuruluşlara belge karşılığında teslimi sağlanmaktadır.	Otel yeşil anahtar sertifikası almaya hak kazanmış ve su-enerji tasarrufu sağlamıştır.
Xanadu Island Resort Otel, Bodrum (Türkiye)	HUBER VRM teknolojisi ile atık su arıtma çalışmaları yürütülmektedir. Bu sayede, yaz aylarında günlük arıtımı yapılan 1200 m ³ atık suyun tamamı otelin 25.000 m ² yeşil alanının sulanmasında kullanılmaktadır.	Suyun o dönemki m ³ fiyatının 5,50 / 16,00 TL. arasında olduğu göz önüne alındığında bu teknoloji ile 1 saat içerisinde 15-17 lt. atık suyun geri kazanılmaktadır. Bu durum işletmeye büyük miktarlarda ekonomik kazanç sağlamaktadır.
Hilton Garden Inn İstanbul Golden Horn (Türkiye)	Otelde su tüketimini azaltmak için peyzaj alanlarında az su tüketen bitkiler ve damlama sulama yöntemi tercih edilmiştir. Bina içi su tüketiminde su verimli klozetler ve sensörlü bataryalar kullanılarak şebeke suyundan tasarruf sağlanmıştır. Yerel ekonomiyi desteklemek ve yakıt tüketimi kaynaklı çevre kirliliğini önlemek için projenin %30'u yerel malzemelerden tercih edilmiştir. Mimari açıdan otelin projesinde gün ışığı ve manzaradan daha fazla yararlanmak amacıyla tasarımlar yapılmış gün ışığı alan yaşam alanlarının oranı %80, manzara gören alanlar ise %90 oranına kadar çıkarılmıştır.	Yıllık olarak otel enerjiden %23, su tüketiminden ise %40 tasarruf sağlamıştır. Ayrıca Amerika dışında ve Türkiye'de ilk LEED-Gold sertifikasına sahip otel olmuştur.
Cunda Ortunç Hotel, Balıkesir, Ayvalık (Türkiye)	Tüm odalarda, odada misafir bulunmadığında 18, misafir olduğunda 24 dereceye sabitlenmiş ısı sensörü bulunmaktadır. Odalardaki klimalar, balkon kapısı açıldığında otomatik olarak duracak şekilde çalışmaktadır. Tüm odalarda konuklar için hazırlanan yeşil otel yönetimi hakkında bilgi setleri mevcuttur. Banyolarda %100 geri dönüştürülebilir malzemelerden üretilmiş tek kullanımlık şampuanlar ve sabunlar tercih edilmektedir. Tüm temizlik malzemeleri çevre dostu olarak seçilmiştir. Konuklar için çevre dostu dağ bisikletleri ücretsiz olarak sağlanmaktadır. Havaalanı transferleri için hibrid araçlar kullanılmaktadır. Yeşil yatırım sertifikalarına sahip çevre dostu şirketler tarafından personel için sertifikalı eğitim programları düzenlenmektedir.	Otel çevre dostu uygulamaları ile özellikle yıllık %11 enerji tasarrufu sağlamıştır. İşletme, yeşil anahtar sertifikasına sahiptir.

Kaynak: <http://www.greentourism.eu/en/CaseStudy/IndexPublic>,
<http://greenhotels.com/members.php>, Erişim: 16.06.2019.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde bir milyarı aşkın turistin uluslararası turizm faaliyetlerine katıldığı bilinmektedir. Bu kapsamda uluslararası seyahatlerin artması, sektörde istihdamı, turistik talebi karşılayacak miktarda mal ve hizmet üretilmesini, nitelikli tesislerin kurulmasını, yeni iş/faaliyet alanlarının oluşturulmasını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla bu durum gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik büyüme ve kalkınma süreçleri üzerinde turizm sektörünün pozitif bir etki oluşturduğunu göstermektedir. Ancak uluslararası turizm faaliyetlerinin artması ülke ekonomilerine önemli katkılar sağlarken, doğal çevre üzerinde de ciddi baskılar oluşturmaktadır. Nitekim turizm sektörel anlamda değerlendirildiğinde, doğal kaynakların oldukça yoğun kullanıldığı bir özellik taşımaktadır. Bu kapsamda küresel boyutta hızla büyüyen turizm sektörünün bağımlı olduğu doğal kaynakların korunması, sürdürülebilirliğinin sağlanması önem arz etmektedir.

Otel işletmeleri faaliyet gösterdikleri yöreler, bölgeler ve ülkeler başta olmak üzere küresel anlamda turizm faaliyetlerinin neden olduğu çevresel bozulmaları, tahribatları önlemek amacıyla çeşitli çalışmalar gerçekleştirmektedir. Bu çalışma otel işletmelerinin ulusal ve uluslararası düzeyde gerçekleştirdiği söz konusu çevresel sürdürülebilirlik uygulamalarını ortaya koymak amacıyla hazırlanmıştır. Çalışmada özellikle Avrupa'da faaliyet gösteren otel işletmelerinin çevreye duyarlı oldukları ve green globe (yeşil küre), green key (yeşil anahtar), green lodge (yeşil köşk), European Ecolabel (Avrupa Eko-Etiketi), travelife, bio hotel (bio otel),

ecocamping label (eko kamp etiketi), eco-dynamic enterprise label (eko dinamik işletme etiketi), LEED sertifika uygulamalarına dahil oldukları saptanmıştır. Ancak bu uluslararası düzeyde geçerli olan sertifika programlarının dışında otel işletmelerinin faaliyet gösterdiği ülkelerde de otel işletmelerine yönelik ulusal çevresel/sürdürülebilirlik uygulamalarının yürütüldüğü belirlenmiştir. Çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren otel işletmelerine yönelik bakanlık tarafından yürütülen yeşillenen oteller, beyaz yıldız ve yeşil yıldız ödül/sertifika uygulamasının bulunduğu saptanmıştır. Bununla birlikte Türkiye’de faaliyet gösteren bazı otel işletmelerinin travelife, LEED ve green key (yeşil anahtar) gibi önemli uluslararası çevre sertifika programlarına dahil oldukları tespit edilmiştir. Çalışmada özellikle farklı bölgelerde faaliyet gösteren uluslararası otel işletmelerinin sürdürülebilir çevre uygulamaları ve bu uygulamaların ortaya çıkardığı etkilerden örneklere de yer verilmiştir. Burada genel itibariyle incelenen otel işletmelerinin çevre korunmasına yönelik gerçekleştirdikleri uygulamalar ile maliyetlerini düşürdükleri, finansal açıdan tasarruf ettikleri tespit edilmiştir.

Türkiye’nin turizm sektöründe sürdürülebilir çevre uygulamaları açısından Avrupa ülkeleri seviyesinde olduğunu söylemek güçtür. Çalışmada ortaya konulan veriler bu görüşü destekler niteliktedir. Ulusal ve uluslararası boyutta otel işletmeleri için yürütülen sürdürülebilir çevre uygulamaları veya sertifikasyon kriterleri farklılık göstermektedir. Ulusal düzeyde hükümet onayıyla Turizm Bakanlığı tarafından yürütülen sertifikasyon programlarının genel olarak yeterli olduğu ancak marka, tanınırlık, güvenilirlik ve pazarlama açısından

uluslararası kurum/kuruluşlar tarafından düzenlenen sertifikasyon programlarının daha etkin olduğu söylenebilir. Bu kapsamda Türkiye'deki turizm sektörünün temelini oluşturan otel işletmelerinin de uluslararası düzeydeki çevresel sertifikasyon uygulamalarına katılmaları sağlanmalıdır. Öncelikle otel işletmelerinin örgütsel yapılarının geliştirilerek, çevre bilincinin oluşturulması sağlanarak, işletmede çevre yönetimi departmanı kurulmalıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı ile çeşitli kamu kurumları ve turizm ile ilgili sivil toplum kuruluşları otel işletmelerini çevreci uygulamalara yönlendiren teşvikler düzenlemelidir.

Türkiye Turizm Stratejisi ve 10. Kalkınma Planı'nda maddeler arasında yer alan turizmin sürdürülebilirliği hedefi doğrultusundaki çalışmalar ulusal ve uluslararası sertifikasyon programlarıyla desteklenmelidir. Mevcut ulusal sertifika programlarının uluslararası akreditasyon mekanizmalarına entegre olması ve bu programların tanınırlığının sağlanması gerekliliği ortadadır. Son yıllarda konuklar çevre dostu ürünlere daha fazla talep oluşturdukları için otel yöneticilerinin turistik ürün yelpazelerini bu yönde oluşturmaları önem arz etmektedir. Bununla birlikte sundukları turistik ürünlerin çevre dostu özellikler taşıdığı konusunda konukları bilgilendirmesi ve ikna etmesi gerekliliği de diğer bir önemli unsurdur. Bu kapsamda otelin web sayfasında çevreye duyarlı bir tesis olduğu ve çeşitli çevre sertifikalarına sahip olduğu belirtilmelidir.

Türkiye'de faaliyet gösteren otel işletmelerinin hem çevreyi korumak, üretim maliyetlerini azaltmak hem de rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilmek için sürdürülebilir çevre uygulamaları

konusunda birtakım düzenlemelere yer vermeleri önem arz etmektedir. Bunlardan bazıları aşağıda ifade edilmiştir.

- Su kaynaklarının etkin kullanılarak tasarruf sağlanması,
 - Yatak takımları ve havlu çamaşırların daha az sıklıkla değiştirilmesi ve yıkanması,
 - Su tüketiminin izlenmesi ve kaçakların tespiti,
 - Kaliteli su armatürlerinin montajı,
 - Tuvaletler için kullanılan suyun azaltılması,
 - Yağmur suyu toplama sistemlerinin, tanklarının kurulması,
- Enerji kaynaklarının etkin kullanılarak tasarruf sağlanması,
 - Su borularının, ısı transferi sırasında enerji israfını en aza indirmek için uygun şekilde yalıtılması,
 - Enerji tasarruflu ampullerin kullanılması,
 - Enerji tüketiminin ve faturaların izlenmesi,
 - Mini bar kullanımının azaltılması bunun yerine oda servisi kullanımının teşvik edilmesi,
- Atıkların değerlendirilmesi ve kullanımı
 - Tehlikeli atıkların (çözücüler, boyalar, yemeklerde kullanılmış yağlar, kağıtlar, enerji tasarruflu ampuller ve ışık tüpleri, piller, vb.) özelliklerine göre ayrıştırılması,
 - Atık sınıflandırma ile doğrudan atık yönetim maliyetlerinin düşürülmesi,
- Doğada çözünebilir organik bileşenlerden oluşturulan, çevresel açıdan zararlı olmayan, eko etiketli temizlik maddelerinin tercih edilmesi,

- Kimyasal yönetimi ve etkin temizlik teknikleri konusunda personelin eğitilmesi,
- Sürdürülebilir çevre uygulamalarının sosyal sorumluluk haline getirilmesidir.

Yukarıda ifade edilen temel unsurların gerçekleştirilmesinin çevreye duyarlı turizm bilincinin oluşmasında önemli olduğu ortadadır. Buradan hareketle sürdürülebilirlik anlayışı bilincinin oluşması, bizden sonraki nesillere tüm kaynakların aktarılmasında önemlidir. Nitekim dünyayı oluşturan bireylerin tamamının çevre bilincine sahip olması, bu çerçevede çevreyi koruyarak, bizden sonraki nesillerin haklarına tecavüz etmeden, sürdürülebilirlik bilinciyle çevresel kaynakları kullanmasının gerekliliğinin, önemli önceliği olan bir konu olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2018a). Bibliometric Profile of Sustainable Tourism Area: Case of Turkey. *Asian Academic Research Journal of Social Science & Humanities*, 5(5), 1-10.
- Akın, A. (2018b). *Turizm Coğrafyası (rakip Akdeniz Ülkelerinden Destinasyonlar)*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Akın, A. (2018c). *Spor ve Turizm*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- Aslan, E. & Güneş, G. (2015). Sürdürülebilir Turizm ve Konaklama İşletmeleri İçin Yeşil Anahtar Eko-Etiketi. *1. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu / 19-21 Kasım 2015*.
- Bohdanowicz, P. & Martinac, I. (2003). Attitudes Towards Sustainability In Chain Hotels – Results of a European Survey. *Proceedings of the CIB International Conference on Smart and Sustainable Built Environment*, Brisbane, Australia, November 19–21.
- Calaretu, V. B. (2011). The Impact of Tourism on Mountain Community Development. *Cactus Tourism Journal*, 2(1), 26-30.
- Çelik, N. (2014). Sürdürülebilir Turizm Uygulamalarının Turizm Talebi Üzerine Etkileri: Muğla Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Demir, C. & Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi: Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gülşeker, E. (2018). Leed Sertifikasyon Sisteminde Temel Eğitim Binası Değerlendirilmesi: Konya Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Necmettin Erbakan Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Han H. & Kim, Y. (2010). An Investigation of Green Hotel Customers' Decision Formation: Developing an Extended Model of the Theory of Planned Behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 29: 659-668.

- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning; an Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- İpar, M.S. (2018). Turistlerin Yeşil Otel Tercihlerine Yönelik Algıları, Çevreci Davranış Eğilimleri Ve Davranışsal Niyetlerle İlişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.
- Kılıç, S. (2006). Modern Topluma Ekolojik Bir Yaklaşım. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(12), 108-127.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2019). <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-11596/cevreye-duyarlilik-kampanyasi-yesil-yildiz.html> (Erişim, 25.06.2019).
- Maviş, F., Ahişapoğlu, H. S. & Kozak, N. (2008). *Genel Turizm Bilgisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- Melissen, F., Koens, K., Brinkman, M. & Smit, B. (2016). Sustainable Development in the Accommodation Sector: A Social Dilemma Perspective. *Tourism Management Perspectives*, 20, 141–150.
- Memiş, S. (2019). Konaklama İşletmelerinde Yeşil Yönetim Uygulamalarının Entropi Yöntemi ile Ağırlıklandırılması: Giresun İli Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(1), 653-665.
- Örnek, İ. & Akın, A. (2016). Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Kıtalar Arası Turizm Hareketlerinin Ekonomik Etkisinin Araştırılması (Avrupa ve Ortadoğu Kıtası Örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(45), 1089-1098.
- Pepper, D. (1999). The Integration of Environment Sustainability Considerations into EU Development Policy: A Case Study of the Leader Initiative in the West of Ireland. *Journal of Environmental Planning & Management*, 42(2), 167-187.
- Seyhan, G. & Yılmaz, B. S. (2010). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Konaklama İşletmelerinde Yeşil Pazarlama: Çalışta Luxurt Resort Hotel. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 11(1), 51-74.

- Tıraş, H.H. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma Ve Çevre: Teorik Bir İnceleme. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,2(2),57-73.
- UNWTO (1998). Guide for Local Authoriries on Devoloping Sustainable Tourism, (<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284402809>).
- Uslu, H. (2017). İstanbul’da Bazı Leed Sertifikasyon Uygulamalarının Peyzaj Mimarlığı Açısından İrdelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü. Isparta.
- Yılmaz, G.Ö., Özok, O. & Erdem, B. (2016). Konaklama İşletmelerinde Çevre Dostu Uygulamalar: Bodrum Örneği. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 180-197.

İnternet kaynakları

- <http://www.greenkey.global/> Erişim: 20.06.2019.
- <http://www.ecolabel.eu/> Erişim: 20.06.2019.
- <http://greenglobe.com/> Erişim: 15.06.2019.
- http://www.travelife.org/Hotels/What_is_TL.asp?p=2
Erişim: 10.06.2019.
- <http://www.biohotels.info/> Erişim: 22.06.2019.
- <http://www.greentourism.eu/en/GreenLabel/Details/10>
Erişim: 07.05.2019.
- <http://www.turizmyatirimdergisi.com.tr/images/dergi/61-tyd%2061%20web.pdf>,
Erişim: 10.06.2019.
- <https://epy.com.tr/tr-leed-sertifikali-otellerin-surdurulebilir-turizmdeki-yeri-80>, Erişim: 10.06.2019.
- <https://new.usgbc.org/membership>, Erişim: 10.06.2019.
- <http://www.baatbg.org/green-lodge/38/49>, Erişim: 10.06.2019.

<http://www.ecocamping.net/>, Erişim: 26.06.2019.

<http://www.turofed.org.tr>, Erişim, 12.06.2019.

<https://www.yesillenenoteller.com/>, Erişim: 16.06.2019.

<http://greenhotels.com/members.php> Erişim: 16.06.2019.

<http://www.greentourism.eu/en/CaseStudy/IndexPublic> Erişim:
16.06.2019.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TURİZM POLİTİKASINA YÖNELİK
DÜZENLEMELER

Dr. Mehtap KARAYAZI¹

¹ Kahramanmaraş Büyükşehir Belediyesi, mehtapkarayazi@gmail.com

GİRİŞ

Kişilerin sürekli yaşadıkları yerden başka bir yere yaptıkları seyahatler ile seyahat sırasında ve geçici olarak konaklamaları süresince gerçekleştirdikleri faaliyetler turizm kavramının genel çerçevesini oluşturmaktadır. II. Dünya Savaşı'ndan sonra artan turizm hareketleri önceleri daha bireysel ve küçük ölçekli faaliyetlerken, küreselleşme, siyasi gelişmeler, hukuki düzenlemeler ve teknolojik gelişmeler başta olmak üzere birçok çeşitli nedenle oldukça önemli ve daha çok insanın bireysel ya da toplu olarak katıldığı bir aktivite haline gelmiştir. Kişilerin geçici yer değiştirmelerinin yanı sıra turizm ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda yarattığı etkiler nedeniyle de büyük bir sektör oluşturmuştur.

Küreselleşmenin etkisiyle günümüzde turizm tüm dünya vatandaşlarını ilgilendiren bir üretim ve tüketim olayı olmuştur. Küreselleşmeyle birlikte serbestleşen mal ve hizmet ticareti ülkeye döviz girdisi sağlayarak ödemeler dengesi ve dış ticaret göstergelerini olumlu yönde etkilediği gibi, bireylerin hareketliliğini de arttırmıştır. Ekonomik aktivitede yarattığı etkiyle turizm, milli gelire katkı sağlamakta ve ekonomik büyümeyi desteklemektedir. Turizm iş yaratma ve istihdam sağlama potansiyeline sahip sektörlerden biri olarak görülmektedir. Bununla birlikte turizm çevresel, kültürel ve sosyal alanları geliştirmenin önemli bir aracı olarak ifade edilmektedir (Akın, 2017, s. 9-10). Son yıllarda özellikle teknolojik gelişmelerin etkisiyle; uzaklık ve zaman kavramları algısının, sosyal ve kültürel beklentilerin değişmesi, çalışma sürelerinin azalması, insanların tecrübelerini anında paylaşmasına imkân sunması nedeniyle sosyal

medyanın büyük bir hızla yaygınlaşması turizm sektörünü daha da geliştirmiştir.

Günümüzde turizm küresel ekonomide en hızlı gelişen ve büyüyen sektörlerden biri olarak görülmektedir. Turizm küresel ölçekte kimyasal ve yakıttan sonra ihracat geliri yaratan en büyük üçüncü sektördür. Yavaşta olsa büyüyen dünya, gelişmekte olan ülkelerdeki orta sınıfın artması, teknolojik yenilikler, yeni iş modelleri, uygun fiyatlı seyahatler ve vize kolaylıkları gibi etmenlerle 2018 yılında dünya genelinde turist varış sayısı %5 artmıştır. Aynı şekilde turizmden sağlanan gelir de artarak küresel ekonominin gelişmesine katkı sağlamıştır. Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre, 2018 yılında dünya turizm gelirleri yaklaşık % 4 artarak 1.7 trilyon dolar olmuştur (UNWTO, 2019). Avrupa ise uzun yıllardır dünyanın en çok ziyaretçi çeken bölgesi konumundadır ve turizm gelirleri artış göstermektedir. İfade edildiği üzere büyük bir sektör olarak turizmin dinamik ve çok yönlü yapısı ile beraber rekabetçiliğin artması turizm sektörünün sürdürülebilir şekilde yönetilmesini kritik derecede önemli hale getirmektedir. Ancak günümüzde en büyük ve başarılı entegrasyon örneği olarak kabul edilen Avrupa Birliği (AB), topluluğu ilgilendiren çeşitli alanlarda birçok ulusal politikanın koordinasyonuna yönelik ortak politikalar belirlemesine rağmen, henüz turizmle ilgili uluslararası düzeyde resmi ve ortak bir turizm politikası belirlememiştir. Bu kapsamda üye ülkeler sahip oldukları turizm kaynaklarına uygun olarak kendi önceliklerine göre ulusal turizm politikası geliştirip uygulamaktadır (Aykın, 2018, s. 154). Bununla birlikte turizm, AB entegrasyon

sürecinin gelişiminden önemli derecede etkilenen hizmet sektörlerinden biri olması nedeniyle hala entegrasyonun nihai amacını yerine getirmek için bir araç olarak kullanılmaktadır (Ana, 2017, s. 493). Turizmin kendine has dinamikleri, turizmin çok farklı sektörle ilişkili olması nedeniyle detaylı politika süreçleri gerektirmesi, üye ülkelerin ulusal güçlerinin bir bölümünü bırakmak konusunda isteksiz olması, üye ülkeler arasındaki bölgesel ve ekonomik farklılıklardan dolayı üye ülkeler ulusal ölçekte turizm politikası uygulamayı tercih etmektedir.

Avrupa Birliği'nin turizmle ilgili eylemlerine yön veren politika metinleri detaylı olarak incelendiğinde Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu kuran ve 1957 yılında imzalanan Roma Antlaşması'nda turizm politikasına yönelik açık bir hüküm bulunmasa da, antlaşmanın topluluktaki ekonomik faaliyetleri geliştirme ve üye devletler arasındaki ilişkileri güçlendirme görevine ilişkin maddelerin turizm politikalarına temel oluşturduğu görülmektedir. 1980'li yılların başından itibaren ise turizm sektörüyle ilgili daha güçlü bir politika çerçevesinin gerekliliği ön plana çıkmıştır. Dolayısıyla turizm, Birliğin ortak hedeflerinden biri olarak değerlendirilmeye başlamıştır. Bu süreçte turizmin idare edilmesine ve topluluk içinde farklılık arz eden tarım, ulaştırma, istihdam, çevre gibi çeşitli konuların uyumlaştırılmasına yönelik kararlar alınmıştır. 1990'lı yıllarda turizmle ilgili önemli adımlar atılmış ve turizmi geliştirmek, turizm çeşitliliğini artırmak üzere eylem planları uygulamaya konulmuştur. Bu girişimlerle nitelikli bir destinasyon olarak Avrupa'nın üçüncü ülkeler nezdinde tanınmasına önem verilmiş ve turizmin ekonomik

yönü ile istihdam konularına vurgu yapılmıştır. 2000’li yıllarla birlikte turizmin karşılaştığı güçlükler ve güçlüklerle karşı eylemlerin planladığı strateji belgeleri hazırlanmıştır. 2000’li yıllarda turizmin ekonomik yönü yanında sürdürülebilirlik ve rekabet edebilirlik ilkesi turizmin odak noktası haline gelmiştir. 2007 yılında imzalanan ve 2009 yılında uygulamaya konulan Lizbon Antlaşması ile AB’nin turizm politikası yasal bir dayanağa kavuşmuştur.

Bu çalışmanın amacı, Avrupa Birliği’nin turizm politikalarına yönelik düzenlemeleri birliğin tarihsel gelişim süreciyle birlikte ele alarak turizm politikasına yönelik mevcut çerçeveyi ortaya koymaktır. Bu kapsamda Avrupa Birliği’nde ortak pazar fikrinden günümüze kadar alınmış olan komisyon kararları ve ilgili belgeler taranarak detaylı olarak incelenmiş, Avrupa Birliği turizm politikasının hangi gerekçelerle ve nasıl geliştiği araştırılmıştır. Bu kapsamda çalışmanın turizm ve turizm politikasıyla ilgili akademik literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

1. Avrupa Birliği ve Turizm

Avrupa’da bir birlik kurma fikri II. Dünya Savaşı sonrasında ortaya çıkmış olup 1951’de altı ülkenin katılımıyla (Almanya, İtalya, Hollanda, Belçika, Lüksemburg ve Fransa) Avrupa’da ekonomik ve siyasi bir birleşme isteğinin ilk aşaması olarak “Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu” (AKÇT) oluşturulmuştur. 1952’de uygulamaya konulan bu antlaşma sonrasında 1957 yılında Roma Antlaşması olarak bilinen iki yeni antlaşma imzalanmıştır. Bu doğrultuda ortak ekonomi politikaları geliştirmek amacıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) ile Avrupa Atom Enerji Topluluğu (EURATOM) kurulmuştur.

1967'de AKÇT, AET ve EURATOM birliklerinin tamamı Avrupa Topluluğu (AT) olarak ilan edilmiştir. AT'nin öncelikli amacı; gümrük birliği ve ortak pazar, sonrasında da birçok ulusal politikanın koordinasyonu ve ortak politikalar ile ekonomik birliğe ulaşmak olarak belirlenmiştir. 1 Kasım 1993 tarihinde ise Maastricht Antlaşması (Avrupa Birliği Antlaşması) yürürlüğe girmiş ve Avrupa Birliği kurulmuştur (Archick, 2017, s. 1-3; https://europa.eu/european-union/about-eu/history_en). Ortak pazar fikrinden günümüze kadar birliği ilgilendiren birçok alanda uluslararası ölçekte ortak politika oluşturulmasına rağmen, Avrupa'daki resmi otoriteler tarafından henüz açık ve net bir ortak turizm politikası oluşturulmamıştır. Bununla birlikte, içerisinde turizmle ilgili açık bir hüküm bulunmasa da Roma Antlaşması'nın 2., 50. ve 130. maddeleri turizm politikasına yönelik çeşitli politikaları kapsamaktadır. Bu maddeler genel itibariyle, ekonomik aktiviteyi artırmak, üye devletlerarasındaki ilişkileri geliştirmek ve işgücü değişimi hedefleri ile ilgili olmaktadır (EC, 1982). Modern turizm anlayışı, turizm sektörüne yönelik politika beklentilerinin ve ihtiyaçlarının artmasına neden olmuştur. Bu doğrultuda AB'nin yasal zemine sahip kurumsallaşan yapısı içinde turizmle ilgili düzenlemelerin de kapsamı genişlemiş, yasal dayanakları güçlenmiştir.

Turizm, Avrupa'da çok eski dönemlerden itibaren özellikle eğitim amaçlı yer değiştirmelerin sonucunda gelişmeye başlayan bir olgu iken 19. yüzyıldan itibaren ulaşım sistemindeki büyük gelişmeler sonucunda yaygınlaşmaya başlamıştır. Bu değişimde kuşkusuz sanayileşmenin getirdiği yeniliklerin ötesinde, demografik değişimler,

kentleşme, ulaşım hizmetlerindeki gelişmeler, sosyal hakların ve iş imkânlarının iyileştirilmesi, gelirlerin artması ve tüketici taleplerindeki farklılaşmalar etkili olmuştur (Gyr, 2010, s. 4).

II. Dünya Savaşı'ndan itibaren ise, turizm ekonomik büyümenin itici güçlerinden biri olarak kabul edilmiştir. Günümüzde Avrupa dünyanın en çok ziyaret edilen bölgesi (%51 pay) olmasının yanı sıra aynı zamanda en çok turist gönderen bölgesidir. Tablo 1'de görüldüğü gibi 2018 yılında yaklaşık 710 milyon turist Avrupa'yı ziyaret etmiş olup 2030 yılında 744 milyon turistin bölgeyi ziyaret etmesi beklenmektedir. UNWTO verilerine göre, 2018 yılında Avrupa'dan sonra en çok turist çeken bölgeler sırasıyla Asya-Pasifik (%25), Amerika (%15), Afrika (%5) ve Orta Doğu (%4) olmuştur (UNWTO, 2019). UNWTO verilerine göre, 2018 yılında dünya genelinde en çok ziyaret edilen on destinasyondan altı tanesi de Avrupa kıtasında yer almaktadır. Sırasıyla Fransa ve İspanya listede ilk iki sıradadır. Tablo 1'de görüldüğü gibi Avrupa'da turizm gelirleri bazı dönemler dışında sürekli artış göstermiştir. Ekonomik kriz ve durgunluk dönemlerinin turizm gelirlerini olumsuz etkileyen önemli faktörlerden olduğu söylenebilir. Örneğin; 2008 küresel krizinin etkisiyle 2009 yılında turizm gelirleri 473 milyar dolardan 410 milyar dolara gerilemiştir. 2018 yılında ise Avrupa'nın toplam turizm geliri yaklaşık 570 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 1. Avrupa Kıtası Uluslararası Ziyaretçi Sayıları ve Turizm Gelirleri

	Uluslararası Ziyaretçi Sayısı (Milyon kişi)	Yıllık Değişim Oranı (%)	Dünya Pazar Payı (%)	Uluslararası Turizm Gelirleri (Milyar Dolar)	Turizm Gelirleri Açısından Dünya Pazar Payı (%)
1980	-	-	64,2	62.3	59,7
1985	204.3	5,7	63,8	63.5	53,8
1990	265.6	6,0	60,4	144.6	54,4
1995	315.0	3,9	58,3	207.4	52,2
2000	395.9	6,9	57,6	234.7	49,3
2001	395.2	-0,2	57,6	230.3	49,7
2002	407.0	3,0	57,6	243.2	50,7
2003	407.1	0,0	58,6	282.9	53
2004	424.4	4,3	54.5	328.4	51,5
2005	438.7	4,0	54,7	348.8	51,2
2006	462.2	4,3	54,4	376.9	51,1
2007	487.9	5,3	53,5	435.2	50,6
2008	487.2	0,3	53,1	473.7	50,2
2009	461.5	-5,3	52,2	410.9	48,5
2010	474.8	2,9	50,7	409.3	44,2
2011	516.4	8,8	51,3	466.7	45
2012	534.4	3,5	51,6	454	42,6
2013	566.4	6,0	52,0	491.7	42,2
2014	581.8	2,7	51,4	513.5	40,9
2015	607.7	4,4	51,2	450.7	35,8
2016	619.4	2,4	49	447.3	36,7
2017	671.7	8,4	51	519	39
2018	709.9	5,5	51	570.4	39

Kaynak: www2.unwto.org, Erişim: 19.09.2019

2. Avrupa Birliği'nde Turizm Politikasına Yönelik Düzenlemeler

AB turizm endüstrisi iki milyondan fazla küçük ya da orta ölçekli işletmeyle yaklaşık 12 milyon kişiye istihdam imkânı sağlayan, iş ve istihdam yaratma potansiyeli yüksek bir sektör olarak

görülmektedir. Bu açıdan turizm politikası, AB'nin daha çok istihdam ve daha güçlü büyüme hedeflerini gerçekleştirmesi için önemli bir araç olarak kabul edilmektedir (Coito, 2019, s. 1). AB'nde turizm sektörü ekonomide itici güç olarak görülmesine ve dünya turizminden en büyük payı almasına rağmen birliğin hukuki bağlayıcılığı olan, kapsamlı ve güçlü bir turizm politikası bulunmamaktadır. AB'nin ortak bir turizm politikası olmamasının nedenleri kısaca şöyle sıralanabilir (Tekindağ, 2014, s. 3; Dinçer, Türkay & Avunduk, 2015, s. 52):

- Birliğin üye sayısının artması ve buna bağlı olarak coğrafi sınırların genişleyerek bölgesel farklılıkların oluşması,
- Üye ülkeler arasındaki rekabet koşullarındaki farklılıklar,
- Üye devletlerin turizme ilişkin beklentilerinin değişmesi,
- Ülkeler arasındaki turizm gelirleri farklılıkları,
- Turizmin farklı sektörlerle ilişkisinden dolayı kapsamlı ve karmaşık politika süreçlerine ihtiyaç duyulması,
- Üye ülkelerin ortak politikayı kabul ederek ulusal güçlerinin bir bölümünden vazgeçecek olmaları nedeniyle isteksiz davranmaları,
- Birliğin teşkilat şemasında turizme ilişkin özel bir birimin yer almaması.

Genel olarak yukarıda sayılan nedenlerden ötürü ortak turizm politikası belirlenmemesine karşın 1957 Roma Antlaşması'ndan bugüne kadar turizm politikaları alanında önemli mesafeler kat edilmiştir. Roma Antlaşması'nda turizm politikası ifadesi açıkça

kullanılmamasına rağmen antlaşmanın birkaç maddesinin referans alınmasıyla başlayan süreç, 1980’li yıllardan sonra ivme kazanmış ve turizm daha fazla politika belgesine konu olmuştur. Avrupa Birliği’nin ortak amaçlarına ulaşmak üzere turizmin bir araç olarak görüldüğü 1990’lı yıllardan sonra turizm günümüzde yarattığı ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerle desteklenmesi gereken bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Örneğin; 1990 yılının turizm yılı olarak ilan edilmesi ve bir eylem planı hazırlanması bu anlamda önemli bir girişimdir. 1990’lı yıllarda turizm politikasına yönelik birçok metin bulunmasına rağmen, turizm sektörüne yönelik ilk yasal düzenlemenin 2007 yılında imzalanan Lizbon Antlaşması (Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Antlaşma) olduğu görülmektedir. 2009 yılında uygulamaya konulan Lizbon Antlaşması ile AB’nin turizm politikası yasal bir dayanağa kavuşmuştur. Öte yandan turizmle ilgili özel ve ayrı bir bütçe bulunmamasına rağmen çok yıllık mali çerçevede değerlendirilmesi için girişimler devam etmektedir (Coito, 2019, s. 1).

Avrupa Birliği’nin turizm politikasına yönelik hükümleri Avrupa kurumlarının politika belgeleri doğrultusunda uygulanmaktadır. Bu kararlar Avrupa Birliği’ni kuran anlaşmaları referans alan Komisyon tebliğlerinde açıklanmakta ve uygulamaya konulmaktadır. Bu nedenle turizm politikasına yönelik düzenlemeler ilgili komisyon kararları doğrultusunda kronolojik olarak açıklanacaktır.

2.1.1980 Öncesi Turizm Politikasına Yönelik Düzenlemeler

Turizm, 1957 yılında Roma Antlaşması olarak bilinen ve ortak ekonomi politikaları geliştirmek amacıyla imzalanan Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu kuran anlaşmada öncelikli politika alanlarından biri olarak belirlenmemiştir. Ancak Roma Antlaşması'nın bazı maddeleri referans alınarak turizmin topluluğun temel eylemlerinden biri sayıldığı görülmektedir. Roma Antlaşması'nın 2. maddesinde toplulukta ortak bir pazar oluşturması görevinden bahsedilmektedir. Anlaşmada bu göreve yönelik olarak; üye devletlerin ekonomi politikalarının aşamalı olarak yakınlaştırılmasının ve ekonomik faaliyetlerin uyumlu bir şekilde geliştirilmesinin gerekliliği vurgulanmaktadır. Böylelikle topluluk genelinde dengeli genişlemenin ve istikrarlı büyümenin sağlanması hedeflenmektedir. 5. maddeyle, ortak bir program çerçevesinde genç işçilerin değişiminin teşvik edilmesi amaçlanmaktadır. Antlaşmanın 130. maddesinde ise Avrupa Yatırım Bankası'nın topluluğun kalkınmasına ve az gelişmiş bölgelerin gelişmesine katkı sağlayacak projeleri destekleyebileceği belirtilmektedir (Roma Antlaşması, 1957).

Bu maddeler turizm politikasıyla ilgili açık ifadeler olamamakla beraber, genel olarak topluluğun kalkınmasına, ekonomik faaliyetlerin artırılmasına ve üye devletler arasındaki ilişkilerin güçlendirilmesine yönelik hükümlerdir. Turizmle ilgili sonraki kararlar turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel boyutlarıyla topluluğun kalkınmasına katkısı nedeniyle bu maddelerle ilişkilendirilmiştir. Dolayısıyla söz konusu maddelerin turizm alanında yapılan düzenlemelere temel oluşturduğunu söylemek mümkündür.

Roma Antlaşması'ndan 1980'li yıllara kadar topluluk düzeyinde ortak turizm politikası oluşturmak konusunda pek fazla girişim olmamakla beraber turizmi doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen farklı sektörlere ilişkin çeşitli kararlar alınmıştır. Turist haklarının korunması, turizm sektöründe çalışanların haklarının korunması, bölgesel kalkınma, mimari mirasın korunması ve ulaşım hizmetleri gibi çeşitli alanlara ait söz konusu düzenlemeler 1982 yılında yayınlanan kılavuzda özetlenerek turizmle ilgili olarak topluluk hükümlerinde açıklanmıştır.

2.2.1980 Sonrası Turizm Politikasına Yönelik Düzenlemeler

Topluluktaki turistik aktivitelerin olağanüstü şekilde genişlemesi ve turizm ile topluluk faaliyetleri arasındaki ilişkinin artması sonucu 1980'li yılların başında turizm sektörü ile ilgili girişimler artmıştır.

Avrupa Birliği'nde 1980 sonrası turizmle ilgili düzenlemeler tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. AB’de Turizm Politikasına Yönelik Düzenlemeler

Tarih	Belge	Yasal Dayanak
1 Temmuz 1982	Topluluk Turizm Politikası İçin Ön Kılavuz	COM(82)835
10 Nisan 1984	Turizm Konusunda Topluluk Politikası	(84/C 115/01)
14 Temmuz 1985	Beyaz Kitap	COM (85) 310
31 Ocak 1986	Turizm Alanında Topluluk Faaliyetleri	COM (86) 32
22 Aralık 1986	Turizm Danışma Komitesi	86/664/EEC
1990	Avrupa Turizm Yılı	89/46/EEC
1990	Turizm Eylem Planı	89/46/EEC
13 Temmuz 1992	Turizm Eylem Planı 1993-1995	92/4121/EEC
5 Aralık 1993	Beyaz Kitap	COM(93) 700
1993	Maastricht Antlaşması	
1994	Yeşil Kitap	
1996	Philoxenia (Konukseverlik) Programı 1997-2000	
1999	İstihdam İçin Turizm Potansiyelini Artırma	1999/C 178/03
2001	Beyaz Kitap	
2001	Turizmin Geleceği İçin Birlikte Çalışma	COM(2001) 0665
2002	Turizm Alanında Topluluk Önlemleri	
21 Kasım 2003	Avrupa Turizminin Sürdürülebilirliği İçin Temel Yönelimler	COM(2003)716
17 Mart 2006	Yenilenmiş AB Turizm Politikası: Avrupa Turizmi İçin Daha Güçlü Bir Ortaklığa Doğru	COM (2006) 134
19 Ekim 2007	Sürdürülebilir ve Rekabetçi Avrupa Turizmi İçin Gündem	COM (2007) 621 1
2009	Lizbon Antlaşması	(2007/C 306/01)
2010	Avrupa Turizm Paydaşlar Konferansı	
30 Haziran 2010	Avrupa, Dünyanın Bir Numaralı Turist Destinasyonu	COM(2010)352
7 Kasım 2012	AB’de Büyüme Teşvik Etmek İçin Ortak Vize Politikasının Uygulanması ve Geliştirilmesi	COM(2012) 0649)
20 Şubat 2014	Kıyı ve Deniz Turizminde Daha Fazla İş ve Büyüme İçin Avrupa Stratejisi	COM(2014)68

Kaynak: https://europa.eu/european-union/law_en, Erişim: 17.10.2019

1980’li yıllara kadar turizmden etkilenen öncelikli alanlar ve turizmle ilgili politikalar daha özel kapsamda belirlenmiştir. Ancak, 1982 yılında yayınlanan tebliğ ile topluluğun turizm konusundaki ortak amaçlarını başarmadaki rolü ve önemi ana hatlarıyla açıklanmıştır (Estol & Font, 2016, s. 233). 1982 yılında komisyon, turizm sektörü ile ilgili konuları düzenlemek amacıyla konseye bir tebliğ göndermiştir. Topluluk içerisinde turizmin uyumlu bir şekilde gelişmesini teşvik etmek ve turizm sektöründe istihdam edilenlerin çalışma koşullarını iyileştirmek üzere yapılacak muhtemel eylemleri belirlemek üzere “Topluluk Turizm Politikası İçin Ön Kılavuz (Initial Guidelines For A Community Policy On Tourism)” adlı temel bir kılavuz hazırlanmıştır. Komisyon ayrıca topluluktaki bazı turizm sorunlarının çözülmesine yardımcı olmak ve ulusal düzeyde yapılan eylemleri koordine etmek üzere gerçekleştirilecek eylemlerin öncelikli alanlarını tanımlamaya çalışmıştır.

Topluluk Turizm Politikası İçin Ön Kılavuz’da yayınlanan ve turizmi teşvik etmeye yönelik hükümler aşağıda kısaca açıklanmıştır (EC, 1982):

Turistlerin korunması ve serbest dolaşım: Turistlerin korunması ve serbest dolaşım ile ilgili olarak vergi engellerinin ve polis kontrollerinin düzenlenerek topluluk içinde sınır geçişlerinin kolaylaştırılması, turistler için sosyal güvenlik, araç ve turist sigortası, turist haklarının korunması alanlarına yönelik önlemler yer almaktadır.

Turizmle uğraşanlar için çalışma koşullarının iyileştirilmesi: Avrupa Birliği turistlerin serbest dolaşımını sağlayarak turizmi

geliştirmenin ötesinde, turizmle uğraşanların üye ülkelerde ekonomik faaliyette bulunmasını sağlayarak turizm hizmetlerini geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu maddede, Avrupa Sosyal Fonlarından yararlanılması, turizmle ilgili vergilerin düzenlenmesi, enerjiyle ilgili konularda önlemler alınması ve turizm sektöründe çalışanların haklarının iyileştirilmesi amacına yönelik eylemler bulunmaktadır.

Ulaşım hizmetleri: Uluslararası yolcuların karayolu, tren veya havayolu ile serbest bir şekilde dolaşımı topluluğun temel hedeflerinden biridir. Komisyon bu tebliğ ile ulaşım altyapısının geliştirilmesine vurgu yapmış, seyahat sırasında uyulması gereken ortak kuralları ve alınması gereken önlemleri açıklamıştır.

Bölgesel kalkınma: Avrupa Topluluğu turizmi bölgeler arasındaki eşitsizlikleri azaltmak amacıyla bir araç olarak görmektedir. Bu amaçla, Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu ve Avrupa Tarımsal Garanti ve Yönlendirme Fonundan yararlanarak çiftçilere mümkün olan her şekilde yardımcı olmak, turist potansiyeli olan az gelişmiş bölgeleri geliştirmek ve çiftçilere teşvik vererek gelirlerinin artmasını sağlamak gibi temel konulara da kılavuzda yer verilmiştir.

Avrupa mirasının korunması: Tarihi ve kültürel miras ile doğal varlıklar Avrupa turizminin temel kaynakları olarak görülmektedir. Dolayısıyla çevrenin korunması ve mimari mirasın muhafaza edilmesi turizmin devamlılığı açısından komisyonunun kılavuzda yer verdiği önemli konulardan bir diğeridir.

Turizm sektörünün gelişimini doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen birçok alan 1982 yılında yayınlanan bu kılavuza konu olmuştur. Ortak bir turizm politikası niteliğinde olmasa da tebliğin

kapsamı dikkate alındığında Avrupa Birliği'nin ortak politikalarına da konu olmuş tarım, ulaştırma, güvenlik, çevre, bölgesel kalkınma gibi birçok alanla ilişkili olduğu görölmektedir.

1982 yılında yayınlanan kılavuzun ardından 1984 yılında topluluğun turizm politikasına yönelik bir dizi eylemin yer aldığı bir komisyon kararı yayınlanmıştır (EC, 1984). 1984 yılında alınan karar, konseyin turizmi bir topluluk eylemi olarak açıkça tanimasından ve turizmi entegrasyon süreci için ek bir unsur olarak kabul etmesinden dolayı önem arz etmektedir. Kararla birlikte turizm, üye devletler ve uluslararası kurumlar tarafından paylaşılacak ortak bir alan olarak kabul edilmiştir (Estol & Font, 2016, s. 233).

AB'nin ortak pazar hedefine yönelik eş zamanlı olarak gerçekleşen bazı gelişmeler topluluk içinde turizm politikası ile ilgili farkındalığı artırmıştır. 14 Haziran 1985'de yayınlanan topluluk içindeki fiziki sınırların ve mali engellerin kaldırılarak mal, hizmet, sermayenin serbest dolaşımına olanak sağlanmasının gerekliliğini vurgulayan "Beyaz Kitap (White Paper)" isimli belge söz konusu gelişmeler arasındadır (EC, 1985). Ayrıca, 1986 yılında Avrupa Tek Senedi (ATS)'nin imzalanması ve ardından İspanya ve Portekiz'in topluluğa katılması da önemli bir gelişme olarak değerlendirilmektedir. 1987 yılında yürürlüğe giren Avrupa Tek Senedi, Roma Antlaşması'nda önemli değişikliklere yol açmasından dolayı reform niteliğinde bir anlaşma olarak kabul edilmektedir. ATS ile AB'de bazı kurumsal değişiklikler olmuş, Avrupa Parlamento'sunun gücü artmış ve Avrupa Konseyi kurulmuştur (<https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/en/in-the-past/the->

parliament-and-the-treaties/single-european-act). ATS, Avrupa Birliği'nin resmen kurulduğu 1992 yılına kadar geliştirilmesi gereken politika alanlarını belirlemiş ve ekonomik ve parasal birliğinin tamamlanmasına ivme kazandırmıştır. Ekonomik ve parasal birliğe giden yolda turizmin önemi giderek artmış ve ortak pazarın başarıya ulaşması için anahtar öneme sahip olduğu üye ülkeler tarafından kabul edilmiştir.

Avrupa Topluluğu'nda ortak turizm politikası oluşturulmasına yönelik önemli bir yaklaşım, üye ülkelerin turizm bakanlarının katılımıyla gerçekleştirilecek bir toplantı düzenlemesi yönünde komisyonun harekete geçirilmesi olmuştur. 31 Ocak 1986'da komisyon tarafından "Turizm Alanında Topluluk Faaliyetleri" başlıklı bir rapor hazırlanmış ve turizmle ilgili aşağıdaki konuların geliştirilmesine rehberlik edecek önlemlere dikkat çekilmiştir (EC, 1986a).

- Topluluk içinde turizmin geliştirilmesi,
- Turizmin coğrafî ve sezonluk dağılımının iyileştirilmesi için sosyal, kültürel ve kırsal turizmin geliştirilmesi,
- Topluluk mali araçlarının etkin kullanımı,
- Turistler için koruma ve bilgilendirme,
- Turizm sektöründeki çalışma şartlarının iyileştirilmesi,
- Turizm sorunları hakkında farkındalığın artırılması ve turizmle ilgili işbirliğinin geliştirilmesi.

31 Ocak 1986 tarihli raporla bağlantılı olarak 22 Aralık 1986 tarihli komisyon kararıyla, komisyonun himayesinde "Turizm Danışma Komitesi" (Advisory Committee on Tourism) kurulmuştur.

Komitenin görevi turizmle ilgili konularda bilgi alışverişinde bulunmak, sektöre danışmanlık yapmak ve turistik hizmetler başta olmak üzere turizmle ilgili konularda işbirliğini geliştirmektir. Komisyon kararı doğrultusunda her üye devletin yılda bir kez bu amaçlar doğrultusunda alınan önlemler hakkında rapor hazırlaması ve komisyona sunması gerekmektedir. Komisyon, üye devletlerin hazırladığı raporlarla ilgili diğer üyelere bilgi vermektedir. Komite yılda en az bir kez toplanmakta ve üye devletler arasındaki işbirliğini kolaylaştırmak amacıyla üye ülkeler tarafından hazırlanan raporlara dayanarak görüş alışverişinde bulunmaktadır. Komite üye ülkelerin ilgisini çekecek herhangi bir konuyu tartışmaya açarak komisyona tavsiyede bulunabilmektedir (EC, 1986b). Bu kararlara ilave olarak 31 Aralık 1986 tarihinde alınan diğer bir kararla turist hizmetlerini geliştirmek üzere otellerde standart bilginin sunulmasına ve yangın güvenliğine ilişkin referans niteliğinde düzenlemeler yapılmıştır (Aykın, 2018, s.157).

2.3. 1980 Sonrası Turizm Politikasına Yönelik Düzenlemeler

21 Aralık 1988 tarihinde komisyonun teklifi ve Avrupa Parlamentosu ile Ekonomik ve Sosyal Komitenin görüşü doğrultusunda alınan kararla 1990 yılı Avrupa’da “Turizm Yılı” olarak ilan edilmiş ve turizm yılına yönelik bir eylem planı hazırlanmıştır (EC, 1989).

Turizm yılının temel amaçları; turizmin bütünleştirici rolünü kullanarak turizmin entegrasyon sürecindeki önemini vurgulamak ve turizmin bölgesel kalkınmadaki ve iş yaratmadaki ekonomik ve sosyal etkisini ortaya koymaktır.

Avrupa Turizm Yılı'nın konsey tarafından kabul edilen diğer amaçları şunlardır (https://europa.eu/rapid/press-release_IP-89-891_en.htm):

- Katılan ülke vatandaşlarının, özellikle gençlerin, diğer Avrupa ülkelerinin kültürleri ve yaşam tarzları hakkındaki bilgilerini geliştirmek,
- Yeni turist destinasyonlarının gelişimini teşvik etmek,
- Turizmi çeşitlendirmek ve alternatifleri çoğaltarak toplu turizm aktivitelerini teşvik etmek,
- Serbest dolaşımı teşvik edici tedbirlerle Avrupa içi turizmi geliştirmek,
- Topluluk dışı ülkeler arasında Avrupa turizmini teşvik etmek.

Avrupa'da turizm yılı ilan edilmesi sırasında paket turların oluşturulması, fiyatlanması ve satışına yönelik konsey yönergesi ile turist haklarının korunmasına yönelik konsey kararı yayınlanmıştır.

Turizmle ilgili girişimlerin önemli bir sonucu, 7 Şubat 1992 tarihinde imzalanan ve 1 Kasım 1993'te yürürlüğe giren Maastricht Antlaşması'nda turizme dolaylı da olsa yer verilmesi olmuştur. Maastricht Antlaşmasının 3. maddesindeki “enerji, sivil savunma ve turizm alanındaki önlemler” ifadesi ile turizm ilk kez bir antlaşma metninde yer almıştır (https://europa.eu/european-union/sites/europaefiles/docs/body/treaty_on_european_union_en.pdf). Turizmin Maastricht Antlaşması'nda birliğin faaliyet göstereceği alanlar arasında yer alması, turizme ilişkin politika oluşturma yolunda atılacak adımlar için temel oluşturmaktadır (Gürsoy, 2017, s. 90).

13 Temmuz 1992’de turizmle ilgili ilk defa kapsamlı bir eylem planı yayınlanmıştır. 1 Ocak 1993 tarihinden itibaren üç yıllık bir süre içerisinde uygulanması planlanan eylemler için 18 milyon ECU² tahsis edilmiştir. Eylem planı ile AB’nin ortak politikalarıyla uyumlu olarak turizmi geliştirecek alanlarda önlemler alınması ilke olarak kararlaştırılmıştır (EC, 1992). Eylem planının temel amaçları; turizm işletmelerini ve KOBİ’leri geliştirmek, turizm hizmetlerinin kalitesini artırmak, AB içindeki rekabeti teşvik etmek ve küresel pazarlarda rekabet avantajı elde etmek için turizm hizmetlerini geliştirmektir. Bununla birlikte, doğal kaynakları ve kültürel mirasları korumak, turizm endüstrisi içinde bilgi ve hizmet sunumunun iyileştirilmesine katkıda bulunmak ve turist haklarını korumak da eylem planı ile amaçlanmıştır.

1993 yılının Aralık ayında Avrupa Komisyonu tarafından büyüme, rekabet edebilirlik ve istihdam sağlayacak stratejilerin belirlendiği “Beyaz Kitap” adında bir belge yayınlanmıştır. Belge ile ekonomik büyümeye ve istihdama katkısı giderek artan turizmin önemi vurgulanmıştır (EC, 1993). Bu dönemde, farklı gruplar tarafından turizmle ilgili özellikle işletmeler, turistler ve tarihi ve kültürel mirasın korunması konularında birbiriyle uyumlu politikaların gerekliliği sıkça vurgulanmıştır (Aykın, 2012, s. 27).

1994 yılının Nisan ayında, Avrupa Komisyonu “Yeşil Kitap (Green Paper)” olarak adlandırılan ve birlik içerisinde turizmin rolünü belirleyen bir çalışmaya başlamıştır. Turizm endüstrisi hakkındaki enformasyonun gelişmesi, turizmle ilgilenen profesyonellerle işbirliği

² ECU (The European Currency Unit), eurodan önceki resmi Avrupa Para Birimi.

yapılması, turistlerin bir tüketici olarak tanınması ve turizmle ilgili uluslararası önlemler alınması belgenin temel amaçları arasında yer almaktadır. Ayrıca, kültürel turizm, turizm ve çevre, üçüncü dünya ülkelerinde turizmin tanıtılması ve 1993 yılındaki eylem planı ile ilgili nihai değerlendirme yapılması da belgenin amaçları arasındadır (Karakuş, 2003, s. 4-5). Yeşil kitapla ilgili tartışmalar Aralık 1995’de tamamlanmış ancak net bir karar verilememiştir (Kardoulia, 2016).

Turizm Eylem Planı’nın üç yıl boyunca uygulanmasının ardından 1996 yılında konsey, komisyon raporuna bağlı olarak planı uzatıp uzatmayacağına ilişkin bir karar verecektir. Bu kapsamda komisyon, geçen üç yılın ardından turizm alanında bir boşluk olduğuna işaret etmiş ve turizmin çok boyutlu yapısı ile turizmin artan önemini dikkate alarak çok yıllık bir program önermiştir. 25 milyon ECU tahsis edilen ve 1997-2000 yıllarını kapsayan Philoxenia (Konukseverlik) Programı ile turizm vasıtasıyla birlik içinde istihdamın ve büyümenin artırılması amaçlanmıştır (Arslan, 2014, s. 431). Programın bu amaçları gerçekleştirmek için belirlediği dört öncelikli alan aşağıda ifade edildiği gibidir (https://europa.eu/rapid/press-release_IP-96-366_en.htm):

- Turizmle ilgili bilgi toplamak,
- Üye devletler ve diğer paydaşlarla işbirliğini güçlendirerek turizm alanında yasal ve mali ortamı iyileştirmek,
- Sürdürülebilir turizmi teşvik ederek ve turizmin gelişmesini engelleyen unsurları ortadan kaldırarak Avrupa turizminin kalitesini yükseltmek,

- Avrupa'yı bir turizm merkezi olarak tanıtarak üçüncü ülkelerden gelen ziyaretçi sayısını artırmak.

İlk çok yıllık program olan Philoxenia Programı üye ülkeler arasında ortak bir fikir birliği sağlanamamasından dolayı uygulamaya konulamamış ve konsey tarafından geri çevrilmiştir (Boniface & Cooper, 2005, s. 57).

Bu dönemde istihdam konusu Avrupa Birliği'nin gündeminin her zaman en üst sıralarında yer almıştır. Turizmin istihdam yaratma etkisinin yüksek olmasından dolayı komisyon, turizmi strateji belgelerinde daha çok gündemde tutmaya başlamıştır. 1999 yılında komisyon tarafından "İstihdam İçin Turizm Potansiyelini Artırma" konulu bir tebliğ hazırlanmış ve turizm ile istihdam arasındaki ilişkiye dikkat çekilmiştir (Kardoulia, 2016).

2.4.2000'li Yıllarda Turizm Politikaları

2000'li yıllarda turizm politikası daha çok sürdürülebilirlik ve rekabet edebilirlik kavramlarına odaklanmıştır. Turizmin ekonomik boyutunun yanı sıra komisyon tarafından 2001 yılından itibaren daha güçlü bir Avrupa ve sürdürülebilir turizm konularına yoğunlaşan bir dizi strateji belgesi yayınlanmıştır (Ana, 2017, s. 495).

1999 yılındaki çalışma planı ve üye ülkelerle komisyon arasındaki koordinasyonun geleceğini desteklemek üzere 2000 yılında düzenlenen konferansın ardından hazırlanan raporda, sürdürülebilir ve dengeli kalkınma ilkesi AB içinde turizmin bir bileşeni olarak kabul edilmiştir. Rapor çerçevesinde turizmin öncelikleri üç temel alanda yapılandırılmıştır (Estol & Font, 2016, s. 236).

- Sektördeki kısıtlamalar, engeller, ihtiyaçlar ve trendler hakkındaki bilgilerin artırılması,
- İyi uygulama örneklerine erişimin sağlanması ve yaygınlaştırılması,
- Ulusal düzeyde ve Topluluk ölçeğinde uygulanan politikalar ve önlemler çerçevesindeki stratejilerin geliştirilmesi.

Bu koşulları takiben aşağıdaki konular hakkında çalışmak üzere beş çalışma grubu oluşturulmuştur.

- Yeni teknolojiler aracılığıyla bilginin dağıtımının kolaylaştırılması,
- Sektörde çalışanların yeteneklerini geliştirmek üzere eğitimler düzenlenmesi,
- Turistik ürün kalitesinin artırılması,
- Turizm sektöründe çevrenin korunması ve sürdürülebilirliğin teşvik edilmesi,
- Turizm alanındaki yeni teknolojilerin etkilerinin yönetilmesi.

Grupların çalışmaları sonucunda, Avrupa'daki turizm sektörünün yeni araçlarla yönetimine ilişkin bir çerçeve belirlenmiştir. Bununla birlikte 2001 yılında Avrupa'da daha koordineli bir turizm endüstrisini teşvik etmek üzere “Turizmin Geleceği İçin Birlikte Çalışma” isimli strateji belgesi yayınlanmıştır. Bu belge, turizm sektöründeki tüm paydaşlar arasındaki operasyonel çerçevenin ana hatlarını belirlemiştir (Leidner, 2004, s. 3). Belirlenmiş çerçeveye

yönelik olarak strateji belgesinin amaçları şu şekildedir (Lane, 2012, s. 59) :

- Yıllık turizm forumları aracılığıyla turizm endüstrisini tanıtmak,
- Ağ hizmetleri ve destek fonksiyonları ile ulusal, bölgesel ve yerel düzeyde gözlem ve araştırma merkezlerini teşvik etmek,
- AB'nin mali ve mali olmayan araçlarından azami seviyede yararlanmak,
- Sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek,
- Turistik yerlerin ve hizmetlerin kalitesini takip etmek için kalite göstergelerini yaygınlaştırmak ve tanımlama ve değerlendirme süreçlerine yönelik araçlar geliştirmek.

2002 yılında bu belgenin tamamlayıcısı niteliğindeki “Turizm Alanında Topluluk Önlemleri” adında bir komisyon tebliği yayınlanmıştır. 2001 yılında Avrupa yönetişimi üzerine “Beyaz Kitap” hazırlanmış, paydaş işbirliğinin ve çok düzeyli yönetişimin önemi vurgulanmıştır. 2003 yılında Komisyon tarafından “Avrupa Turizminin Sürdürülebilirliği İçin Temel Yönelimler” adında bir tebliğ yayınlanmıştır (EC, 2003). Bu tebliğ, AB düzeyinde sürdürülebilirliğin turizm sektörüne entegrasyonu için ilk adım olarak görülmektedir. Tebliğ Avrupa turizminin ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğinin sağlanmasının turizm sektörünün ticari başarısına, rekabet edebilirliğine ve istikrarlı büyümeye katkısını vurgulamaktadır (Beck, 2018, s. 7).

2006 yılında komisyon “Yenilenmiş AB Turizm Politikası: Avrupa Turizmi İçin Daha Güçlü Bir Ortaklığa Doğru” adında bir

tebliğ yayınlamıştır (EC, 2006). 2006 yılındaki stratejiler kapsamındaki eylemlerin çoğu başarıya ulaşmış, böylece kamu ve özel sektörde turizm politikasına yönelik fırsatlar hakkında farkındalık artmıştır.

19 Ekim 2007 tarihinde “Sürdürülebilir ve Rekabet Edebilir Avrupa Turizmi İçin Bir Gündem” isimli tebliğ yayınlanmıştır (EC, 2007). Tebliğ kapsamında, turizmin AB ekonomisindeki kritik rolü komisyon tarafından kabul edilmiştir. Sürdürülebilir ve rekabetçi Avrupa turizm gündemi, sürdürülebilir turizm hedeflerini tekrar açıklayarak tüm paydaşların ortak hedefleri doğrultusunda bütünsel bir politika yaklaşımına dikkat çekmektedir.

2.5. AB Turizm Politikasının Hukuki Dayanağı: Lizbon Antlaşması ve Sonraki Gelişmeler

Küresel gelişmeler ve yeni üyelerin katılımıyla Avrupa Birliği'nin genişlemesi, birliğin karar alma süreçlerinde değişiklik yapılmasını gerekli kılmıştır. Bu gelişmeler sonucunda 13 Aralık 2007'de imzalanan Lizbon Antlaşması, birliğin kurumsal yapısıyla ilgili önemli değişikliklere neden olmuş ve turizm politikası oluşturma yolunda önemli bir yapı taşı olmuştur. Bu kapsamda 1 Aralık 2009'da yürürlüğe giren Lizbon Antlaşması'nın Avrupa turizm sektörü için çok önemli bir gelişme olduğu düşünülmektedir. Antlaşma ile turizm, ilk kez AB'nin sorumluluk alanlarından biri olarak tanımlanmıştır (Lizbon Antlaşması, 2007).

Lizbon Antlaşması'nın turizmle ilgili maddesinde aşağıdaki ifadeler yer verilmektedir:

1. Birlik, üye devletlerin turizm sektöründeki eylemlerini, özellikle rekabet edebilirliği teşvik ederek tamamlayabilir. Birlik bu amaçla;

- ✓ Sektördeki girişimlerin gelişimi için uygun bir ortam yaratılmasının teşvik edilmesini,
- ✓ Özellikle iyi uygulama örneklerinin değişimi yoluyla üye devletler arasındaki işbirliğinin sağlanmasını teşvik edecektir.

2. Olağan yasama prosedürüne uygun olarak Avrupa Parlamentosu ve konsey, bu anlaşmada belirtilen hedeflere ulaşmak için üye devletlerle birlikte eylemleri tamamlamaya yönelik özel önlemler alabilir.

Bu madde, birliğin rekabet edebilirliğinin artırılmasına yönelik turizmle uyumlu politika yaklaşımının geliştirilmesine resmi temel sağlamıştır. Aynı zamanda Lizbon Antlaşması'na turizmin dahil edilmesi Avrupa Birliği'nde turizmin gelişimini desteklemek için daha sağlam bir çerçeve oluşturulduğu anlamına gelmektedir. Bu yeni çerçevenin belirlenmesiyle birlikte 15 Nisan 2010 tarihinde üye devletlerin turizm sektörüyle ilgili tavsiyelerini beyan ettikleri “Madrid Deklarasyonu” imzalanmıştır (Aykın, 2012, s. 37). Madrid Deklarasyonu'nda üye ülkelerin belirttiği başlıca konular şu şekilde sıralanabilir (<http://www.aalep.eu/lisbon-treaty-and-europe's-tourism-industry-recollection>):

- Lizbon Antlaşması ışığında oluşturulacak olan yeni AB turizm politikası çerçevesinin uygulanmasında yer almak,
- Turizmin sosyal, çevresel, kültürel ve ekonomik sürdürülebilirliği başta olmak üzere sorumlu ve etik turizmi teşvik etmek,
- Rekabet edebilirliğinin bir aracı olarak bilgi ve yenilikçiliğin turizmdeki önemine dair farkındalığı artırmak,
- Turizm sektöründeki kamu ve özel sektör paydaşları tarafından yeni teknolojilerin kullanımını artırmak,
- Örgütlenmeyi ve iyi uygulamaların paylaşılmasını teşvik etmek,
- Turizmde yüksek sezonun uzamasını teşvik edici tedbirleri ve girişimleri destekleyerek mevsimsellik oranının düşürülmesine,
- Sezon dışı turizm istihdamının korunmasına katkıda bulunmak.

Lizbon Antlaşması ile turizm sektörü ilk kez bağlayıcılığı olan yasal bir dayanağa kavuşmuştur. Lizbon Antlaşması ve Madrid Deklarasyonu'nun ardından 30 Haziran 2010 tarihinde komisyon tarafından “Avrupa, Dünyanın 1 Numaralı Turizm Destinasyonu- Avrupa'da Turizm İçin Yeni Bir Politik Çerçeve” isimli belge yayınlanmıştır. Söz konusu belge ile turizmde rekabet gücünün geliştirilmesini teşvik etmek amacıyla yeni bir politika çerçevesi çizilmiş ve öncelikli alanlara yönelik stratejiler belirlenmiştir. Yeni çerçeve doğrultusunda belirlenen dört öncelikli eylem alanı aşağıdaki gibidir (EC, 2010):

- Turizm sektöründeki rekabet gücünün teşvik edilmesi,
- Sürdürülebilir, sorumlu ve yüksek kaliteli turizmin geliştirilmesi,
- Kaliteli destinasyonların yoğunlaştığı bir bölge olarak Avrupa profiline güçlendirilmesi,
- Turizmi geliştirmek üzere AB mali araçlarından yararlanılması.

Komisyon tarafından öncelik alanlarına yönelik tavsiye edilen stratejiler ise şu şekildedir (EC, 2010):

- Turist hizmetlerinin tanıtımının çeşitlendirilmesi için strateji geliştirmek ve özellikle Avrupa ortak mirasından yararlanmak,
- Doğal mirasın turizm stratejilerine entegrasyonunu teşvik etmek,
- Yeni bilgi teknolojilerindeki gelişmeleri pazarlama stratejilerine adapte etmek,
- Elektronik ticaretten faydalanmak üzere çalışmalar yürütmek,
- Gönüllülük esasına dayanan turizm değişim mekanizması geliştirmek,
- Okul tatillerinin koordinasyonunu geliştirmek,
- Turizm hizmetleri için tüketici memnuniyetini ölçmek,
- Kısa vadede araştırma enstitüleri, üniversiteler, kamu/özel kuruluşları, bölgesel ve ulusal otoriteler ve ulusal turizm ofisleri arasında işbirliği kurmayı hedefleyen bir pilot proje geliştirmek,
- Pilot projenin sonuçlarına dayanarak araştırma faaliyetlerini desteklemek,

- Destinasyonlar için gösterge sistemi ve tanıtıcı etiket geliştirmek,
- Avrupalı turistler için destinasyonlardaki ulaşım, yerel halk vb. konularda farkındalık yaratma kampanyaları dzenlemek,
- Turizm ürünlerinde tüketici güvenini arttırmak,
- Turizmle ilgili iklim değişikliğine bağlı risklerin tanımlanmasını kolaylaştırmak ve alternatif turizm hizmetleri geliştirmek,
- Sürdürülebilir ve sorumlu turizme duyarlı turizm işletmeleri ve varış noktaları için ödöl sistemi geliştirmek,
- Sürdürülebilir kıyı ve deniz turizmi için bir strateji önermek,
- Sürdürülebilir ve sorumlu turizm gelişim modellerini ve en iyi uygulamaların değişimini teşvik etmek için Çin, Rusya, Hindistan, Brezilya gibi gelişmekte olan ülkeler ve Akdeniz ülkeleri arasında işbirliği kurmak veya güçlendirmek,
- Ulusal ve bölgesel düzeyde tanıtım çalışmalarını tamamlamak ve bir “Avrupa markası” oluşturmak,
- Avrupa'nın cazibesini arttırmak için visiteurope.com web sitesini tanıtmak,
- Büyük uluslararası etkinliklerde veya büyük ölçekli turizm fuarlarında ve sergilerinde ortak tanıtım faaliyetlerini teşvik etmek,
- Uluslararası kuruluşlarla işbirliğini güçlendirmek.

2010 yılındaki stratejiler sürdürülebilir turizm temelinde, sektörün teşvik edilmesi ve rekabet edebilirliğin geliştirilmesi amacına yönelik olmuştur. Ayrıca bu dönemde, topluluğun turizm sektöründe

karşılaştığı olumsuzlukları azaltmaya yönelik bir dizi proje ve girişim tasarlanmıştır. Bu düzenlemelerin birçoğu mevsimselliğin olumsuz etkilerini azaltmaya, Güney Amerika, Hindistan ve Çin gibi bölgelerden gelen turistleri AB'nin yeni üyeleri gelişmekte olan ülkelere çekmeye odaklanmıştır. Araştırmalara göre, Avrupa dışındaki gelişmekte olan ülkelere gelen potansiyel turistlerin %21'i vize işlemlerinin yavaş ilerlemesinden dolayı Avrupa'ya yapacakları seyahatlerden vazgeçmektedirler (Debyser, 2014: 6). Vize politikasıyla ilgili diğer bir gelişme 2012 yılında Meksika'da yapılan T20³ toplantısının ardından yaşanmıştır. Toplantıda, AB vize politikasının ekonomik etkileri gündeme gelmiştir. Bu gelişmelerin ardından 7 Kasım 2012'de komisyon tarafından, vize politikasına yönelik "AB'de Büyüme Teşvik Etmek İçin Ortak Vize Politikasının Uygulanması ve Geliştirilmesi (Implementation And Development Of The Common Visa Policy To Spur Growth In The EU)" isimli bir tebliğ yayınlanmıştır. Komisyon tebliğde, vize politikasıyla ilgili iki önemli öneri sunmuştur. İlki; vizeye tabi olacak ya da vizeden muaf tutulacak üçüncü ülkelerin düzenlemesi, ikincisi ise Schengen uygulamasının işleyişine dair bir rapor hazırlanmasıdır. Bu düzenleme ile AB'ye girişte vize muafiyeti, vizelerin ucuzlaması, vize işlemlerinin kolaylaştırılması gibi vize politikasının işleyişiyle ilgili konular tartışmaya açılmıştır (EC, 2012).

Avrupa'da turizm politikasına yönelik son düzenleme kıyı ve deniz turizmi ile ilgili olmuştur. Komisyon, 2014 yılında sektörün potansiyelini ortaya çıkarmak için Avrupa'da kıyı ve deniz turizminin

³ T20 Turizm Bakanları Toplantısı

geliştirilmesine yönelik yeni bir strateji sunmuştur. “Kıyı ve Deniz Turizminde Daha Fazla İş ve Büyüme İçin Avrupa Stratejisi (European Strategy For More Growth And Jobs In Coastal And Maritime Tourism)” isimli strateji belgesinde deniz ve kıyı turizmi için yeni bir politika çerçevesi çizilmiştir. Ayrıca, turizm sektörünün karşılaştığı güçlükler ile sektörün sürdürülebilir bir şekilde büyümesine yardımcı olacak ve Avrupa’nın denizaşırı ülkeleri de dahil olmak üzere tüm deniz, kıyı kesimlerinin gelişimine ivme kazandıracak 14 eylem tespit edilmiştir (https://ec.europa.eu/maritime-affairs/policy/coastal_tourism_en).

Strateji belgesinde belirtilen ve turizm sektörünün karşı karşıya olduğu güçlükler şu şekilde sıralanabilir (EC, 2014):

- Turizm verilerinin eksik ve kıyaslanabilirliğinin zayıf olması ekonomik analiz yapmayı güçleştirmektedir. Son yıllarda bu alanda bazı ilerlemeler olmasına rağmen, planlama ve destinasyon yönetimini geliştirmek için veri eksikliklerinin gözden geçirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda Avrupa ve Avrupa’nın deniz aşırı bölgelerindeki kıyı ve deniz turizmi istatistiklerinin tutarlılığını ve karşılaştırılabilirliğini geliştirmek üzere özel göstergelere ihtiyaç duyulmaktadır.
- Turizm talebi ekonomik, siyasi ve mali değişikliklerden dolayı dalgalı bir seyir izlemektedir. 2000’li yıllardan beri konaklama harcamaları azalmakta ve kıyı turizmini olumsuz etkilemektedir. Sektördeki turizm daralması özellikle yerel

işletmelerin rekabet avantajını kaybetmelerine neden olmaktadır.

- Turizm sektöründe, mevsimsellik etkisi ve çalışanlar için herhangi bir kariyer planlaması olmaması nedeniyle yeterli derecede kalifiye eleman bulunmamaktadır.
- Sağlıklı bir çevre ve doğal kaynakların dikkatli bir şekilde kullanılması turizm için temel gereklilikler arasındadır. Ancak turistik faaliyetlerin zaten yoğun olan bölgelerde yoğunlaşması su kullanımı, hava kirliliği, atık gibi çevresel risk oluşturan unsurların artmasına neden olmaktadır.
- Tüketici taleplerinin değişmesi turizm alanında yenilikleri gerekli kılmaktadır. Turizm sektörü sualtı turizmi, denizcilik mirası, deniz arkeolojisi vb. gibi alternatif faaliyetlere erişimi kolaylaştırmalı ve bu faaliyetleri çekici hale getirmelidir.
- Sektörün gelişmesi için AB'nin mali araçlarından etkin bir şekilde yararlanılması gerekmektedir.

Sektörde yaşanan söz konusu güçlükler karşısında Avrupa'nın deniz ve kıyı kesimlerinin gelişimine ivme kazandırmak üzere teklif edilen 14 eylem tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Deniz ve Kıyı Turizmi İçin Eylemler

Eylem alanları	Eylemler
Rekabet edebilirlik	1.Özellikle kıyı ve deniz verileri olmak üzere, turizm verilerindeki eksikliklerin giderilmesi. 2.İletişim ve tanıtım kampanyalarının teşvik edilmesi. 3.Kruvaziyer operatörleri, limanlar ve kıyı turizmi paydaşları arasında Pan-Avrupa diyalogunun teşvik edilmesi. 4.Uluslararası ve bölgelerarası ortaklıkların, grupların, kümelerin ve akıllı uzmanlaşma stratejilerinin geliştirilmesinin desteklenmesi.
Mesleki yetkinlik ve yenilikçilik	5.Profesyonel yat kaptanları ve tekneler için gereklilikler. 6.Deniz turizmi güvenlik ekipmanları. 7.Yenilikçi yönetim planlarının teşvik edilmesi.
Sürdürülebilirlik	8.Ekoturizmin teşvik edilmesi ve diğer sürdürülebilirlik eylemleriyle bağlantılarının artırılması. 9.AB'nin kıyı bölgelerinin sürdürülebilir kalkınmasını sağlamak üzere ilgili sözleşmelere ve protokollere uyulması. 10.Sürdürülebilir kıyı ve deniz turizmini desteklemek için atık önleme stratejileri geliştirilmesi. 11.Eski ticaret yolları vb. gibi uluslararası tematik güzergahlar aracılığıyla kıyı kesimlerdeki ve iç bölgelerdeki cazibe merkezlerinin çeşitlendirilmesinin ve bütünleştirilmesinin teşvik edilmesi. 12.Uzak adalar için yenilikçi turizm stratejileri tasarlanması ve ada bağlantılarının nasıl geliştirileceğine yönelik araştırma yapılması. 13. Marina gelişimi için yenilikçi uygulamaların belirlenmesi.
AB mali araçları	14. AB'nin mali araçlarından daha fazla yararlanılması için özellikle KOBİ'ler olmak üzere sektör için erişilebilir bir rehber geliştirilmesi.

Kaynak: EC, 2014.

AB'de sürdürülebilir turizmin gelişimini teşvik etmek için çeşitli Avrupa kurumları tarafından belirli eylemler ve girişimler gerçekleştirilmiştir. Bu girişimlerin birçoğu komisyonun "Avrupa,

Dünyanın 1 Numaralı Destinasyonu” tebliği sonucunda gündeme gelmiştir. Turizmin sosyal, kültürel ve ekonomik boyutunu dikkate alan bu girişimler tablo 4’de kısaca özetlenmiştir.

Tablo 4. Sürdürülebilir Turizme Yönelik AB Programları

Program	Başlangıç tarihi	Program içeriği
EDEN- Avrupa Seçkin Destinasyonlar (European Destinations of Excellence)	2006	EDEN, sürdürülebilir turizm için her yıl farklı konseptlerle düzenlenen ulusal yarışmalara dayanan bir programdır.
CALYPSO- Herkes İçin Turizm (Tourism for all)	2009-2012	CALYPSO, turizmi herkes için erişilebilir kılmayı amaçlayan bir girişimdir. Program dezavantajlı bireylerin tatile çıkmalarına yardımcı olurken, aynı zamanda düşük sezon turizmini artırmayı amaçlamaktadır.
Koruma Alanlarında Sürdürülebilir Turizm İçin Avrupa Şartı (European Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas)	1999’da ilk kez yayımlanmış, 2007 ve 2010 yıllarında revize edilmiştir.	Avrupa’daki korunan alanların sürdürülebilir bir şekilde geliştirilmesine yardımcı olan bir yönetim aracıdır. Programın amacı doğal ve kültürel mirasın korunması ve yerel halk, işletmeler, ziyaretçiler ve çevre açısından turizmin gelişiminin devamının sağlanmasıdır.
Uluslararası Sürdürülebilir Turizm Ürünleri Fonu (Funding for Sustainable Transnational Tourism Products)	2014-2020	COSME programı aracılığıyla sürdürülebilir uluslararası turizm ürünleri geliştirmek ve tanıtmak üzere finansman desteği sağlayan bir programdır.
ETIS-Avrupa Turizm Gösterge Sistemi (European Tourism Indicator System)	2013	ETIS, turizm destinasyonları için kendi kendini değerlendirme, gözlem, veri toplama ve analiz etme temeline dayanan bir yönetim, bilgi ve izleme aracıdır.
Eko-Etiket (EU-Ecolabel)	2009	Çevre dostu ve kaliteli ürün ve hizmetlere verilen, gönüllülük esasına dayanan bir çevre etiket sistemidir. Turistik konaklama alanı ve kamp alanı hizmetleri için özel AB-Ecolabel kriterleri geliştirilmiştir.
EMAS-Çevre Yönetim ve Denetim Planı (Eco Management and Audit Scheme)	1995, 2010 yılında yenilenmiştir.	EMAS, şirketlerin ve diğer kuruluşların çevre performansını değerlendirmek, raporlamak ve iyileştirmek için geliştirilmiş bir programdır.

Kaynak: Beck, 2018, s. 15-16.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Küresel ölçekte ihracat geliri yaratan en büyük üçüncü sektör olarak kabul edilen turizmin hızla gelişme ve büyüme gösterdiği bilinmektedir. Küresel gelişmelere paralel olarak, Avrupa'nın uluslararası turizm faaliyetlerinin en fazla yoğunlaştığı bölge olduğu ve turizm gelirlerinin bölgedeki ülke ekonomilerine önemli ölçüde katkı sağladığı görülmektedir. Önemli turizm destinasyonları, katma değeri yüksek turist profili ve dünya turizm pazarından aldığı pay ile Avrupa'nın uluslararası turizmde en çok tercih edilen bölge konumunda olduğunu söylemek mümkündür. Coğrafi özelliklerinin yanı sıra AB aynı zamanda en büyük ve başarılı ekonomik entegrasyon örneği olarak kabul edilmektedir. Üye devletler arasında sıkı bir politika koordinasyonu gerektiren entegrasyon süreci AB'de çeşitli politika alanlarında kendini gösterse de, turizm sektörü hali hazırda birliğin ortak politika alanlarına tam anlamıyla konu olmamıştır.

AB'de ortak turizm politikası olmamasına rağmen, birliğin kuruluşundan bugüne kadar turizm doğrudan ya da dolaylı olarak politika belgelerini ilgilendirmiştir. 1957 tarihli Roma Antlaşması'nda turizm öncelikli politika alanlarından biri olarak belirlenmemiştir. Ancak sonraki süreçte antlaşmanın bazı maddeleri referans alınarak, turizm topluluğun temel eylemlerinden biri sayılmıştır. Bu anlamda Roma Antlaşması'nın, topluluğun turizm politikasına yönelik düzenlemelerde referans alınan ilk resmi metin olduğu düşünülebilir. Roma Antlaşması'ndan sonra topluluk düzeyinde ortak turizm politikası oluşturmak konusunda pek fazla girişimde bulunulmadığı

ancak 1980'li yıllarda komisyon tarafından çeşitli tebliğler yayınlandığı belirlenmiştir.

1982 yılında Topluluk Turizm Politikası İçin Ön Kılavuz adlı komisyon metni yayınlanmıştır. Söz konusu kılavuzda, topluluğun turizm konusundaki ortak amaçları ana hatlarıyla açıklanmış, turist hakları, serbest dolaşım, çalışan hakları, bölgesel kalkınma, enerji, kalkınma fonları, çevre, istihdam, vergilendirme, Avrupa mirasının korunması ve ulaşım hizmetleri gibi alanlara yönelik eylemlere değinilmiştir. Kılavuzun kapsamı ve konu başlıkları, turizmin etkilediği ve etkilendiği alanların ne kadar geniş olduğunu ortaya koymaktadır. 1984 yılında turizm politikasına yönelik eylemlerin yer aldığı komisyon kararının, turizmin konsey tarafından bir topluluk eylemi olarak açıkça tanınmasından ve entegrasyon süreci için ek bir unsur olarak kabul edilmesinden dolayı önemli bir gelişme olduğu ifade edilebilir. Bu dönemde AB'nin ortak pazar hedefine yönelik bazı gelişmelerin topluluk içinde turizm politikası ile ilgili farkındalığı arttırdığı söylenebilir. Bunlardan biri serbest dolaşımın önemini vurgulayan Beyaz Kitap, bir diğeri Avrupa Tek Senedi'dir. 1986 yılında yayınlanan Turizm Alanında Topluluk Faaliyetleri tebliği ve buna bağlı olarak hazırlanan komisyon kararıyla kurulan Turizm Danışma Komitesi'nin görevleri incelendiğinde üye ülkeler arasında turizme yönelik işbirliklerine ve bilgi alışverişine vurgu yapıldığı görülmektedir. Bu süreçte turizmin ortak pazarın başarıya ulaşması için anahtar öneme sahip bir unsur olduğunu söylemek mümkündür.

1990'lı yılların turizm sektörüne yönelik daha ciddi girişimlerin ön plana çıktığı yıllar olduğu söylenebilir. 1990 yılının Avrupa

Turizm Yılı ilan edilmesi ve ardından Turizm Eylem Planı hazırlanması bu girişimlere örnek olarak gösterilebilir. Bu girişimlerle turizmin bütünleştirici fonksiyonunun ön plana çıkartılarak turizmin bölgesel kalkınmadaki ve iş yaratmadaki ekonomik, sosyal rolünün ortaya çıkartılmasının amaçlandığını söylemek mümkündür.

Turizmle ilgili önemli gelişmelerden biri de Maastricht Antlaşması'dır. Antlaşmada turizmin birliğin faaliyet alanları arasında yer almasının, turizme ilişkin politika oluşturma yolunda temel oluşturduğu söylenebilir. Bu süreçte turizmle ilgili ilk kapsamlı eylem planı hazırlanmıştır. 1992 yılında hazırlanan bu planda turizmin ekonomik ve kültürel boyutuna yönelik eylemlerin ön plana çıkartıldığı görülmektedir. Ardından yayınlanan Beyaz Kitap ile ekonomik büyümeye ve istihdama katkısı giderek artan turizmin önemi vurgulanmıştır. 1994 yılında Yeşil Kitap yayınlanmış fakat istenen sonuçların tamamına ulaşılamamıştır. 1997-2000 yıllarını kapsayan Konukseverlik Programı ile turizmin ekonomik rolüne tekrar vurgu yapılmıştır. Ancak Yeşil Kitap'ın net bir sonuca ulaşamaması, ardından Philoxenia Programı'nın konsey tarafından geri çevrilmesi zaman zaman üye ülkeler arasında ortak bir fikir birliği sağlamada güçlükler yaşandığını düşündürmektedir. 1999 yılında Avrupa Birliği'nin istihdam gündemi ile uyumlu olarak İstihdam İçin Turizm Potansiyelini Artırma isimli belgenin yayınlandığı görülmektedir.

2000'li yıllarda AB'nin turizm politikasının belirgin bir şekilde sürdürülebilirlik ve rekabet edebilirlik kavramlarını ön plana çıkardığı görülmektedir. Bu bağlamda 2001 yılında yayınlanan Turizmin

Geleceği İçin Birlikte Çalışma isimli strateji belgesinin, turizm sektöründeki operasyonel çerçevenin ana hatlarını belirlediği söylenebilir. Bu belgeyi takiben 2001-2007 yılları arasında yayınlanan Turizm Alanında Topluluk Önlemleri, Beyaz Kitap, Avrupa Turizminin Sürdürülebilirliği İçin Temel Yönelimler, Yenilenmiş AB Turizm Politikası: Avrupa Turizmi İçin Daha Güçlü Bir Ortaklığa Doğru ve Sürdürülebilir ve Rekabet Edebilir Avrupa Turizmi İçin Bir Gündem isimli politika metinleri, birbirini tamamlayan ve turizm sektörünü desteleyen belgeler olarak sıralanabilir.

2007 yılında imzalanan Lizbon Antlaşması turizm sektörüne yönelik ilk yasal düzenleme olarak kabul edilmektedir. Antlaşma ile turizm sektörünü destekleyecek daha sağlam bir çerçeve oluşturulduğu söylenebilir. Lizbon Antlaşması'nın ardından 2010 yılında imzalanan Madrid Deklarasyonu, üye devletlerin ortak bir turizm politikası oluşturma yolundaki çalışmalarını desteklediğini göstermektedir. Aynı yıl yayınlanan Avrupa, Dünyanın 1 Numaralı Turizm Destinasyonu-Avrupa'da Turizm İçin Yeni Bir Politik Çerçeve isimli strateji belgesinin, rekabetçi, sürdürülebilir ve sorumlu Avrupa turizmine dikkat çektiği görülmektedir. Bu dönemde yayınlanan AB'de Büyüme Teşvik Etmek İçin Ortak Vize Politikasının Uygulanması ve Geliştirilmesi isimli belge, vize uygulamalarının turizmi geliştirecek ya da engelleyecek bir unsur olarak önemsendiğini göstermektedir. Avrupa'da turizm politikasına yönelik son düzenleme 2014 yılında hazırlanan Kıyı ve Deniz Turizminde Daha Fazla İş ve Büyüme İçin Avrupa Stratejisi isimli strateji belgesidir. Belge ile

deniz ve kıyı turizmi için yeni bir politika çerçevesi çizildiği görülmektedir.

Turizmle ilgili politika belgeleri bir bütün olarak değerlendirildiğinde özellikle topluluğun kuruluş yıllarında turizmin istihdam ve iş yaratma potansiyelinin önceliklendirildiği görülmektedir. Turizmin ekonomik boyutunu önceliklendiren bu yaklaşımın, üye ülkeler arasında turizme yönelik uygulamaların uyumlaştırılmasına yönelik detaylı düzenlemelerle desteklendiği birçok politika metninde kendini göstermektedir. Öte yandan düzenlemelerin konu başlıkları incelendiğinde, turizmin bazı ortak politika alanları da dahil olmak üzere çok farklı sektörlerle ilişkili olduğu söylenebilir. Bu karmaşık ve çok boyutlu yapı turizmin yönetilmesi zor bir politika alanı olduğunu işaret etmektedir. Bu durum aynı zamanda ortak bir politika belirlemenin zorluğunu da ima etmektedir. Yıllar içinde birliğin üye sayısının artarak coğrafi sınırlarının genişlediği bilinmektedir. Bu genişlemeyle birlikte ortaya çıkan bölgesel farklılıkların üye ülkeler arasındaki rekabet koşullarını da değiştirdiği gözlemlenmektedir. Söz konusu bu farklılıklar ortak turizm politikası belirlemenin güçlüklerinden bazıları olarak değerlendirilmektedir. İlerleyen süreçte turizm politikasının, AB'nin istihdam önceliği ile birlikte üye ülkeler arasındaki bölgesel farklılıkları da gözetilen bir yapıya dönüştüğü görülmektedir. 2000'li yıllardaki sürdürülebilir, rekabetçi ve sorumlu turizm kavramlarının ön plana çıkması bu yaklaşımı destekler niteliktedir. Son yıllarda ise küresel eğilimler ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda turizmle ilgili önceliklerin ve ihtiyaçların hızla değiştiği açıkça görülmektedir.

Günümüzde de turizm, AB'nin ortak pazar hedefiyle uyumlu olarak topluluk genelinde ekonomik faaliyetlerin gelişimini, istikrarlı büyümeyi ve üye ülkeler arasında yakın ilişkiler geliştirmeyi desteklemektedir. AB'nin turizm politikasına yönelik mevcut stratejisi istihdam ve iş olanakları sağlayarak ekonomik büyümeyi desteklemenin yanı sıra sürdürülebilir büyüme ve rekabet edebilirlik için bir araç olarak kullanılmaktadır. Politika belgeleri, üye ülkeler ve ilgili sektörler arasındaki işbirliklerini teşvik etmeye yönelik önlemlerin altını çizmektedir. Bununla birlikte sektördeki bilgi, iletişim ağlarının güçlendirilmesi ve Avrupa turizminin kalitesi konularının son yıllarda politika metinlerine sıkça konu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda turizm Avrupa Birliği'nin önemli gündem maddelerinden biri olmaya devam etmektedir. Tüm bu gelişmelerin aynı zamanda turizm alanında daha hızlı karar alınmasına olanak sağlayacak yasal zemini hazırladığı söylenebilir. Öte yandan politika belgeleri birliğin tamamına yönelik birçok düzenlemeyi içerse de turizm hali hazırda uluslar üstü ölçekte bir ortak politika alanı olarak değerlendirilmeye pek yakın gözükmemektedir. AB'nin ortak politika alanları ile birlikte değerlendirildiğinde, kapsamlı ve karmaşık birçok alanda ortak politika belirlenmesine rağmen henüz turizmle ilgili bağlayıcılığı yüksek resmi bir girişimin olmaması bu görüşü destekler niteliktedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2017). Akdeniz Ülkelerinde Turizm Potansiyellerinin ve Gelirlerinin Makroekonomi Üzerindeki Etkileri, Doktora Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Ana, M. İ. (2017). Tourism Industry In The New Europe: Trends, Policies and Challenges, *11th International Conference on Business Excellence*, 30-31 March 2017, Bucharest, Romania. <https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/picbe.2017.11.issue-1/picbe-2017-0053/picbe-2017-0053.pdf>.
- Archick, K. (2017). The European Union: Current Challenges And Future Prospects, *Congressional Research Service* 7-5700, 1-21.
- Arslan, F. (2014). Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Üzerine Bir Değerlendirme, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 427-438.
- Aykın, S. (2018). Avrupa Birliği'nde Sürdürülebilir ve Sorumlu Turizm Uygulamaları ve Türkiye, *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 153-170.
- Aykın, S. (2012). Tourism Policy For The European Union, 23-40. <https://pdfs.semanticscholar.org/185a/1a9a9dc357ba2dbc6ad8f3dfa73685275a28.pdf> (Erişim: 29.09.2019).
- Beck, D. (2018). Inventory Of Policies Related To Sustainable Tourism, Interreg Danube Transnational Programme Insights.
- Boniface , B. G. & Cooper, C. (2005). *Worldwide Destinations Casebook: The Geography Of Travel And Tourism*, Oxford, UK.
- Coito, E. (2019). Tourism, Fact Sheets On The European Union. <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/home>, (Erişim: 19.09.2019).
- Debyser, A. (2014). The European Union And Tourism: Challenges And Policy Responses, European Parliament, European Parliamentary Research Service. Briefing 10/03/2014.

- Dinçer, M. Z., Türkay, B. & Avunduk, Z. B. (2015). Kırsal Turizm Politikaları: Avrupa Birliği ve Türkiye'deki Politikaların Değerlendirilmesi, *Uluslararası Sosyal ve Ekonomik Bilimler Dergisi*, 5 (1), 49-60.
- EC (1982). Initial Guidelines For A Community Policy On Tourism <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:51982DC0385&from=EN> (Erişim: 29.09.2019)
- EC (1984). Community Policy On Tourism <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=OJ:C:1984:115:FULL&from=SK> (Erişim, 29.09.2019)
- EC (1985). Completing The Internal Market http://aei.pitt.edu/1113/1/internal_market_wp_COM_85_310.pdf (Erişim: 29.09.2019)
- EC (1986a). Community Action In The Field Of Tourism <http://aei.pitt.edu/5410/1/5410.pdf> (Erişim: 02.10.2019).
- EC (1986b). Establishing A Consultation And Cooperation Procedure In The Field Of Tourism (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31986D0664>) (Erişim: 02.10.2019).
- EC (1989). An Action Programme For European Tourism Year (1990) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A31989D0046> (Erişim, 02.10.2019).
- EC (1992). A Community Action Plan To Assist Tourism <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e6829951-2523-4667-bea9-0297aabc1a66> (Erişim: 02.10.2019).
- EC (1993). White Paper http://aei.pitt.edu/1139/1/growth_wp_COM_93_700_Parts_A_B.pdf (Erişim: 02.10.2019)
- EC (2003). Basic Orientations For The Sustainability Of European Tourism <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52003DC0716&from=EN> (Erişim: 29.09.2019).
- EC (2006). A Renewed EU Tourism Policy: Towards A Stronger Partnership For European Tourism <https://eur->

lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52006DC0134 (Erişim,:02.10.2019)

EC (2007). Agenda For A Sustainable And Competitive European Tourism <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52007DC0621>

(Erişim: 29.09.2019)

EC (2010). Europe, The World's No 1 Tourist Destination-A New Political Framework For Tourism In Europe <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52010DC0352&from=EN> (Erişim: 30.09.2019)

EC (2012). Implementation And Development Of The Common Visa Policy To Spur Growth In The EU <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A52012DC0649> (Erişim: 28.09.2019)

EC (2014). A European Strategy For More Growth and Jobs in Coastal and Maritime Tourism <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014DC0086&from=EN> (Erişim: 29.09.2019)

Estol, J. & Font, X. (2016). European Tourism Policy: Its Evolution And Structure, *Tourism Management*, 52, 230-241.

Gürsoy, İ. (2017). Avrupa Birliği'nde Sürdürülebilirlik ve Turizm: Söylemsel Kurumsalçı Yaklaşım, *Adam Akademi*, 7/1, 69-105.

Gyr, U. (2010). The History of Tourism: Structures On The Path To Modernity", *European History Online*, 1-18.

Karakuş, G. (2003). Avrupa Birliği Turizm Politikası", Kültür ve Turizm Bakanlığı <https://teftis.ktb.gov.tr/Eklenti/1276,gorkemkarakuspdf.pdf?0> (Erişim: 29.09.2019)

Kardoulia, E. (2016). The Legal Framework Of Tourism In The European Union <http://www.egyzislaw.com/articles/item/62-the-legal-framework-of-tourism-in-the-european-union.html> (Erişim: 28.09.2019)

- Lane, P. (2012). Tourism And The European Union-A Brief Overview. *Journal of Public Policies and Territories*, 3, 57-63.
- Leidner, R. (2004). The European Tourism Industry A Multi-Sector With Dynamic Markets Structures, Developments And Importance For Europe's Economy, European Commission.
- Lizbon Antlaşması. (2007). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A12007L%2FTXT> (Erişim: 29.09.2019)
- Roma Antlaşması. (1957) (Erişim: 29.09.2019) https://ec.europa.eu/romania/sites/romania/files/tratatul_de_la_roma.pdf
- Tekindağ, M. (2014). Avrupa Birliği Turizm Destek Politikalarının Türk Turizm Sektörüne Etkileri, *Journal of Recreation And Tourism Research (JRTR)*, 1(1), 1-19.
- UNWTO, (2019). International Tourism Highlights <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152> (Erişim: 19.09.2019)

İnternet Kaynakları

- https://ec.europa.eu/maritimeaffairs/policy/coastal_tourism_en (Erişim: 30.09.2019).
- https://europa.eu/european-union/law_en (Erişim: 17.10.2019).
- https://europa.eu/rapid/press-release_IP-89-891_en.htm (Erişim: 22.09.2019)
- https://europa.eu/european-union/sites/europaeu/files/docs/body/treaty_on_european_union_en.pdf (Erişim: 19.09.2019).
- https://europa.eu/rapid/press-release_IP-96-366_en.htm (Erişim: 30.09.2019)
- https://europa.eu/european-union/about-eu/history_en (Erişim: 22.09.2019)

<https://www.europarl.europa.eu/about-parliament/en/in-the-past/the-parliament-and-the-treaties/single-european-act> (Erişim: 02.10.2019)

<http://www.aalep.eu/lisbon-treaty-and-europe's-tourism-industry-recollection>
(Erişim: 29.09.2019)

www2.unwto.org, (Erişim: 19.09.2019)

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
ULUSLARARASI SAĞLIK TURİZMİ KAPSAMINDA
MEDİKAL TURİZM

Doç. Dr. Aliye AKIN¹

¹ Gaziantep Üniversitesi, Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu,
aliyeakin@gantep.edu.tr

GİRİŞ

Küreselleşen dünyada turizm gün geçtikçe hızlı bir biçimde büyüme göstermektedir. Dolayısıyla farklı turizm türlerine karşı eğilimde de artış söz konusudur (Akın, 2016, s. 25). Bu kapsamda sağlık turizminin tüm dünyada önemi giderek artan alternatif turizm türleri arasında yer aldığı ortadadır. Sağlık turizmi tedavi amaçlı yapılan turizm faaliyetlerini içermekte, insanlar kaybettikleri sağlıklarını geri kazanmak ya da var olan sağlık durumlarını korumak amacıyla başka ülkeleri tercih etmektedir (Çevirgen, 2014, s. 5). Bununla birlikte insanlar kendi ülkelerinde istedikleri tedavinin yapılamaması, sunulan tedavilerin maliyetinin yüksek olması, tedavi olmak için bekleme süresinin uzun olması gibi nedenlerle de sağlık hizmeti satın almak amacıyla farklı ülkelere seyahat etmektedir. Nitekim sağlık turizmi aracılığıyla ülkeler arasında turist akışı sağlanmaktadır (Aksu, 2011, s. 56). Dolayısıyla sağlık turizmi; insan sağlığı ile ilgili her türlü tedavi uygulamalarının seyahat ve konaklama hizmetleri ile birleştirilerek, sunulduğu turizm türü olarak ifade edilmektedir (Baykal, 2008, s. 10).

Sağlık turizmi, özellikle son otuz yılda uluslararası veya kıtalararası bir seyahat planını gerektirecek şekilde oluşmuştur. Bu süreçte özellikle uluslararası turizm hareketlerinin hız kazanması, sağlık alanındaki altyapının ve ulaşım imkânlarının gelişmesi ile sağlık turizminde önemli gelişmelerin yaşandığını söylemek mümkündür. Sağlık turizminin, ülkelerin ekonomisine katkı sağlamak, uluslararası ilişkileri geliştirmek, fiyat

tarifelerinde maliyet avantajı sağlamak, ülke içinde veya dışında stratejik ortaklık kurmak, teknoloji ve bilgi transferi sağlamak, küresel anlamda tıbbi ticaret gerçekleştirmek gibi önemli etkileri söz konusudur (Yalçın, 2006, s. 40-41).

Sağlık turizmi sağladığı hizmet türlerine göre; medikal turizm (tıp turizmi), termal/ spa/wellness turizmi, ileri yaş ve engelli turizmi olmak üzere üç gruba ayrılabilir (https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/TR,176/saglik-turizmi-cesitleri.html). Termal/spa/wellness turizmi, kaplıca suları ve otelcilik hizmetleriyle medikal masaj, peloid gibi tamamlayıcı tıp uygulamalarının yapılabildiği sağlık turizmi çeşididir. Bununla birlikte termal turizm, termal suların, çamurların, kaynağın çevresindeki iklim ve doğa şartlarının beraberinde getirdiği faktörlerin, uzman hekimler eşliğinde, fizik tedavi, rehabilitasyon ve egzersiz, psikoterapi gibi tedavilerle koordineli yapılan kür uygulamalarını kapsamaktadır (Aktepe, 2013, s. 175). İleri yaş ve engelli turizmi, özellikle 65 yaş üzeri yaştaki bireylerin ve engelli insanların bakım gerektiren tedavilerini kapsayan sağlık turizmi türüdür. İleri yaştaki bireylere hizmet veren tedavi merkezleri, yaşlıların bakımı için kurulan tesisler ve bu amaçla yapılan seyahatler ile engelliler için klinik otellerde, rehabilitasyon merkezlerinde verilen özel bakım hizmetlerini içermektedir (Baş, 2017, s.56).

Medikal turizm tedavi amaçlı gelen turistlere sağlık kurum ve kuruluşlarında uzman doktorlar tarafından sağlanan planlı olarak gerçekleştirilen tıbbi uygulamaları içeren bir sağlık

turizmidir. Medikal turizm, plastik-estetik cerrahi ameliyatları, göz ameliyatları, tıbbi check-up, diş, kalp ameliyatı, protez, kanser tedavisi ve hatta organ nakilleri gibi yüksek nitelikli tıbbi müdahaleleri gerektiren tedavileri içermektedir (Kaya, Yıldırım, Karsavuran, & Özer, 2013, s.15).

Turizm sektörü içerisinde önemli bir tür olan alternatif turizm döviz girdisini artırıcı ve istihdam sağlayıcı özellikleriyle ulusal ekonomiye büyük katkılar sağlamaktadır. Dolayısıyla önemli bir alternatif turizm türü olarak görülen medikal turizmde ifade edilen katkılar göz önünde bulundurulduğunda önemli bir tür olduğu ortadadır (Akın, Şimşek & Akın, 2012, s. 68). Bu kapsamda çalışmanın amacı, sağlık turizmi kapsamında yer alan medikal turizmin uluslararası anlamda ekonomik değerini tespit etmektir. Bununla birlikte, dünyada ve özellikle Türkiye’de medikal turizmin gelişimini ortaya koyarak, medikal turizm açısından önde gelen ülkelerin durumunu Türkiye ile karşılaştırmaktır. Bu çerçevede çalışmada öncelikle literatür taraması yapılarak, medikal turizme ilişkin verilere ulaşılmıştır. Çalışmada, Türkiye’nin medikal turizm açısından incelenen ülkelere göre üstün ve zayıf yönleri ortaya konmuştur. Ayrıca ülkenin medikal turizm potansiyelinin geliştirilmesi yönünde birtakım öneriler getirilerek, çalışma sonuçlandırılmıştır.

1. DÜNYADA MEDİKAL TURİZİMİN GELİŞİMİ

Çok eski çağlardan buyana insanların ticaret yapmak, ibadet etmek ve özellikle şifa aramak amacıyla devamlı yaşadıkları yerlerin dışına seyahat ettikleri bilinmektedir (Akın & Albuz, 2016, s. 1154). Bu doğrultuda hastalıkların tedavisi için aranan yöntemler ve izlenen gelişmelerin insanlık tarihi kadar eskiye dayandığını söylemek mümkündür. Özellikle tıp alanında yaşanan teknolojik gelişmelerle birlikte, çeşitli sağlık problemlerinden kurtulmayı amaçlayan insanların, buldukları ülke/bölgede olanak veya olanaksızlıkla bağlantılı olarak coğrafi hareketliliklerini sürdürdüğü bilinmektedir (Yılmaz, 2019, s. 37). Medikal turizm her ne kadar 18., 19. ve 20. yüzyılda gelişen bir endüstri olarak görülse de (Jagyasi, 2010) insanlar bilinen tarih boyunca tedavi olmak ve iyileşmek için yüzyıllar boyunca seyahat etmişlerdir (Erkmen & Akın, 2018, s. 202). Bu kapsamda en erken medeniyetlerle birlikte medikal turizm, kutsal tapınak hamamlarına ve kaplıcalara seyahat etmek olarak ortaya çıkmıştır. Mezopotamya, Hint, Mısır ve Çin kültürlerinin yazılı tarih anlatımları, açık bir şekilde hamam ve şifa komplekslerinin tedavi edici kaynaklar etrafında inşa edildiğini belgelemektedir (Jagyasi, 2010). M.Ö. 4200 yılında, Sümerler yükseltilmiş tapınakları ve akan havuzları içeren mineral su kaynakları ile birlikte bilinen en eski sağlık kompleksini inşa etmişlerdir. Günümüzde İsviçre’de St.Moritz olarak bilinen bölgedeki tepe kabileleri M.Ö.2000 yılında demir bakımından zengin olan mineralli suda banyo yapmanın ve bu suyu içmenin

şifalı olduğunun farkına varmışlardır. Medikal turizmi açısından konu ele alındığında, bu kapsamdaki turistik faaliyetlerin temellerinin Antik Yunan döneminde atıldığı görülmektedir. Antik Yunanlıların, Tıp Tanrısı Asclepius onuruna inşa ettikleri tapınaklara dünyanın dört bir yanından insanlar, sağlık bulmak, hastalıklarını iyileştirmek için gelmişlerdir. Aynı dönemde Hindistan'da ayurvedic ve yoga tıbbı yaygınlaşarak, medikal turizmin gelişimine katkı sağlamıştır. Sağlık turizmi çerçevesinde kapsam genişletildiğinde de yine Roma İmparatorluğu'nda termal sıcak su banyolarının soylular arasında ün yapmaya başlamasıyla karşılaşılmaktadır. Bu tesisler, zenginler için yalnızca sağlık tesisi olarak değil ticari ve sosyal toplantı amacıyla da kullanılmıştır. Roma İmparatorluğu'nun çöküşü sonrasında da Asya kıtası, sağlık turizmi açısından ilk durak olma özelliğini devam ettirebilmiştir (<https://www.health-tourism.com/medical-tourism/history/>).

Tibbin dili Arapça olarak kabul edilen Ortaçağ'da İslami tıp âlimleri önemli katkılar sağlamıştır. Bu dönemde Endülüs Emevi Devleti ilk Tıp Fakültesi Kurtaba'yı kurmuş, Avrupa'daki ayrıcalıklı kesimleri oluşturan krallar, devlet adamları Kurtaba'ya tedavi için gelmişlerdir. 1248 yılında Mısır'da Mansuri Hastanesi kurularak, 8.000 kişilik kapasitesiyle dünya genelinde hizmet vermeye çalışmıştır. Rönesans dönemi (14. - 17. yüzyıl), Avrupa ve İngiltere'de sağlık turizminin oldukça geliştiği bir dönem olmuştur. Villed'Eaux(Sular Kasabası) demir yönünden zengin sıcak

sularıyla Avrupa’da büyük bir üne sahip olmuştur. 14. ve 15. yüzyılda Fransa’da demir yönünden yoğun kaynak suyu Salude Per Agua (SPA) dünya çapında ilgi görerek, sağlık turizminin gelişmesini sağlamış ve ülkede Vichy gibi birçok SPA merkezi kurulmuştur (Jagyasi, 2010; <https://www.health-tourism.com/medical-tourism/history/>).

Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri 1900’lü yıllar boyunca endüstride olduğu kadar sağlık hizmetlerinde de dünya lideri konumunda olmuştur. Ancak söz konusu dönemde yüksek kalitede tıbbi hizmet almak için bu ülkelere zengin sınıf seyahat edebilmiştir. Ancak 1960’lardan sonra Hindistan, Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere’deki zengin sınıfı cezbeden bir merkez haline dönüşmüştür. 1980’li ve 1990’lı yıllarda Amerikan vatandaşları tedavi masraflarının artması nedeniyle deniz aşırı ülkelere seyahat etmeye başlamışlardır. Amerika Birleşik Devletleri’nden hastaların tedavi olmak amacıyla gitmeyi tercih ettikleri sağlık tesislerinin, kendilerince belirlenmiş olan uluslararası standartlara uyup uymadığını kontrol etmek ve uymalarını sağlamak amacıyla JCI(JointCommission International) akreditasyon kuruluşunu 1994 yılında kurmuşlardır. 1997 yılında Asya’daki ekonomik kriz sonrasında yaşanan ciddi gelir ve servet kaybı sonrasında, Asya kıtasındaki ülkeler sağlık turizmine önem vermişlerdir. Sağlık turizmine verilen önem sonucunda da Tayland, Singapur, Hindistan JCI akreditasyon kriterleri ile gelişmiş ülkelerin meşru ve ekonomik fiyatlarıyla medikal turizm için cazip merkezler

haline gelmişlerdir. Dolayısıyla sağladığı fiyat avantajından dolayı medikal turizmde gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru bir yönelim söz konusu olmaya başlamıştır (Yılmaz, 2019, s. 39; Gill& Singh, 2011).

21. yüzyılda özellikle teknoloji ile beraber ulaşım ve enformasyon alanındaki gelişmelerle medikal sağlık hizmeti veren ülkeler arasında rekabet başlamış ve modern medikal turizm ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda dünyada medikal turizm faaliyetine katılan ülkeler tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. Dünyada Medikal Turizme Katılan Ülkeler

Asya-Pasifik ve Ortadoğu	Amerika	Avrupa	Afrika	Diğer
Çin	ABD	Belçika	Güney Afrika	Avustralya
Hindistan	Ekvator	Macaristan	Tunus	Barbados
İsrail	Meksika	Portekiz		Jamaika
Singapur	Brezilya	Polanya		
Malezya	Kanada	Letonya		
Ürdün	Arjantin	Çek Cumhuriyeti		
Filipinler	Kolombiya	Almanya		
Birleşik Arap Emir.	Kostarika	İspanya		
Güney Kore	Küba	Rusya		
Tayvan		Romanya		
Tayland		Litvanya		
Türkiye		İtalya		

Kaynak:Buzcu & Birdir, 2019, s.314.

Asya- Pasifik Kıtası medikal turizm pazarının gelişmesi için dünyada en önemli bölge olarak görülmektedir. Tedavilerdeki önemli fiyat farklılıkları, ülkelerin turizm dostu yapısı, seyahat ve tedavi prosedürleriyle ilgili daha az sıkı denetimler olması, medikal turistleri bu bölgeye yönlentmektedir.

Bu durum Asya-Pasifik'te medikal turizmin büyümesine katkı sağlamıştır. Asya-Pasifik medikal turizm pazarındaki büyümenin en önemli nedenlerinden bir diğeri de bölgede, Kuzey Amerika'da verilen sağlık hizmeti bedelinden %70 daha az bir maliyetle kaliteli sağlık hizmetlerinin sunulmasıdır. Bu kapsamda yeterli altyapı ve ekonomiye sahip Asya- Pasifik yılda 1.3 milyon medikal turisti çekmektedir. Tayland, Singapur, Hindistan, Güney Kore ve Malezya Asya Pasifik bölgesindeki en popüler medikal turizm destinasyonları arasında sayılmaktadır. Bu destinasyonlar diğeri medikal turizm destinasyonlarına göre, medikal hizmetleri oldukça düşük tedavi fiyatlarında ve yüksek hizmet kalitesinde sunmaktadır (<https://www.alliedmarketresearch.com/medical-tourism-market>).

Dünya'da son 10 yılda sağlık turizmi içerisinde yalnızca medikal turizm alanında yaklaşık 10 milyon turist daha kaliteli ve düşük maliyetli sağlık hizmeti alabilmek için seyahat etmiştir. Bununla birlikte, küresel medikal turizm pazarının 2017 yılında 53.7 milyar dolar olduğu tespit edilmiş olup; 2025 yılında yaklaşık 143.4 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (<https://www.alliedmarketresearch.com/images/medical-tourism-market>).

Dünya genelinde başka bir ülkeden sağlık hizmeti alacak bireyler, karar aşamasında iken tedavi olacakları alan için detaylı araştırma yapmaktadır. Araştırmalarında ülkelerin tanıtım ve dağıtım kanallarını incelemekte, sağlık turizmi alanında hizmet veren seyahat acentelerinden, yakın

çevresindeki insanların tavsiye ve deneyimlerinden, sağlık hizmeti almayı düşündükleri sağlık kuruluşu hakkında medya ve internette yer alan bilgilerden faydalanmaktadırlar. Bununla birlikte gidecekleri ülkenin ekonomisine, politikalarına, yasal mevzuatlarına, ülkenin çekicilik düzeyine, hava yolu ile ulaşım imkânlarına, maliyetine, sağlık kuruluşunun akredite olup olmadığına, hasta deneyimlerine, akademik kadrosuna, doktorun uzmanlık alanına, ününe ve tavsiye edilebilirlik düzeylerine bakmaktadırlar. Bu bağlamda sağlık turizmine, arz edilebilirlik tarafından bakıldığında gidilecek ülke veya şehrin, sağlık kuruluşları, özel ve kamu hastanelerinin teknik alt yapısı, teknolojik donanımı, pazar stratejileri, sağlık turizmi alanında sağlık bakanlığı ile paydaşlarının almış oldukları kurul kararları etkilidir. Bununla beraber yurt dışı hastalarına dönük hukuki düzenlemeleri, kıtalararası gerçekleştirilen uygulamaları, akreditasyon ve sertifikaları, iletişim için yabancı dil, internet kaynaklarının kullanımı ile ülkenin ulusal düzeyde tanıtımın yapılması hastaların tercihinde önemli bir etkidir (TÜROFED, 2017, s.79)

Kamu ve özel sektörü içine alan tüm paydaşlar, medikal turizm alanında yatırımlar yapmaktadır. Paydaşların yapmış olduğu girişimlerin başarısını ölçmek için önceden yalnızca ekonomik katkı baz alınırken, günümüzde Medikal Turizm Endeksi (MTI) dört ana kriterde (ülke, çevre-ortam medikal turizm sektörü, tesis ve hizmet kalitesi) ve 34 alt kriterde değerlendirilmektedir. MTI; sağlık turistlerinin ülke seçimlerini

etkilediği gibi politika yapıcılara, hizmet sağlayıcısı sağlık personeline, sigorta şirketlerine de yol gösterici olabilmektedir (Fetscherin & Stephano, 2015).

MTI'ye göre ülkelerin medikal turizm sektörü alanında 2016-2017 yılında almış oldukları ortalama puanlar ve sıralamaları tablo 2'de verilmiştir. Tablo 2'de 41 ülke ana ve alt kriterlere göre değerlendirilmiş ve sıralanmıştır.

Tablo 2. 2016-2017 Yılı Medikal Turizm Ülkeler Sıralaması

Sıralama	Ülke	Puan	Sıralama	Ülke	Puan
1	Kanada	76,62	22	Brezilya	65,22
2	İngiltere	74,87	23	Çin	64,78
3	İsrail	73,91	24	Polonya	63,79
4	Singapur	73,56	25	Abu Dabi	63,65
5	Hindistan	72,10	26	Malta	62,97
6	Almanya	71,90	27	Güney Afrika	62,20
7	Fransa	71,22	28	Mısır	60,92
8	Güney Kore	70,16	29	Meksika	60,70
9	İtalya	69,50	30	Katar	60,07
10	Kolombiya	69,48	31	Fas	59,77
11	İspanya	68,29	32	Türkiye	59,49
12	Japonya	68,00	33	Ürdün	57,02
13	Panama	67,93	34	Rusya	57,01
14	Kosta Rika	67,67	35	Umman	56,90
15	Dominik Cumhuriyeti	67,58	36	Tunus	56,78
16	Dubai	67,54	37	Kuveyt	52,69
17	Jamaika	67,17	38	Suudi Arabistan	52,43
18	Tayland	66,60	39	Bahreyn	51,99
19	Filipinler	66,40	40	Lübnan	49,92
20	Tayvan	66,28	41	İran	36,00
21	Arjantin	65,37			

Kaynak: <http://www.healthcareresearchcenter.org/medical-tourism-index/>
(Erişim: 09.10.2019)

2016-2017 yılı sağlıklı ülkeler verilerine göre medikal turizm alanında en başarılı bulunan ve endeks puanı en yüksek olan ülkenin Kanada olduğu belirlenirken, onu sırasıyla İngiltere, İsrail, Singapur ve Hindistan takip etmektedir. Türkiye ise medikal turizmde 41 ülke arasında 32'inci sırada yer almaktadır.

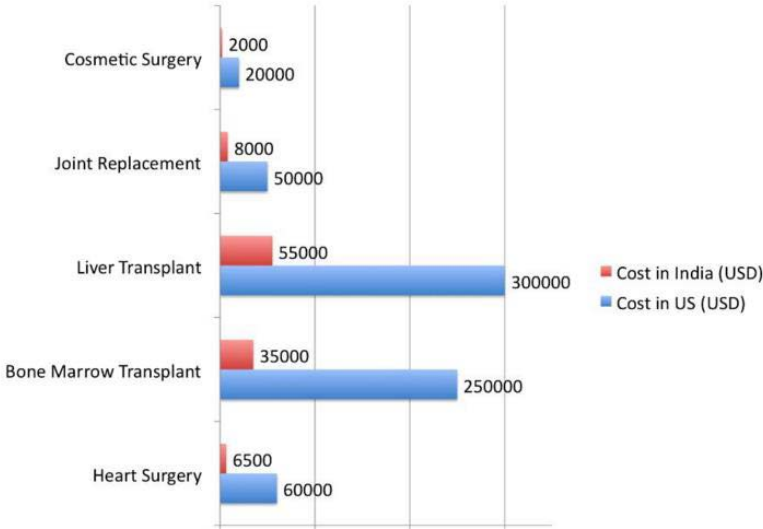
2. MEDİKAL TURİZMDE LİDER ÜLKELER VE TÜRKİYE

Dünyada medikal turizmde önde gelen ülkeler turiste bir çok avantaj sunmaktadır. Fiyat avantajı sunan ülkeler Hindistan ve Tayland; ileri teknolojisiyle ABD, Almanya, Güney Kore; turistik olmaları kapsamında Singapur, Tayland; buldukları konum çerçevesinde Ürdün, İran, Malezya ve Brezilya' dır (İlker, 2012, s.113-114). Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı “Türkiye 2023 Sağlık Turizmi Stratejisi” medikal turizmde hasta sayısına göre oluşturulan listede ise ilk beş sırada yer alan ülkeler sırasıyla Hindistan, Tayland, Singapur, ABD ve Malezya'dır. (<https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/>).

Hindistan, yüksek kaliteli sağlık hizmetlerinin maliyet avantajı ile sunulmasını sağlayan bir ülke olarak uluslararası sağlık turizmi pazarında yerini almaktadır (Azhar & Jilani, 2009). Hindistan; yurtdışında eğitim gören ve deneyimli sağlık personeli, Batı ülkelerindeki tedavi yöntemlerini uygulaması, kısa bekleme süreleri bakımından uluslararası sağlık turistlerince en fazla tercih edilen ülkeler arasındadır (Singh, Yadav & Pandey, 2005). Uluslararası sağlık turizmi kapsamında hizmet veren tüm sağlık işletmelerinde de İngilizcenin yaygın olarak konuşulması, ülkenin uluslararası sağlık turizmi destinasyonunda ön plana çıkmasını sağlayan önemli bir faktördür (Connel, 2006, s.5).Sağlık araştırmaları yapan Renub Research araştırmaları verilerine göre; Hindistan'a medikal turizm amaçlı başta Amerika Birleşik Devletleri, Kanada,

Arjantin, Brezilya, Meksika olmak üzere 63 ülkeden tedavi olmak amacıyla turist gelmektedir (Renub Research, 2014). Bu kapsamda Hindistan uluslararası medikal turistlerine 6 ay ile 1 yıl arasında değişen sürelerle “medikal vize” uygulaması gerçekleştirdiğinden, turistlerce çok tercih edilmektedir (Azhar & Jilani, 2009). Hindistan Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanmış medikal vize uygulaması, medikal hastaların tedavi amacıyla Hindistan’a gelmelerinde büyük kolaylıklar sağlamakta ve vize süresi devam eden tedavilerde üç yıla kadar uzatılabilmektedir (Akdu, 2014, s.17).

Hindistan’da uluslararası sağlık turizmi kapsamında sunulan hizmetler, bu yönde hizmet veren sağlık işletmelerini denetleyen ve akredite eden üst kuruluşlar tarafından koordine edilmektedir. Bu üst kuruluşlar, JCI akreditasyonuna sahip sağlık işletmelerine yasal olarak çalışma izni vermektedirler. JCI akreditasyonuna sahip olan sağlık işletmelerinde medikal turizm kapsamında gelişmiş birçok ülkeye oranla avantajlıdır. Örneğin; kalp kapakçığı değişimi ameliyatları, anjiyo, diz, kalça ve diğer ortopedik operasyonlar ABD’de öngörülen ücretlerin dörtte birine gerçekleştirilebilmektedir (Azhar & Jilani, 2009). Bu durum şekil 1’de de açıkça görülmektedir.



Şekil 1.Hindistan ve Amerika Medikal Tedavi Ücretlerinin Karşılaştırılması

Kaynak:<https://driggsaxena.wordpress.com/2014/10/17/expanding-horizon-of-medical-tourism-in-india-an-opportunity-for-bed-and-breakfast-too/>
(Erişim: 02.10.2019)

OECD raporlarında, Hindistan'ın medikal turizmden özellikle 2012 yılında önemli gelir sağladığı ve bu yolla ülke ekonomisine 2 milyar doların üzerine katkısı olduğu belirtilmiştir (OECD, 2014). Bu durum Hindistan'da medikal turizmin ekonomik gelişme açısından önemini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte medikal faaliyetlerin yalnızca hastaneler için değil aynı zamanda ülkede faaliyet gösteren konaklama, yiyecek içecek, ulaştırma işletmeleri, seyahat acenteleri için de etkin gelir kaynağı olduğu da söylenebilir.

Tayland'da medikal turizm hareketleri 1970'lerde cinsiyet değişimi operasyonları ile başlayıp, daha sonraları estetik cerrahiye yönelim göstermiştir (Connell, 2006, s.6).

Tayland'ın tıp sektörü 1980'li yıllardan bu yana turizm faaliyetleri ile birleşerek gelişmekte ve büyümektedir. Tayland'da zor ve karmaşık tıbbi işlemler gerektiren hastalıkların tedavisi bakımından diz ve kalça protezleri, kardiyovasküler cerrahi işlemleri yapılmakta olup; üst teknolojiyi gerektiren işlemlerdir. Tayland medikal turizmde özellikle cinsiyet değişimi gibi ameliyatları ve kozmetik cerrahisinde uzmanlaşmış ülkelerdendir (Binler, 2015, s.39). Dolayısıyla Tayland'ın medikal turizm sektöründe başarılı ve uzmanlaşmış olmasının temel sebebi hükümet ve ulusal turizm kurulu tarafından desteklenmiş farklılaştırma stratejileri ile medikal turizm sektörünün geliştirilmesidir (Kim, Changsan, Demirer & Kim, 2011, s. 68). Medikal turizmin Tayland da popüler olmasında kuşkusuz uzun bekleme listelerinin olmayışı, ücretlerin düşük olması, en son teknoloji ile donatılmış sağlık bakım hizmetlerin yapılması ve uygun fiyat avantajına sahip uluslararası hava ulaşımı ücretleridir. Bununla birlikte internetin ilerlemesi, hizmet etmek için yeni şirketlerin ve acentelerin ortaya çıkışı, uluslararası hastaların hastane hakkında bilgilere ve tedavi ücretlerine kolayca erişmeleri de medikal turizmde önemli bir yerde olmalarında etkindir (Rerkrujipimol & Assenov, 2011, s. 96).

Tayland'da uluslararası sağlık turizmi faaliyetleri devlet destekli olarak yürütülmektedir. Sektörde istihdam edilen doktorların ve sağlık personellerinin özellikle ABD ve İngiltere'de eğitim görmeleri sağlanmaktadır. Ayrıca

profesyonel bir biçimde sağlık turistlerine İngilizce, Arapça, Japonca hizmet verilmesi için çeşitli dil eğitimleri verilmekte; bu durumda Tayland'a avantaj sağlamaktadır. Tayland'da uluslararası sağlık turizmi kapsamında hizmet veren sağlık işletmelerinin bir kısmı JCI akreditasyonuna, bir kısmı da ISO – 9001 – 2000 Kalite Belgesi'ne sahiptir. Ülkede bulunan Bumrungrad Hastanesi Güney Asya'daki en büyük hastanelerden biri olarak her yıl Tayland'a gelen yaklaşık 1 milyon uluslararası sağlık turistinin üçte birine hizmet vermektedir (Çılgınoğlu, 2018, s.100). Bununla birlikte ülkedeki birçok özel hastane, ABD ve Avrupa'daki dünyaca ünlü tıbbi enstitülerde olduğu gibi, gelişmiş tıbbi cihazları ile en güncel teknikleri kullanarak kapasitelerini geliştirmiştir (Noree, 2015, s.19). Ülkeye özellikle Japonya, Vietnam, Çin, Orta Doğu ve Arap ülkeleri başta olmak üzere çeşitli ülkelerden medikal turistler gelmektedir. Özellikle tedavi için ülkeye gelen Avrupalı ve Kuzey Amerikalı turistlerin çoğunun gelir seviyesi yüksek kesimden olduğu ifade edilmektedir (Wilson, 2011, s.124). Tayland'da tedavi ücretlerinin ABD'ye göre %50 ile %80 arasında değişen oranlarda daha düşük olması, ülkeye sağlık turizmi sektöründe avantaj sağlamaktadır. Tablo 3'te medikal turizm hizmeti veren ülkelerdeki tedaviler ve ücretleri gösterilmektedir. Bu kapsamda Tayland'ın ABD, İsrail, Meksika, Güney Kore, Kosta Rika'ya göre fiyat üstünlüğü sağladığı açıkça görülmektedir.

Tablo 3.Ülkelere Göre Medikal Tedavi Ücretleri

Tıbbi Hastalıklar	Amerika (bin \$)	Kosta Rika (bin \$)	Kolombiya (bin \$)	Hindistan (bin \$)	Ürdün (bin \$)	Güney Kore (bin \$)	Meksika (bin \$)	İsrail (bin \$)	Tayland (bin \$)	Malezya (bin \$)	Singapur (bin \$)	Türkiye (bin \$)
Bypass	123.000	27.000	14.800	7.900	14.400	26.000	27.000	28.000	15.000	12.100	17.200	13.900
Anjiyoplasti	28.200	13.800	7.100	5.700	5.000	17.700	10.400	7.500	4.200	8.000	13.400	4.800
Kalp Kapakçığı Değişimi	170.000	30.000	10.450	9.500	14.400	39.900	28.200	28.500	17.200	13.500	16.900	17.200
Kalça Protezi Ameliyatı	40.364	13.600	8.400	7.200	8.000	21.000	13.500	36.000	17.000	8.000	13.900	13.900
Diz Kapağı Değişimi	35.000	12.500	7.200	6.600	9.500	17.500	12.900	25.000	14.000	7.700	16.000	10.400
Omurga Füzyonu	110.000	15.700	14.500	10.300	10.000	16.900	15.400	33.500	9.500	6.000	12.800	16.800
İmplant	2.500	800	1.200	900	900	1.350	900	1.200	1.720	1.500	2.700	1.100
Mide Kelepeci	14.000	9.450	8.500	7.300	7.000	10.200	6.500	17.300	11.500	8.150	9.200	8.600
Rahim Ameliyatı	15.400	6.900	2.900	3.200	6.600	10.400	4.500	14.500	3.650	4.200	10.400	7.000
Burun Estetiği	6.500	3.800	4.500	2.400	2.900	3.980	3.800	4.600	3.300	2.200	2.200	3.100
Yüz Gerdirme	11.000	4.500	4.000	3.500	3.950	6.000	4.900	6.800	3.950	3.550	440	6.700
Yağ Aldırma	5.500	2.800	2.500	2.800	1.400	2.900	3.000	2.500	2.500	2.500	2.900	3.000
Karın Silaştırma	8.000	5.000	3.500	3.500	4.200	5.000	4.500	10.900	5.300	3.900	4.650	4.000
Lazer(Her İki Göze)	4.000	2.400	2.400	1.000	4.9000	1.7000	1.900	3.800	2.310	3.450	3.800	1.700
Katarakt Ameliyatı	3.500	1.7000	1.600	1.500	2.4000	-	2.100	3.7000	1.800	3.000	3.250	1.600
Tüp Bebek	12.400	-	5.450	2.500	5.000	7.900	5.000	5.500	4.100	6.900	14.900	5.200

Kaynak: <https://medicaltourism.com/Forms/price-comparison.aspx> (Erişim: 10.10.2019)

Singapur, kalitedeki mükemmeliyetçiliği, güvenilirliği, sahip olduğu uluslararası akreditasyonlu hastaneleri ve üstün medikal teknolojisi ile öne çıkan önemli destinasyonlardan biri olarak kabul edilmektedir (Heung, Küçükusta, & Song, 2011, s.998). Ülke genelinde toplam 26 hastane bulunmakta olup; hastanelerinin tamamına yakınında medikal turizm kapsamında kardiyoloji, kalça-diz protez işlemleri, nörolojik tedaviler, kök hücre tedavisi, kanser tedavisi ve plastik cerrahi işlemleri gerçekleştirilmektedir. Singapur Sağlık Bakanlığı öncülüğünde “Singapore Medicine” adlı bir platform oluşturulmuştur. Bu platform içerisinde Ekonomik Kalkınma Kurulu, Singapur Uluslararası Girişimi ve Singapur Turizm Kurulu bulunmaktadır. Platformun planları arasında medikal hizmet

tanıtımı, farklı dil destekleri ve online olarak ülkedeki tüm hastanelere ulaşma imkanını bir arada sunabilecek güvenilir bir hizmet alma noktası tasarlamak ön plana çıkmaktadır. Hükümet dünya genelinde sağlık uzmanlarını kendi ülkelerinde çalışmasını sağlamak, ileri medikal bilgilerinin aktarılması ve sağlık personelinin eğitilmesi hususunda gerekli görülen alt yapıları hazırlamıştır. Örneğin, Johns Hopkins ve The West Clinic gibi ABD merkezli dünyanın en güçlü hastane markalarının ülkede yatırım yapmalarını sağlayacak ortamı oluşturmuştur (Deniz, 2019, s.53). Bu kapsamda Singapur’da uygulanan sağlık sistemi, Asya ülkelerinde uygulanan en iyi sağlık sistemi olarak değerlendirilmektedir. Bu sistem sayesinde sağlık alanında ileri bir konumda bulunan Singapur’u; özellikle Endonezya, Malezya, Çin, Birleşik Arap Emirlikleri, Suudi Arabistan, Yemen, Umman, Katar, Kuveyt ve Bahreyn gibi ülkelerden gelen uluslararası sağlık turistleri ziyaret etmektedir (Koh, 2007).

Singapur Turizm Kurulu verilerine göre, ülke uluslararası sağlık turizminden her yıl yaklaşık 3 Milyar doları gelir sağlamaktadır (Ho, Krishna&Yee, 2010). Ancak sunulan kaliteli hizmet rekabette üstünlük sağlarken, özellikle Hindistan ve Tayland gibi diğer Asya ülkelerine göre yüksek fiyatları rekabette zayıflamasına neden olmaktadır. Ancak yine de ABD ve çoğu Avrupa ülkesine göre fiyat avantajı da sunmaktadır. Bu durum tablo 3’te de görülmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri (ABD) tüm dünyada teknolojik gelişmelerle birlikte sağlık alanında yaşanan gelişmelerin de merkezi konumundadır. Bu durum Amerika'daki sağlık sektörünün en önemli rekabet avantajlarından bir tanesini oluşturmaktadır. Sahip olduğu teknolojiyi akademik çalışmalarla da destekleyen ülke, ileri tıbbi uygulamaların adeta merkezi konumundadır. Ancak bu durum beraberinde, Amerikan sağlık sistemini dünya üzerinde en pahalı sağlık hizmeti sunan ülke konumuna getirmiştir. Tüm gelişmelerin yanında; sağlık hizmetlerinde artan fiyatlar ve herkesi kapsayan bir yasal düzenlemelerin bulunmaması, herhangi bir sigortaya sahip olmayan vatandaşlarının toplam nüfus içerisindeki oranın yüksek olması gibi sorunlar ABD'de negatif unsurlar olarak göze çarpmaktadır. Bu durum ülke vatandaşlarını sağlık hizmetlerine harcadıkları parayı azaltma yolları aramalarına sebep olmuştur (Paul, Barker, Watts, Messinger, & Coustasse, 2017, s.326). ABD, yüksek sağlık harcamaları sebebiyle kendi vatandaşlarını tedavi için yurtdışına gönderirken, diğer yandan başta Güney Amerika, Ortadoğu ve Avrupa'da yaşayanlar olmak üzere varlıklı hastalar için talep oluşturmaktadır. Bu sayede yıllık ortalama 1 milyar dolar civarında maddi kaynak sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle, ABD düşük gelirli yurttaşlarına sağlık hizmeti sunmada isteksiz davranırken, yurtdışından varlıklı hastalara sağlık hizmeti sunmaktadır (Özcan & Aydın, 2015).

ABD’de çok sayıda hasta tedavi için Güney ve Orta Amerika ülkelerine gitmektedirler. Özellikle kozmetik tedaviler için Brezilya, Arjantin ve Kosta Rika, genel ve diş tedavileri için ise Meksika tercih edilmektedir. Meksika ve ABD arasındaki coğrafi yakınlık, Amerikalı hastaların Meksika’da bulunan sağlık kuruluşlarında tedavi arayışlarına sebep olmaktadır. Bu hastaların branş olarak ilk tercihleri ise çoğu zaman sigorta kapsamı dışında kalan diş tedavileridir (Sevim, 2019, s. 83-84).

Amerika’dan tedavi amaçlı farklı ülkelere giden (outbound) medikal turistlerin sayısı 2007 yılında 750 bin iken bu rakam 2016’de 15 milyona ulaşmıştır. Farklı ülkelere Amerika’ya gelen (inbound) medikal turistlerin sayısı ise 2016 yılında 15 bin olarak tespit edilmiştir (Hunt, 2016, s.107). Bu durum, ABD vatandaşlarının, özellikle maliyet avantajı sağlayan ülkelere sağlık hizmeti almayı tercih ettiklerini göstermektedir.

Malezya, Asya’da medikal turizm açısından öne çıkan ülkelere biri olarak görülmektedir. Malezya, Sağlık Bakanlığı bünyesinde sağlık turizmi birimi kurmuş olup; ilgili bakanlık ve bakanlığa bağlı birim sağlık turizmi konusunda uzun vadeli politikalar izlemiştir. Bu durum Malezya’nın sağlık sisteminin son on yıldaki gücüne güç katmıştır. Malezya, International Medical Travel Journal tarafından 2015 Tıbbi Gezi Ödülleri’nde ve 2014’ten beri üç yıl arayla International Living’in Küresel Emeklilik Endeksi tarafından "Sağlık için Dünyanın en iyi ülkesi" olarak "Yılın Sağlık ve Medikal Turizm Hedefleri"

dalında ödül kazanmıştır. Malezya, Florida'daki 8. Yıllık Dünya Tıp Turizmi ve Küresel Sağlık Kongresi'nde" 2015 Yılım Kamu Özel Ortaklığı Tıp Seyahat Destinasyonu" olarak tanınan ve çok başarılı kamu-özel ortaklıkları ve işbirlikleri için ayrıcalıklı bir konumdadır. Malezya'yı sağlık hizmetlerinde anahtar konuma getiren belirgin özellikleri, kültür ve din benzerliklerinin yanı sıra yüksek kaliteli, ancak uygun fiyatlı sağlık hizmetleri sunması gösterilebilir (<https://www.mhtc.org.my/>)

Malezya'ya gelen medikal turistlerin % 70'ini Endonezya'dan gelenlerin oluşturduğu ve geri kalanının Orta Doğu ülkeleri, Hindistan, Çin, Japonya, Avustralya, Yeni Zelanda ve Birleşik Krallıklardan olduğu belirtilmektedir. Bu kapsamda 2011'de 643 bin medikal turist ülkeyi ziyaret ederken, 2018 yılında 1 milyon 200 bin turist tedavi amaçlı Malezya'yı ziyaret etmiştir. Medikal turistlerin Malezya da bulunan özel hastaneleri tercih etmesinde onları motive eden faktörlerin başında mükemmel tıbbi hizmetler, parasal olanaklar, dini etkenler ve destekleyici hizmetler gelmektedir. Malezya'nın komşu ülkeler tarafından tercih edilmesinin sebeplerinden biri belki de en önemlisi hastanelerde helal yiyeceklerin ikram edilmesi ve İslami uygulamalara önem gösterilmesidir. Diğer avantaj sağlayan etkenler ise; yurt dışında eğitim almış uzman sağlık personelinin olması, konuşulan ana dilin birbirlerine benzemesi, yoğun olarak İngilizcenin kullanılması, maliyetlerin az olması şeklinde sayılabilir (Whittaker, 2008, s.281; <https://www.mhtc.org.my/>).

Türkiye, özel coğrafi konum, doğal, tarihi ve kültürel değerler bakımından zengin bir ülke olup (Akın, 2015, s. 27),dünya genelinde medikal turizmde de önemli destinasyonlardan birisi olarak görülmektedir. Türkiye, uzman hekim ve sağlık personeli, otel konforunda hizmet sunan, uluslararası alanda akreditasyon belgesine sahip olması medikal turizmde büyümesinde önemli bir etkidir. Bununla beraber tıbbi teknolojisi üst düzeyde olan hastaneleri, dünyanın birçok bölgesinden ulaşımın kolay olması, medikal turizmde hizmet sunan birçok ülkeden daha kaliteli ve daha düşük ücretle tedavi sunması, tedavi için bekleme süresinin olmaması, tedavi ücretinin yanında tatil imkanlarının olması da önemli bir etkidir. Ayrıca doğal, kültürel ve tarihi güzellikleri gibi özellikleriyle medikal turizmde önemli bir potansiyeldir. Medikal turizmin son yıllarda hızlı bir gelişim göstermesi Türkiye için 3S'ten (Sea, sand, sun) sonra yeni bir "4S" (Sea, sand, sun, surgery) kavramını gündeme getirmiştir (Buzcu & Birdir, 2019, s. 312). Bu kapsamda Türkiye'nin medikal turizm potansiyelinin varlığından söz etmek mümkündür. Ancak, medikal turizm verilerine bakıldığında, dünya genelinde tam bir şeffaflık bulunmamaktadır. Hasta sayıları ve ekonomik büyüklük ile ilgili çok farklı kaynaklarda farklı veriler sunulmaktadır. T.C. Sağlık Bakanlığı web üzerinde oluşturduğu ve tüm sağlık kuruluşlarına kendilerine özel şifre tahsis ettiği "Yabancı Hasta Web Kayıt Sistemi" adlı bir program kullanmaktadır. Bu web sitesine hem kamu hem de özel sağlık

kuruluşları tarafından hizmet verdikleri yabancı hastalara ait verilerin tam olarak işlenmesi istenmektedir. Bununla birlikte, Sağlık Stratejileri ve Sosyal Politikalar Derneği (SASOMER), Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi (THTC) tarafından da ülkenin medikal turizm verileri oluşturulmaktadır. Buna göre; TÜİK tarafından 2016 yılında bir önceki yıla göre % 12 artışla 715 milyon dolar gelir elde edildiği bildirilmiştir. SASOMER tarafından ise 1,1 milyon sağlık ve medikal turistin 2,3-3 milyar dolar arasında gelir getirdiğini ifade etmektedir (T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi, 2017). THTC, 2016 yılında 746.000 medikal turistten 5,8 milyar dolar gelir elde edildiğini belirtmiştir (THTC, 2017).

Başta plastik ve estetik operasyonlar, saç ekimi, göz ameliyatları, tüp bebek, açık kalp ameliyatları, deri hastalıkları, chekup, kanser tedavileri, kulak-burun-boğaz, diyaliz, kalp damar cerrahisi, beyin cerrahisi, ortopedi, diş, fizik tedavi ve rehabilitasyon gibi hemen her branşta hizmet almak için uluslararası hastalar Türkiye'yi tercih etmektedir (İçöz, 2009, s. 2271). Joint Comission International (JCI) ve Türkiye'de Akredite Hastaneler Derneği sitesi verilerine göre, 2016 yılında, toplam uluslar arası standartlarına sahip 43 akredite sağlık kuruluşlarına faaliyet göstermektedir. Bu sayının 38' i akrediteli sağlık kuruluşları, 3'ü klinik laboratuvarlar, 1'i ayaktatedavi, diğer 1'i de tıbbi nakil hizmeti sunan kurumlardır (<http://www.ahd.org.tr/akreditasyon.aspx>).

Türkiye'ye 2003-2018 yılları arası dönemde sağlık amacıyla giriş yapan ziyaretçilerin sayısı, gelirleri ve kişi başı harcamalarına ilişkin veriler tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 4. Medikal Turizm Kapsamında Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı, Medikal Turizm Gelirleri

Yıllar	Toplam Sağlık ve tıbbi nedenler (1 yıldan az)	(Yabancı) Sağlık ve tıbbi nedenler (1 yıldan az)	(Yurt dışında ikamet eden vatandaş) sağlık ve tıbbi nedenler (1 yıldan az)	Sağlık Turizmi Geliri (Milyon \$)	Sağlık Turizmi kişi başı ortalama harcama
2003	139 971	103 403	36 568	203 703	1,455
2004	171 994	133 722	38 272	283 789	1,650
2005	220 338	164 597	55 741	343 181	1,558
2006	193 728	153 894	39 834	382 412	1,974
2007	198 554	154 603	43 951	441 677	2,224
2008	224 654	162 484	62 170	486 342	2,165
2009	201 222	132 677	68 545	447 296	2,223
2010	163 252	115 222	48 030	433 398	2,655
2011	187 363	142 463	44 900	488 443	2,607
2012	216 229	153 520	62 709	627 862	2,904
2013	267 461	188 295	79 166	772 901	2,890
2014	414 658	328 647	86 011	837 796	2,020
2015	360 180	260 339	99 841	638 622	1,773
2016	377 384	251 809	125 574	715 438	1,896
2017	433 292	326 709	106 583	827 331	1,909
2018	551 748	437 925	113 822	863 307	1,565

Kaynak: TÜİK; http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 (Erişim: 05.10.2019)

Türkiye'ye 2003 yılında sağlık turizmi kapsamında toplamda 139.971 kişi gelmiş olup; 203.703 milyon dolar seviyesinde gelir elde edilmiştir. 2010 yılından itibaren sağlık turizminin önemine dikkat çekilmesi ve bu alanda gerekli alt yapı çalışmalarına başlanmasıyla birlikte 2014 yılında sağlık turizmi alanında hızlı bir ivme yakalanarak, sağlık amaçlı gelen turist hacmi 414.658 kişiye ve elde edilen gelir de 837,8 milyon dolara yükselmiştir. Yaşanan terör ve siyasal kargaşalar

neticesinde 2015-2016 yılları arasında düşüş eğilimine giren sağlık turizmi, 2018 yılında tekrar kaldığı yerden hızlı bir yükseliş ivmesini yakalamıştır. Böylece sağlık amacıyla gelen turist sayısında 551.748 kişiye ulaşılmış, elde edilen gelir düzeyi ise 863,3 milyon dolara yükselmiştir. Bu bağlamda Türkiye'ye gelen uluslararası hasta sayısının son 16 yıl içerisinde yaklaşık 4 kat arttığı tablo 4'te görülmektedir.

Tablo 5. Türkiye'yi Tedavi Amacıyla Tercih Eden Turistlerin Geldiği Ülkeler (İlk 10 Ülke)

Ülke	Medikal Turizm	Turistin Sağlığı	Toplam
Irak	14.593	19.172	33.765
Azerbaycan	12.306	18.035	30.341
Almanya	1.961	20.558	22.519
Rusya	1.425	16.678	18.103
Libya	10.534	5.741	16.275
Gürcistan	3.238	10.824	14.062
Türkmenistan	2.546	9.988	12.534
Afganistan	1.039	10.969	12.008
Özbekistan	919	9.809	10.728
İngiltere	781	9.665	10.446

Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı (2018),Türkiye Uluslararası Hasta Raporu 2017

Tablo 5'te, 2017 yılında Türkiye'de sağlık hizmeti alan uluslararası hastaların en çok geldikleri ilk 10 ülke ve geliş türlerine göre sayılar verilmektedir. Buna göre,Türkiye'ye 2017 yılında en çok hasta gönderen ilk 10 ülke incelendiğinde

hastaların % 27'si medikal turizm, % 73'ü ise turistin sağlığı kapsamında hizmet almışlardır. Medikal turizm kapsamında 2017 yılında adı geçen ilk 10 ülke arasında en çok (14.593) Irak'tan turist gelmiştir.

Tablo 6. Türkiye'ye Medikal Amaçlı Gelen Turistlerin Ülkeyi Tercih Etme Gerekçeleri

Medikal Turizm Gerekçesi	Ülkeler
Akrabalık bağları nedeniyle sıkı ilişkilerin olduğu ülkeler	Suriye, Azerbaycan, Bulgaristan, Yunanistan,
Türk nüfusun yoğun yaşadığı ülkeler	Almanya, Fransa, Hollanda,
Altyapı ve hekim yetersizliği nedeniyle hizmet sıkıntısı çeken gelişmekte olan ülkeler	Libya, Cezayir, Irak, Balkan ülkeleri, Türkmenistan
Sağlık hizmetlerinin pahalı olduğu ülkeler	ABD, Almanya
Uzun bekleme sırası olan ülkeler	İngiltere, Hollanda, Kanada
Sigorta sistemlerinin geri ödeme kapsamına almadığı dış hastalıkları gibi hizmetlerin bulunduğu ülkeler	Fransa, İngiltere, İrlanda, Almanya
Özellikli hizmetlerin talep yoğunluğu olan ülkeler	Balkan Ülkeleri, Orta Doğu Ülkeleri
İleri yaş bireylerin nüfusa oranının yüksek olduğu ülkeler	İsveç, Norveç, Hollanda, Japonya, Finlandiya

Kaynak: www.satürk.gov.tr (Erişim: 08.10.2019)

Tablo 6'da Türkiye'yi medikal turizm amacıyla tercih eden medikal turistlerin ülkeyi tercih gerekçeleri gösterilmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'ye gelen uluslararası hastaların geliş gerekçelerine bakıldığında; akrabalık bağlarının yoğun oluşunun, gelinen ülkede Türk nüfusunun sayısal hacminin fazlalığının, kendi ülkelerinde hekim, altyapı ve diğer sağlık hizmet unsurlarında yaşanan yetersizliktir. Bununla beraber kendi ülkelerinde sunulan sağlık hizmet maliyetlerinin yüksekliğinin, uzun bekleme sıralarının varlığının, sigorta kapsamında yer almayan sağlık hizmetlerinin varlığı söylenebilir. Ayrıca özellikli hizmetlere talebin yüksekliğinin ve

yaşlı nüfusun baskınlığının etkisinin de önemli olduğu düşünülmektedir.

Dünya ülkeleri arasında önemli bir medikal turizm potansiyeline sahip Türkiye'nin medikal turizm pazarındaki güçlü yönleri aşağıda sıralanmıştır (İçöz, 2009, Dinçer, Çiftçi, & Karayılan, 2016; Demirer, 2010). Buna göre

- Doktorların ve sağlık personellerinin eğitim ve deneyim düzeyinin batı ülkeleri standartlarında olması,
- Medikal hizmet sunan akredite olan sağlık kuruluşlarının, dünya standartlarına uygunluğu (akredite –JCI hastane sayısının dünya sıralamasında 2. sırada olması),
- Tedavi için bekleme süresinin kısa olması,
- Uluslararası seyahat maliyetlerinin düşük olması,
- Tedavi için belirlenen fiyatların birçok Avrupa ülkesine göre düşük olması,
- Doğal ve tarihi güzelliklerinin gelen sağlık turistlerinin ilgisini çekmesi ve turistlere tedavinin yanı sıra tatil imkânı sunması,
- Coğrafi konum nedeniyle turistlere ulaşım kolaylığı sağlaması,
- Tedavide yüksek teknoloji uygulamalarının bulunması,
- Avrupa'ya yerleşen Türk kökenli vatandaşların kendi kültür ve dillerinde sağlık hizmeti alma istekleri,
- Devletin sağlık turizmine yatırım yapacak olanlara uygulamış olduğu teşvikler güçlü yönler olarak ifade edilebilir.

Türkiye'nin medikal turizm kapsamında ifade edilen güçlü yönlerine karşılık zayıf olduğu ve geliştirilmesi gereken yönleri mevcuttur. Bu doğruluda Türkiye'nin medikal turizm anlamında zayıf yönleri de aşağıda ifade edilmiştir (Özsarı & Karatana, 2013; Dinçer, Çiftçi, & Karayılan, 2016; Yıldırım, Yıldırım, & Akbulut, 2012). Buna göre zayıf yönler;

- Ulaştırma işletmeleri, konaklama işletmeleri, hastaneler, aracı kuruluşlar, sigorta şirketleri, üniversiteler, belediyeler ve diğer resmi kurumlar gibi sektörün önemli paydaşları arasında koordinasyon kurulamaması,
- Medikal turizm alanında etkin tanıtım ve pazarlamanın yapılmaması,
- Sağlık çalışanlarının iyi seviyede yabancı dil bilmemesi,
- Sağlık kuruluşlarının genelde büyük şehirlerde yoğunlaşması, henüz ülkegeneline yeterli yayılamaması,
- Diğer ülkelerin sigorta şirketleriyle yeterli seviyede anlaşmanın bulunmaması,
- Sağlık kuruluşlarında medikal turizm ile ilgili yetişmiş uzman sayısının henüz yeterlisayıda bulunmaması,
- Özellikle sınır komşularımız olan ülkelerde yaşanan istikrarsızlık, bu istikrarsızlığın Türkiye'ye etkisi ve ülke imajının zedelenmesi,
- Medikal turistin cepten harcamalarındaki artış,
- ABD başta olmak üzere gelişmiş ülkelere yeterli sayıda medikal turist çekilememesi olarak sıralanabilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm dünya genelinde yarattığı katma değer ile önemli bir sektör olarak görülmektedir. Bu kapsamda dünya turizm gelirleri sürekli artış göstermekte ve ülke ekonomileri bu yolla büyük miktarlarda döviz girdisi sağlamaktadır. Turizmin bu özelliğinden dolayı ülkeler ve hükümetler ulusal ekonomilerinin canlanması, güçlenmesi için turizm sektörüne büyük önem vermekte ve yıl boyunca turizm faaliyetlerini sürdürebilmek amacıyla alternatif turizm çeşitlerinden yararlanmaktadır. Söz konusu alternatif turizm türlerinden biri olan medikal turizm, tüm dünya ülkelerinin ilgisini çekmekte ve yabancı turistleri tedavi etmek, bu pazardan pay almak isteyen ülkeler arasında rekabet ortamı oluşturmaktadır.

Bu kapsamda çalışmada, uluslararası boyutta medikal turizmin ekonomik değerini belirlemek, medikal turizm açısından lider ülkelerin durumu ortaya koymak amaçlanmıştır. Bununla birlikte çalışmada incelenen ülkelerin Türkiye'nin mevcut durumu ile analiz etmekte amaçlanmıştır. Buna göre, 2017 yılında dünya genelinde yaklaşık 10 milyon turistin medikal turizm amaçlı seyahat ettiği ve bunun karşılığında yaklaşık 54 milyar dolarlık bir gelir oluştuğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada, medikal turizm sektöründe ağırladıkları hasta sayılarına göre lider olarak kabul edilen ülkelerin çoğunlukla gelişmekte olan ülkelere oluşması dikkat çekmektedir. Bu gelişmekte olan ülkelerin başında Hindistan, Tayland, Malezya, Singapur gelmektedir. Söz konusu gelişmekte olan ülkelere

tedavi amacıyla gelişmiş ülkelerden bir turist akımı yaşandığı belirlenmiştir. Geçmiş yıllarda, gelişmekte olan ülkelere, gelişmiş ülkelere doğru bir medikal amaçlı talep söz konusuysen, günümüzde bu talebin gelişmiş ülkelere gelişmekte olan ülkelere doğru yöneldiği gerçekleştirilen çalışmada ortaya konmuştur.

Medikal turizmde lider ülkeler olarak görülen beş ülke içerisinde Hindistan'ın diğer ülkelere göre medikal turistlere önemli oranda fiyat avantajı sağladığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte ABD'nin yüksek tedavi ücretlerine karşılık en iyi kalitede tedavi sunduğu da ortadadır. Bu durum da özellikle gelir seviyesi düşük olan ABD vatandaşlarının Hindistan ve Singapur başta olmak üzere fiyat avantajı sağlayan farklı ülkeleri tedavi amaçlı tercih ettikleri belirlenmiştir. Bununla birlikte tedavi sürecinin çok kısa süre içerisinde başlaması, medikal turistler açısından önem arz etmektedir. Bundan dolayı çok sayıda turistin de tedavi amacıyla Hindistan'ı tercih ettiği ortaya konmuştur. Dünya medikal turizm istatistiklerine göre, bir diz protezi ameliyatı ABD'de 35.000, Singapur'da 16.000 ve Tayland'da 14.000 dolar iken aynı ameliyat Hindistan'da 6.600 dolara gerçekleştirilmektedir. Benzer şekilde, kalp kapak değişimi ameliyatı hastalara ABD'de 200.000, Tayland'da 17.200 dolara mal olurken, Hindistan'daki hastanelerde aynı tedavi için hastalardan sadece 9.500 dolar talep edilmektedir. Bu kapsamda Hindistan hastanelerinde çalışan doktorların ABD ve İngiltere'de eğitim almış olması, kaliteli tedavi hizmeti

sunulması, bekleme süresinin bulunmaması ve fiyat avantajı sağlanması nedeniyle medikal turistlerin bu ülkeyi tercih ettikleri saptanmıştır. Bununla birlikte çalışmada ortaya çıkan sonuçlardan bir diğeri de gelişmiş bir ülke olan ABD'nin de medikal turizmde dünyada lider ülke olarak kabul edilmesidir. Bu durumda ABD'de medikal tedavi fiyatları yüksek, bekleme süreleri uzun olmasına rağmen gelir düzeyi yüksek medikal turistler tarafından ABD'nin tercih edildiğini ortaya koymuştur. Ancak gelir seviyesi düşük vatandaşlarının maliyet açısından uygun ülkeleri tercih ettikleri belirlenmiştir.

Önemli bir turizm potansiyeline sahip Türkiye'nin dünyanın farklı ülkelerinden tedavi amacıyla çok sayıda medikal turisti ağırladığı bilinmektedir. Türkiye'nin medikal turizm ve tedavi için tercih edilmesinin en önemli sebebi, diğer ülkelerde gelişmiş yöntemlerle gerçekleştirilen medikal operasyonların Türkiye'de maddi olarak daha uygun koşullarda yapılmasıdır. Bununla birlikte, medikal hizmet sunan akredite olan sağlık kuruluşlarının dünya standartlarına uygunluğu, tedavide ileri teknolojinin kullanımı, doğal, turistik çekicilikler de önem arz etmektedir. Türkiye'de de 2003 yılından günümüze kadar medikal turist sayılarında (sağlık ve tıbbi nedenlerle gelenler) ve medikal turizm gelirlerinde artış yaşandığı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verileriyle de ortaya konmuştur. Bu kapsamda 2018 yılında Türkiye'yi 551.748 medikal turist ziyaret etmiş ve karşılığında 863,3 milyon dolar gelir sağlanmıştır. Ancak Türkiye'nin turizm pazarı dikkate alındığında, medikal turizm

payının bu pazar içerisinde çok düşük olduğu ifade edilebilir. Bu durumda dünya genelinde sağlık turizmi, özellikle medikal turizmde yer alan ülkeler arasında Türkiye'nin henüz gelişme aşamasında ve önemli bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Ancak, Türkiye'nin sağlık turizmi kapsamında özellikle medikal turizmde pazar payını arttırmak için güçlü yönlerini geliştirmesinin, sahip olduğu avantajları etkin kullanmasının, zayıf yönlerini telafi ederek, tehditleri ortadan kaldıracak stratejiler belirlemesinin ve uygulamasının temel şart olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda Türkiye'nin Turizm Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı, medikal turizm kapsamında uluslararası alanda tanıtım, pazarlama çalışmalarına önemli hız vermesinin öncelikli olduğu ortadadır. Dolayısıyla uluslararası sağlık tanıtım fuarlarına ülke temsilcilerinin ve sağlık kuruluşlarının katılımı sağlanmalıdır. Türkiye'de medikal turizm kapsamında fuar, kongre ve konferans organizasyonların da düzenli yapılması gerektiği düşünülmektedir. Başta Ortadoğu ve Avrupa olmak üzere medikal turizmde hedef ülkelerin sağlık, sigorta sistemlerinin, tedavi fiyatlarının araştırılması gerekliliği de önem arz etmektedir.

Medikal turizm gelirlerinin arttırılması için kamu-özel ortaklığı projelerinin önemli önceliği olduğu bilinen bir gerçektir. Bu projeler ile zayıf olan kamu hastaneleri altyapısı geliştirilerek, ülkede daha fazla medikal turistini tedavi edilmesi sağlanabilir. Bununla birlikte turizm şirketleri, ulaştırma işletmeleri, seyahat acenteleri ve sigorta şirketleri gibi kurum,

kuruluşların birlikte çalışması, etkili iletişim kurması, işbirliği yapması medikal turizmin gelişimi için önemlidir. Nitekim bu durum medikal turizmin gelişiminde büyük katkılar sağlayabilir. Özellikle seyahat acentelerinin medikal turistlere tedavi olunacak bölge hakkında bilgi vermesi, alternatif seçenekler sunması, hastaneler ve akredite sistemleri ile güven vermesinin gerekliliği de medikal turizmin gelişiminde önem arz etmektedir.

Medikal turistler tedavi amaçlı gittikleri ülkede etkili iletişim kurmak istemekte, tedavi yöntemini ve risklerini ayrıntılı bir biçimde anlamak istemektedirler. Bu doğrultuda sağlık personelleri ile dil güçlüğü bulunan ülkeleri tercih etmedikleri görülmektedir. Bu kapsamda medikal turizmde lider ülkelerin özellikle yabancı dil konusunda başarılı oldukları ortadadır. Dolayısıyla Türkiye’de de medikal turizm alanında hizmet veren kurumlarda iyi derecede yabancı dil bilen sağlık personellerinin istihdam edilmesinin medikal turizmin gelişiminde önemli olduğu düşünülmektedir. Nitelikli ve tecrübeli doktorlar, sertifikalı hemşireler, gerekli yabancı dil eğitimi almış personellerden oluşan ekiple çalışan sağlık kurumları, ülkede sağlık sisteminin güvenilir, nitelikli olduğu algısı oluşturulabilir.

Medikal turizm sektöründe yerli-yabancı yatırımların arttırılması, uluslararası akreditasyon kuruluşlarıyla hizmet standartlarının sağlanması, turist alınan ülkelerle karşılıklı anlaşmaların yapılması, talep edilen tedavi yöntemleri açısından

sigorta kapsamı dışında tutulan işlemlerin dikkate alınması da Türkiye'nin medikal turizm potansiyelini arttırabilmesi açısından önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdu, U. (2014). *Medikal Turizmde Hizmet Kalitesi, Müşteri Memnuniyeti ve Müşteri Sadakatinin Değerlendirilmesi*. Doktora Tezi. Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Akın, A. (2015). Spor Turizminin Etkileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 20-30.
- Akın, A. (2016). Ekoturizm Alanlarının Değerlendirilmesi ve Ekoturizmin Uygulanabilirliğinin Araştırılması (Gaziantep Örneği). *International Journal of Social and Economic Sciences-IJSES*, 6 (2): 25-31.
- Akın, A. & Albuz, N. (2016). Turizmde Tüketicilerin Cinsiyet Ve Medeni Durumlarının Satın Alma Davranışlarına Etkisinin Analizi (Fethiye Örneği). *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(47), 1154-1160.
- Akın, A., Şimşek, M. Y. & Akın, A. (2012). Turizm Sektörünün Ekonomideki Yeri ve Önemi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 4(7), 63-81.
- Aksu, A. (2011). Turistin Sağlığı. *Yeni Türkiye Dergisi*, 7(39), 56-63.
- Aktepe, C. (2013). Sağlık Turizminde Yeni Fırsatlar ve Türkiye’de Yerleşik Sağlık İşletmelerinin Pazarlama Çabaları. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 5/1, 170-188.
- Azhar, G. S. & Jilani, A. Z. (2009). Future of Community Medicine in India. *Indian Journal of Community Medicine: Official Publication of Indian Association of Preventive & Social Medicine*, 34 (3), 266 – 267.
- Baş, İ. (2017). Türk Turizminin Dünyadaki Güçlü Rolü ve Sağlık Turizmine Etkisi. *UHPAD- Uluslararası Hakemli Pazarlama ve Pazar Araştırmaları Dergisi*, 11, 49-68.

- Baykal, F. (2008). Turizm Türlerinde Bütünleşme ve Termal Turizm.7. *Ulusal Balneoloji ve Kaplıca Tıbbi Kongresi ve Termal Çamurlar Kursu*, Afyon.
- Binler, A. (2015) Türkiye'nin Medikal Turizm Açısından Değerlendirilmesi ve Politika Önerileri Uzmanlık Tezi. T.C. Kalkınma Bakanlığı, Sosyal Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Buzcu, Z. & Birdir, K. (2019). Türkiye’de Medikal Turizm İncelemesi: Özel Hastanelerde Bir Çalışma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), 311-327.
- Çevirgen, M. (2014). Medikal Turizm Destinasyonu Yönetimi Kamu-Özel Karşılaştırılması: Bursa İli Destinasyonu. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Connell, J. (2006). MedicalTourism: Sea, Sun, Sand and Surgery. *Tourism Management*, 27, 1093-1100.
- Çılğınoğlu, H. (2018). Uluslararası Sağlık Turizminin Ekonomik, Hukuki ve İdari Yönden Değerlendirilmesi: Türkiye’deki Hastaneler Üzerinde Örnekleme. Doktora Tezi. Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Demirer, E. Ö. (2010). Türkiye'de Medikal Turizm ve Geliştirilmesi: Örnek Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Deniz, N. G. (2019). Türkiye’de Medikal Turizmin Geleceği ve Bazı Ülkelerle Karşılaştırılması. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi, İşletme Enstitüsü, Sakarya.
- Dinçer, M. Z., Çiftçi, M. A. & Karayılan, E. (2016). Gelişmekte Olan Ülkelerde Medikal Turizm: Türkiye'nin Tayland, Malezya ve Hindistan'a Göre Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1, 34-60.

- Erkmen, A. & Akın, A. (2018). Siyasi Partilerin 2018 Genel Seçim Beyannamelerindeki Turizm Vaatlerinin Turizm Stratejisi 2023 Kapsamında Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları* (5. Bölüm-Ed. Akın, A.). İksad Publishing.
- Fetscherin, M. & Stephano, R.M. (2015). Perception of a Destination: Medical Tourism Index. *Medical Tourism Magazine.com* (MedicalTourismMag.com), 33, 32-34.
- Gill, H. & Singh, N. (2011). Exploring the Factors That Effect the Choice of Destination for Madical Tourism. *Journal of Service Science and Management*, 4, 315-324.
- Heung, V. C., Küçükusta, D. & Song, H. (2011). Medical Tourism Development in Hong Kong: An Assessment of The Barriers. *Tourism Management*, 32, 995-1005.
- Ho, Z. J. M., Krishna, L. K. R., & Yee, A. C. P. (2010) Chinese Familial Tradition and Western Influence: A Case Study in Singapore on Decision Making at the End of Life. *Journal of Pain and Symptom Manage*, 40 (6), 932-936.
- Hunt A. (2016). Inbound Medical Tourism and Visa Reform: How Increasing Accessibility for Foreign Patients can Decrease American Healthcare Costs. *Houston Journal of International Law*, 35(1), 103-137.
- İçöz O. (2009). Sağlık Turizmi Kapsamında Medikal (Tıbbi) Turizm ve Türkiye'nin Olanakları. *Journal of Yasar University*, 4(14), 2257-2279.
- İlker, G. (2012). Türkiye'de Termal Turizme Yönelik Hizmet Veren Konaklama İşletmelerinde Pazarlama Karması Elemanları: Örnek Bir Alan Araştırması. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Jagyasi, P. (2010). *Medical Tourism Research & Survey Reports*. Dubai: ExHealth. (<https://drprem.com/> Erişim: 05.10.2019)

- Kaya, S., Yıldırım, H., Karsavuran, S. & Özer, Ö. (2013). *Türkiye Medikal Turizm Değerlendirme Raporu*. Ankara: Pozitif Matbaa.
- Kim, Y.H., Changsan, B., Demirer, İ. & Kim, M. (2011). A Case Study of Health Tourism in the Jeju Province, South Korea. *Florida International University Review*, 29(1), 64-85.
- Koh, G. C. H. (2007). A Review of Geriatric Education in Singapore. *Annals Academy of Medicine*, 36 (8), 687-690.
- Noree, T. (2015). The Impact of Medical Tourism on The Domestic Economy and Private Health System: A Case Study of Thailand. Doctoral Thesis. London School of Hygiene and Tropical Medicine, England.
- OECD, (2014). https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-tourism-trends-and-policies-2014_tour-2014-en (Erişim: 04.09.2019).
- Renub Research, (2014). <https://www.renub.com/allreports.php?a=1¤tpage=10> (Erişim:05.10.2019)
- Özcan, Z. K. & Aydın, V. (2015). *Sağlık Turizmi (Teori ve Politika)*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Özsarı, S. H. & Karatana, Ö. (2013). Sağlık Turizmi Açısından Türkiye'nin Durumu. *Journal of Kartal*, 24(2), 136-144.
- Paul, D.P., Barker, T., Watts, A.L., Messinger, A. & Coustasse, A. (2017). Insurance Companies Adapting to Trends by Adopting Medical Tourism. *The Health Care Manager*, 36(4), 326-333.
- Rerkrujipimol, J. & Assenov, I. (2011). Marketing Strategies for Promoting Medical Tourism in Thailand, *Journal of Tourism. Hospitality & Culinary Arts*, 3(2), 95-105.
- Sevim, E. (2019). Türkiye’de Medikal Turizmin Swot-Aas İle İncelenmesi. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

- Singh, P.,Yadav R. J. &Pandey, A. (2005). Utilization of Indigenous Systems of Medicine & Homoeopathy in India. *Indian Journal of Medical Research*, 122 (2), 137.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi, (2017). <http://www.iletisim.gov.tr/english/agenda/1.1-million-foreigners-visit-turkey-annually-for-health-tourism/117444> (Erişim: 10.10.2019)
- T.C. Sağlık Bakanlığı, (2018). *Türkiye Uluslararası Hasta Raporu 2017*, Ankara.
- THTC, Sağlık Turizmini Geliştirme Konseyi (2017). (Erişim:11.09.2019). <https://thtcd.org/page/saglik-turizmi>
- TÜİK , http://tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1072 (Erişim: 05.10.2019)
- TÜROFED, (2017). Turizm Raporu. Akdeniz Üniversitesi Turizm Fakültesi Yayın Kurulu Türkiye Otelciler Federasyonu, Ankara.
- Wilson, A. (2011). Foreign Bodies and National Scales: Medical Tourism in Thailand. *Body and Society*, 17(2-3), 121-137.
- Whittaker, A. (2008). Pleasure and Pain: Medical Travel in Asia, *Global Public Health: An International Journal for Research. Policy and Practice*, 3(3), 271-290.
- Yıldırım, H. H., Yıldırım, T. & Akbulut, Y. (2012). *Sağlık Sigortacılığı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2527, Açıköğretim Fakültesi Yayını No: 1498.
- Yılmaz, N. (2019). Türk Turizm Sektöründe Potansiyel Uzmanlaşma Alanı Olarak Medikal Turizm ve Belirleyicileri. Yüksek Lisans Tezi. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Yalçın, P. (2006). Türkiye’de Sağlık Turizminde Altyapı Oluşturulma Gereği ve Sağlık Kurumlarına Yönelik Bir Araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

<https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/TR,176/saglik-turizmi-cesitleri.html> (Erişim: 01.08.2019)

<https://www.health-tourism.com/medical-tourism/history/> (Erişim: 03.08.2019)

<https://www.alliedmarketresearch.com/medical-tourism-market> (Erişim: 09.10.2019)

<https://www.alliedmarketresearch.com/images/medical-tourism-market> (Erişim: 08.09.2019)

<http://www.healthcareresearchcenter.org/medical-tourism-index/> (Erişim: 09.10.2019)

<https://saglikturizmi.saglik.gov.tr/>(Erişim: 09.10.2019)

<https://driggsaxena.wordpress.com/2014/10/17/expanding-horizon-of-medical-tourism-in-india-an-opportunity-for-bed-and-breakfast-too/> (Erişim: 02.10.2019)

<https://medicaltourism.com/Forms/price-comparison.aspx> (Erişim: 10.10.2019)

<http://www.ahd.org.tr/akreditasyon.aspx> (Erişim: 10.10.2019).

<https://www.mhtc.org.my/> (Erişim: 10.10.2019).

www.saturk.gov.tr (Erişim: 08.10.2019)

BEŞİNCİ BÖLÜM
G20 ÜLKELERİNİN TURİZM VERİLERİ ÜZERİNE
KÜMELEME ANALİZİ

Öğr. Gör. Dr. Orhan ECEMİŞ¹

¹ Gaziantep Üniversitesi, Oğuzeli Meslek Yüksekokulu, oecemis@gantep.edu.tr

GİRİŞ

Dünya genelinde İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra barış ikliminin birçok ülkede ekonomik ve teknolojik olarak büyümeyi desteklediği söylenebilir. Ekonomik büyümenin ve teknolojik yeniliklerin bir sonucunun da sektörlerin gelişmesi ve bu sektörlerle bağlı olan yeni sektörlerin ortaya çıkması olduğu gözlemlenebilir. Bu bakış açısıyla turizm sektörü ele alındığında, üst düzey teknolojiyle gelişen havacılık sektörü varlığının, ulaşımdaki maliyetlerin azalışına ve kapasite artışına katkı sağlayarak dünya genelinde turizm talebini artırdığı düşünülebilir. Böylelikle artan turizm talebini karşılayabilmek için konaklama işletmeleri, ulaşım ağları gibi ihtiyaç duyulan yeni yatırımların ise istihdamı artırdığı gözlemlenebilir. Turizm sektöründeki oluşan bu hareketliliğin, turizm gelirlerindeki artışla birlikte ekonomik büyümeyi destekler nitelikte olduğu ifade edilmektedir. Bu doğrultuda son yarım yüzyılda küresel turizm sektörünün sürekli büyüyen, diğer sektörleri ve istihdamı destekleyen özelliklere sahip olduğu söylenebilir.

20. yüzyılın son bölümünde hızla büyüyen bir sektör olan turizm hem gelişmekte olan hem de gelişmiş ülkelerin ekonomik kalkınmasında önemli rol oynamaktadır. Bu rol özellikle gelişmekte olan ülkelerde daha da belirgin olmaktadır (Saridoğan & Çetin, 2016, s. 923). Turizm sektörü tarafından oluşturulan doğrudan ve dolaylı ekonomik etkiler, ekonomik büyümenin önemli bir itici gücü olarak ifade edilmektedir (Vellas , 2011, s. 5-6). Bu itici gücü kullanmak adına turizm sektöründe ulusal ve uluslararası yatırımcılar çeşitli projelerle yeni işbirlikleri ve yatırımlara yönelmektedirler. Aynı

şekilde hükümetler de ekonomik büyümeyi teşvik etmek amacıyla turizm pazarlarının verimliliği üzerine politika geliştirmektedir (Liu & Wu, 2019, s. 253).

Pérez-Rodríguez ve arkadaşları (2015), yaptıkları çalışmada turizm gelirleri ile GSYH büyüme oranları arasında istatistiksel olarak anlamlı sabit ve pozitif asimetrik bağımlılık olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışmadaki turizm ve ekonomik büyüme arasındaki nedenselliğin, kamu kaynaklarının daha verimli bir şekilde tahsis edilmesine odaklanan kamu politikalarından kaynaklandığı ifade edilmiştir.

Goldin (2010), seyahat ve turizm endüstrisinin büyüme için önemli bir potansiyele sahip olduğunu ifade etmiştir. Turizmin ekonomideki etkisi genellikle konaklama, yiyecek içecek ve ulaştırma işletmeleri ile sınırlı olarak görülmesine rağmen, turizmin ekonomik etkisinin çok daha fazla olduğu bilinmektedir. Turizm, uluslararası ticaretin %30'unu temsil eden hizmet ekonomisinin önemli bir bileşenidir. Turizm gelirleri kapsamında, Dünya Bankası verilerine göre G20 ülkeleri küresel turizm faaliyetinin yaklaşık %70'ini oluşturmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin de üyesi olduğu G20 ülkelerinden hangilerinin turizm ve seyahat endüstrisi açısından benzer yapıda olduğunu tespit etmektir. Ayrıca, Türkiye turizm sektörünün G20 ülkeleri arasındaki yerini ve rekabet düzeyini belirlemektir. Bu amaç kapsamında, G20 ülkelere ilişkin turizm verileri veri madenciliği yöntemlerinden biri olan kümeleme analizi

yöntemi ile analiz edilmeye çalışılmış ve sonuçlar değerlendirilerek karşılaştırmalar yapılmıştır.

1.G20 ÜLKELERİ EKONOMİ VE TURİZM VERİLERİ

20. yüzyılda özellikle I. ve II. Dünya Savaşları küresel anlamda ekonomik krizlerin yaşanmasına neden olmuştur. Bu durum karşısında, 1944 yılında uluslararası ticaretin, düzenlenmesi, geliştirilmesi, amacıyla Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'nin New Hampshire eyaletinin Bretton Woods Kasabası'nda 44 ülkenin katılımıyla gerçekleştirilen konferansta "Uluslararası Para Anlaşması" imzalanmıştır. Uluslararası ödemelerde kullanılacak para sisteminin kurallarını belirleyen bu anlaşma ile iki önemli küresel kuruluş olan Dünya Bankası ve Uluslararası Para Fonu'nun (IMF) kurulmasına karar verilmiştir. Dünya tarihinde yaşanan bu önemli olayın ardından uluslararası anlaşmazlıkların çözülmesi amacıyla Birleşmiş Milletler kurulmuştur. Küresel işbirliği amacıyla ilk kuruluş olma özelliğini gösteren bu kurumlara, yıllar içerisinde bölgesel ve küresel işbirliği amacını taşıyan farklı kurumlar eklenmiştir (<http://www.mfa.gov.tr/g-20-tr.tr.mfa>).

Gelişmiş ülkeler öncülüğünde sırasıyla G-6, G-7, G-8, G-22, G-33, G-20 grupları kurulmuştur. G7 ülkelerinin maliye bakanlarının yaptığı toplantılarda, Uzak Doğu, Rusya Federasyonu ve Brezilya'da yaşanan mali krizlerle birlikte Bretton Woods'ta temelleri atılan küresel ekonomik sistemin istikrarı için daha fazla işbirliğine ihtiyaç duyulduğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda muhtemel bir ekonomik ve mali krizle küresel piyasaları etkileyebilecek potansiyele sahip

yükselen pazar ekonomisi ülkelerinin sorunlarının çözümüne yönelik politikaların oluşturulmasına ve uygulanmasına yönelik mekanizmanın gerekliliği saptanmıştır. G-7 Maliye Bakanları ve Merkez Bankası Başkanları 25 Eylül 1999 günü yayımladıkları ortak bildiriye, -daha önce alınan kararlara atıfla- küresel ekonomik sistemin, sürdürülebilirliği için önemli gördükleri ülkelerle, işbirliğinin oluşturulması ve geliştirilmesi gerekliliğini vurgulayarak G-20'nin kurulmasını gündeme almışlardır (<http://www.mfa.gov.tr/g-20-tr.tr.mfa>).

G20 ülkeleri, Arjantin, Avustralya, Brezilya, Kanada, Çin, Fransa, Almanya, Hindistan, Endonezya, İtalya, Japonya, Kore Cumhuriyeti, Meksika, Rusya, Suudi Arabistan, Güney Afrika, Türkiye, İngiltere, ABD ve Avrupa Birliğinden oluşmaktadır. G-20, küresel nüfusun 2/3'sini ve dünya Gayrisafi Milli Hasılası (GSMH)'sının yaklaşık %90'ını kapsamaktadır (Çeştepe & Genç, 2012). G20, küresel mali istikrarın sağlanması için gerekli girişimleri sürdürebilmek ve gerekli koşulları sağlayabilecek amacıyla önemli bir topluluk olarak görülmektedir (Ersel, 2010).

Dünya genelinde son yıllarda yaşanan olumsuzluklardan turizm sektörünün de etkilendiği ortadadır. 2011 yılında Japonya'da yaşanan deprem, 2015-2016 yıllarında Fransa'da ortaya çıkan terör olayları, Rusya'da yaşanan ekonomik kriz sonucu birkaç tur operatörü ve bir hava yolu şirketinin iflas etmesi, kısa süren Türk-Rus gerilimi ve Suriye'deki mevcut durum örnek olarak gösterilebilir.

Söz konusu olumsuzluklara rağmen genel olarak G20 ülkelerinde turizm ve seyahat endüstrisinin büyüdüğünü söylemek

mümkündür. Türkiye turizm sektörü 2002-2014 döneminde %210 oranında büyümüştür. 2017 yılı verilerine göre G20 ülkeleri arasında Türkiye en fazla turist çeken 5. ülke konumundadır (World Development Indicators, 2019).

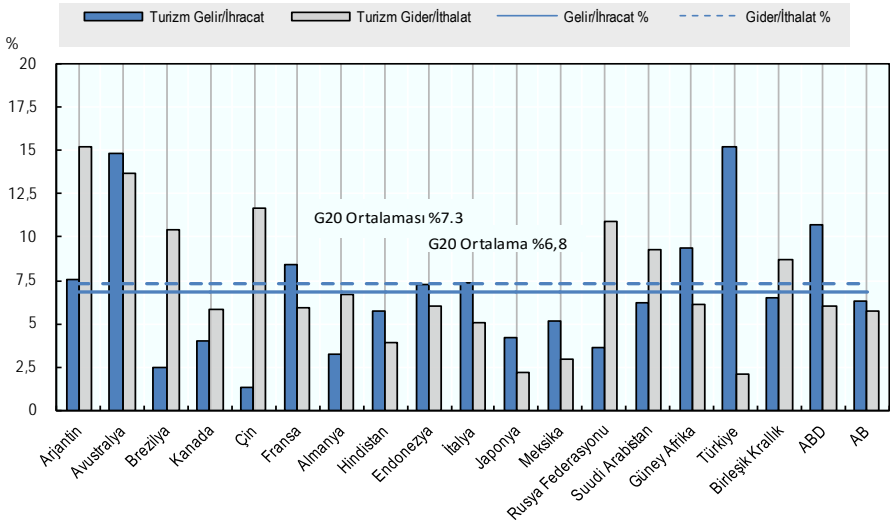
Tablo 1.G20 Ülkeleri 2017 Yılı Ekonomi Verileri

Ülke	GSYH (Gayrisafi Yurtiçi Hasıla)	GSYH Artış %	Kişi Başına GSYH
Avustralya	1.323.421,07	1,96	53.794
Brezilya	2.053.594,88	1,06	9.812
Kanada	1.647.120,18	3,05	44.871
Çin	12.237.700,48	6,9	8.827
Fransa	2.582.501,31	2,16	38.484
Almanya	3.693.204,33	2,16	44.666
Hindistan	2.650.725,34	7,17	1.979
Endonezya	1.015.420,59	5,07	3.846
İtalya	1.943.835,38	1,57	32.110
Japonya	4.872.415,10	1,73	38.430
Meksika	1.150.887,82	2,04	8.910
Rusya Federasyonu	1.578.417,21	1,65	10.749
Suudi Arabistan	686.738,40	-0,86	20.849
Güney Afrika	348.871,65	1,32	6.151
Türkiye	851.549,30	7,44	10.546
Birleşik Krallık	2.637.866,34	1,82	39.954
ABD	19.485.394,00	2,22	59.928
AB	17.338.846,09	2,46	33.836

Kaynak: (World Development Indicators, 2019), * Milyon USD, **USD

Tablo 1’de görüldüğü üzere, G20 ülkelerinde GSYH’nin büyüklüğü açısından ilk üç sırada ABD, AB ve yer almaktadır. GSYH’nin yıllık artış oranına göre ise Türkiye, Hindistan ve Çin ilk üç sırada bulunmaktadır. Kişi başına düşen GSYH açısından 59.928 dolar ile ABD’nin lider konumda olduğu görülmektedir.

Şekil 1’de G20 ülkelerinin 2017 yılı turizm ve seyahat endüstrisinin ihracat ve ithalattaki payları yer almaktadır. Buna göre, G20 ülkelerinde turizmin ihracattaki payı ortalama %6,8, ithalattaki payı ise ortalama %7,3 olarak gerçekleşmiştir.



Şekil 1. G20 Ülkelerindeki Turizm Endüstrisinin İhracat ve İthalat İçerisindeki Oranları

Kaynak: (World Development Indicators, 2019), * Milyon USD

Şekil 1’den de izlenebildiği üzere, turizmin ihracattaki payı en fazla olan ülke %15,17 ile Türkiye’dir. Arjantin’in toplam ithalatının %15,19’unun -G20 için en yüksek oran- turizm giderlerinden oluştuğu görülmektedir. Turizm gelirlerinin ihracata oranında ilk üç sırada Türkiye, Avustralya ve ABD yer almaktadır. Turizm giderlerinin toplam ithalata oranında ise ilk üç sırada Arjantin, Avustralya, Çin bulunmaktadır.

Tablo 2.G20 Ülkeleri Turizm Seyahat Endüstrisi Verileri

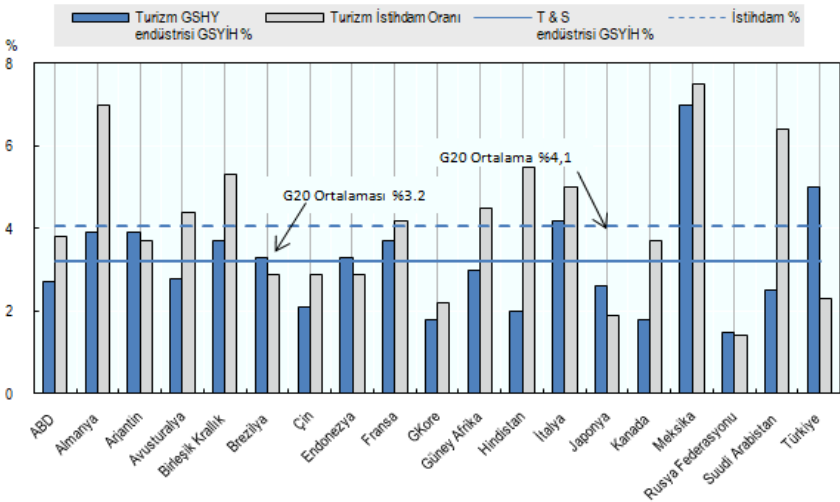
ULKE	Turist Sayısı *	Turist Geliri **	Turist Başına Gelir	T & S GSYİH **	T&S İstihdam	Rekabetçilik Sırası
Fransa	84,4	45.920	543,7	89.156	1.170.310	2
Almanya	34.9	36.867	1.054,20	130.746	3.010.590	3
Japonya	19.7	24.982	1.265,80	106.659	1.222.550	4
B. Krallık	34.4	45.463	1.320,20	103.74	1.791.220	5
ABD	77.5	204.523	2.638,70	487.967	5.633.170	6
Avusturalya	7.4	28.871	3.878,30	34.571	516.369	7
İtalya	50.7	39.449	777,6	76.286	1.118.990	8
Kanada	17.9	16.557	921	28.498	657.500	9
Çin	56.8	114.109	2.005,90	224.00	22.489.600	15
G.Kore	13.2	15.214	1.149,80	24.187	561.196	19
Meksika	32.09	17.733	552,6	79.673	3.768.030	22
Brezilya	6.3	5.844	926,8	56.316	2.624.670	27
Hindistan	8.02	21.012	2.617,70	41.582	23.454.400	40
Endonezya	10.4	10.761	1.034,00	28.208	3.468.440	42
Rusya Federasyonu	31.3	8.465	270	17.855	973.503	43
Türkiye	39.4	26.616	674,2	35.897	599.870	44
Arjantin	5.73	4.400	767,1	22.152	671.769	50
G. Afrika	8.90	8.234	929,9	9.339	702.824	53
S. Arabistan	17.99	10.129	562,9	15.891	727.579	63

Kaynak:<http://www.sela.org/media/2756841/the-travel-and-tourism-competitiveness-report-2017.pdf>

*Milyon, **Milyon USD

Dünya Ekonomi Forumu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Raporu-2017 (World Economic Forum The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017) raporunda 136 ülkenin rekabetçilik düzeyleri araştırılmıştır. Rapora göre G20 ülkeleri rekabetçilik sıralamasında ilk sırada -genel sıralamada ikinci ülke olan- Fransa yer almaktadır. Türkiye ise genel sıralamada 44, G-20 ülkeleri arasında

16. sırada bulunmaktadır. Ayrıca, G20 ülkelerini 20117’de toplam 557.669.337 turistin ziyaret ettiği belirlenmiştir. Tablo 2’de ülkeler turist sayısına göre azalan sıralamada yer almaktadır. Buna göre, en fazla turist çeken ülkenin Fransa, en fazla turizm geliri sağlayan ülkenin ise ABD olduğu görülmektedir. Ayrıca, turist başına geliri en yüksek olan ülkenin ise 3878 dolar ile Avustralya olduğu tablo2’den izlenebilmektedir (<http://www.sela.org/media/2756841/the-travel-and-tourism-competitiveness-report-2017.pdf>).



Şekil 2. G20 Ülkelerinde Turizm Endüstrisinin GSHY’de ve Toplam İstihdamdaki Payları

Kayna: (World Development Indicators, 2019)

G20 ülkelerinde turizm ve seyahat endüstrisinin GSYH ve toplam istihdamdaki payları Şekil 2’de gösterilmektedir. Buna göre, 2017’de G20 ülkelerinde turizmin GSYH’ye ortalama %3,2 ve istihdama ise ortalama %4,1 katkı sağladığı tespit edilmiştir. Meksika %7 ile GSYH’de turizmin payının en fazla olduğu ülke olarak

görülmektedir. Türkiye'nin turizm sektörünün ülke GSYH'sindeki payı ise %5 oranında gerçekleşmiştir. G20 ülkeleri toplamında turizm sektöründe 75 milyon kişi istihdam edilmiş olup, söz konusu rakamın %30'nu (23,5 milyon) Çin oluşturmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'de turizmin istihdama katkısının G20 ortalamasının altında (%2,3 olarak) kaldığı görülmektedir.

2. METODOLOJİ

Çalışmada G20 ülkeleri turizm ve seyahat endüstrisi verileri, veri madenciliği kümeleme yöntemleriyle ele alınmıştır. Kümeleme yöntemleriyle (KMeans-PAM-Hiyerarşik) G20 ülkeleri turizm seyahat endüstrilerinin benzerlikleri, zaman serisi kümeleme yöntemiyle (tahmin yoğunluğu tabanlı) turizm gelirleri açısından ülkelerin benzerlikleri araştırılmıştır.

Çalışmanın veri seti “Dünya Ekonomi Forumu Seyahat ve Turizm Rekabetçilik Raporu-2017” ve “Dünya Bankası'ndan elde edilmiştir. Buna göre, 2000-2017 yılları arasında G20 ülkelerine ait turist sayıları, turizm gelirleri, turist başına ortalama gelir, turizm seyahat endüstrisi büyüklüğü ve istihdam verileri kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir.

Zaman serisi kümeleme yönteminde Türkiye'nin ekonomik ve turizm açısından oldukça güçlendiği 2000-2017 dönemi seçilmiştir. Söz konusu dönem için G-20 ülkeleri turizm gelirleri verileriyle 3 yıl sonraki turizm gelir tahminine dayanan kümeleme analizi gerçekleştirilmiştir. Güney Kore ve Suudi Arabistan verilerindeki eksiklikten dolayı çalışmaya dâhil edilmemiştir.

2.1. Yöntem

Kümeleme yöntemleri farklı algoritmalar, benzerlik ölçüleri içeren, veri setindeki örüntü ve ilişkileri bulmak için kullanılan veri madenciliği yöntemlerinden birisidir. K-Means ifadesi Bell laboratuvarlarında yayınlanan “Least Squares Quantization in PCM” adlı teknik raporda kullanılmış daha sonra MacQueen tarafından “Some Method for Classification and Analysis of Multivariate Observations” başlıklı çalışmada geliştirilmiştir (Akpınar, 2014, s. 312). K-Means, önceden belirlenen küme sayısı olan “k” parametresine göre bir veri setini bölümlenmek için kullanılan kümeleme yaklaşımıdır. K-Means kümelemesinde, her bir küme, kümeye atanan noktaların ortalamasına karşılık gelen merkez (centroid) ile temsil edilmektedir.

K-Means algoritması aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Cebeci, Yıldız & Kayaalp, 2015).

- Veri setinden rastgele k adet küme merkezi seçilir.
- Veri noktaları ile küme merkezleri arasındaki uzaklıklar hesaplanır.
- Veri noktaları uzaklığı kendilerine en küçük olan merkezlerin ait olduğu kümelere atanır.
- 4) Küme merkezleri $v_j = \sum_{i=1}^n x_{ij} / n_j$; $1 \leq j \leq k$ eşitliğiyle güncellenir.
- Küme değiştiren veri noktaları kalmadığında veya ardışık iki adımda hata karelerindeki artış tanımlanmış bir yaklaşıma

değerine eşit veya küçükse kümeleme tamamlanır, aksi halde 2. adıma geçilerek işlemler tekrarlanır.

K-Means algoritmasında ortalamaların kullanımı, yöntemin aykırı değerlere karşı oldukça duyarlı hale gelmesini sağlayabilmektedir. Bu kapsamda daha güvenilir olan PAM algoritması geliştirilmiştir. PAM algoritması, veri setinin gözlemleri arasında k temsili nesnelere veya medoidlerin aranması yöntemine dayanmaktadır. PAM algoritması aşağıdaki biçimde ifade edilebilir. (Kassambara, 2017, s.50)

1. K nesnelere seçilir ve bu nesnelere medoid olarak kullanılması sağlanır,
2. Sağlanmadıysa, farklılık matrisini hesaplanır,
3. Her nesne en yakın medoide atanır,
4. Her küme araştırması için küme nesnesinden herhangi birinin ortalama farklılık katsayısı düşerse, bu küme için en fazla medyum olarak bu katsayıyı azaltan varlık seçilir,
5. En az bir medoid değiştiyse (3) 'e gidilir, aksi halde algoritma sonlandırılır.

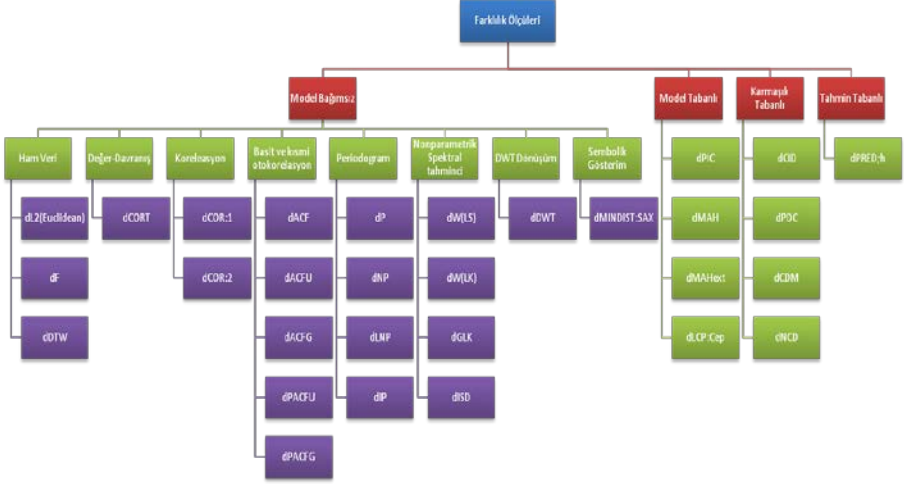
Zaman serisi analizlerinde veri seti önce, trend, mevsimsellik, döngüsellik, uç değerler gibi çeşitli yönlerden incelenmektedir (Ramasubramanian & Singh, 2017, s. 596). Daha sonra veri setine ve amaca uygun yöntemlerle, gelecekle ilgili tahminler yapılmaktadır. (Lewis, 2017, s. 18). Zaman serisi kümeleme analizinin amaçlarını ise şu şekilde ifade etmek mümkündür (Aghabozorgi, Shirkhorshidi, & Wah, 2015, s. 17):

- 1) Zaman serisi veri tabanları desen bulma yoluyla elde edilebilir değerli bilgiler içermektedir. Kümeleme, zaman serisi veri kümelerinde bu kalıpları ortaya çıkarmak için yapılan ortak bir çözüm olarak ifade edilmektedir.
- 2) Zaman serisi veri tabanları bazen çok büyük olabilmektedir. Kesişmeyen kümelerdeki verilerin toplanmasıyla veya soyut kavramların hiyerarşisi olarak sınıflandırma ile benzer zaman serisi gruplarının bir kümesi olarak temsil edilmektedir.
- 3) Görsel olarak zaman serileri küme yapıları, aykırılık ve diğer düzen yapısının anlaşılmasına yardımcı olabilmektedir.

Zaman Serisi Kümeleme Analiz yöntemleri 4 kategoride incelenebilir (Montero & Vilar, 2014):

1. *Model Bağımsız*: Zaman serileri arasındaki uzaklığı ölçmek için basit bir yaklaşımdır. Belirli zaman noktalarında değerlerin uzaklığına dayalı geleneksel ölçümleri göz önüne almaktır.
2. *Model Tabanlı*: Model tabanlı yaklaşımda benzerlik ölçülerinin, serilerin çok özel parametrik yapılardan üretildiği varsayılmaktadır. Bu yaklaşımdaki temel fikir, serilerin üretildiği ARIMA modelinin belirlenmesi ve ardından modeller arasındaki farklılığın ölçülmesidir.
3. *Karmaşık Tabanlı*: Zaman serilerinin benzerliği, belirli seri özelliği ve altta yatan modellerin bilgisini kullanılmasına dayanan yaklaşımlardır.
4. *Tahmin Tabanlı*: Tahmin tabanlı yöntemlerdeki temel fikir, zaman serilerinin belirli bir gelecekteki tahminlerinin

uzak/yakın olması durumuna göre zaman serilerinin benzer/farklı olduğunun ifade edilmesidir.



Şekil 3. Zaman Serisi Kümeleme Analizi Farklılık/Benzerlik Ölçüleri

Kaynak: Montero & Vilar, 2014.

TSClust kütüphanesinde zaman serisi kümeleme yöntemleri şekil 3’te yer almaktadır. Kütüphanede Model Bağımsız (21), Model Tabanlı (4), Karmaşık Tabanlı (4), Tahmin Tabanlı (1) yöntem bulunmaktadır (Montero & Vilar, 2014).

Alonso ve arkadaşları (2006), zaman serileri tahmin yoğunlukları karşılaştırmaya dayanan farklı bir kümeleme yöntemi önermiştir. Vilar ve arkadaşları (2010), bu yöntemi parametrik olmayan rasgele otoregresyon modellerini kapsayacak şekilde genişletmişlerdir. Söz konusu tahmin tabanlı kümeleme yönteminde, belirli bir zamanda benzer tahminleri olan serilerin gruplanması amaçlanmaktadır. Yoğunluklar, zaman serilerinin otoregressif yapısı-

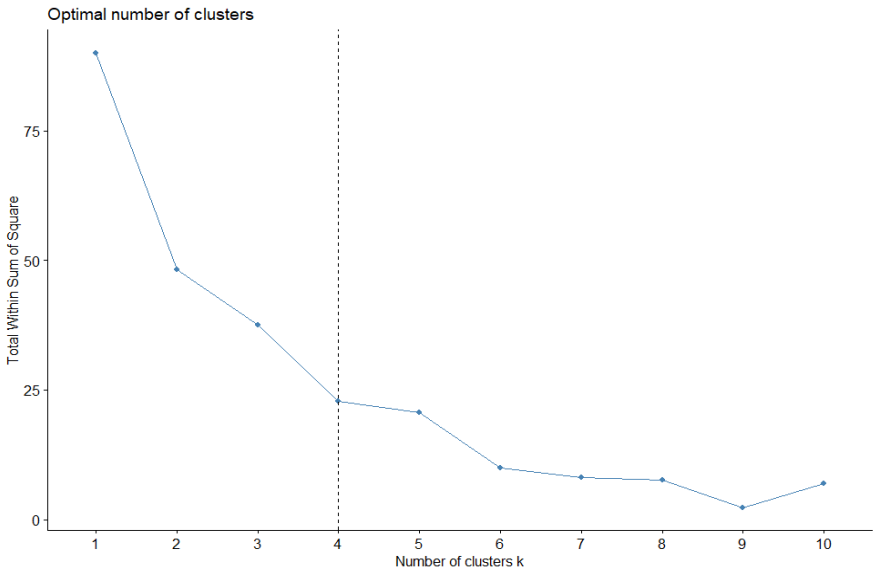
herhangi bir parametrik model varsayılmadan- bootstrap işlemiyle tahmin edilmektedir. Bu kapsamda Vilar, Alonso & Vilar (2010), tarafından önerilen model R, programlama dilinde TSclust kütüphanesinde yer almaktadır.

3.BULGULAR

3.1. Kümeleme Analizine Ait Bulgular

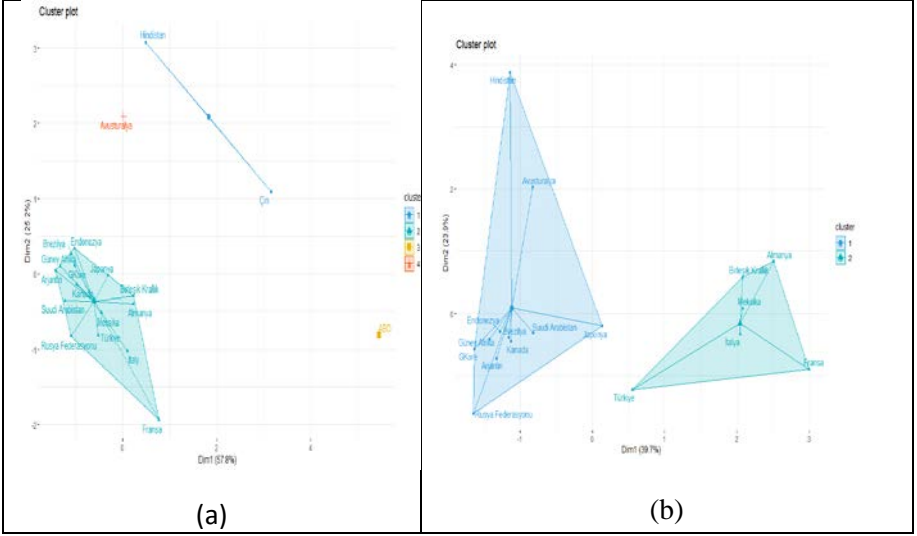
- **KMeans Yöntemi**

K-Means algoritmasıyla ilk önce elbow (dirsek) yöntemiyle belirlenmiştir. Bu durum Şekil 4'te görülmektedir. Buna göre optimum küme sayısı 4'tür.



Şekil 4. Dirsek Yöntemi Küme Sayısının Belirlenmesi

K-Means Algoritmasıyla kümeleme analiz grafiği Şekil 5'te yer almaktadır.

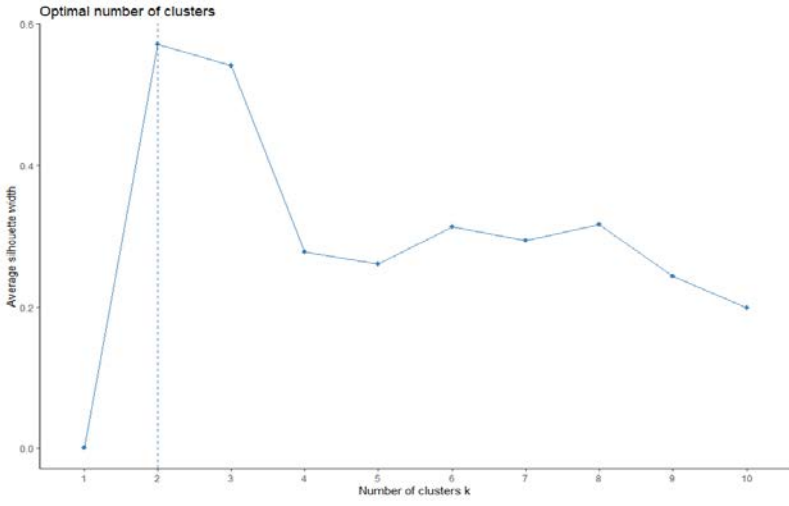


Şekil 5. K-Means Kümeleme Grafiği

Veri setinde yer alan uç değerlerin Çin ve ABD olduğu şekil 5 (a)'da oluşan küme yapısından da izlenebilmektedir. Veri setinden ABD ve Çin'in çıkarılmasıyla yapılan analiz sonucu ise şekil 5(b)'de görülmektedir. Şekil 5(b)'ye göre G20 ülkeleri 2 kümede oluşmuştur. İlk kümede 6 ülke (İtalya, Meksika, Birleşik Krallık, Almanya ve Fransa) yer almaktadır. ABD ve Çin harici diğer ülkeler ise şekil 5 (b)'nin sol tarafında (mavi renkte) yer almaktadır.

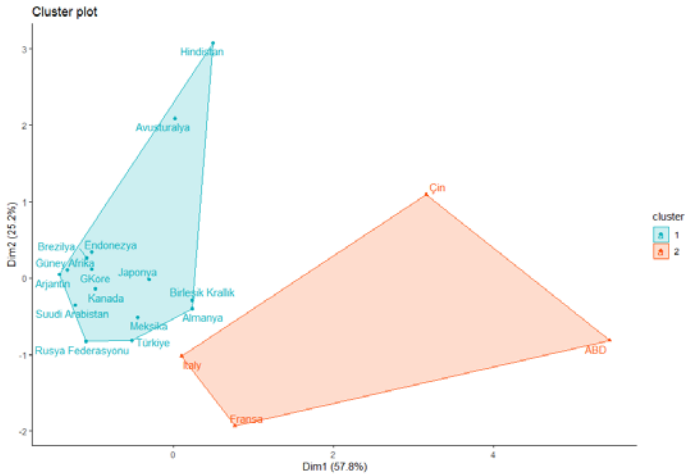
- **PAM Yöntemi**

Pam algoritmasında silhouette katsayısına göre hesaplanan optimum küme sayısı 2'dir. Bu durum şekil 6'da gösterilmektedir.



Şekil 6. Küme Sayısının Belirlenmesi

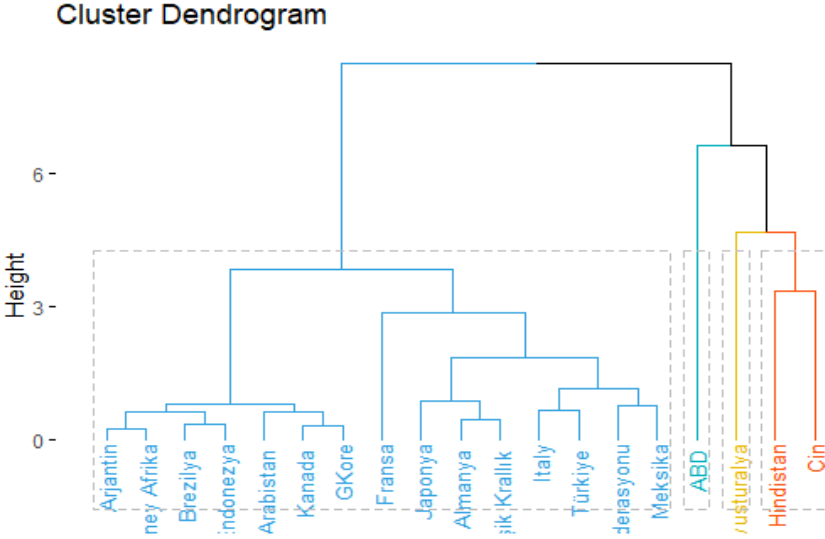
PAM yöntemi kümeleme analizine ilişkin sonuçlar Şekil 6’da yer almaktadır. Buna göre, G20 ülkeleri ABD, Çin, İtalya ve Fransa pembe renkli olan ilk kümede, bu ülkelerin dışındaki diğer ülkeler ise mavi renkli olan ikinci kümede yer almaktadır.



Şekil 7. PAM Kümeleme Grafiği

- **Hiyerarşik kümeleme**

Hiyerarşik kümeleme analizinde gruplar arası en düşük varyansa göre hesaplama yapan Ward.D2 yöntemi uygulanmıştır.



Şekil 7. Hiyerarşik Kümeleme Analizine İlişkin Dendrogram

Kümeleme sonucunda şekil 7’de yer alan dendrogram oluşmuştur. Buna göre, G20 ülkeleri 4 kümeye ayrılmıştır. En kalabalık küme Arjantin, Güney Afrika, Brezilya, Suudi Arabistan, Güney Kore ile Fransa, Japonya, Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, Türkiye, Rusya, Meksika’nın birleşmesiyle oluşmuştur. Hindistan ve Çin farklı bir küme oluşturduğu, ABD ve Avustralya’nın ise uç değerlerde bulunduğu ifade edilebilir.

3.2. Kümeleme Analizlerinin Karşılaştırılması

Yapılan analiz sonucu, elde edilen kümelemenin kalitesini değerlendirmek amacıyla 2-6 arasında değişen küme boyutları için, içsel kriterlere (Connectivity, Siluet Katsayısı ve Dunn indeksi) göre hesaplanan değerler tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Kümeleme Analizi Geçerlilik Kriter Değerleri

Yöntem/Geçerlilik Kriterleri		Küme Boyutu				
		2	3	4	5	6
Hiyerarşik	Connectivity	3,129	6,8869	9,7159	11,7159	14,8115
	Dunn	0,7886	0,6913	0,86	0,8577	0,6955
	Silhouette	0,6033	0,5412	0,5136	0,4962	0,4135
Kmeans	Connectivity	5,6579	10,1659	9,7159	11,7159	18,2683
	Dunn	0,649	0,7356	0,8577	0,8577	0,377
	Silhouette	0,6013	0,539	0,5136	0,4962	0,3594
Pam	Connectivity	5,6869	6,8869	18,0111	20,0111	22,3817
	Dunn	0,5011	0,6913	0,1697	0,1697	0,3068
	Silhouette	0,5717	0,5412	0,2778	0,2606	0,3134

Çalışmadaki kısıt ve veri setine göre Tablo 3'te yer alan -farklı küme boyutuna göre hesaplanan- kriter değerlerinden, en iyi değere sahip yöntem ve küme boyutu Tablo 4' te özetlenerek sunulmuştur.

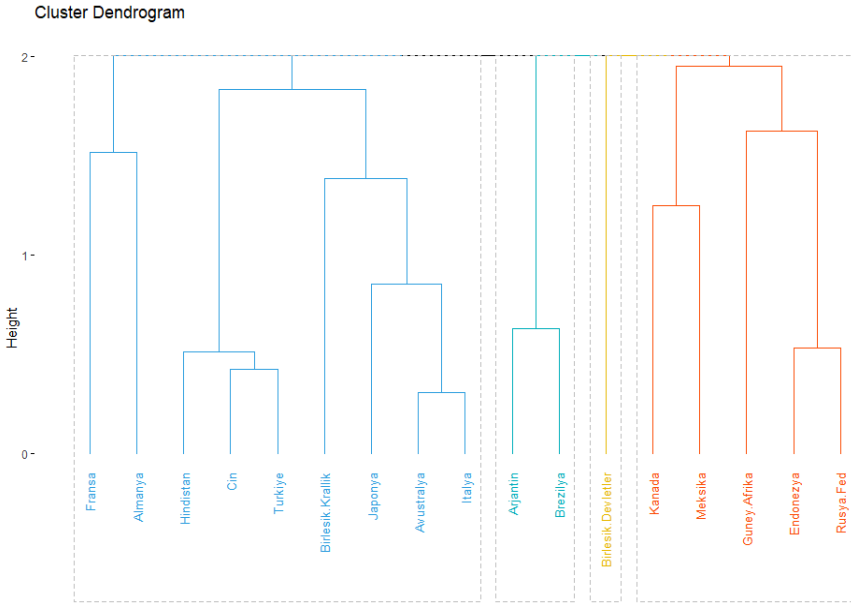
Tablo 4. Kümeleme Analizindeki En İyi Değerler

Kriter	Değer	Yöntem	Küme
Connectivity	3,129	Hiyerarşik	2
Dunn	0,86	Hiyerarşik	4
Silhouette	0,6033	Hiyerarşik	2

Tablo 4'e göre bütün kriter değerlerinde Hiyerarşik kümeleme yönteminin diğer yöntemlere göre daha başarılı olduğu görülmektedir.

3.3. Zaman Serisi Kümeleme Analizi

Tahmin yoğunluğu tabanlı kümeleme analizi R programında gerçekleştirilmiştir. Ükelere ait zaman serileri açıkça durağan olmadığından, orijinal seriler logaritmaları ve uygun sayıda farkları alınarak durağanlaştırılmıştır. Analize ait Dendrogram şekil 8’de yer almaktadır.



Şekil 8. Zaman Serisi Kümeleme Analizine ilişkin Dendrogram

Şekil 8’e göre, G20 ülkeleri 4 kümede incelenebilmektedir. İlk kümede; Fransa, Almanya, Hindistan, Çin, Türkiye, Birleşik Krallık, Japonya, Avustralya ve İtalya yer almaktadır. Arjantin ve Brezilya ikinci kümeyi oluşturmaktadır. ABD tek başına yer alırken (uç değer), Kanada, Meksika, Güney Afrika, Endonezya ve Rusya son kümeyi oluşturmaktadır.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Veri madenciliği algoritmaları, kümeleme problemlerinde ve zaman serileri analizlerinde başarı ile uygulanmaktadır. Ayrıca kümeleme ve zaman serileri kümeleme analizinde yeni yöntemler geliştirilmeye devam etmektedir. Bu çalışmada G20 ülkeleri turizm endüstrisi yapısı K-Means, PAM ve Hiyerarşik kümeleme yöntemleriyle incelenmiş, sonuçlar karşılaştırılmıştır. Çalışmadaki veri seti ve kısıtlara göre, kümeleme analiz sonuçları içsel kriterlerle değerlendirildiğinde, -tüm kriter değerlerinde- hiyerarşik kümeleme yöntemi diğer yöntemlere göre daha başarılı bulunmuştur. Ayrıca yerli literatürde yeni sayılabilecek tahmin yoğunluğu tabanlı zaman serisi kümeleme analiziyle G20 ülkeleri turizm gelirleri açısından incelenerek hangi ülkelerin benzer yapıda oldukları belirlenmiştir.

Hiyerarşik kümeleme yönteminde G20 ülkeleri turizm ve seyahat endüstrisi temel göstergelerine göre 4 kümeye ayrılmıştır. Türkiye'nin yer aldığı küme, iki kümenin birleşmesiyle oluşmuştur. Bu kümelerin ilkinde sırasıyla yer alan Arjantin, Güney Afrika, Brezilya, Endonezya, Suudi Arabistan Kanada ve Güney Kore'nin turizm ve seyahat endüstri yapıları birbirine yakın ve benzer özellik göstermektedir. İkincisinde sırasıyla yer alan Fransa, Japonya, Almanya, Birleşik Krallık, İtalya, Türkiye, Rusya Federasyonu ve Meksika'nın turizm ve seyahat endüstrisi yapıları birbirine yakın ve benzer yapıdadır. Hindistan ve Çin benzer turizm ve seyahat endüstrisi yapısıyla farklı küme oluşturmuştur. Son iki ülke olan ABD ve Avustralya hiçbir kümede yer almayarak diğer ülkelere göre farklı turizm ve seyahat endüstrisi yapısındadır. Türkiye kendisine en yakın

dünya turizm rekabetçilik endeksinde 8. sırada olan İtalya'ya benzemektedir. Türkiye'nin yer aldığı kümede turizm rekabetçilik endeksi sıralama değeri 2 (Fransa), 3 (Almanya), 4 Japonya), 5 (Bileşik Krallık) olan gelişmiş ülkelerin bulunması; rekabetçilik endeksi sıra değeri 44 olan Türkiye'nin turizm potansiyelini göstermektedir.

Turizm gelirleri verilerinin kullanıldığı tahmin tabanlı zaman serisi kümeleme analizinde elde edilen kümelerde Türkiye'nin yer aldığı küme, 3 kümenin birleşiminden oluşmuştur. Fransa, Almanya, Hindistan, Çin, Türkiye, Birleşik Krallık, Japonya, Avustralya, İtalya'nın turizm gelirleri tahmin yoğunluğu açısından benzerlik gösterdiği tespit edilmiştir. Arjantin ve Brezilya diğer Güney Amerika ülkesi olan Meksika'dan ayrılarak farklı küme oluşturmuşlardır. Kanada, Meksika, Güney Afrika, Endonezya ve Rusya Federasyonu benzer yapıda oldukları için farklı kümede yer almıştır. ABD'nin ise diğer G20 ülkelerinden farklı yapıda, uç değerlerde olduğu belirlenmiştir. Böylece Türkiye'nin yer aldığı kümedeki ülkeler göz önüne alındığında önümüzdeki yıllarda yüksek turizm geliri sağlayan ülkeler arasında yer alacağı söylenebilir.

Hiyerarşik kümeleme ve zaman serisi kümeleme analizleri sonuçlarına göre, Türkiye'nin turizm ve seyahat endüstrisinde dikkate değer bir potansiyele sahip olduğu ve turizm gelirleri açısından olumlu göstergelere sahip en başarılı ülkeler arasında yer aldığı söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Aghabozorgi, S., Shirkhorshidi, A. S., & Wah, T. Y. (2015). Time-series clustering–A decade review. *Information Systems*, 53, 16-38. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.is.2015.04.007
- Akpınar, H (2014). Data: Veri Madenciliği Analizi, Papatya Yayıncılık Eğitim, İstanbul.
- Cebeci, Z., Yıldız, F., & Kayaalp, G. T. (2015). K-Ortalamlar Kümelemesinde Optimum K Değeri Seçilmesi. 2. *Ulusal Yönetim Bilişim Sistemleri Kongresi*. Erzurum.
- Çeştepe, H., & Genç, Ö. (2012). Bretton Woods Kuruluşlarının Yoksullukla Mücadele Yaklaşımları ve Stratejileri. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 7(14), 51-73.)
- Ersel, H. (2010). Bir Küresel Kamusal Mal Olarak Mali İstikrar Ve G20. *İktisat ve Toplum Dergisi*, 1.
- Goldin, I. (2010). *Tourism and the G-20: T.20 Strategic Paper* . University of Oxford .
- Liu, A., & Wu, D. C. (2019). Tourism productivity and Economic Growth. *Annals of Tourism Research*, 76, 253-265. doi:https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.04.005
- Kassambara, A. (2017). Practical Guide to Cluster Analysis In R: Unsupervised Machine Learning (Vol. 1). *STHDA*.
- Lewis N.D. (2017). Neural networks for time series forecasting with R, CreateSpace Independent Publishing Platform.

- Montero , P. & Vilar, J. A. (2014). TSclust: An R Package for Time Series Clustering. *JournalofStatisticalSoftware*, 62(1), 1-43.
- Pérez-Rodríguez, J. V., Ledesma-Rodríguez, F., & Santana-Gallego, M. (2015). Testing Dependence Between GDP and Tourism's Growth Rates. *Tourism Management*, 48, 268-282. doi:<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.11.007>
- Ramasubramanian, K., & Singh, A. (2017). *Machine learning Using R*. Apress.
- Türkiye Cumhuriyeti Dış İşleri Bakanlığı resmi web sitesi: (<http://www.mfa.gov.tr/g-20-tr.tr.mfa>, (Erişim tarihi:10.09.2019).
- Sarıdoğan, Ö. H., & Çetin, D. (2016). Turizm ve Yoksullaştırıcı Büyüme. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 922-932.
- Vellas , F. (2011). The Indirect Impact Of Tourism: An Economic Analysis. *Third Meeting of T20 Tourism Ministers*, 1-30.
- Vilar, J. A., Alonso , A. M., & Vilar, J. M. (2010). Non-Linear Time Series Clustering Based on NonParametric Forecast Densities. *Computational Statistics & Data Analysis*, 2850– 2865.
- World Development Indicators*. (2019). World Bank: <https://databank.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.KD.ZG/1ff4a498/Popular-Indicators#>

<http://www.sela.org/media/2756841/the-travel-and-tourism-competitiveness-report-2017.pdf> (Erişim Tarihi: 05.09.2019).

ALTINCI BÖLÜM
AKDENİZ BÖLGESİNDE ULUSLARARASI TURİZM
HAREKETLERİ

Öğr. Gör. Gülsüm DEMİR KAYA¹

¹ Karadeniz Teknik Üniversitesi, Maçka Meslek Yüksekokulu
gulsumdemirkaya@ktu.edu.tr

GİRİŞ

Turizm sektörü hızla gelişen sektörlerin başında gelmekte ve ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağı oluşturmaktadır. Uluslararası turizm gelirlerinin büyüklüğü Dünya Ticaret Örgütü'nün istatistiklerine göre son 25 yılda yıllık ortalama % 4,1 büyüme göstererek 1.2 trilyon doları aşmış bulunmaktadır. Uluslararası turizm sektörü bu gelişme hızı ve hacmi itibariyle dünya ticaretinde çok büyük rol oynamaktadır. Turizm sektörü, dünya hizmet ihracatının % 25'ini, dünya gayrisafi yurt içi hasılasının %10'unu oluşturmaktadır. Ayrıca turizm dünyada istihdam edilen her 11 kişiden 1'inin istihdamını sağlayan en önemli sektörlerinin başında yer almaktadır (Birkan, 2017). 21. yüzyılda artış gösteren turizm faaliyetleri, turizm potansiyeline sahip ülkeler açısından ekonomik getirisi göz önünde bulundurularak gerek ülke ekonomisine yaptığı katkılar gerekse istihdam imkânları oluşturması nedeniyle çok rekabetçi bir ekonomik sektör halini almıştır (Pak, 2007).

Avrupa bölgesi, uluslararası turizm hareketlerinin yaklaşık %50'sini oluşturmaktadır. Avrupa bölgesini bu kadar çekici kılan etken ise bölgede bulunan önemli destinasyonların varlığıdır. Avrupa'da yer alan dünyanın en eski yerleşim ve uygarlık merkezlerinden biri olan Akdeniz bölgesi, uluslararası turist varışlarında önemli bir çekim merkezi olarak görülmektedir (Akın, 2017). Akdeniz, turist gönderen Avrupa ve Kuzey ülkelerine coğrafi yakınlığı, deniz, kum, güneş gibi kıyı turizm olanaklarının elverişliliği (Grenon & Batisse, 1992, s.194), rekreatif turizm zenginlikleri, günümüz batı dünyasının temellerini oluşturan antik uygarlıkların

zengin kültürel mirası, yaşayan özgün kültürleri ile önemli boyutta turistik çekiciliğe sahiptir (Tutar, 1999, s.137). Akdeniz bölgesinde yer alan önemli turistik potansiyele sahip ülkelerden birisi de Türkiye'dir. Bu çalışmada, uluslararası turizm hareketlerinin en önemli göstergelerinden olan turist sayıları ve turizm gelirleri açısından Akdeniz bölgesinde yer alan ülkeleri değerlendirmek, Türkiye'nin bölge içerisindeki konumunu ve potansiyelini ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (United Nations World Tourism Organization - UNWTO)'den araştırmanın verilerine ulaşılmıştır. Akdeniz bölgesindeki ülkelerin 2010-2017 yılları arasındaki uluslararası turizm verileri değerlendirilerek çalışma sonuçlandırılmıştır. Akdeniz bölgesinde bulunan ülkelerin turizm paylarını arttırabilmeleri bölgede yer alan diğer ülkelerin uluslararası turizm hareketlerini takip edip farklılaşmalarına bağlı olmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın, uluslararası turizm hareketlerine bölge ve bölgelerde yer alan ülkeler bazında yıllar itibari ile bakış açısı sağlaması yönüyle önemli olduğu düşünülmektedir.

Akdeniz bölgesi, Bozok & Köroğlu (2007)'nin çalışmalarında gruplandırıldığı gibi dört bölge şeklinde ele alınmıştır. Bu bölgeler:

Kuzeybatı Akdeniz: İspanya, İtalya, Fransa, Monako, Portekiz

Kuzeydoğu Akdeniz: Türkiye, Yunanistan, Arnavutluk, Hırvatistan, Slovenya

Güneybatı Akdeniz: Fas, Cezayir, Tunus

Güneydoğu Akdeniz: Libya, Lübnan, Malta, Mısır, İsrail, Kıbrıs, Suriye

1. Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turist Sayıları

Bu bölümde Kuzeybatı Akdeniz, Kuzeydoğu Akdeniz, Güneybatı Akdeniz ve Güneydoğu Akdeniz olarak dört bölgeye ayrılan Akdeniz'deki uluslararası toplam turist sayılarına yer verilmiştir. 2010-2017 yılları arasında gerçekleşen toplam turist sayıları tablo 1'de gösterilmektedir.

Tablo 1. Akdeniz Bölgesine Yönelik Uluslararası Turist Sayılarının Bölgesel Dağılımı

Bölgeler	Uluslararası Turist Sayısı (Milyon Kişi)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
KBA Bölgesi	181.062	191.553	194.814	200.642	206.822	213.906	228.923	248.512
KDA Bölgesi	59.542	65.513	66.897	71.779	79.219	82.251	75.999	88.617
GBA Bölgesi	19.186	16.522	17.959	20.131	19.747	17.246	18.095	20.852
GDA Bölgesi	31.080	22.849	19.356	17.397	18.041	17.898	14.999	19.553
Top.Akdeniz	290.870	296.437	299.026	309.949	323.829	331.301	338.016	377.534
Top. Dünya	952	995	1.035	1.087	1.134	1.195	1.240	1.326
B. % Payı	30.5	29.7	28.8	28.5	28.5	27.7	27.2	28.4

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Tablo 1 incelendiğinde Kuzeybatı Akdeniz bölgesi ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde yıllar itibari ile uluslararası turist sayılarının arttığı görülmektedir. Güneybatı Akdeniz bölgesi ve Güneydoğu Akdeniz bölgesinde ise dönem dönem artış veya azalışların yaşandığı görülmektedir. Akdeniz bölgesinin yıllar itibariyle uluslararası ziyaretçi sayısının arttığı ve 2017 yılında yaklaşık 378 milyon ziyaretçiyi ağırladığı tespit edilmiştir.

2017 yılı verilerine bakıldığında, bölgenin dünya turizm hareketlerinden % 28.4 pay alarak, uluslararası turizmde önemli konumda olduğu söylenebilir. Akdeniz bölgesi içerisinde, en fazla turist varışlarının Kuzeybatı Akdeniz bölgesinde gerçekleştiği, bunu

sırasıyla, Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi, Güneybatı Akdeniz bölgesi ve Güneydoğu Akdeniz bölgesinin takip ettiği görülmektedir.

1.1. Akdeniz Bölgesinde Uluslararası Turist Sayılarının Dağılımı

Bu bölümde Kuzeybatı Akdeniz, Kuzeydoğu Akdeniz, Güneybatı Akdeniz ve Güneydoğu Akdeniz olarak dört bölgeye ayrılan Akdeniz'in alt bölgelerinde yer alan ülkeler bazında uluslararası turist sayılarına yer verilmiştir.

1.1.1. Kuzeybatı Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turist Sayıları

Kuzeybatı Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler; İspanya, İtalya, Fransa, Monako ve Portekiz'dir. Tablo 2'de ülkelerin uluslararası turist sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 2. Kuzeybatı Akdeniz Ülkelerine Yönelik Uluslararası Turist Sayılarının Dağılımı

Ülkeler	Uluslararası Turist Sayısı (Milyon Kişi)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
İspanya	52.677	56.177	57.464	60.675	64.939	68.215	75.315	81.786
İtalya	43.626	46.119	46.360	47.704	48.576	50.732	52.372	58.253
Fransa	77.648	81.550	83.013	83.634	83.701	84.452	82.700	86.918
Monako	279	295	292	328	329	331	336	355
Portekiz	6.832	7.412	7.685	8.301	9.277	10.176	18.200	21.200
KBA	181.062	191.553	194.814	200.642	206.822	213.906	228.923	248.512
Toplam								
Akdeniz Top.	290.870	296.437	299.026	309.949	323.829	331.301	338.016	377.534
Bölgenin % P.	62.2	64.6	65.1	64.7	63.8	64.5	67.7	65.8

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Tablo 2 incelendiğinde Kuzeybatı Akdeniz bölgesinde bulunan ülkelerin uluslararası turist sayılarının hem ülkeler bazında hem de Kuzeybatı Akdeniz toplamı bazında yıllar itibari ile arttığı görülmektedir. Bölge, Akdeniz'in diğer bölgeleri ile kıyaslandığında

en fazla ziyaretçi ağırlayan bölge konumundadır ve Avrupa Birliği üyesi olan Fransa, İspanya, İtalya gibi güçlü destinasyonların varlığıyla dikkat çekmektedir. Akdeniz’de yer alan bölgeler içerisinde 2017 yılı itibari ile Kuzeybatı Akdeniz bölgesinin % 66 oranla uluslararası turist sayılarında önemli bir paya sahip olduğu da tablo 2’de açıkça görülmektedir. Fransa uzun yıllardır turist sayısı itibariyle, Akdeniz Bölgesinin önde gelen ülkelerinden birisidir. Tablo 2’de tespit edilen rakamlar da bu durumu destekler niteliktedir. Fransa’nın bölge içerisindeki payı %35 olarak gerçekleşmiştir. Ülkenin her yıl aldığı ziyaretçi sayısı 66 milyonluk ülke nüfusundan daha fazla olmaktadır.

Fransa’nın çekici bir destinasyon olmasını sağlayan etmenler, farklılık gösteren doğal güzellikleri ve tarihi siteleri, zengin mimarisi ve mutfak mirası, turistik açıdan yeni olanaklar sunan uluslararası düzeyde sportif ve kültürel etkinlikleri, çeşitli donanımlar sunan otelleri ve iyi gelişmiş taşımacılık alt-yapısıdır. Turizm, Fransız ekonomisi için anahtar sektör durumundadır. Bu nedenle, hükümet ve yerel topluluklar, bir turizm politikasının tanımlanması ve yürürlüğe konması konusunda birleşmekte, önemli maddi katkılar sağlamaktadırlar. Turistik tanıtım dernekleri, il turizm komiteleri, bölgesel turizm komiteleri turistik tanıtım konusunda etkili bir şekilde çalışmaktadırlar. Bu kapsamda Fransa’nın yurt dışında tanıtımının, süreklilik arz eden bir yapı üzerine dayandığı söylenebilir (<http://www.turizmarktuel.com/>).

Bölge içerisinde Fransa’dan sonra en fazla ziyaretçi ağırlayan ülke İspanya’dır. Tablo 2’de yer alan ziyaretçi sayıları incelendiğinde

İspanya'nın yıllar itibari ile turizmde başarılı olduğu söylenebilir. Bu başarının temel sebebi İspanya havacılık ve seyahat endüstrisinin yapısındaki değişiklikler, düşük maliyetli her şey dâhil turlar, Avrupalı turistler için vize şartının kaldırılması, turizm tanıtımıyla ilgili bakanlıkların kurulması gibi faktörlerdir. Bununla beraber İspanya dünya genelinde kitle turizmi olarak adlandırılan deniz kum-güneş turizminin yanı sıra kültür turizmi, kırsal turizm, ekoturizm gibi çeşitli turizm türlerine önem vermekte, uygulamakta ve farklı turizm türlerinin dünyaya yayılmasında öncülük etmektedir (Akın, 2017, s.102).

2010-2017 yılları arasında turist sayısını üç kata çıkaran Portekiz bölge içerisinde en fazla artış oranı ile dikkat çeken ülkedir. Portekiz 2017 ve 2018 yılında turizmin Oscar'ı olarak değerlendirilen Dünya Seyahat Ödüllerinde Avrupa birincisi olmuştur. Madeira Adası'nda gerçekleştirilen 2019 Dünya Seyahat Ödülleri töreninde de 39 adet ödül alan Portekiz art arda üçüncü kez Avrupa'nın en iyi turistik varış noktası olarak seçilmiştir (<https://tr.euronews.com/tag/portekiz>). Bu durumun Portekiz'e yönelik potansiyel turistik talebi arttırdığı söylenebilir.

İtalya Kuzeybatı Akdeniz bölgesinde en fazla ziyaretçi ağırlayan 3. ülke konumundadır. İtalya'nın sahip olduğu coğrafi konum, iklim, eşsiz tarihi, sanatsal zenginlikleri ve doğal mirası dünyanın önemli destinasyonlarından biri olduğunu ortaya koymaktadır. İtalya'da kültür, din, dağcılık, kurvaziyer, termal, gastronomi, alış veriş ve deniz turizminde büyük bir gelişme göstermiştir. Bununla beraber modern fuar merkezleri altyapısına sahip olan Milano kenti, ülkenin

fuat, kongre, toplantı turizminde de önemli gelişmelere sahip olduğunu ortaya koymaktadır (Akın, 2017, s.92).

1.1.2. Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turist Sayıları

Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler; Türkiye, Yunanistan, Arnavutluk, Hırvatistan ve Slovenya'dır. Tablo 3'te bu ülkelerin uluslararası turist sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 3. Kuzeydoğu Akdeniz Ülkelerine Yönelik Uluslararası Turist Sayılarının Dağılımı

Ülkeler	Uluslararası Turist Sayısı (Milyon Kişi)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Türkiye	31.364	34.654	35.698	37.795	39.811	39.478	30.289	37.601
Yunanistan	15.007	16.427	15.518	17.920	22.033	23.599	24.799	27.194
Arnavutluk	2.191	2.468	3.156	2.857	3.341	3.784	4.070	4.643
Hırvatistan	9.111	9.927	10.369	10.948	11.623	12.683	13.809	15.593
Slovenya	1.869	2.037	2.156	2.259	2.411	2.707	3.032	3.586
KDA Toplam	59.542	65.513	66.897	71.779	79.219	82.251	75.999	88.617
Akdeniz Top.	290.870	296.437	299.026	309.949	323.829	331.301	338.016	377.534
Bölgenin% P.	20.4	22.1	22.3	23.1	24.4	24.8	22.4	23.5

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Akdeniz'de yer alan alt bölgeler içerisinde 2017 yılı itibari ile Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinin uluslararası turist sayısı açısından % 23,5 paya sahip olduğu tablo 3'te görülmektedir. Bu oranla Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinin en fazla ziyaretçi ağırlayan 2. bölge olduğu tespit edilmiştir. Turist varışlarında birinci sırada yer alan Türkiye'nin bölge içerisindeki payı % 42 olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin en yakın rakibi Yunanistan'ın ise bölge içerisindeki payı % 30'dur. Yunanistan Türkiye'ye göre daha küçük bir ülke olmasına

rağmen turist sayısı bakımından Türkiye'ye yaklaşmakta ve ülkeye gelen turist sayısını her yıl biraz daha arttırmaktadır.

Balkan yarımadasında yer alan Yunanistan, tarihi ve kültürünün meydana getirdiği, kültür turizmine imkân sağlayan unsurları, adaları ve sahillerinin deniz, kum, güneş turizmine elverişliliği ile önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Ülke, Antik Yunan, Roma ve Osmanlı gibi değişik medeniyetleri yüzyıllarca bünyesinde barındırması ve bu medeniyetlerin miras bıraktığı çeşitli şehirler, kiliseler, camiler, antik şehirler, müzeler vb. değişik özellikteki tarihi yapılarının varlığı sebebiyle, Almanya ve İngiltere başta olmak üzere Avrupa kıtasında yer alan ülkelerden çok rağbet görmektedir (Sarı, 2017, s. 2).

Hırvatistan 15 milyon turist sayısı ile Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinin en fazla ziyaretçi ağırlayan 3. ülkesidir. Adriyatik Denizi kıyısında yer alan turistik adalarının yanı sıra mimarisiyle de ünlü olan Hırvatistan, tarihi ve doğasıyla Akdeniz bölgesinde dikkat çekmektedir. Arnavutluk ve Slovenya'nın ise bölge içerisinde en az ziyaretçi ağırlayan ülkeler olduğu görülmektedir.

1.1.3. Güneybatı Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turist Sayıları

Güneybatı Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler; Fas, Cezayir ve Tunus'tur. Tablo 4'te bu ülkelerin uluslararası turist sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 4. Güneybatı Akdeniz Ülkelerine Yönelik Uluslararası Turist Sayılarının Dağılımı

Ülkeler	Uluslararası Turist Sayısı (Milyon Kişi)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fas	9.288	9.342	9.375	10.046	10.283	10.177	10.332	11.349
Cezayir	2.070	2.395	2.634	2.733	2.301	1.710	2.039	2.451
Tunus	7.828	4.785	5.950	7.352	7.163	5.359	5.724	7.052
GBA Toplam	19.186	16.522	17.959	20.131	19.747	17.246	18.095	20.852
Akdeniz Top.	290.870	296.437	299.026	309.949	323.829	331.301	338.016	377.534
Bölgenin %P.	6.5	5.5	6	6.4	6	5.2	5.3	5.5

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

2017 yılı itibari ile Güneybatı Akdeniz bölgesinin uluslararası turist varışlarında % 5,5'lik bir paya sahip olduğu tablo 4'te görülmektedir. Bölge, Akdeniz'de yer alan dört alt bölge içerisinde en fazla ziyaretçi ağırlayan 3. bölge konumundadır. Bölge içerisinde %54'lük paya sahip olan Fas turist varışlarında 1. sırada yer almakta ve Fas'ı sırasıyla Tunus ve Cezayir takip etmektedir. Bu bölge içerisinde yer alan ülkeler Afrika bölgesi ülkeleri olmakla birlikte batı Akdeniz'de konumlanmış olmaları nedeniyle dikkat çekmektedir. Bu bölgedeki ülkeler özellikle Arap turistler açısından önemli çekim merkezleridir. Cezayir'in Fransa ile olan tarihi yakınlığı dışında hem bu ülke hem de Fas ve Tunus, Batı Avrupalılar için de çekici merkezlerdir (Bozok & Köroğlu, 2005, s. 10).

1.1.4. Güneydoğu Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turist Sayıları

Güneydoğu Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler; Libya, Lübnan, Malta, Mısır, İsrail, Kıbrıs ve Suriye'dir. Tablo 5'te bu ülkelerin uluslararası turist sayılarına yer verilmektedir.

Tablo 5. Güneydoğu Akdeniz Ülkelerine Yönelik Uluslararası Turist Sayılarının Dağılımı

Ülkeler	Uluslararası Turist Sayısı (Milyon Kişi)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Libya	---	---	---	---	---	---	---	---
Lübnan	2.168	1.655	1.366	1.274	1.355	1.518	1.688	1.857
Malta	1.339	1.415	1.443	1.582	1.690	1.783	1.966	2.274
Mısır	14.051	9.497	11.196	9.174	9.628	9.139	5.258	8.157
İsrail	2.803	2.820	2.886	2.962	2.927	2.799	2.900	3.613
Kıbrıs	2.173	2.392	2.465	2.405	2.441	2.659	3.187	3.652
Suriye	8.546	5.070	---	---	---	---	---	---
GDA	31.080	22.849	19.356	17.397	18.041	17.898	14.999	19.553
Toplam								
Akdeniz Top.	290.870	296.437	299.026	309.949	323.829	331.301	338.016	377.534
Bölgenin% P.	10.6	7.7	6.4	5.6	5.5	5.4	4.4	5

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Akdeniz’de yer alan alt bölgeler içerisinde 2017 yılı itibariyle Güneydoğu Akdeniz bölgesi uluslararası turist varışlarında % 5’lik bir orana sahiptir ve bölgeler arasında en az ziyaretçi sayısına sahip bölgedir. Bölge içerisinde 8 milyon ziyaretçi sayısı ile en dikkat çeken ülke Mısır’dır. Ülke turizminin en parlak yılı tablo 5’te de görüldüğü üzere 2010 yılıdır. Bu tarihten sonra ziyaretçi sayısında dalgalanmalar yaşanmış, 2010 yılına göre yıllar itibari ile daha az turist ülkeyi ziyaret etmiştir. Ziyaretçi sayısının azalmasında 3 Temmuz 2013’de Mısır’da demokratik yollarla seçilmiş ilk Cumhurbaşkanı Muhammed Mursi’nin devrildiği askeri darbenin (<https://www.aa.com.tr/>) ve 31 Ekim 2015’de Mısır’ın Sina Yarımadası’nda bir Rus yolcu uçağının düşürülmesinin (<https://www.bbc.com/>) büyük etkisi bulunmaktadır.

Kıbrıs, turizm hareketlerinin yoğun olduğu bir bölgede yer almakta, iklim özellikleri, doğal plajları, tarihi değerleri ve yeterli konaklama tesisleri ile büyük bir potansiyele sahip bulunmaktadır

(Karabulut, 1988, s.221). Ancak Güneydoğu Akdeniz Bölgesi içerisinde en fazla ziyaretçi ağırlayan 2. ülke olmasına rağmen Kıbrıs, turizm potansiyelinden yeterince faydalanamamaktadır.

Lübnan Güneydoğu Akdeniz bölgesi içerisinde en az ziyaretçi sayısına sahip ülkelerden birisidir. Bölge içerisinde yaşanan iç karışıklık ve ayaklanmalar bu durumun en önemli nedenleri arasındadır. 2011 yılında yaşanan Suriye'deki krizinin yanı sıra ülkedeki güvenlik ve siyasi sorunlar nedeniyle Körfez ülkeleriyle olan ilişkilerden ötürü Lübnan'daki turizm sektörü büyük zarar görmüş, bölgeyi ziyaret eden Körfez ve özellikle de Suudi Arabistan vatandaşlarının sayısı oldukça azalmıştır (<https://www.timeturk.com/>). Oldukça düşük ziyaretçi sayısına sahip bir diğer ülke olan Malta'nın bölge içerisinde ziyaretçi sayısının az olmasına rağmen, Malta, her yıl nüfusunun ortalama dört katı turisti ağırlamakta ve İngilizce öğrenmek isteyenlerin Avrupa'daki önemli tercihleri arasında yer almaktadır (<https://www.aa.com.tr/>).

Libya'nın ve Suriye'nin uluslararası turist sayılarına UNWTO'dan erişilememiştir. Ancak, Libya'da etkili olan IŞİD terörü ve 2011'de Muammer Kaddafi'nin devrilmesi ve öldürülmesi Libya'nın rakip milis güçler arasında bir çatışmanın içinde kalmasıyla siyasi istikrar sağlanamadığı bilinmektedir. Petrol zengini olan ülke doğu ve batıda iki iktidar merkezinin olduğu kırılğan bir yönetime sahiptir (<https://www.ntv.com.tr/>). 2011 yılı başında Tunus ve Mısır'da başlayan ve "Arap Baharı" olarak adlandırılan süreç ise Suriye'yi derinden etkilemiştir. Suriye'de halkın başlattığı ve ilk olarak Deraa'da meydana gelen gösteriler, 16 Mart 2011 tarihinden itibaren ülke geneline yayılmış, güvenlik güçlerinin başvurduğu

şiddetin etkisiyle Suriye iç karışıklıkların içerisinde kalmıştır ve bu durumun etkileri halen devam etmektedir (<http://www.mfa.gov.tr/>).

İsrail, Orta Doğu'nun siyasi anlamda en sorunlu bölgesinde varlığını sürdüren bir devlet olarak görülmektedir (<http://www.aljazeera.com.tr/>). İzlediği saldırgan politikalara rağmen bölge içerisinde Mısır ve Kıbrıs'tan sonra en çok ziyaretçi ağırlayan 3. ülkedir.

2. Akdeniz Bölgesinde Uluslararası Turizm Gelirleri

Bu bölümde Kuzeybatı Akdeniz, Kuzeydoğu Akdeniz, Güneybatı Akdeniz ve Güneydoğu Akdeniz olarak dört bölgeye ayrılan Akdeniz'in uluslararası toplam turizm gelirlerine yer verilmiştir. Toplam turizm gelirleri 2010 yılından 2017 yılına kadar olan verileri kapsamakta olup tablo 6'da gösterilmektedir.

Tablo 6. Akdeniz Bölgesinin Uluslararası Toplam Turizm Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı

Bölgeler	Uluslararası Turizm Gelirleri (Milyar US\$)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
KBA Bölgesi	160.563	169.123	162.054	175.395	182.554	153.538	169.316	189.997
KDA Bölgesi	47.580	53.255	51.729	57.847	61.653	54.951	47.11	54.609
GBA Bölgesi	9.568	9.404	9.143	9.290	9.996	7.952	7.997	8.716
GDA Bölgesi	34.855	26.148	25.335	22.502	23.863	22.586	19.776	27.058
Top.Akdeniz	252.566	257.930	248.261	265.034	278.066	239.027	244.200	280.380
Top. Dünya	927	1.042	1.078	1.197	1.252	1.221	1.245	1.340
B. % Payı	27.2	24.7	23	22.1	22.2	19.5	19.6	20.9

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Tablo 6 incelendiğinde 2017 yılında bölgenin uluslararası turizm gelirlerinden yaklaşık %21 pay aldığı görülmektedir. Bununla birlikte, sırasıyla en fazla uluslararası turizm gelirini Kuzeybatı Akdeniz,

Kuzeydoğu Akdeniz, Güneydoğu Akdeniz ve Güneybatı Akdeniz bölgelerinin aldığı belirlenmiştir. Güneybatı Akdeniz bölgesinin uluslararası turist varışlarında 3. sırada yer alırken, turizm gelirlerinde ise son sırada yer aldığı görülmektedir.

2.1. Akdeniz Bölgesinde Uluslararası Turizm Gelirlerinin Dağılımı

Bu bölümde Kuzeybatı Akdeniz, Kuzeydoğu Akdeniz, Güneybatı Akdeniz ve Güneydoğu Akdeniz olarak dört bölgeye ayrılan Akdeniz'deki ülkelerin bölgeler bazında uluslararası turizm gelirlerine yer verilmiştir.

2.1.1. Kuzeybatı Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turizm Gelirleri

Kuzeybatı Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler; İspanya, İtalya, Fransa, Monako ve Portekiz'dir. Tablo 7'de ülkelerin uluslararası turizm gelirlerine yer verilmektedir.

Tablo 7. Kuzeybatı Akdeniz Ülkeleri Uluslararası Turizm Gelirlerinin Dağılımı

Ülkeler	Turizm Gelirleri (Milyar US\$)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
İspanya	54.641	60.031	56.263	62.637	65.111	56.526	60.503	67.964
İtalya	38.786	43.000	41.185	43.912	45.488	39.449	40.246	44.233
Fransa	57.059	54.753	53.550	56.562	58.147	44.858	54.531	60.681
Monako	---	---	---	---	---	---	---	---
Portekiz	10.077	11.339	11.056	12.284	13.808	12.705	14.036	17.119
KBA Toplam	160.563	169.123	162.054	175.395	182.554	153.538	169.316	189.997
Akdeniz Top.	252.566	257.930	248.261	265.034	278.066	239.027	244.200	280.380
Bölgenin% P.	63.5	65.5	65.2	66.1	65.6	64.2	69.3	68

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Tablo 7'ye göre 2017 yılında bölgeler arasında en fazla uluslararası turizm geliri elde eden ülkenin İspanya olduğu görülmektedir. Ardından, Fransa, İtalya ve Portekiz'in turizm geliri açısından diğer ülkelerden daha fazla pay aldıkları tespit edilmiştir. UNWTO'dan Monako'nun turizm gelirlerine erişilememiştir. Ancak Tablo 2'de yer alan uluslararası turist sayılarına bakıldığında, yıllar itibariyle en az uluslararası turist sayına sahip olduğu ve buna bağlı olarak diğer ülkelerle kıyaslandığında daha az uluslararası turizm geliri elde etmiş olabileceği tahmin edilmektedir. Akdeniz'de yer alan alt bölgeler içerisinde 2017 yılı itibariyle Kuzeybatı Akdeniz bölgesinin %68 oranla uluslararası turizm gelirlerinde önemli bir paya sahip olduğu da tablo 7'de görülmektedir.

2.1.2. Kuzeydoğu Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turizm Gelirleri

Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler; Türkiye, Yunanistan, Arnavutluk, Hırvatistan ve Slovenya'dır. Tablo 8'de bu ülkelerin uluslararası turizm gelirlerine yer verilmektedir.

Tablo 8. Kuzeydoğu Akdeniz Ülkeleri Uluslararası Turizm Gelirlerinin Dağılımı

Ülkeler	Turizm Gelirleri (Milyar US\$)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Türkiye	22.585	25.054	25.345	27.997	29.552	26.616	18.743	22.478
Yunanistan	12.742	14.623	13.416	16.140	17.793	15.673	14.619	16.528
Arnavutluk	1.626	1.618	1.471	1.473	1.705	1.500	1.691	1.929
Hırvatistan	8.075	9.211	8.812	9.524	9.866	8.834	9.634	10.924
Slovenya	2.552	2.749	2.685	2.713	2.737	2.328	2.424	2.750
KDA Toplam	47.580	53.255	51.729	57.847	61.653	54.951	47.111	54.609
Akdeniz Top.	252.566	257.930	248.261	265.034	278.066	239.027	244.200	280.380
Bölgenin%P.	18.8	20.6	20.8	21.8	22.1	22.9	19.2	19.5

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi en fazla turizm geliri elde eden 2. bölgedir. Bölge içerisinde en fazla ziyaretçi sayısına sahip olan Türkiye turizm gelirlerinde de ilk sırada yer almakta ve Türkiye'yi sırasıyla Yunanistan, Hırvatistan, Slovenya ve Arnavutluk takip etmektedir. Akdeniz'de yer alan bölgeler içerisinde 2017 yılı itibari ile Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinin, uluslararası turizm gelirlerinde % 19,5'lik bir orana sahip olduğu da tablo 8'de görülmektedir.

2.1.3. Güneybatı Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turizm Gelirleri

Güneybatı Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler; Fas, Cezayir ve Tunus'tur. Tablo 9'da bu ülkelerin uluslararası turizm gelirlerine yer verilmektedir.

Tablo 9. Güneybatı Akdeniz Ülkeleri Uluslararası Turizm Gelirlerinin Dağılımı

Ülkeler	Turizm Gelirleri (Milyar US\$)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Fas	6.703	7.281	6.699	6.849	7.379	6.263	6.549	7.417
Cezayir	220	209	217	250	258	308	209	---
Tunus	2.645	1.914	2.227	2.191	2.359	1.381	1.239	1.299
GBA Toplam	9.568	9.404	9.143	9.290	9.996	7.952	7.997	8.716
Akdeniz Top.	252.566	257.930	248.261	265.034	278.066	239.027	244.200	280.380
Bölgenin %P.	3.7	3.6	3.6	3.5	3.5	3.3	3.2	3

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

2017 yılı verileri incelendiğinde bölgeler arasında en fazla uluslararası turizm geliri elde eden ülkenin, Fas olduğu ve Fas'ı, Tunus'un izlediği görülmektedir. UNWTO'dan Cezayir'in 2017 turizm gelirlerine erişilememiştir. Ancak tablo 4'de yer alan

uluslararası turist sayıları incelendiğinde Cezayir'in bölgede en az uluslararası turist sayısına sahip olduğu görülmektedir. Aynı zamanda tablo 9'da yer alan 2010 ve 2016 yılları arasındaki uluslararası turizm gelirleri incelendiğinde Cezayir'in, Fas ve Tunus'a göre daha az turizm geliri elde ettiği görülmektedir. Buna bağlı olarak 2017 yılında da Cezayir'in, Fas ve Tunus'a göre daha az turizm geliri elde etmiş olabileceği tahmin edilmektedir. Akdeniz bölgeleri içerisinde 2017 yılı itibari ile Güneybatı Akdeniz bölgesi uluslararası turizm gelirlerinde sahip olduğu % 3'lük oranla en az turizm geliri elde eden bölge konumundadır.

2.1.4. Güneydoğu Akdeniz Bölgesi Uluslararası Turizm Gelirleri

Güneydoğu Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler Libya, Lübnan, Malta, Mısır, İsrail, Kıbrıs ve Suriye'dir. Tablo 10'da bu ülkelerin uluslararası turizm gelirlerine yer verilmektedir.

Tablo 10. Güneydoğu Akdeniz Ülkeleri Uluslararası Turizm Gelirlerinin Dağılımı

Ülkeler	Turizm Gelirleri (Milyar US\$)							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Lübnan	7.995	6.545	6.032	6.492	6.523	6.857	7.044	7.611
Libya	---	---	---	---	---	---	---	---
Malta	1.079	1.268	1.270	1.404	1.522	1.383	1.449	1.723
Mısır	12.528	8.707	9.940	6.047	7.208	6.065	2.645	7.775
İsrail	4.903	5.305	5.494	5.666	5.766	5.794	5.883	6.821
Kıbrıs	2.160	2.570	2.599	2.893	2.844	2.487	2.755	3.128
Suriye	6.190	1.753	---	---	---	---	---	---
GDA Top.	34.855	26.148	25.335	22.502	23.863	22.586	19.776	27.058
Akdeniz T.	252.566	257.930	248.261	265.034	278.066	239.027	244.200	280.380
Bölgenin %P	13.8	10.1	10.2	8.4	8.5	9.4	8.1	9.5

Kaynak: UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim Tarihi: 10.10.2019)

Tablo 10 incelendiğinde, Güneydoğu Akdeniz bölgesinde bulunan ülkelerin uluslararası turizm gelirlerinde dönem dönem artış ve azalışların yaşandığı görülmektedir. 2017 yılı verileri incelendiğinde bölgeler arasında en fazla uluslararası turizm geliri elde eden ülke, Mısır'dır. Mısır'ı sırasıyla, Lübnan, İsrail, Kıbrıs ve Malta'nın izlediği görülmektedir. UNWTO'dan Libya'nın ve Suriye'nin uluslararası turizm gelirlerine erişilememiştir. Bu ülkeler yaşadıkları iç savaş, çatışma, toplumsal huzursuzluklar ve siyasal istikrarsızların etkisi ile turist sayısı ve turizm gelirinde büyük kayıplara uğramıştır. Akdeniz'de yer alan bölgeler içerisinde 2017 yılı itibari ile Güneydoğu Akdeniz bölgesinin uluslararası turizm gelirlerinde % 9,5'lik bir orana sahip olduğu da tabloda görülmektedir.

3. Akdeniz Bölgesinde Bulunan Ükelere Yönelik Uluslararası Turizm Hareketlerinin Türkiye Turizmi Açısından Değerlendirilmesi

United Nations World Tourism Organization (UNWTO) verilerine göre 2017 yılında dünyanın en çok ziyaret edilen bölgesi Avrupa olmuştur. Avrupa'da uluslararası turist sayıları 2016 yılına göre 52 milyon artarak %8'lik bir artışa neden olmuştur. Avrupa bölgesi içerisindeki uluslararası turizm hareketlerinde Akdeniz bölgesinin oldukça önemli bir potansiyele sahip olduğu görülmektedir.

2017 yılı verileri incelendiğinde Akdeniz bölgesi içerisinde, en fazla turist varışlarının Kuzeybatı Akdeniz bölgesinde gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bölgeyi sırasıyla, Kuzeydoğu Akdeniz, Güneybatı Akdeniz ve Güneydoğu Akdeniz bölgeleri takip etmektedir (Tablo 1).

Akdeniz bölgeleri arasında en fazla uluslararası turizm geliri elde eden iki bölge, ziyaretçi sayısı ile de paralel olarak Kuzeybatı Akdeniz ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgesidir. Ziyaretçi sayısında önde olan Güneybatı Akdeniz bölgesi, turizm gelirlerinde Güneydoğu Akdeniz bölgesinin gerisinde kalmıştır (Tablo 6). Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler içerisinde uluslararası turist varışlarının en fazla olduğu Türkiye'nin verileri incelendiğinde 2010-2014 yılları arasındaki uluslararası turist sayılarının yıllar itibari ile arttığı, 2015 ve 2016 yıllarında ise ciddi bir azalışın olduğu görülmektedir (Tablo 3). Bu azalışın nedenlerinin Türkiye'nin 2015 ve 2016 yıllarında yaşanan çeşitli küresel, bölgesel ve ulusal olaylar olduğu düşünülmektedir.

Türkiye'de 2015 yılında gerçekleşen küresel, bölgesel ve ulusal olaylar aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Hacıoğlu & Çavuşoğlu, 2018, s.32):

- (15 Nisan) Avrupa Parlamentosu sözde Ermeni soykırımı olarak nitelendirilen karar tasarısını oy çokluğuyla kabul etti, olaydan sonra Türkiye'deki çözüm süreci askıya alındı.
- (20 Temmuz) Şanlıurfa Suruç'ta bombalı saldırı gerçekleştirildi. Bu olaydan sonra Türkiye'deki terörle mücadele çözüm süreci askıya alındı.
- (24 Kasım) Rusya'ya ait bir uçak, sınır ihlali gerçekleştirdiği iddiasıyla Türk Hava Kuvvetleri tarafından düşürüldü. Rusya tarafından ise uçağın Türk hava sahasını ihlal etmediği savunuldu.

Türkiye'nin 2016 yılı içerisinde yaşadığı küresel, bölgesel ve yerel olayları aşağıdaki gibi listelemek mümkündür (Hacıoğlu & Çavuşoğlu, 2018, s. 33-34):

- (12 Ocak) Sultanahmet Meydanı'nda terör saldırısı düzenlendi.
- (17 Şubat) Ankara'da bomba yüklü araç askeri servis araçlarının geçişi sırasında patlatıldı.
- (27 Şubat) Suriye'de devam eden iç savaşta geçici ateşkes ilan edildi.
- (13 Mart) Ankara'da bomba yüklü araçla saldırı yapıldı.
- (19 Mart) İstanbul İstiklal Caddesi'nde canlı bomba saldırısı gerçekleştirildi.
- (29 Mart) ABD ordusunun Avrupa Komutanlığı, güvenlik gerekçesiyle Adana, İzmir ve Muğla'daki personel ailelerinin Türkiye'den ayrılmasını istedi.
- (2 Haziran) Almanya Federal Meclisi tarafından, 1915 olaylarını soykırım olarak niteleyen tasarı onaylandı.
- (28 Haziran) İstanbul Atatürk Havalimanı'nda üç ayrı canlı bomba saldırısı gerçekleştirildi.
- (15 Temmuz) Türkiye'de darbe girişimi yaşandı.
- (20 Temmuz) Türkiye'de darbe girişimi sonrasında olağanüstü hal ilan edildi.
- (24 Ağustos) Türkiye "Fırat Kalkanı" kod adıyla Cerablus'a sınır ötesi operasyon düzenledi. Bölge uluslararası terör örgütü olan IŞİD'den temizlendi ve Özgür Suriye ordusunun eline geçti.

- (24 Kasım) Avrupa Parlamentosu tarafından, AB ile Türkiye arasındaki müzakerelerin geçici olarak dondurulmasına ilişkin karar kabul edildi.
- (10 Aralık) İstanbul Dolmabahçe’de Beşiktaş maçı sonrasında biri canlı bomba biri bomba yüklü araçla saldırı gerçekleştirildi.
- (17 Aralık) Kayseri’de askerleri taşıyan otobüse bombalı araçla saldırı düzenlendi.
- (19 Aralık) Rusya’nın Türkiye Büyükelçisi, Ankara’da uğradığı suikast sonucu hayatını kaybetti

Görüldüğü üzere 2015 ve 2016 yılında yaşanan olaylar Türkiye’nin uluslararası turizm hareketlerini olumsuz etkileyerek, uluslararası turist sayılarının ve turizm gelirlerinin azalmasına neden olmuştur. 2017 yılında ise Türkiye’nin uluslararası turist sayılarının ve turizm gelirlerinin artarak 2016 yılında yaşanan olumsuz tablonun kısmen olumluya çevrildiği görülmektedir. Türkiye’nin Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde en fazla uluslararası turist varışlarına ve turizm gelirlerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Akdeniz’deki diğer bölgelerle kıyaslandığında en fazla turist varışlarının Kuzeybatı Akdeniz bölgesinde yer alan Fransa’da, turizm gelirlerinin ise yine aynı bölgede yer alan İspanya’da gerçekleştiği belirlenmiştir.

Fransa 2015 ve 2016 yılında çeşitli terör saldırılarına maruz kalmıştır. 2015 Ocak ayında Charlie Hebdo dergisine yapılan baskın yapılmış, 2015 Kasım ayında 100’den fazla kişinin öldüğü 7 noktada eş zamanlı saldırı gerçekleştirilmiştir (<https://www.cnnturk.com/>). 2016 Temmuz ayında ise Fransa’nın güneyindeki Nice kentinde en az

84 kişinin hayatını kaybettiği, onlarca kişinin de yaralandığı terör saldırısına (<http://kesk.org.tr/>) maruz kalmıştır. Yaşanan terör olaylarına rağmen Fransa hem Akdeniz genelinde hem de dünya genelinde uluslararası turizm hareketlerinden aldığı payı arttırmaya devam etmiştir.

Türkiye, doğal, kültürel, tarihi zenginlikleri, elverişli iklim koşulları, Asya, Avrupa ve Afrika kıtalarının merkezinde bulunması gibi coğrafi konumunun yarattığı avantajlarla turizm potansiyeli yüksek bir destinasyon olarak görülmektedir (Akova, 1997, s. 264). Destinasyon alanlarının tercih edilmesinde etkili olan doğal ve beşeri coğrafi özellikler (Çiftçi & Sandal, 2015, s.566) bakımından oldukça zengin olan Türkiye'nin sahip olduğu turistik arz potansiyeline rağmen dünya genelinden ve özellikle de Akdeniz bölgesindeki pazardan yeterince pay alamadığı düşünülmektedir (Çımat & Bahar, 2003, s. 15). Bu durumun, Türkiye'nin sahip olduğu turistik değerlerin yeterince tanıtılamaması, ülkenin özel bir turizm politikasının bulunmaması, komşu ülkelerde yaşanan savaşlar (İçöz, 1990, s.212), ülke içindeki siyasi ve ekonomik istikrarsızlıklar (Arıkdal, 1990, s.218) gibi çeşitli nedenlerden kaynaklandığı ifade edilebilir.

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Turizm sektörü hızla büyüyen ve önemi gittikçe artan sektörlerin başında geldiği bilinmektedir. Turizm, bölgesel gelişmeyi arttıran, ülke ekonomileri için önemli bir gelir kaynağı oluşturan, döviz getirisi sağlayan, ödemeler dengesine olumlu katkı yaparak dış açıkların kapatılmasında etkili olan, önemli bir istihdam alanı

oluşturan, bulunduğu bölgeye ekonomik ve diğer birçok açıdan olumlu katkı sağlayan bir sektör olarak görülmektedir. Turizmin önemini kavrayan ülkeler, turizmden aldıkları payları arttırabilmek için kıyasıya rekabet halindedirler. Nitekim, benzer özelliklere sahip ülkeler arasındaki rekabet daha yoğun olarak gözlemlenmektedir. Birbirinden farklı özelliklere de sahip olmalarına rağmen benzer özellikleri bulunan Akdeniz bölgesi ülkelerinin birbirleriyle rekabet halinde oldukları söylenebilir.

Akdeniz bölgesi yıllar boyunca farklı uygarlıklara ev sahipliği yapmış ve bu uygarlıkların bıraktığı izler ve kültürel zenginlikler sayesinde önemli bir çekim merkezi haline dönüşmüştür. Aynı zamanda Akdeniz'in sahip olduğu doğal ve beşeri özellikler sayesinde önemli turizm potansiyeli bulunan bir bölge olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda çalışmada incelenen dönem içerisinde Akdeniz bölgesinin uluslararası turist varışlarından ortalama % 30 pay aldığı tespit edilmiştir. Akdeniz'de yer alan bölgeler içerisinde söz konusu dönemde Kuzeybatı Akdeniz bölgesinin en fazla uluslararası turist çeken bölge olduğu saptanmıştır. Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve Monako gibi güçlü destinasyonların Kuzeybatı Akdeniz'de bulunması bu bölgenin en çok turist çeken bölge olmasında önemli etken olduğu ifade edilebilir. Bölge içerisinde en fazla turist sayısına sahip üç ülke sırasıyla Fransa, İspanya, İtalya'dır. Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi ise uluslararası turist varışlarında ortalama % 22 oranla en fazla uluslararası turist çeken 2. bölge olarak belirlenmiştir. Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinde bulunan ülkeler içerisinde en fazla turist sayısına sahip üç ülke sırasıyla Türkiye, Yunanistan ve Hırvatistan'dır.

2010-2017 yılları arasında Akdeniz bölgesinin dünya turizm gelirlerinin ortalama % 20'sine sahip olduğu saptanmıştır. Akdeniz'de yer alan bölgeler içerisinde incelenen dönemde Kuzeybatı Akdeniz bölgesinin uluslararası turizm gelirleri açısından ortalama %66 payla birinci sırada, Kuzeydoğu Akdeniz bölgesinin ise ortalama % 19 payla ikinci sırada yer aldığı belirlenmiştir.

2017 yılında dünya genelinde en fazla turist ağırlayan ilk 10 ülke sıralamasında Fransa 86,9 milyon turistle 1. sırada, İspanya 81,7 milyon turistle 2. sırada, İtalya 58.2 milyon turistle 5. sırada yer alırken Türkiye 37,6 milyon turist ile 8. sırada yer almıştır. 2017 yılında dünya genelinde en fazla turizm geliri elde eden ilk 10 ülke sıralamasında İspanya 67,9 milyar dolar gelire 2. sırada, Fransa 60,6 milyar dolar gelire 3. sırada, İtalya 44,2 milyar dolar gelire 6. sırada yer alırken Türkiye 22,4 milyar dolar gelire 14. sırada yer almıştır. Bu durum uluslararası turizm hareketliliği sağlayan en önemli destinasyonların Akdeniz bölgesinde bulunduğunu da ortaya koymaktadır. Bununla birlikte Akdeniz bölgesi ülkeleri içerisinde özellikle Fransa ve İspanya'nın turizm kaynaklarını etkin şekilde kullandıkları ifade edilebilir. İspanya'nın hem Akdeniz bölgesi içerisinde hem de dünya genelinde ziyaretçi sayısı ve turizm gelirleri açısından önemli bir paya sahip olduğu ortaya konmuştur. Ancak ağırladığı turist sayısı bakımından Fransa'nın gerisinde kalmasına rağmen İspanya, Fransa'dan daha fazla turizm geliri elde ettiği belirlenmiştir. İspanya'nın bu başarısının önemli turizm merkezlerine sahip olmasından, bu merkezlerin tanıtım ve pazarlamasını etkin bir şekilde yapabilmesinden, gelir düzeyi yüksek turist profilini ülkeye

çekebilmesinden, uyguladığı başarılı turizm politikalarından kaynaklandığı söylenebilir. Fransa'nın sahip olduğu coğrafi konum, kıyı turizm olanakları büyük medeniyetlerin izlerini taşıyan zengin kültürel mirası, uygulanan politikalar, reklam ve tanıtım çalışmalarının verimli olması gibi etmenler ülkeye olan turist talebini arttırmaktadır. Ancak Fransa Akdeniz bölgesinin ve Dünyanın en çok turist çeken ülkesi olmasına rağmen turizm gelirlerinde daha aşağı sıralarda yer almaktadır. Bu durum, Fransa'yı ziyaret eden turistlerin ortalama kalış süreleri ve satın aldıkları ürünlerin fiyatları ile ilgili olarak daha az turistik tüketim yapmalarından kaynaklı olarak yorumlanabilir. İtalya, Akdeniz bölgesi ülkeleri içerisinde turist sayısı ve turizm gelirleri itibariyle dikkat çeken bir diğer ülkedir. İtalya'nın sahip olduğu iklimi, doğal güzellikleri, tarihi ve kültürel zenginlikleri, Akdeniz bölgesinin ve dünyanın önemli destinasyonlarından biri olmasına imkan sağladığı düşünülmektedir. Ayrıca, Libya ve Suriye'nin yaşadıkları çeşitli iç-dış kaynaklı etkenlerden dolayı bölge içerisinde turizm potansiyellerini etkin kullanamadıkları ifade edilebilir.

Doğal ve kültürel varlıkları, zengin kültürel mirası, tarihi, farklı alternatif turizm türlerine elverişli coğrafyası ve iklimi ile önemli turizm potansiyeline sahip Türkiye'nin bölge içerisinde potansiyeline ilişkin istenilen düzeyde bir pay alamadığını söylemek mümkündür. Türkiye 2017 yılında dünya genelinde en fazla turist ağırlayan ülkeler sıralamasında ilk 10 unun içinde yer alırken, en fazla turizm geliri elde eden ilk 10 ülke arasına girememiştir. Nitekim incelenen dönem içerisinde de uluslararası turizm faaliyetleri açısından Türkiye'nin

Akdeniz’de benzer potansiyele sahip olan rakiplerinin (Fransa, İspanya ve İtalya) gerisinde kaldığı saptanmıştır. Ancak, Türkiye’nin Güneybatı Akdeniz bölgesi ülkelerinden Fas, Cezayir, Tunus, Güneydoğu Akdeniz bölgesi ülkelerinden Libya, Lübnan, Malta, Mısır, İsrail, Kıbrıs, Suriye ve Kuzeydoğu Akdeniz bölgesi ülkelerinden Yunanistan, Arnavutluk, Hırvatistan ve Slovenya’ya kıyasla daha başarılı politikalar izleyerek uluslararası turist sayısı ve turizm gelirleri bakımında bu ülkeleri geride bıraktığı söylenebilir.

Türkiye’nin uluslararası turizm hareketlerinden aldığı payın arttırılabilmesi için öncelikle uygulanan plan ve politikaların gözden geçirilmesi ve uluslararası alanlarda tanıtımının etkin bir şekilde yapılması gerekmektedir. Tanıtım faaliyetleri yapılırken, farklı pazarlara hitap edilebilmeli ve bu pazarlar arasındaki farklılıklar göz önünde bulundurularak yoğunlaştırılmış bir tanıtım stratejisi izlenmelidir. Aynı zamanda tanıtım faaliyetleri yapılırken Türkiye’nin, Akdeniz bölgesinde yer alan diğer destinasyonlardan farklılıkları da vurgulanarak ön plana çıkarılmalıdır. Turizmin yoğun olduğu kıyı bölgelerinde yaşanan altyapı sorunlarının giderilmesi, ulaşım imkânları ve konaklama işletmelerinin niteliklerinin daha iyi hale getirilmesi sağlanmalıdır. Türkiye deniz, kum, güneş turizmine bağlı olarak yaz aylarında en fazla turist çekmekte ve mevsimsellik sorunu yaşamaktadır. Alternatif turizm türleri ön plana çıkarılarak mevsimlik yoğunlaşmanın önüne geçilmesi ve turizm sezonun tüm yıla yayılabilmesi sağlanmalıdır. Türkiye turizmi kriz dönemlerinden oldukça olumsuz etkilenen bir yapıya sahiptir. Kriz dönemlerinin en

az zararla atlatılması için önlemler alınmalı ve bu dönemde uygulanacak kapsamlı planlar geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2017). Akdeniz Ülkelerinde Turizm Potansiyellerinin ve Gelirlerinin Makroekonomi Üzerindeki Etkileri. Doktora Tezi. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Kahramanmaraş.
- Akova, İ. (1997). Türkiye’de Turizmin Önemi ve Ekonomide Yeri. *Türk Coğrafya Dergisi*, 32, 263-280.
- Arıkdal, G. (1990). Yıllara Göre Seçilmiş Ülkelerden Türkiye’ye Gelen Yabancı Sayısının Satınalma Gücü Paritesi Temeline Göre Hesaplanmış Değişkenlerle Açıklanması. Turizm Yıllığı 1988-1989, Ankara.
- Birkan, İ. (2017). En Büyük İhracat Kalemi Olan Turizm Sektörünün Dünyadaki ve Türkiye’deki Önemi. TÜRSAB & TUADER Turizm Sektör Raporu, 2017 Ocak- Haziran Dönemi.
- Bozok, D. & Koroğlu, A. (2007). Akdeniz Ülkelerine Yönelik Uluslararası Turizm Hareketleri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 147-157.
- Çımat, A. & Bahar, O. (2003). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6, 1-18.
- Çiftçi, R. & Sandal, E. K. (2015). Akdeniz Ülkelerinde Turizm ve Gelişimi, *Coğrafyacılar Derneği Uluslararası Kongres*, Ankara, 21-23 Mayıs 2015.
- Grenon, M. & Batisse, M. (1992). *Mavi Plan, Akdeniz Havzasının Geleceği*, Ankara: Çevre Bakanlığı Yayını.
- Hacıoğlu, N. & Çavuşoğlu, F. (2018). Türkiye’nin Karşılaştığı Küresel, Bölgesel ve Yerel Olaylar ve Turizm Sektörüne Etkilerinin İncelenmesi: Antalya ve İstanbul Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 23-40.
- İçöz, O. (1990). Türkiye’ye Yönelik Uluslararası Turizm Talebini Belirleyen Etkenler. Turizm Yıllığı 1988-1989, Ankara.

- Karabulut, Y. (1988). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde Turizm. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih- Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 32(1), 209-235.
- Pak, V. (2007). Akdeniz Çanağı ve Avrupa Birliği Ülkeleri İçinde Çok Boyutlu Ölçekleme Analizi ile Türkiye Turizminin Yeri. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Sarı, H. İ. (2017). Yunanistan Ekonomisinde Turizmin Yeri ve Önemi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Tutar, F. (1999). Türk Turizm Sektöründeki Gelişmelerin Cari İşlemler Dengesine Muhtemel Etkileri: Akdeniz Ülkeleri ile Karşılaştırmalı Bir Analiz. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. Eskişehir.
- UNWTO, <http://www2.unwto.org/> (Erişim: 10.10.2019).

İnternet Kaynakları

- <https://www.cnnturk.com/dunya/fransa-neden-hedefte?page=2>
(Erişim: 21.10.2019).
- <http://kesk.org.tr/2016/07/15/fransanicede-yasanan-katliami- lanetliyoruz/> (Erişim: 21.10.2019).
- <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/misirda-3-gunde-acilan-darbe-yolu/1521121> (Erişim: 21.10.2019).
- https://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/11/151117_rus_ucak_misi_r (Erişim: 21.10.2019).
- <https://www.timeturk.com/lubnan-daki-siyasi-durumun-turizm-sektorune-yansimalari/haber933137> (Erişim: 21.10.2019).
- <https://www.ntv.com.tr/dunya/libyadaki-siyasi-aktorler-ne-istiyorlar,HHU-5CwZLkWq5UrXNMe 9nA>
(Erişim: 21.10.2019).
- <http://www.mfa.gov.tr/suriye-siyasi-gorunumu.tr.mfa>
(Erişim: 21.10.2019).

<https://www.aa.com.tr/tr/dunya/akdenizin-turizm-ulkesi-malta/751577>
(Erişim: 21.10.2019).

<http://www.aljazeera.com.tr/ulke-profil/ulke-profil-israil>
(Erişim: 21.10.2019).

<http://www.turizmaktuel.com/haber/fransa> (Erişim: 22.10.2019).

<https://tr.euronews.com/tag/portekiz> (Erişim: 22.10.2019).



978-605-80227-1-3

