



Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi

The Journal of International Social Research

Cilt: 7 Sayı: 31 Volume: 7 Issue: 31

www.sosyalarastirmalar.com Issn: 1307-9581

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN TURİZM POLİTİKASI VE TÜRKİYE TURİZM STRATEJİSİ 2023 ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

THE TOURISM POLICY OF EUROPEAN UNION AND AN EVALUATION ABOUT TOURISM STRATEGY 2023 OF TURKEY

Ferhat ARSLAN*

Öz

Bu çalışmanın amacı Türkiye Turizm Stratejisi 2023'ü AB turizm politikaları perspektifinde incelemektir. Çalışma ile AB'nin turizm politikalarını etkileyen faktörlerin belirlenerek bunların belgedeki yansımalarının ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu kapsamda ilgili literatür taranarak AB turizmini etkileyen faktörler belirlenmiş ve bu faktörlerin strateji belgesine yansımaları ortaya çıkarılmıştır. Çalışma sonucunda belgenin güçlü yanlarının sürdürülebilirlik, çevre dostu bir turizm anlayışı, turizmin çeşitlendirilip bütün bir yıla yayılması stratejilerinin oluşturduğu görülürken; KOBİ'lerin her açıdan desteklenmesi gerekliliği ve tüketici olarak turistlerin haklarının korunması üzerinde durulmamış olması belgenin zayıf noktalarını oluşturur. Belgenin uygulanabilir hedeflerinin belirlenmesi ve doğru bir planlama ile çalışılmasının AB yolunda Türkiye'nin elini güçlendireceği kuşkusuzdur.

Anahtar Kelimeler: Avrupa Birliği, Turizm Politikaları, Türkiye, Turizm.

Abstract

The aim of this study is to examine the Tourism Strategy 2023 of Turkey in the perspective of Tourism Policy of EU. It has been aimed to determine the factors that affect the tourism policy of EU and to reveal the reflection of these factors on the strategy paper. For this concept, the related literature has been scanned and the factors which affect the tourism in EU are found out and the reflections of these factors in strategic files have been shown. As a result of this study, the strong points of the document are continuity, an eco-friendly perception and the strategies to vary the tourism and extend it to the whole year; the weak points are not mentioning the necessity to support SMEs and not being focused on the protection of the rights of tourists as customers. It is undoubtedly that the paper will strengthen the determination and working of applicable aims with an accurate planning to the EU.

Key words: European Union, Tourism Policy, Turkey, Tourism.

*Yrd. Doç. Dr., Celal Bayar Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi, Coğrafya Bölümü.

GİRİŞ

Günümüz dünyasında ekonomik, sosyal ve teknolojik açıdan çok büyük değişiklikler yaşanmakta ve ülkelerin etki alanlarına göre herhangi bir yerde meydana gelen bir olay tüm dünyayı etkileyebilmektedir. Birçok açıdan ülke sınırlarının kalkması, ülkeler arasında vizesiz geçişlerin yaşanması, internetin yayılması ile birlikte insanların ve kültürlerin birbirini daha ya kından tanınması hiç şüphesiz yaşanan bu değişimlerde ana etkenlerdir. Ülkeler arasındaki ekonomik, siyasi, sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi; ideolojik ayrımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi, farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi tanınması, ülkeler arasındaki ilişkilerin yoğunlaşması (Emekli vd.2007: 2) olarak tanımlanan küresel-

leşme, Dünya’da yaşanan bu değişimin tek kelime ile ifade edilmiş şeklidir.

Küreselleşme olgusunun artan bir biçimde devam etmesinde en büyük etkenlerden birisi turizmdir. Çok boyutlu olay ve ilişkiler bütünü olan turizm (Emekli vd. 2007: 4), insanların bir toplum içinde birlikte yaşamlarının belirli bir yönünü oluşturan sosyal bir olay olarak kabul edilir (Berber 2003: 205).

İnsan ve yaşadığı çevre arasındaki ilişkiyi kendi ilkeleri doğrultusunda inceleyen coğrafya bilimi ile turizm arasında sıkı bir bağ vardır. Hiç şüphesiz herhangi bir yerin turizm potansiyelinin belirlenmesinde o yörenin doğal ve beşeri özellikleri doğrudan etkilidir. Aynı zamanda bir planlama bilimi olan coğrafya (Özçağlar 2006: 213), potansiyeli olan turizm bölgelerinin planlamasında da önemli bir rol oynar.

Belirli bir sorunun çözümü için geleceğe yönelik olarak alınması gereken önlemlerin ve benimsenen ilkelerin bütünü (Torunoğlu 2013: 28) olarak tanımlanan politika, ulusal ve yerel çaptaki konuların çözümünde ana stratejiyi belirler. Turizmle ilgili yapılacak politikalarda, o bölgenin doğal ve beşeri özelliklerinin göz ardı edilmesi düşünülemez. Dolayısıyla turizm alanlarının unsurlarını kendi perspektifi açısından inceleyen coğrafyanın da turizm politikasının belirlenmesinde belirli bir rolü vardır.

Türkiye 2006 yılının sonlarına doğru ulusal çapta bir turizm stratejisi ve buna bağlı olarak da 2007 – 2013 yılları arasında kapsayan bir eylem planı hazırlamıştır. Bu strateji belgesinde amaçlanan ise turizmden daha çok gelir elde etmek ve turizm potansiyeli olan bölgelerin gelişmesini sağlamak olarak ifade edilmiştir.

Avrupa Birliği’ne tam üye olmak yolunda ilerleyen bir Türkiye’nin, atacağı her adımda AB müktesebatına paralel olmayan herhangi bir düzenleme ya da politika belirlemesi düşünülemez. Bu politikaların başında gelen

konulardan birisi de turizmdir. Çünkü çok boyutlu olaylar ve ilkeler bütünü olan turizm ile ilgili politikalar belirlenirken; birçok açıdan birbiriyle bağlantılı olan çevre, ekonomi, kalkınma gibi politikalarının da göz ardı edilmemesi gerekir.

Bu çalışma katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanmış olan ve Türkiye’de yeterince kullanılmayan potansiyelin daha verimli kullanılmasını sağlamak ve ülkemizin turizmden elde edeceği gelirin payını artırmak amacı ile hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023’ün AB’nin turizm politikaları ışığında incelenmesini amaçlamıştır. Çalışma ile AB’nin turizmde uyguladığı politikaların irdelenmesi ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023’ün AB politikalarına ne derece uyumlu olduğu, güçlü ve zayıf yanlarının neler olduğunun ortaya çıkarılması ve bu doğrultuda öneriler sunulması hedeflenmiştir. Sosyo - ekonomik coğrafyanın bütün konularıyla ilgili bir dal olan turizmin (Özçağlar 2006: 181) ve turizmle ilgili yapılacak planlamalar ile uygulanacak politikaların coğrafi unsurlardan bağımsız olarak değerlendirilemeyeceği göz önüne alındığında, coğrafyanın temel ilkeleri ışığında yapılan bu tarz bir çalışmanın önemi yadsınamaz bir gerçektir.

Araştırmanın temelini konu ile ilgili yapılan çalışmaların analizi oluşturur. Bu kapsamda hem AB hem de Türkiye’nin turizmi ile ilgili literatür taranmış; Kültür Bakanlığı, TÜİK ve TÜRSAB’dan alınan verilerle de çalışma desteklenmiştir. Alınan istatistiklerle AB’nin Türkiye turizmi için ekonomik açıdan önem ilişkisi kurulmaya çalışılmış; Türkiye Turizm Stratejisi 2023’ün incelenip analiz edilmesi ile de AB turizm politikalarının bu stratejideki etkisinin göz önüne koyulması hedeflenmiştir.

Coğrafya, Turizm Coğrafyası, Turizm ve Turizm Politikası İlişkisi

İnsan ile doğal çevre arasındaki ilişkiyi kendi ilkeleri doğrultusunda inceleyen coğrafya; olayları, olguları, sorunları ve çözüm önerilerini her iki taraf açısından incelemesi nedeniyle diğer birçok bilim dalına göre avantajlı durumdadır. Turizmde çekicilik çok önemli bir faktördür ve coğrafi bilgilere büyük bir bağlılık gösterir. Çekicilik kaynaklarına bağlı olarak çok çeşitli turizm türleri ve turistik etkinlikler ortaya çıkmaktadır. Kıyı-deniz turizmi, kırsal turizm, yayla turizmi, eko turizm, kültürel turizm, inanç turizmi, kış turizmi, doğa yürüyüşleri, bisiklet turları, yamaç paraşütü, atlı doğa yürüyüşleri gibi çoğaltabileceğimiz turizm ile ilgili pek çok kavram isimlerinden de anlaşılacağı gibi coğrafyadan esinlenmekte, hatta turistik çekiciliklere uygun turizm türlerinin geliştirilmesi coğrafyanın gücünü kanıtlamaktadır (Emekli 2006: 53).

Beşeri Coğrafyanın alt dalları arasında yer alan Turizm Coğrafyası, turistik yerlerin her türlü doğal özellikleri ile turistik merkezlerde yaşanan insan kaynaklı sorunların nedenlerini ve çözüm önerilerini sunması ile son yüzyılda önemi artan bir bilim dalı olmuştur. Turizm Coğrafyasının turizm için iki önemli işlevi vardır. Birincisi, turistik merkezlerin her türlü doğal özellikleri ile coğrafi mekan arasında ilişki kurarak tanıtım ve pazarlama görevi görmesi; ikincisi ise turizm potansiyeli olan yerler ile ilgili olarak planlama önerileri sunmasıdır (Soykan 2000: 43).

Turizm bir ilişkiler bütünü olduğu için mekanı etkilemekte ve ondan da etkilenmektedir. Özellikle turistlerin çıkış – varış noktası ve bu iki nokta arasındaki mesafede yaşanan değişiklikler turizmde üç ayrı mekanın var olduğuna dikkat çekmekte, turizm – coğrafya ilişkisini güçlendirmekte, sonuçta; turizm yoluyla coğrafi mekanda farklılıkların yerleşmesine yol açmaktadır (Emekli 2007: 693). İnsanın yaşadığı mekanla arasındaki ilişkiyi karşılıklı olarak inceleyen coğrafya ve coğrafyacılar, turizm coğrafyası aracılığıyla turizm merkezlerinin tanınması ve planlanma önerilerini sunması nedeniyle turizm politikalarının belirlenmesinde etkin rol oynamalıdır.

Uzun süreli rekreasyonel bir faaliyet (Özçağlar 2006: 182) ve sürekli yaşanan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklama (Alaca 1997: 1) olarak ifade edilen turizm; dinlenme, eğlence, ticari ve mesleki faaliyet amacı ile birçok halde de özel toplantılar veya olaylar nedeniyle yapılan seyahatlerin tümü (Berber 2003: 206) şeklinde tanımlanmaktadır.

Günümüzde turizm, ülkeler arasındaki ilişkilerin gelişmesi ve kültürel etkileşimin sağlanmasında önemli bir rol üstlenmiştir. Küreselleşmeyi toplumsal ve ekonomik açılardan kolaylaştıran ve önemli bir uluslararası mali yanı olduğu ifade edilen turizm, bazı hesaplara göre en büyük ekonomik faaliyettir (Tümertekin vd. 2007: 63). Dünyada özellikle son elli yıllık dönemde yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik gelişmeler turizm kavramının algılanmasında ve pratiğinde önemli değişime neden olmuştur. Bu değişim ve dönüşüm turizm sektöründe sadece niteliksel (turist sayısındaki artış, turizm gelirlerindeki yükseliş, vb.) olarak değil, aynı zamanda niceliksel (turizm isteminde ve tercihlerinde) olarak da kendini göstermiştir (Ayдын 2012:39).

21.yüzyılda küresel ekonominin üç büyük unsur tarafından yönetileceği düşünülmektedir. Bunlar: bilgi teknolojileri, telekomünikasyon ve turizmdir (Shuraiki 2001:274). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2013 Aralık ayı raporunda uluslararası turist sayısının 2013 yılında % 5 artarak 1 milyar 87 milyona ulaştığı ifade edilmiş ve 2014 yılı için % 4 ile % 4,5 arası bir büyümenin olacağı belirtilmiştir (<http://www.turob.com>).

(15.01.2014). Yine UNWTO'nun verilerine göre 2012 yılında uluslararası turizm gelirleri 1.079 milyar dolar olurken en çok gelir elde eden kıta Avrupa kıtası olmuştur (<http://media.unwto.org/press-release/2014-01-20/international-tourism-exceeds-expectation-s-arrivals-52-million-2013> (06.01.2014)). Uluslararası ölçekte geniş istihdam olanakları yaratan bir sektör olan turizm dünyada yaklaşık 300 milyon insanı istihdam etmektedir. Başka bir ifadeyle; dünyada her 16 çalışandan biri turizm sektöründedir ve tüm uluslararası sermaye yatırımlarının yaklaşık % 7'si turizm alanına yapılmaktadır (Emekli 2005: 100). Tüm bu veriler ışığında turizmin Dünya ekonomisinde önemli bir yerinin olduğu kuşkusuzdur.

Ekonomik olarak birçok ülke için önemi gittikçe artan ve önemli bir döviz girdisi ve istihdam sağlayan turizm (Desbiolles 2004: 1192); ödemeler dengesine etkisi, istihdam ve gelir yaratması, katma değer çok yüksek olması, alt yapı ve üst yapıya olumlu etkileri ve diğer sektörlerle etkisi nedeniyle özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından önemli bir sektör konumuna gelmektedir (Çakırer 2013: 3). Turizm sektörü, özellikle gelişmekte olan ülkelerde istihdama ve ihracata olan katkısı ile *Bin Yıl Kalkınma Hedefleri*'nden yoksullukla mücadele, çevresel sürdürülebilirlik, kalkınmada küresel ortaklık gibi hedeflere katkı yapacak kilit sektör olarak da konumlandırılmıştır (TÜSİAD 2012: 17). Ayrıca turizm sektörünün, bölgesel kalkınma ve kaynakların etkin kullanımı konusunda büyük bir yeri ve önemi vardır. Özellikle bölgeler arası dengesizliğin giderilmesinde turizm sektörü, tarım ve sanayide yeterli kaynak ve gelişme imkanına sahip olmayan ama zengin bir turistik arz verilerine sahip bölgelerin, planlı ve etkin bir turizm politikaları uygulamaları sonucunda turistik yönden dengeli bir şekilde kalkınmalarını sağlayacaktır (Çeken 2008: 298).

Turizm genellikle marjinal ekonomileri canlandırmak, iş ve gelir yoluyla kalkınmayı teşvik etmek için bir araç olarak kullanılır (Liu vd. 2006: 159). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2023 yılında Dünya'daki toplam turizm gelirinin 2 trilyon dolara ulaşacağını hesaplarırken, turist profilinde ciddi değişiklikler olacağını ve ülkelerin de turist çekmek için kıyasıya bir rekabete gireceğini duyurmaktadır (Çakırer 2013: 9). Bir yandan küreselleşme, öbür yandan neoliberalizm geleneksel kalkınma politikalarının sorgulanmasına yol açarken (Yavan 2013:520), küreselleşme olgusuyla birlikte dünyada meydana gelen bir takım ekonomik, siyasal, teknolojik, hukuki ve kültürel değişimler; hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin kalkınmalarında uyguladıkları politikaları tekrar gözden geçirmelerini zorunlu hale getirmiştir (Çeken vd. 2007: 1). UNWTO'nun, önümüzdeki yirmi yılın temel eğilimleri ve tüketici profiline ilişkin olarak yaptığı araştırma

sonuçlarına göre; turizmde 3S'nin yani deniz, kum ve güneşin (sea, sand, sun) yerini 3E yani heyecan, eğlence ve eğitim (exciting, entertainment, educational) alacaktır (Çakırer 2013: 9). Bu da ülkelerin turizmle ilgili politikalarını ve stratejilerini değiştirme ve geliştirmelerini zorunlu hale getirmiştir.

Son yıllarda birçok hükümetler, politikacılar ve girişimciler tarafından sık kullanılan bir kavram haline gelen turizm politikasının temelinde turizm sektörünün geliştirilmesi ve yönlendirilmesi hedefi vardır. Hedefleri ve prosedürleri içeren genel bir üst düzey plan anlamına gelen politika (Shuruaiki 2001: 274) kavramının turizme uyarlanması özellikle 21. yüzyılda kişilerin dünyaya bakışlarının ve farklı turizm türleri arayışı içinde olmalarına bağlı olarak gerçekleşmiştir. Turizm politikası çoğunlukla bir ulusun genel ekonomik politikası içinde yer alır ve belediye, eyalet ya da federal düzeyde turizmle ilgili hedeflere ulaşmak için tasarlanmış bir kamu politikası (Shuruaiki 2001: 274) olarak ifade edilir. Planlaması yapılan yerin coğrafi farklılıklarıyla sıkı bir bağlantı içinde olan turizm politikası (Church vd. 2000: 313) bir ülkenin tüm insanlarına turizme katılarak maddi ve manevi dinlenme olanaklarını sağlamak, çevreyi koruyarak turizm ihtiyaçlarının karşılanması için gereken en uygun alt ve üst yapıyı kurmak amacı ile kamu yönetiminin turizm alanına dolaylı ve dolaysız her türlü müdahalesi olarak tanımlanır (Alaca 1997: 19). Bu bakımdan turizm sektörünün teşvik edilmesi ve korunması büyük ölçüde devlete düşen bir görevdir (Toker 2007: 81).

Türkiye – AB İlişkileri

Bulunduğu coğrafi konumu, tarihsel ilişkileri, ekonomik ve sosyal özellikleri nedeniyle Avrupa kıtası ile güçlü bir bağı olan Türkiye'nin AB ile ilişkileri 1950'li yılların sonlarında başlamış ve 31 Temmuz 1959 tarihinde birliğe ortaklık ilişkisi kurmak amacıyla başvurması ile de resmîyet kazanmıştır. 1 Aralık 1964 yılında yürürlüğe giren Ankara Antlaşması ile birliğe ortak ülke konumuna gelen Türkiye'nin Roma Antlaşması'ndan doğan yükümlülükleri üstlenebilecek duruma geldiğinde tam üye olması öngörülmüştür.

Bir süre durgunluk dönemi yaşayan Türkiye – Avrupa ilişkileri, 16 Eylül 1986'da Türkiye – Birlik Ortaklık Konseyi'nin bakanlar düzeyinde toplanmasıyla yeniden canlanma aşamasına gelmiştir. Öte yandan 17 Ekim 1986'da Türkiye'de Avrupa Birliği ilişkilerinden sorumlu bir devlet bakanlığı kurulmuş ve Türkiye'nin 14 Nisan 1987 tarihinde AB'ye tam üye olmak için resmen başvurmasıyla yeni bir aşamaya gelinmiştir. Böylece Türkiye – Avrupa ortaklık ilişkilerinde 1970'li yıllardan günümüze kadar süren belirsizlik ortadan kaldırılarak ilişkilere süreklilik ivmesi kazandırılmıştır (Avcıkurt 1997: 19).

10-11 Aralık 1999 tarihlerinde Helsinki'de yapılan zirvede Türkiye'nin tam üyeliğe adaylığı tescil edilerek Avrupa Birliği ile uzun bir geçmişi bulunan ilişkilerde yeni bir dönem başlamıştır. 17 Aralık 2004 tarihli Brüksel Zirvesi, AB-Türkiye ilişkilerinde bir dönüm noktası olmuştur. Zirvede Türkiye'nin siyasi kriterleri yeterli ölçüde karşıladığı belirtilerek 3 Ekim 2005 tarihinde müzakerelere başlanması önerilmiştir (<http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=4> (17. 01.2014)).

Türkiye'ye gelen turistlerin ülkelerine bakıldığında Almanya ve Rusya ilk sırada yer alırken Avrupa kıtasından gelenlerin oranı 2012 yılında % 57,36 olmuştur (<http://www.ktbyatirim.isletmeler.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html> (10.01. 2014)). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin çoğunun AB ülkelerinden gelmesi ve Türkiye'nin dünya turizm pazarında AB ülkeleriyle rekabet içinde olması nedeniyle AB'nin turizm politikası, Türkiye'yi yakından ilgilendirmektedir (Emekli 2005: 101). Hem AB ile Türkiye arasındaki siyasi ilişkiler hem de AB'den Türkiye'ye gelen turist sayısındaki fazlalık nedeniyle Türkiye'de oluşturulacak turizm politikasında AB turizm politikalarının temel belirleyici olması kaçınılmazdır.

AB Turizminin Gelişimi ve Turizm Politikaları

Avrupa'yı bölen engellerin kaldırılarak ve devletlerin ekonomik, sosyal gelişimi ortak girişimlerle sağlanarak (İnceoğlu 2005: 231) kurulan ve ulus üstü (Ünal 2007: 3) bir örgüt olarak tanımlanan AB, pazardaki % 53'lük hakimiyetle dünyanın en büyük turizm bölgesidir. GSYH'sinin % 5,5'i turizmden elde edilen AB'de turizm ile ilgili faaliyetlerde istihdam edilen kişi sayısı 9 milyondur. Bu rakam toplam AB istihdamının % 6'sını temsil eder ve özellikle az gelişmiş ve çevre bölgelerde önemli bir iş yaratma kaynağı olarak görülür (<http://emrebahar.blogspot.com.tr/2012/02/avrupa-birligi-tuketici-politikalarinn.html> (07.01. 2014)). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre 2013 yılında 563 milyon kişi ile Avrupa kıtası en fazla turist çeken kıta olmuştur. Bu dönemde en fazla turist ziyaret ettiği ülkeler sıralamasında AB üyesi olan Fransa ilk sırada yer alırken; diğer üye ülkelerden İspanya, İtalya, Almanya ve Birleşik Krallık ilk 10 ülke içerisinde yer almıştır. Tüm bu veriler AB için turizmin önemini gözler önüne sermektedir.

Turizm AB için önemli bir ekonomik faaliyet ve kültürlerin kaynaşmasında önemli bir araç olarak görülmesine rağmen AB'nin turizm konusunda belirgin bir provizyonu bulunmamaktadır (Karakuş 2003: 3). Bu durumun nedenlerine bakıldığında turizmin ulaşım, hareket serbestliği, çevre, bölgesel politika gibi birçok konuyla iç içe olması, üye ülkeler arasında rekabet düzeylerinin farklı olması ve sorunları AB bünyesinde

çözecek bir AB organının olmaması gösterilebilir (Dinçer 1997:9 3).

Avrupa Birliği'nin turizme bakışı olumlu yönüyle değerlendirildiğinde turizmin uyum (choesion) konusunda itici bir güç oluşturduğu görülmekte ve bu açıdan turizm, kültürleri bir araya getiren ve *Avrupa Kimliği* yaratan bir kavram olarak tanımlanmaktadır. Özellikle 1980'den sonra turizm sektörünün uluslararası alanda yarattığı ekonomik ve politik etkilerinin yanında; döviz kazandıran, istihdam sağlayan yapısının anlaşılması ve turizm yatırımlarının geri dönüşümünün birçok yatırıma oranla daha çabuk olması sektörün öneminin tüm dünyada olduğu gibi Avrupa Birliği'nde de anlaşılmasına ve AB gündemine aşama aşama girmesine neden olmuştur (Ünal 2007: 6). Avrupa Birliği, 1990'ların başına kadar turizm sektörünün bölgesel kalkınma ve istihdam yaratmadaki önemini bilincinde olmakla birlikte, sektörel yaklaşımda bulunmamayı tercih etmiş ve turizm alanındaki faaliyetleri dolaylı olarak sürdürmüştür (Emekli 2005: 101).

AB'de turizm politikasının oluşturulmasına yönelik ilk ciddi yaklaşım, 1984 yılının Nisan ayında üye ülkelerin bir karar tasarısı çerçevesinde komisyonu harekete geçirmeleri ile başlamıştır. Çeşitli komite ve grupların Avrupa Parlamentosu'ndaki artan rolü, özellikle Akdeniz ve Güney Avrupa ülkelerinden tam üyelik konusunda giderek artan talep, turizmin ekonomik ve sosyal gücünün daha iyi anlaşılmasına yol açarak AB'de geniş bir turizm politikasının çatısının kurulmasını sağlamıştır. 1985 yılında turizme biraz daha yer verilerek, Ulaştırma Müdürlüğü (DG VII) bünyesi içinde küçük bir turizm birimi kurulmuştur (Avcıkurt 1997:71). Avrupa Parlamentosu 1988 yılında aldığı bir kararla 1990 yılını *Avrupa Turizm Yılı* ilan etmiş ve ilk defa turizmin AB kaynaklarından doğrudan desteklenmesinden söz edilmiştir (<http://kariyer.turizm gazetesi.com/articles/article.aspx?id=19487> (24.12.2013)). Temmuz 1992'de Avrupa Birliği Başkanlar Konseyi, turizm olgusunun birlik seviyesinde ele alınması gereğini deklare etmiştir. Bu deklarasyonun amacı; turizmi daha da güçlendirmek, bununla ilgili milli politikalar geliştirmek ve sektörün tüm aktörlerini, kamu ve özel sektörü, bu konuda spesifik önlemler almaya teşvik etmektir. 1994 Nisan ayında Avrupa Birliği Komisyonu *Green Paper (Yeşil Kitap)* olarak adlandırılan, birlik içerisinde turizmin rolünü belirleyen bir çalışmaya başlamış (Karakuş 2003: 3) ve çalışma sonunda AB'nin turizm politikası ile ilgili seçenekler sunulmuştur.

1 Ocak 1997 yılında Avrupa Birliği turizmini geliştirmeyi amaçlayan PHILOXENIA isimli bir program yürürlüğe girmiş ve turizm aracılığıyla AB içinde istihdamın ve büyümenin artması hedeflenmiştir.

Toplam bütçesi 25 milyon Euro olan ve dört yıllık bir süreyi kapsayan bu program ile ayrıca birlik içinde turizm kalitesinin yükseltilmesi, turizme ilişkin finansal ve yasal konular ele alınmıştır (Ünal 2007: 10).

2001 Avrupa Komisyonu *Working Together For the Future of European Tourism* belgesi ile Avrupa'nın turizm sektörünün rekabet gücünden nasıl yararlanılacağı konusundaki fikirlerini sunmuştur. 2002 yılında ise turizm özelindeki ilk konsey kararı alınmış ve turizmin AB yasamalarından etkilenmesinin sıkı takibini talep eden ve Avrupa'nın bir destinasyon (varış yeri) olarak tanıtılmasında yeni fırsatlar yaratılmasının araştırılması önerilmiştir (http://www.tursab.org.tr/tr/ab-ve-turizm/avrupa-birligi-ve-turizm_508.html (11.01.2014)).

Şubat 2005'te Komisyon, *Yenilenmiş AB Turizm Politikası* adı altında bir tebliğ yayımlamıştır. Söz konusu belgeye göre; Avrupa turizm alanında rekabet edebilirlik kapasitesini arttırmalı ve turizm sektöründe çok sayıda yönetici ve çalışan olması nedeniyle bunlar arasında diyalog ve işbirliği sağlanmalıdır. Belgede ayrıca, kamusal otoriteler ve turizm sektörü çalışanları arasındaki kuvvetli işbirliği de turizmin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlayacağı ifade edilmiştir (Ateşoğlu 2006: 55).

AB turizm sektörü dört ana konu üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bunlar:

- Turizmde yeni teknolojiler kullanarak bilginin paylaşımı ve dağıtımını kolaylaştırmak
- Turizm sektöründe kaliteyi arttırmak için mesleki eğitimin desteklenmesi ve geliştirilmesi
- Turistik ürünlerinin kalitesinin artırılması
- Turizmde sürdürülebilir gelişmenin ve çevre korunmasının desteklenmesi ve geliştirilmesidir (Ünal 2007: 12).

Birlik, turizmin özellikle istihdam yaratıcı etkisini göz önüne alarak yeni üye devletleri bu alanda teşvik etmekte, karar ve tavsiyelerinde bu alana vurgu yapmaktadır (Ateşoğlu 2006: 55). AB turizm alanında özellikle çevre koruma, turizm eğitimi, kırsal, kültürel ve sosyal turizmin geliştirilmesi, turizmin çeşitlendirilmesi, bilgi akışının en üst düzeyde sağlanması, turizm yoluyla bölgesel farklılıkların giderilmesi, turistlerin bilgilendirilmesi ve korunması, turizmde son teknolojilerin kullanılması, turizm istatistiklerinin geliştirilmesi konularına son derece büyük önem vermekte ve sözü geçen bu hususlara ilişkin her türlü tedbir almaktadır.

AB'nin turizm politikalarının altında yatan temel felsefe; büyüme ve istihdama katkıda bulunmak amacıyla rekabeti, kaliteyi ve sürdürülebilir kalkınmayı teşvik etmektir (<http://www.china-up.com:8080/international/case/case/69.pdf> (12.01.2014)). Avrupa Birliği'nin ortak turizm politikaları

Turizm Eylem Planları aracılığı ile desteklenmektedir. Bu planların amaçlarını;

- Az gelişmiş yörelerde turizmi geliştirmek,
- Turistik bölgelerde alt yapıyı desteklemek,
- Çevreyi korumak, doğaya dönüş arzusunun özendirilmesi,
- Ortak kültür mirasına sahip çıkmak yaşatmak,
- Tatillerin yıllık zaman dilimlerini zaman ve mekân boyutunda ayarlamak,
- Turistik mevsimlik yoğunlaşmanın önüne geçmek,
- Turizm istatistiklerini kolay ve anlaşılır hale getirerek isteyen hizmetine sunmak şeklinde özetlemek mümkündür (Emekli 2005: 101).

Avrupa Birliği'nin, turizm ile ilgili ortak politikası olmaması, AB'nin turizmi desteklemediği anlamına gelmemelidir. AB turizmi ortak politikaları konsey kararları, yönergeler, tavsiye ve görüşlerin yanında diğer ortak politikalarla desteklenmektedir. Birlik zaman zaman çeşitli konsey kararları, yönergeler, düzenlemeler, tavsiyeler ve görüşler olarak turizmi desteklemiştir (Ünal 2007: 14) AB'nin turizm ile ilgili dolaylı politikaları doğrudan politikalarından fazladır. Bu durum turizm sektörünün farklılık içeren ve heterojen yapısı ile ilgilidir. AB turizm politikalarını dolaylı olarak etkileyen diğer politikalarını şu şekilde belirtmek mümkündür:

Çevrenin korunması: AB içinde çevre politikası özel bir önem taşır. *Kirleten öder* prensibinin hakim olduğu AB'de yapılacak projelerin yapısal fonlardan destek alınabilmesi için çevreyi dikkate alıcı önlemler içerdiğinin gösterilmesi zorunludur. 2020 yılına kadar uluslararası turizmin % 3,1 oranında artmasının beklendiği Avrupa kıtasında birliğin turizmle ilgili hedefleri ise; kitle turizminin yönetiminin iyileştirilmesi, kıyı ve dağlık alanların korunması, turistlerin çevre bilincinin yükseltilmesi, turizm hizmetlerinin çevre üzerinde daha az etkiye yol açacak şekilde iyileştirilmesidir. Sürdürülebilirlik anlayışının hakim olduğu AB'nin çevre politikalarının turizmle ilgili politikalarda da etkisi fazladır (<http://www.ikv.org.tr/pdfs/4f3a608d.pdf> (24.01.2014)).

Tüketicinin korunması: Avrupa Birliği'nin tüketiciyi koruma politikası, Avrupa vatandaşlarına tüketici olarak haklarının korunduğu garantisini vermeyi amaçlar. AB, turistleri tüketici olarak görür ve bir tüketici olarak turistlerin haklarını garanti altına alır (Karakuş 2003: 22). Avrupa çapında geçerli olan asgari tüketici koruma standartlarına güvenebilmesi AB Komisyonu'nun başlıca hedeflerinden birisini oluşturur. Turizm acenteleri ürünlerin anlaşılır şekilde tanıtılması ve tüketicinin haklarının ihmal edilmemesi ile yükümlüdür

Tek pazar hedefinin gerçekleşmesi: AB içindeki tek pazar ekonomisi ile ürün çeşitliliğinin artırılması ve maliyetlerin azaltılması ile turizmde uluslararası rekabet edilebilirliğin artırılması hedeflenir.

Ekonomik ve parasal birlik: Ortak para birimine geçilmesi ile kurdaki dalgalanmaların ve para değişimindeki maliyetlerin minimize edilmesi ile turizmdeki fiyatlandırma birliği sağlanmış olacaktır.

Ulaşım politikası: Tüm birlik içinde ulaşımın hızlı tren ağı ve hava ulaşımı ile sağlanması sonucunda turist akışının, sayısının artması ve seyahat süresinin azalması amaçlanmaktadır.

Kültürel ve mimari miras: Avrupa kıtasında çok sayıda bulunan tarihi binaların, mimari eserlerin kültürel miras kapsamında alınması, bu eserlerin restore edilerek müze ya da otel olarak dizayn edilmesi AB yapısal fonları tarafından en çok desteklenen projeler arasında yer almaktadır.

Tarım politikaları: AB'nin tarım politikaları turizm doğrudan etkilemektedir. *Agri-turizm* adı verilen turizm çeşidi ile özellikle az gelişmiş kırsal bölgeler turizmde büyük gelir elde etmektedir. AB bünyesinde bulunan Avrupa Tarımını Garanti ve Koruma Fonu (Guadince Section of the European Agriculture Guarantee and Guidance Fund) bu yeni turizm çeşidini desteklemektedir (Karakuş 2003: 21).

Dış ilişkiler ve kalkınma: AB ticaret ve tarifeler konusunda karşılıklı ticaret işbirliğini içeren Uruguay Görüşmeleri'nde özellikle 3. Dünya ülkelerindeki yabancı yatırımcıları çekebilmek için onların otel, yeme – içme, seyahat acenteliği ve tur operatörlüğü ile turist rehberliği konularındaki masraflarını belli koşul ve garantilerle desteklemiştir (Karakuş 2003: 26).

Serbest dolaşım politikası: AB üye ülkeleri arasında serbest dolaşım hakkı olması diğer alanlarda olduğu gibi turizm sektöründe de iyi eğitim almış kişilerin ya da yatırımcıların birlik üyesi ülkelerde hiçbir engel olmaksızın çalışmasını sağlayarak turizm sektörünü olumlu etkiler.

Rekabet politikası: Birlik içinde dengeli bir ekonomik ve sosyal gelişmenin sağlanmasını temel hedef alan AB, turizm de dahil tüm sektörlerde tekelcilikle mücadele eder. Bu amaçla AB içerisinde turizm ve diğer sektörler dahilinde şirketlerin baskın konuma gelmesine ya da büyük ölçekli şirket birleşimlerine izin verilmemektedir. KOBİ'ler AB ekonomisinde önemli bir yer tutar. Avrupa Birliği firmalarını % 99,8'i KOBİ statüsünde olup istihdamın üçte ikisini KOBİ'ler oluşturmaktadır. AB'deki tüm KOBİ'lerin %7,4'ü turizm sektöründe faaliyet göstermekte, turizm sektöründeki işletmelerin % 99'u ise KOBİ niteliğini taşımaktadır. Avrupa'daki uygulamada KOBİ'ler sanayi işletmeleri ile sınırlı

tutulmamakta, turizm sektöründe faaliyette bulunan işletmelerde gerekli şartları karşılamaları halinde KOBİ statüsünde değerlendirilip AB programlarından ve ödeneklerinden yararlandırılmaktadırlar (Ünal 2007: 19).

Araştırma ve geliştirme: Diğer sektörlerde olduğu gibi turizm teknolojisinin gelişmesine yönelik AR-GE projeleri ile turistlerin bilgilendirilmesine yönelik bilgi ağı gibi sistemlerin gelişmesine yönelik yapılan projeler AB tarafından desteklenmekte ve teşvik edilmektedir. Bu amaçla AB üyesi ülkelerle Türkiye gibi birlik üyesi olmayan Akdeniz ülkelerindeki küçük ve orta ölçekli işletmeler arasında bilgi alışverişinin sağlanması hedefleyen *Med-Invest* projesi bu doğrultuda desteklenen projelerdendir.

Yoğun emek gerektiren sektörlerden biri olmasından dolayı AB tarafından yeni üye ve aday ülkelere turizmin yaygınlaşması desteklenmektedir. Turizm sektörü özellikle bölgesel kalkınma ve yeni iş alanları yaratma açısından kurtarıcı sektörlerden biri olarak görülmektedir. Turizm sektörü turistlerin yaptıkları harcamalar üzerinden yeni üye ve aday ülkelere dolaylı olarak sermaye aktarımını da sağlamaktadır. Bir başka deyişle, bütçe açıklarını kapatıcı etkisi olan turizm sektörü, yeni üye ve aday ülkelere daha az riskli görünen ödemeler dengesi tablosu oluşmasına dolaylı olarak katkı sağlamaktadır.(Ateşoğlu 2006: 36).

Türkiye’de Turizm Politikalarının Gelişimi ve Turizm Stratejisi 2023

Dünya’nın birçok ülkesinde olduğu gibi Türkiye’de de turizm; işsizliğe, cari açığa ve diğer ekonomik sorunlara çözüm olarak hükümetlerin en çok üzerinde durduğu sektörlerden birisi olmuştur. Türkiye bulunduğu jeopolitik konumu, tarihi ve kültürel yapısı, doğal güzellikleri, aynı anda farklı iklim özelliklerinin görülebilmesi ve birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması gibi özellikleri nedeniyle turizm potansiyelinin yüksek olduğu ülkelerden birisidir. Türkiye’de 2013 yılında 39.226.226 turiste karşılık 32 milyar dolarlık bir gelir elde edilmiştir. Bu verilere göre Türkiye 2013 yılında gelen turist sayısı açısından Dünya’da 6. sırada yer alırken, turizmden elde edilen gelir açısından ise 10. sırada yer almıştır.

Günümüzde turizm, Türkiye’de imalat sanayinden sonra gelen en önemli döviz kaynağı konumundadır (Hepaktan vd. 2010: 135). 1993 yılında turizm sektöründeki doğrudan istihdamın toplam istihdam içerisindeki payı % 3,56 olan Türkiye’de bu rakam 2001 yılında % 5,10 ve 2010 yılında % 6,70 olarak gerçekleşmiştir. Turizmin dolaylı istihdamdaki payı ise 1993 yılında % 8,90, 2001 yılında % 12,76, 2010 yılında ise 19,81 olmuş ve toplam istihdam içerisindeki payı %

12,46’dan % 26,51’e yükselmiştir (Yanardağ vd. 2012: 45).

Türkiye turizminin gelişim süreci, planlı dönem öncesi (1923-1963) ve planlı dönem (1963 den günümüze) olmak üzere iki ana döneme ayrılmaktadır (Emekli vd. 2007: 11). Planlı dönem öncesinde Türkiye’de turizm sektörüyle ilgili gelişmelere bakıldığında; 1923 yılında Türk Seyyahin Cemiyeti’nin kurulması, 1934’te Turizm Bürosu’nun açılması, 1939 yılında Ticaret Bakanlığı’na bağlı Turizm Müdürlüğü’nün kurulması ve turizmi geliştirmek için çıkarılan kanunlar turizmin gelişmesinde etkili olmuştur (Emekli 2005: 103). 1950 yılında çıkarılan 5647 Sayılı Turizm Müesseseleri Teşvik Kanunu, turizmin geliştirilmesi amacıyla çıkarılan ilk yasal düzenlemedir (Toker 2007: 82). Bu dönemde turizmle ilgili en önemli aşama başta Ziraat Bankası olmak üzere diğer bankaların da katkısıyla 1955 yılında 10 milyon lira sermayeli T.C. Turizm Bankası’nın kurulmasıdır (Alaca 1997: 48).

Planlı dönem olarak kabul edilen 1963 ve izleyen yıllar kalkınma planlarının yapıldığı ve turizmde gelişmelerin ortaya çıktığı bir dönemdir. Bu dönemde bölgeler itibarıyla kaynak envanterleri çıkarılmış, fiziksel planlama çalışmaları yapılmış, teknik altyapı yatırımları gerçekleştirilmiştir. 1963–80 döneminde turizm politikasının temel hedefi turizm yoluyla ödemeler dengesine katkıda bulunmak, döviz gelirlerini arttırmak, yeni istihdam olanakları oluşturmak ve Türk vatandaşlarına tatil yapma olanakları sağlamak olarak özetlenebilir. Turizm Bakanlığı’nun kurulması da bu dönemde atılan en önemli adımlardan biri olmuştur (Yıldız 2011: 58). Planlı dönemde Türkiye ekonomisinde beşer yıllık kalkınma planları damgasını vurmuştur. 1963 – 1977 yılları arasında hazırlanan kalkınma planlarında ülkenin ödemeler dengesindeki açığını kapatmada turizmden yararlanılabileceği belirtilmekte, turist sayısının ve tüketim harcamalarının geliştirilmesi, kitle turizmine yönelik yatırımlara ağırlık verilmesi ve bunun için de özel sektörün desteklenmesi yoğunlaşmaktadır (Ünal 2007: 31).

Özellikle 1982 yılında çıkarılan *Turizm Teşvik Kanunu* (I. Turizm Hamlesi) turizmin bugünkü anlamda gelişmesini hızlandırmıştır (Emekli 2005: 103). Bu yasa ile turizm alan ve merkezlerinin belirlenmesi ve bu alan ve merkezlerde bulunan kamu arazilerinin yatırımcıya tahsisi 1982 yılı sonrası yatırım artışlarının önemli nedenlerindedir. Turizmi Teşvik Yasası ve buna dayanarak çıkarılan *Kamu Arazilerinin Turizm Yatırımlarına Tahsisi Yönetmeliği* çerçevesinde 1983 yılında başlatılan uygulama sonucunda 20 milyon m² kamu arazisi turizm yatırımlarına tahsis edilmiştir (Toker 2007: 83).

Türkiye'nin aktif dış turizmi özellikle 1980'lerden itibaren önemli bir gelişme göstermeye başlamıştır. Türkiye bu dönemde popüler bir turist çekim merkezi haline almış, özellikle 1983-1989 yılları arasında turist sayıları ve turizm gelirleri bakımından Türk dış turizminin, diğer geleneksel turizm gelirlerine göre artış oranı bir önceki yıllara karşılaştırıldığında %127 ile rekor düzeye çıkmıştır (Çımat vd. 2003: 2).

Dünya turizminin önde gelen ülkeleri, yerel eylem planlarından bölgesel planlara ve ulusal stratejik planlara kadar bir dizi planı devreye sokarak, turizmi istikrarlı ve sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yönetme çabasında. Çok iyi bir örgütlenme, tutarlı politikalar, mekânsal ve sektörel bütünlük planlamalar, sürekli kaliteyi yükseltme arayışları, turizm pazarındaki rekabet ortamında onları güçlü kılmaktadır (Emekli vd. 2007: 12).

Türkiye'de turizmle ilgili ilk planlamalar 1970'li yıllarda yabancı uzmanlara yaptırılmıştır. Bu kapsamda Kemer Bölgesi'nin turizm gelişimi planlanmış ve proje *Güney Antalya Projesi* adını almıştır. 1975 yılında ise Turizm Bakanlığı bünyesinde *Fiziksel Planlama Grubu* oluşturulmuş ve ülke çapında ciddi ve kapsamlı bir şekilde Türkiye'de turizm planlanmaya başlanmıştır. Ancak bu planlamaların ortak noktası bölgesel ölçekte kalmaları ve uygulama şansı bulamamalarıdır (Sarıçay 2006 : 13).

Tesadüfiliğin ortadan kaldırılması olarak özetlenebilecek (Avcıkurt 1997: 13) stratejik planlamalar ile amaçlanan, uygun politikalar aracılığıyla uzun vadeli planlamanın yapılmasıdır. Bu kapsamda Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023, turizm sektöründe kamu ve özel sektörün yönetim ilkesi çerçevesinde işbirliğini gündeme taşıyan ve stratejik planlama çalışmalarının yönetim ve uygulamasına yönelik açılımlar sağlamasını hedefleyen bir çalışmadır. Katılımcı planlama anlayışı ile hazırlanan bu strateji ile üretim, yönetim ve uygulama süreçlerinde sektörün önüne bir yol haritası konularak yönlendirilmesi temel amaç olarak kabul edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007: 1).

Belgenin yönetici özetinde ülkemizin kitle turizmine hizmet veren kıyı turizminin yanı sıra alternatif turizm (sağlık ve termal turizm, kış sporları, dağ ve doğa turizmi, yayla turizmi, kırsal ve eko-turizm, kongre ve fuar turizmi, kruvaziyer ve yat turizmi, golf turizmi, vb.) türleri açısından da eşsiz imkanlara sahip bulunduğu dikkat çekilerek bu potansiyelin rasyonel anlamda kullanılmadığı ifade edilmiştir. Yazının devamında Türkiye Turizm Stratejisi 2023 ve Eylem Planı 2013 ile ülkenin doğal, kültürel, tarihi ve coğrafi değerlerini koruma-kullanma dengesi içinde kullanmayı ve turizm alternatiflerini geliştirerek turizmden alınacak

payın artırılmasının hedeflendiği belirtilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007: 1).

Turizm Stratejisi 2023; vizyon, planlama, yatırım, örgütlenme, iç turizm, araştırma ve geliştirme, ulaşım ve alt yapının güçlendirilmesi, tanıtım ve pazarlama, eğitim, hizmet kalitesi, kentsel ölçekte markalaşma, turizmin çeşitlendirilmesi, mevcut turizm alanlarının rehabilitasyonu, turizm gelişim bölgeleri, turizm gelişim koridorları, turizm kentleri ve eko- turizm olarak bölümlere ayrılmış; her bir bölüm için ayrı ayrı strateji ve hedefler oluşturulmuştur (Tablo 1).

Tablo 1: Türkiye Turizm Stratejisi 2023 İlkeler ve Hedefler

Stratejiler	İlkeler	Hedefler
Planlama	Ekonomik gelişimi destekleyen; fiziksel düzeyde uygulanabilir; toplum yönelimli ve sürdürülebilir turizm ilkesini içeren bir planlama yaklaşımının ortaya konması	Variş noktası odaklı planlama
Yatırım	Teşvikler ile turizm sektöründe yatırımların artırılması	Teşviklerin sağlanması
Örgütlenme	<i>İyi Yönetişim</i> ilkesi çerçevesinde ulusal, bölgesel, il ve noktasal düzeyde turizm sektörü ile ilgili kamu, özel sektör kuruluşları ve STK'ların karar verme süreçlerine katılımlarını sağlayacak konseyler bazında kurumsallaşmaya gidilmesi	Yeni kurumsal yapı için yasal düzenlemenin gerçekleştirilmesi ve turizm konseylerinin kurulması
İç turizm	İç turizmde toplumun farklı kesimlerine uygun kalite ve fiyatta turistik ürün alternatiflerinin sunulması	İç turizmin tanıtımı, desteklenmesi ve çeşitlendirilmesi
Araştırma ve Geliştirme	Turizm sektöründe AR-GE'nin kamu, özel sektör ve turizm sektöründeki kuruluşlar arasında öncelikle ele alınması	Markalaşma ve sürdürülebilir AR-GE
Ulaşım ve alt yapının güçlendirilmesi	Hızla gelişen turizm sektörünün yoğunlaştığı yerleşmelerin altyapı ve ulaşım sorunlarının giderilmesi	Yolların geliştirilmesi ve alt yapı sorunlarının giderilmesi

Tanıtım ve pazarlama	Ulusal, bölgesel ve yerel ölçekte markalaşmanın hedeflenmesi, ulusal tanıtım ve pazarlamaya ek olarak varış noktası bazında tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine başlanması	Süreçlerin belirlenmesi, kamu – özel sektör işbirliğinin sağlanması, iyi imaj yaratılması
Eğitim	Turizm eğitiminin meslek odaklı olması ve ölçülebilir olması	Nitelikli eleman yetiştirilmesi
Hizmet kalitesi	Turizm sektörünün her bileşeninde toplam kalite yönetiminin etkin kılınması	Kalite anlayışı bilinci sağlamak ve kaliteyi ölçülebilir kılmak
Kentsel ölçekte markalaşım	Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılması	Fiziksel - sosyal ve kültürel aksların düzenlenmesi
Turizmin çeşitlendirmesi	Alternatif turizm türlerinden öncelikli olarak sağlık turizmi, termal turizm, kış turizmi, golf turizmi, deniz turizmi, eko turizm, yayla turizmi, kongre ve fuar turizminin geliştirilmesi	Turizm sezonunun bütün bir yıla yayılması ve turizm ürününün çeşitlendirilmesi
Mevcut turizm alanlarının rehabilitasyonu	Kitle turizminin yoğun olarak geliştiği alanların altyapısının ele alınarak güçlendirilmesi ve bu bölgelerdeki turizm sezonunun tüm yıla yayılabilmesi	Altyapı birliğinin sağlanması
Turizm gelişim bölgeleri	Varış noktası olarak geliştirilecek ve birden fazla ili kapsayan turizm gelişim bölgelerinde yerel ve bölgesel kalkınmada turizmin güçlü bir araç olarak kullanılması	Tematik bölgelerde turizm çeşitliliği ve idari yapılanmanın gerçekleştirilmesi
Turizm gelişim koridorları	Belli bir güzergahın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek belli temalara dayalı olarak turizm amacıyla geliştirilmesi	Gelişim koridorlarında turizm çeşitliliği ve idari yapılanmanın gerçekleştirilmesi
Turizm kentleri	Dünya ile yarışabilen markalaşan turizm yerleşmelerinin planlanması	Turizm çeşitliliğinin gerçekleştirilmesi
Eko turizm bölgeleri	Doğa temelli turizmin planlı gelişim	Tarım dışı istihdam alanlarının yaratılması

Kaynak: Türkiye Turizm Strateji 2023'e dayanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

Belgede belirlenen stratejik yaklaşımlar çerçevesinde yapılacak çalışmaların tamamlanması, geliştirilmesi öngörülen bölgelerdeki altyapı ve konaklama ihtiyaçlarının karşılanması durumunda; 2023 yılında 63 milyon turist, 86 milyar \$ dış turizm geliri ve turist başına yaklaşık 1.350 \$ harcamaya ulaşılması öngörülmektedir. Hükümet hedeflerinde bu rakamlar 50 milyon turist ve 50 milyar USD turizm geliri olarak revize edilmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı 2007: 3).

Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te; turizmde temel amaç gelişmenin sürdürülebilir olması, kaynakların doğru kullanımı ile bugünkü ve gelecekteki toplumların yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ana hedef olarak tespit edilmiştir. Ayrıca; AB ile bütünleşme aşamasındaki Türkiye'nin, turizm sektöründe tam bir uyum için ekonomi, mevzuat ve örgütlenme açısından ciddi adımlar atmak zorunda olduğu belirtilmiştir (Sarıçay 2006: 15). Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin çoğunun AB ülkelerinden gelmesi ve Türkiye'nin dünya turizm pazarında AB ülkeleriyle rekabet içinde olması nedeniyle AB'nin turizm politikası, Türkiye'yi yakından ilgilendirmektedir. AB ülkelerinde turistik hizmet kalitesinin artması ve turizm faaliyetlerinin çeşitlenmesi karşısında Türk turizm politikaları Türkiye'ye yönelik talep açısından önem taşımaktadır (Emekli 2005: 101). Tablo 2'de AB turizmine temel oluşturan politikaların Türkiye Turizm Stratejisi 2023 içerisinde hangi bölümlerde yer aldığı ve bununla ilgili stratejiler gösterilmiştir.

Tablo 2: AB Turizmini Etkileyen Politikalar ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 İçindeki Yeri

AB Turizmini Etkileyen Politikalar	Türkiye Turizm Stratejisi 2023
Çevrenin korunması	* Vizyon: Sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenmesi * Planlama: Sürdürülebilir turizm ilkesini içeren bir planlama yaklaşımının ortaya konması * Ar-Ge: Çevreyi dikkate alan sistemlerin araştırılması * Ulaşım: Artan çevresel duyarlılık sonucu demiryolu taşımacılığına önem verilmesi * Tanıtım ve Pazarlama: Avrupa ülkelerindeki pazar payını sürdürülebilir turizm ürünlerinin tanıtımıyla artırılması * Eğitim: Yerel yönetimlerin çevre kalitesini artırıcı yönlendirmeler yapmasını sağlanması * Hizmet Kalitesi: Turizmin yoğun olduğu yerlerdeki çevre sorunlarının yerel yönetimlerle işbirliği ile çözülmesi * Eko - Turizm Bölgeleri: Doğa temelli turizmin sürdürülebilirlik ilkesi kapsamında planlı gelişimi

Tüketicinin korunması	* Hizmet Kalitesi: Müşteri memnuniyetinin artırılması * Eğitim: Turizmde çalışanlara her turiste eşit ve dürüst hizmet verme ahlakının kazandırılması
Ulaşım politikası	* Vizyon: Turizm ile ilgili ulaşım yatırımlarında özel sektörün etkinliğinin artırılması * Planlama: Turizmin yoğunlaştığı yerlerdeki altyapı sorunlarını yerel yönetim işbirliğiyle çözülmesi * İç Turizm: Ulaşım niteliğinin iyileştirilip seyahat olanaklarının geliştirilmesi * Ulaşım ve Altyapı: Turizmin yoğunlaştığı yerlerde altyapı ve ulaşım sorunlarının giderilmesi * Hizmet Kalitesi: Alt ve üst yapı yatırımlarının fiziksel planlara uygun olmasının sağlanması * Kentsel Ölçekte Markalaşma: Havaalanı –kent merkezi toplu taşıma sistemlerinin kurulması * Mevcut Turizm Alanlarının İyileştirilmesi: Ulaşımın niteliğini artırmak için bisiklet ve yaya yolları yapılması * Turizm Gelişim Bölgeleri: Geliştirilmesi öngörülen noktaların ulaşım bağlantılarının güçlendirilmesi
Kültürel ve mimari miras	* Vizyon: Yöresel mimari değerlerin turizmde kazandırılması * Planlama: Kültürel etikliklerden üst düzeyde yararlanma * Kentsel Ölçekte Markalaşma: Zengin kültürel ve doğal değerlere sahip kentlerimizin markalaştırılması * Turizmin Çeşitlendirilmesi: Kaplıca tesislerinde mimarinin tarihsel ve yerel dokuya uygun olarak yapılması * Turizm Gelişim Koridorları: Belli bir güzergahın doğal ve kültürel dokusunun yenilenerek belli temalara dayalı turizm amacıyla geliştirilmesi
Tarım politikaları	* Mevcut Turizm Alanlarının İyileştirilmesi: Kıyı gerisinde kalan alanlarda çiftlik turizmi ve organik tarım yapılması * Turizm Koridorları: Çeşitli koridorlar ile potansiyelin geliştirilmesi * Eko –Turizm Bölgeleri: Eko-turizm uygulanacak kırsal kesimde tarım dışı istihdamın artırılması
Dış ilişkiler ve kalkınma	* Yatırım: turizm sektöründe yabancı sermayenin yatırım yapmasının sağlanması * AR-Ge: Uluslararası pazarda net bir imajın oluşturulması * Tanıtım ve Pazarlama: Rakip ülkelerin durumunun araştırılması ve iyi imaj yaratılmasının sağlanması * Hizmet Kalitesi: Dış pazarlarda değişen tüketici tercihlerini göz önüne alınması * Kentsel Ölçekte Markalaşma: Uluslararası ölçekte faaliyetler düzenlenmesi * Turizmin Çeşitlendirilmesi: Uluslararası kongrelerin Türkiye’de yapılmasının sağlanması

Rekabet politikası	* Vizyon: Bölgesel gelişimde turizmin öncü bir sektör konumuna getirmek * Planlama: Dünya çapında turizm kentleri oluşturmak * Yatırım: KOBİ kapsamındaki tesisler ve acentelere mali destek ve vergi düzenlemeleri sağlamak * AR-Ge: Bölgesel çekiciliklerin rekabet edebilirliklerini artırmak, orta ve küçük ölçekli işletmelere teknik ve danışmanlık yardımı sağlamak * Tanıtım ve Pazarlama: Pazarlama ağını oluşturan firmaların birleşmesi ya da iş birliği yapmasını sağlamak * Hizmet Kalitesi: Artan rekabete bağlı olarak kalite konusunda bilinç geliştirmek ve uluslararası standartlara uyum sağlamak * Kentsel Ölçekte Markalaşma: Yöresel etkinlikler uluslararası standartlara uygun yapılacaktır * Turizmin Çeşitlendirilmesi: Türkiye’nin rekabet gücünün artırılabilmesi için turizmin tüm yıla yayılmasına yönelik farklı turizm çeşitlerinin geliştirilmesi *Turizm Kentleri: Dünya ile yarışabilen turizm yerleşmelerinin planlanması
Araştırma ve geliştirme	*Ar-Ge: Turizm sektöründe Ar-Ge’nin kamu, özel sektör ve turizm sektöründeki kuruluşlar arasında öncelikli ele alınması

Kaynak: Türkiye Turizm Strateji 2023’e dayanılarak yazar tarafından oluşturulmuştur.

SONUÇ

Türkiye 1959 yılında başladığı Avrupa ile bütünleşme macerasında uzun yıllar boyunca AB müktesebatına uyum amacıyla birçok kanun, yönetmelik ve yönerge çıkarmıştır. Tarım, çevre, ekonomik faaliyetler, taşımacılık, balıkçılık gibi 35 ayrı müktesebat konusunda çalışma yapan Türkiye’de, turizm ile ilgili yapılacak herhangi bir planlama ya da çalışmada AB politikalarını göz ardı edilmesi düşünülemez.

Bu çalışma Türkiye’de turizmden elde edilen gelirin payını artırmak ve var olan potansiyel daha iyi değerlendirmek amacı ile hazırlanan Türkiye Turizm Stratejisi 2023’ün AB’nin turizm politikaları ışığında incelenmesini amaçlamıştır. Çalışma ile AB’de turizmi etkileyen politikalar irdelenmiş ve strateji belgesindeki bölümler ile bu politikalar arasındaki benzerlikler ya da farklılıklar bulunmaya çalışılmıştır.

Çalışma sonucunda AB’de geliştirilmeye çalışılan turizm politikasıyla Türkiye’nin turizm politikası arasında büyük ölçüde uyum olduğu görülmüştür. AB’nin turizm politikalarının temelini oluşturan turizmin çeşitlendirilmesi, turizmin ekonomik ve sosyal yararlarının dengeli dağılımı, turizmin insanları ve kültürleri yakınlaştırmak için bir araç olarak kullanılması gibi konuların aynı şekilde Türkiye’nin de öncelikleri arasında olduğu Turizm Stratejisi 2023’te kendini göstermektedir.

Sürdürülebilir turizm ve çevre AB turizm politikasının en önemli hususlarından birisidir. AB’nin ekonomi politikalarının temelinde sürdürülebilirlik ve

çevreye duyarlılık kendini belirgin şekilde gösterir. Yapılacak her türlü yatırımda o faaliyetin çevreye olan etkisinin belirlenmesi ve *kirleten öder* prensibinin hala geçerliliğini koruması AB'nin bu konudaki ciddiyetini gözler önüne serer. Dolayısıyla AB'ye aday ülke durumundaki Türkiye'nin de yapılacak her türlü faaliyette sürdürülebilirlik ilkesini ve çevre duyarlılığını göz önüne alması zorunludur.

Yapılan çalışma göstermiştir ki, Türkiye Turizm Stratejisi 2023'te üzerinde en çok durulan konuların başında çevre duyarlılığı ve sürdürülebilir turizm gelmektedir. Belgenin vizyon kısmında sürdürülebilir turizm anlayışının benimsendiğinin ifade edilmesi ve her bir strateji içinde bu anlayışa dönük hedeflerin koyulması bunun göstergesidir. Çevresel duyarlılık ve sürdürülebilirlik ilkesi AB politikaları açısından bakıldığında strateji belgesinin en güçlü yanlarından birisini oluşturmaktadır.

AB'nin turizm politikasında üzerinde durduğu bir diğer konu ise KOBİ'lerin desteklenmesi ve korunmasıdır. Bu amaçla birlik içinde KOBİ'lere yönelik desteklenmeler çeşitli hibe ve kredilerle sağlanmıştır. Ayrıca sektördeki büyük firmaların birleşmesine izin verilmeyerek KOBİ'lerin korunması hedeflenmiştir. Strateji belgesinde yatırım bölümünde KOBİ'lere teşviklerin sağlanmasının belirtileceği küçük ve orta ölçekli yatırımcıların destekleneceğini göstermektedir. Ancak AB, bu işletmelere sadece parasal destekte bulunmaz. Bununla birlikte onlara her türlü yasal konularda bilgilendirme ve teknolojik iyileştirmelerde de yardımda bulunur. Strateji belgesinde KOBİ'lere parasal teşviklerin sağlanacağını belirtmesi belgenin güçlü yanlarından birisi olmakla beraber, bu ölçekteki firmaların gelişmesinde sadece teşvikin yeterli olmayabileceği de göz önüne alınmalıdır.

AB turizm politikalarında turizmin yıl içine yayılması için turizm çeşitliliğinin sağlanması da üzerinde durulan konulardan birisidir. Turizm Strateji 2023'e göre turizmin geliştirilmesi için en iyi yaklaşım kaynaklar, koridorlar, bölgeler ve kentler gibi sınıflandırmalar yaparak, gerek tanıtım gerekse kullanım kriterleri açısından daha etkili bir yol oluşturmaktır. Sınıflandırma ile potansiyeli olan turizm bölgelerinin alternatif turizm türleri sayesinde daha cazip hale getirilebileceğinin belirtilmesi ve dağ, kongre, fuar gibi farklı turizm türlerine dönük desteklemelerin olacağını belirtmesi Türkiye Turizm Stratejisi 2023'ün diğer bir güçlü yanını oluşturmaktadır.

AB'nin birçok politikasının temelini oluşturan tüketici politikaları hem üye devletler hem de aday ülkelerin dikkat etmesi gereken temel unsurlardandır. AB turistleri tüketici olarak görmekte ve her türlü yasal düzenlemelerle onların haklarını korumaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023'e bakıldığında ise turistlerin

haklarının korunmasına yönelik herhangi bir yasal düzenleme ya da kolaylığın yapılacağına dair bir hedef belirtilmemekte, sadece hizmet kalitesinin artırılması ve turizmde çalışanların eğitilmesi ile ilgili kısımlarda turistlerden bahsedilmektedir. Bir tüketici olarak turistlerin korunması AB turizm politikaları kapsamında Türkiye Turizm Stratejisi 2023'ün en zayıf noktasını oluşturmaktadır.

AB ve Türkiye turizm politikalarını uyumlaştırma sürecinde bir önemli konu da yerel ve bölgesel düzeyde örgütlenmedir. AB tarafından geliştirilmekte olan ortak turizm politikası merkezi yönetimin görevi daha çok asgari işbirliği ve bilgi paylaşmaya yönelik olup, özendirici ve yönlendirici bir özellik taşımaktadır. Bu amaçla AB içinde yerel yönetimlere ve özel sektöre daha çok görevler ve haklar verilmiş, turizmde işbirliği hedeflenmiştir. Turizm Strateji 2023'ün örgütlenme kısmında *iyi yönelişim* ilkesi çerçevesinde özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının karar verme süreçlerine katılabilmesi için konseyler kurulacağı belirtilmiştir. Bu amaçla kamu, özel sektör ve STK'lardan temsilcilerin olacağı Ulusal ve İl Turizm Konseylerinin kurulması hedefi AB turizm politikaları açısından olumlu olacaktır. Buna karşılık Türkiye'de turizm sektöründe sorumluluk üstlenen özel sektör kuruluşlarının örgütlenmelerini henüz tamamlayamamış olmaları nedeniyle kamunun bu amaçla yönlendirme sorumluluğunu yerine getirmesi de zorunludur.

Sonuç olarak AB'nin oluşturmaya çalıştığı turizm politikası ile Türkiye'nin turizm politikalarının bir yansıması olan Turizm Stratejisi 2023 arasında bir uyum olduğu görülür. AB'nin turizm politikalarını belirleyen birçok konu Türkiye'de de sektörel bazda önem verilen ve geliştirmeye çalışılan konulardır. Sürdürülebilir turizm anlayışı, çevrenin korunması, nitelikli eleman yetiştirilmesi ve turizmin çeşitlendirilmesi gibi birçok faktör hem AB'nin hem de Türkiye'nin üzerinde durduğu konulardır.

Hedefi AB'ye tam üyelik olan Türkiye'nin AB müktesebatına en uyumlu olduğu sektör turizm olmakla beraber aşılması gereken eksiklikler de mevcuttur. Alt yapı, turizmin çeşitlendirilmesi, iç turizmin geliştirilmesi, mesleki eğitim, imaj ve markalaşma, turizmin yıl içine yayılması gibi konular her ne kadar Turizm Stratejisi 2023'te yerini bulmuş olsalar da, bunların kağıt üzerinde bırakılmayıp doğru planlama ile gerçekleştirilmesi AB yolunda Türkiye'nin elini güçlendirecektir.

KAYNAKÇA

ALACA, B. Aydemir (1997). *Turizm Politikası, Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri, Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sivas: Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- ATEŞOĞLU, Levent (2006). *Avrupa Birliği Turizm Politikası ve AB ile Türkiye Turizm Sektörlerine Etkileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla: Muğla Sıtkı Koçman Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AVCIKURT, Cevdet (1997). *Avrupa Birliği İle Bütünleşme Sürecinde Türk Turizmi Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir: Balıkesir Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- AYDIN, Oğuz (2012). "AB'de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye'de Kırsal Turizm". *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14 (23) : 39 - 46.
- BEKEN, O. Orçun (2007). *Avrupa Birliği Mali ve Turizm Politikaları, Türkiye Turizm Endüstrisine Olası Etkileri*, Antalya İline Yönelik Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta: Süleyman Demirel Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BERBER, Şakir (2003). "Sosyal Değişme Katalizörü Olarak Turizm ve Etkileri". Selçuk ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 9: 205 – 222.
- CHURCH A., R. Ball, C. Bull ve D. Taylor (2000). "Public policy engagement with British tourism: the national, local and the European Union". *Tourism Geographies*, 2 (3): 312 – 336.
- ÇAKIRER, M. Akif (2013) "Turizm Sektöründe Türkiye'nin Yeni Pazarlama Stratejisi; E- Turizm". *Akademik Bakış Dergisi*, Sayı 37:1 - 18.
- ÇEKEN, H., L. Karadağ ve T. Dalgın (2007). "Kırsal Kalkımda Yeni Bir Yaklaşım Kırsal Turizm ve Türkiye'ye Yönelik Teorik Bir Çalışma". *Artvin Çoruh Ün. Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (1): 1 – 14.
- ÇEKEN, Hüseyin (2008). "Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme". *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C.X, S II: 293 – 306.
- ÇİMAT, Ali ve Bahar Ozan (2003). "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme". *Akdeniz İ. İ. B. F. Dergisi* ,6: 1 – 18.
- DİNÇER, F. İstanbullu (1997). *Avrupa Birliği'nde Turizm ve Uygulanan Politikalar*, İstanbul: Der Yayınevi.
- DESBIOLLES, F. Higgins (2004). "More Than An "Industry": The Forgotten Power Of Tourism As A Social Force". *Tourism Mangement* 27:1192 – 1208
- EMEKLİ, Gözde (2005). "Avrupa Birliği'nde Turizm Politikaları ve Türkiye'de Kültürel Turizm". *Ege Coğrafya Dergisi*, 14: 99 – 107.
- EMEKLİ, Gözde (2006). "Coğrafya, Kültür ve Turizm: Kültürel Turizm". *Ege Coğrafya Dergisi*, 15: 51 – 59.
- EMEKLİ, Gözde (2007). "Turizm Coğrafyası Yaklaşımıyla Türkiye Turizm Stratejisinin Değerlendirilmesi". *Çesme Ulusal Turizm Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 21 – 23 Kasım 2007, Çesme, İzmir. S. 692 – 700.
- EMEKLİ, G., A. İbrahimov ve F. Soykan (2007). "Turizmde Küreselleşmeye Coğrafi Yaklaşımlar ve Türkiye". *Ege Coğrafya Dergisi*, 15:1 -16.
- HEPAKTAN, Erdem ve Serkan Çınar (2010). "Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri". *Celal Bayar Ün. Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (2) : 135 – 154.
- İNCEOĞLU, Sibel (2005). "Türkiye: AB'nin Yetkileri Karşısında Nasıl Bir Egemenlik Anlayışı", *Anayasa Mahkemesi'nin 43. Kuruluş Yıldönümü Nedeniyle Düzenlenen Sempozyum*, Ankara 28-29 Nisan 2005, Anayasa Yargısı 22: 231-251.
- KARAKUŞ, Görkem (2003). *Avrupa Birliği Turizm Politikası*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2007). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007 - 2013*.
- LİU, Abby ve Geoffry Wall (2006). "Planning Tourism Employment: A Developing Country Perspective". *Tourism Management*, 27: 159 – 170.
- ÖZÇAĞLAR, Ali (2006). *Coğrafyaya Giriş*. Ankara: Hilmi Usta Matbaacılık.
- SARIÇAY, N. Yardımcı (2006). *Türkiye Turizm Stratejisi 2023 – Taslak Raporu Genel Değerlendirmesi*. İzmir: İzmir Ticaret Odası.
- SHURAİKİ, Tarafa (2001). "Tourism Policy". *Polityka Gospodarcza*, 5 (6): 274 – 283.
- SOYKAN, Fusun (2000). "Turizm Coğrafyası ve Turizm Planlaması". *Ege Coğrafya Dergisi* , 11: 39 – 55.
- TOKER, Boran (2007). "Türkiye'de Turizm Sektörü Teşviklerinin Değerlendirilmesi". *Yönetim ve Ekonomi*, 14 (2): 81 - 92.
- TORUNOĞLU, Ethem (2013). *Çevre Politikaları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Çevre Mühendisliği Ders Notları.
- TÜMERTEKİN, Erol ve Nazmiye Özgüç (1997). *Ekonomik Coğrafya Küreselleşme ve Kalkınma*. İstanbul: Çantay Kitabevi.
- TÜSİAD (2012). *Sürdürülebilir Turizm*. İstanbul.
- ÜNAL, B. Ayşe (2007). *Türkiye'nin Avrupa Birliği Turizm Politikasına Uyumu*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Bahçeşehir Ün. Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yanardağ, Özgür ve Mehmet Avcı (2012). "Turizm Sektöründe İstihdam Sorunları: Marmaris, Fethiye, Bodrum İlçeleri Üzerine Ampirik Bir İnceleme". *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 3 (2): 39 - 62.
- YAVAN, Nuri (2013). "Küresel Kriz Sonrası Bölgesel Kalkınma Politikalarında Yeni Yaklaşımlar: Dünya Bankası, Avrupa Birliği ve OECD'nin Yaklaşımları" *Coğrafyacılar Derneği Yıllık Kongresi Bildiriler Kitabı 19-21 Haziran 2013*, Fatih Üniversitesi, İstanbul: 520 -534.
- YILDIZ, Zafer (2011). "Turizm Sektörünün Gelişimi ve İstihdam Üzerindeki Etkisi". *Süleyman Demirel Ün. Vizyoner Dergisi*, 3 (5): 54 – 71.
- <http://media.unwto.org/press-release/2014-01-20/international-tourism-exceeds-expectations-arrivals-52-million-2013> (ET: 06.01.2014).
- <http://emrebahar.blogspot.com.tr/2012/02/avrupa-birligi-tuketici-politikalar.html> (ET: 07. 01.2014).
- <http://www.ktbayirimisletmeler.gov.tr/TR,9854/sinir-giris-cikis-istatistikleri.html> (E.T. 10.01. 2014).
- http://www.tursab.org.tr/tr/ab-ve-turizm/avrupa-birligi-ve-turizm_508.html (ET: 11.01.2014)
- <http://www.china-up.com:8080/international/case/case/69.pdf> (ET: 12.01.2014).
- <http://www.turob.com/istatistikler.aspx> (ET: 15.01.2014).
- <http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=4> (ET: 17.01.2014).
- http://tursab.org.tr/dosya/950/16_950_5019684.pdf (ET: 22.01.2014).
- <http://www.ikv.org.tr/pdfs/4f3a608d.pdf> (ET: 24.01.2014).