
KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE TÜRKİYE TURİZMİ
TOURISM IN TURKEY THE PROCESS OF GLOBALIZATION

Gülpınar AKBULUT*

ÖZET

Bu çalışmada, coğrafi açıdan küreselleşme sürecinin Türkiye turizmine etkileri ele alınmıştır. Dünya ekonomik coğrafyasının bütünüyle değişmesi veya yeniden organize edilmesi sonrasında siyasal, sosyal ve kültürel yapı arasındaki çok boyutlu ilişkilerin bir bütünlük içinde ele alınması olarak tanımlanan küreselleşme, turizmi önemli ölçüde etkilemiştir. Küreselleşmenin etkisiyle bugün dünyanın en büyük endüstrilerinden biri haline gelen turizm, tüm ülkeler üzerinde ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere sahiptir ve bu etkilerin toplum üzerine önemli sonuçları vardır.

Akdeniz ülkeleri arasında doğal ve kültürel peyzajıyla zenginlik sunan Türkiye, turizm potansiyeli yüksek bir ülkedir. Bu potansiyelden tam olarak yararlanamamasına rağmen, küreselleşme süreciyle birlikte Türk turizmi gelişmiş ve Türkiye üzerinde ekonomik, sosyal ve çevresel etkilere sahip olmuştur. Bu bağlamda çalışmada küreselleşme kavramı ele alınmış, Türkiye turizminin belli başlı bazı sorunlarına değinilmiş ve küresel değişim sürecinin Türkiye turizmi üzerindeki etkileri belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, Türkiye, turizm, sürdürülebilir kalkınma ve çevre.

ABSTRACT

This paper examines the effects of globalization on tourism in Turkey as geographical. Defined as the integrated treatment of the multidimensional relations between political, social and cultural structures following the complete transformation or reorganization of world's economic geography, globalization has affected tourism to a great extent. Having become one of the largest industries of the world with the effects of globalization, tourism has economic, social and environmental effects on all countries and there are important results on social of this effects.

Turkey is a country with immense tourism potential thanks to its rich natural and cultural landscape unique among Mediterranean countries. Although Turk

* Yrd. Doç. Dr., İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, e-posta: gakbulut@inonu.edu.tr

tourism isn't completely used from this potential, it has been improved with the process of global and has economic, social and environmental effects on Turkey. In this context, it is intended to handle the issue of globalization, to mention the major problems with tourism in Turkey, to determine the effects of the process of global change on tourism in Turkey.

Keywords: Globalization, Turkey, tourism, sustainable development and environment

1. GİRİŞ

Küreselleşme, dünya çapındaki toplumsal ilişkilerin yoğunlaşmasıdır (Giddens, 2004: 69). Üretim sistemlerini, teknolojiyi, uluslararası ticareti, finansal pazarları, ulus-devletleri ve sosyal yaşamın birçok yönünü etkileyen küreselleşme, yeni bir kavram değildir. XV. yüzyılda coğrafi keşiflerle başlayan, sanayi devrimi, petrolün kullanımı, yeni ulaşım araçlarının ortaya çıkışıyla devam eden ve XXI. yüzyılda bilgi ve teknolojiyle kendisini yenileyen kapitalizmdir (Kızılcelik, 2002: 20; Akbulut, 2008: 154). Günümüzde dünyanın değişim süreciyle çok boyutlu ele alınan bu kavram, gerçekte uluslararası olanakların ve kaynakların kullanılmasına dayanır (Kızılcelik, 2002: 21). Dolayısıyla küreselleşme, bugün birçok ülkenin önemli endüstrilerinden biri olan ve gelir getirici etkinlikler dışında kalan, boş zamanların hemen hepsini içine alan bir seyahat, bundan doğan bir konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence gibi hizmetler ve ilişkiler olarak tanımlanan turizm üzerinde de doğrudan etkili olmuştur (Erdoğan, 2003:76; Sugiyarto, Blake ve Sinclair, 2003: 683). Ülkelerin sosyo-ekonomik yapılarında iyileşmelerin yaşanması, özellikle 1945 sonrası dünyada güven ortamının oluşması, ulaşımın, başta hava ulaşımı olmak üzere seyahat araçlarındaki gelişme, konaklama tesisi yatırımlarının hızlanması, bilgisayar ve internetteki gelişmelerle birlikte geçmişe göre daha fazla bilgi edinimi ve insanların farklı mekânlarda yaşayan diğer insanların yerel kültürlerini öğrenme merakı, turizmin gelişmesini sağlamıştır (Köksal, 1982:162; Burkart ve Meldik, 1984: 24; Tümertekin, 1994: 665-669). Son 20 yılda küreselleşme süreci turizm üzerinde farklı etkiler yaratırken, toplumlar turizm hareketliliğinde değerler etkileşiminden nasıl yararlanacağı konusunda yeni politika arayışlarına yönelmişlerdir. Ülkelerin uluslararası ilişkilerde dünya kamuoyunu etkileyebilecek ulusal ve yerel imajlar oluşturma, toplumsal ilişkilerde yerleşik hale gelmiş ön yargılardan arınma, kültürel değerlerini tanıtmaya ve uluslararası politikalarda uzlaşmanın yaşamsal değerini ön plana çıkarma gereği turizme yeni bir boyut kazanmıştır (Tatlıdil, 2002: 190). Bugün dünyanın hızla gelişen hizmet sektörlerinin başında gelen turizm, yükselen refah seviyesi, seyahate ayrılan

gelirin ve ulaşım imkânlarının artmasıyla birlikte, dünyada büyük bir rekabet ortamı yaratmıştır. Bu rekabet ortamının oluşturacağı turizm gelirinun 2020 yılında 2 trilyon dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir (Karluk, 2002: 292). Dolayısıyla her ülke, yeni pazar alanları oluşturma, hizmet sektörlerinde gelişme ve iletişim araçlarını kullanma gibi küresel turizm stratejileri geliştirmiştir (Tekeli, 2002: 15-16). Ancak bu stratejilerinin belirlenmesinde yine Batı ülkeleri ve onların çok uluslu şirketleri etkili olmuştur. Az gelişmiş toplumlarda turizmin gelişmesini sağlayacak teknoloji, sermaye denetimi, fikirlerin pazarlanması ve dağıtımı gibi üç ana güç yapısı çok uluslu şirketlerin elinde olduğundan, küresel turizm politikalarını da onlar yönlendirmişlerdir (Niray, 2002: 249; Güner ve Ertürk, 2006: 336). Öte taraftan turizm, gelişmeye başladığı ülke ya da bölgenin mekânlarında bazı değişimlere neden olmuş: yeni politik oluşumlar, ülkelerin serbest piyasa düzenini benimsemesi, sermaye ve işgücünün önündeki kısıtlamaların azaltılması gibi siyasal; dünya üretim tüketim kalıplarının değişmesi, işgücü ve sermaye dolaşımı ve rekabet ortamının şekillendiği ekonomik; kitlesel nüfus hareketleri, kültürel değişim, yerel ekonomik yapıyı bozma ve iş koşullarının değişmesi gibi toplumsal yapı; çevre korunumu ve çevrenin bozulması gibi çevresel faaliyetler üzerinde etkiler yaratmıştır (Özgüç, 1998; Doğanay, 2001: 22-24; Kaya, 2008: 154).

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de turizm, önemli bir endüstri alanı oluşturur. Türkiye, Akdeniz ülkeleri arasında doğal ve kültürel peyzajıyla dikkat çeken bir ülkedir ve günümüzden 10 000 yıl öncesinden başlayan çok sayıda uygarlığın kurulduğu arkeolojik ve kültürel zenginliklere sahiptir. Bu zenginliklerin yanı sıra ülkenin ılıman kuşakta yer alması, topografyanın kısa mesafelerde değişmesi ve iklim tiplerindeki farklılıklar, biyocoğrafik özelliklerde çeşitlilik sunmaktadır (Dindar, 2002: 263; Atalay, 1994). Coğrafi çeşitliliklerle birlikte küreselleşme sürecinin getirdiği ekonomik, sosyo- kültürel etkileşimler ve dünya turizmindeki değişim, Türkiye turizminin de gelişmesine olanak hazırlamıştır. Bugün Türkiye, turizm için belirlediği politikaların uzun vadeli olmaması, ülkenin yanlış ve yetersiz tanıtımı, turizmin genellikle ekonomik boyutta ele alınışı, sosyo-kültürel ve çevresel faktörlerin göz ardı edilmesiyle turizm alanında istenilen düzeye ulaşamamasına rağmen, dünyada en çok turist ve turizm geliri çeken ilk 20 ülke arasına yer almayı başarmıştır (Özgüç, 1998: 589). Bu başarıya ulaşmasında küreselleşmenin etkileri göz ardı edilemez. Çalışmada küreselleşme sürecinin Türkiye turizmine etkileri ve bu etkilerin Türkiye’nin ekonomik, sosyo-kültürel yapısı ve çevre üzerinde yapmış olduğu değişimler değerlendirilmiştir.

2. KÜRESELLEŞMENİN TÜRKİYE TURİZMİNE ETKİLERİ

Küreselleşmenin kıtalararası akışkanlığı, sosyal etkileşimleri ve büyük çaplı nüfus hareketleri turizmin dünya çapında gelişmesine uygun ortam hazırlamıştır. Ancak, turizm de ulaşım, iletişim ve ekonomik sistem dâhilinde küresel bir sürecin işlemesine liderlik etmiştir. Bugün turizm faaliyetleri büyük tur operatörleri, havayolları ve otel işletmeleri gibi uluslararası şirketler tarafından yönetilen ürün yelpazesıyla küresel döngü oluşturan; uluslararası insan, mal ve hizmet ile sermaye hareketleri sonucu ortaya çıkmaktadır (Kaya, 2008: 155).

Küreselleşme tüm dünyada olduğu gibi Türkiye turizmini de öncelikle ekonomik yönden etkilemiştir. Küresel boyutta üretim-tüketim kalıplarının değişmesi, özellikle turist gönderen Batı ülkelerinin gelir düzeyinin yükselmesi dünyada turist sayısında artışlara yol açmış, Türkiye önemli bir çekim sahasına dönüşmüş ve yıllar içinde turist sayılarında önemli artışlar olmuştur.¹ Türkiye'ye gelen turist sayısı 1963'te 198 841 kişi iken, bu sayı; 1970'de 694 229 kişiye, 1980'de 1 288 260 kişiye, 1990'da 5 389 308 kişiye, 2000'de 10 428 153 kişiye ve 2007'de 23 341 000 kişiye ulaşmıştır (TÜİK, 2008; TURSAB, 2008). Yabancı turistlerin 2007 yılında Türkiye'deki harcama giderleri 13 990 milyon dolar ve turist başına düşen harcama gideri ise yaklaşık 600 dolar civarında gerçekleşmiştir (Tablo 1). Yine uluslararası turizm gelirinden en çok pay alan ülke sıralamasında 1990 yılında 21. sırada olan Türkiye, 2007 yılında ABD, İspanya, Fransa, İtalya, Çin, İngiltere, Almanya, Avustralya ve Avusturya'dan sonra 10. sırada yer almıştır. Böylece işsizliğin yüksek olduğu, gelir dağılımının dengesiz ve düşük olduğu Türkiye'de turizm önemli bir ekonomik faaliyet alanı olarak ön plana çıkmıştır. Nitekim 1963'te ihracat gelirlerinin % 2,1'i, 1970'de %13'ü, 1980'de 11,2'si, 1990'da 24,9'u, 2000'de 27,5'i ve 2006'da % 19,7 kadarı turizm gelirinden sağlanmıştır (TÜİK, 2008; TURSAB, 2008).

Ekonomik açıdan değerlendirildiğinde turizmin, istihdam yaratılmasında ve bölgesel kalkınmada önemli bir rolü vardır. Dünya turizmi 221 568 000 kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam yaratırken, toplam istihdam içerisindeki payı % 8,3 olarak gerçekleşmiştir. Turizmin doğrudan istihdam yarattığı kişi sayısı 74 223 000; toplam istihdam içerisindeki payı % 2,8'dir

¹ Özellikle Türkiye'de turizmin dünya içindeki yerinin tespitinde dünya turist sayısının ve gelirinin bilinmesi önemlidir. Buna göre dünyada 2007 yılı turist sayısı 903 milyona ve gelir 856 milyar dolara ulaşmıştır. Turist akışının %54'ünü Avrupa, % 20'sini Asya ve Pasifik ülkeleri, %16'sını Amerika, %5'ini Afrika ve Orta Doğu ülkelerinde olmaktadır (WTO, 2008). Türkiye Turizm Stratejisinde 2023 yılında en çok turist çeken ve en fazla gelir elde eden ilk beş ülkeden biri olmayı hedeflemektedir (<http://www.kultur.gov.tr> 10/05/2008).

(Tosun ve Şahin, 2008: 211). Turizmden 280 milyar dolarlık gelir elde eden, diğer bir ifadeyle dünya turizm gelirinin % 45'ine sahip olan Avrupa Birliği ülkeleri içinde ise 8 milyon kişiye iş imkânı sağlanmaktadır. Turizm sektörü ile yakın ilişkisi olan ulaşım ve dağıtım gibi sektörler düşünüldüğünde, istihdam edilen kişi sayısı 20 milyona çıkmaktadır.

Tablo 1. Türkiye'ye yıllara göre gelen yabancı turist sayısı ve harcama giderleri (1963-2007).

Yıl	Turist sayısı (bin kişi)	Harcama giderleri (milyon dolar)	Yıl	Turist sayısı (bin kişi)	Harcama giderleri (milyon dolar)
1963	198	7	1986	2 391	1 215
1964	229	8	1987	2 855	1 721
1965	361	13	1988	4 172	2 355
1966	449	12	1989	4 459	2 556
1967	574	13	1990	5 389	2 705
1968	602	24	1991	5 517	2654
1969	694	36	1992	7 076	3 639
1970	724	51	1993	6 500	3 959
1971	926	62	1994	6 670	4 321
1972	1 034	103	1995	7 726	4 957
1973	1 341	171	1996	8 614	5 650
1974	1 110	193	1997	9 689	7 008
1975	1 540	200	1998	9 752	7177
1976	1 675	180	1999	7 464	5 193
1977	1 661	204	2000	10 412	7 636
1978	1 644	230	2001	11 569	8 090
1979	1 523	280	2002	13 247	8 481
1980	1 288	326	2003	14 030	9 677
1981	1 405	381	2004	17 517	12 125
1982	1 391	370	2005	21 124	13 929
1983	1625	411	2006	19 819	12 553
1984	2 117	840	2007	23 341	13 990
1985	2 614	1 482			

Kaynak: <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler> (10/05/2008).

Türkiye'de bu durum değerlendirildiğinde, turizm 1 657 570 kişiye doğrudan ve dolaylı istihdam yaratırken, toplam istihdam içerisindeki payı % 7,7 olarak gerçekleşmiştir. Turizmin doğrudan istihdam yarattığı kişi sayısı 806 957; toplam istihdam içerisindeki payı % 3,7'dir (Tosun ve Şahin, 2008: 211). Seyahat ve turizm ekonomisinde 2015 yılında dünyada 355 mil-

yon kişinin istihdam edileceği düşünüldüğünde, Türkiye'nin küresel rekabet süreciyle birlikte gelişen turizmle ilgili olarak, istihdam içindeki payının artacağı tahmin edilebilir (Demir ve Çevirgen, 2006: 61).

Küreselleşme sürecinde dünya ve bölgesel ekonomilerde meydana gelen ani değişiklikler, uluslararası şirketlerin doğrudan turizm faaliyetleri üzerine etkili olması, dünyadaki bazı siyasi değişimler ve medyanın kullanım amacı, Türkiye turizmüne ekonomik yönden olumsuz etkiler yaratmıştır. Örneğin; 1980'de başlayan İran-İrak savaşı ve 1982'de dünya petrol fiyatlarının yükselmesi, dünya turizmde olduğu gibi Türkiye turizmde de olumsuz yönde etkilemiştir. 1979–1983 yılları arasında Türkiye'ye gelen turist sayısında genel olarak azalma görülmüş ve bu olumsuzluk ekonomiyi yansımalarıyla ve turizm sektöründe istenilen büyüme sağlanamamıştır. Küresel boyutta 1990'dan sonra sağlanan güven ortamının etkisi ve Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Birliği'nin çözülmesiyle birlikte Türk turizmi gelişmiş, ancak turistlerin özellikle Batı'daki büyük tur operatörleri aracılığıyla paket turlar şeklinde ülkeye gelmesi, Türk turizmde gelirin istenilen düzeye ulaşmamasına yol açmıştır.² Yine Türkiye'de 2006 yılında terörist saldırılar, kuş

² Türkiye'nin küresel boyutta turizm üzerine istenilen gelişme düzeyine ulaşmamasında turizm açısından yaşadığı sorunlarda etkili olmaktadır. Gerçekte Türkiye'de turizmin kurumsallaşma tarihi eskidir. Türkiye'de vatandaş ve yabancıların giriş ve çıkışlarıyla ilgili ilk resmi kayıtlar 1938 yılında Emniyet Genel Müdürlüğüne tutulmuş, bu uygulama 1953 yılından sonra DİE tarafından hazırlanan fişler aracılığıyla izlenmeye başlamıştır (Karluk, 2002: 289). Türkiye'de turizm konusunda devlet yapısı içinde ilk örgütlenme, 1934 yılında çıkarılan İktisat Vekaleti Teşkilatı ve Vazifeleri Hakkında 2450 sayılı Kanun ile başlamıştır. Turizm örgütlenmesi 1937 yılına kadar İktisat Vekaleti içindeki Dış Ticaret Dairesi-Türk Ofisi içinde yürütülmüş, 1938 yılında bu ofis, Turizm Müdürlüğü'ne dönüştürülmüştür. 1949 yılında Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü adını almış, 1957 yılında Turizm ve Tanıtma Bakanlığı olarak ismi yeniden değiştirilmiştir (Özgüç, 1994: 280; Doğanay, 1995: 570; İzbirak, 1996: 703; Karluk, 2002: 289). Türkiye'nin turizm faaliyetlerinin kurumsallaşma tarihi eski de olsa, ulusal ve bölgesel düzeyde planlı ve sürdürülebilir bir turizm gelişimi için belirlediği politikalar yeterli değildir (Tavmergen ve Oral, 1999: 451). Türkiye 1961 yılından itibaren bir plânlı karma ekonomi politikası izlemiş, ekonomi politikaları Beş Yıllık Kalkınma Plânları'yla düzenlenmiştir. Turizm, kalkınma plânlarında döviz getirici niteliği yönüyle ele alınmıştır. Ülkeye daha fazla döviz girmesi için turizm sektöründe yatırım indirimi, turizm kredisi, turistlere ayrı döviz kuru uygulaması, turistlere ithalatta kolaylıklar sağlanması, yabancı sermaye ve turistik bölgelere yapılacak yatırımlarının teşviki gibi önlemler alınmış, yabancı turist sayısı ve turizm gelirleri üzerine durulmuş, buna karşın turizm plânlanması konusunda hem kamu kuruluşları ve hem de turizm ve çevre konusuyla ilgili diğer sivil toplum kuruluşları arasında sıkı bir koordinasyon sağlanamamıştır (Özgüç, 1994: 283; Birkan, 2002: 150). Türkiye turizmi 1980 sonrası belirtilen sorunlar çözümlenmeden konaklama tesisleri yatırımlarında ulaşılan tesis, oda ve yatak sayısında hızlı artışlar görülmüştür (Doğanay, 2001: 568). Öyle ki 1980 yılında tesis sayısı 778 iken, 2006 yılında sayı 3344'e ulaşmıştır. Bu durum gerek çevreyi ve alt yapıyı olumsuz yönde etkilemiş ve estetikten uzak bir yapılaşmayla karşı karşıya bırakmış, gerekse bazı bölgelerde uzun vadede plânsız ve orantısız bir dağılımın ortaya çık-

gribi, Danimarka'da gerçekleşen karikatür krizi, İsrail-Lübnan krizi, Irak'taki durumun dengesizliği, 2006 Dünya Kupası'nın Almanya'da yapılması, İtalya, Yunanistan, İspanya ve Portekiz gibi ülkelerin turist gelişlerinde % 4-12 bir artış yaşanması gibi sebeplerden dolayı turist sayısı düşmüş ve geliri azalmış, ancak yaşanan bu kriz kısa sürede çözümlenmiştir (<http://www.kultur.gov.tr> 18/03/2009).

Bilgi ve meydanının kullanımı, küresel boyutta turist sayılarını ve gelirini etkilemektedir. Ekonomik bağlamda turizm tanıtımına yeterli bütçe ayrılmayan Türkiye'de turizm yetersiz ve yanlış tanıtılmaktadır. Örneğin, 80 bin yatak sayısına sahip Fas, yatak sayısı 1 milyonu aşan Türkiye'nin tanıtım ayırdığı bütçeye yakın harcama yapmaktadır (Aslantaş, 2002: 10). Bunun yanında Yunanistan, İtalya, Fransa ve İspanya gibi klasik rakipler yanında Tunus, Malta, Portekiz, Fas, Birleşik Arap Emirlikleri, Makedonya ve Çek Cumhuriyeti gibi Alman pazarından önemli bir ekonomik gelir sağlayan yeni rakipler, küresel pazardan daha fazla pay alabilmek için Türkiye'yi yanlış tanıtan politikalar izlemektedirler (Tekeli, 2002: 15). Ayrıca Türkiye'nin güvenlik problemleri, özellikle terör olaylarının propaganda amaçlı Batı ve Ortadoğu ülkelerince Türkiye'ye karşı kullanılması turizmi ve bu sektöre dayalı ekonomiyi olumsuz yönde etkilemektedir. Gerçekte güvenlik küresel bir sorundur. Örneğin, 1972 yılında Münih Olimpiyatlarında İsrailli 11 atlet ve 1997 yılında Mısır'da 71 turist Luxor'un dışında öldürülmüştür (Lepp ve Gibson, 2003: 607). Ancak bugün gerek Mısır gerekse Almanya turizm açısından halen önemli ülkeler olarak konumlarını korumuştur. Sadece yaşanan iç sorunlar değil, Irak örneğinde olduğu gibi komşu devletlerin yaşadığı sorunlar da ülke turizmine zarar vermiştir. Aynı zamanda Türkiye küresel dünyanın dikkatini çeken bilimsel, teknolojik alanlarda, aktüalite ve olimpiyatlar gibi etkinliklerde ülkenin temsilinin istenilen düzeye ulaşamaması da turizm açısından dezavantajlara neden olmuştur (Aslantaş, 2002:8).

masına neden olmuştur. Özellikle daha fazla döviz girdisi elde etmek için Marmara, Ege ve Akdeniz bölgelerine öncelik verilmiş, uygulanan yanlış turizm politikaları, Türkiye'de tek tip bir turizm anlayışını ön plana çıkarmıştır. Bugün Türkiye'nin mevcut yatak kapasitesinin 2/3'ü kıyı şeridinde toplanmış, turizm faaliyetlerinin %70'e yakını kıyı kesiminde gerçekleşmiştir (Aslantaş, 2002:7). Kıyıların turizm amaçlı kullanımındaki plansız yaklaşımlar sürdürülebilir turizm anlayışının gelişimini de engellemiştir. Bu durum ülkeye gelen turistlerin yıl içindeki dağılımını da olumsuz etkilemiştir. Günümüzde Türkiye, turizm politikalarında turistik potansiyelinin belirlenememesi ve turizm sektöründe çalışacak nitelikli insan gücündeki açığın giderilememesi gibi sorunları halen yaşamaktadır (Doğanay, 2001: 569). Yine doğal ve kültürel çevre değerleri turizm amaçlı kullanma konusunda Türkiye'nin koruma stratejileri ile turizmi geliştirme stratejilerinin uyumuyla ilgili sorunların çözümüne yönelik yaklaşımları da yetersizdir (Özgüç, 1994: 284).

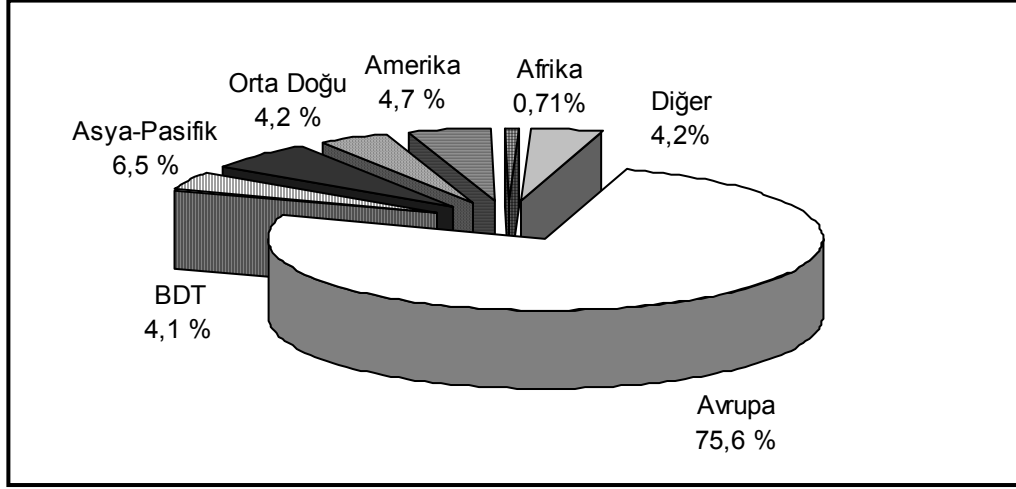
Küreselleşme, uluslararası turizm hareketliliklerini etkilemektedir. Uluslararası turist sayısı bakımından önde olan ülkeler sıralamasında 1990'da 24. sırada bulunan Türkiye, 2007 yılında Fransa, İspanya, ABD, Çin, İtalya, İngiltere, Almanya, Ukrayna'dan sonra 8. sırada yer almıştır. Gelen yabancı turistlerin 2007 yılı Türkiye'de dağılımına bakıldığında ilk sırayı Avrupa ülkeleri almış, bu ülkeleri BDT, Asya ve Orta Doğu ülkeleri takip etmiştir (Tablo 2; Şekil 1-2).

Tablo 2. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin 1990 ve 2007 yılı dağılımı ve oranları.

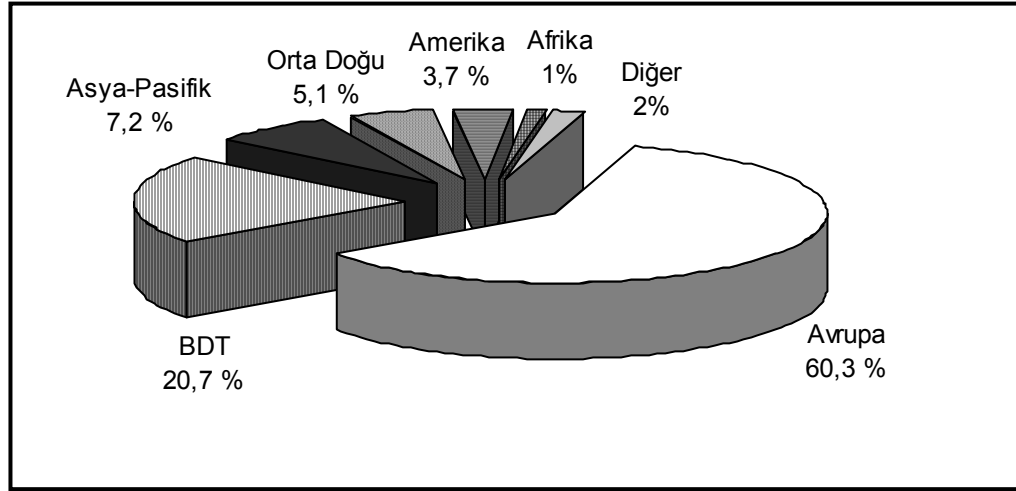
Yabancı Turistlerin Geldiği Coğrafyalar	1990		2007	
	Yabancı Turist Sayısı	%	Yabancı Turist Sayısı	%
Avrupa	4 072 400	75,6	14 087 800	60,3
BDT	223 000	4,1	4 825 000	20,7
Asya-Pasifik	352 000	6,5	1 695 700	7,2
Orta Doğu	229 000	4,2	1 203 500	5,1
Amerika	253 400	4,7	866 900	3,7
Afrika	32 500	0,7	217 100	1
Diğer	226 700	4,2	445 000	2
Toplam	5 389 000	100	23 341 000	100

Kaynak: <http://www.kultur.gov.tr> (10/05/2008); TURSAB, 2008.

Tablo 2'e bakıldığında 1990–2007 yılı içinde Avrupa'dan gelen turist sayısında artış görülürken, Türkiye turizminde 2007 yılı itibariyle bu turist sayısının oransal değerinin diğer bölgelerden gelen turist sayılarından artışa bağlı olarak düştüğü görülmektedir. Amerika için de benzer bir durum söz konusudur. Öte taraftan bu tablodaki en dikkat çekici gelişme, BDT'in turist sayısındaki artışı ve Türkiye turist sayısı içindeki oransal değerinin yükselmesidir. 1990 sonrasında Sovyetler Birliği'nin dağılmasıyla bölgede yeni devletler ortaya çıkmış, özellikle Türk Cumhuriyetleri'nin bağımsızlıklarını ilan etmesiyle, kültürel açıdan özdeşliği olan bu devletlerle çok boyutlu ilişkiler kurulmuş ve bu ülkelerden Türkiye'ye çok sayıda turist gelmiş ve gelmektedir. Nitekim Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı içindeki oransal değeri 1990'da % 4,1 olan BDT'nin 2007 yılındaki bu değeri % 20,7 yükselmiştir.



Şekil 1. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin dağılımı (1990).



Şekil 2. Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin dağılımı (2007).

Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin coğrafi kökenlerine bakıldığında ise; ilk sırada Avrupa ülkeleri gelmekte, Avrupa ülkeleri içinde Almanya ilk sırada bulunmakta ve Almanya'yı, İngiltere, Bulgaristan ve Hollanda takip etmektedir (Tablo 3; Şekil 3).³ Türkiye'nin en fazla turist çektiği bu ül-

³ Turistlerin ülkelere göre nüfus profilleriyle ilgili verilerde Kültür ve Turizm Bakanlığı istatistiklerinden yararlanılmıştır. <http://www.kultur.gov.tr> (10/05/2008).

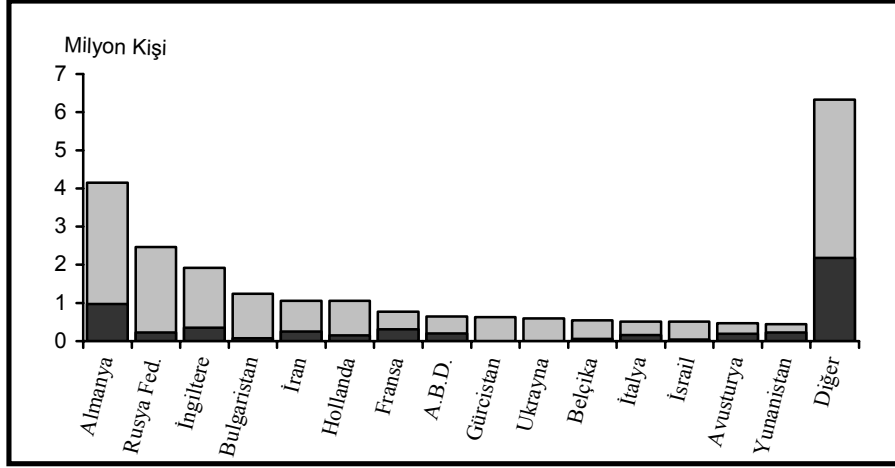
kelerin 1990-2007 yılı turist sayıları karşılaştırıldığında, İngiltere, Bulgaristan, Fransa, Hollanda, Belçika ve İtalya'dan gelen turist sayılarında belirgin bir artış görülmüştür. İklim koşullarının uzun süren tatillere olanak sağladığı İngiltere, alçak ülke olarak bilinen Hollanda da insanların dağlık alanlara olan ilgisi ve bu ülkelerde yaşayan Türklerin ülke tanıtımında gösterdiği çabalar, yabancıların Türkiye üzerine merakı, Bulgaristan Türk nüfusunun varlığı, iletişim ve göreceli maliyetler nedeniyle Türkiye'ye bu ülkelerden gelen turist sayısı sürekli artmıştır (Özgüç, 1998:228). Orta ve Doğu Avrupa'da 1990 sonrası gerçekleşen değişim nedeniyle, Bulgaristan ve Çek Cumhuriyetinde (129 700) gibi ülkelerden Türkiye'ye gelen turist sayılarında önemli artış olmuştur. Türkiye için önemli turizm potansiyele sahip Romanya (390 505 kişi) ve Polonya (276 783 kişi)'da ise 1990'dan günümüze kadar turist sayılarında önemli artışlar meydana gelmemiş, turist sayısında 20-70 bin arasında bir değişim gözlenmiştir. Macaristan'da ise 1990'da ülkemize gelen turist sayısı 172 000 kişi iken, 2007 yılında 82 700 kişiye düşmüştür.

Tablo 3. Türkiye'nin en fazla turist çektiği ülkeler (1990 ve 2007).

Ülke Adı	Turist Sayısı 1990	Turist Sayısı 2007	Ülke Adı	Turist Sayısı 1990	Turist Sayısı 2007
Almanya	973 000	4 149 805	Ukrayna	*	593 302
Rusya Fed.	223 000 ⁴	2 465 336	Belçika	56 000	542 712
İngiltere	351 000	1 916 130	İtalya	156 000	514 803
Bulgaristan	72 000	1 239 667	İsrail	40 000	511 435
İran	253 000	1 058 206	Avusturya	196 000	472 482
Hollanda	150 000	1 053 675	Yunanistan	227 000	447 950
Fransa	310 000	768 167	Diğer		6 333 351
A.B.D.	205 000	642 911	Toplam	5 389 000	23 340 911
Gürcistan	*	630 979			

Kaynak: <http://www.kultur.gov.tr> (10/05/2008).

⁴ Rusya, Ukrayna ve Gürcistan turist sayıları BDT olarak hesap edilmiştir ve 1990'da bu ülkelerden gelen turist sayısı 223 000 kişidir.



Şekil 3. Türkiye'nin en fazla turist çektiği ülkelerin dağılımı (1990 ve 2007).

Avrupa ülkeleri içinde Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı açısından dikkat çeken bir gelişme de Kuzey Avrupa ülkelerinden gelen turist sayılarındaki artıştır. Türkiye'ye 1990'da Danimarka'dan 34 000 turist, Norveç'ten 39 000 turist ve İsveç'ten 110 000 turist gelirken, bu değerler 2007 yılında yükselmiş Danimarka'dan 265 429 turist, Norveç'ten 184 446 turist ve İsveç'ten 338 182 turist gelmiştir. Bu ülkelerin Türkiye'yi tercih sebepleri, ulaşım olanaklarının gelişmesi ve küreleşmenin bir sonucu olan bilgi ve iletişim kaynaklarına ulaşma kolaylığı, kişi başına düşen gelir seviyesinin yüksek olması, deri hastalıklarının yaygın olduğu bu ülkeler için Türkiye'nin bir tedavi merkezi olarak görülmesi, iklim koşullarının ve doğal peyzajın uygunluğudur. Buna karşılık Kuzey Avrupa ülkeleri içinde Finlandiya'nın durumu farklılık gösterir. Nitekim 1990'da Türkiye'ye gelen Finlandiyalı turist sayısı 104 190'dan 84 378 turiste düşmüştür. Bu ülkeler dışında Türkiye'ye Avusturya, Yunanistan ve K.K.T.C.'den turist gelmektedir. Özellikle Türkiye Yunanistan ilişkileri ve Yunanistan'ın milli gelirinde turizmin önemli yer tuttuğu göz önüne alındığında, bu ülkeden Türkiye'nin turist kazanımı dikkat çekicidir.

Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısında, Avrupa ülkelerini BDT ülkeleri takip etmektedir. BDT ülkeleri içinde Rusya Federasyonu (2 465 336 kişi) ilk sırada yer almakta, Rusya'yı Ukrayna (593 302 kişi). Gürcistan (630 979 kişi). Azerbaycan (434 577 kişi) ve Kazakistan (195 219 kişi) takip etmektedir. Türkiye'ye gelen turistler içinde en büyük gruptan birini oluşturan Rusya Federasyonu'ndan gelenler 1990'lı yılların başında yalnızca

bavul turizmi denilen ticaret için Türkiye'ye gelirken, günümüzde bir kısmı tatil amacıyla da gelmeye başlamıştır (Özgüç, 1998: 594). Yine kültür birliği olan Azerbaycan ve Kazakistan gibi ülkelerle yapılan turizm, toplumların sosyal açıdan kaynaşması, ülkeler arasındaki ilişkilerin şekillenmesi bakımından önem taşımakta ve bu ülkelerden gelen turist sayısında önemli artışlar olmaktadır.

Asya ve Pasifik ülkeleri, Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin dağılımında % 7,2'lik paya sahiptir. Asya ülkeleri içinde İran (1 058 206 kişi) ilk sırada yer alırken, İran'ı, Japonya (168 852 kişi). Güney Kore (135 244 kişi) Avustralya (109 865 kişi) ve Çin (63 884 kişi) izlemektedir. Kore Savaşı'nın etkisinden dolayı Güney Korelilerin Türk kültürüne duyduğu merak, Türkiye için önemli turist potansiyeli oluşturan İngilizlerin Avustralya üzerindeki etkisi ve hava ulaşımının gelişmesi Türkiye'ye uzak mesafede kalan bu ülkelerden gelen turist sayısının artışını sağlamıştır. Örneğin, Japonya'dan 1990'da gelen turist sayısı 35 000 ve Avustralya'dan 37 000 kişidir.

Türkiye'ye gelen yabancı turistlerin dağılımında % 5,1 ile dördüncü sırada yer alan Orta Doğu ülkelerinin Türk turizmi açısından önemi büyüktür. Orta Doğu ülkeleri içinde İsrail (511 435 kişi) ilk sırada yer alırken, İsrail'i Suriye (332 840 kişi) ve Irak (180 217 kişi) izlemektedir. Bu ülkeler arasında İsrail'den Türkiye'ye gelen turist sayısında yıllar içinde belirgin artışlar görülmüştür. İsrail'den gelen turist sayısı 1990'da 40 000 iken, 2007'de 511 435 kişiye yükselmiştir. İsrail'den Türkiye'ye gelen turist sayısındaki artışta, İsrail'in bulunduğu coğrafyada komşu devletlerle olan ilişkilerinin iyi olmaması ve Türkiye-İsrail arasında gelişen ticari ilişkilerin payı vardır. Benzer bir durum Suriye içinde geçerlidir. Son yıllarda Türkiye ile olan ilişkilerini siyasi ve ekonomik açıdan iyi yönde geliştirmesi ve hem Türkiye hem de Suriye'de birçok insanın akrabalık bağının bulunması Suriye'den ülkemize 1990 yılında gelen turist sayısını 112 000'den 2007 yılında 332 800 kişiye yükseltmiştir. Türkiye'nin bu ülkeler tarafından genel olarak tercih edilme nedenleri diğer Akdeniz ülkeleriyle benzer doğal çekiciliklere sahip olan Türkiye'yi, yakın coğrafyada yer almaları, kültürel yakınlık ve ucuz tatil olanaklarıdır.

Amerikalardan Türkiye'ye gelen turistlerin payı % 3,7'dir. Amerika Birleşik Devleti 642 911 kişiyle bu kıtalardan Türkiye'ye turist sayısında ilk sırada yer alırken, bu ülkeyi 128 567 kişiyle Kanada izlemektedir. Dünya ekonomisinde ve siyasi belirlenmelerde önemli bir güç olan ABD'nin Türkiye'ye turist göndermesinde, dünyada en çok turist gönderen üçüncü ülke konumunda olması, doların değer kazanması, hava ulaşımının gelişmesi, ABD'li turistlerin turistik çeşitliliğe verdiği önem ve Türkiye ile olan çok

yönlü uluslararası bağlantıları etkili olmuştur. Buldukları coğrafi konum itibarıyla uzak mesafelerde bulunan ve ekonomik ve sosyal açıdan Türkiye'nin çok fazla bağlantılı olmadığı Güney Amerika ülkeleri arasında en fazla turist Brezilya'dan (33 136 kişi) gelmektedir. Brezilya'yı, Meksika (25 630 kişi) ve Arjantin (14 600 kişi) takip etmektedir.

Afrika'da yer alan ülkelerin ekonomik ve sosyal yapısındaki olumsuzluklar turizm faaliyetlerine katılımı da olumsuz yönde etkilemektedir. Afrika'dan Türkiye'ye 2007 yılında giriş yapan turist sayısı 258 172 kişi ile sınırlı kalmaktadır. Afrika ülkeleri içinde Türkiye'ye en fazla turist gönderen ülke Mısır (52 946 kişi)'dir. Mısır'ı Cezayir (45 006 kişi), Tunus (41 890 kişi), Fas (37 788 kişi) ve Libya (33 700 kişi) izlemektedir. Bu ülkelerin Akdeniz'e kıyılarının olması, Avrupa ülkelerine yakınlıkları ve eski uygarlıkların varlığı nedenleriyle turizm gelişmiştir. Özellikle Mısır ve Tunus için, turizmin önemli bir ekonomik sektör olması ve belli bir turizm anlayışının gelişmesinde belirtilen ortak değerlerin etkisi büyüktür. Turizm rekabetinde küresel medyanın etkinliğini kullanan bu iki devlet, turizm açısından birçok avantaja sahip Türkiye'ye turist kazanımını engelleyecek politikalar geliştirmektedir.

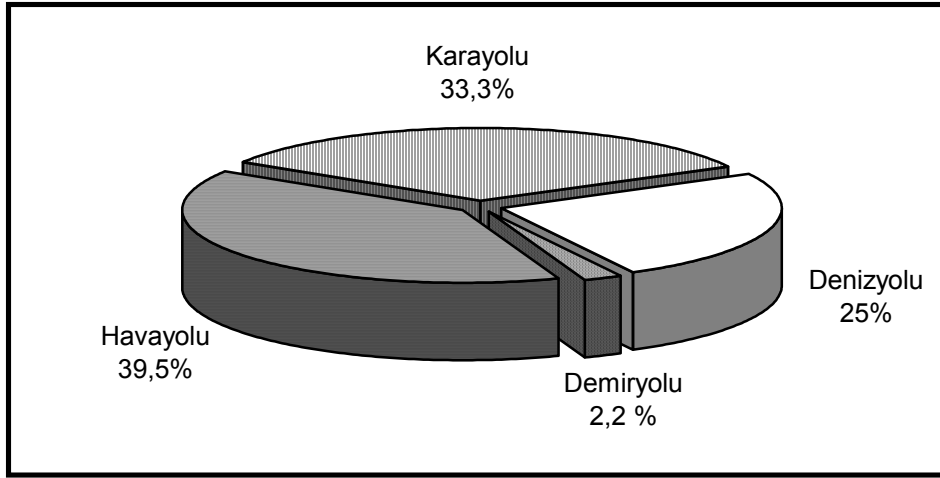
Küreselleşmenin Türkiye turizminde ikinci önemli etkisi turist profillerindeki farklılaşmadır. Ülkenin dünyanın farklı bölgelerinden turist çekmesi, küresel boyutta etkili olan bilgi ve teknolojiyle beraber gelişen ulaşım olanaklarıyla ilişkilidir. Bilgi ve teknolojiye hızlı değişim, dünya da farklı mekânların doğal ve kültürel özelliklerine erişim noktasında önemli kolaylıklar sağlamıştır. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında, ülkelerin sosyo-ekonomik yapılarının iyileşmesi ve devamında gelişen otomobil sanayi kişilere hareket esnekliği kazandırdığından turizmin gelişmesine olanak sağlamış, hava yolu ulaşımının gelişmesiyle de dünya ölçüsündeki tatil alanları daha erişilebilir bir hale gelmiştir (Özgüç, 1998: 222). Uluslararası turizmde 2007 yılında turistlerin kullandıkları araçlara dikkat edildiğinde en büyük pay % 47 ile hava ulaşımı iken, bunu % 42 kara ulaşımı, % 7'si deniz ulaşımı ve % 4 demiryolu ulaşımı izlemektedir (<http://www.kultur.gov.tr> 18/03/2009). Ulaşımındaki gelişmeler, dünya ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'ye turizmini de doğrudan etkilemiştir. Nitekim 1985'te seyahat yollarına göre Türkiye'ye gelen yabancıların dağılımına bakıldığında % 39,5'inin hava ulaşımını, % 33,3'nün kara ulaşımını, % 25'nin deniz ve % 2,2'sinin demiryollarını tercih ettiği, 2007 yılında ülkeye giriş yapan yabancı turistlerin seyahat yollarına göre dağılımı incelendiğinde ise, % 72,01'sinin hava ulaşımını, % 20,23'ünün kara ulaşımını, % 7,47'sinin deniz ve % 0,29'nun demiryollarını kullandığı görülmüştür (Tablo 4; Şekil 4-5). Özellikle yıllar içinde hava ulaşımı giderek bir üstünlük kazanmış ve diğer ulaşım araçlarını

tercih oranı azalmıştır. Bugün Kuzey ve Güney Amerika gibi farklı kıtalardan turist çekiminde hava ulaşımının payı büyüktür.

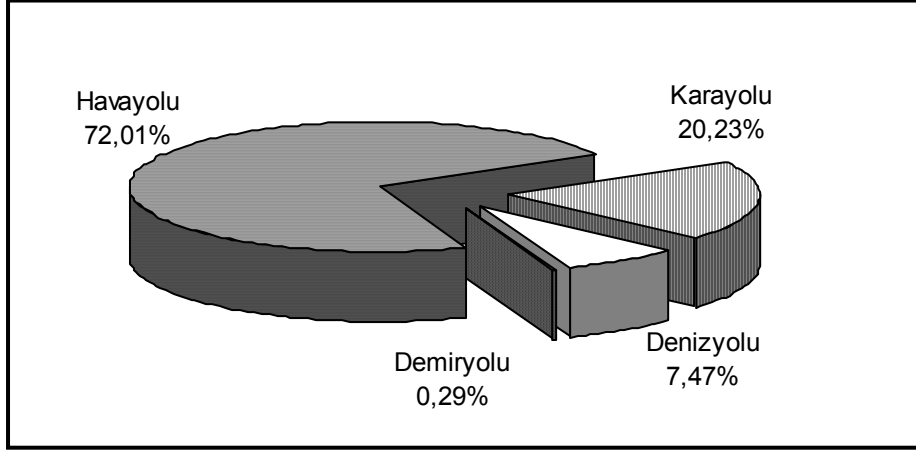
Tablo 4. Türkiye'ye gelen yabancıların taşıt araçlarına göre dağılımı (1985 ve 2007).

Taşıt Araçları	Gelen Yabancı Turist (1985)	Toplam (%)	Gelen Yabancı Turist (2007)	Toplam (%)
Hava	1 032 530	39,5	16 807 681	72,01
Kara	870 462	33,3	4 721 569	20,23
Deniz	653 500	25,0	1 742 906	7,47
Demiryolu	57 508	2,2	68 755	0,29
Toplam	2 614 000	100	23 340 911	100

Kaynak: Doğanay, 2001: 517; <http://www.kultur.gov.tr> (10/05/2008).



Şekil 4. Türkiye'ye gelen yabancıların taşıt araçlarına göre dağılımı (1985).



Şekil 5. Türkiye'ye gelen yabancıların taşıt araçlarına göre dağılımı (2007).

Küreselleşme süreci Türkiye turizminin gelişmesini sağlamakta ve Türk turizmi sosyo-kültürel değişimler yaşamaktadır. Özellikle uluslararası işletmelerin turizm sektöründe konaklama, tur operatörlüğü, fast food gibi yatırım ve işletmeciliğe yönelmesi, turistik ürün ve hizmetlerin yerel anlayıştan uzaklaşarak küresel standartları benimsemesine yol açmaktadır (Kaya, 2008: 155). Küresel standartlarla birlikte ülke turizminde yeni iş alanları ortaya çıkmakta, iç ve dış göçlere neden olmakta ve iş gücüyle ilgili cinsiyetler arası farklılık meydana gelmektedir. Örneğin, bugün otel, motel ve pansiyon vb. konaklama tesislerindeki temizlik işlerinde kadın işgücünün istihdamı giderek artmaktadır ve yine Anadolu'da tarım sektöründen işgücü turizm alanlarına kaymaktadır (Zengin, 2006: 39). Böylece Türkiye'de kadının rolü konusundaki değişime turizm katkı sunmaktadır. Yine küresel olarak, dünyada erkek ve kadınların ortalama eğitim seviyesinin yükselmesi, sağlık ve güvenlikteki gelişmelere bağlı olarak yaşlı nüfusun artması, boş zamanların dağılımı, yapılarındaki değişim, iletişim ve bilgi teknolojilerindeki yenilikler turizmin gelişimini doğrudan etkilemektedir. Özellikle iletişim ve bilgi teknolojilerindeki gelişim küresel iletişime olanak vermekte, küresel dağıtım sistemlerinin geliştirilmesini sağlamakta ve küçük işletmelerin pazarlara erişimini kolaylaştırmaktadır (Demir ve Çevirgen, 2006: 68). Öte taraftan Türkiye'de ortaya çıkabilen münferit terör eylemleri ile demokrasi, insan hakları vb. konulara ilişkin olarak yer alan olumsuz yayınlar ve bunların neden olduğu imaj sorunları, komşu ülkelerde yaşanan savaşlar ve siyasi istikrarsızlıkların dış basında yer alması ülke turizmini olumsuz yönde etkilemektedir. Çok lüks tesislere, doğal ve kültürel çekiciklere sahip olan Türkiye'ye gelen

yabancı turist sayısında yıllara göre azalma olmaktadır. Bu nedenle medyanın kullanımı ülke tanıtımı ve imaj sorununun çözümünde önemli ve etkilidir (Demirkol ve Oktay, 2004: 177). Bunların dışında gelen turistlerin sağlık ve güvenlik problemi yaşamaması, kendi ülkelerindeki alışkanlıklarını Türkiye’de bulmaları, turizm çeşitlilikleri ve ekonomik ilişkiler, ülkeler arasındaki uluslararası politikaları olumlu yönde etkilemektedir. Turizm, küreselleşen bir dünyada yerel toplumların kendi kültürlerini tanımaları ve korumalarını sağlamakta, müzeler, tiyatrolar ve yerel sanatlar gibi çok sayıdaki kültür değerlerinin korunmasına yardımcı olmaktadır. Çünkü yabancı turistler kendi kültürleri dışındaki yerel kültürlere meraklıdır. Eğer turizm planlamaları uygulanmazsa, turizm örf adetlerle geleneksel yaşam tarzında değişimler, yemek kültürü, alışveriş istekleri ve konut tiplerinde farklı kültürlere duyulan ilgi olumsuz sosyo-kültürel sonuçlarda doğurabilir. (Demir ve Çevirgen, 2006: 68).⁵

Türkiye turizmine küreselleşmenin dördüncü etkisi ise çevre üzerinedir. Turizm, mekânı çok yönlü kullanan bir faaliyet türü olduğundan çevreyi hızla değiştirir. Türkiye’de bu çevresel değişimin başlıcalarını: kıyı ve sahil yapısının ve dinamiğinin değişmesi, hava kalitesinin bozulması, bitki örtüsünün tahribi ve kaybı, erozyon artışı, toprağın kirlenmesi, taşınması ve atılması, doğal anıtların ve jeomorfolojik birimlerin tahribi, yerüstü ve yer altı sularının kirlenmesi, azalması ve su havzalarının yanlış kullanımı gibi doğal; yaban hayatının yaşam çemberinin bozulması, besin ve gıda zincirinin değişmesi, amaçlanmayan türlerin yok edilmesi, yabancı türlerin çoğalması gibi biyolojik; çarpık kentleşme, gürültü ve görsel kirlilik, katı ve sıvı atıklar, motorlu araçlar ve tesislerden kaynaklanan kirlilik oluşturmaktadır (Erdoğan, 2003: 84-85). Özellikle Ege Denizi güneyi ve Batı Akdeniz kıyılarında turizm, plânsız gelişme ve yasal düzenlemelerle kırsal yerleşim birim-

⁵ Bazı araştırmacılar, turizmin toplumsal ilişkileri düzenleyen ya da düzenlenmesinde etkin bir rol oynayan aktivite olarak kabul görmekte, bazı araştırmacılar ise bu görüşün tersini savunmaktadırlar (Erdoğan, 2003: 94-96; Tatlıdil, 2002: 193-195). Küreselleşme boyutuyla ele alındığında her iki görüşün de doğru yönleri olduğu ifade edilebilir. 21. yüzyılda iletişim ve ulaşımın bu denli hızlı geliştiği bir ortamda kültürel değişim bütün toplumlar için kaçınılmazdır. Ancak ekonomik açıdan geri kalmış ve kültürel yapısındaki zenginliği çok iyi çözümleyememiş bir toplum bu değişimden çok daha fazla etkilenebilmektedir. Öyle ki Batı ülkelerinden gelen bir turist beraberinde taşıdığı kültür zenginliğini gittiği ülkeye taşıırken, az gelişmiş ülkelerden Batı ülkelerine giden bir turist o ülkenin kültür değerlerini kısmen kazanarak ülkesine geri dönmektedir. Bu bağlamda Batı toplumunun egemen paradigması olan kültürel yayılda turizm, önemli bir aracı oluşturmaktadır.

lerinde kentleşmeye, orman ve tarım alanlarında yapılaşmaya, doğa anıtı sayılması gereken kıyı jeomorfolojisine ait aşınım ve birikim şekillerinin tahribine neden olmaktadır (Doğaner, 2001: 33). Bu alanlarda belli zamanlarda gerçekleşen turistik yoğunlaşma, içme suyu, kanalizasyon, çöp toplama ve imhası gibi alt yapı donanımlarının istenilen düzeyde gerçekleşmemesine yol açmakta, ayrıca artan motorlu araç trafiğinin yarattığı çevre ve gürültü kirliliği turizmi olumsuz yönde etkilemektedir (Demir ve Çevirgen, 2006: 137). Turist sayısının artışına paralel olarak, doğal ve kültürel kaynakların daha fazla kişi tarafından kullanılmasının getirdiği sosyal ve çevresel sorunlar ve bu sorunların çözümüne yönelik plânlamalar ve uygulamalarda da yetersizlikler söz konusudur (Erdoğan, 2003: 83). Oysaki ülkede kültürel, arkeolojik, doğal varlıkların bulunduğu bölgeler geliştirilirken; buralarda ekolojik dengenin korunması, sürdürülebilir gelişme ilkelerinden yararlanılması ve değerlerin korunması turizm geleceği açısından büyük önem taşımaktadır (Aslantaş, 2002: 7).

3. SONUÇ

Türkiye'nin dünyanın farklı bölgelerden turist çekmesi, doğal ve kültürel peyzajının son derece zengin olduğunun bir göstergesidir. Nitekim 23 341 000 yabancı turist sayısı ve 13 990 milyon dolar turizm geliriyle dünyanın ilk on ülkesi arasına giren Türkiye'de, toplumların yaşam deneyimlerini zenginleştiren sosyal, ekonomik, kültürel birikimlerini bir sistem içinde geliştiren öğeler arasında turizm, giderek önem kazanmaktadır (Tatlıdil, 2002: 1999). Yinede Türkiye'ye gelen turistlerin harcama giderleri çok yüksek değildir. Dolayısıyla Türkiye turizminin gelişmesinde üst gelir grubuna dahil turistlerin gelmesi ve bu turistleri çekecek yatırımların yapılması, yaşanan dünya nüfusunun, özellikle üst gelire sahip Avrupalıların Türkiye'ye gelmesi için gerekli alt yapı donanımlarının, sağlık ve güvenlik alanlarında yaşanan sorunların çözümlenmesi gerekmektedir. Yine turistlerin seyahat tercihlerinde hava ulaşımının ön planda olduğu görülmüştür. Türkiye'de uzun yıllar ihmale uğrayan ve gerekli yatırımların yapılmadığı demiryollarının yeniden şekillendirilmesi, hızlı tren uygulamasının bütün ülkede kısa sürede hayata geçirilmesi ve demiryollarının turizm açısından değerlendirilmesi gerekmektedir.

Küreselleşen bir dünyada bilgi ve teknolojinin gelişmesiyle insanlar çevreye karşı daha duyarlı olmaya başlamışlardır. Bu nedenle Türkiye'de kültürel, arkeolojik, doğal varlıkların bulunduğu bölgeler geliştirilirken, buralarda ekolojik dengenin korunması, sürdürülebilir gelişme ilkelerinden yararlanılması, değerlerin korunması Türk turizm sektörünün geleceği açısından büyük önem taşımaktadır (Aslantaş, 2002: 7). Turist sayısının artışına

paralel olarak, doğal ve kültürel kaynakların daha fazla kişi tarafından kullanılmasının getirdiği sosyal ve çevresel sorunlar ve bu sorunların çözümüne yönelik planlamalar ve uygulamalardaki yetersizliklerin çözülmesi, sürdürülebilir bir turizm anlayışının devamlılığı açısından önemlidir (Erdoğan, 2003: 83).

Sonuç olarak, günümüzde küresel boyutta turizme yön verenler; kültürel değişim, nüfus hareketleri, ekonomik etkinlik ve çevre sorunlarını aşmış ve bazı yaklaşımlar belirleyebilmiş; sanayileşme ve kentleşme sürecini yaşamış Batı ülkeleridir. Dolayısıyla Türkiye bu ülkelerin turizm pastasından pay almak istiyorsa; rekabet edebilecek politikalar geliştirmesi ve kıyı turizmi gibi sadece tek yönlü kaynaklara yönelmemesi, sürdürülebilirlik, turist memnuniyeti, çevreye duyarlı eğitim programlarının geliştirilmesi ve güçlendirilmesi, marka olması, alt yapı yatırımlarının ve yasal sorunların çözümlenmesi gibi çok yönlü sorunların üstesinden gelmelidir (TÜİK, 2008). Sürdürülebilir turizm anlayışıyla Türkiye'nin doğal ve kültürel potansiyelini nasıl değerlendireceğini ulusal turizm stratejiyle uzun vadede belirlemesi ve dünya ülkeleri arasındaki potansiyelini ortaya koyacak turizm yaklaşımları geliştirmesi önemlidir. Bu bağlamda; kurumlar arası işbirliği, istatistikî bilgilerin güvenilirliği, bütçeden gerekli payın ayrılması, kalite ve standartların denetimi, istihdam edilecek kişilerin bölgesel alanlarda kalkınmaya katkı sunacak şekilde pay edilmesi, etkili reklâm ve tanıtım politikalarının hayata geçirilmesine öncelik verilmelidir.

4. KAYNAKÇA

- Akbulut, G. (2008). "Coğrafi Bir Bakışla Küreselleşmenin Dünya ve Türkiye Turizmüne Etkileri" III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan 2008). s.150-153.
- Aslantaş, H. (2002). "Türkiye'nin Turizm Stratejisi ve Tanıtım Politikaları" II. Turizm Şurası Bildirileri (12-14 Nisan 2002). II. Cilt, Ankara, s. 7-14.
- Atalay, İ., (1994). Türkiye Vejetasyon Coğrafyası, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Birkan, İ. (2002). "Türkiye'nin Turizm kalkınmasının Sürdürülebilir Turizm İlkelere Uygunluğu" III. Turizm Şurası Bildirileri (12-14 Nisan 2002). I. Cilt, s. 139-154.
- Burkart, A.J., Meldik, S. (1984). Tourism, Heinemann, London.
- Demir, C., Çevirgen, A. (2006). Turizm ve Çevre Yönetimi Sürdürülebilir Gelişme Yaklaşımı, Nobel Yayınevi, Ankara.

- Demirkol, Ş., Oktay, K. (2004). Turizm Politikalarında Alternatif Yaklaşımlar, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Dindar, M. (2002). “Turizm ve Çevre İlişkileri” II. Turizm Şurası Bildirileri (12-14 Nisan 2002). II. Cilt, s. 263-265.
- Doğanay, H. (1995). Türkiye Ekonomik Coğrafyası, Özeğitim Yayınevi, İstanbul.
- Doğanay, H. (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Doğaner, S. (2001). Türkiye Turizm Coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Erdoğan, N. (2003). Çevre ve (Eko)turizm, Pozitif Matbaacılık, Ankara.
- Giddens, A. (2004). Modernliğin Sonuçları, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Güner, İ., Ertürk, M. (2006). Kıtalar ve Ülkeler Coğrafyası, Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx> (10/05/2008 tarihlerinde alınmıştır).
- İzbırak, R. (1996). Türkiye II, MEB Yayınları, İstanbul.
- Karluk, S.R. (2002). Türkiye Ekonomisi, Betaş Yayınları, İstanbul.
- Kaya, İ. (2008). “Küreselleşmenin Etkilediği Turizm Politikaları” III. Balıkesir Ulusal Turizm Kongresi (17-19 Nisan 2008). s.154-157.
- Kızılcılık, S. (2002). “Kapitalizmin Diasporası Olarak Globalleşme”, Eğitim Araştırmaları Dergisi, Anı Yayıncılık, Ankara, s.12-33.
- Köksal, A. (1982). Türkiye'nin Genel ve Turizm Coğrafyası, Kültür ve Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara.
- Lepp, A., Gibson, H. (2003). “Tourist Roles, Perceived Risk AND International Tourism”, Annals of Tourism Research, Vol: 30, No: 3, ss. 606-624.
- Niray, N. (2002). “Turizm Küreselleşme İlişkisi ve Tekelleşme Süreci” III. Turizm Şurası Bildirileri (12-14 Nisan 2002). I. Cilt, Ankara, s. 241-252.
- Özgüç, N. (1994). Turizm Coğrafyası, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Basımevi, İstanbul.
- Özgüç, N. (1998). Turizm Coğrafyası Özellikler & Bölgeler, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Sugiyarto, G., Blake, A., Sinclair, M.T. (2003). “Tourism and Globalization”, Annals of Tourism Research, Vol: 30, No: 3, ss. 683-701.
- Tatlıdil, E. (2002). “Küreselleşme Sürecinde Turizmin Ekonomik ve Sosyal Boyutları” III. Turizm Şurası Bildirileri (12-14 Nisan 2002). I. Cilt, Ankara, s. 189-200.

-
- Tavmergen, I.P., Oral, S., (1999). "Tourism Development in Turkey", Annals of Tourism Research, Volume 26, Issue 2, pp. 449-551.
- Tekeli, H. (2002). "Global Turizm Pazarında Türkiye'nin Potansiyeli Yeniden Değerlendirilmelidir" II. Turizm Şurası Bildirileri (12-14 Nisan 2002). II. Cilt, Ankara, s. 15-23.
- TÜİK (2008). <http://www.tuik.gov.tr> (20/01/2008 tarihinde alınmıştır).
- TURSAB (2008). <http://www.tursab.org.tr> (10/05/2008 tarihinde alınmıştır).
- Tümertekin, E. (1994). Ekonomik Coğrafya, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları No: 2926, İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Basımevi, İstanbul.
- WTO (2009). <http://www.unwto.org/facts/eng> (19 /03/2009).
- Zengin, B. (2006). Turizm Coğrafyası (Türkiye Genel ve Bölgeler Turizm Coğrafyası). Değişim Yayınları, İstanbul.

* * * *