

Akdeniz Havzası'nda Barış, İstikrar ve Refahın Sağlanması Yönelik Bir Bölgesel İşbirliği Önerisi: Turizm Endüstrisinde Pan-Akdeniz İdeali

Sibel MEHTER AYKIN

Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Öz

II. Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda, kalıcı barış ve istikrarı sağlamak ve ekonomik anlamda rekabetçi üstünlük kazanmak üzere ülkelerin bölgesel işbirliği ve entegrasyona yöneldiği izlenmektedir. 1990'lı yıllara dair veriler, turizm endüstrisinde bölgesel işbirliğine giden kıtaların gerek turizm gelirlerinden gerekse turizm varışlarından aldığı payı attırdığını doğrulamaktadır. Bu bağlamda, 20. yüzyılın son on yılına baktığımızda, global turist gelir ve varışlarında mütemediyen bir artış izlenmesine rağmen, Akdeniz Havzası turizmde genel olarak bir gerileme ve Akdeniz kıyılarındaki geleneksel destinasyonlarda bir duraklama yaşandığı, buna karşın bölgesel işbirliğinin en iyi şekilde geliştirildiği Güney Pasifik adalarının yükselen değer olarak ortaya çıktığı izlenmektedir. İlk kez Malta Konferansı ve Bildirgesi'nde dile getirilen Pan-Akdeniz İdeali ve bunu takip eden çeşitli çalışmalar, Akdeniz Havzası'nda genel anlamda bir entegrasyonun sağlanmasını öngörmektedir. Pan-Akdeniz Bölgesel İşbirliği Modeli ise, Akdeniz'e kıyısı bulunan bağımsız ülkelerin temalı rotalar aracılığı ile birleştirilerek paylaşılan bir refah alanı yaratılmasını ifade etmektedir. Bu suretle, rakip ürünler tamamlayıcı ürün haline dönüştürülecek ve ölçek ekonomileri açığa çıkacak, yeni ürünlerle yeni pazar kesitleri oluşturulacak, Akdeniz ürün kimliği yaratılmış ve turizm piyasasında Akdeniz imajı yerleştirilmiş olacak, barış, istikrar ve refahın ortak çabalarla kurulması sağlanacaktır. Bu süreçte, Türkiye geçmişten gelen bağlarını kullanarak Akdeniz Havzası'nda öncü rol üstlenebilir ve Akdeniz Politikasını Avrupa Birliği politikası çerçevesinde Avrupa-Akdeniz Ortaklık Süreci kapsamında geliştirebilir. Barselona Bildirgesi ile şekillendirilen Avrupa-Akdeniz Ortaklık ilkeleri, Akdeniz Havzası'nda oluşturulacak herhangi bir işbirliği ve entegrasyon için gerekli maddi ve manevi zemini sağlayabilecek niteliktedir.

Anahtar Sözcükler: Bölgesel işbirliği ve Entegrasyon, Akdeniz Havzası Turizmi, Malta Konferansı ve Bildirgesi, Pan Akdeniz İdeali, Temalı Rotalar, Avrupa-Akdeniz Ortaklık Süreci

GİRİŞ

Akdeniz Havzası'nın tarihte eşsiz bir yeri vardır. Dünyanın başka hiçbir yerinde, Akdeniz kıyılarında ve adalarında izlendiği kadar çok sayıda devlet ve medeniyetin birbiri ardına kurulup yok olduğu görülmemiştir. Bu verimli topraklar için birbiri ardına yapılan savaşlar, barış ve istikrara giden ekonomik ve siyasal oluşumları da beraberinde getirmiştir, tıpkı antik Yunan'daki Attika Delos ve Roma'daki Pax Romana gibi. Bu ve benzeri antlaşmalarla amaçlanan, savaş ve yokluk yıllarının ardından paylaşılan bir ekonomik refah alanı yaratmaktır. Yakın bir tarihte de benzer gelişmeler yaşanmıştır. II. Dünya Savaşı'nı takip eden yıllarda, Avrupa Kıtası'nda kalıcı barış ve refahın sağlanması amacıyla yönelik olarak, savaş sayısının temel girdilerinden olan çelik ve kömürü devletlerin elinden alarak bu maddelerin üretim ve kullanımını uluslar üstü bir organın sorumluluğuna bi-

rakmak ve böylelikle çelik ve kömürün daha verimli alanlarda kullanımını sağlamak üzere Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu kurulmuştur. Dönemin Fransa Planlama Teşkilatı Başkanı Jean Monnet tarafından dile getirilen "birleşme yoluyla barış" düşüncesi, yine Fransa Dışişleri Bakanı Robert Schuman tarafından siyasal ve ekonomik bütünleşme ve ortak strateji ve politikaların oluşturulması doğrultusunda geliştirilerek, "paylaşılan refah alanı yaratma" prensibine dayalı bugünkü Avrupa Birliği kurulmuştur. Bugün gelinen bu noktada, Avrupa Birliği gerek entegrasyon sürecinde kat ettiği önemli mesafelerle üçüncü ülkelere örnek teşkil etmek suretiyle, gerekse gelişmekte olan ülkelere muhtelif fonlardan sağladığı maddi destekle, söz konusu ülkelerin gelecek yüzyıldaki performanslarına büyük oranda etki etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, tercihli ticaret antlaşmalarıyla başlayıp giderek ticarete uygulanan tüm engellerin kaldırılarak ticarete liberalizasyonun sağlan-

masına kadar varan zorlu yolda, bölgeselleşme hareketinin ciddi boyutlara ulaştığı bir noktada, Akdeniz Turizminin maruz kaldığı rekabet ve pazar kaybı karşısında bölgesel işbirliği esasına dayalı bir alternatif rekabet stratejisi oluşturmaktır. Bu çalışma iki ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, genel anlamda ekonomik işbirliği ve entegrasyon konusuna değinilmekte ve turizm endüstrisine dair dünyadan çeşitli işbirliği ve entegrasyon örnekleri sunularak özellikle Güney Pasifik Turizm Konseyi (TCSP) örnek olay olarak işlenmektedir. İkinci bölümde ise, Pan-Akdeniz İdeali'nin kapsadığı coğrafi bölgeye dair turizm hareketleri değerlendirildikten sonra, Akdeniz Havzası'nda barış, istikrar ve refah için işbirliği süreci ele alınarak özellikle Malta Konferansı ve Bildirgesi ekseninde geliştirilmekte ve Akdeniz Havzası turizmi için önerilen ulusal bazda rakip ürünlerin, bölgesel bazda tamamlayıcı ürünler haline dönüştürülmesi esasına dayandırılan "Pan-Akdeniz Bölgesel İşbirliği Modeli" tartışılmaktadır.

EKONOMİK İŞBİRLİĞİ VE ENTEGRASYON

Tanım ve Tasnifi

Entegrasyon (integration- birleşme, bütünleşme) kelimesinin sözlükteki karşılığı "parçaları bütünü içinde birleştirmedir". İktisat literatüründe ise entegrasyon ilk defa sanayi alanında işletmenin dikey ve yatay bütünleşmesini ifade etmek üzere kullanılmıştır. Aynı ülke ekonomilerini bir ekonomik bölge oluşturacak şekilde birleştirmek anlamında kelimenin kullanılması ise çok kısa bir geçmişe sahiptir. Ne ekonomik entegrasyonun tanımlanmasında, ne de ekonomik entegrasyon ile ekonomik işbirliği kelimelerinin birbirini ikame edecek şekilde kullanılıp kullanılmayacağı konusunda iktisatçılar arasında henüz bir fikir birliğine ulaşılmış değildir (Ertürk 1997:7-9).

Ülkeler arasındaki ekonomik işbirliği hareketleri, belirli bir grup mal ve hizmete yönelik tarifelerde indirimle gidilmesi şeklindeki sınırlı uygulamalardan para, maliye ve ekonomi politikasındaki ortaklıklara varan daha kapsamlı uygulamalara kadar geniş bir yelpazeye yayılmaktadır. Birbirinin ardışığı sayılan başlıca beş tür ekonomik işbirliği hareketlerinden bahsetmek mümkündür; şöyle ki (Karluk 1995:1-4):

1) Tercihli Ticaret Anlaşmaları, en dar kapsamlı ekonomik işbirliği şekli olup, tercihli ticaret anlaşmasına taraf olan ülkeler tek taraflı veya karşılıklı olarak belirli mal veya hizmetler üzerindeki gümrük tarifelerini indirme yoluna gitmektedirler. Tercihli Ticaret Anlaşmaları ekonomik birleşme sayılma-

makla birlikte, böyle bir birleşmeye giden yolda atılan ilk adım olarak değerlendirilebilir.

2) Serbest Ticaret Bölgesi olarak adlandırılan uygulamada ise, tercihli ticaret anlaşmalarından farklı olarak bir ekonomik birleşme söz konusudur ve serbest ticaret bölgesi kapsamında faaliyet gösteren ülkeler kendi aralarında yaptıkları ticarete gümrük tarifelerini ve miktar kısıtlamalarını kaldırmakla birlikte, birlik dışında kalan ülkelere karşı kendi özel tarifelerini uygulamaktadırlar.

3) Serbest ticaret bölgelerinden daha ileri bir birleşmenin söz konusu olduğu Gümrük Birliği uygulamasında, bir yandan birliğe dahil üyelerin kendi aralarındaki ticaretlerinde gümrük tarifeleri ve kotalar kaldırılırken, diğer taraftan birlik dışında kalan ülkelere karşı ortak bir tarife uygulanmaktadır.

4) Gümrük birliğinden daha ileri bir ekonomik birleşme hareketi olan Ortak Pazar uygulamasında ise, üyeler arasındaki ticaret serbestleştirilmekte, dışa karşı ortak bir tarife uygulanmakta, ve bunlara ilaveten emek ve sermaye gibi üretim faktörlerinin bölge içinde serbest dolaşımı sağlanmaktadır.

5) Ekonomik birleşmenin nihai aşamasını teşkil eden Ekonomik Birlik, ortak pazar uygulamasının gereklerini yerine getirmenin yanı sıra, ekonomik, parasal ve sosyal siyasetler ile birlikte kurumların da birleştirilmesini öngörmektedir.

Ekonomik İşbirliği ve Entegrasyonun Sonuçları

İster gelişmiş ister azgelişmiş olsun ülkeler ekonomik, politik ve güvenlik kaygılarıyla çeşitli bölgesel birliklere taraf olmaktadır. Ülkelerin iktisadi birleşme hareketlerine katılmalarındaki temel motiv üretim kapasitelerini, ekonomik etkinliklerini ve sonuçta toplumsal refah düzeylerini arttırmaktır. Sanayileşmeyi tamamlamış gelişmiş ülkeler, hızlı üretim artışlarına karşın yetersiz talep karşısında ulusal piyasalarını birleştirerek piyasa hacmini genişletme kaygısıyla konuya yaklaşırken, azgelişmiş ülkelerin bölgesel anlaşmalar imzalayarak çeşitli ekonomik birleşmelere yönelmelerinin altında ise sanayileşmelerini hızlandırmak kaygısı yatmaktadır.

Farklı gelişme düzeylerinde bulunan ülkelerin, serbest mal ve faktör hareketlerine dayanan aynı iktisadi grup içinde yer almaları durumunda, serbest piyasa düzeninin bu bölgeler arasında gelişme dengesizliğini arttıracak biçimde kümülatif hareketlere yol açabileceği görüşüne yer verildiği kutuplaşma teorisinde, Gunnar Myrdal böylece zengin ülkelerin daha zengin fakir ülkelerin ise daha fakir olabileceğini öne sürmektedir (Seyidoğlu 1994:435). Öte yandan,

J. Viner, ekonomik birleşmelerin ticaret arttırıcı ve ticaret saptırıcı etkilerinden söz ederek, ekonomik birleşme sonucunda her ülkede kazananlar ve kaybedenler olacağı gibi, bu durumun birleşme dışında kalan diğer ülkeler için de geçerli olacağını belirtmektedir (Ertürk 1997:419-420 ve Seyidoğlu 1994:433-434).

Statik Etkiler

Statik etkiler, teknoloji ve ekonomik yapının değişmediği varsayımı altında, tarife ve tarife dışı engellerin kaldırılmasına bağlı olarak üretim faktörlerinin yeniden tahsisi dolayısıyla dış ticaret hacmi ve refah düzeyinde ortaya çıkan bir defalık etkileri ifade eder. Statik etkileri ticaret yaratıcı/saptırıcı etkiler ve üretim/tüketim etkileri olmak üzere değişik sınıflara ayırmak mümkündür.

Ticaret Yaratıcı ve Saptırıcı Etkiler

Belirli bir bölge içinde dış ticarete konan engellerin kaldırılmasına bağlı olarak, o bölgeyi oluşturan ülkeler arasında dış ticaret hacminin genişlemesine ticaret yaratıcı etki, buna karşın, bölge dışında kalan ülkelerle yapılan ticaretin azalmasına da ticaret saptırıcı etki denmektedir.

Bölgesel birleşmeye taraf olan ülkeler, birbirleriyle yaptıkları dış ticarete koydukları engelleri azalttıkları ölçüde iç fiyatları daha yüksek olan mal ve hizmetleri, üye ülkelerden ithal edecekleri daha ucuz mal ve hizmetlerle ikame edeceklerdir. Böylelikle iç kaynaklar ihracata yönelik üretim için serbest kalacak ve ihracatın artması bölge içi ticareti geliştirecektir. Zamanla diğer bölgelerle yapılan dış ticaretin de liberalleşmesiyle bölge dışı ticaret artacaktır. Turizm endüstrisinde, en basit şekliyle, ayakbastı paralarının kaldırılması ve vize uygulamalarında kolaylık sağlanması bir yandan entegrasyona konu olan bölge içinde seyahati teşvik ederken, öte yandan bölge dışından bölge içine turist akış hacmini arttıracaktır.

Birleşme öncesinde ülkeler arasındaki entegrasyon ne kadar düşük, buna karşın birbirlerine uyguladıkları ticaret engelleri ne kadar çok ise birleşmenin ticaret yaratıcı etkisi o kadar büyük olacaktır. Öte yandan, ekonomik birleşme sonucunda ortaya çıkan ticaret yaratıcı etki ticareti saptırma etkisinden daha büyükse ortalama kaynak verimliliği artmış olacağı için dünya refahına da net bir katkı sağlanmış olacaktır.

Tamamlayıcı/Rekabetçi Ekonomiler ve Ticaret Yaratma Etkisi

Herhangi bir birliğe taraf ülke ekonomilerinin birleşmeden önce tamamlayıcı yada rekabetçi olmaları ya-

ratacağı refah etkisi bakımından önem taşımaktadır. Bilindiği gibi, iki ayrı ülkede tarife ve tarife dışı engellerle korunan endüstri kollarının birbiriyle aynı ve ürünlerin bir diğer ülke ürünüyle ikame edilebilir nitelikte olması halinde bu ekonomiler rekabetçi, buna karşın endüstri kollarının birbirinden farklı ve ürünlerin birbirini tamamlayıcı nitelikte olması halinde ise sözkonusu ekonomiler tamamlayıcı olarak adlandırılmaktadır.

Klasik uluslararası iktisat teorisine göre, birliğe üye ülkelerin ekonomileri ne derece rekabetçiyse birleşmelerden sağlanacak yararlar o kadar yüksek olacaktır, çünkü tarifeler kaldırılınca büyük bir üretim hacmi, bölge içinde yüksek maliyetli üreticilerden yine içerdeki düşük maliyetli üreticilere doğru kayacaktır. Buna karşın, tamamlayıcı ekonomiler arasında kurulacak herhangi bir birlik böylesi bir ticaret yaratma etkisi doğurmayacak, böylelikle refahı arttırıcı yönde herhangi bir etkisi bulunmayacaktır (Seyidoğlu 1994:430 ve karşıt görüş için Ertürk 1997:92-94).

Rekabetçi iki ayrı ekonomide faaliyette bulunan rakip iki ayrı firmanın işbirliğine yönelerek ortak ürün geliştirmeleri, bir başka ifadeyle geleneksel olarak rekabetçi olarak tanımlanan iki ayrı ekonominin işbirliği neticesinde tamamlayıcı ekonomilere dönüşürülmesi, bizce, yaratacağı refah etkisi bakımından, özellikle de paylaşılan bir refah alanı yaratma açısından önem taşımaktadır ve bu çalışmanın ikinci bölümünde geliştirilecek Pan-Akdeniz İşbirliği Modeli bu fikir çerçevesinde geliştirilmektedir.

Üretim ve Tüketim Etkisi

Tarife ve tarife dışı engellerin kaldırılmasına bağlı olarak, pahalı mal ve hizmetlerin ucuz olanla ikame edilmesi kaynak verimliliğini yükselterek düşük fiyattan üretim mal ve hizmet hacmini arttıracaktır. Üretim etkisi olarak bilinen bu durum, akabinde tüketim etkisi de yaratacaktır. Yine kaynak verimliliğine bağlı olarak fiyatların düşmesi tüketimin genişlemesine neden olacaktır. Bölgesel birleşmelerin yaratacağı gerek üretim, gerekse tüketim etkileri, bölge içindeki ticaret hacminin artmasına neden olmakta ve ülke refahını arttırıcı yönde sonuçlar doğurmaktadır. Üretim ve tüketim etkilerinin turizm endüstrisine yansımalarına baktığımızda ise diyebiliriz ki; kaynak verimliliğine bağlı olarak fiyatların düşmesiyle birlikte, turistik ürüne yönelik talep daha da artacak, artan talebi karşılamak üzere turistik ürün arzı da arttırılacak, böylece turistik üretim ve tüketim genişlemiş olacaktır.

Dinamik Etkiler

Dinamik etkiler ise, tarife ve tarife dışı engellerin kaldırılmasına bağlı olarak, tek bir piyasanın yerine gruplaşma hareketi ile birleşik ve geniş bir piyasanın geçmesi dolayısıyla, ekonomik yapıda uzun sürede bir diğerinin sonucu olarak açığa çıkan ve milli gelir, kalkınma hızı, ekonomik refah gibi unsurları yakından ilgilendiren köklü değişiklikleri içerir.

Tarife ve tarife-dışı engellerin kaldırılması, her şeyden önce yerli üreticileri dış piyasa rekabetiyle karşı karşıya getirecektir. Buna bağlı olarak, verimliliği düşük üreticiler endüstriyi terk ederken rekabete dayanacak kadar verimli çalışan üretici faaliyetlerine devam edecektir. Verimsiz üreticinin sistem dışı kalmasıyla başlayan ekonomide yapısal değişim süreci ölçek ekonomilerinin açığa çıkmasıyla devam edecektir. Üretim hacminin geniş bir piyasanın ihtiyacını karşılayacak biçimde artırılması ölçek ekonomilerini de beraberinde getirmektedir. Pazarın genişlemesi ve ölçek ekonomilerinin doğması teknolojik gelişme ile karşılıklı etkileşim içindedir. Kitlesel üretim bir yandan yurtdışından yüksek teknolojinin aktarılmasına ve işletme bünyesinde araştırma ve geliştirme faaliyetlerine daha büyük fonlar ayrılmasına neden olurken, diğer yandan tüm bu çabalar kitlesel üretimin etkinliğini ve maliyetlerden tasarruf etme olanağını sağlayacaktır. Geniş bir piyasa büyük işletmelerin kurulmasına ve yabancı sermaye yatırımlarının özellikle de karlılığı yüksek sektörlerle yönelmesine neden olacaktır. Böylelikle, yabancı yatırımcı bilgi ve tecrübesiyle birlikte ileri teknolojiyi de birleşmeye taraf ülkeye aktaracaktır.

Piyasa hacminin genişlemesi dışsal ekonomiler yaratarak endüstri dışı tasarrufları doğuracaktır. Hızla gelişen bir sanayi kolu, bir yandan eğitim kurumlarının o endüstri kolunun ihtiyaç duyduğu teknik elemanı yetiştirir şekilde yeniden yapılanmasına neden olurken, öte yandan işletmenin eğitim maliyetlerinin azaltılmasını sağlayacaktır. Benzer şekilde, bilgi birikimi teknolojik gelişmeyi beraberinde getirerek, endüstriye hammadde sağlayan işletmelerin de ileri teknoloji ve büyük ölçekli üretim yöntemlerini kullanmaya başlaması hammadde ve ara malların bollaşmasına, kalitenin yükselmesine ve fiyatların düşmesine neden olacaktır.

Turizm Endüstrisi'nde İşbirliği ve Entegrasyon

Turizm endüstrisi, yapısı gereği işbirliği ve entegrasyonun en çok izlendiği iş kollarından biridir. Dünya Turizm Örgütü tarafından hazırlanan Turizm Aktivitelerinin Uluslararası Standart Sınıflandırılması, ta-

mamen turizm hizmeti sağlamaya yönelik otel inşasından bilgisayarlı rezervasyon sistemine kadar yaklaşık 70 adet faaliyet alanı tespit ederek, bir o kadar daha kısmen de olsa turizme yönelik faaliyet alanı bulunduğunu belirtmektedir (<http://www.wto.org/wto/services/w51.docc/13-15>). Turizm ulaşım işletmeleri, seyahat acentaları, konaklama işletmeleri, restoranlar, toplantı merkezleri vb. bazıları büyük ancak çoğunluğu küçük ölçekli işletmelerden oluşan bir endüstri kolu olup, bu endüstrinin bazı kollarındaki firmaların birleşme ve satın alma, ortak girişim ve ittifak, imtiyaz hakkı ve lisans antlaşmaları gibi uygulamalar aracılığıyla bir tür bütünleşme yolunu seçerek ölçek ekonomilerinden alabildiğine faydalandıkları izlenmektedir (Tribe 1997:129-136). Bu bölümde, turizm endüstrisinde izlenen yatay, dikey ve çapraz bütünleşme örneklerine yer verilerek, genel anlamda bölgesel işbirliği ve birleşmelerin turizm endüstrisine yansımaları ele alınacaktır.

Turizm Endüstrisinde Yatay, Dikey ve Çapraz Bütünleşmeler

Yatay Bütünleşme, aynı endüstri içinde benzer işkollarında faaliyet gösteren firmaların bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Örneğin, dünyanın önde gelen tur operatörlerinden Airtours, 1993 yılında %4'lük piyasa payıyla İngiltere'nin yedinci büyük tur operatörü olan Aspro Travel'i, 1994 yılında İskandinavya'nın önde gelen tur operatörü SAS Leisure'ı ve 1995 yılında Kanada'daki tur operatörü Sunquest Vacations'ı satın almak suretiyle yatay bütünleşme yoluna gitmiştir (Tribe 1997:129-131).

Dikey Bütünleşme ise, aynı endüstri içinde farklı işkollarında faaliyet gösteren firmaların bir araya gelmesiyle oluşmaktadır. Yine Airtours örneğinden hareketle konuyu açıklamak gerekirse, adı geçen tur operatörü, 1992 yılında Pickfords Retail Travel, 1993 yılında Hogg Robinson ve 1994 yılında Winston Reses Travel isimli seyahat acentalarını satın alarak Going Places adı altında birleştirmiş ve kendine bağlamıştır. Diğer taraftan, Airtours international havayolu işletmesinin tur operatörü Airtours'a ait olduğu da bilinmektedir (Tribe 1997:131-132).

Öte yandan, gerek dikey gerekse yatay bütünleşmeden oldukça farklı bir özellik gösteren Çapraz Bütünleşme, enformasyon teknolojisindeki ilerlemelere paralel olarak ortaya çıkmıştır. Birbirinden tamamen farklı endüstrilerde fakat birbirlerine sıkı sıkıya bağlı işkollarında faaliyet gösteren firmaların bir araya gelmesiyle oluşan çapraz bütünleşmeyle amaçlanan aslında bir tür "kapsam ekonomisi" (economics of scope) yaratmaktır (Poon 1998:214-228). Bireysel

bankacılık ve seyahat gibi birbirinden farklı ancak birbirini tamamlayan hizmetleri müşterilerinin ihtiyaçları doğrultusunda şekillendiren ve sunan American Express ve Midland Bank çapraz bütünleşme örneği sergilemektedirler (Poon 1998:223-224). Gerek yatay ve dikey bütünleşme, gerekse çapraz bütünleşme, turizm endüstrisinde faaliyet gösteren firmaların rekabet stratejilerinin bir parçası olarak işletme bazında aldıkları pozisyonları ifade etmektedir.

Bölgesel İşbirliği ve Bölgesel Birleşmelerin Turizm Endüstrisine Yansımaları

Turizm endüstrisinde bölgesel işbirliği ve bölgesel birleşmeler, esasen ülkelerin dış politikaları doğrultusunda imzaladıkları ikili veya çok taraflı ekonomik ve siyasal işbirliği/entegrasyon antlaşmaları çerçevesinde geliştirilmekte ve bu bölgelere yönelik turizm proje ve programları uluslar üstü şemsiye kuruluşlar aracılığıyla yürütülmektedir. Bu bölümde, genel anlamda belli başlı ekonomik işbirliği ve birleşmelerden kısaca söz edildikten sonra, ilgili bölgede faaliyette bulunan turizm kuruluşlarına kısaca değinilecek ve Güney Pasifik Turizm Konseyi'nin faaliyetleri hakkında ayrıntılı bilgi verilecektir.

Geçtiğimiz yüzyılın son yarısına kadar ithal ikamesine dayalı sanayileşme yolunda ilerleyen Latin Amerika Bölgesi'ndeki ülkeler, zamanla stratejilerini ulusal piyasaların birleştirilmesi yoluyla büyüme ve siyasi bir birlik oluşturarak dünya piyasalarında daha fazla söz sahibi olma şeklinde değiştirmiştir. Adı geçen bölgede, 18 şubat 1960 tarihinde imzalanan Montevideo Antlaşması uyarınca Latin Amerika Serbest Ticaret Bölgesi (LAFTA) kurulmuş, ancak söz konusu antlaşmanın öngördüğü hedeflere ulaşmada yetersiz kalması nedeniyle LAFTA 12 Ağustos 1980'de imzalanan ikinci bir antlaşma ile Latin Amerika Entegrasyon Birliği'ne (LAIA) dönüştürülmüştür (Karlık 1998:465-468 ve World Trade Organization 1995:35). LAIA, üye ülkeler arasında ikili ticareti geliştirmek ve üye ülkeler ile üçüncü ülkeler arasındaki ikili ve çok taraflı antlaşmalar aracılığıyla karşılıklı ticareti arttırmak suretiyle nihai hedef olarak bölgede ticaretin serbestleştirilmesini öngörmektedir. LAIA Antlaşması uyarınca ticarete liberalizasyon, sektörel bazda iki mekanizma kanalıyla sağlanacaktır. Bunlar; LAIA'ya taraf tüm ülkeleri kapsayan "Bölgesel Kapsam Antlaşmaları" ve LAIA'ya üye ülkeler arasındaki alt grupların taraf olduğu "Kısmi Kapsam Antlaşmaları"ndan oluşur (World Trade Organization Nisan 1995:35).

Latin Amerika ülkeleri turizm endüstrisine yönelik olarak uygulamaya koydukları PROALA Projesi

çerçevesinde bölgenin turizm potansiyelini artırma yoluna gitmiştir. 11 Latin Amerika ülkesinin dahil olduğu bu işbirliği projesinin ulaşmaya çalıştığı hedefler bölgesel entegrasyonu ve bölge içi seyahati teşvik etmek suretiyle ticari sinerji yaratmak, Latin Amerika kıtasını ürün gruplarına göre yeniden yapılandırarak ülke yerine birleşik ürün satışı yapmak, maksimum koordinasyonu sağlamak, ortak ilke ve kuralları belirlemek, ortak kalite standartları tespit ederek ortak etiketler- ortak amblemler vs. kullanmak, ortak strateji geliştirmek, özellikle Asya ve Afrika kıtalarından gelen rekabete karşı ortak tavır almak şeklinde sıralanabilir. Belirtilen hedeflere ulaşmak üzere, tüm Latin Amerika ülkelerini kapsar nitelikte logo ve sloganı olan bir şemsiye kuruluş yaratılarak Amazonlar, Patagonya, Andler, Volkan Rotası, Columbus öncesi kültür Rotası, Tropik Sahiller, Mision Rotası vb. temalı rotalarla turizm pazarına girilmiştir (World Tourism Organization 1996:--).

Asya-Pasifik Bölgesi, ekonomik işbirliği ve entegrasyon konusunda oldukça zengin bir bölge olması itibarıyla bir diğer örnek olarak verilebilir. Güneydoğu Asya bölgesindeki ülkeler arasında ekonomik işbirliği, 1967 tarihli Bangkok Bildirisi uyarınca bölgede barış, istikrar ve ekonomik büyümenin sağlanması temeline dayanan Güneydoğu Asya Ulusları Birliği'nin (ASEAN) kurulmasıyla başlamış, 1991 yılına gelindiğinde ise tercihli ticaret anlaşmalarından daha kapsamlı ASEAN Serbest Ticaret Anlaşması'na (AFTA) geçilmesi yolunda karar alınmıştır. Öte yandan, 1989 yılında Asya- Pasifik Ekonomik İşbirliği'nin (APEC) temelleri atılarak, 1994 tarihli APEC Zirvesinde, üye ülkelerin Uruguay Görüşmelerinin gereklerini yerine getireceği yolunda taahhütlerde bulunulmuş, aynı zamanda serbest ticaret ve yatırım alanı hedefine ulaşmak üzere oluşturulan takvim gelişmiş ülkeler için 2010, gelişmekte olan ülkeler için 2020 olarak açıklanmıştır. Dünya ticaretinin beşte birine hükmeden Asya-Pasifik Bölgesi "ihracat işleme bölgeleri", "büyüme üçgenleri" ve "alt-bölgesel ekonomik bölgeler" gibi değişik uygulamalarla entegrasyon sürecine önemli katkılarda bulunmaktadır (Karlık 1998:52-57 ve World Trade Organization Nisan 1995:36-37). Bu bölgede izlenen bir diğer ekonomik işbirliği antlaşması ise 1981 yılında yürürlüğe giren "tek taraflı bölgesel entegrasyon antlaşması" niteliğindeki Güney Pasifik Bölgesel Ticaret ve Ekonomi Antlaşması'dır (SPARTECA) (World Trade Organization Nisan 1995:26-28 ve 88). SPARTECA'nın bir uzantısı olarak söz konusu bölgede faaliyete geçen Güney Pasifik Turizm Konseyi'nin geliştirdiği sektörel işbirliği, aşağıda ayrıntılı olarak ele alınacağı üzere, oldukça başarılı sonuçlar vermiştir.

Turizm Endüstrisinde İşbirliğine bir Örnek: Güney Pasifik Turizm Konseyi (TCSP) ve "South Pacific Village" Kampanyası

Güney Pasifik Turizm Konseyi (TCSP) Pasifik Okyanusu'nun güneyindeki 13 ada devletin bir araya gelerek oluşturduğu bir şemsiye kuruluştur (<http://www.tcsp.com>). İlk kez, 1980'li yılların başlarında bölgedeki ulusal turizm organizasyonlarının bir araya gelmesiyle kurulan TCSP gerek yetersiz bütçe gerekse kalifiye olmayan ve az sayıdaki işgücü nedeniyle başlangıçta arzu edilen başarıya ulaşamamıştır. Nevar ki, 1986 yılından itibaren, Avrupa Topluluğu TCSP'ye Pasifik Bölgesel Turizm Gelişme Programı (Neal ve Daniel 1998:177-179) çerçevesinde destek vermeye başlamış ve TCSP 1988 yılı itibariyle daimi sekreteryası Suva-Fiji'de bulunan uluslar üstü bölgesel bir örgüt konumuna gelmiştir.

1980'li yıllarda, Avustralya ve Yeni Zelanda'dan Güney Pasifik Bölgesi'ne çok sayıda turist akışı olmasına rağmen, bunların fiyat duyarlılığı yüksek, doymuş piyasalar olduğu izlenmektedir. Bu yüzden, Amerika ve Avrupa gibi "uzun soluklu" (long haul- uzak mesafeden gelen ve uzun süre konaklayan) alternatif turist gruplarına yönelik stratejik pazarlama planı hazırlanarak sistematik olarak hayata geçirilmiştir. Buna göre, yapılan piyasa araştırması göstermiştir ki;

- Bölge Avrupa'da tanınmamaktadır,
- Ulaşım güç ve maliyetlidir (20 saatin üzerinde uçak yolculuğu yapılmaktadır ve özellikle bölge içi uçuş fiyatları yüksektir),
- Konaklama ve ulaşım hizmetleri yetersiz ve kalitesizdir,
- Ulusal turizm örgütleri politik etki yaratabilecek güçte değildir,
- Stratejik pazarlama yapabilecek herhangi bir örgüt bulunmamaktadır,
- Tanıtım ve pazarlama kampanyaları için gerekli bütçe ve personel yetersizdir,
- Kültürel ve doğal çevre istismara açıktır.

TCSP'nin pazarlamada hedefi, "bölgesel işbirliği çerçevesinde turizm piyasanın genişletilerek büyümenin sağlanması" şeklinde tanımlanarak, hedef kitle olarak seçilen Avrupa ve Amerika gibi uzun soluklu turist gruplarına yönelik alternatif tur programları geliştirilmiştir. Bunlar;

- birden çok yerde konaklamalı turlar,
- adalar arası yat turları,

- evlenme- balayı programları,
- doğa-kültür turları,
- sportif aktiviteleri içeren turlar,
- macera turlarıdır.

1989 yılı itibariyle, TCSP'nin Avrupa'ya yönelik kampanya bütçesi 60.000£, 1990-1991 itibariyle de 225.000 £'dir. Tanıtım ve pazarlama kampanyalarını yürütmek üzere, TCSP'nin İngiltere (İngiltere-Fransa-Benelüks-İskandinavya bölgesinden sorumlu) ve Almanya'da (Almanya- İtalya- İsviçre- Avusturya bölgesinden sorumlu) birer temsilcilikleri kurulmuş ve faaliyete başlamıştır. TCSP'nin senede bir yayınladığı "South Pasific Islands Travel Manual" adlı 10,000 adet seyahat rehberi seyahat acentalarına ve tur operatörlerine dağıtılmış, bundan başka çeşitli broşür ve afişler aynı dağıtım kanalı aracılığıyla potansiyel müşterilerin evlerine kadar ulaştırılmıştır. Bölgeye tanıtım turları gerçekleştirilmiş; seminerler, "workshop"lar düzenlenmiş; düzenli olarak bültenler yayınlanmış ve medyayla ilişkiler yeniden ele alınmıştır. Bölge içinde faaliyet gösteren konaklama, ulaştırma, yiyecek- içecek vb. sektörlerle de bölgesel entegrasyona ağırlık vermeleri için destek olunmuştur. Berlin ITB ve Londra WTM fuarlarında Güney Pasifik Adaları tek bir bölge olarak temsil edilmiş ve 1991 yılında TCSP'nin önderliğinde gerçekleştirilen "South Pacific Village" Kampanyası, Londra WTM Fuarı kapsamında "En Etkin İşletme İmajı" ödülüne layık görülmüştür. Sonuç olarak, birçok tur operatörü ilk kez Güney Pasifik Adalar Turu'nu portföylerine almış ve aşağıda sayılarla da ifade edileceği üzere, bölgenin turizm gelir ve varışlarından aldığı pay hızla artmıştır (Middleton 1994:314-321).

AKDENİZ HAVZASI'NDA BARİŞ, İSTİKRAR VE REFAHIN SAĞLANMASINDA BÖLGESEL İŞBİRLİĞİ ÖNERİSİ: TURİZM ENDÜSTRİSİNDE PAN-AKDENİZ İDEALİ

Akdeniz Havzası Turizminde Mevcut Durum

Dünya turizm hareketlerine genel olarak baktığımızda, 1997 yılında 610.763.000 olan dünya dış turist varışları toplamının 1998 yılında % 2,37'lik artışla 625.236.000'e ulaştığı; yine 1997 yılında 435.981 milyon US\$ olan dünya dış turizm gelirlerinin 1998 yılında % 2.01'lik artışla 444.741 milyon US\$'a ulaştığı görülmektedir (World Tourism Organization 1999:2, Vol.1). Öte yandan, Tablo.1'de verilen "dünyada en çok gidilen ülke sıralamasına" baktığımızda da, 1998 yılı itibariyle Akdeniz Ülkeleri'nden sadece

Tablo. 2: Dünyada En Çok Turizm Geliri Elde Eden Ülke Sıralaması (Uluslararası turizm gelirleri- ulaşım hariç)

SIRALAMA			ÜLKELER Milyon US\$	GELİRLER	% DEĞİŞİM
1990	1995	1998			
1	1	1	Amerika Birleşik Devletleri	71.116	-2,9
3	2	2	İtalya	30.427	2,4
2	3	3	Fransa	29.700	6,0
4	4	4	İspanya	29.585	11,0
6	5	5	İngiltere	21.233	6,0
5	6	6	Almanya	15.859	-3,9
25	10	7	Çin	12.600	4,4
7	7	8	Avusturya	11.560	4,4
9	12	9	Kanada	9.133	4,2
21	21	10	Türkiye	8.300	2,6
8	9	11	İsviçre	8.208	3,9
65	15	12	Polonya	8.000	-7,8
10	17	13	Meksika	7.897	4,0
11	8	14	Hong Kong	7.109	-23,1
23 (*)	23	15	Rusya Federasyonu	7.107	3,0
14	16	16	Hollanda	6.806	7,6
13	14	17	Tayland	6.392	-9,3
18	19	18	Kore Cumhuriyeti	5.807	13,5
15	13	19	Avustralya	5.694	-36,7
16	18	20	Belçika	5.375	1,9

(*) Eski SSCB

Kaynak: World Tourism Organization; Tourism Highlights 1999, s.15

Fransa (1.sırada), İspanya (2.sırada) ve İtalya'nın (4.sırada) ilk on içinde yer aldığı, Yunanistan'ın on altıncı ve Türkiye'nin yirminci sırada bulunduğu, buna karşın Tablo.2'de verilen "dünyada en fazla turizm geliri elde eden ülke sıralamasında" ise İtalya'nın ikinci, Fransa'nın üçüncü, İspanya'nın dördüncü, Türkiye'nin ise on üçüncü sırada yer aldığı, ilk yirmi içine başka herhangi bir Akdeniz Ülkesi'nin giremediği izlenmektedir.

Kurulduğu günden bu yana, kuruluş amacının gereği

olarak toplam 200 ülkenin turizm istatistiklerini derleyen ve yayımlayan Dünya Turizm Örgütü, dünya turizm hareketlerini incelerken Afrika, Amerika, Avrupa, Doğu Asya/Pasifik, Güney Asya ve Orta Doğu olmak üzere 6 coğrafi bölgeyi çalışmalarına esas almaktadır. Akdeniz Ülkelerinden Fas, Cezayir ve Tunus Afrika Bölgesi kapsamında; Libya, Mısır, Ürdün, Filistin, Lübnan ve Suriye Orta Doğu Bölgesi kapsamında; Portekiz, Cebelitarık (Gibraltar), İspanya, Fransa, İtalya, Yugoslavya, Arnavutluk, Yunanistan,

Tablo.3: Bölgeler İtibariyle Uluslararası Turist Varışları ve Turizm Gelirleri (% 1992-1996)

	YILLAR	GÜNEY ASYA	AVRUPA	DOĞU ASYA / PASİFİK	ORTA DOĞU	AMERİKA	AFKARI
Uluslararası	1992	%0.7	%60.1	%12.8	%2.2	%20.6	%3.6
Turist Varışları	1996	%0.7	%58.7	%15.0	%2.4	%19.6	%3.6
Uluslararası	1992	%0.9	%53.2	%15.1	%1.5	%27.3	%2.0
Turizm Gelirleri	1996	%0.9	%50.6	%18.7	%1.8	%26.0	%1.9

Kaynak: World Tourism Organization; Compendium of Tourism Statistics 1992-1996, ss.208 ve 217'den derlenmiştir.

Monako, San Marino, Vatikan, Malta, Kıbrıs, Türkiye ve İsrail ise Avrupa Bölgesi kapsamında ele alınarak istatistiklere dahil edilmektedir. Bu kısa açıklamadan sonra, 1992-1996 yıllarını kapsayan zaman diliminde, adı geçen bölgeler bazında gerek uluslararası turizm varışlarına gerekse turizm gelirlerine dair verilerin satır araları okunduğunda, Akdeniz'in giderek pay kaybettiği, buna karşın Doğu Asya/Pasifik'in yükselen değer olarak bahse konu döneme damgasını vurduğu görülmektedir (World Tourism Organization 19 Mayıs 1999:6-7 ve <http://www.world-tourism.org/pressrel-00-01-25.htm>).

Tablo.3'de de görüleceği üzere, uluslararası turist varışları açısından konuya yaklaşıldığında, 1992 yılında % 60.1'lik oranla en büyük payı Avrupa Bölgesi alırken, % 20.6'lık payla onu Amerika Bölgesi takip etmekte, diğer bölgeler ise, %12.8'lik payla Doğu Asya/ Pasifik, % 3.6'lık payla Afrika, % 2.2'lik payla Orta Doğu ve % 0.7'lik payla Güney Asya olmak üzere birbiri ardına sıralanmaktadır. 1996 yılına gelindiğinde ise, Doğu Asya/ Pasifik'in payının %15.0'e yükselirken, Avrupa, Afrika ve Güney Asya'nın pazar paylarını olduğu gibi muhafaza ettikle-

ri, buna karşın Amerika'nın payının %19.6'ya ve Orta Doğu'nun payının %2.4'e düştüğü görülmektedir.

Uluslararası turizm gelirleri açısından da durum pek farklı değildir. Avrupa Bölgesinin 1992'de %53.2 olan turizm gelirlerindeki payı 1996'da %50.6'ya, Amerika Bölgesinin aynı yıllar itibariyle payı %27.3'den %26.0'ya, Afrika Bölgesi'nin payı ise %2.0'den %1.9'a düşmüştür. Öte yandan, Güney Asya Bölgesi %0.9'luk payını söz konusu yıllar itibariyle muhafaza ederken, Orta Doğu Bölgesi ufak bir artışla %1.5'den %1.8'e ulaşmış, ve nihayet, Doğu Asya/ Pasifik Bölgesinin turizm gelirlerinden aldığı pay %15.1'den %18.7'ye ulaşmak suretiyle diğer ülkelere kıyasla en büyük artışı kaydetmiştir. Hemen belirtelim, TCSP gibi turizm endüstrisinde bölgesel işbirliği esasına dayalı bir şemsiye kuruluşun faaliyete geçmesini takip eden yıllarda uluslararası turist varışları ile uluslararası turizm gelirlerinin söz konusu bölgede hissedilir derecede artması tesadüf değildir.

Coğrafi bölgelerin alt gruplara ayrılarak Akdeniz Ülkeleri'ne dair verilerin bir araya getirilmeye çalışıldığı Tablo.4 Kuzey Afrika, Güney Avrupa, Doğu

Tablo.4: Akdeniz Ülkeleri İtibariyle Uluslararası Turist Varışları ve Turizm Gelirleri (%, 1992-1996)

	YILLAR	AFRİKA	AVRUPA			ORTA DOĞU	
		KUZEY AFRİKA (1)	GÜNEY AVRUPA (2)	DOĞU AKDENİZ AVRUPASI (3)	MISIR	ÜRDÜN	DİĞERLERİ (4)
Uluslararası	1992	%50.3	%28.1	%3.3	%27.0	%6.1	%30.3
Turist Varışları	1996	%33.6	%28.1	%3.4	%25.0	%7.8	%30.1
Uluslararası	1992	%40.8	%31.5	%4.2	%44.8	%9.6	%12.6
Turizm Gelirleri	1996	%34.3	%31.7	%4.8	%41.4	%9.6	%16.5

(1) Kuzey Afrika Ülkeleri: Fas, Cezayir, Tunus, Sudan

(2) Güney Avrupa Ülkeleri: Portekiz, Cebelitarık, İspanya, Fransa, İtalya, Yugoslavya, Arnavutluk, Yunanistan, Vatikan, San Marino, Andora, Malta,

(3) Doğu Akdeniz Avrupası Ülkeleri: Türkiye, Ysrail, Kıbrıs

(4) Orta Doğu Ülkeleri (Diğerleri): Libya, Filistin, Lübnan, Suriye, Irak, Kuveyt, Bahreyn, Katar, Birleşik Arap Emirlikleri, Amıman, Yemen

Kaynak: World Tourism Organization; Compendium of Tourism Statistics 1992-1996, ss.209, 212, 213, 219, 237 ve 244'den derlenmiştir.

Tablo.1: Dünyada En Çok Gidilen Ülke Sıralaması (uluslararası turist varışları, günübirlikçiler hariç)

SIRALAMA			ÜLKELER	VARIŞLAR	% DEĞİŞİM
1990	1995	1998		1998	1998/97
1	1	1	Fransa	70.000.000	4,0
3	3	2	İspanya	47.749.000	10,4
2	2	3	Amerika Birleşik Devletleri	46.395.000	-2,8
4	4	4	İtalya	34.829.000	2,2
7	5	5	İngiltere	25.750.000	0,9
12	8	6	Çin	25.073.000	5,5
8	7	7	Meksika	19.810.000	2,4
10	11	8	Kanada	18.825.000	6,7
27	9	9	Polonya	18.820.000	-3,6
6	10	10	Avusturya	17.352.000	4,2
9	13	11	Almanya	16.511.000	4,3
16	12	12	Çek Cumhuriyeti	16.325.000	-3,0
17 (*)	18	13	Rusya Federasyonu	15.810.000	3,0
5	6	14	Macaristan	15.000.000	-13,0
14	17	15	Portekiz	11.200.000	10,1
13	16	16	Yunanistan	11.077.000	10,0
11	14	17	İsviçre	11.025.000	4,0
19	15	18	Hong Kong	9.575.000	-8,0
20	22	19	Hollanda	9.102.000	16,2
24	20	20	Türkiye	8.960.000	-0,9

(*) Eski SSCB

Kaynak: World Tourism Organization; Tourism Highlights 1999, s.14

Akdeniz Avrupası ve Orta Doğu ülkelerine dair rakamları içermektedir; ancak daha önce de belirtildiği gibi Dünya Turizm Örgütü istatistiklerinde Akdeniz Havzası başlı başına bir bölge olarak ele alınmadığı için bazı rakamlara Akdenizli olmayan ülkeler de dahil olmaktadır. Herşeye rağmen, yine de genel bir fikir oluşturması bakımından 1992-1996 yılları itibarıyla uluslararası turist varışları ve turizm gelirlerine dair her iki veri incelendiğinde, Afrika Bölgesi'nin genel olarak pazar payını muhafaza etmesine

karşın, Akdeniz'e kıyısı olan Kuzey Afrika'nın turist varışlarından aldığı payın 1992'deki %50.3'lük orandan 1996'da %33.6'ya, turizm gelirlerinden aldığı payın da aynı yıllar itibarıyla %40.8'den %34.3'e düştüğü görülmektedir.

Öte yandan, Orta Doğu Bölgesi'nin genel olarak gerek uluslararası turist varışlarından gerekse uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay arttığı halde, bu bölgede yer alan Mısır'ın payı uluslararası turizm varışları pazarında %27.0'den %25.0'e, turizm gelir-

leri pazarında ise %44.8'den %41.8'e düşmüştür. Yine aynı bölgede yer alan Ürdün açısından konuyu yaklaşıldığında ise, adı geçen ülkenin turizm varışları payının %6.1'den %7.8'e çıkmasına rağmen, %9.6 olan turizm gelirleri payının değişmediği görülmektedir.

Uluslararası turizm varışları ve turizm gelirleri açısından büyük kayıplara uğrayan Avrupa Bölgesi'nde durum biraz farklıdır. Kuzey ve güney ile doğu ve batı arasında büyük dengesizliğin bulunduğu Avrupa kıtası genel bir pazar payı kaybı yaşamakla birlikte, Güney Avrupa ve Doğu Akdeniz Avrupası'nın küçük yüzdelerle de olsa pazar payını arttırdığı görülmektedir. Güney Avrupa'nın uluslararası turist varışlarından aldığı pay yıllar itibarıyla %28.1 olarak sabit kalmakla birlikte, uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay 1992'deki %31.5'lik orandan 1996'da %31.7'ye ulaşmıştır. Son olarak, Türkiye'nin de dahil olduğu Doğu Akdeniz Avrupası'nın 1992'de %3.3 olan uluslararası turist varışları payı 1996'da %3.4', 1992'de %4.2 olan uluslararası turizm gelirleri payı da 1996'da %4.8'e yükselmiştir.

Bu verilerden çıkan tablo şudur; 1990'lı yılların ikinci yarısında, özellikle Magrip ülkelerinin gerek uluslararası turist varışlarından gerekse uluslararası turizm gelirlerinden aldığı pay ciddi oranlarda azalmıştır. Maşrik ülkelerinden Mısır benzer şekilde büyük kayıplar yaşarken, Ürdün'ün uluslararası turist varışlarında sağladığı %0.7'lik artışa rağmen uluslararası turizm gelirlerinde herhangi bir artış sağlanmamıştır. Avrupa Akdenizinde uluslararası turist varışları sabit kalmakla birlikte turizm gelirleri %0.2'lik artış göstermiştir. İsrail, Türkiye ve Kıbrıs üçlüsünde uluslararası turist varışlarında %0.1'lik artış turizm gelirlerinde ise %0.6'lık artış yakalanmakla birlikte, istatistiklere henüz yansımamış terör olayları ve siyasi krizler son yıllarda ibrenin tersine dönmesine neden olmuştur. Özetle, Akdeniz Havzası'nda turizm sektörü ciddi bir tehdit ve rekabet altında varlığını sürdürme çabasındadır.

Akdeniz Havzası'nda Barış, İstikrar ve Refah İçin İşbirliği Süreci

Herhangi bir bölgeye yönelik barış, istikrar ve refah için işbirliği süreci söz konusu edildiğinde, “askeri ve güvenlik”, “ekonomik ve siyasi”, “sosyo-kültürel ve beşeri” ve “kurumsal” olmak üzere 4 ayrı konuyu, ve bu konulara dayanılarak gerçekleştirilen bir dizi aktiviteyi ele almak gerekir. Akdeniz Havzası için de bu böyle olmakla birlikte, bu çalışmanın kapsamını dağıtmamak açısından, yukarıda bahsedilen konulara yönelik olarak gerçekleştirilmiş bir dizi aktivite-

den yalnızca Malta Konferansı'nda atıfta bulunulan Hyères-Les-Palmiers ve Kazablanka toplantılarına kısaca değinildikten sonra, yine adı geçen Konferansa esas teşkil eden Avrupa- Akdeniz Konferansı ve Barcelona Bildirgesi ele alınacak ve nihayet Malta Konferansı ve Malta Bildirgesi'yle ifadesini bulan “Pan-Akdeniz İdeali”nin kapsamı belirtilmeye çalışılacaktır.

Akdeniz kimliğinin yaratılması açısından önemli bir dönüm noktası teşkil eden Malta Konferansı'yla sonuçlanan süreçte, söz konusu Konferansı takiben yayınlanan Malta Bildirgesi'nin de atıfta bulunduğu iki önemli zirve mevcuttur. Bunlardan birincisi, 1993 yılında Fransa'da toplanan Hyères-Les-Palmiers Zirvesi olup, akabinde “Avrupa-Akdeniz Sürdürülebilir Turizm Deklarasyonu” yayınlanmıştır. İkincisi ise, Akdeniz Bölgesi'nde barış ve istikrarın tesisinde turizmin bir araç olarak desteklenmesinin gerekliliğinin ortaya konduğu, Eylül 1995 tarihli Kazablanka Zirvesi'dir.

Avrupa-Akdeniz Ortaklığı, Barcelona Konferansı ve Bildirgesi

Kuruluşundan bu yana Avrupa Topluluğu, EFTA ülkeleri ve ABD'den sonra en önemli ortağı sayılan Akdeniz ülkeleri ile ayrıcalıklı ekonomik ilişkiler oluşturup geliştirmeye önem vermiştir. Ancak, ne ikili anlaşmalar üzerine kurulu “Ortak Akdeniz Politikası” ve topluluk içi gelişmişlik farklılıklarını gidermeye yönelik “Entegre Akdeniz Programları”, ne de bölgeselleşme ve küreselleşme hareketlerinin gereği olarak Topluluk ile Topluluğa üye olmayan ülkeler arasındaki ilişkilerin ve işbirliğinin daha da yoğunlaştırılmasını öngören “Yenileştirilmiş Akdeniz Politikası”, Barcelona Konferansı'nın ortaya attığı ve esas itibarıyla “ortak bir barış, istikrar ve refah alanının yaratılması” prensibine dayanan “Avrupa-Akdeniz Ortaklığı” kadar geniş kapsamlı birer politika uygulaması değildir (Türkkan 1996:12-48; İstanbul Ticaret Odası 1996; ve Karauçak Oğuz, Ceyhan 1991).

Yenileştirilmiş Akdeniz Politikası'nın 1989 yılında resmen uygulanmaya başlamasından iki yıl kadar sonra, ilk kez 1992 yılında Lizbon Zirvesi'nde ortaya atılan Bakanlar düzeyinde bir Avrupa-Akdeniz Konferansı düzenlenmesi fikri, 1994 Korfu Zirvesi'nde tekrarlanarak yine aynı yıl içinde gerçekleştirilen Essen Zirvesi'nde detaylandırılmış ve 1995 Cannes Zirvesi'nde Topluluğun Barcelona Konferansı sırasında ulaşmayı öngördüğü hedefleri içeren 12 Haziran 1995 tarihli Konsey Raporu kabul edilmiştir (Türkkan 1996:23-34).

Akdeniz Havzası'nı, barış-istikrar ve refahı güven-

ce altına alan bir diyalog-ticaret ve işbirliği bölgesine dönüştürme amacına yönelik olarak, Akdeniz ülkelerini 27-28 Kasım 1995 tarihinde Barselona’da bir araya getiren Avrupa-Akdeniz Dışişleri Bakanları Konferansı’na, aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 27 ülke (İsrail, Ürdün, Suriye, Tunus, Fas, Filistin, Cezayir, Malta, Lübnan, Mısır, Kıbrıs ve AB üyesi 15 devlet) ile Avrupa Birliği Konseyi ve Avrupa Komisyonu yetkilileri katılmıştır. Konferans sonunda, ülkelerin ilerideki eylem ve politikalarına esas teşkil edecek olan ve “Avrupa-Akdeniz Ortaklığı”nın Anayasası” niteliğindeki Barselona Bildirgesi ile Avrupa-Akdeniz Ortaklığı Çalışma Programı kabul edilmiştir. Söz konusu Bildirge başlıca üç alana yönelik politika ve eylemlerle global bir Avrupa-Akdeniz Ortaklığı’nın kurulmasını öngörmektedir. şöyle ki (Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği 1995).

- 1) *Siyasi ortaklık ve güvenlik konularında ortaklık:* Ortak bir barış ve istikrar alanının kurulması
- 2) *Ekonomik ve mali ortaklık:* Ortak bir refah alanının kurulması
- 3) *Sosyal, kültürel ve beşeri alanlarda ortaklık:* İnsan kaynaklarının geliştirilmesi, kültürler arasında karşılıklı anlayışın ve sivil toplumlar arasındaki mübadelelerin teşviki

Avrupa-Akdeniz Ortaklığı, Akdeniz bölgesindeki ülkelerin toplam nüfusunun 2010 yılında 300 milyondan fazla olacağını öngören, dengeli bir ekonomik kalkınma sağlanmadığı takdirde ise gelir düzeyindeki farkların daha çok büyüyeceğini dikkate alan ve bu durumun Avrupa’nın barış ve güvenliği açısından önem verilmesi gereken bir konu olduğunu daha 1970’li yıllarda fark eden Avrupa Birliği’nin doğrudan Akdeniz’de, dolaylı olarak da Avrupa’da kalıcı barış, refah ve istikrara yönelik olarak yaptığı uzun vadeli bir yatırımdır. Avrupa Birliği, Avrupa-Akdeniz Ortaklığı sürecine dahil ülkelere, MED Programları çerçevesinde proje kredileri sunmaktadır.

Malta Konferansı ve Bildirgesi’nin oluşturulmasında da önemli bir ilham kaynağı teşkil eden Barselona Konferansı ve Bildirgesi, çoğu Akdenizli olmayan bir Birliğin üyelerinin Akdeniz Havzası’nı ilk kez bir bölge olarak nitelendirmesi bakımından ve geleceğe yönelik politikalarını böyle bir oluşumun varlığı düşüncesi üzerine kurması açısından önemlidir.

Pan-Akdeniz İdeali, Malta Konferansı ve Bildirgesi

7-9 Kasım 1996 tarihleri arasında Malta’nın Sliema kentinde, katılımcı ülkelerin Turizm Bakanları düzeyinde temsil edildiği “Akdeniz’in Tek Bir Bölge

olarak Pazarlanması” konulu bir konferans düzenlenerek, Konferans bitiminde, tam metnini Ek.1’de verdiğimiz, Malta Bildirgesi yayımlanmıştır. Akdeniz’in bir bölge olarak pazarlanabilme imkan ve potansiyelinin incelenmesinin amaçlandığı Konferans boyunca, ana tema olarak Akdeniz Bölgesi’nin dünya turizm pastasından payına düşen kısmını daha da arttırmak üzere, gerçekçi ve bütüncül bir bölge imajı yaratmanın gerekliliği ve bunun gereklerini yerine getirecek bir eylem planının çıkarılarak hayata geçirilme şekil ve şartları işlenmiş ve başlıca 4 konu tartışmaya açılmıştır. Bunlar;

- *Akdeniz Bölgesi’nde Turizmin Pazarlanması:* Akdeniz’in bir bütün olarak pazarlanmasının imkansız değil ancak biraz çetrefilli olduğu belirtilerek, rekabetin aynı pazarlarda aynı ürünü sunan Bölge ülkeleri arasında değil, benzer iklim ve coğrafi özelliklere ve fiyat avantajına sahip Akdeniz dışı ülkelerle yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Akdeniz turizminin giderek pahalı bir ürün haline geldiği ve kitle turizminden pay kaybetmeye başladığı ifade edilerek, yeni piyasalar yaratılması ve turizm ürününe yeni değerler katılması gerektiği belirtilmiştir. Amerika ve Japonya gibi uzun soluklu turistlerin destinasyon tercihlerinde hizmet kalitesi ve güvenlik konularının önemli bir rol oynadığı gerçeğinden hareketle, zayıf bir ürünün pazarlanmasında salt bir tanıtım politikasının yeterli olmayacağı vurgulanmış, piyasaya gerçekçi ve güçlü bir ürünle girilmesi gerektiği belirtilerek Akdeniz Kimliğini yansıtan “bütüncül bir turistik ürün imajının” yaratılması ve yerleştirilmesi gerekliliğinin altı çizilmiştir.

- *Akdeniz Mirasının ve Çevrenin Korunması ve Sürdürülebilirliğinin Sağlanması:* Hayata geçirilecek herhangi bir turizm politikasının sosyal politika ve çevre- kültür politikalarından bağımsız oluşturulamayacağı görüşü çerçevesinde, Akdeniz Havzası’nda turizmin sürdürülebilirliği tartışmaya açılmıştır. Bu bağlamda, UNESCO’nun tespit ettiği Dünya Kültürel Miras Siteleri’nin dörtte birinin Akdeniz’de yer aldığı belirtilerek, kültürel değerler ile beşeri ve doğal kaynakların korunmasının Akdeniz bölgesi için özel bir önem taşıdığı vurgulanmıştır. Turizm endüstrisinin ev sahibi ülke halkının hem gelir kaynağı hem de gündelik yaşantısının bir parçası olduğu dile getirilerek bireyle endüstri arasındaki karşılıklı etkileşime dikkat çekilmiş ve yerel halkın karar alma sürecinde etkin rol alması gerektiği vurgulanmıştır. Öte yandan, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı- Mavi Plan (UNDP-BP) Raporu’na atıflarda bulunularak tu-

rizmin çevresel etkilerine değinilmiş ve sektörel büyüme ile ekolojik sistem arasındaki onulmaz çatışmanın uzlaşmaya götürülmesinin önemi vurgulanmış; ayrıca kuzey ile güney, doğu ile batı arasında dengeli kalkınmanın öncelikli bir konu olduğunun göz ardı edilemeyeceği belirtilmiştir. Akdeniz'in kültür, doğa ve din turizmi potansiyeline dikkat çekilerek alternatif turizm örneklerine yer verilmiştir

● *Uzun Süreli Turizm ve Seyahat için Akdeniz; Turizm Akımlarının Yönü:* Nispeten küçük bir coğrafyaya alabildiğine geniş ve zengin kültür mirasının yayıldığına altı çizilerek, ulaşım ağının turizm faaliyetlerini olanaklı kılacak şekilde yapılandırılmamış olduğu belirtilmiştir. Amerikan ve Japon uzun soluklu turistlerin birden fazla yerde konaklama yapmayı tercih ettikleri ve Akdeniz'in yat turizmine çok müsait olduğuna dikkat çekilerek, limanların bu tür yolcuların beklentilerini karşılayacak şekilde yeniden yapılandırılması gerektiği, kara ve hava ulaşımının da hinterlanda ulaşımı destekler nitelikte genişletilmesi gerektiği ortaya konmuştur. Öte yandan, uzun soluklu turistleri bölgeye çekmek üzere ürün kalitesinin artırılması ve bölge içinde güvenlik ve istikrarın sağlanması gerektiğine değinilerek, piyasa analizi yapmak için gerekli veri tabanının eksik olduğuna dikkat çekilmiştir. Tüm bu sorunları aşmak üzere ortak eylem planına ihtiyaç duyulduğu bir kez daha vurgulanmıştır.

● *Yeni Akdeniz Perspektifinde Medya'nın Rolü:* Malta Bildirgesi'nin amacına ulaşmasında medyaya büyük görevler düştüğü belirtilerek bu görevler bilgilendirmek, etkilemek ve öngörmek olarak sıralanmıştır. Gerek yerli, gerekse yabancı özel sektör ve kamu kesimi yetkililerine Pan-Akdeniz İdeali'nin ne olduğunun izah edilmesinde ve Akdeniz'in tek bir bölge olarak pazarlanmasının bölge içi refahın artırılmasında ve dengeli kalkınmanın sağlanmasında ne gibi katkılarda bulunacağını geniş kitlelere aktarılmasında medyaya büyük görevler düştüğü belirtilmiştir. Hem turistlerin satın alma hem de tur operatörlerinin satış kararlarında medyanın yadsınamayacak kadar önemli etkiye sahip olduğu belirtilerek, temalı turlarla zenginleştirilmiş yepyeni bir Akdeniz bölgesinin sunduğu turizm ürününün tüketici gruplarına tanıtılmasında medyanın etkin rol oynayacağı ifade edilmiştir. Tarihte hep istikrarsız olarak bilinen bir bölgede barış, istikrar ve refahın ancak ve ancak uluslararası ortak turizm politikalarıyla sağlanabileceği fikrinin yayılmasında, ekonomik güç olarak turizmin

öneminin vurgulanmasında, sürdürülebilir turistik gelişme için baskı gruplarının oluşturulmasında medyanın motor güç teşkil edeceği belirtilerek; Malta Konferansı'nın önerdiği Turizm Eylem Planının özel sektör ve kamu kesimi tarafından benimsenmesinde ve sözkonusu eylem planının doğuracağı sonuçların önceden tespit edilmesinde de yine medyaya önemli görevler atfedilmiştir.

Akdeniz Havzası'nda Turizm Endüstrisi İçin Bölgesel İşbirliği Önerisi: Pan-Akdeniz İdeali

Pan-Akdeniz İdeali'nin Kapsamı

Coğrafi alan itibariyle, "Pan-Akdeniz İdeali" Akdeniz'e kıyısı bulunan Magrip, Maşrik ve Güney Avrupa olmak üzere 3 kümeye ayrılabilir yirmiye aşkın bağımsız ülkeyi kapsamaktadır. Pan-Akdeniz ideali, ortak tarihi ve kültürel geçmişi olan Akdenizli ülkelerin bir araya gelerek ortak çıkarlar doğrultusunda ortak kararlar almasını ve ortak eylem planları doğrultusunda hareket etmelerini esas almaktadır. Bu çalışmanın esasını oluşturan "turizm endüstrisi'nde Pan-Akdeniz İdeali'ne dayalı bölgesel işbirliği" önerisi ise, bir gün belki ekonomik birlik görüntüsü alabilecek, ancak bugün itibariyle henüz salt bir tercihli ticaret anlaşması kapsamında değerlendirilmesi gereken, turizm endüstrisinin uluslararası piyasalarda başarı şansını artırıcı bölgesel düzeyde bir rekabet stratejisidir. Pan-Akdeniz idealine dayanan sektörel işbirliği, bağımsız ulusal piyasaların birleştirilerek ölçek ekonomilerinin yaratılmasını, ortak ürünler geliştirilerek potansiyel talebin efektif talebe dönüştürülmesini, Akdeniz ürün kimliğinin ve imajının yaratılmasını, barış-istikrar ve refahın ortak çabalarla sağlanmasını öngörmektedir.

Bilindiği gibi, bugüne kadar her bir Akdenizli ülke turizmde rekabet politikasını bir diğer Akdenizli ülkeyle kıyasıya rekabet etme prensibi üzerine kurmuştur. Bölge içinde sunulan turistik ürün aşağı yukarı aynı özelliklere sahip olduğu içindir ki, rekabet stratejisi de daha çok fiyat rekabeti çerçevesinde geliştirilmiştir. Oysa, Pan-Akdeniz idealine dayalı bölgesel işbirliğinin öngördüğü rekabet stratejisi ürün farklılaştırmasına dayandırılmaktadır. Buna göre, temalı rotalar aracılığıyla ikame ürünler tamamlayıcı ürünler haline dönüştürülmeli, Akdeniz Havzası'na özgü ortak ürünler geliştirilmeli, bölgede bir "Akdeniz İmajı" ve "Akdeniz Ürün Kimliği" oluşturulmalı, ve nihayet hakça paylaşılan bir refah alanı yaratılmalıdır.

Temalı Rotalar, belirli bir tarihi olayı veya bir böl-

gedeki doğal ve coğrafi özelliği konu alan ve o konu üzerine kurulan gezi güzergahlarını ifade etmektedir. Amerika ve Japonya gibi yüksek harcama kalıplarına sahip turist gruplarının uzun süreli ve çok konaklamalı gezileri tercih ettiği gerçeğinden hareketle (World Tourism Organization 1996:--), söz konusu turist gruplarına yönelik turizm pazarına birden fazla Akdeniz Ülkesini kapsayacak temalı rotalar aracılığı ile girilmesi doğru bir yaklaşım olacaktır. Temalı rotaların oluşturulması, tarihsel ve kültürel mirasımıza dair araştırmaların yanı sıra mesafe, konaklama-ulaşım imkanlarının araştırılması gibi başlı başına uzmanlık isteyen fizibilite çalışmasını gerekli kılmakla birlikte, temalı rotalara konu olabilecek birkaç öneride bulunmak da mümkündür. Şöyle ki;

- İsa'nın Peşinde
- Büyük İskender'in İzinde
- Kelebek Avlama
- Magrip-Maşrik-Avrupa: Akdeniz Üçlemesi
- Akdeniz Adaları
- Kuş Gözleme

Pan-Akdeniz İdeali'nin Akdeniz Havzası Ülkelerine Sağlayacağı Faydalar

Burada hiç kuşkuyla yer vermeyecek şekilde bir konuya açıklık getirmek doğru olacaktır. Söz konusu işbirliği ile amaçlanan ne düşük kaliteli bir mal yada hizmeti haksız rekabet şartları yaratarak ticarete konu yapmaktır, ne de böyle bir uygulamanın ticareti saptırıcı etkisi bulunmaktadır. Bu öneriyle amaçlanan, birbiriyle kolayca ikame edilebilen ve bu yüzden talebin fiyat esnekliği yüksek olan geleneksel ürünler yerine, ikame edilebilir ürünleri tamamlayıcı ürünler haline dönüştürerek talebin fiyat esnekliği düşük olan ortak ürünler geliştirmek, bu ürünler aracılığı ile bölgesel düzeyde rekabetçi üstünlük sağlamak ve Akdeniz Havzası'nda ölçek ekonomilerinin doğmasına olanak vererek paylaşılan bir refah alanı yaratmaktır.

Pan-Akdeniz İdealine dayalı bölgesel işbirliği sürecinin ve buna bağlı olarak oluşturulacak temalı rotaların Akdeniz Havzası ülkelerine sağlayacağı faydalar şöyle sıralanabilir:

- İktisadi işbirliği ve birleşmeler siyasal bakımdan bağımsız ülkeleri ekonomik yönden birbirine bağımlı duruma getirmektedir. Ortak yatırım alanlarının oluşturulması bölgede kalıcı barış ve istikrarın tesisinde ve dengeli kalkınmanın sağlanmasın-

da önemli bir rol oynayacaktır.

- Bilindiği gibi, herhangi bir bölgede turistik faaliyetlerin gelişmesi söz konusu bölgenin güvenli olmasını şart koşmaktadır. Uluslararası temalı rotalar ve ortak yatırımlar bölgesel güvenliğin ortak çabalarla sağlanmasını beraberinde getirecektir.

- Doğa ve kültür mirasının korunması, turizmin çevre üzerindeki olumsuz etkilerin ortadan kaldırılması bölge için ortak kaygılar halini alarak, ortak çözümler aranacak, ortak eylem planları çerçevesinde hareket edilecektir.

- Bağımsız piyasalar birleştirilmek suretiyle üretimde etkinliğin sağlanmasına bağlı olarak açığa çıkan maliyet ve fiyat avantajı bir yandan dış aktif turizm hacminin artmasına neden olurken, öte yandan aynı olay iç turizm talebini de artırıcı yönde etki edecek, böylelikle ölçek ekonomileri açığa çıkaracaktır.

- Temalı rotalar, şekil faydası yaratılarak üretimde bulunmayı ifade etmektedir. Gerçekten de, elde mevcut olan değerler değişik kombinasyonlarla bir araya getirilerek yeni ürün elde edilmekte, sektörün arz kapasitesi artırılmış olmakta, yeni bir pazar kesiti yaratılmaktadır.

- Mısır'ın Akdeniz Havzası'ndaki uçuşlarda indirimli Med-pass uygulamasına geçtiği bilinmektedir. Gerek bölge içinde ve gerekse bölge dışından bölgeye temalı rotalar kapsamında yapılan seyahatlerde yolculara indirimli uçuş hakkı verilmesi ve Med-pass uygulamasının yaygınlaştırılması ekstra maliyet avantajı sağlayacaktır. Böylelikle, bir yandan uluslararası turizm pazarında rekabet üstünlüğü yaratılırken, diğer yandan bu uygulama uluslararası temalı rotaların tutunmasına da yardımcı olacaktır.

- Akdeniz Havzası'nın tek elden pazarlanması ve bölge kimliği oluşturularak ortak bir ürün imajı yaratılması, birim başına düşen tanıtım ve pazarlama giderlerinden tasarruf sağlayacaktır..

- Bölgesel işbirliği ve birleşmeye paralel olarak gerçekleştirilecek işgücü hareketliliği, işgücü veriminin artmasını ve insan kaynakları alanında standartların oluşturulmasına olanak sunacaktır.

- Değişik temalı rotalar yüksek sezon yoğunluğunun düşük sezona yayılmasını sağlayacak, sektörde sıkça yaşanan mevsimsel işsizliğin giderilmesinde yardımcı olacaktır.

- Konaklama süresi, turist alan bölgenin turist gönderen bölgeye olan mesafesine bağlı olarak belirlenmektedir. Gerçekten de, kısa süreli tatiller için yakın mesafeler tercih edilirken, uzak yerlerden

gelenler uzun süreli tatil ve değişik yerlerde konaklama yapmak istemektedirler. Uluslararası temalı rotalar uzak mesafe ve uzun süreli turist grupların bölgeye gelişlerini teşvik edecektir.

● Temalı rotaların hayata geçirilmesi, özellikle rekabetçi ürünleri tamamlayıcı ürün haline sokarak rekabetin yönünü fiyat farklılaştırmasından ürün farklılaştırmasına doğru değiştirecek, sektörün deniz-kum-güneş ağırlıklı gelişen kitle turizminden giderek uzaklaşarak alternatif kültür turizmine doğru yönelmesini sağlayacaktır.

Pan-Akdeniz İdeali'nin Başarıya Ulaşma Koşulları

Pan-Akdeniz ideale dayalı bölgesel işbirliği, Akdeniz Havzası'nda gerçekleşmesi muhtemel bir bölgesel entegrasyon sürecinin ilk aşaması olarak değerlendirilebilir. Pan-Akdeniz İdeali, sektörel işbirliği statüsünden çıkıp giderek bölgesel entegrasyon görünümü aldığı müddetçe başarı şansı daha da artacaktır. Bilindiği gibi, aynı coğrafyada bulunmak bölgesel işbirliği ve entegrasyonun gerçekleştirilmesinde kolaylaştırıcı bir etkiye sahiptir. Öte yandan, ekonomik ve siyasi sistemlerde benzerlik, aynı askeri sistemlere dahil olmak ve benzer ekonomik gelişme seviyesinde bulunmak aynı yönde etki edecektir. Ortak tarihi, sosyal, kültürel ve dini değerlere sahip olmak bir diğer pozitif etki teşkil etmektedir. Ortak yatırım alanlarının bulunması, bir diğer ifadeyle ekonomik entegrasyonun başarılması kültürler arası karşılıklı anlayış ve beşeri entegrasyonu da beraberinde getirecektir.

Böyle bir işbirliğinin var olma ve başarıya ulaşma şansı hiç kuşkusuz ekonomik kaynaklarla desteklenmiş siyasi irade ve kararlılığa bağlı olup, siyasi iradenin gereklerini yerine getirecek kurumların varlığını gerekli kılmaktadır. Akdeniz Havzası'nda bölgesel entegrasyonun bir an önce hayata geçirilmesi gerektiğini savunan akademisyenler, entegrasyona geçiş sürecinde imzalanacak olası bir Ekonomik, Sosyal ve Kültürel İşbirliği ve Ortak Savunma Antlaşması uyarınca işlerlik kazandırılması gereken uluslararası kurum ve kuruluşları sıralayacak kadar ileri gitmişlerdir (Busuttil 1995:37-51 ve 59-69).

Akdeniz Havzası'nda ekonomik birleşmeye giden süreçte, karşılıklı hoşgörü ve anlayışın yerleştirilmesinde önemli bir unsur olan turizm sektörü öncü kuvvet olarak değerlendirilmeli, uluslararası temalı rotaların bu amaca hizmet etmedeki başarısı göz ardı edilmemelidir. Akdeniz Havzası'nda, tıpkı TCSP örneğinde olduğu gibi, Avrupa Birliği'nin aşağıda kap-

samı belirtilen Akdeniz'e yönelik MEDA fonlarıyla finanse edilebilecek uluslar üstü turizm örgütü bir an önce hayata geçirilmelidir.

MEDA Programları

Haziran 1995'de Cannes kentinde toplanan Avrupa Konseyi, Akdeniz Bölgesi'ne daha önce ayrılandan daha fazla miktarda bir mali kaynak aktarmayı öngörmüş ve bu amaca yönelik olarak MEDA Programları uygulamaya konmuştur. 1995-99 dönemini kapsayan I. Etap MEDA Programları için 3424,5 milyon ECU'luk bir fon ayrılmıştır.

Ana hatlarıyla, MEDA Programları kapsamında ulusal (NIP) ve bölgesel (RIP) düzeyde oluşturulan aktivite ve projelere finansal destek sağlanmaktadır. Ulusal programlar ekonomik geçiş ve sosyo-ekonomik dengeyi oluşturmaya yönelik aktivite ve projeleri, bölgesel programlar ise Barselona Bildirgesinin ekinde sunulan çalışma programı çerçevesinde içeriği tespit edilen aktivite ve projeleri içermektedir. RIP kapsamında oluşturulan proje ve aktiviteler MED Komitesine sunulmakta olup, genel olarak MEDA Programları için Avrupa Birliği Genel Bütçesi'nin B7-410 no.lu kalemi uyarınca fon sağlanmaktadır (European Commission 1999:9).

MEDA Programlarının Avrupa Komisyonu tarafından uygulanma usul ve kaidelerini belirleyen hukuki düzenleme "MEDA Yönetmeliği" olarak da bilinen 1488/96 sayı ve 26 Temmuz 1996 tarihli Konsey Yönetmeliğidir. Buna ilaveten, Birliğin Bakanlar Konseyi MEDA Yönetmeliğine paralel olarak ikili ve bölgesel düzeyde MEDA fonlarının kullanım ilkelerine dair 96/706 sayı ve 6 Kasım 1996 tarihli kararı uyarınca bir dizi "genel kurallar" kabul etmiştir.

Adı geçen Yönetmeliğin amacı Madde 2/1'de "..... beşeri ve kültürel boyutun gereklerini yerine getirmek kaydıyla, politik istikrar ve demokrasinin güçlendirilmesine, Avrupa-Akdeniz serbest ticaret alanının yaratılmasına ve sosyo-ekonomik işbirliğinin geliştirilmesine katkıda bulunmak" şeklinde tanımlandıktan sonra, Madde 2/2'de konuya yönelik prosedürlerin detaylarıyla ilgili olarak EK II'ye göndermede bulunmaktadır.

Özellikle, "Madde 2'nin uygulanmasına dair amaç ve kurallar" başlığını taşıyan EK II'nin III.maddesinde bölgesel ve sınır ötesi işbirliğinin ne şekilde destekleneceği ele alınmaktadır. Bölgesel ve sınır ötesi işbirliğinin, Madde. III/(a) uyarınca, "Akdenizli Ortaklar arasında bölgesel işbirliğine yönelik yapıların kurulması ve geliştirilmesi" suretiyle destekleneceği hükme bağlanmakta, Madde III/(b) 1. parag-

rafta da “ulaşım, iletişim ve enerji dahil olmak üzere bölgesel ticaret için gerekli altyapının kurulması” öngörülmektedir. Öte yandan, Madde. IV kapsamında yerel otoritelerin, kırsal kesimin, yardım kuruluşlarının, sendikaların, meslek odalarının, medyanın ve kamu yönetiminin destekleneceği; Madde. VI kapsamında da bu Yönetmelik çerçevesinde finanse edilen aktivitelerin teknik destek, eğitim, kurum inşası, enformasyon, seminer, araştırma, KOBİ’ler ve altyapı ile ilgili olabileceği ifade edilmektedir.

SONUÇ

Ülkelerin son yıllarda birbirleriyle yoğun askeri, siyasi, ekonomik ve sosyal ilişkiler içerisine girmeleri karşılıklı bağımlılıklarını arttırmış, küreselleşme ve bölgeselleşme kavramları yoğun tartışmalara konu olarak iktisat literatüründe yerlerini almaya başlamıştır. Dünyada böylesine gelişmeler izlenirken, Türkiye’nin gelecek yıllarda gerek küresel, gerek bölgesel işbirliği ve entegrasyon imkanlarını en iyi nasıl değerlendirebileceği ve ne yönde stratejiler geliştireceği diğer ekonomilerle rekabet şansını belirlemek açısından giderek önem kazanmaktadır. Bu bakımdan, dünyada izlenen mevcut ve muhtemel geniş ve dar kapsamlı birleşme hareketlerini iyi tahlil etmek ve uygun cephelerde bir an önce yer almak en doğru yaklaşım olacaktır.

Akdeniz’de bölgesel işbirliği ve entegrasyon Türkiye açısından önemli fırsat alanları sunmaktadır. Ne var ki, Akdeniz Havzası ülkelerinin bir çoğuyla tarihi ve kültürel bağlarının bulunmasına rağmen, Türkiye bugüne kadar başlı başına bir Akdeniz Politikası geliştirmiş değildir. Türkiye’nin Akdenizli kimliği ilk kez 1995 Barselona Konferansı ile birlikte gündeme gelmiştir. Ancak, gerek Avrupa Birliği’ne üyelik sürecinde bir geri adım olarak görülen “Akdenizli Ortak” sıfatı, gerekse Akdenizli diğer ortaklara sunulan mali yardımlardan payına düşeni alamamış olması, Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne üyelik süreci ile birlikte Avrupa-Akdeniz ortaklık sürecini de bir süre için askıya almasına neden olmuştur.

Bugün, Türkiye’nin biri Avrupa diğeri Akdeniz olmak üzere, aslında birbiriyle hiç de çelişmeyen, çift vatandaşlık hakkı vardır. Aralık 1999’da gerçekleştirilen Helsinki Zirvesi’nde Avrupa Birliği’ne aday ülke olarak ilan edilmesiyle yeniden başlayan diyalog sürecini çok iyi değerlendirerek, Türkiye Avrupa Birliği’ne tam üyelik hedefinin yanı sıra, Akdeniz Politikasını Avrupa-Akdeniz ortaklık süreci kapsamında bölgede kalıcı barış ve istikrarı sağlamak ve paylaşılan bir refah alanı yaratmak amacıyla yönelik olarak

geliştirebilir.

Turizm endüstrisi, kültürler arası farklılığı giderici ve anlayışı artırıcı yönde olumlu sonuçlar doğurmaktadır ve bu özelliğiyle Akdeniz Havzası’nda bölgesel işbirliği ve entegrasyona giden süreçte önemli bir araç olarak kullanılabilir. Turizm sektöründe ortak yatırım alanları oluşturmak ve ortak ürün geliştirmek, entegrasyondan beklenen kalıcı barış ve dengeli büyüme sonuçlarının sağlanmasında önemli rol oynayacaktır.

Turizm endüstrisinde Pan-Akdeniz idealinin öngördüğü turizm ürünü Akdeniz kimliği ve imajının yansıtıldığı uluslararası temalı rotalardan ibaret olup, Akdeniz Havzası’nda Pan-Akdeniz bölgesel işbirliği ve entegrasyon sürecini başlatmak ve turizm endüstrisinde işbirliğini güçlendirmek üzere yapılması gerekenler şöyle sıralanabilir:

- Uluslararası tur programlarına esas teşkil etmek üzere, Akdeniz Havzası’nı kapsayan envanter çalışması ivedilikle başlatılmalı ve bölgenin flora, fauna, ören yeri, vb. haritaları çıkarılmalıdır.
- Akdeniz Havzası’na ait kültür ve tarih mirasının ortak paydaları belirlenerek, Akdeniz kimliği ve Akdeniz imajı yaratılmalı, Akdeniz Logosu oluşturulmalıdır. Turizm pazarında bütüncül bir Akdeniz Turizmi kavramı yerleştirilmelidir.
- Özel ilgi gruplarına yönelik birden çok yerde konaklamalı uluslararası temalı rotalar oluşturulmalıdır.
- Kara-deniz ve hava yollarını içeren ulaşım ağı turistik destinasyonların ulaşılabilirliğini ve uluslararası temalı tur programlarının yapılabilirliğini sağlayacak şekilde geliştirilmeli ve yaygınlaştırılmalıdır.
- Temel ilke olarak turizm endüstrisinde rekabetin yönü değiştirilmelidir. Akdeniz ülkelerinin bir diğeriyle rekabeti değil, Akdeniz ülkelerinin sunduğu turizm ürününe benzer ürünlere sahip diğer ülkelerle rekabet arttırılarak, hakça paylaşılan bir turizm piyasası ve refah alanı yaratılmalıdır.
- Pan-Akdeniz ideali değişik platformlarda tartışmaya açılarak, Akdeniz ülkelerinin istisnasız olarak böyle bir oluşumda yer almaları özendirilmelidir.
- Turizm planlamacıları ve medya konuyla ilgili olarak bilgilendirilmeli ve Pan-Akdeniz idealine hizmet edecek şekilde çaba sarfetmeleri sağlanmalıdır.
- Pan-Akdeniz İdeali imzalanacak ortaklık antlaşmalarıyla hükümetler düzeyinde de desteklenmelidir. İmzalanacak herhangi bir bölgesel işbirliği antlaşması, bu kapsamda gerçekleştirilecek gelir getirici turizm faaliyetlerinde vergi indirimi, ayakbaşı parasının kaldırılması, Med-pass uygulamasının yaygınlaştırılması, vize uygulamasında kolaylıklar gibi bir dizi konuyu kapsamalıdır.

Ek. 1: Malta Bildirgesi, 7-9 Kasım 1996, Sliema-Malta

Hyères-Les-Palmiers (Fransa) ve Kazablanka (Fas) Konferanslarında alınan kararları takiben, Malta Konferansı aşağıda ifade edilen amaçlara yönelik bir Eylem Planı oluşturmayı önermektedir.

- 1) Bağımsız bir grup uzmanın önderliğinde, gerçekçi bir Akdeniz Kimliğini içeren Bölgesel Ürün İmajı oluşturma imkanlarını araştırmak;
- 2) Dünya Turizm Örgütü'nün gözetimi altında, Akdeniz Ülkeleri temsilcilerinin ve yerel otoriteler ile turizm sektörü çalışanlarının koordinasyonu ışığında, aşağıdaki görevleri yerine getirecek bir Merkez kurmak;

- turizm endüstrisine yönelik eğitimin ve insan kaynaklarının geliştirilmesi,
- Akdeniz turizmi veri tabanına yönelik gerekli çalışmaların yapılması,
- Akdeniz Ülkeleri arasında yüzey ve hava iletişiminin iyileştirilmesi,
- Akdeniz'in eşsiz niteliğini açığa çıkaracak ve tanıttak bir pazarlama kampanyasının tasarlanması,
- özel olarak turizm basın-yayın organlarına ve genel olarak tüm medyaya turizm bilgisinin dağıtılması,
- turizm sektöründe faaliyet gösteren özel ve kamu kuruluşlarından oluşan bir sektörel çalışma grubunun kurulması, söz konusu Eylem Planı'nın hayata geçirilmesinin temini.

Merkez, alt-bölgesel faaliyetleri güçlendirmek üzere EMTTO (Euro-Mediterranean Tourism Organization) ve MEMTTO (Middle East Mediterranean Tourism & Travel Association) ile gerekli bağlantılar kurmak suretiyle ortaklaşa çalışacaktır.

Merkez'in bütçe giderleri, gerçekleştirilen faaliyetlerden sağlanan gelirlerden ve diğer ajanslardan aktarılan fonlardan karşılanacaktır.

Konferans katılımcıları, Malta Turizm Bakanlığı'nın bahse konu Merkezi Malta'da kurma ve tüm faaliyetlerini bir yıl süreyle finanse etme teklifini memnuniyetle karşılamıştır.

Kaynak: Fransızca ve İngilizce metinden karşılaştırmalı tercüme yapılmıştır.

"Malta Declaration"; Marketing the Mediterranean as a Region; Interministerial Tourism Conference, Sliema- Malta, 7-9 Kasım 1996, WTO.

- Turizm planlamasında ve rekabet strateji ve politikalarının geliştirilmesinde hayati önem taşıyan Akdeniz Havzası'na dair turizm veri tabanının oluşturulması için gerekli çalışmalar başlatılmalıdır.
- Tüm bu ortaklık çabalarını desteklemek ve yönlendirmek üzere, Malta Konferansında kurulması öngörülen Merkez'in, TCSP örneğinde olduğu gibi, etkin bir şekilde çalışması sağlanmalıdır.
- Avrupa Birliği'nin turizm program ve politikaları çerçevesinde işbirliği imkanları araştırılmalı; Pan-Akdeniz İdeali'nin hayata geçirilmesine yönelik projeler geliştirilerek AB MEDA kaynağından finansal destek alınması için yürürlükteki kanunlar çerçevesinde mevcut imkanlar değerlendirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği (1995). *Avrupa ve Akdeniz Ortaklığı: Barcelona Bildirgesi ve Çalışma Programı*. Barcelona: (27-28 Kasım 1995) Avrupa- Akdeniz Konferansı.
- Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği (tarihsiz) *MED Programları El Kitabı: Avrupa-Akdeniz Ortaklığı Rehberi*.
- European Commission (July 1999). *Euro-Mediterranean Partnership: The MEDA Programme*.
- Bull, A. (1995). *The Economics of Travel and Tourism*. 2nd edition, Australia: Longman
- Busuttill, S. (1995). *The Future of the Mediterranean*. Malta. Foundation for International Studies, Malta University.

- Ertürk, E. (1997). *İktisadi Birleşmeler Teorisi ve Türkiye'nin Yçinde Bulunduğu İktisadi Birleşme Hareketleri*. 2. Baskı, Bursa: Alfa/ Aktüel Yayınları, Yayın No: 410, Dizi No: 48.
- İstanbul Ticaret Odası (Temmuz 1996). *Avrupa Birliği'nin Akdeniz Bölgesi Politikası*. YTO Yayın No: 1996-30/AB 7.
- Karauçak Oğuz, Ş. ve Ceyhan, Haluk (Mart 1991). *Avrupa Topluluğu'nun Akdeniz Politikası*. İktisadi Kalkınma Vakfı Yayınları.
- Karlık, R. (1995). *Avrupa Birliği ve Türkiye*. 3.Baskı, İstanbul: Beta A.Ş.
- Karlık, R. (1998). *Uluslararası Ekonomik, Mali ve Siyasal Kuruluşlar*. 4.Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi.
- Middleton, V.T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. 2.Baskı, Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Neal, L. ve Daniel, B. (1998). *The Economics of the European Union and the Economies of Europe*. Oxford University Press.
- Paydak, S. (1999). *Akdeniz'de Barış ve Refah ve İstikrara Yatırım: Avrupa- Akdeniz Ortaklığı*. Avrupa Komisyonu Türkiye Temsilciliği.
- Poon, A. (1998). *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. Oxon: CAB international.
- Seyidoğlu, H. (1994). *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*. 10.baskı, İstanbul: Güzem Yayınları.
- Tınar, Mustafa Yaşar (1999). "Avrupa-Akdeniz Ortaklığı ve Türkiye". *Avrupa Araştırmaları Dergisi*, 7(1-2): 233-245.
- Tribe, J. (1995). *The Economics of Leisure and Tourism: Environments, Markets and Impacts*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Tribe, J. (1997). *Corporate Strategy for Tourism*. Londra: International Thomson Business Press.
- Türkkan, O. (Mayıs 1996). *Avrupa Birliği'nin Akdeniz Politikası Çerçevesinde Türkiye'nin Konumu*. T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, Avrupa Birliği Genel Müdürlüğü: Ankara.

World Tourism Organization (1996). *Marketing the Mediterranean as a Region*. Sliema- Malta: (7-9 Kasım 1996) Interministerial Tourism Conference.

World Tourism Organization (1998). *Compendium of Tourism Statistics 1992-1996*. 18.baskı, Madrid.

World Tourism Organization (1999). *Yearbook of Tourism Statistics 1999*. Revised Preliminary Estimates, Madrid.

World Tourism Organization (19 Mayıs 1999). *Tourism Highlights 1999*. Revised Preliminary Estimates, Madrid.

World Trade Organization (Nisan 1995). *Regionalism and the World Trading System*. Genova.

World Tourism Organization. "Asia Pacific Comes Back to Drive World Tourism". <http://www.world-tourism.org/pressrel/001-01-25.htm>

World Trade Organization. S/C/W/51, 23 Eylül 1998. <http://www.wto.org/wto/services/w51.doc>

European Union. <http://www.europa.eu.int>

Tourism Council of South Pacific. <http://www.tcsp.com>

World Travel and Tourism Council. <http://www.wttc.org>

Council Regulation (EEC) No: 1488/96 of 23 July 1996 on financial

and technical measures to accompany (MEDA) the reform of economic and social structures in the framework of the Euro-Mediterranean partnership; OJ No: L 189/I, 30 July 1996

Council Decision 96/706/EC of 6 December 1996; OJ No: L 325, 14 December 1996

Council Resolution of 13 May 1996 on Euro-Mediterranean cooperation relating tourism; OJ No: C 155, 30 May 1996

Amended Proposal for a Council Decision on a first multiannual programme to assist European Tourism- Philoxenia (1997-2000); Document: 596PC0635

Gönderilme tarihi: : Haziran 2000

Değerlendirme : Haziran 2000

Düzeltilme : Temmuz 2000

Kabul : Ağustos 2000

Sibel Mehter Aykın, Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kampus, Antalya

E-mail: sibel@iibf.akdeniz.edu.tr