

DIŞ POLİTİKA VE TURİZM İLİŞKİSİ BAĞLAMINDA TÜRKİYE’NİN AVRUPA VE BALKAN ÜLKELERİ İLE YAPTIĞI TURİZM ANLAŞMALARINI DEĞERLENDİRİLMESİ

In The Context of Foreign Policy and Tourism Relations, The Tourism Agreements Which Made by Turkey With European and Balkan Countries and the Evaluation of the Tourism Agreements

Burhan AYDEMİR*
Füsun ESENKAL ÇÖZELİ**

ÖZ

Bu çalışmada Dış politika ve Turizm ilişkisi dikkate alınarak Türkiye'nin Avrupa ve Balkan Ülkeleri ile yaptığı turizm anlaşmalarının etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla, çalışmanın yazın bölümünde, öncelikle dış politika ve turizm ilişkisi ve bu ilişkinin Türkiye açısından değerlendirilmesine yer verilmiş, ardından Dış politika aracı olarak turizm anlaşmalarının önemine değinilmiştir. Uygulama bölümünde ise, Türkiye'nin Avrupa ve Balkan ülkeleri ile yaptığı turizm anlaşmalarının Türkiye'ye gelen turist sayıları bazında etkisi istatistiksel olarak incelenmiştir. Sonuç olarak; Turizm anlaşmalarının çoğunun ülke vatandaşlarının Türkiye'ye çekilmesinde önemli bir etkisi olduğu, ancak yıllar itibarı ile çeşitli krizlerin etkisi ile istikrarın korunamadığı ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Dış politika, Turizm Anlaşmaları, Avrupa ve Balkan ülkeleri

ABSTRACT

This essay studies the effects of tourism agreements made between Turkey, European, and Balkan countries in the light of relation between foreign policy and tourism. Initially, the relation between foreign policy and tourism and the evaluation of this relation by Turkey were discussed in literature review part then the importance of tourism agreements was emphasized as a tool of foreign policy. In the implementation part, the effects of tourism agreements made between Turkey, European, and Balkan countries on the number of tourists travelling to Turkey was analyzed statistically. As a result, the tourism agreements having a big role in increasing the number of tourists travelling to our country was concluded but various crises between countries causing the number of tourists to go down were stated.

Keywords: Foreign Policy, Tourism Agreements, European and Balkan Countries

* Doç, Dr., Balıkesir Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü Öğretim Üyesi, burhanaydemir@yahoo.com

** Doktora Öğrencisi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, fusunesenkal@yahoo.com

Bu makale, "II. Avrasya Uluslararası Turizm Kongresi: Güncel Konular, Eğilimler ve Göstergeler" adlı kongrede bildiri olarak sunulmuştur. Daha sonra geliştirilerek hazırlanmıştır.

GİRİŞ

DİŞ POLİTİKA: bir devletin, ulusal çıkarlarının biçimlendirdiği amaçlara ulaşmak için, diğer devletlerle olan diplomatik siyasal, ekonomi ve hukuki ilişkileri kapsayan bir süreçtir ve bu sürecin yönetimi ince bir dengeyi gerektirir. Bu nedenle; Dış politikada atılacak her bir adımın ülke için olabilecek olumlu ve olumsuz etkileri en ince ayrıntısına kadar düşünülmelidir. Çünkü yaşanabilecek herhangi bir olumsuzluk ülkelerarası ilişkilerde ciddi krizlere yol açabilmekte ve Turizm sektörü dahil pek çok sektörü olumsuz etkileyebilmektedir. Öte yandan dış politikada doğru atılacak adımlarla, politik ilişkiler düzeltilebilmekte, yatırımlar hızlandırılabilir ve sosyo-ekonomik gelişmeler sağlanabilmektedir. Özellikle dengelerin sürekli değiştiği bir coğrafyada yer alan Türkiye’de dış politikada doğru stratejilerin ve taktiklerin geliştirilmesi ve uygulamaya konması büyük önem taşır. Bu strateji ve taktikler, ülkeler arasında, çeşitli konularda yapılan milletlerarası anlaşmalarla ortaya konur. Bu anlaşmalardan turizm anlaşmalarının ayrı bir yeri vardır. Çünkü, turizm anlaşmaları sayesinde ülke vatandaşları birbiri ile kaynaşabilmekte, önyargılar kırılabilir, barış ve huzur ortamı sağlanabilmektedir. Ayrıca turizm sayesinde elde edilen gelir ile ülke ekonomisinde ve kalkınmasında gelişmeler kaydedilebilmektedir.

Avrupa birliği ülkeleri turizmde en önemli gelişim kaynakları üzerinde gösterilmektedir. 2013 yılı resmi rakamlarına göre Dünyada seyahat eden 1,087 milyar turistten 563,4 milyonu sadece Avrupa bölgesine aittir. Öte yandan Balkan ülkelerinin de turizm açısından Türkiye için rolü büyüktür. Zira Türkiye ve Balkan ülkeleri arasındaki ilişkinin kaynağı zengin kültürel mirasa, dini kimliğe ve coğrafi yakınlığa dayanmaktadır. Bu durum, Türkiye’yi turizm açısından çekici bir konuma getirmekte ve siyasal ve ekonomik ilişkilerde bu kapsamda ilerlemektedir (Küçükaltan vd, 2015, s.108). Bu bağlamda, özellikle turizm anlaşmalarının Avrupa ve Balkan ülkeleri ile yapılması ve bu anlaşmaların etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesi Türkiye için çok önemlidir. Aksi takdirde, bu anlaşmalar kağıt üzerinde kalmaktan başka bir anlam ifade etmeyeceklerdir. Bu yüzden bu anlaşmaların etkin ve verimli bir şekilde yürütülüp yürütülmediğinin irdelenmesi gerekmektedir. Ancak ilgili yazın incelendiğinde; Turizm anlaşmalarının etkilerine yönelik herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle bu çalışmanın yazına oldukça katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Dış Politika Ve Turizm İlişkisi

Günümüzde insanların uluslararası alanda en çok yaptığı eylem turizm faaliyetidir. 2014 yılında 1.138 Milyon turist bir ülkeden başkasına seyahat ederek uluslararası turizm faaliyetine katılmıştır ve artarak katılmaya devam etmektedir (Tufofed, 2015). Turizm sayesinde insanlar kendi toplumlarında yarattıkları

toplumsal düzeni, ekonomik sistemi, hukuki normları hızla seyahat ettikleri ülkelere taşımaktadırlar. Turist alan ülkeler ise gelen turistlerin beklentilerini karşılamak amacıyla gereken düzenlemeleri yapmaktadırlar (Özen, 2015b). İşte dış politika uygulamaları tam bu noktada büyük önem arz eder. Bir devletin sınırları dışındaki ülkelerle ilişkilerini düzenleyen uygulamalar olarak tanımlanan dış politika faaliyetlerinde aktörler devletler, uluslararası örgütler ve hükümet dışı organizasyonlar olarak bilinir ama aslında bu durum sadece teoride böyledir. Oysa bu aktörler, pratikte insanlardır. Çünkü dış politika insanların uluslararası alandaki aktivitelerinden oluşur ve insanların uluslararası aktiviteleri olmadığı zaman devletler arasında ilişki olması mümkün değildir. Örneğin; Nikaragua ile Türkiye Cumhuriyetinin ilişkisi yok denecek kadar az iken Almanya ile çok yoğundur. Öyle ki Almanya'nın ve Türkiye'nin karşılıklı olarak birçok büyük şehirlerde konsoloslukları vardır. İki ülke ortak örgütlere üyedir. Bir ülkede olan olaylar diğerini yakından ilgilendirmektedir. Bu örnek ülkelerin komşuları içinde verilebilir. Birbirine komşu ülkelerin vatandaşları arasında yoğun ticari, insani ilişkiler olduğu için uluslararası politika faaliyetleri de yoğundur (Özen, 2015a). O halde turizm dış politikada önemli bir araç olarak kullanılabilir ve zaten kullanılmaktadır.

Turizm yoluyla kurulan kültürel bağ ve buna bağlı olarak ziyaret edilen ülkenin sahip olduğu kültürel mirasın ziyaretçiler üzerindeki olumlu etkisi ülkeler arasında yalnızca siyasiler bazında değil, toplumlar arasında da sağlıklı ve güçlü bir bağ kurulmasını da beraberinde getirmektedir. Turizm toplumları bir araya getirmekte, böylelikle kişilerin birbirlerini tanımaları ve birbirileri hakkındaki önyargıların ortadan kalkmasına yol açmaktadır Kuşkusuz, toplumların turizm yoluyla kaynaşmaları ülkeler arasındaki ilişkilerin daha sağlam temeller üzerine oturmasını da sağlamaktadır. Bu anlamda farklı kültüre sahip ülkelerden insanların bir araya getirdiği için uluslararası barışa da hizmet etmektedir (Aydemir, 2014, s.936). Bu açıdan turizm, farklı coğrafyalarda, farklı kültüre sahip ziyaretçi ve ev sahibi halklar arasında bir iletişim kurarak barış ve kardeşliğin müttefiği olmuştur (Devilliers: 2014, s. 80). Ayrıca turizm, diğer ülkelerde ya da ülke halklarında hayranlık ve benzeri hislerin oluşumuna yardımcı olmaktadır. Bu da devletin dış politikadaki inandırıcılığı ve ikna kabiliyeti arttırmaktadır (Özköse- dağ için ve Tekin, 2014, s.799).Görüldüğü gibi, turizm, insan hakları, eşitlik, adalet, özgürlük, demokrasi, hukukun üstünlüğü, yoksullukla mücadele gibi bir çok ekonomik ve sosyal alanda katkı sağlayabilmektedir. Ancak unutmamak gerekir ki, güvenlik, siyasi istikrar ve ekonomik gelişme olmadan turizm tek başına barışı tesis edemez (De villiers: 2014, s.80).

Nitekim yanlış dış politika uygulamalarının, ülkeleri ciddi krizlerin özellikle ekonomik krizlerin eşliğine getirebildiği görülür. Turizm sektörü politik bunalımlardan en çabuk ve en yoğun etkilenen sektörlerin başında gelir (Akoğlu,

2016). Etkinin şiddeti açısından turistik destinasyonlarda gerçekleşen kriz ortamları talep üzerinde farklı etkiler yaratabilmektedir. Nadir görünen ve önemsiz kabul edilebilecek hatalar talep üzerinde geçici düşüşler yaşanmasına neden olabilmektedir. Ancak olay sürekli bir hal aldığına (terör ya da savaş gibi) talep tamamen ortadan kalkabilmektedir. Dış politikada yaşanan ambargo, bojkot gibi uygulamalar ülkelerin ekonomik krizlerle karşılaşmasına neden olabilmektedir. Turizm sektöründe çarpan etkisinin yüksek olması, kriz ortamlarında alt sektörler daha fazla olumsuzluk olarak yansımaktadır. Örneğin, uluslararası bir operatörünün yaşadığı ekonomik sıkıntı, turist gönderdiği ülkede yerel hizmetleri sağlayan seyahat acentesini, konaklama yapılan otel işletmesini, ulaşım için seçtiği havayollarını etkileyebilmektedir (Göçen vd, 2011, s.498). Bir başka örnek ise, küreselleşen dünyada uluslararası hale gelen turizmde ülkeler arasında yaşanabilecek bir gerginliğin diğer ülkeleri nasıl etkileyebileceğine yönelik verilebilir. Mesela bir Rus vatandaşı Türk seyahat acentesi olan Pegas Touristik'ten satın aldığı bir tatil için Alman havayolu şirketi Condor ile İspanya'ya seyahat etmekte ve bir Amerikan otel zincirinde konaklamaktadır. bu tatile 5 ülke bir şekilde dahil olmuştur ve bu beş ülkenin ekonomisi, hukuku, sosyal sistemi yapılan bu güzel tatilde bir şekilde rol almıştır (Özen, 2015a). Ancak bu ülkelere ikisi arasında bir politik gerginlik yaşandığı düşünüldüğünde gerginlik sadece o ülkeler arasında kalamayacak zincirin bir parçası olan diğer ülkelere de sıçrayacaktır.

Oysa dış politikada atılacak doğru adımlarla, turizmin olumlu etkilerinden azami şekilde faydalanılabilir. Çünkü turizm ülkeler için önemli bir gelir kaynağıdır ve ülkelerin refah düzeyini arttıran önemli bir iktisadi unsurdur. Örneğin; Dünya'da 2015 yılında 1,2 milyar insan bir ülkeden başka bir ülkeye en az bir gece konaklayacak şekilde uluslararası turizm aktivitesine katıldığı. Bu sayının 2030 yılında 1,8 Milyar turiste çıkması beklendiğinde ve uluslararası turizm harcamaları da 2,5 Trilyon \$ civarında bir rakama ulaşacağı düşünüldüğünde, ülkeler için bu sektörden pay almak önemli bir konuma gelir. 1,2 trilyon \$ büyüklüğündeki pazar her oyuncunun içinde yer almak isteyeceği bir ekonomik büyüklüktür (Özen, 2015a). Böylelikle bu pazardan alınacak paylarla sadece yabancı sermaye girişi ve döviz girdisi sağlanmakla kalınmayacak bunun yanında istihdam artacak, yatırımlar hızlanacak bölgesel ve sosyo-ekonomik-kültürel gelişim sağlanacaktır (Aydemir ve Şahin 2014, s.936) .

Türkiye Açısından Dış Politika Ve Turizm İlişkisi

Turizmin ekonomik ve sosyal etkisini uluslararası politika aracı olarak kullanan ülkeler genellikle turist gönderen (pazar) ülkeler olmaktadır (Özen, 2015a). Türkiye bu ülkeler arasındadır. Türkiye Jeopolitik konumu itibarıyla Asya ve Avrupa arasında yer alan bir coğrafyada bulunmakta ve aynı zamanda İslam ve Hıristiyanlığın da birleştiği noktada yer almaktadır. Bu nedenle sahip olduğu kültürel ve tarihi değerler paha biçilmezdir. Ayrıca askeri gücünün ihti-

şamı ve evrensel değerlerle örtüşen değerleri, demokrasiyle yönetilmesi, seküler bir kimlik ve liberal bir ekonomiye sahip olması dininin İslam olması gibi zengin yumuşak güç kaynaklarına sahiptir. Öte yandan karadan sekiz, denizden altı komşuya sahip olan Türkiye, üç kıtanın kesiştiği kırılğan bir fay hattının üzerinde oturan bir ülkedir. Bu bölgede güçler dengesi sık sık yer değiştirir. Etnik, dinî ve mezhepsel çatışmalar ve toprak ihtilafları, sonu gelmeyen anlaşmazlıkların kaynağını oluşturur. Burada Müslümanlık, Hıristiyanlık ve Yahudilik sıcak temas hâlinde, bir aradadır. Zengin enerji kaynakları, bölge içi ve bölge dışı güçlerin emellerini bilir. Tüm bu faktörler, doğal olarak, dış politikayı ciddi şekilde etkiler (Çavuş 2012, s.30).

Türkiye turist ağırlamada dünya altıncısıdır. 2014 yılında çeşitli milletlerden 37 milyona yakın uluslararası turist ülkemizde ağırlanmış, Türk Ekonomisinin uluslararası turizmden elde ettiği gelir 45-47 Milyar \$ arasında gerçekleşmiştir. Bu rakam GSMH'nın yüzde beşine tekabül etmektedir. Yani 100 kişiden 5'i yurtdışından gelen turist sayesinde ekmeğini bulmaktadır (Özen, 2016). Türkiye için turizm dış ticaret açığını kapatmada önemli bir gelir durumundadır. Sadece 2014 yılı itibari ile turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapatma oranı % 40,59'dur. 1996 yılından itibaren incelendiğinde; en düşük kapatma oranı ile 2013 yılı %32,35, en yüksek kapatma oranı ile 2001 %133,63 arasında değişen ortalama %50'lerde bir kapatma oranına sahip olduğu görülür (Türkiye Seyahat Acentaları Birliği [TURSAB], 2014). Üstelik Türk turizmi %8 ile %5 büyüyen Dünya turizminden daha hızlı büyümektedir. Yani turizminin ekonomi ve hane halkı için önemi daha da artmaktadır. O zaman Türkiye'nin dış politika da bu gerçeğe göre ele alınması son derece elzemdir. Aksi takdirde ülkeler arası siyasi gerilimler sonucu yaşanacak ambargo ve bojkot, terör gibi ciddi sorunlar ülke turizmini olumsuz etkileyebilecektir. Oysa Türkiye gibi uluslararası turizme bağımlı ülkelerin maalesef bu lüksü yoktur. Bu amaçla Türkiye turizm ile ilgili uluslararası organizasyonlarda daha çok yer almalı, bölgesel uluslararası turizm örgütlerinin kurulmasına öncülük ederek kalıcı turizm politikalarının ve uluslararası ilişkilerin gelişmesine öncülük etmelidir (Özen, 2015c). Tablo 1'deki veriler incelendiğinde Türkiye'ye en çok turist gönderen 15 ülke içerisinde 6'sının Avrupa, 3'ünün ise Balkan ülkesi olduğu görülür. O halde Avrupa ve balkan ülkeleri ile olan ilişkilerde kalıcı turizm politikalarının yerleştirilmesi büyük önem taşır.

Tablo 1: 2015 Verilerine Göre Türkiye'ye En Fazla Turist Gönderen İlk 15 Ülkenin Dağılımı

ÜLKELER	2015
ALMANYA	5.580.792
RUSYA FED	3 649.003
İNGİLTERE	2.458.998
GÜRCİSTAN	1.604.350
BULGARİSTAN	1.913.832
İRAN	1.700.385
HOLLANDA	1 232 487
IRAK	1.094.134
FRANSA	847 259
ABD	755 414
UKRAYNA	706 551
YUNANİSTAN	636 921
İSVEÇ	624 649
AZERBEYCAN	602 488
İTALYA	507 897

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı- Turizm İstatistikleri-Sınır Giriş Çıkış İstatistikleri

Bir ülkenin dış politikadaki başarısını belirleyen o ülkenin kendisini nasıl gördüğünden ziyade, başkaları tarafından nasıl algılandığıdır. Söz konusu algılar bir ülke için fırsatlar yaratabileceği gibi, dış politikasının önüne engeller de çıkarılabilmektedir. Son yıllarda Türk dış politikasında görülen dinamizm Avrupa ve Balkan ülkelerinde de tartışılmakta ve özellikle Türkiye'nin dış politikasında yeri kavranmaya çalışılmaktadır. Avrupa ve Balkanlar'da kabaca iki çeşit Türkiye algısının var olduğunu söylemek mümkündür. Bir tarafta "Yükselen Türkiye" algısı diğer tarafta ise Osmanlılık korkusu (Özkösedâğ için, 2014, s. 801). Türklerin Batı ile ilk temasının savaş aracılığıyla gerçekleşmesi, batılı zihinlerde korku bırakmıştır. Türkiye'nin tarihten gelen olumsuz imajı, uluslararası hareketliliğin önemli bir bölümünü oluşturan Avrupa ve Balkan ülkelerinden gelecek turistik hareketliliği etkilediği gibi, gerek sinemaları gerekse operaları da Türk ve Türkiye imajı da genel kabul görmüş Türklere yönelik kalıplaşmış önyargıları destekler. Geceyarısı Ekspresi" "Arabistanlı Lavrens" "Topkapı", "Ararat", "Saraydan kız kaçırma" bunun örnekleridir. Türk sözcüğü Batılı zihinlerde 'kaba, yabancı, ilkel, kan dökmekten hoşlanan, sadist, neşesiz, saldırgan' gibi olumsuz çağrışımları akla getirmiştir (Yanmaz, 2011,s.117)Türkiye zaten batılı zihinlerce dile getirilen Osmanlılık korkusunun getirdiği olumsuz imajı yenmeye çalışırken, bu sefer "Neo-Osmanlılık" korkusu ile karşılaşmıştır. Bu bakış açısına göre, Türkiye'nin Balkanlar'a yönelik siyasi, ekonomik, kültürel ve eğitim boyutları olan bir yayılma stratejisi uygulamak istemektedir. Örneğin, söz konusu çevreler bölgedeki Türk yatırımlarına "Türklerin ekonomik istilası" gözüyle bakarak rahatsızlıklarını dile getirmektedirler. Diğer taraftan Türk dizilerinin bölgede izleniyor olmasını Türk dizi sektörünün başarısından ziyade, Türklerin kültürel istilası olarak görülmektedir. Arnavutlar arasında ise zaman zaman Türk dizile-

rinin Arnavut kimliğine zarar verdiği yönünde değerlendirmeler yapanlar bile çıkabilmektedir (Özkösedâğ İçin, ve Tekin, 2014, s. 801-803).

Peki Türkiye'nin yıllardır karşı karşıya kaldığı bu olumsuz imaj nasıl olumluya dönüştürülebilecektir? Yüzlerce yıla kök salmış bir imajı ve tasavvuru bir anda değiştirmek şüphesiz mümkün değildir. Örneğin Avrupa'nın bilinç dünyasında yer etmiş olan Türk-Osmanlı imajını değiştirmek, "güncellemek" ve bugünün gerçekleriyle uyumlu hale getirmek, zor bir görevdir. Türkiye'nin iki asırlık modernleşme tecrübesine, küreselleşmenin sunduğu yeni iletişim imkânlarına, Avrupa'da yaşayan beş milyona yakın Türkün varlığına ve Türkiye'nin Avrupa Birliği'nin üyesi olma çabalarına rağmen Avrupa toplumlarının çoğunda Türk, Osmanlı, Müslüman ve Ortadoğulu imajı, ortaçağlardan tevarüs edilen algı ve tutumlar tarafından beslenmeye devam etmektedir. Gadamer'in de işaret ettiği gibi tarih, kullandığımız dilde, kelimelerde, remizlerde, zihnimizdeki resimlerde ve anlattığımız hikâyelerde yaşamaya devam etmektedir. Bu unsurlar Avrupa'nın Türkiye algısında hâlâ etkin bir rol oynamaktadır (Kalın, 2016). Öte yandan Türkiye batılı zihinlerde yatan bu tutumu değiştirebilecek ve ön yargıları kırabilecek önemli yumuşak güç unsurlarına sahiptir. Bu olumsuz imaja rağmen Avrupa'da ve Balkanlar'da asırlar boyu iç ve dış ilişkilerde uygulanan yumuşak güç unsurları sayesinde sürekli barış ve istikrar sağlanabilmiştir. Osmanlı'dan sonra da Balkanlarda görece istikrar ancak yumuşak güç unsurlarıyla mümkün olabilmıştır (Özkösedâğ İçin ve Tekin 2014,s.801-803) ve turizm yumuşak güç unsurlarında en etkin kullanılan araç olmaya devam etmiştir. O halde bu ülkelerle olan ilişkilerin geliştirilmesinde yapılacak milletler arası anlaşmalar ve bunlar içerisinde özellikle turizm anlaşmaları sadece siyasi anlamda değil toplumsal anlamda da önyargıların kırılmasını tetikleyen önemli bir unsur olmaktadır ve olacaktır.

Dış Politika Aracı Olarak Turizm Anlaşmaları

Kültür ve Turizm Bakanlığı-Dış İlişkiler ve AB Komisyon Başkanlığı sitesindeki açıklamaya göre; Türkiye ile diğer ülkeler arasında turizm alanındaki ilişkilerin hukuki zeminini hazırlamak, Türkiye'nin dış politikası ve menfaatleri doğrultusunda diğer ülkeler ile turizm ilişkilerini düzenlemek üzere Turizm İşbirliği Anlaşması (TİA), Turizm İşbirliği Mutabakat Zaptı (TMZ) imzalanarak, akdedilen Turizm İşbirliği Anlaşmalarında esasa bağlandığı üzere Turizm Karma Komisyon Toplantısı (TKK), Turizm Forumu ve Çalışma Grubu Toplantıları gerçekleştirilmektedir ve bu toplantıların mahiyetleri aşağıda belirtildiği gibidir. Turizm İşbirliği Anlaşmaları, Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolleri ve Turizm İşbirliği Mutabakat Zabıtları Bakanlar Kurulundan imza yetkisi alınarak hükümet adına Bakan, Müsteşar veya Müsteşar Yardımcısı tarafından imzalanmaktadır. Akdedilen Anlaşma ve Protokoller Dışişleri Bakanlığı kanalıyla Başbakanlığa iletilmekte, anlaşmaların T.B.M.M. tarafından Uygun Bulma

Kanunu çıkarılarak onaylanması, Protokollerin ise Bakanlar Kurulu onayından sonra Resmi Gazetede yayınına takiben yürürlüğe girmektedir.

Turizm İşbirliği Anlaşması (TİA)

Anlaşma; turizm eğitimi, yatırım, tanıtma ve pazarlama gibi konuların yanı sıra taraflarından birinin önerisi doğrultusunda turizme ilişkin diğer konuları (örneğin; karşı tarafın ülkesinde turizm ofisi açma talebi) da kapsamaktadır. Anlaşma 5 yıllık bir süre için geçerli olup Taraflardan biri 5 yıl bitiminden 6 ay önce karşı tarafa Anlaşmanın iptali veya yenilenmesini diplomatik kanallarla bildirmediği takdirde Anlaşma mevcut hali ile bir 5 yıllık süre için daha geçerli olur(Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Turizm İşbirliği Mutabakat Zaptı (TMZ)

Turizm işbirliğine ilişkin belirli konularda varılan mutabakatı belgeleyen, ikili veya çok taraflı olarak imzalanan hızlı, esnek ve Tarafların karşılıklı iyi niyetini ifade ettiği bir Anlaşma çeşididir.

Turizm Karma Komisyon Toplantısı (TKK)

Turizm İşbirliği Anlaşmaları çerçevesinde 2 yılda bir mütekabiliyet esasına göre Taraflardan birinin ülkesinde gerçekleştirilir. Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolleri Bakanlığımız birimleri ve özel sektör görüşleri doğrultusunda hazırlanarak Protokolün imzalanacağı ülke makamlarına Dışişleri Bakanlığı kanalıyla iletilir. Turizm Karma Komisyon (TKK) Toplantılarının daha kapsamlı çalışma gerektiren ve reklam, halkla ilişkiler, fuarlara katılım gibi faaliyetlerimizin etkin olarak yürütüldüğü pazar ülkelerimiz ile imzalanan Anlaşmalar çerçevesinde yapılması ve etkin bir özel sektör iştiraki sağlanması turizm işbirliği konularının hayata geçirilmesi açısından yararlı görülmektedir.

İmzalanmış bulunan Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokol metni Dışişleri Bakanlığı kanalıyla Başbakanlığa iletilerek Resmi Gazetede yayınlanması ile yürürlüğe girer.

Karma Ekonomik Komisyon Toplantısı (KEK)

Ekonomik işbirliğinin tüm alanlarını kapsayan ve Dış Ticaret Müsteşarlığınca yürütülmekte olan toplantılardır. Söz konusu toplantılara Bakanlığımızca iştirak edilerek KEK protokolünün “turizm” başlığı altındaki bölümünde turizm işbirliği hususları dile getirilmekte ve ayrıca Turizm İşbirliği Anlaşmaları da bu platformda imzalanabilmektedir. Özellikle turizm ilişkilerimizin çok gelişmemiş olduğu, ancak diplomatik ilişkilerin sürdürülmesi anlamında önem arz eden ülkelerle Turizm İşbirliği Anlaşması imzalanması yerine turizm ilişkilerinin Dış Ticaret Müsteşarlığınca yürütülen Karma Ekonomik Komisyon (KEK) toplantıları çerçevesinde yürütülmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Eşbaşkanlıklarını bu konuda Başbakanlık tarafından yetkilendirilen Bakanların yaptıkları ve heyetlerin ilgili tüm Bakanlık ve kurum temsilcilerinden oluştuğu Karma Ekonomik Komisyonları, yıllık toplantılarını dönüşümlü olarak iki tarafın başkentlerinde yapmaktadır.

Turizm Forumları

Turizm ilişkilerimizin yoğun olduğu ülkelerle tarafların mutabık kalması ile Turizm Forumları oluşturulmaktadır. Anılan Forumlar her yıl Tarafların diplomatik kanallar yoluyla mutabık kaldıkları tarihlerde dönüşümlü olarak iki taraf ülkenin birinde düzenlenmektedir. Anılan Forumlara kamu kurumları temsilcilerinin yanı sıra özel sektör temsilcilerinin etkin katılımı sağlanmaktadır.

Turizm Çalışma Grupları

Mevcut bulunan Turizm İşbirliği Anlaşmaları veya anılan Anlaşmalar çerçevesinde imzalanan Turizm Karma Komisyon Toplantılarında alınan kararlar doğrultusunda iki ülke turizm ilişkilerinin etkin ve verimli hale getirilmesi için Turizm Çalışma Grupları oluşturulabilmektedir. Çalışma Grupları turizm alanında iki ülkenin devlet ve özel sektör kuruluşları temsilcilerinden oluşmaktadır. Çalışma Grupları karşılıklı olarak birbirlerinin ülkesinde Taraflarca mutabık kalınan tarihlerde periyodik olarak düzenlenir ve alınan kararların hayata geçirilmesi için gerekli çalışmalar başlatılır ve sürdürülür.

İş Konseyi Toplantısı

İş Konseyi Toplantıları, Dışişleri Bakanlığı koordinasyonunda birçok ülke ile ekonomi ve ticarete ilişkin tüm alanları kapsayan konularda her yıl düzenli olarak kamu ve özel sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilmektedir. Almanya ile turizm ilişkilerimiz bu toplantının alt komisyonlarından biri olan turizm çalışma grubunun aldığı kararlar çerçevesinde yürütülmektedir. Türk-Alman İşbirliği, turizm, ticaret ve yatırım olmak üzere üç alt komitenin çalışmalarından oluşmakta olup, yine kamu ve özel sektör temsilcilerinin katılımıyla gerçekleştirilmektedir. Turizm İşbirliği Anlaşmaları ve Karma Turizm Komisyon Toplantılarının yanı sıra Dış Ticaret Müsteşarlığı eş başkanlığında ikili düzeyde hükümetler arası olarak gerçekleştirilen ve tüm sektörlerin yer aldığı Karma Ekonomik Komisyon Toplantılarına düzenli olarak katılmakta ve turizm alanında gerçekleştirilmesi öngörülen ortak işbirliği projeleri de ele alınmaktadır.

Türkiye ve Avrupa/balkan Ülkeleri ile Yapılan Turizm Anlaşmaları Avrupa Ülkeleri ile yapılan Anlaşmalar

Tablo 2: Avrupa Ülkeleri ile Yapılan Anlaşmalar

ÜLKELER	ANLAŞMALAR	TARİH	YAPILDIĞI YER	RESMİ GAZETE
ALMANYA	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	03.03.1980	Bonn	11.07.1980/17044
MACARİSTAN	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	23.10.1982	Ankara	28.02.1983/17973
MACARİSTAN	1.Turizm Karma Komisyon Toplantısı	23-26.04.1986	Budapeşte	15.08.1986/19196
İTALYA	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	13.06.1986	Ankara	16.09.1986/19223
ALMANYA	III. Dönem Turizm Karma Komisyonu Toplantısı Protokolü	29.06.1990	Ankara	04.10.1990 / 20655
İTALYA	Turizm Karma Komisyonu Protokolü	18.01.1990	Ankara	16/04/1990 /20494
FRANSA	Turizm İşbirliği Anlaşması	13.04.1992		
MACARİSTAN	3.Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	24.04.1992	Budapeşte	12.09.1992/21343
DANİMARKA	Turizm İşbirliği Anlaşması	20.07.1993	Ankara	
LİTVANYA	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	22.06.1993	İstanbul	18.08.1993 / 21720
PORTEKİZ	Turizm İşbirliği Anlaşması	28.04.1993	Ankara	30.11.1994/22127
LETONYA	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	09.05.1994	Ankara	20.01.2004/25352
UKRAYNA	Turizm İşbirliği Anlaşması	30 .05.1994	Kiev	26.09.1994/22063
ESTONYA	Turizm İşbirliği Anlaşması	09.10.1995	Ankara	23.01.1996/22532
POLONYA	Turizm İşbirliği Anlaşması	07.05.1997	Varşova	25.08.1997 / 23091
MACARİSTAN	5.Turizm Karma Komisyon Protokolü	21.04.1998	Budapeşte	20.06.1998/23378
UKRAYNA	1.Turizm Karma Komisyonu Protokolü	20.05.1998	Ankara	20.07.1998/23408
UKRAYNA	2.Turizm Karma Komisyonu Protokolü	05 .04.2002	Kiev	23.02.2003/25029
SLOVAKYA CUMHURİYETİ	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	25.03.2002	Ankara	24.04.2002 / 24769
MACARİSTAN	6.Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	17.10.2002	Ankara	
İSPANYA	Turizm İşbirliği Mutabakat Zaptı	2.07.2004	Ankara	
AVUSTURYA	Turizm Alanında İşbirliği Mutabakat Zaptı	27.06.2007	Viyana	Bakanlıklar Arası
UKRAYNA	3.Turizm Karma Komisyonu Protokolü	13.03.2007	Antalya	08.08.2007/26607
UKRAYNA	Turizm İşbirliği Programı	13.03.2007	Antalya	13 Mart 2007
LÜKSEMBURG	Turizm Alanında İşbirliği Mutabakat Zaptı	27 .11.2014	Lüksemburg	06.05.2015/ 29347

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı-Mevzuat-Resmi Gazete

*Ülkeler arası sınır formalitelerinin azaltılması (Bu amaçla; gümrük, vize işlemlerinin kolaylaştırılması, mali kolaylıklar sağlanması, gibi konular ele alınmıştır.)

*Gençlik turizmi, üçüncü yaş turizmi, kültürel turizm, sağlık turizmi, termal turizm, Deniz turizmi, spor turizmi, kış sporlarına yönelik turizm, Bilimsel turizm, iş amaçlı turizmin geliştirilmesine yönelik bireysel ve grup turizminin arttırılması. İlgili turizm türlerine yönelik anlaşmaların yapıldığı Avrupa ülkelerinin dağılımı aşağıda belirtildiği gibidir

Tablo 3: Turizm Çeşitlendirme Konusunun Avrupa Ülkelerine Göre Dağılımı

Yaş Gruplarına Göre Turizm Çeşitleri	Gençlik Turizmi	Ukrayna, Almanya, ve Lüksemburg
	3. Yaş Turizmi	İtalya
Faaliyetlerine Göre Turizm Çeşitleri	Spor Turizmi	ukrayna, Almanya, italya , Moldova ve lüksemburg (İtalya'da motorsiklet b ve bisiklet turizmi konularına önemle gilinmiştir)
	Kış Sporları	İtalya
	Kültürel Turizm	Ukrayna, Almanya, italya ve Moldova
	Termal Turizm	Almanya , italya ve Moldova(Ancak bu ülkelerden Moldova hükümeti ile yapılan anlaşmada sağlık turizminin termal odaklı olmakla beraber daha geniş bir çapta ele alındığı görülür)
	Deniz Turizmi	Almanya, İtalya (İtalya'da özellikle yat turizmi ön plandadır)
	Bilimsel Turizm	Moldova
	İş Turizmi	Moldova

Hükümetlerce görüşülen diğer bir konu ise turizm çeşitliliğinin arttırılmasına yönelik organize turlar düzenlenmesi, adına Kongre, sempozyum, semineri, yuvarlak masa toplantıları yapılması, tiyatro, film, müzik gibi turizm etkinliklerinin arttırılması, festivallerin düzenlenmesi gerekliliğidir. Bu faaliyetlerden sergi, fuarlara katılım ile ilgili turların düzenlenmesine yönelik Moldova hükümeti ile anlaşmaya varılırken, Kongre, sempozyum, semineri, yuvarlak masa toplantıları düzenlenmesi konusunda Polonya ve Moldova hükümetleri ile ve tiyatro, film, müzik, festivaller gibi Turizm etkinliklerinin arttırılması ile ilgili olarak ise Lüksemburg hükümeti ile uzlaşmaya varılmıştır.)

*Turizmle ilgili tanıtım, pazarlama ve satış çabalarının arttırılması (Bu kapsamda basın, radyo, televizyon gibi medya araçları ile işbirliğine gidilmesi, Taraf ülkeler arası turizm fuarları düzenlenmesi, enformasyon malzemelerin ilgili ülkelerin topraklarında dağıtımı ve Turizm temsilcilik büroları vasıtası ile dağıtımının kolaylaştırılması, konuları ele alınmıştır. Ayrıca Ukrayna hükümeti ile Karadeniz Ekonomik İşbirliği bünyesinde 3. Ülkelerde ortak pazarlama faaliyetlerinde bulunulması bu çerçevede, Karadeniz Yat Rallisi "KAYRA" projesinin gelişimini teşvik edecek ve başlıca uluslararası turizm fuarlarında KEİ ülkelerinin ortak sergilerde tanıtımlarını desteklenmesi kararlaştırılmıştır)

*Turizm yatırımlarının artırılması (Bu bağlamda, Turistik tesislerin restorasyonu ya da kuruluşu, alt yapı olanaklarının geliştirilmesi, Ulaşımın kolaylaştırılması ve hizmet kalitesini arttırıcı yatırımlar yapılması, Turizm temsilcilik büroları açılması, Yatırımlarda finansman kolaylığı sağlanması konuları ele alınmıştır. Genellikle ülkelerce karşılıklı ele alınan bu konular Almanya hükümeti ile imzalanan anlaşma ve protokollerde tek yönlü olarak Almanya'dan Türkiye'ye gerçekleşen kaynak transferi şeklindedir)

*Turizm eğitiminin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması (Bu yönde Gerek turizm yatırımları konusunda gerekse turizm personeli konusunda danışmanlık hizmetleri verilmesi, bu amaçla seminerler, kurslar düzenlenmesi, öğrenim bursları sağlanması, Taraf Ülkeler arası Öğrenci ve uzman değişiminin yapılması, Uzmanlaşmanın teşvik edilmesi, konularına yer verilmiştir. Ukrayna hükümeti ile yapılan anlaşmada ayrıyeten Turizm Tesisleri Yönetimi ve İşletmeciliği eğitimi, Moldova ile yapılan anlaşmada ise turizm personeli dışında yöneticilerin, devlet yönetim kademesinden uzmanların, turizmle ilgili diğer kişilerin niteliklerinin artırılması yönündeki eğitimde ele alınmıştır.

*Taraf ülkeler arası bilgi paylaşımında bulunulması (Taraf ülkeler özellikle istatistiksel veriler, tecrübe, projelerin yürütülmesi konusunda karşılaşılan sorunlar, çözüm önerileri konularında bilgi paylaşımının gerekliliği üzerinde durmuşlardır. Bu amaçla özel ve kamu temsilcilerinden oluşan karma çalışma grupları ve karma komisyonlarının oluşturulması gerektiğini önemle belirtmişlerdir. Bu doğrultuda ukrayna tarafların ilgili turizm kuruluşları, müzakereler yapılması ve protokoller imzalanmasını yönündeki aciliyeti vurgularken, Ukrayna, Moldova ve Polonya Hükümetleri ise iki yılda bir toplantı yapılmasını hükme bağlamıştır)

*Turistik Çevrenin Korunması (Bu yöndeki düzenlemeye İtalya Hükümeti ile mevcuttur. Bu düzenlemeye göre taraf ülkeler olan Türkiye ve İtalya turistik bölgelerde olmak üzere, çevre kirliliği ile ilgili herhangi bir sorunu en yüksek düzeydeki ulusal ve uluslararası makamlara bildirmelidir.)

*Turizmde güvenliğin sağlanması (Polonya Hükümeti ile olan anlaşma çerçevesinde ele alınan bir konu olmuştur. İlgili hükümetler turistlerin diğer tarafın topraklarında kaldıkları süre içerisinde güvenliklerini garantileyecek şartları sağlamak için çalışacaklarını birbirlerine taahhüt etmişlerdir.)

*Sağlık (Bu konuda özellikle Alman Hükümeti Türk Hükümetinden turistlere verilecek tıbbi hizmetin arttırılmasını dile getirmiştir)

Balkan Ülkeleri ile yapılan Anlaşmalar

Tablo 4: Balkan Ülkeleri İle Yapılan Anlaşmalar

ÜLKELER	ANLAŞMALAR	TARİH	YAPILDIĞI YER	RESMİ GAZETE
ROMANYA	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	29.07.1966	Ankara	
BULGARİSTAN	13. Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	1984	Ankara	22.07.1984/18466
YUGOSLAVYA	5.Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	13.02.1986	Belgrad	22.04.1986/19087
ROMANYA	11. Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	28.03.1991	Ankara	04.10.1991/21011
BULGARİSTAN	14.Turizm Karma Komisyon Protokolü	31.05.1991	Sofya	
ARNAVUTLUK	Turizm İşbirliği Anlaşması	11.11.1992	Ankara	12.01.1983/21463
MOLDOVA	Turizm İşbirliği Anlaşması	21.06.1993	İstanbul	06.10.1993/21720
MAKEDONYA	Turizm İşbirliği Anlaşması	27.10.1993	Ankara	07.03.1994/21870
ARNAVUTLUK	2.Turizm Karma Komisyon Toplantısı	29.05.1995	Ankara	27.07.1995/22356
HIRVATİSTAN	Turizm İşbirliği Anlaşması	19.06.1996	Ankara	13.01.1996/22876
BULGARİSTAN	Turizm İşbirliği Anlaşması	28.07.1997	Ankara	
BULGARİSTAN/ ROMANYA	Üçlü Turizm İşbirliği Anlaşması	11.03.1999	Sinia	12.07.1999/12998
YUNANİSTAN	Turizm İşbirliği Anlaşması	20.01.2000	Ankara	
ROMANYA	Turizm İşbirliği Alanında Mutabakat Zaptı	19.02.2002	Ankara	
ROMANYA	15. Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	25.01.2002	İstanbul	
YUNANİSTAN	1.Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	05.02.2003	Atina	
SİRBİSTAN& KARADAĞ	Turizm İşbirliği Anlaşması	12.02.2004	Sırbistan& Karadağ	
HIRVATİSTAN	I.Dönem Turizm Karma Komisyonu Protokolü	23.09.2004	Zagreb	
BOSNA- HERSEK	Turizm Alanında İşbirliği Anlaşması	24.10.2004	Ankara	26723
ARNAVUTLUK	3.Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	30.10.2005	Tiran	23.03.2007/26471
YUNANİSTAN	2.Turizm Karma Komisyon Toplantısı Protokolü	12.10.2006	Antalya	22.07.2007/26560
ARNAVUTLUK	IV. Dönem Turizm Karma Komisyonu Protokolü	11.04.2008	İstanbul	31.04.2008/26953
KARADAĞ	Turizm İşbirliği Anlaşması	10.02.2011	İstanbul	
YUNANİSTAN	III. Turizm Karma Komisyonu Protokolü	12.10.2011	Atina	
YUNANİSTAN	Türkiye Cumhuriyeti Kültür Ve Turizm Bakanlığı İle Yunanistan Cumhuriyeti Kültür Ve Turizm Bakanlığı Arasında Kültür Varlığının Yasadışı İthali Ve İhracının, Mülki Transferinin Ve Transitinin Yasaklanması Ve Önlenmesine İlişkin Protokol	04.03.2013	İstanbul	
BULGARİSTAN	Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı ile Bulgaristan Cumhuriyeti Ekonomi, Enerji ve Turizm Bakanlığı Arasında Turizm Alanında İkili İşbirliği Programı	20.03.2012	Ankara	

*İlgili Ülkeler arası sınır formalitelerinin azaltılması (Bu amaçla; gümrük, vize işlemlerinin kolaylaştırılması, mali kolaylıklar sağlanması, gibi konular ele alınmıştır.)

*Turizm çeşitlendirmesinin yapılması (Yunanistan ile yapılan anlaşmalar çerçevesinde taraflar yatçılık, kruvaziyer turizmi gibi etkinlikleri konusunda işbirliğinde bulunma konusunu kararlaştırılırken, Romanya ile yapılan anlaşmalarda ise termal, kış, dağ ve kruvazör turizmin geliştirilmesi konularında uzlaşmışlardır)

*Kültürel ve sanatsal faaliyetlerin desteklenmesi (bu yönde; sergi, fuar, festival, kongre, kültür haftaları düzenleme gibi etkinliklerin düzenlenmesi gerekliliği karar bağlanmıştır.)

*Organize turlar düzenlenmesi (Bu konu ile ilgili olarak Hırvatistan Hükümeti ile görüşülmüş bireysel ve gruplara yönelik paket turların oluşturulması özellikle gençlik ve animasyon amaçlı turlar yapılması karara bağlanmıştır. Öte yandan Arnavutluk Hükümeti ile ise sadece paket turların oluşturulması ve tanıtım kısmında da ele alınabilecek bir konu olan tanıtım gezilerinin yapılması karara bağlanan başka bir husu olmuştur. Yunanistan ile yapılan 3. Karma komisyonu çerçevesinde el alınan başka bir konu ise Çin Turizm sektörü profesyonelleri için 2010 yazında gerçekleştirilen tanıtım gezisi ele alınan konulardan bir diğeridir.)

*Turizmle ilgili tanıtım, pazarlama ve satış çabalarının arttırılması (Bu kapsamda hükümetlerce tanıtıcı yayınların hazırlanması ve/veya geliştirilmesi, dağıtımlarının kolaylaştırılması, 3. ülke turistlerinin taraf ülkelere çekilmesi için turistik işletmelerin faaliyetlerini desteklenmesi ve kolaylaştırılması, tanıtım gezilerinin düzenlenmesi, Medya ile işbirliğine gidilmesi, konuları ele alınmıştır. 3. ülke turistlerinin taraf ülkelere çekilmesi için turistik işletmelerin faaliyetlerini desteklenmesi konusu Arnavutluk, Romanya, Yugoslavya ve Yunanistan Hükümeti ile yapılan anlaşma çerçevesinde ele alınan bir konu olmuştur. Özellikle; Yunanistan Hükümeti ile deniz, kültür, inanç turizmi gibi değişik alanlarda yeni turizm pazarları ve Çin, ABD, Japonya Hindistan gibi deniz aşırı ülkeler için ortak turist paketlerinin tanıtımı ve olgunlaştırılması ihtiyacını dile getirilirken Romanya ile yapılan anlaşmada ise Amerika (ABD-Kanada), Uzakdoğu (Japonya-Çin), Ortadoğu (İsrail), İskandinav ve Arap, ülkelere yönelik tanıtımlarda işbirliğine gidilmesi gerekliliği gündeme alınmıştır. Ayrıca sınır formalitelerinin azaltılması başlığında da ele alınabilecek bir diğer konu olarak Arnavutluk ve Hırvatistan hükümetleri ile Medya mensuplarının ziyaretini kolaylaştırma, yine Arnavutluk Hükümeti ile basılı yayınları gümrük ve giriş ve ithal vergi kolaylığı ya da muaflığı sağlanması gibi konularda da uzlaşmaya varılmıştır.)

*Turizm yatırımlarının arttırılması (Bu kapsamda turistik tesislerin inşası, restorasyonu, alt yapı düzenlemesi, turizm büroları açılması, taraf ülkeler arası

teknoloji değişimi sağlanması, ulaşımın geliştirilmesi, Yatırımların teşviki için yasal ve finansal kolaylıklar sağlanması, konuları ele alınır. Ulaşımın geliştirilmesi konusu özellikle deniz ve kara yolu olarak vurgulanarak Arnavutluk hükümeti ile yapılan anlaşma çerçevesinde ele alınan bir husus olurken Yugoslavya ile yapılan anlaşmada ise karayolu ve havayolu daha çok ele alınan bir konu olmuştur. Ayrıca; Türkiye ve Yunan hükümetlerinin her iki ülkenin turist trafiğini yoğunlaştırmak adına düzenli charter seferlerinin yapılması ulaşım konusundaki diğer bir önemli husustur.)

*Turizmde Eğitimin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması (Bu bağlamda, turizm personelinin eğitimi konusu üzerinde durulur ve bunun için, kurslar ve seminerler düzenlenmesi, uzman değişimi yapılması, taraf ülkelerarası eğitimde teknik işbirliğine gidilmesi, burs verilmesi, konularına yer verilmiştir. Bununla birlikte yatırımlar konusunda danışmanlık hizmeti alma taraf ülkelerin üzerinde büyük dikkatle durdukları eğitim alanı ile ilgili başka bir konu olmuştur.)

*Turizmde çevrenin korunması (Bu kapsamda Yunanistan hükümeti ile çevresel sürdürülebilirlik modellerine yoğunlaşılması ve yeni bir rekabetçilik modeli olarak sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi konusunda mutabıkca varılmıştır. Bulgaristan ile imzalanan protokol çerçevesinde ise taraflar turizm faaliyetleri ve tesislerden kaynaklanan çevre problemlerini önlemek amacı ile ortak önlem alma konusunda uzlaşmışlardır.)

*Turizmde bilgi alışverişi yapılması (Bu yönde, istatistiki veriler, araştırma materyalleri, turizm yayınları konusunda taraf ülkeler arasında bilgi alışverişi yapılması kararlaştırılmıştır. Ayrıca balkan ülkelerince bu maddelerde özellikle vurgulanan konu turizm yatırımları ile ilgili konularda bilgilendirmenin büyük bir hassasiyetle yapılması konusudur. Bunun için taraf ülkeler mevcut yatırımlar ve özelleştirme ve yabancı yatırımlarda ortaya çıkan sorunlar konusunda bilgilendirme istemişlerdir).

*Karma Komisyon Oluşturulması (Arnavutluk Hükümeti ile yapılan anlaşmaların işlerliğini sağlamak, ortak çözüm gerektiren konuları çözmek amacı ile özel ve kamu temsilcilerin yar aldığı bir çalışma komisyonu oluşturulması ve bu komisyonun iki yılda bir dönüşümlü olarak toplanması karar bağlanmıştır. Makedonya ve Bosna Hersek Hükümetleri ile de aynı husu konusunda görüşülmüş ve böyle bir çalışma grubunun oluşturulması konusunda hem fikir olunmuş yalnız iki yılda bir toplanma durumu karara bağlanmamıştır)*Hırvatistan hükümeti ile yapılan anlaşma çerçevesinde bakanların her yıl birbirlerini ziyaret etmeleri konusu hükme bağlanmıştır.

YÖNTEM

Bu çalışmada; Avrupa ve Balkan Ülkeleri ile yapılan turizm anlaşmalarının etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu nedenle çalışmada; Hangi Avru-

pa ülkeleri ile hangi içerikte anlaşmalar yapılmaktadır? Hangi Balkan ülkeleri ile ne yönde anlaşmalar yapılmaktadır? Yapılan anlaşmaların içerikleri Avrupa ve Balkan ülkeleri ile farklılık arz etmekte midir? Yapılan Turizm anlaşmaları yapıldıkları tarih ve ülke itibari ile Türkiye'ye gelen turist sayılarında artışa neden olmuş mudur? Anlaşmaların olası ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel etkileri neler olabilir? Sorularına cevap aranmaya çalışılmıştır. Çalışmada önce yazın taraması yapılarak konuya ışık tutabilecek kavramlar ve Avrupa ve Balkan ülkeleri ile yapılan anlaşmaların metinleri incelenmiştir. Ardından anlaşma yapılan ülkelere gelen turist sayıları anlaşmaların yapıldığı tarihler itibari ile istatistiki veriler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırma, Avrupa ve Balkan ülkeleri ile yapılan turizm anlaşmalarının erişilebilen metinleri ve o ülkelere yönelik tutulan istatistiki kayıtların başlangıç tarihleri ile sınırlıdır. Bu nedenle bazı anlaşmaların ölçülebilir etkileri istatistiki veri olmaması nedeni ile incelenememiştir.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Avrupa ülkeleri ile yapılan anlaşmalar Tablo 5 'de ilgili devletlerin altında koyu olarak belirtilmiştir. Koyu olarak belirtilen değerler incelendiğinde ülkelerin çoğunda Türkiye'ye gelen turist sayılarında bir önceki yıla göre ciddi artışlar yaşandığı görülmektedir. Türkiye ve Almanya arasında 29 Haziran 1990 Tarihinde yapılan III. Dönem Turizm Karma Komisyon Toplantısı neticesinde bir önceki yıl 896.989 olan turist sayısı %15 oranında artarak ilgili yılda 973.914'e ulaşmıştır. Aynı şekilde 13.04.1992 Tarihinde Türkiye ile Fransa ülkeleri arasında imzalanan Turizm İşbirliği anlaşması sonrasında bir önceki yıl 117.070 olan turist sayısı, anlaşmanın imzalandığı yılda 247.603 olmuştur. Bu %55'lik bir artışa tekabül eder ki oldukça ciddi bir artış oranıdır. Aynı şekilde yapılan turizm anlaşmaları sonrasında ciddi artışın yaşandığı ülkelere biride Portekiz olmuştur. 28.04.1993 Tarihinde Portekiz ile imzalanan Turizm İşbirliği anlaşması neticesinde bir önceki yıl olan 5.811 olan turist sayısı 10125'e çıkmıştır. Bu %53'lük bir artışa tekabül eder. Bu ülkelerin dışında imzalanan turizm anlaşmaları ve sonrasında bir önceki yıla göre 1986 yılında İtalya (% 15), 1990 İtalya (%1,5) 1993 yılında Danimarka (%20), 1998 Yılında Ukranya (%9), 1998 Macaristan (%13), 1997 yılı Polonya (%27), 2002 Slovakya (%19), 2002 Macaristan (%26), 2002 Ukranya (%8), 2004 İspanya (%20), 2007 Avusturya (%10), 2007 Ukranya (%18) ülkelerinden gelen turist sayılarında da kayda değer artışlar yaşanmıştır.

Tablo 5: Anlaşma yapılan Avrupa ülkelerinden Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları

YIL-LAR	AL-MAN-YA	İTAL-YA	MACA-RİSTAN	FRAN-SA	DANI-MARKA	POR-TEKİZ	UK-RAN-YA	PO-LANYA	SLO-VAKYA	İS-PAN-YA	AVUS-TURYA	LÜXEM-BURG
1984	241 712	65 856	44.070	103 359	7828	-	-	46 301	-	19 386	71 151	-
1985	299 509	74 803	37.486	149 950	8665	-	-	88 339	-	18 853	76 705	-
1986	388 192	87 622	32.615	143 971	14 349	-	-	63 311	-	21 955	60 365	-
1987	523 675	102 358	28.243	168 566	18 946	-	-	55 945	-	27 896	75 897	-
1988	767 905	144 322	61.323	246 784	30 517	-	-	166 470	-	44 283	118 259	-
1989	896 989	154 083	194.391	283 545	32 362	-	-	196 376	-	56 176	156 875	-
1990	973 914	156 342	172.357	310 809	34 507	-	-	206 682	-	62 220	196 561	-
1991	779 882	64 134	164.903	117 070	32 320	3 197	-	184 008	-	24 944	102 071	1 608
1992	1.165. 164	158 185	148.131	247 603	64 016	5 811	-	111 931	-	47 318	204 662	1 743
1993	1 118 750	134 669	98.921	301 009	79 369	10 125	-	51 562	-	63 120	211 337	2 076
1994	994 301	105 595	28.213	233 142	76 356	9621	-	40 613	-	39 687	138 278	1 381
1995	1 656 387	108 231	16.194	251 609	104 697	6 535	-	33 951	-	28 787	181 709	1 521
1996	2 141 778	160 118	15.428	251 976	147 531	9 728	-	37 542	-	47 617	235 540	1 762
1997	2 338 529	207 887	22.799	333 781	148 334	10 891	-	50 895	-	61 809	307 528	1 857
1998	2 233 740	259 483	26.275	436 932	104 852	14 853	150 928	80 826	-	74 681	235 120	4 308
1999	1 388 787	79 029	25.032	270 280	83 459	7 678	140 850	66 209	-	35 453	129 465	1 105
2000	2 277 502	218 785	36.762	449 545	100 967	13 305	174 034	118 174	21 972	93 105	320 582	2 017
2001	2 884 051	315 286	38.194	524 170	126 034	18 382	177 245	150 916	27 233	116 067	360 363	3 527
2002	3 481 671	210 657	51.336	522 740	164 979	16 559	192 661	150 949	33 507	88 811	377 036	4 172
2003	3 332 451	236 931	48.216	470 582	154 350	12 185	238 962	102 347	24 127	92 326	379 830	3 432
2004	3 983 899	318 097	62.102	548 858	214 948	14 909	293 459	138 327	31 931	115 764	455 863	7 125
2005	4 243 584	401 852	78.115	701 190	304 621	21 013	380 397	181 021	35 448	198 462	486 051	9 676
2006	3 762 475	402 568	78.275	657 859	235 755	18 148	487 917	190 774	36 151	234 334	429 709	5 365
2007	4 149 805	514 803	82.718	768 167	265 429	30 512	593 302	276 783	54 729	288 358	472 482	6 785
2008	4 415 525	600 261	95.414	885 006	276 805	36 977	730 689	397 682	69 168	342 104	520 334	10 852
2009	4 488 350	634 886	82.684	932 809	296 085	46 900	574 700	419 475	80 687	376 215	548 117	9 687
2010	4 385 263	671 060	90.944	928 376	314 446	53 373	568 227	428 275	91 765	321 325	500 321	11 262
2011	4 826 315	752 238	103.918	1 140 459	369 867	52 319	602 404	486 319	122 088	300 084	528 966	13 286
2012	5.028. 745	714.0 71.4	94.409	1.032. 565	391.312	46.60 6	63466 3	428.4 40	126.97 4	278.1 64	505.560	14.034
2013	5.041. 323	731.7 84	97.074	1.046. 010	402.818	45.92 8	75618 7	423.1 29	127.45 5	290.4 22	518.273	15.733
2014	5.250. 036	697.3 60	119.977	1.037. 152	408.287	52.85 1	65705 1	510.5 69	136.89 9	283.9 26	512.339	15.310

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı- Turizm İstatistikleri- Sınır Giriş Çıkış İstatistikleri
(-) istatistik veri mevcut değildir.

Avrupa ülkeleri ile 5 yıllığına imzalanan bu anlaşmaların sonraki yıllardaki seyrine bakıldığında; Almanya'dan gelişlerde 1992, 1993, 1995 yıllarında turist sayıları her ne kadar artarak devam etse de, 1991 ve 1994 yıllarında ciddi düşüş-

lerin yaşandığı görülür. Bunun altında yatan sebebin 1991 yılında patlak veren Irak savaşı yani Körfez krizi olduğu düşünülmektedir. Krizin Türkiye'nin sınırında olması, Iraklı mültecilerin Türkiye'ye gelmesi, Türk ekonomisine olan olumsuz etkileri, turistlerin Türkiye'yi tercih etmemelerine yol açtığına inanılmaktadır (Ekzen N, 2016). 1994 Yılındaki ise 1994 yılında gerçekleşen Sırpın Saraybosna kuşatması olduğu düşünülmektedir. 1993 yılı sonunda alevlenip, 1994 yılına da sarkan Bosna-Hersek'teki çatışmalar ve Sırpın Saraybosna kuşatması karayolu ile gelen yabancı trafiğini çok büyük ölçüde engellemiştir. Bu durum, güneylirlikçiler başta olmak üzere, Türkiye'ye yönelik ziyaretçi talebini olumsuz yönde etkileyen faktör olmuştur. 1990-1995 yılları arasında Kapıkule'den giren yabancıların sayılarında önemli ölçüde düşüş görülmektedir. Bunda en büyük etkenin, eski Yugoslavya'da gelişen olaylar olduğu düşünülmektedir (Forumtr, 2016). 2014 Yılında Lüksemburg'la imzalanan anlaşmanın istatistiksel açıdan etkisi incelendiğinde ise; bir önceki yıla göre %3'lük azalma gerçekleştiği görülür. Bunun sebebinin ise sadece Lüksemburg'tan değil, hemen hemen tüm Avrupa ülkelerinde düşüşe neden olan rublenin değer kaybetmesi ile başlayan ekonomik kriz olabileceği görülür (Turofed, 2015, s.5)

Tablo 6: Anlaşma Yapılan Balkan Ülkelerinden Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları

YILLAR	ROMANYA	BULGARİSTAN	ARNAVUTLUK	HIRVATİSTAN	YUNANİSTAN	BOSNA HERSEK
1984	20 231	59 800	-	-	179 284	-
1985	12 993	19 653	-	-	213 222	-
1986	16 967	9 135	-	-	211 308	-
1987	13 583	4 609	-	-	173 818	-
1988	16 067	9 098	-	-	430 331	-
1989	13 223	15 626	-	-	277 333	-
1990	377 275	72 741	-	-	227 709	-
1991	503 785	943 250	-	-	138 918	-
1992	566 665	818 895	2 752	-	147 174	-
1993	311 235	368 813	4 665	-	148 198	-
1994	414 437	170 587	16 589	-	127 005	-
1995	283 015	161 145	14 547	-	154 224	-
1996	191 511	139 301	20 874	-	147 305	-
1997	338 966	219 353	31 508	-	170 445	-
1998	505 766	244 741	24 269	-	168 525	-
1999	483 184	259 075	27 315	-	146 871	-
2000	265 175	381 697	29 739	11 968	218 670	28 620
2001	180 911	540 452	26 107	13 031	197 258	28 223
2002	180 203	834 073	29 221	14 826	280 033	32 490
2003	185 174	1 006 612	32 439	15 291	393 517	34 642
2004	169 398	1 310 082	44 423	20 748	485 417	41 685
2005	202 860	1 621 918	51 296	22 923	584 840	44 701
2006	245 941	1 177 906	50 328	22 321	413 162	40 489
2007	390 505	1 239 667	57 601	29 470	447 950	50 437
2008	447 419	1 255 343	63 146	31 186	572 212	58 910
2009	366 698	1 406 604	59 958	31 407	616 489	52 271
2010	355 144	1 433 970	49 954	33 563	670 297	47 361
2011	390 248	1 491 561	53 141	41 959	702 017	56 522
2012	385 055	1 492 073	59 565	47 144	669 823	61 851

2013	395 214	1 582 912	65 113	44 058	703 168	72 086
2014	426 585	1 693 591	76 273	45 297	830 841	83 258

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı-Sınır Giriş Çıkış İstatistikleri
(-) İstatistiki veri mevcut değildir.

Balkan ülkeleri ile ilgili yapılan anlaşmalar ise Tablo 6'da ilgili devletlerin altında koyu olarak belirtilmiştir. Balkan ülkeleri ile yapılan anlaşmaların olduğu yıllar bir önceki yıllara göre incelendiğinde en büyük artışın Bulgaristan olduğu görülür. Bir önceki yıl 72.741 olan turist gelişi 1991 yılında imzalanan turizm anlaşması ile %92'lik bir artış ile 943.250 rakamına taşınırken 1997 yılında imzalanan anlaşma ile ise bir önceki yıl 139.301 olan rakam %36'lık bir artış ile 219.353'e ulaşmıştır. Romanya ile 1991 yılında imzalanan turizm anlaşması ile ise, bir önceki yıl 377.275 olan rakam 503.781'e taşınmıştır. Ancak aynı ülkelerle yapılan son anlaşmalara (1999/2002) bakıldığında 1991 Yılında imzalanan anlaşmadaki gibi verim alınmadığı hatta azalış yaşandığı görülür. Bu durumun altında yatan nedeninin 1997- 1999 yılları arasında ülke ekonomisinde yoğun olarak yaşanan durgunluk olduğu ve bunun neticesinde romen halkının turizm için bütçelerinden pay ayıramadığı düşünülmektedir. Zira 1999 yılında ülkedeki kayıtlı işsizlik oranı en yüksek seviyeye çıkmış 2014 yılı itibari ile ise gerilemiştir (Ülke, 2016) 180.911 olan rakam, anlaşmanın yapıldığı tarihte 180.203'e düşmüştür. Bulgaristan'la yapılan 2011 anlaşması sonrasında ise bir önceki yıl 1.433.970 olan sayı, anlaşmanın yapıldığı yılda %0,1 gibi çok az bir oranda artarak 1.492.073 olmuştur, fakat ilerleyen yıllarda az artışlarla da olsa yükselerek devam ettiğini de gözden kaçırmamak gerekir. Bu ülkelerin dışında olan diğer Balkan ülkelerinde de imzalanan turizm anlaşmaları neticesinde bir önceki yıla göre önemli artışlar sağlanmıştır. Bu artışlar ülkelere gelen turist sayıları bazında, 1991 Romanya (%25), 1992 Arnavutluk (% 41), 1995 yılında Arnavutluk (% 30), 2000 Yunanistan (%33), 2003 Yunanistan (%18), 2004 Bosna Hersek (%7), 2004 yılında Hırvatistan (%27), 2005 Arnavutluk (%13), 2011 Karadağ (%17), 2004 yılında Bosna Hersek (%17), 2011 Yunanistan (%5) oranındadır.

Gerek Avrupa gerekse Balkan ülkeleri açısından genel anlamda yıllar itibari ile düşüşler ve nedenleri incelendiğinde çeşitli faktörlerin etkisi altında olduğu görülür. Bu faktörlerin başlıcaları olarak, ülkelerde yaşanan ekonomik krizler, ülkeler arası yaşanan siyasi krizler, iç ve dış savaşlar ve terör veya doğal felaketler sayılabilir. Örneğin; 1999 yılında 1998 yılından itibaren gündemde olan ve terörist başının Kenya'da yakalanıp 17 Şubat 1999'da Türkiye'ye getirilmesinin ardından İtalya ile oluşan gerginlikler ve akabinde yabancı kamuoyunda Türkiye'ye yönelik oluşan tepkiler, 13 mart 1999 tarihinde 13 kişinin hayatını kaybetmesi ile sonuçlanan İstanbul mavi çarşıya yönelik saldırılar ve 15 mart 1999 tarihinde Türkiye'nin batılı ülkelere savaş alanı ilan edilmesi, yine aynı yıl gerçekleşen

Düzce ve Kocaeli depremlerinin etkileri olduğu açıkça görülmektedir (Yılmaz, 2004, s.83).

Avrupa ve Balkan ülkelerinden gelişlerde kayda değer azalışların yaşanmasına neden olmuştur. 1996 Yılında Yunanistan ile yaşanan Kardak krizi başta Yunanistan olmak üzere çeşitli Avrupa ve Balkan ülkelerinden gelen turist sayısının azalmasına yol açmıştır. Bunların dışında 1990 Yılı Körfez Savaşı (Ekzen, 2016), 11 Eylül 2001 Tarihinde Newyork Dünya Ticaret merkezi olan ikiz kulelere yapılan terör saldırısı (Dallaryan,, 2006,s.30-32), 2008-2012 yılları arasında etkisini sürdüren ve Mortgage krizi olarak ta adlandırılan küresel ekonomik kriz (İslamoğlu 2012,s.44). 2011 yılında sınır ülkemiz Suriye’de patlak veren iç savaş, 2015 Yılında Rus Savaş uçağının Türkiye tarafından düşürülmesi ile Rusya’dan Türkiye’ye uygulanan çeşitli ambargo ve boykotların uygulanması (Vikipedi, 2016). Türkiye’de yıllarca süre gelen Terör sorunun Türk turizmine olan olumsuz etkisi Tablo 5 ve Tablo 6’daki değerlerden açık ve net bir şekilde görülmektedir.

3. Ülkelerin tanıtımına yer veren anlaşmalardan 25. Ocak 2002 Yılında Türkiye- Romanya Turizm İşbirliği Alanında Mutabakat Zaptı ve 15. Turizm Karma Komisyon Protokolü incelendiğinde; özellikle ABD, Kanada, Çin, Japonya, İsrail ve Arap ülkelerinin hedef alındığı tanıtım çalışmalarının sonuçları Tablo7 incelendiğinde oldukça istikrarsız bir trend gözlemlenir. 2002 yılında gerçekleştirilen bu anlaşmalarla BAE, Sudi Arabistan, Japonya ve Çin’de artışların yaşandığı görülürken 2003 yılı itibari ile BAE dışındaki diğer ülkelerde bu artışların yerini azalışa bıraktığı gözlemlenmektedir. Bu azalışın nedeni araştırıldığında Uzakdoğu ülkelerinde patlak veren SARS virüsünden kaynaklanmış olabileceği görülmektedir, zira bu virüs nedeni ile uluslararası seyahatler olumsuz etkilenmiş ve Uzakdoğu odaklı turlar iptal edilmiştir (Dallaryan, 2006, s.33). ABD ve Kanada ülkelerinde ve de Sudi Arabistan ülkelerinde anlaşmaların etkisinin artış anlamında istatistiki verilerde görülmemesinin nedeninin 20. 03. 2003 Tarihinde ABD VE İngiltere önderliğinde oluşturulmuş çok uluslu koalisyon hükümetlerinin Irak’a girmesi ile başlayan 2. Körfez Savaşı olduğu ifade edilebilir. (Vikipedi, 2016)

Tablo 7 : Anlaşmalarda Yer Alan 3. Ülkelerden Türkiye’ye gelen Turist Sayıları

	ABD	KANADA	İSRAİL	BAE	SUDİ ARABİSTAN	JAPONYA	ÇİN
2001	429 563	56 951	310 604	3 398	20 612	87 800	25 295
2002	247 629	38 999	270 263	4 977	25 657	94 514	31 951
2003	222 918	42 019	321 152	6 717	23 676	67 874	27 557

2004 Yılında Türkiye-Yunanistan II. Dönem Turizm Karma Komisyonu özellikle Japonya, ABD, Çin, ve Hindistan ülkelerine yönelik olarak tanıtma işbirliği yapılmasına yönelik alınan kararlar doğrultusunda yürütülen faaliyetlerin etkisi Tablo 7'deki verilere göre istatistiksel açıdan incelendiğinde, yıllar itibari ile çoğunlukla kararlı bir artış olduğu söylenebilir özellikle 2010 yazında ABD ve Japonya'ya yönelik yapılan tanıtım gezilerinin olumlu etkisini 2011 yılında görmek mümkündür. Yine 12.10.2011 Tarihinde Türkiye ve Yunanistan Hükümetleri arasında imzalanan 3. Turizm Karma Komisyon Toplantı Protokolü çerçevesinde Çin, ABD, Hindistan ve Japonya'ya yönelik yapılacak tanıtım çalışmalarının Japonya hariç diğer ülkelerde oldukça başarılı olduğu ve kayda değer artışa yol açtığı gözlemlenmektedir. Ancak bu 14 yıllık trend içinde özellikle ABD için 11 Eylül 2001 Tarihinde Newyork Dünya Ticaret merkezi olan ikiz kulelere yapılan terör saldırısı, 2008-2012 yılları arasında etkisini sürdüren ve Mortgage krizinin olumsuz etkilerini görmek mümkündür. Yine Japonya'da özellikle 2012 yılından sonra düşüş yaşanmasının ardındaki sebebin ne olabileceğine ilişkin inceleme yapıldığında terör olabileceği görülür. Haber kaynaklarına göre bu yılda özellikle bu bölgeyi ziyaret eden Japon turistlerde ve batılı turistlerde yüksek oranda azalma görüldüğünün tespit edildiği (Turizm Haberleri, 2015) ve bunun nedeninin Arap Baharı ile azalmaya başlayan Japon turist sayısı, IŞİD'in ortaya çıkması ve iki Japon'un IŞİD tarafından katledilmesi olduğu ifade edilmektedir (TurizmGuncelCom, 2015).

Tablo 8: Anlaşmalarda yer alan 3. Ülkelerden Türkiye'ye Gelen Turist Sayıları

YILLAR	ABD	HİNDİSTAN	ÇİN	JAPONYA
2004	291.102	20.003	35.339	64.318
2005	434.991	26.480	44.077	116.969
2006	532.419	35.379	56.323	125.755
2007	642.911	45.175	68.252	168.852
2008	679.445	55.798	61.882	149.731
2009	667.159	55.114	69.336	147.641
2010	642.768	63.406	77.142	195.404
2011	757.143	73.731	96.701	188.312
2012	771.837	90.934	114.582	203.592
2013	785.971	95.014	138.876	174.150
2014	748.917	119.503	199.746	170.550

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı-Turizm İstatistikleri-Sınır Giriş Çıkış İstatistikleri

SONUÇ

Avrupa ve balkan ülkeleri ile yapılan anlaşmaların içerikleri incelendiğinde; her iki bölgenin ülkelerin de ülkelerarası sınır formaliteleri, tanıtım, turizm yatırımları, turizm çeşitlendirilmesi turizmde eğitim, güvenlik, sağlık, çevrenin korunması konularının ana başlıklar halinde ele alındığı görülür. Ancak turizm çeşitlendirilmesi konusunun biraz daha Avrupa ülkeleri ile olan anlaşmalarda, 3. Ülkelere yönelik tanıtımlarda işbirliğine gidilmesi konularının ise balkan ülkeleri ile yapılan anlaşmalarda daha çok yer aldığı söylenebilir. Özellikle Yunanistan

hükümeti ile bu yönde yapılan çalışmalar dikkat çekicidir. Turizm yatırımları konusu incelendiğinde ise yatırım konusunda teknik destek ve kaynak transferi konusunda Almanya'nın bir tık daha diğer ülkelerden üstte olduğu ifade edilebilir. Balkan ülkeleri ile yapılan anlaşmalarda bu konu karşılıklı olarak ele alınan bir konu olmaktadır. Güvenlik ve sağlık konuları ise Avrupa ülkeleri ile yapılan anlaşmaların metinlerinde ele alınan konular arasında yer almaktadır. Çevrenin korunması sürdürülebilir çevrenin sağlanması konuları ise her iki bölge hükümetlerince yapılan anlaşmalarda yer alan konulardan olmuştur. Ancak bu konuların yakın tarihlerde ele alınan anlaşmalarda yer aldığını göz ardı etmemek gerekir.

Turizm anlaşmalarının etkileri incelendiğinde ise bu etkiler, ölçülebilen ve ölçülemeyen etkiler olmak üzere iki boyutta değerlendirilebilir. Turizm anlaşmalarının turist sayısı ve turizm gelirlerinin artışına olan etkisi ölçülebilir boyut olarak ifade edilirken, dünya barışına katkı, önyargıların kırılması, turizmin diğer sektörlerdeki yatırımlara olan kaldıraç etkisi, destinasyonların gelişmesi, çevrenin zarar görmesi, kültürel bozulmaya yol açabilmesi gibi olumlu ve olumsuz etkileri ise ölçülemeyen ya da ölçümü zor olan boyut olarak ifade edilebilir

Ölçülebilen boyutu ele alındığında; Yapılan istatistiksel analiz sonrasında turizm anlaşmalarının turist sayılarının artışına büyük ölçüde katkı sağladığı söylenebilir. Ancak bu artışlar ortaya çıkan pek çok kriz (savaş, terör, ekonomik krizler, salgın hastalıklar, politik gerginlikler gibi) nedeni ile istikrarlı bir şekilde sürdürülememiştir. Bu yönde özellikle ülkemizde son zamanlarda etkisini çok yoğun bir şekilde hissettiren güvenlik sorununun çözülmesi gerektiği aşikârdır. Aksi takdirde yapılabilecek tüm çalışmalar boşa gidecektir. Gerek terörle mücadelede gerekse kriz ortamına neden olabilen diğer konular ile mücadelede elbette yapılabilecek uygulamalar mevcuttur. Ülke içinde ele alınabilecek ulusal ve yerel yönetimler tarafından halkı bilinçlendirmeye yönelik eğitimler verilmesi, turistik destinasyonlarda görev yapan güvenlik güçleri dahil tüm çalışanların terör ve turistik suçlar konusunda eğitilmesi, olası terör eylemlerine yönelik güvenlik önlemlerinin artırılması, uluslararası işbirliğine gidilmesi. krizler ardından krizlere daha az duyarlı pazar bölümlerinin hedef alınması, kriz döneminde turizm işletmelerine belli teşvikler sağlanması, yenilikçi ürünler geliştirilmesi ile ilgili çalışmalar bu uygulamalara örnek oluşturabilir. Ölçümü zor olan boyutu ele alındığında önyargıların kırılmasında, ülke tanıtımına katkıda bulunmasında, politik ilişkilerin geliştirilmesinde, barış ve huzur ortamının sağlanmasında, yoksullukla mücadelede büyük katkılar sağladığı yadsınamaz. Ancak meydana gelebilen turist trafiği çerçevesinde çevre ve sosyal kültürel bozulmaların yaşanabileceği de bir gerçektir. Bu nedenle ilgili turizm anlaşmalarında bu konuların çok daha fazla ele alınan konular olması gerektiği nettir. □

KAYNAKÇA

- Akoğlu T, Yenihaber, (2016),”Politik Kriz ve Turizm” (<http://yenihaber.be/politik-kriz-ve-turizm/15860/> adresinden erişilmiştir)(10.01.2016)
- Aydemir, B. & Şahin, B.(2014). “Uluslararası İlişkilerde Bir Dış Politika Aracı Olarak Turizm: Bosna-Hersek Örneği”, 9. Uluslararası Konferansı: Turizm ve Hizmet sektöründe Yeni Perspektifler Kongresi İçinde (s.932-948). Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi& Białystok Üniversitesi, Burhaniye, Balıkesir.
- Çavuş T, “Dış Politikada Yumuşak Güç Kavramı ve Türkiye’nin Yumuşak Güç Kullanımı” Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi Aralık 2012, Cilt 2, Sayı 2, s. 23-36 (URL:http://iibfdergisi.ksu.edu.tr/Images/images/files/2012-2-3_0.pdf adresinden erişilmiştir) (11.01.2016)
- Dallaryan, S.(2006) Turizmde Kriz Yönetimi ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti’nde Kriz Yönetiminin Ülke Turizmine Gelişimine Etkileri. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul.
- Göçen S & Yirik Ş. &Yılmaz Y. Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,2011, C.16, S.2, s.493-509
- İçin Özkösedâğ, Ö.&Tekin Y. 9. Uluslararası Konferansı: Turizm ve Hizmet sektöründe Yeni Perspektifler Kongresi İçinde (s.795-808). Balıkesir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi& Białystok Üniversitesi, Burhaniye, Balıkesir.
- De Villiers, D. (2014), “Cornerstones for a Better World: Peace, Tourism and Sustainable Development”, International Handbook On Tourism and Peace Centre For Peace Research And Peace Education of the Klagenfurt University /Austria in Cooperation with the World Tourism Organization (UNWTO), Copyright 2014 by Drava Verlag/Zalozba Drava, s. 388
- Ekzen, N. 1991 Körfez Krizinin Türk Turizmine Etkileri. Turizm Gazetesi, (URL: <http://turizm gazetesi.com/news.aspx?id=5> adresinden erişilmiştir) (Erişim Tarihi: 23.01.2016)
- ForumTr. Uluslararası Turizm, (URL: <http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulastirma/1029209-uluslararasi-turizm.html> forum tr adresinden erişilmiştir) (Erişim Tarihi:23.01.2016)
- İslamoğlu, M. Özbay H. (2012).Euro Bölgesinde Yaşanan Borç Krizinin Türk Turizmine Etkileri. Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi, 3(6), 35-62
- Kalın İ, “Türk Dış Politikası ve Kamu Diplomasisi”, (URL:<http://kdk.gov.tr/sag/turk-dispolitikasi-ve-kamu-diplomasisi/20> adresinden erişilmiştir.) (10.01.2016). Kültür ve Turizm bakanlığı- (URL:www.kultur.gov.tr/ adresinden erişilmiştir.)(10.01.2016) Kültür ve Turizm Bakanlığı Dış İlişkiler ve AB Komisyon Başkanlığı İkili Turizm İlişkileri (URL:<http://disiliskiler.kulturturizm.gov.tr/TR,22140/ikili-turizm-iliskileri.html> adresinden erişilmiştir) (12.01.2016)
- Küçükaltan D.& Çeken H.& Mercan Ş.O.(2015) “Değişik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması” Detay Yayıncılık, Ankara

- Özen T. K, (2015a). “Uluslararası Politika ve Turizm”, Turizm Gazetesi, (URL:<http://ftp.clubpatara.com/article.aspx?id=78651> adresinden erişilmiştir) (10.01.2016)
- Ozen Taner K, (2015b). “Uluslararası Turizm ve Uluslararası Politikanın Geleceği” (<http://turizm gazetesi.com/article.aspx?id=78735> adresinden erişilmiştir) (10.01.2016)
- Özen Taner K, Turizm Dış Politikası, (2015c). (URL:<http://turizm gazetesi.com/article.aspx?id=76250> adresinden erişilmiştir)(10.01.2016)
- Turizm Haberleri, (2015) “Kapadokya’da batılı Turist Sayısında Gerileme” (<http://www.turizm haberleri.com/haberayrinti.asp?ID=28773> adresinden erişilmiştir)(15.01.2016)
- TurizmGüncelcom (2015) (<http://www.turizm guncel.com/haber/yakup-dinler-japon-turistin-turkiye'ye-neden-gelmedigini-anlatti-h23352.html> adresinden erişilmiştir)(15.01.2016)
- Turofed –Turizm Raporu(2015).(URL: www.turofed.org.tr adresinden erişilmiştir.) (15.01.2016)
- Tursab-Türkiye Seyahat Acentaları Birliği URL:http://www.tursab.org.tr/tr/turizm-verileri/istatistikler/dis-ticaret-aciklarini-kapatmada-payi_916.html adresinden erişilmiştir.) (05.01.2016)
- Türkiye İstatistik Kurumu, (URL: www.tuik.gov.tr adresinden erişilmiştir)(15.01.2016)
- Ülke, “Avrupa’dan Karadeniz’e Açılan Geçit Romanya”, Ülke, Aralık 2015, Sayı:91 <http://www.moment-expo.com/avrupadan-karadenize-acilan-gecit-romanya> adresinden erişilmiştir (15.01.2016)
- Yılmaz P, “Turizm Tanıtımında Sinemanın Rolü”, Gümüşhane Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Elektronik Dergisi, Eylül 2011, Sayı 2, S.112-139 (URL:<http://egifder.gumushane.edu.tr/article/viewFile/5000006426/5000006855> 117 adresinden erişilmiştir) (15.01.2016)
- Vatan Ekonomi, (2015). “Turizmde Şok Düşüş” (URL:<http://www.gazetevatan.com/turizmde-sok-dusus--795756-ekonomi/> adresinden erişilmiştir. (15.01.2016)
- Vikipedi (https://tr.wikipedia.org/wiki/Irak_Sava%C5%9F%C4%B1 adresinden erişilmiştir)(15.01.2016)
- Yılmaz, Ö.D. (2004).Turizm İşletmelerinde Kriz Yönetimi ve Konaklama İşletmeleri Yöneticilerinin Krizlere
- İlişkin Yaklaşımlarına Yönelik Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İzmir