

**T.C.  
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANA BİLİM DALI**



**TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM  
POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI**

Yüksek Lisans Tezi

**Gözde YILDIRIM**

Danışman  
**Doç. Dr. Yasin KELEŞ**

SAMSUN  
2023

## TEZ KABUL VE ONAYI

**Gözde YILDIRIM** tarafından, **Doç. Dr. Yasin KELEŞ** danışmanlığında hazırlanan “**TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI**” başlıklı bu çalışma, jürimiz tarafından 29.3.2023 tarihinde yapılan sınav sonucunda oy birliği ile başarılı bulunarak Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

|        | Unvanı Adı Soyadı<br>Üniversitesi<br>Ana Bilim/Ana Sanat Dalı                                                | Sonuç                                                                     |
|--------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Başkan | Dr. Öğr. Üyesi Esra Katırcıoğlu<br>Dumlupınar Üniversitesi<br>Sağlık Turizmi İşletmeciliği Ana<br>Bilim Dalı | <input checked="" type="checkbox"/> Kabul<br><input type="checkbox"/> Ret |
| Üye    | Doç. Dr. Yasin Keleş<br>Ondokuz Mayıs Üniversitesi<br>Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı                       | <input checked="" type="checkbox"/> Kabul<br><input type="checkbox"/> Ret |
| Üye    | Doç. Dr. Mutlu Kaya<br>Ondokuz Mayıs Üniversitesi<br>Turizm Rehberliği Ana Bilim Dalı                        | <input checked="" type="checkbox"/> Kabul<br><input type="checkbox"/> Ret |

Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen ve yukarıda adları yazılı jüri üyeleri tarafından uygun görülmüştür.

Prof. Dr. Ahmet TABAK  
Enstitü Müdürü

## BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI

Hazırladığım Yüksek Lisans tezinin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin Kaynaklar'da gösterilenlerden oluştuğunu, her unsurun enstitü yazım kılavuzuna uygun yazıldığını ve TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği'nin 3. bölüm 9. maddesinde belirtilen durumlara aykırı davranılmadığını taahhüt ve beyan ederim.

Etik Kurul Gerekli mi ?

Evet ☐ (Gerekli ise ekler kısmına ekleyiniz)

Hayır ☒

30 /12 / 2022  
Gözde YILDIRIM

## TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI

**Tez Başlığı :** TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM  
POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışması için şahsım tarafından 30.12.2022 tarihinde intihal tespit programından alınmış olan özgünlük raporu sonucunda;

Benzerlik oranı : % 8

Tek kaynak oranı : % 1 çıkmıştır.

30 /12 / 2022  
Doç. Dr. Yasin KELEŞ

## ÖZET

### TÜRKİYE VE AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Gözde YILDIRIM

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans, Mayıs/2023

Danışman: Doç. Dr. Yasin KELEŞ

Turizm sektörü ülkelerin kültürel, sosyal, siyasi ve ekonomik gelişimlerinde önemli bir rol üstlenmektedir. Özellikle ülkelerin ekonomik problemlerine karşı çözüm kaynağı olarak görülen önemli bir sektör konumundadır. Dolayısıyla ülkeler turizm sektöründen en fazla payı almak adına turizm politikaları kapsamında hedefler belirlemektedirler. Turizm politikaları sektördeki paydaşlar ile iş birliği içerisinde bulunarak hükümetler tarafından belirlenen plan ve stratejilerdir.

Uluslararası turizm hareketlerinde ve toplam turizm gelirinde en büyük pay Avrupa kıtasındadır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) 2021 istatistiklerinde turizm varışlarının %78 gibi ciddi bir oranı Avrupa'ya yapılmıştır. Avrupa kıtasının en önemli ve yönlendirici gücü olan Avrupa Birliği birçok ekonomik alanda olduğu gibi turizmde de yenilikleri belirleyen, üye ülkeler ile turizm sektörünü yöneten önemli bir role sahiptir. Türkiye'nin gerek Avrupa Birliği ile ilişkileri gerekse turizm pazarının önemli bir bölümünün Avrupa kıtasının oluşturması, Avrupa Birliği'nin turizme ilişkin yaklaşımlarını yakından takip etmesini gerekli kılmaktadır. Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üye olma isteği ve ülke turizm pazarının önemli bir bölümünün Avrupa kaynaklı olması Avrupa Birliği'nin turizme olan yaklaşımını Türkiye turizmi için önemli kılmaktadır. Bu doğrultuda çalışma Avrupa Birliği ve üye ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılmasını ve Dünya Turizm Örgütü istatistikleri çerçevesinde Türkiye'nin başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmanın amacı doğrultusunda nitel araştırma yöntemlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Araştırmanın konusu gereği söz konusu ülkelerin politikalarına yönelik sistematik literatür taraması yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda Avrupa Birliği ve üye ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının büyük oranda benzerlik göstermesine rağmen uygulama yönünde bazı farklılıkların olduğu görülmüştür. Dolayısıyla Türkiye'nin rakipleri karşısında yetersiz kaldığı noktalar tespit edilerek Türkiye politika yapıcılara öneriler sunulmuştur.

**Anahtar Sözcükler:** Turizm politikası, Avrupa Birliği turizm politikaları, Türkiye turizm politikaları

## ABSTRACT

### COMPARISON OF TURKISH AND EUROPEAN UNION TOURISM POLICIES

Gözde YILDIRIM

Ondokuz Mayıs University

Institute of Graduate Studies

Department of Tourism Management

Master, May/2023

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Yasin KELEŞ

The tourism sector plays an important role in the cultural, social, political and economic development of countries. It is an important sector that is seen as a solution source especially against the economic problems of countries. Therefore, countries set targets within the scope of tourism policies in order to get the largest share from the tourism sector. Tourism policies are plans and strategies determined by governments in cooperation with the stakeholders in the sector.

The largest share in international tourism movements and total tourism income is in the European continent. In the World Tourism Organization (UNWTO) 2021 statistics, a significant 78% of tourism arrivals were made to Europe. The European Union, which is the most important and guiding power of the European continent, has an important role in determining innovations in tourism, as well as in many economic areas, and managing the tourism sector with its member countries. Turkey's relations with the European Union and the fact that the European continent constitutes a significant part of the tourism market necessitate the European Union to closely follow its approaches to tourism. Turkey's desire to become a member of the European Union and the fact that a significant part of the country's tourism market originates from Europe makes the European Union's approach to tourism important for Turkish tourism. In this direction, the study aims to compare the tourism policies of the European Union and member countries and Turkey, and to compare the tourism policies of France, Spain and Italy, which are the main competitors of Turkey, with the tourism policies of Turkey within the framework of the statistics of the World Tourism Organization. In line with the purpose of the study, document analysis, one of the qualitative research methods, was used. In accordance with the subject of the research, a systematic literature review was conducted on the policies of the countries in question. As a result of the study, although the tourism policies of the European Union and its member countries and Turkey are largely similar, it has been seen that there are some differences in terms of implementation. Therefore, the points where Turkey is insufficient against its rivals have been determined and suggestions have been presented to policy makers in Turkey.

**Keywords:** Tourism policy, European Union tourism policy, Turkey tourism policy

## ÖN SÖZ VE TEŞEKKÜR

Tez konusu belirleme ve tezin tamamlama aşamasına kadar geçen süreçte gerek bilgi ve birikimi gerekse de desteği ile bana yol gösteren değerli tez danışmanım Doç. Dr. Yasin KELEŞ'e çok teşekkür ederim.

Tez çalışmama bilgi ve yorumlarıyla katkı sağlayan değerli jüri üyeleri Doç. Dr. Mutlu Kaya ile Dr. Öğretim Üyesi Esra Katırcıoğlu'na teşekkürlerimi sunarım.

Lisans eğitimimi tamamladığım Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi değerli hocalarına bana 4 yıllık eğitimim süresince kazandırdıkları tüm bilgi ve birikimler için teşekkürlerimi sunarım.

En büyük şansım olan anneme, babama ve abime tez sürecim boyunca maddi ve manevi desteklerini esirgemedikleri için çok teşekkür ederim.

Eğitim hayatım boyunca her zaman yanımda olan ve sevgisiyle beni destekleyen, bu süreçte hayatını kaybeden çok sevdiğim BÜYÜKBABAM'a sonsuz teşekkür ederim.

Her zaman yanımda olan canım arkadaşım Nisanur EROL'a ve bu süreçte yanımda olan benim için çok değerli olan Mustafa GÜLAY'a çok teşekkür ederim.

Gözde YILDIRIM

# İÇİNDEKİLER

|                                                                                                  |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| TEZ KABUL VE ONAYI .....                                                                         | i         |
| BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI .....                                                             | ii        |
| TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI .....                                                       | ii        |
| ÖZET .....                                                                                       | iii       |
| ABSTRACT .....                                                                                   | iv        |
| ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR .....                                                                          | v         |
| İÇİNDEKİLER .....                                                                                | vi        |
| SİMGELER VE KISALTMALAR .....                                                                    | vii       |
| ŞEKİLLER DİZİNİ .....                                                                            | viii      |
| TABLOLAR DİZİNİ .....                                                                            | ix        |
| <b>1. GİRİŞ</b> .....                                                                            | <b>1</b>  |
| 1.1. Araştırmanın Problemi .....                                                                 | 2         |
| 1.2. Araştırmanın Amacı .....                                                                    | 6         |
| 1.3. Araştırmanın Yöntemi .....                                                                  | 6         |
| 1.4. Araştırmanın Sınırlılığı.....                                                               | 8         |
| <b>2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE</b> .....                                                                | <b>8</b>  |
| 2.1. Tanımlar .....                                                                              | 8         |
| 2.2. Avrupa Birliği.....                                                                         | 9         |
| 2.3. Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri.....                                                   | 11        |
| <b>3. TÜRKİYE TURİZM POLİTİKALARI</b> .....                                                      | <b>14</b> |
| 3.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Politikaları (1923-1960) .....                                   | 14        |
| 3.2. Planlı Dönem Turizm Politikaları .....                                                      | 17        |
| 3.3. Türkiye Turizm Politikalarının Geçmişten Günümüze Gelişimi .....                            | 29        |
| <b>4. AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKALARI</b> .....                                               | <b>33</b> |
| 4.1. Avrupa Birliği Ülkelerinin Turizm Politikaları .....                                        | 35        |
| 4.1.1. Fransa Turizm Politikaları .....                                                          | 36        |
| 4.1.2. İspanya Turizm Politikaları .....                                                         | 40        |
| 4.1.3. İtalya Turizm Politikaları.....                                                           | 45        |
| 4.1.4. Yunanistan Turizm Politikaları.....                                                       | 47        |
| 4.1.5. Portekiz Turizm Politikaları .....                                                        | 48        |
| 4.1.6. Almanya Turizm Politikaları .....                                                         | 51        |
| 4.1.7. Hırvatistan Turizm Politikaları .....                                                     | 53        |
| 4.1.8. Hollanda Turizm Politikaları .....                                                        | 54        |
| 4.1.9. İsveç Turizm Politikaları .....                                                           | 56        |
| 4.1.10. Polonya Turizm Politikaları.....                                                         | 57        |
| 4.1.11. Diğer Avrupa Birliği Ülkeleri.....                                                       | 59        |
| <b>5. AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE TURİZM POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI</b> .....               | <b>70</b> |
| 5.1. AB Ülkelerinin Turizm Politikaları ve Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması..... | 83        |

|                                                                                          |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 5.1.1. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması ..... | 88         |
| <b>6. SONUÇ VE TARTIŞMA .....</b>                                                        | <b>99</b>  |
| <b>KAYNAKLAR .....</b>                                                                   | <b>108</b> |
| <b>ÖZ GEÇMİŞ.....</b>                                                                    | <b>116</b> |



## SİMGELER VE KISALTMALAR

|            |                                                                                             |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| AB         | : Avrupa Birliği                                                                            |
| AET        | : Avrupa Ekonomik Topluluğu                                                                 |
| AT         | : Avrupa Topluluğu                                                                          |
| BM         | : Birleşmiş Milletler                                                                       |
| E.N.A.I.C. | : Ente Nazionale Addestramento Lavatory Comercio                                            |
| IMSERSO    | : Instituto de Mayores y Servicios Sociales-Institute for Older Persons and Social Services |
| OECD       | : Organisation for Economic Co-Operation and Development                                    |
| OPEC       | : Organization of Petroleum Exporting Countries                                             |
| STA        | : İsveç Turizm Otoritesi                                                                    |
| TGA        | : Türkiye Turizm Tanıtma ve Geliştirme Ajansı                                               |
| TOBB       | : Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği                                                        |
| TUROB      | : Türkiye Otelciler Birliği                                                                 |
| TÜRÇEV     | : Türkiye Çevre Eğitim Vakfı                                                                |
| TÜRSAB     | : Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği                                                        |
| UNESCO     | : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization                          |
| UNWTO      | : World Tourism Organization                                                                |

## ŞEKİLLER DİZİNİ

|                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Şekil 4.1. Avrupa Birliği'nin Turizm Politikaları .....                                         | 35 |
| Şekil 5.1. Almanya ve Türkiye Turizm Politikalarında Bulunan Ortak Politikalar...               | 84 |
| Şekil 5.2. Türkiye ve Portekiz Turizm Politikalarında Bulunan Ortak Turizm<br>Politikaları..... | 85 |
| Şekil 5.3. Türkiye ve Yunanistan Turizm Politikalarında Bulunan .....                           | 86 |
| Şekil 5.4. Türkiye, Hırvatistan, Hollanda, Polonya ve İsveç Turizm Politikalarında              | 87 |
| Şekil 5.5. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye Turizm Politikalarında.....                       | 91 |
| Şekil 5.6. Mevsimsellik (2021) .....                                                            | 94 |



## TABLÖLAR DİZİNİ

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tablo 1.1. Bölgelere Göre Turist Varışları (milyon) .....                                         | 3  |
| Tablo 1.2. Fransa, İspanya ve İtalya'nın Ağırladıkları .....                                      | 3  |
| Tablo 2.1. 1959-2017 Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri.....                                    | 12 |
| Tablo 3.1. Türkiye'nin Ağırladığı Turist Sayısı.....                                              | 29 |
| Tablo 4.1. Fransa'nın Ağırladığı Turist Sayısı.....                                               | 36 |
| Tablo 4.2. Bakanlar Arası Turizm Konseyi .....                                                    | 39 |
| Tablo 4.3. İspanya'nın Ağırladığı Turist Sayısı.....                                              | 41 |
| Tablo 4.4. 1920 ve Sonrasında İspanya Turizm Stratejileri.....                                    | 43 |
| Tablo 4.5. İtalya'nın Ağırladığı Turist Sayısı .....                                              | 45 |
| Tablo 4.6. İtalya Turizminde Belirlenen Politikalar .....                                         | 46 |
| Tablo 4.7. Yunanistan'ın Ağırladığı Turist Sayısı .....                                           | 47 |
| Tablo 4.8. Portekiz'in Ağırladığı Turist Sayısı.....                                              | 49 |
| Tablo 4.9. Portekiz'in 2020 ve 2027 Turizm Politikaları .....                                     | 50 |
| Tablo 4.10. Almanya Ağırladığı Turist Sayısı .....                                                | 51 |
| Tablo 4.11. Hırvatistan Ağırladığı Turist Sayısı.....                                             | 53 |
| Tablo 4.12. Hollanda Ağırladığı Turist Sayısı .....                                               | 54 |
| Tablo 4.13. İsveç Ağırladığı Turist Sayısı .....                                                  | 57 |
| Tablo 4.14. Polonya'nın Ağırladığı Turist Sayısı .....                                            | 58 |
| Tablo 4.15. Diğer AB Ülkelerinin Turizm Politikaları .....                                        | 67 |
| Tablo 5.1. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin Ağırladığı Turist Sayısı ve Turizm Geliri ..... | 88 |
| Tablo 5.2. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye Turizm Politikalarının .....                        | 89 |

## 1. GİRİŞ

Günümüzde insanlar spor, kültürel, sağlık, dinlenme vb. nedenlerden dolayı geçici süreliğine yaşadıkları yerden ayrılarak gittikleri yerde konaklama, yeme-içme gibi faaliyetlerden yararlanmaktadırlar. Bu yer değiştirme faaliyetleri insanlık tarihi kadar eskilere dayanmasına karşın dünyada turizm hareketlerinin ağırlık kazanması 1950’li yıllardan itibaren gerek turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısı bakımından gerekse de turizm harcamaları yönünden gelişim göstermiştir. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre 2019 yılında turizme katılan kişi sayısı 1.466,1 milyar kişiye, turizm gelirleri ise 1.483,4 milyar dolara ulaşmıştır. Turizm faaliyetlerindeki bu gelişim, 2020 yılında Çin’in Vuhan kentinde ortaya çıkan koronavirüs salgınının tüm dünyaya yayılmasının ardından belirgin ölçüde azalmıştır. 2020 yılında turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısı %72 turizm gelirleri ise %63 oranında azalmıştır (UNWTO,2022).

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verileri incelendiğinde (2010-2021) uluslararası turizm faaliyetlerine katılan kişi sayısı ve turizm gelirleri bakımından Avrupa kıtasının en fazla paya sahip olduğu görülmektedir. Avrupa Birliği birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de yönlendirici bir role sahiptir. Avrupa’nın turist sayısı ve turizm gelirlerinin arttırılmasında Avrupa Birliği’nin dolaylı ve doğrudan turizm politikalarının önemi göz ardı edilemez. Bu sebeple AB’nin turizm politikaları yalnızca Avrupa kıtası için değil, hem ekonomik işbirliği içinde olduğu hem de turizm sektörünün önemli bir ekonomik güç olarak görüldüğü Türkiye için önem arz etmektedir.

AB’de turizm faaliyetleri çok eskilere dayanmasına karşın 1990’lı yılların başına dek turizm sektörünü doğrudan ilgilendiren ortak bir turizm politikası geliştirilmemiştir. Bu döneme kadar Avrupa Birliği sektörel bir yaklaşım yerine dolaylı politikalar ile turizm sektöründeki faaliyetleri gerçekleştirmiştir (Paksoy, 2005:58). Ancak turizm faaliyetlerinin yaygınlaşmasıyla 1980’li yıllar itibariyle Avrupa’da turizmin bir politika çerçevesinde ele alınması gerektiğinin farkına varılmıştır. Dolayısıyla AB’nin turizm politikaları doğrudan ve dolaylı olarak şekillenmiştir (Tekindağ, 2014).

Türkiye’de ise turizm sektörü, planlı dönem öncesi ve planlı dönem turizm politikalarıyla şekillendirilmiştir. Planlı dönem öncesini kapsayan 1923-1960 yılları

arasında dünya genelini etkileyen II. Dünya Savaşı ve ekonomik krizler nedeniyle sektöre ilişkin kapsamlı yatırımlar yapılamasa da turizm sektörünün gelişimine ilişkin Reşit Saffet Atabinen'in de katkılarıyla Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, Türkiye Tayyare Cemiyeti gibi önemli kurumlar kurulmuş ve sektör devlet tarafından önemsenmiştir (Altıntaş ve Şahin, 2007). Planlı dönem ile birlikte sektör daha detaylıca ele alınmaya başlanmış ve çeşitli yönlerden değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda Türkiye kalkınma planları kapsamında (T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2020) öncelikli olarak turist sayısı, turizm gelirleri, yatak kapasitesinin artırılması, konaklama kapasitesinin artırılması, kitle turizmi, mesleki eğitim gibi politikalara odaklanırken beşinci kalkınma plan dönemiyle birlikte bu politikaların yanı sıra bireysel turizm ve turizm faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi, yedinci plan döneminden itibaren ise tesis ve yatak kapasitesinin yeterli seviyeye ulaşmasıyla, turizm politikalarında sürdürülebilir turizm sektörünün oluşturulması amaçlanmıştır.

Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ilişkiler 1963 yılında imzalanan Ankara Antlaşmasına dayanmaktadır. AB ile Türkiye arasında Ankara Antlaşması ile başlayan bu süreç 2018 yılına kadar devam etmiştir. Ancak 2018 yılında Avrupa Birliği Genel İşler Konseyi, Türkiye'nin AB'den uzaklaştığını belirterek katılım müzakerelerini durdurmuştur (T.C. Avrupa Birliği Başkanlığı, 2020). Türkiye ile AB arasındaki ekonomik ilişkiler her ne kadar askıya alınmış olsa da Avrupa Birliği'nin turizme olan yaklaşımı ve Türkiye turizm pazarının önemli bir bölümünü Avrupa Birliği ülkelerinden gelen turistlerin oluşturması (UNWTO, 2022) AB'nin turizm politikalarını Türkiye için önemli kılmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, Avrupa Birliği ve üye ülkelerin turizm politikalarını inceleyerek Türkiye turizm politikaları ile karşılaştırılmasını özellikle Türkiye'nin başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya turizm politikalarına odaklanılarak bu ülkelerin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılarak politika yapıcılara öneriler sunulmasını amaçlamıştır.

### **1.1. Araştırmanın Problemi**

Turizm; ekonomik, sosyal, kültürel ve uluslararası siyasi ilişkilerde önemli rol oynamaktadır (Emekli, 2005:100). İnsanlığın ilkçağlarından beri gezip-görme, sağlık, dini ve toplumsal etkinliklere katılım amaçlı seyahatler devamlı olarak yapılsa da turizm faaliyetleri ağırlıklı olarak 1950'li yıllardan sonra hız kazanmıştır (Karataş ve Babür, 2013:16). Turizm faaliyetlerinin yaygınlaşmasıyla uluslararası turizm sektöründe en fazla payı Avrupa ülkeleri almıştır (UNWTO, 2022). Avrupa kültürel

zenginliği, sanatsal ve mimari yapıları, iklim çeşitliliği, doğal güzellikleri ve alternatif turizm çeşitliliği ile turistik faaliyetler açısından cezbedici bir bölgedir. 2010-2021 yılları arasında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verileri incelendiğinde dünya genelinde turist varışları aşağıdaki şekildedir.

**Tablo 1.1. Bölgelere Göre Turist Varışları (milyon)**

|                 | 2010  | 2011  | 2012  | 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  | 2019  | 2020  | 2021  |
|-----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Afrika          | 50,5  | 50,8  | 52,5  | 54,9  | 55,7  | 54,4  | 58,7  | 63,5  | 67,2  | 68,6  | 15,9  | 17,9  |
| Amerika         | 151,8 | 157,3 | 163,8 | 170,6 | 183,6 | 194,1 | 201,3 | 210,9 | 216,0 | 219,3 | 69,9  | 81,9  |
| Asya ve Pasifik | 208,0 | 221,7 | 237,9 | 254,1 | 269,6 | 284,6 | 306,4 | 324,6 | 346,5 | 360,4 | 59,4  | 20,9  |
| Avrupa          | 490,8 | 524,0 | 544,5 | 569,7 | 580,8 | 611,8 | 621,2 | 676,2 | 715,8 | 746,1 | 235,7 | 279,8 |
| Orta Doğu       | 56,1  | 50,6  | 52,0  | 51,1  | 59,1  | 61,6  | 59,6  | 62,3  | 65,5  | 69,9  | 19,0  | 14,5  |

(UNWTO, 2022)

Tablo 1.1.'de görüldüğü gibi Avrupa, dünya turizm pazarının yarısından fazlasına ev sahipliği yapmaktadır. Tabloda verilen Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) istatistiklerine göre Avrupa küresel turist varışlarının %51'ini karşılamaktadır. Avrupa'da yer alan ve birer AB üyesi olan Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkeler ise turizm sektörünün lideri konumundadırlar. Bu ülkelerin 2010-2021 yılları arasında ağırladıkları turist sayıları ise aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 1.2. Fransa, İspanya ve İtalya'nın Ağırladıkları**

**Turist Sayısı (milyon)**

|         | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Fransa  | 77,6 | 80,5 | 82,0 | 83,6 | 83,7 | 84,5 | 82,7 | 86,9 | 89,4 | 90,2 | 40,0 | 48,4 |
| İspanya | 52,7 | 56,2 | 57,7 | 60,7 | 65,0 | 68,2 | 75,6 | 81,8 | 82,8 | 83,7 | 18,9 | 31,2 |
| İtalya  | 43,6 | 46,1 | 46,4 | 47,7 | 48,6 | 50,5 | 52,4 | 58,3 | 61,6 | 64,5 | 25,4 | 26,9 |

(UNWTO, 2022)

Fransa, İspanya ve İtalya'nın deniz-kum-güneş turizminin yanı sıra birçok turizm faaliyetine, kültürel ve sanatsal zenginliklere sahip olması sebebiyle bu ülkeler turistler tarafından çokça tercih edilmektedir (Sivil, 2007).

Avrupa Birliği'nin 27 üye ülkeden oluşması AB'yi kültürel çeşitlilik açısından zengin bir topluluk yapmaktadır. Gerek kültürel zenginlikleri gerekse de AB'ye üye olan ülkelerin turizm çeşitlikleri Avrupa Birliği'ni turizm sektöründe önemli bir güç haline getirmiştir. AB sahip olduğu bu gücü doğru değerlendirerek hizmet kalitesi yüksek, yenilikçi ve sürdürülebilir bir turizm sektörü oluşturmak adına dolaylı ve doğrudan turizm politikaları ile sektörün gelişimini hedeflemektedir. AB'nin

doğrudan turizm politikaları; kültürel turizmin geliştirilmesi, kırsal turizmin geliştirilmesi, sosyal turizmin geliştirilmesi, mesleki eğitimin desteklenmesi, turistlerin bilgilendirilmesi ve korunması, turizmin bölgesel ve sezonluk dağılımı, turizm istatistiklerinin geliştirilmesi şeklindedir (Avcıkurt, 1997; Çiçek ve Özgen, 2010; Tekindağ, 2014). Dolaylı turizm politikaları ise; tek pazar, tek kur, ulaşım politikası, kültürel ve mimari miras, tarım politikası, çevrenin korunması, turist hakları ve tüketicinin korunması, dış ilişkiler ve kalkınma politikası, serbest dolaşım politikası, rekabet politikası ve argedir (Arslan, 2014:432-433). Avrupa Birliği'nin turizm sektörünü yönlendirmek amacıyla belirlediği bu politikalar, turizm pazarının büyük bölümünü (2021 yılında %78) Avrupa kaynaklı turistlerin oluşturduğu Türkiye için önemli hale getirmektedir (UNWTO, 2022). Türkiye sahip olduğu kültürel ve geleneksel zenginlikleri, coğrafi konumu, iklim çeşitliliği gibi faktörler nedeniyle turizm potansiyeli oldukça yüksek bir ülkedir. Sahip olduğu bu turizm potansiyelini korumak ve geliştirmek adına sektör detaylı olarak ele alınmış ve sektöre ilişkin politikalar belirlenmiştir. Bu politikalar planlı dönem öncesi ve planlı dönem olmak üzere iki başlık altında incelenmektedir. Planlı dönem öncesi turizm politikalarında genel olarak; Türk kültürünün tanıtılması, İstanbul ve Bursa gibi kültürel açıdan zengin şehirlere yapılan seyahatlerin arttırılması, turizm yatırımlarının teşvik edilmesi gibi önemli politikalar belirlenmiştir (Altıntaş ve Şahin, 2007; Dinçer ve Çetin, 2015). Ancak planlı döneme geçiş ile birlikte sektöre daha detaylı olarak ve farklı yönlerden yaklaşılmıştır. Planlı dönemde özellikle kalkınma planları doğrultusunda; turizm istatistiklerinin geliştirilmesi, yatak kapasitesi, kültürel turizm, kırsal turizm, sosyal turizm, mevsimsellik, turizm eğitimi, sürdürülebilirlik, turizm çeşitliliği gibi konular hakkında politikalar geliştirilmiştir (T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, 2022).

Avrupa Birliği turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları incelendiğinde kültürel turizmin geliştirilmesi, sosyal turizmin geliştirilmesi, kırsal turizmin geliştirilmesi, mevsimsellik, mesleki eğitim, turizm istatistiklerinin oluşturulması gibi ortak politikaları benimsedikleri görülmektedir (Avcıkurt, 1997; Tekindağ, 2014). Dolayısıyla Avrupa Birliği ve Türkiye'nin bu politikalara karşı yaklaşımlarının karşılaştırılması için AB ve Türkiye turizm politikalarının incelenmesi gereklidir.

Konuyla ilgili alanyazında AB ve Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılmasına ilişkin sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Avcıkurt (1997) çalışmasında Türkiye turizm pazarının AB ile bütünleşebilmesi ve rekabet gücünün

artırabilmesi için Türk turizmindeki sorunlara ve çözüm önerilerine yer vermiştir. Çalışmada Avrupa turizmine ve Türkiye'nin sektörde rekabet ettiği beş Avrupa ülkesinin turizm politikaları incelenmiştir. Ayrıca çalışmada Avrupa Birliği ile Türkiye turizm politikalarının ortak yönleri karşılaştırılmış ve çalışmanın sonucunda; Türkiye'nin AB üyesi olma yolunda ilerlerken, AB'nin turizme ilişkin ilgili kurumlarını ve hukuki düzenlemelerini örnek alarak bu yönde değiştirmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Sivil (2007), Türkiye'nin turizm sektöründeki en önemli pazarı olan Avrupa Birliği'nin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılmasını amaçlamıştır. Çalışmanın sonucunda Türkiye AB'ye üye olmasa bile turizm konusunda Avrupa Birliği standartlarına erişmesini ve AB turizm politikalarına uyum sağlaması gerektiğini belirtmiştir.

Yeğen ve diğerleri (2011), AB ve Türkiye'de turizmin tarihsel gelişimini, sektöre yönelik yasal düzenlemelerini ve bu doğrultuda AB turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarını karşılaştırmışlardır. Çalışmanın sonucunda AB'nin sahip olduğu avantajları turizm sektöründe en iyi şekilde kullandığı ve Türkiye'nin turizm ile ilgili konularda Avrupa Birliği turizm politikalarını yakından takip ederek AB'ye uyum sağlaması önerisinde bulunulmuştur.

Arslan (2014), Avrupa Birliği turizm politikaları çerçevesinde 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nin incelenmesi ve Avrupa Birliği turizm politikalarını etkileyen faktörlerin 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'ndeki yansımalarının ortaya konulmasını amaçlamıştır. Bu doğrultuda çalışmanın sonucunda AB turizm politikalarını belirleyen temel faktörler çerçevesinde 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nin sürdürülebilirlik, çevreye duyarlılık, turizmin çeşitlendirilerek mevsimselliğin önüne geçilmesi gibi ilkeler ile stratejinin güçlü yanlarını oluştururken; turistlerin tüketici olarak haklarının korunması, KOBİ'lerin desteklenmesi konusunda zayıf olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ancak strateji belgesinin Avrupa Birliği yolunda Türkiye'yi güçlü kılacağı belirlenmiştir.

Konu ile ilgili alanyazında Avrupa Birliği turizm politikalarıyla Türkiye turizm politikalarını inceleyen bu çalışmalarda genel olarak; Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üye olma yolunda AB'nin turizm politikalarını takip ederek Avrupa Birliği

politikalarına uyum sağlaması, turizm politikalarını Avrupa Birliği ile benzer şekilde oluşturulmasını savunmaktadırlar.

Dünya turizm pazarının önemli bir bölümünü oluşturan Avrupa, 2020 yılında bölgesel varışlarda %91 ile en yüksek seviyeye ulaşmıştır (UNWTO,2022). 2010-2021 yılları arasında Türkiye'ye gelen turistlerin ise yaklaşık %77'sinin Avrupalı turistlerin oluşturması (UNWTO,2022) Türkiye'nin Avrupa ile AB arasındaki ilişkilerinin yoğun olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda her ne kadar Türkiye-Avrupa Birliği ilişkileri askıya alınarak önceki yıllardaki yoğunluğunu kaybetmiş olsa da, Türkiye'nin Avrupa ve AB ülkelerini göz ardı etmesi mümkün değildir. Bu çıkarımlardan yola çıkarak çalışmada, Avrupa Birliği ve AB'ye üye olan ülkeler ile Türkiye turizm politikaları incelenerek karşılaştırılacaktır.

## **1.2. Araştırmanın Amacı**

Çalışmanın amacı, Avrupa Birliği ve üye ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılmasını amaçlamıştır. Özellikle çalışmanın temel aldığı 2010-2021 yılları arasında Dünya Turizm Örgütü istatistiklerine göre Türkiye'nin uluslararası turizm pazarında başlıca rakiplerinin Fransa, İspanya ve İtalya'nın olması sebebiyle Türkiye turizm politikaları ile karşılaştırılarak Türkiye politika yapıcılarına öneriler sunulmasını amaçlamıştır. Bu doğrultuda çalışmanın amacına ulaşılması adına belirlenen araştırma soruları şu şekildedir:

Avrupa Birliği Turizm Politikaları geçmişten günümüze nasıl şekillenmiştir?

- Türkiye Turizm Politikaları geçmişten günümüze nasıl şekillenmiştir?
- Avrupa Birliği turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının benzerlikleri ve farklılıkları nelerdir?
- Fransa, İspanya ve İtalya'nın turizm politikaları ile Türkiye'nin turizm politikalarının benzerlikleri ve farklılıkları nelerdir?

## **1.3. Araştırmanın Yöntemi**

Avrupa Birliği ve üye ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılmasını ve Türkiye'nin turizm sektöründeki yakın rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılarak Türkiye politika yapıcılara öneriler sunulması amacıyla yapılan bu çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada, veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma türlerinden doküman analizi kullanılmıştır. Belgesel tarama olarak da bilinen

doküman analizi, mevcut olan kayıt ve belgelerin incelenerek veri elde edilmesidir (Sak vd., 2021).

Araştırmanın konusu çerçevesinde Avrupa Birliği ve AB'ye üye ülkelerin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarına yönelik sistematik literatür taraması yapılarak ilgililerin turizm politikaları incelenmiştir. Bu doğrultuda;

- Türkiye turizm politikaları incelenirken;
  - T.C. Strateji ve Bütçe Başkanlığı'nda yer alan kalkınma planları,
  - I. Turizm Şurası için Özdemir (2002)'in çalışması,
  - II. Turizm Şurası için Batuhan (2018)'in çalışması,
  - III. Turizm Şurası için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı,
  - 2023 Türkiye Turizm Stratejisi için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan yararlanılmıştır.
- Avrupa Birliği'nin dolaylı ve doğrudan turizm politikaları; Avcıkurt (1997), Tekindağ (2014), Arslan (2014)'in çalışmalarından alınmıştır.
- Fransa turizm politikaları; OECD kütüphanesi ve Republique Française Conseil National du Tourisme'den alınmıştır.
- İspanya turizm politikaları için; Avcıkurt (1997), Ruiz ve Gonzales (2009), Gonzales (2010), Garcia (2012), Martinez (2012), Martinez (2014), Guerra (2014) ve Turismo (2020) çalışmalarından yararlanılmıştır.
- İtalya turizm politikaları için; Anselmi (2011)'nin çalışması ve OECD kütüphanesi dokümanlarından yararlanılmıştır.
- Yunanistan turizm politikaları için, Buhalis (2010)'in çalışması ve OECD kütüphanesi dokümanları incelenmiştir.
- Portekiz turizm politikaları incelenirken; Cardoso ve Ferreira (2000) çalışmasından, Turismo (2020) belgesi, Araujo (2017)'nin çalışmasından yararlanılmıştır.
- Almanya turizm politikaları için OECD kütüphanesinden yararlanılmıştır.

- Hırvatistan turizm politikaları, Hırvatistan Turizm ve Spor Bakanlığı olan Republica Hrvatska Ministrastvo Turizma i Sporta resmi internet sayfası ziyaret edilerek incelenmiştir.
- Hollanda turizm politikaları OECD kütüphanesi ve NBTC (Hollanda Turizm ve Kongre Kurulu) sayfaları ziyaret edilerek incelenmiştir.
- İsveç, Polonya ve Diğer AB ülkeleri başlığı altında incelenen ülkelerin turizm politikaları OECD kütüphanesi ve uluslararası çalışmalardan yararlanılarak incelenmiştir.

Araştırma kapsamında yukarıda sıralanan kaynakların yanı sıra; ulusal ve uluslararası yayınlar, tez çalışmaları, Dünya Turizm Örgütü (UNWTO), UNESCO ve TÜRSAB kaynaklarından yararlanılmıştır. Bu kaynaklar çerçevesinde incelenen politika hedefleri doğrultusunda çalışmanın beşinci bölümünde Avrupa Birliği ve üye ülkelerin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları karşılaştırılmış ve çalışmanın sonuç kısmında değerlendirme yapılarak politika yapıcılara öneriler sunulmuştur.

#### **1.4. Araştırmanın Sınırlılığı**

Çalışmanın alanını Avrupa Birliği ve Avrupa Birliği'ne üye ülkeler ile Türkiye turizm politikaları oluşturmaktadır. Çalışmada veri toplama aracı olarak doküman analizi kullanılmıştır. Bu sebeple çalışma dökümanlar ve 2010-2021 yılları arasındaki turizm istatistikleri ile sınırlıdır.

## **2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

Araştırmanın bu bölümünde çalışma konusunu oluşturan başlıca kavramlar olan politika ve turizm politikasının tanımlarına yer verilmiştir. Ayrıca çalışmanın bu bölümde, konu kapsamında Avrupa Birliği, Avrupa Birliği ve Türkiye ilişkisi, Türkiye turizm politikaları, AB ve AB'ye üye ülkelerin turizm politikalarından bahsedilmiştir.

### **2.1. Tanımlar**

**Politika**, kapsamlı bir alanı içeren sosyal bir bilim dalıdır. İnsanların yaşamlarını belirli bir düzene sokmak için genel kurallar belirlemek, korumak ve değiştirmek suretiyle gereksinim duyulan faaliyetlerin bütünü politika kavramı olarak ifade edilmektedir (Aköz, 2018:162).

**Turizm politikası** sektördeki paydaşlar ile iş birliği içinde, turizmle ilgili çeşitli hedeflere ulaşmak için hükümetler tarafından belirlenen karar ve uygulamalardır (Velasco, 2016:2).

## **2.2. Avrupa Birliği**

Avrupa Birliği'nin tarihi geçmişine bakıldığında başlangıç noktasının İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra olduğu kabul edilmektedir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yıpranmış ve tükenmiş bir şekilde çıkan Avrupa tekrar aynı acıların yaşanmaması adına ortak bir politik ve ekonomik model arayışına girmiştir (Kutlu, 1999:181). İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupalı devlet adamları kıtada kalıcı olarak barışı sağlamak için bir topluluk oluşturma çabalarına hız vermişlerdir. Schuman Planına göre, Avrupa kıtasında barışın kalıcı olarak sağlanabilmesi için Fransa ve Almanya arasındaki gerginliğin son bulması gerektiği düşünülmüştür. Söz konusu bu durumun son bulması ise ortak kömür ve çelik üretimini sağlamak ve bu harekete Avrupa ülkelerinin katılımını sağlamaktan geçmektedir (T.C. Avrupa Birliği Başkanlığı, 2020). 23 Mart 1952'de Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu kurulduktan sonra topluluğun gösterdiği başarı ile daha kapsamlı bir ekonomik birleşmenin oluşmasına yönelik yeni fikirler doğmuştur. Bu doğrultuda 25 Mart 1957'de Roma'da imzalanan antlaşma ile Avrupa Atom Enerji Topluluğu ve Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurulmasıyla ekonomik bütünleşmenin oluşturulması adına önemli gelişmeler yaşanmıştır (Kutlu, 1999). 1965 yılında Füzyon Antlaşması ile Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu, Avrupa Ekonomik Topluluğu ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu için tek bir konsey ve komisyon oluşturularak bu topluluklar Avrupa Toplulukları adı altında toplanmıştır (Turabder, 2021). 7 Şubat 1992'de Maastricht Antlaşmasıyla topluluk Avrupa Birliği adını almıştır (Kutlu, 1999). Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurucu antlaşması olan Roma Antlaşması; Fransa, Almanya, İtalya, Belçika, Lüksemburg ve Hollanda arasında imzalanmıştır. Roma Antlaşması ile kurulan bu ekonomik birlik, kömür ve çelik üretimiyle birlikte diğer sektörlerde de bir ekonomik birlik oluşturulmasını amaçlamıştır. Bu amaçlar doğrultusunda hedeflenen ilkeler şunlardır (Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası, 2021):

- Ortak bir pazar oluşturulması
- Üçüncü dünya ülkelerine yönelik ortak gümrük tarifesi oluşturulması

- Birliğe üye ülkeler arasında malların, sermayenin, hizmetin ve kişilerin serbest dolaşımının önündeki engellerin kaldırılması
- Ortak bir tarım politikası oluşturulması
- Avrupa Sosyal Fonu'nun ve Avrupa Yatırım Bankası'nın kurulması amaçlanmıştır.

Avrupa Toplulukları tek bir çatı altında toplandıktan sonra süregelen yıllarda birliğe üye olan ülkelerin sayısı artmıştır. 2022 yılı itibarıyla Avrupa Birliği'ne üye ülke sayısı yirmi yedidir. Bu ülkeler şu şekildedir (T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2021)

1. Almanya – Kurucu Üye
2. Belçika – Kurucu Üye
3. Fransa – Kurucu Üye
4. Hollanda – Kurucu Üye
5. İtalya – Kurucu Üye
6. Lüksemburg – Kurucu Üye
7. Danimarka – 1973
8. İrlanda – 1973
9. Yunanistan – 1981
10. İspanya – 1986
11. Portekiz – 1986
12. Avusturya – 1995
13. Finlandiya – 1995
14. İsveç – 1995
15. Çekya – 2004
16. Estonya – 2004
17. GKRY – 2004
18. Letonya – 2004

19. Litvanya – 2004
20. Macaristan – 2004
21. Malta – 2004
22. Polonya – 2004
23. Slovakya – 2004
24. Slovenya – 2004
25. Bulgaristan – 2007
26. Romanya – 2007
27. Hırvatistan -2013

Avrupa ülkeleri kendi aralarında siyasi ve ekonomik bir güç oluşturmak adına kuruculuğunu Almanya, Belçika, Fransa, Hollanda, İtalya ve Lüksemburg'un üstlendiği siyasi ve ekonomik açıdan güçlü bir birlik oluşturmuşlardır. Birliğin kurulmasından itibaren üye ülke sayısı giderek artmış ve AB'nin sınırları genişletilmiştir. Yukarıda sıralanan ülkeler arasında yer almayan ancak AB için oldukça önemli bir güç olan İngiltere, Avrupa Birliği'ne 1973 yılında katılmış fakat AB'nin mülteci problemlerini çözemesinden dolayı 31 Ocak 2020'de Avrupa Birliği'nden ayrılmıştır.

### **2.3. Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri**

Avrupa Birliği zamanla çok önemli ekonomik ve siyasi bir yapı haline gelmiştir. AB ile Türkiye arasındaki ilişkiler, 12 Eylül 1963 tarihinde imzalanan Ankara Anlaşması temelinde gelişim göstermiştir (SBB, 2001:43). Türkiye'nin Ankara Anlaşmasıyla birlikte başlayan Avrupa Birliği'ne üye olma sürecinde 1999 yılında yapılan Helsinki Zirvesi, Türkiye'nin AB yolundaki dönüm noktası olarak nitelendirilmektedir. Türkiye'nin tam üyelik için 1987 yılında yaptığı başvurunun 1989'da reddedilmesinin ardından Helsinki Zirvesi'nde Türkiye'nin diğer aday ülkeler ile aynı koşullarda AB'ye aday ülke olarak kabul edilmesi Helsinki Zirvesi'nin önemini ortaya koymaktadır (Özer, 2007:67). 1959-2017 yılları arasında Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ilişkiler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 2.1. 1959-2017 Avrupa Birliği ve Türkiye İlişkileri**

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1959-1978</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Türkiye Avrupa Ekonomik Topluluğu'na başvurmuştur. (31 temmuz 1959)</li><li>• Türkiye ile topluluk arasında Türkiye'nin AB'ye ortak üye olduğu ve ortaklığın hukuki altyapısının oluşturulduğu Ankara Anlaşması imzalanmıştır. (12 Eylül 1963)</li></ul> <p>Üç aşamadan oluşan ve amacı AB'ye tam üyelik olan Ankara Anlaşması yürürlüğe girmiştir.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 1971 yılında Gümrük Birliği'ne ilişkin ait kuralları içeren katma protokol imzalanmıştır ve 1973 yılında yürürlüğe girmiştir.</li><li>• Türkiye ile AB arasında Birinci Genişleme'ye ilişkin tamamlayıcı protokol imzalanmıştır.</li><li>• Katma protokolden kaynaklanan sorumluluklar 70'li yılların ikinci yarısında yaşanan ekonomik problemler sebebiyle askıya alındığı duyurulmuştur. 1979 yılında ise gelen yeni hükümet sorumlulukları askıya almaktan vazgeçtiğini Avrupa Topluluğu'na duyurmuştur.</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>1980-1999</b> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Ortaklık Konseyi kararı ile Türkiye'ye uygulanan gümrük vergilerinin tarım ürünlerinin büyük çoğunluğunda sıfıra indirilmesine karar verilmiştir.</li><li>• 1978-1988 yılları arasında Türkiye'nin geçiş döneminde sorumluluklarını yerine getiremediği gerekçesiyle gümrük indirimlerinin durdurulması kararı alınmıştır.</li><li>• 12 Eylül darbesinden sonra durdurulmuş olan Türkiye-AB ilişkilerinin canlanması süreci başlamıştır.</li><li>• II. Dünya Savaşı'ndan sonra Batı Avrupa ülkeleri, Merkezi ve Doğu Avrupa ülkeleri ile birliktelik sağlamayı tercih ettiklerinden dolayı Türkiye'nin üyelik isteği dikkate alınmamıştır.</li><li>• Türkiye ile iş birliği sağlayabilmek adına Avrupa Komisyonu 1990 yılında "İş Birliği Paketi'ni" Avrupa Konseyi'ne hazırlayarak sunmuştur.</li><li>• Ankara Anlaşması kapsamında 22 yıl süren Türkiye'nin AB'ye geçiş dönemi 1995 yılında sona ermiştir.</li><li>• Topluluk ile Türkiye arasında sanayi ürünlerini ve işlenmiş tarım ürünlerini kapsayan Gümrük Birliği inşa edilmiştir.</li><li>• AB ile Türkiye arasındaki ilişkilerin geliştirilebilmesi adına 1999 yılında "Türkiye için Avrupa Stratejisi" adlı belge ilan edilmiştir.</li><li>• Helsinki'de düzenlenen AB Zirvesinde Türkiye'ye adaylık statüsü verilmiştir. (10-11 Aralık 1999)</li></ul> |

Tablo 2.1.'in devamı

|           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2000-2017 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 4 Temmuz 2000 tarihinde AB Genel Sekreterliği kurulmuştur.</li> <li>• Türkiye'nin ilk Katılım Ortaklığı Belgesi'ni AB Bakanlar Konseyi kabul etmiştir.</li> <li>• Türkiye 2001-2002-2003 yıllarına ilişkin Genişleme Strateji Belgesi ve İlerleme Raporu yayımlanmıştır.</li> <li>• AB'nin Brüksel Zirvesinde Türkiye'nin siyasi ölçütleri yerine getirdiği teyit edilmesinin ardından 3 Ekim 2005 tarihinde katılım müzakerelerinin başlanmasına karar verilmiştir.</li> <li>• Lüksemburg'da yapılan konferansta Türkiye ile tam üyelik görüşmeleri başlamıştır.</li> <li>• 2005-2006 ve 2007 yıllarında Genişleme Stratejisi Belgesi yayımlanmıştır.</li> <li>• AB Konseyi 2010 yılı için İstanbul'un Avrupa Kültür Başkenti olması onaylanmıştır.</li> <li>• Türkiye'nin AB'ye uyum programı ilan edilmiştir.</li> <li>• Türkiye 2007-2012 yıllarına ilişkin Genişleme Stratejisi Belgeleri yayımlanmıştır.</li> <li>• 8 Haziran 2011 yılında Avrupa Birliği Bakanlığı kurulması ile Türkiye'nin kararlığı sergilenmiştir.</li> <li>• Türk vatandaşlarına yönelik 16 Aralık 2013 tarihinde vize muafiyeti başlatılması ile yeni bir dönüm noktası gerçekleşmiştir.</li> <li>• Türkiye'nin yeni AB Stratejisi 18 Eylül 2014 tarihinde duyurulmuştur.</li> <li>• AB Bakanlığı Antalya Temsilciliği 21 Aralık 2014 tarihinde açılmıştır.</li> <li>• Brüksel'de 30 Nisan 2015 tarihinde 123. Türkiye-Avrupa Birliği Ortaklık Komitesi ve 53. Türkiye- AB Ortaklık Konseyi Toplantısı yapılmıştır.</li> <li>• Türkiye ve Avrupa Birliği arasında AB'ye yönelik mülteci akınının kontrolü için Eylem Planı üzerinde anlaşılmıştır.</li> <li>• 25 Nisan 2017 tarihinde alınan yeni bir karar ile 2004 yılından beri tabi olduğu diyalog sürecinden çıkartılarak yeniden denetim sürecine sokulmuştur.</li> </ul> |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

(T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı, 2021)

Tablo 2.1.'de görüldüğü gibi Türkiye, AB'ye 31 Temmuz 1959 yılında başvuruda bulunmuş olup Türkiye ile Avrupa Birliği arasındaki ortaklığın hukuki alt yapısı Ankara Anlaşması'na dayanmaktadır. Ankara Anlaşması ile birlikte AB ve Türkiye arasındaki ilişkilerin ilk dönemi başlamış ardından 1973 yılında Katma Protokolün yürürlüğe girmesiyle hazırlık dönemi sona ermiş ve geçiş dönemi başlamıştır. 1973-1995 yıllarını kapsayan bu yıllarda AB ve Türkiye arasındaki ilişkiler ekonomik ve siyasi sebeplerden dolayı 1980 yılının ikinci yarısına kadar düzensiz bir şekilde ilerlemiştir. Ayrıca bu dönem içerisinde Türkiye'de meydana

gelen 12 Eylül 1980 askeri darbesinin ardından ilişkiler askıya alınmış ve ortaklık olumsuz yönde etkilenmiştir. Darbenin ardından 1983 yılında sivil hükümetin yeniden kurulmasıyla AB ve Türkiye ilişkileri hareketlenmiş ve Türkiye 14 Nisan 1987 yılında tam üyelik için başvuruda bulunmuştur. Ancak 1989 yılında topluluk yeni bir üye ülkeyi kabul edemeyeceğini belirterek ortaklık çerçevesinde ilişkilerin geliştirilmesini önermiş ve Türkiye’de bu öneriyi olumlu yönde karşılamıştır. 1999 yılında toplanan Helsinki Zirvesi ile Türkiye’nin adaylığı resmen onaylanmış ve diğer aday olan ülkeler ile eşit olacağı belirtilmiştir. 17 Aralık 2004 tarihinde gerçekleşen Brüksel Zirvesi’nde ise Türkiye’nin siyasi ölçütleri karşıladığı belirtilerek 3 Ekim 2005 yılında AB ile Türkiye arasında müzakereler başlamıştır. Bundan dolayı Helsinki Zirvesi ve Brüksel Zirvesi Türkiye ile AB arasındaki ilişkiler açısından dönüm noktası olarak kabul edilmektedir. Müzakerelerin başlamasıyla Türkiye ve AB arasındaki düzensiz ilişki önemli bir dönüm noktasını aşarak yeni bir döneme girmiştir. 17 Mayıs 2012’de pozitif gündemin başlatılması ile önemli konularda iş birliğinin güçlendirilmesi amaçlanmıştır. Ancak pozitif gündem 2014 yılında sona ermiş, 2018 yılında ise AB Genel İşler Konseyi, Türkiye’nin birlikten uzaklaştığını belirterek katılım müzakerelerini fiilen durdurmuştur.

### **3. TÜRKİYE TURİZM POLİTİKALARI**

Türkiye; tarihi ve kültürel zenginliği, doğal güzellikleri, iklim çeşitliliği gibi sahip olduğu değerler açısından turizm potansiyeli yüksek bir ülkedir. Turizm sektörünün ekonomiye, istihdama, ülke imajına ve tanıtımına birçok katkısının bulunmasından ötürü turizm ekonomik problemlere karşı çözüm olarak görülen önemli bir sektördür. Bu sebeple sektörden daha fazla pay almak ve kaliteli bir sektör oluşturmak adına turizm politikaları uygulanmaktadır. Türkiye’de turizm politikaları iki dönem şeklinde incelenmektedir. Bunlar;

- Planlı dönem öncesi turizm politikaları
- Planlı dönem turizm politikaları şeklindedir.

#### **3.1. Planlı Dönem Öncesi Turizm Politikaları (1923-1960)**

Cumhuriyetin ilanından II. Dünya Savaşı’na kadar olan dönemde turizmi geliştirmek adına ve Türk insanını seyahate yönlendirmek için çalışmalar olmuştur. Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu bu oluşumların başında gelmektedir (Arslan, 2017:6). Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu, M. Kemal Atatürk’ün isteği üzerine

29 Eylül 1923 tarihinde Reşit Saffet Atabinen ve bir grup aydın tarafından Türk Seyyahin Cemiyeti adıyla kurulmuştur. Cemiyetin ismi ilk önce Türk Seyyahin Cemiyeti, 1926 yılında Türkiye Turing Kulübü, 1930 yılından sonra ise Türkiye Turing ve Otomobil Kurumu isimlerini almıştır. Bu cemiyetin amacı, Türkiye'ye büyük çapta seyahatler düzenlemek, İstanbul ve Bursa gibi önemli şehirlerdeki tarihi eserleri, Türk kültürünü ve Türk vatandaşlarını yabancılara karşı tanıtmaktır (Altıntaş ve Şahin, 2007:19). Cemiyetin ilk ve en önemli uygulamalarından biri bazı Levantenlerin ve azınlıkların himayesinde olan tercümanlık konusuyla ilgilenmek olmuştur. Cumhuriyetin ilk yıllarında bir kurs açılarak, arkeoloji uzmanları tarafından verilen derslerle yeniden tercümanlar yetiştirilmiştir. Böylece batıda olumsuz Türk imajının değiştirilmesi ile gerçek Türk ve Türkiye imajının tanıtımına ilişkin önemli bir adım atılmıştır. Aynı zamanda gayrimüslim azınlıkların elinde olan turizm acenteleri ve rehberlik hizmetlerine yönelik düzenlemeler de yapılmıştır (Şahin, 2006).

Turizm alanında Türkiye'nin en başarılı kamu iktisadi teşebbüslerinden biri olan günümüzdeki Türk Hava Kurumunun temellerini oluşturan Türkiye Tayyare Cemiyeti 1925 yılında kurulmuştur. Cemiyet, Türkiye'de havacılığın askeri, iktisadi, siyasi ve sosyal önemini tanıtmak, havacılığa gerekli insan ve malzemeyi sağlamayı amaçlamıştır (Aslan, 2014:142). Planlı dönem öncesinde ülkeye gelen turistlerin belirli şikâyetleri üzerine bir turizm programı hazırlanarak Ekonomi Bakanlığı'na sunulmuştur. Bu programda belirlenen öneriler ve stratejilerin bazıları şu şekildedir (Altıntaş ve Şahin, 2007: 17-18):

- Turizmi bir program altında takip etmek, devlet nezdinde bu konuya önem gösterilmesi,
- Türkiye Turing ve Otomobil Kulübü'nün Başbakanlığa bağlanarak faaliyetlerini yürütmesi,
- Turizm ile alakalı kurumların tespit edilmesi,
- Turizm ile ilgili faaliyet gösteren yerlerin tek elden düzenli şekilde yönetilmesi,
- Devlet demiryollarının biletlerini satmak için bir resmi seyahat acentesinin açılması ve gelirlerinin ülke tanıtımına harcanması,
- Yolların yapılması ve uluslararası işaretlerin kullanılması,

- Pasaport ve gümrük işlemleri gibi prosedürlerin basitleştirilmesi,
- İstanbul’da ülkenin eserlerinin sergilenmesi için müzelerin açılması,
- Turizm konusunda basın ve yayın organları aracılığıyla halkın aydınlatılması,
- Türkiye’nin uluslararası pazarda tanıtımının sağlanması şeklindedir.

Ekonomi Bakanlığı’na sunulan programdaki stratejiler incelendiğinde planlı dönem öncesinde sektörün teşkilatlanması, tanıtım, prosedürlerin basitleştirilmesi ve altyapı şeklinde stratejilere odaklanıldığı görülmektedir. Planlı dönem öncesinde sektöre yönelik diğer gelişmelere ise şu şekildedir (Dinçer ve Çetin, 2015:172-173):

**1934:** Turizm devlet tarafından 2450 sayılı kanun ile ilk kez bir kamu hizmeti sayılmıştır.

**1938:** Turizm Masası oluşturulmuştur. 1939 yılında Turizm Müdürlüğü adı altında Ticaret Vekâlet’ine bağlanmıştır. 1940 yılında ise Matbuat ve Umum Müdürlüğü’ne devredilmiştir. 1943 yılında görevlerine iç ve dış turizmi geliştirmek eklenmiştir.

**1949:** 30 Haziran 1949’da Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü kurulmuştur.

**1953:** Turizm Endüstrisini Teşvik Kanununda belirtilen vergi muafiyetleri ve krediler ile özel sektörün turizm yatırımlarına teşvik edilmesi amacı güdülmüştür.

**1955:** Turizm Bankası kurulmuştur.

**1957:** Basın Yayın ve Turizm Vekâlet’inin kurulması ile turizm ilk defa bakanlık düzeyinde temsil edilmeye başlanmıştır.

**1960:** Türkiye Cumhuriyeti Turizm Bankası kurulmuştur. (04.05.1960’da 74470 sayılı kanunla, yeniden yapılanmıştır)

**1963:** Basın Yayın ve Turizm Vekâlet’inin ismi Turizm ve Tanıtma Bakanlığı olmuş ve daha sonra da bakanlığın ismi çok defa değiştirilmiştir.

Planlı dönem öncesi gelişmeleri incelendiğinde Cumhuriyet’in ilanından sonra sektöre yönelik yasal düzenlemelerin birbirini takip ettiği görülmektedir. 1938 ve 1949 yılları arasında ise sektöre yönelik herhangi bir gelişme kaydedilmemiştir. Bunun sebebi 1939 yılından 1945 yılına kadar süren II. Dünya Savaşı’dır. İkinci Dünya Savaşı’nın ardından turizm sektöründe gelişmeler yaşanmaya devam etmiş, özellikle 1950’li yıllardan sonra sektöre yönelik önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Turizme

ilişkin yasal düzenlemelerin yanı sıra 1950’li yıllardan sonra turizm ile bağlantılı kuruluşlar ortaya çıkmaya başlamış ve sektörün finansal boyutuyla da ilgilenilmiştir (Arslan, 2017). 1923 ve 1963 yıllarını kapsayan bu dönemde turizme dair hayati gelişmeler yaşanmasa da turizm sektörü devlet tarafından daha fazla dikkate alınarak devlet politikasında yer edinmeye başlamış ve geleceğe dair planlamaların temeli oluşturulmuştur (Tonbil, 2019:35). Türkiye turizm politikası 1980’li yılların başlarına dek benzer bir şekilde devam etmiş olup 1980’den sonra turizm alanında yeni gelişmeler yaşanmış ve Türk turizmi yeni bir döneme girmiştir.

### **3.2. Planlı Dönem Turizm Politikaları**

Turizm, ekonominin gelişiminde, ülkenin tanıtımında, bölgeler arası farklılıkların azaltılması gibi birçok konuda önemli bir sektördür. Bu sebeple Türkiye, dünyada hızla değişim yaşayan turizm sektöründen istediği payı elde etmek adına birtakım düzenlemelerin yapılması ve kalkınma planlarının oluşturulması için bir zemin hazırlamıştır (Sarı ve Aktürk, 2015:2302). Planlı döneme geçiş ile ülkenin sosyo-ekonomik potansiyelini ve önceliklerini değerlendirerek 15 yıllık perspektif plan hazırlanılmasına ihtiyaç duyulmuştur (Tüzünkan, 2015:91). Kamu yatırımları için zorunlu, özel kesim yatırımları için yol gösterici amaçları içeren bu planlar beş yıllık kalkınma planları olarak nitelendirilmektedir (Coşkun, 2010:21). 30 Eylül 1960 tarihinde Devlet Planlama Teşkilatı’nın kurulmasından günümüze kadar on bir tane Beş Yıllık Kalkınma Planı uygulanmaya konulmuştur. Bu kalkınma planlarından ilk dokuzu Devlet Planlama Teşkilatı, Onuncu Kalkınma Planı Kalkınma Bakanlığı tarafından ve On Birinci Kalkınma Planı T.C. Cumhurbaşkanlığı tarafından hazırlanıp uygulamaya konulmuştur (Tuncel, 2019:60). Bu doğrultuda aşağıda sırasıyla kalkınma planları incelenerek turizme yönelik hedefleri verilmiştir.

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967) çerçevesinde kısa bir süre içerisinde turistleri ülkeye çekebilmek adına gerekli yatırımların yapılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda birinci kalkınma planında; ülke tanıtımına, hatıra eşya sanayisine, hizmet tesislerine ve kısa zamanda sonuç alınabilecek turizme elverişli bölgelere odaklanılmıştır (SBB, 1963). İlk kalkınma planında odaklanılan bu hedeflerin yanı sıra alınması gereken bazı tedbirler de sıralanmıştır. Bu tedbirler şu şekildedir (SBB, 1963:428):

- Ülkenin tanıtımının yapılması,
- Tüm turizm işlerinin düzenli bir şekilde yürütülmesi için bir teşkilatlanma yapısının oluşturulması,
- Turizm Geliştirme Kurulu kurularak şehir ve kasabalarda turizmin gelişiminin planlanması,
- Turistlerin Türkiye’de kalmasını kolaylaştırmak için, gümrük ve kambiyo işlemlerinin basitleştirilmesi, danışma bürolarının açılması, gezi ve dinlenmeleri kolaylaştırıcı hizmetlerin düzenlenmesi,
- Turistik tesislere yeterli krediler verilmesi,
- Yasa ve tüzüklerde turizmin gelişimine engel oluşturan hükümlerin değiştirilmesi,
- Belirli bölgelerde ve zamanlarda festivallerin düzenlenmesi ve ikinci kalkınma planı döneminde olimpiyat düzenlenmesi için gerekli araştırmaların yapılması,
- Turizm personellerinin gerekli eğitimi alması,
- Yeni yapılacak olan konaklama tesislerinden bir süre için bina vergisinden muafiyet tanınması,
- Bölgesel olarak turistik eserlerin tanıtılması,
- Turistik tesislerin bulunduğu yerlerde turistlerin ihtiyaçlarını karşılayacak yiyecek, içecek ve hatıra eşya satan yerlerin açılması
- Turizme elverişli tabiat değerlerini gerekli tedbirler alarak turistik açıdan değerlendirilmesi plan çerçevesinde belirlenen tedbirler olmuştur.

Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında belirlenen amaçlar planlama döneminin ilk üç yılında genel olarak uygulanmıştır fakat alınması öngörülen tedbirler uygulama aşamasında birtakım sorunların yaşanmasından dolayı zamanında alınamamıştır (SBB, 1968:593).

İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde (1968-1972) iç ve dış turizminin geliştirilmesi, kitle turizminin geliştirilmesi, turizm kapasitesi fazla olan bölgelere yatırımların yoğunlaştırılması, uluslararası standartlara uygun bir şekilde fiyat

politikasının belirlenmesi, sektörde teşkilatlanmanın oluşturulması ve alt yapı tesislerinin geliştirilmesi gibi amaçlara odaklanılmıştır (SBB, 1968:593). Ayrıca bu plan döneminde sektöre yönelik alınması gereken tedbirler de şu şekilde sıralanmıştır (SBB, 1968:600-601):

- Turizm Tanıtma Bakanlığı'nın kuruluş kanununda gerekli değişiklikler yapılarak yalnızca turizm sektörüyle ilgilenmesini sağlamak,
- Turizm ve Tanıtma Bakanlığı ve diğer kurumlar ile iş birliği yaparak ülke tanıtımının yapılması,
- Kaliteli bir sektör oluşumu için çevre sağlığı ve gıda kontrolüne önem verilmesi,
- Turizm İşletmeleri Kurumunun kurularak, belirli bir işletme politikasının oluşturulması ve işletmelerin tek elden yönetilmesi,
- Sektöre ilişkin kredi politikalarını düzenleyecek bir örgütün kurulması,
- Turizm Eğitimi ve Öğretimi Milli Merkezi kurularak mesleki eğitim çalışmalarının koordine edilmesini sağlamak,
- Öncelikle Akdeniz ülkeleri olmak üzere uluslararası alanda ortak turizm tanıtımı için iş birliği yapılması,
- Tarihi ve kültürel değerlerin korunması ve değerlendirilmesi açısından planda belirlenen bölgelere ağırlık verilmesi,
- Ulaştırma ve turizm faaliyetleri arasındaki ilişkinin detaylı olarak ele alınması şeklinde tedbirler belirlenmiştir.

İkinci plan döneminde, birinci plan döneminde yapımına başlanan konaklama tesislerinin yapımı tamamlanmış ve hizmet vermeye başlamıştır. Bu plan döneminde kitle turizminin geliştirilmesine öncelik verilmiş ancak kitle turizmine uygun tesislerin kurulması için yeterli kredi ihtiyacı karşılanamamıştır. İkinci plan döneminde yatak kapasitesi önceki plan dönemine göre yüzde 14 oranında artış göstermiştir. Bu plan döneminde sektör için yetiştirilen personel nicelik ve nitelik bakımından yetersiz kalmıştır (SBB, 1973).

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Plan döneminde (1973-1977) öncelikli olarak sektöre ilişkin yatırımların turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu bölgelere yapılmasına

devam edilerek yapılan tesislerin kitle turizmine uygun olmasına dikkat edilmesi hedeflenmiştir. Aynı zamanda öncelikli bölgelerin alt yapı yatırımlarının geliştirilmesi, milli park yatırımları ve tarihi eserlerin onarımının tamamlayıcı yatırımlar içerisinde ele alınması hedefler arasındadır (SBB, 1973). Bu plan döneminde sektöre ilişkin belirlenen diğer ilkeler aşağıdaki gibidir (SBB, 1973:619-620):

- Sektöre ilişkin tüm faaliyetlerin kitle turizm esaslarına uygun olarak yapılması,
- Turizm yatırım ve işletmeciliği konusunda özel sektörün esas alınması,
- Turizmin hızlı geliştiği bölgelerde fiziksel planlamanın yapılması,
- Bir mevzuat hazırlanarak, kıyıların turistik ve milli park niteliğindeki alanların toplum yararına kullanılması ve korunması,
- Sektörün kredi ihtiyaçlarının karşılanması için Turizm Bankası'nın yanı sıra genel banka sisteminden de karşılanma imkânlarının hazırlanması,
- Sosyal turizminin geliştirilmesine özen gösterilmesi,
- İç turizmin teşvik edilmesi,
- Turizm eğitime ve eğitilmiş personelin istihdamına özen gösterilmesi bu plan döneminin başlıca hedefleri olarak belirlenmiştir.

Üçüncü plan döneminde yatak kapasitesi önceki döneme göre artmış ancak plan döneminde belirlenen hedeflerin altında kalmıştır. Bu dönemde dış seyahat gelirlerinde istenilen hedefe ulaşamamasının yanı sıra plan döneminde yatak kapasitesindeki yetersizlik ve turizm tesislerindeki yüksek fiyatlardan kaynaklı olarak iç turizm talebi yurt dışına yönlendirilmiştir (SBB, 1979:430).

Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı çerçevesinde (1979-1983); sektörün işleyişinin kitle turizm esaslarına uygun olarak şekillendirilmesini ancak işleyişin kitle turizmine uygun şekle gelene kadar bireysel turizmin de geliştirilmesi, konaklama kapasitesinin artırılması, yabancı turizm yatırımcılarının yatırımlarının özendirilmesi, kamu kuruluşlarına ait kamp ve dinlenme tesislerinden daha fazla kişinin yararlanması adına yatak kapasitesinin artırılması ve bu kapasitenin tek merkezden yönetilmesi, mevsim içi uçak filosu artırılarak charter seferlerin düzenlenmesi, çalışanların

dinlenme ve tatil olanaklarından faydalanması için gerekli önlemlerin alınması, doğal alanların halkın kullanımına açılması, her turiste veya g n birlik ilere Türkiye’de kaldığı gün başına belirlenen tutarda döviz bozdurma zorunluluğunun getirilmesi, belli aylarda turizm faaliyetlerinin yoğunlaşması sebebiyle gerekli önlemlerin alınması ve turizm eğitim politikasının yeniden düzenlenmesi bu plan döneminin başlıca amaçları olarak belirlenmiştir (SBB, 1979:432).

Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde de (1985-1989) daha önce hazırlanan dört kalkınma planında olduğu gibi öncelikli olarak turist sayısının arttırılması, turizm gelirinin arttırılması, konaklama ve yatak kapasitesinin arttırılması şeklinde hedefler belirlenmiştir. Bu plan döneminde ayrıca ülkenin sahip olduğu arkeolojik, tarihi, kültürel değerlerin mevcut turizm potansiyelleri doğrultusunda değerlendirilmesi hedeflenmiştir. Beşinci plan dönemiyle birlikte OECD ve OPEC  lkelerinin yanında Balkan ve     nc  Dünya  lkeleri ile ilişkilerin geliştirilmesi, kitle turizmin yanı sıra bireysel turizmin geliştirilmesi, modern teknik imk nlar kullanılarak turizm istatistiklerinin tutulması, Turizm Bankasının doğrudan yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullandırılması bu plan döneminin odaklandığı ilkeler olmuştur (SBB, 1985:120).

Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Plan döneminin (1990-1994) turizme yönelik belirlediği politikalar ise şu şekildedir (SBB, 1990):

- Sektörde  eşitlilik sağlanarak; kış, av ve su sporları, festival, sağlık, gençlik, üçüncü yaş turizmi, kongre, termal ve golf turizminin teşvik edilmesi,
- Sektörde hizmet veren kişilerin nicelik ve nitelik bakımından sayıların arttırılması,
- Sektörün alt ve üst yapısının iyileştirilmesi,
- İnsanlığın kültür ve tabiat mirası durumunda olan varlıkların korunması,
- Charter taşımacılığının geliştirilmesi ve yerli seyahat acentalarının tur operat rl ğ n  teşvik edilmesi,
- Turizm faaliyetlerinin aktif olduğu yerlerde mevsim uzatıcı önlemlerin alınması ve sektörün niteliğinin arttırılması,
- Aile işletmeciliği ve küçük kapasiteli işletmelerin teşvik edilmesi,

- Toplumdaki bireylerin uygun ve sağlıklı koşullar altında tatil yapması plan döneminde belirlenen ilkelere.

Altıncı plan döneminde, önceki dönemlerde belirlenen politikalar neticesinde yatak kapasitesi ve döviz miktarı yükselmiştir. Bu plan döneminde yaşanan olumlu gelişmelere karşın Akdeniz ülkeleriyle karşılaştırıldığında; yatak kapasitesi, altyapı, tanıtım, mesleki eğitim, ulaşım, seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü gibi konularda yetersizliklerin devam ettiği görülmektedir (SBB, 1996:162).

Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Plan döneminde (1996-2000) ise temel amaç; yerel halkın ve yabancı turistlerin beklentilerinin karşılandığı, doğal ve kültürel varlıkların zenginleştirilerek sürekliliğinin sağlandığı rekabet düzeyi yüksek bir sektör oluşturmaktır. Plan döneminde sektörün coğrafi dağılımı ve mevsimselliğin iyileştirilmesi, değişen tüketici tercihleri doğrultusunda yeni potansiyel alanların yaratılması, golf, kış, dağ, yayla, termal, sağlık, yat, karavan, kruvaziyer, kongre ve eğlence turizminin geliştirilmesine bu dönemde de devam edilmesi yedinci plan döneminin belirlediği politika hedefleridir.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Plan döneminde (2001-2005) ise öncelikle kriz dönemlerinde sektörün olumsuz yönde etkilenmemesi adına sağlıklı bir yapıya kavuşturulması amaçlanmıştır. Ayrıca bu plan döneminde; turizm faaliyetlerinin yılın tamamına yayılması, turizm yatırımlarının doğal, tarihi ve sosyal çevreyi koruyup geliştirecek şekilde planlanması, turizm teşviklerinin öncelikli olarak pazarlama, hava ulaşımı ve hizmet kalitesini arttırmaya yönelik kullanılması, küçük ölçekli işletmelerin geliştirilmesine öncelik tanınması, mesleki eğitimin kalite ve standartlarının belirlenmesi, yeni turizm potansiyellerinin oluşturulması, sürdürülebilir turizm için gerekli düzenlemelerin yapılması sekizinci plan döneminde turizme yönelik odaklanılan hedeflerdir (SBB, 2001).

Dokuzuncu Kalkınma Plan dönemi (2007-2013) Türkiye'nin ilk yedi yıllık dönemi kapsayan plandır. Bu plan döneminde Türkiye, Dünya Turizm Örgütü verilerine göre en çok turist ağırlayan ülkeler sıralamasında altıncı sırada, turizm gelirlerinde ise on ikinci sırada yer almıştır. Geçmiş planlarda olduğu gibi kitle turizmi ön planda yer almıştır. Sekizinci planda gündeme gelen sürdürülebilir turizm çerçevesinde bu plan döneminde de çevreye duyarlı konaklama tesislerine yönelik

standartlar belirlenerek sürdürülebilir turizmin teşvik edilmesi plan döneminin amaçları arasındadır (Tuncel, 2019:64).

Onuncu plan döneminde (2014-2018) ise turizm kalitesi arttırılarak Türkiye'nin küresel çapta bir marka haline getirilmesi, turizmde çeşitlilik sağlanması için altyapı eksikliklerinin giderilmesi, sürdürülebilirlik, pazardaki değişimler dikkate alınarak tanıtımların yapılması, turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu destinasyonlarda yerel yönetimlerin ve halkın turizmle ilgili kararlara katılımını sağlanması ve nitelikli personeller yetiştirilerek hizmet kalitesinin arttırılması gibi ilkeler belirlenmiştir (SBB, 2014:114).

On Birinci Kalkınma Planı döneminde (2019-2023); turizm çeşitliliği, sezonun uzatılması, hizmet kalitesinin güçlendirilmesi ve harcama potansiyeli yüksek olan turistlerin Türkiye'yi tercih etmeleri sağlanması, harcamaların konaklama dışında da yapılmasını sağlamak gibi başlıklar plan döneminde turizm için belirlenen hedeflerdir (SBB,2014:99). Bu plan dönemine kadar Türkiye'de bir turizm pazarı oluşturulmuştur. Ancak bu pazarın önemli bir bölümünü deniz-kum-güneş turizminin oluşturması mevsimsellik gibi olumsuz etkilere yol açmaktadır. Bu nedenle turizm pazarının güçlendirilerek başta uzak doğu ülkeleri olmak üzere kaydıyla yeni pazarların oluşturulması ve turist sayısının arttırılması hedeflenmiştir. On birinci plan döneminde ülkenin iç ve dış turizmde tanıtımını yaparak bir marka oluşturmak amacıyla Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı'nın kurulması amaçlanmıştır, Nitekim 15 Temmuz 2019 tarihinde Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı (TGA) kurulmuştur. TGA, Türkiye'nin iç ve dış turizm pazarında bir marka ve cazibe merkezi haline gelmesi ve ülke ekonomisindeki payının arttırılması amacıyla çalışmalarını yürütmektedir (TGA, 2023). On Birinci Kalkınma Planı döneminde bir başka ele alınan durum kriz ve risk durumlarında sektörün etkilenmemesi için bir plan hazırlanmasıdır. Özellikle 24 Kasım 2015 tarihinde Türkiye'nin sınır ihlali sonucu Rus uçağını düşürmesi iki ülke arasındaki ilişkilerin gerilmesine neden olmuştur. Yaşanan bu gerginlik neticesinde Rusya, Türkiye'ye karşı birtakım yaptırımlar uygulamış ve bu yaptırımlardan tartışmasız en fazla turizm sektörü etkilenmiştir. Dolayısıyla kriz ve benzeri olumsuz durumlarda sektörün sarsılmasını en aza indirmek için bir risk planının hazırlanması hedeflenmiştir. Bunların yanı sıra tüm planlarda konu olan turizmin mevsimsellikten çıkıp tüm yıla yayılmasını sağlamak amacıyla altyapının güçlendirilerek deniz-kum-güneş turizmi dışında sağlık, kruvaziyer, golf, düğün,

gastronomi ve alışveriş gibi turizm gelirini arttıracak turizm çeşitlerinin geliştirilmesi ve turist sayısının arttırılmasına ilişkin çalışmaların yapılması planlanmıştır. Sekizinci Kalkınma Plan döneminde gündeme gelen sürdürülebilir turizm konusu bu plan döneminde de dikkate alınarak sürdürülebilir turizm anlayışı doğrultusunda turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir. Sektörün hizmet kalitesini arttırmak için Millî Eğitim Bakanlığı ile iş birliği sağlanarak nitelikli personel ihtiyacı karşılanması bu doğrultuda Kültür ve Turizm Bakanlığı'na düzenlenen eğitimlere turizm personelinin katılım sağlaması belirtilmiştir. On Birinci Kalkınma Planında diğer planların yanı sıra teknoloji başlığı da ele alınmıştır. Dünyada gelişen teknoloji ile birlikte neredeyse tüm sektörlerde dijitalleşme söz konusudur. Bundan dolayı sektörün dijitalleşme eğilimleri araştırılarak teknoloji destekli turist deneyimlerini artırıcı projelerin geliştirilmesi ve artık günümüzde birçok işin elektronik ortamda yapıldığı gibi sektörde yatırımcıların iş yapmalarını kolaylaştırmak adına yatırım aşamalarının da elektronik ortama taşınması plan döneminin turizm politikaları olarak belirlenmiştir (SBB, 2014:99-101).

Kalkınma planları kapsamında incelen turizm politikalarının; yatak kapasitesi, turist sayısının arttırılması, turizm gelirleri, tesis sayısı, kitle turizm, tanıtım, eğitim, teşkilatlanma, alt yapı, mevsimsellik, sosyal turizm, doğal ve kültürel çevre, turizm çeşitliliği gibi konulara odaklanılmıştır. Bu politikalar çerçevesinde bakıldığında Türkiye; turist sayısını arttırma konusunda UNWTO verilerine incelendiğinde bazı istisnai yıllar haricinde önemli bir başarı gösterirken turizm gelirleri konusunda aynı başarıdan söz etmek mümkün değildir. Araştırmanın “Türkiye Turizm Politikalarının Geçmişten Günümüze Gelişimi” adlı başlığı altında Türkiye'nin ağırladığı turist sayısı ve turizm gelirlerine ilişkin ayrıntılı tabloda bu veriler verilmiştir. Türkiye turizm verilerini iyileştirmek ve geliştirmek adına sektörün düzenli işleyebilmesi ve nitelikli bir sektör oluşumu için teşkilatlanma ihtiyacı duymuş ve bu doğrultuda 1937 yılında turizm faaliyetlerinin yürütülmesi amacıyla Türk Ofisi, 1943 yılında Turizm Müdürlüğü kurulmuştur. Ardından 1949 yılından itibaren turizm faaliyetlerini, Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü bünyesindeki Turizm Dairesi tarafından yürütülmüştür. Bakanlık düzeyinde 1957 yılında Basın, Yayın ve Turizm Vekâleti adlı bakanlığın kurulmasıyla turizm faaliyetleri, bu bakanlığın çatısı altında toplanmıştır. 1963 yılında bu bakanlık Turizm ve Tanıtma Bakanlığına ardından 1982 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığına dönüşmüştür. 1989 yılında ise kültür ve turizm birbirinden

ayrılmış, günümüzde ise Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak turizm faaliyetlerini yürütmeye devam etmektedir (Kuşluvan, 2016:197). Kalkınma planlarında ele alınan bir diğer konu tesis sayısının artırılması olmuştur. Günümüzde bakanlık belgeli konaklama tesis sayısı; işletme ve yatırım belgeli olarak 4.852, belediye belgeli olarak 8.602 toplamda 13.454 tesis sayısına ulaşmıştır (TÜRSAB, 2022). Kalkınma planlarında turizme yönelik belirlenen politikalar arasında ele alınan bir başka konu mesleki eğitim olmuştur. Türkiye’de turizmin ülke ekonomisine ve imajına olan katkısının fark edilmesinin ardından hizmet kalitesini arttırmak için nitelikli personele olan ihtiyaç artmıştır. Bu doğrultuda ülkede öncelikle turizm eğitimi kısa zamanlı kurslar ile başlayıp daha sonra ortaöğretim, yükseköğretim ve lisansüstü seviyelerde gelişim göstermiştir (Solmaz ve Ulama, 2014:101). Ancak lisans derecesinde turizm eğitimi veren yükseköğretim kurumlarının sayıca artırılması sektöre nitelikli personel yetiştirmesi açısından olumlu görünse de beraberinde birtakım sorunları da getirmiştir. Bu sorunlardan en önemlisi turizm eğitimi alan öğrencilerin mezun olduktan sonra başka alanları tercih etmesidir (Keleş, 2018:220). Timur (1992), turizm eğitimine yönelik ortaya çıkan sorunları genel ve özel olarak iki gruba ayırmış olup bu sorunları şöyle sıralamıştır (Türkeri, 2014:5-6);

Genel sorunlar;

- Turizm eğitimi politika ve planlanması
- Sektör ve mesleki eğitim veren kurumlar arasındaki iş birliği
- Turizm eğitiminde koordinasyon
- Eğitilmiş olan personelin yasal açıdan koruma altına alınması

Özel sorunlar;

- Ders programları
- Eğitim araç ve gereçleri
- Yabancı dil
- Öğretim elemanı
- Öğrenci kontenjanı
- Staj

- Yüksekokulların kuruluş yeri olarak belirlenmiştir.

Mesleki eğitime ilişkin yukarıdaki sorunlar incelendiğinde; kalkınma planları kapsamında turizm eğitimin niteliğin artırılması ve mesleki eğitimin desteklenmesine ilişkin Turizm Eğitimi ve Öğretimi Milli Merkezi'nin kurulması, turizm eğitimine ve eğitimli personelin istihdamına özen gösterilmesi şeklinde politikalar belirlenmiştir. Ancak bu politika hedeflerinin gerçekleştirilememesi sonucunda mesleki eğitimin niteliği konusunda etkin bir başarıya ulaşılamamış olup birtakım sorunlar ortaya çıkmıştır.

Kalkınma planlarının önemli bir bölümünü oluşturan turizm, farklı dönemlerde dönemin koşullarına göre çeşitli açılardan ele alınmıştır. Zamanla oluşan gelişmeleri takip etme isteği turizmin farklı araçlarla geliştirilmesini gerekli kılmış ve bunun neticesinde turizm sektöründeki farklı paydaşlar bir araya getirilerek sektördeki yenilikleri, değişimleri ve gelecek beklentilerinin ele alındığı Turizm Şurası toplanmıştır (Batuhan, 2018:59). Günümüze kadar turizmin gelişmesi adına üç adet Turizm Şurası düzenlenmiştir. Bunların ilki 20-22 Ekim 1998, ikincisi 12-14 Nisan 2002 ve üçüncüsü 01-03 Kasım 2017 tarihlerinde düzenlenmiştir. İlk turizm şurasında dünya turizm piyasasında Türkiye turizm sektörünün rekabet gücünü artırmak, turistlerin ve ülkedeki vatandaşların sektörden beklentilerini karşılamak, ülkenin sahip olduğu tarihi, kültürel ve doğal güzellikleri zenginleştirerek ve koruyarak devamlılığını sağlamak I. Turizm Şurası'nın amaçlarıdır (Özdemir, 2002:6). II. Turizm Şurası'nda ise; sektörün öncelikli olarak kabul edilmesi, alt yapı, tanıtım ve sektörün teşvik edilmesi için yeterli finansmanın sağlanması, sektöre yönelik politika kararlarının beş yıllık kalkınma planlarıyla sınırlanmayıp on yılı kapsayan yenilenebilir planların yapılması, bölgesel anlamda projelerin geliştirilmesi, turizmin çeşitlendirilmesi ve tüm yıla yayılması, iç turizmin yaygınlaştırılması adına tüketici kredilerinin sağlanması, sürdürülebilirlik ilkelerine uygun bir şekilde alternatif turizm çeşitlerinin özendirilmesi, İstanbul'un ayrı bir şekilde ele alınıp değerlendirilmesi, yatak kapasitesinin artırılması, mesleki eğitime önem verilmesi, yabancı sermayenin yatırımcı olarak teşvik edilmesi II. Turizm Şurası'nda belirlenen politikalar (Batuhan, 2018:62). Sonuncusu düzenlenen III. Turizm Şurasında sektörün mevcut durumunun değerlendirilmesi ve sonrası için ulusal bir turizm politikası oluşturmak için, kamu kurum ve kuruluşları, turizm meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları, turizm sektörü ve akademik camianın katılımı sağlanmıştır. III. Turizm Şurası

çerçevesinde sektörün, çevreye duyarlı, dünya gerçekleri ile uyum içerisinde sektörün isteklerini cevaplandırabilecek sürdürülebilir turizm politikaları doğrultusunda yeni gelişmelerin takip edilerek geleceğe ilişkin izlenecek politikaların değerlendirilmesi amacıyla 13 komisyon toplanmış ve turizmi farklı konularda ele alarak sektöre yönelik aşağıdaki politikalar belirlenmiştir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2017):

- Turizmin yasal zemininin güçlendirilmesi,
- Bakanlığın görev ve teşkilat yapısının güçlendirilmesi,
- Sektörde yeni teknolojilerin kullanılması,
- Yeni pazarların geliştirilmesi,
- Sürdürülebilir ve çevreye duyarlı turizm faaliyetlerine ağırlık verilmesi,
- Mesleki eğitime özen gösterilerek hizmet kalitesinin artırılması,
- Sektörde risk yönetimi planlaması yapılması,
- Sürdürülebilirlik ilkeleri çerçevesinde turizmde çeşitlilik sağlanması,
- Seyahat acentacılığı mevzuatının iyileştirilmesi,
- Mesleki eğitime önem verilmesi, eğitim programlarının sayısı artırılarak hizmet kalitesinin güçlendirilmesi,
- Turizmin gelişiminde yerel yönetimlerle iş birliği yapılması,
- Zengin gastronomi kültürünün geliştirilerek Türkiye'nin olumlu marka oluşumuna katkı sağlaması şeklindedir.

Turizm Şuraları, sektörde tüm paydaşların bir araya gelerek ülke turizminin mevcut durumunun tartışılmasını sağlaması yönünden oldukça önemlidir. Ancak kalkınma planlarında belirlenen politikalar ile aynı dönemlerde toplanan turizm şuralarında benzer politikaların belirlenmesi sektöre bir kazanım sağlamak yerine alınan kararların bilgi karmaşasına neden olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

Türkiye'de 2013 yılına kadar dokuz adet beş yıllık kalkınma planı hazırlanmış ve iki kere turizm şurası toplanmıştır. Kalkınma planları ve turizm şuralarında sektör detaylı şekilde ele alınarak turizmin gelişimi için hedefler belirlenmiştir. Ancak Türkiye, turizm sektörüne yönelik yatırımlarını gerçekleştirirken turizm tanıtımı konusunda gerekli özen gösterilmemiş, aynı havza içerisinde yer alan ve başlıca

rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin gerisinde kalınmıştır. Bu sebeple dokuzuncu beş yıllık kalkınma planında turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı bir şekilde gelişmesi için sektöre yönelik yeni bir planın hazırlanacağı belirtilmiş olup (Demir,2014) 2007 yılından başlayarak 16 yıllık bir süreyi kapsayan yeni bir planlama için Cumhuriyetin 100. yılı olan 2023 yılı için Türkiye Turizm stratejisi hazırlanmıştır. Bu strateji genel olarak sektöre yönelik aşağıdaki hedefleri belirlemiştir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022).

- Türkiye’de turizm, yoğunluklu olarak kıyı turizminde şekillenmektedir. Bu nedenle ülkenin turizmden alacağı payı arttırmak amacıyla alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi,
- Ülkenin uluslararası pazarda markalaşmasını sağlarken sürdürülebilir turizm yaklaşımının benimsenmesi,
- Turizm yatırımlarının uygulanabilir olması için teşvikler ile yatırımların arttırılması,
- Sivil toplum kuruluşları ile sektördeki kuruluşların iş birliği yaparak iç turizmin geliştirilmesine katkı sağlanması,
- Turizmin yoğun olduğu ve hızlı geliştiği bölge veya destinasyonlarda alt yapı ve ulaşım sorunlarının çözülmesi,
- Kitle turizminin yoğun olduğu yerlerde altyapı güçlendirilerek turizmin 12 aya yayılması,
- Belirli bir tema oluşturulması için belirli bir güzergâhın doğal ve kültürel dokusunun yenilenmesi hedeflenmektedir.

Yukarıda belirlenen hedefler doğrultusunda 2023 Türkiye Turizm Stratejisi kapsamında; bölgesel gelişimde turizmin öncü bir sektör konumuna getirilmesi, sürdürülebilir ilkeler benimsenerek sürdürülebilir bir turizm oluşturulmasına, Türkiye’nin turizm gelirleri ve turist sayıları bakımından ilk beş ülke arasında bir marka haline gelmesi amaçlanmıştır.

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye’nin turizm sektörünü geliştirmek adına planlı dönem öncesi turizm politikaları ve planlı dönemde yer alan kalkınma planları, turizm şuraları ve 2023 Türkiye Turizm Stratejisi’nde yer alan politika hedefleri incelenmiştir. İncelenen bu politikalar doğrultusunda çalışmanın bir sonraki

bölümünde Türkiye turizm politikalarının geçmişten günümüze dek olan gelişimi incelenerek değerlendirme yapılacaktır.

### 3.3. Türkiye Turizm Politikalarının Geçmişten Günümüze Gelişimi

Türkiye turizm politikaları incelendiğinde planlı dönem öncesini kapsayan 1923-1960 dönemlerinde sektöre yönelik kapsamlı yatırımlar yapılmamıştır ancak sektör devlet tarafından önemsenmiş, özellikle Reşit Saffet Atabinen'in katkıları ile sektöre ilişkin önemli gelişmeler yaşanmıştır. Planlı dönem ile birlikte ise sektör, kalkınma planlarının oluşturulmasıyla turizm sektörüne detaylı olarak yer verilmiş ve sektörün gelişimi adına politikalar belirlenmiştir. Plan dönemlerinde dördüncü kalkınma plan dönemine kadar yatak kapasitesinin arttırılması, konaklama kapasitesinin arttırılması, tanıtım ve kitle turizmin geliştirilmesine odaklanılırken beşinci plan dönemiyle birlikte kitle turizminin yanı sıra bireysel turizmin geliştirilmesine, altıncı plan dönemiyle turizm çeşitliliğinin sağlanması, sekizinci plan dönemiyle sürdürülebilirlik ve onbirinci plan dönemiyle de yüksek gelirli turizm çeşitlerinin arttırılması ve sektörde dijitalleşme çalışmalarının yapılması şeklinde turizm politikaları değişim göstermiştir. Benzer şekilde Turizm Şuraları ve 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde de sektörün kalitesinin arttırılması, mesleki eğitimin niteliğinin arttırılması, turizm faaliyetlerinin yılın tamamına yayılması ve sürdürülebilir turizm anlayışı şeklinde politikalar belirlenmiştir. Bu doğrultuda Türkiye'de turizm sektörünün geliştirilmesine ilişkin belirlenen politikalar ülke turist sayısını ve turizm gelirlerini giderek arttırmıştır. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verileri incelendiğinde Türkiye'nin 2010-2021 yılları arasında ağırladığı turist sayısı ve turizm gelirleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 3.1. Türkiye'nin Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Elde Ettiği Turizm Geliri (2010-2021)**

| Yıl  | Ağırladığı<br>Turist Sayısı | Turizm Geliri    | Kişi Başına<br>Düşen Harcama<br>Miktarı (\$) |
|------|-----------------------------|------------------|----------------------------------------------|
| 2010 | 31,4 (milyon)               | 22,6 (milyar \$) | 719,7                                        |
| 2011 | 34,7 (milyon)               | 25,1 (milyar \$) | 723,3                                        |
| 2012 | 35,7 (milyon)               | 25,3 (milyar \$) | 708,6                                        |

|             |               |                  |       |
|-------------|---------------|------------------|-------|
| <b>2013</b> | 37,8 (milyon) | 28,0 (milyar \$) | 740,7 |
| <b>2014</b> | 39,8 (milyon) | 29,6 (milyar \$) | 743,7 |
| <b>2015</b> | 39,5 (milyon) | 26,6 (milyar \$) | 673,4 |
| <b>2016</b> | 30,3 (milyon) | 18,7 (milyar \$) | 617,1 |
| <b>2017</b> | 37,6 (milyon) | 22,5 (milyar \$) | 598,4 |
| <b>2018</b> | 45,8 (milyon) | 25,2 (milyar \$) | 550,2 |
| <b>2019</b> | 51,2 (milyon) | 29,8 (milyar \$) | 582   |
| <b>2020</b> | 15,9 (milyon) | 10,2 (milyar \$) | 641,5 |
| <b>2021</b> | 29,9 (milyon) | 20,8 (milyar \$) | 695,6 |

(UNWTO, 2022)

Tablo 3.1. incelendiğinde Türkiye'nin ağırladığı turist sayısının 2016 ve 2020 yılları haricinde sürekli olarak arttırdığı görülürken, turizm gelirleri için sürekli bir artıştan söz edilemez. 2016 yılında turist sayısındaki gerilemenin gerekçesi 24 Kasım 2015 tarihinde Rus savaş uçağının Türk hava sahasını ihlali gerekçesiyle Türkiye'nin Rus uçağını düşürmesi iki ülke arasında krize yol açmış ve yaşanan bu kriz 2016 yılında Türkiye'nin ağırladığı turist sayısında önemli derecede azalmaya yol açmıştır. 2020 yılında ise küresel olarak yaşanan koronavirüs salgını nedeniyle ülkelerin uyguladıkları seyahat kısıtlamaları ve sosyal izolasyon uygulamalarından dolayı turist sayılarında küresel çapta belirgin şekilde düşüş yaşanmıştır. Türkiye de salgını yaşayan bir ülke olarak bu durumdan ciddi şekilde etkilenmiştir.

Tablo 3.1.'deki istatistiki verilerden yola çıkarak Türkiye'nin ağırladığı turist sayısı ve turizm gelirlerinin arttırılması ülkenin turizm politikalarında hedeflediği yatak kapasitesi ve konaklama kapasitesini artırma hedefinde başarı sağladığını göstergesi niteliğindedir. Ancak gelen turist sayısına göre yapılan harcamaların ve elde edilen turizm gelirinin düşük olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum Türkiye'nin turizm politikalarında turizm gelirlerini arttırmak amacıyla belirlediği hatıra eşya satan yerlerin açılması, festival ve olimpiyatların düzenlenmesi, daha fazla turizm geliri sağlayan golf, kruvaziyer, yat ve alışveriş turizmi gibi alternatif turizm türlerinin

geliştirilmesi yönelik politikalar konusunda yetersiz kalındığına işaret etmektedir. Bu politikalara uluslararası niteliklerde hizmete giren golf tesisleriyle gerçekleştirilen turnuvalar, kruvaziyer ve yat turizmlerine yatırımların yapılması şeklinde olumlu gelişmeler söz konusu iken alışveriş turizmi veya olimpiyatların düzenlenmesine ilişkin kayda değer bir proje veya çalışmadan söz edilememektedir.

Turizm politikalarında yer alan bir diğer konu ise ülke turizminin tanıtımıdır. Kalkınma planlarında turizmin tanıtımına ilişkin politikalar yer almasına rağmen ülke, başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin gerisinde kalmasından dolayı dokuzuncu plan döneminde yeni bir plana ihtiyaç duyulduğu belirtilerek 2023 Türkiye Turizm Stratejisi hazırlanmıştır. Aynı zamanda 2019 yılında Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı kurularak bu yönde önemli bir adım atılmıştır.

Türkiye turizm politikalarında önem verilen diğer bir konu sektörün mevsimselliği üzerinedir. Türkiye'ye gelen ziyaretçi sayıları incelendiğinde ağırlıklı olarak Mayıs, Haziran, Temmuz, Ağustos, Eylül ve Ekim aylarında yoğunlaştığı görülmektedir (TÜRSAB, 2022). Turizm politikaları çerçevesinde turizmin faaliyetlerinin çeşitlendirilerek bu sorunun çözülmesi planlanmıştır. Bu doğrultuda kültür, kış, kongre, sağlık, yayla, golf ve kruvaziyer turizminin geliştirilmesi amaçlanmış ve bu doğrultuda yatırımların yapılması hedeflenmiştir.

Sektör için önem arz eden nitelikli personel için mesleki eğitimin geliştirilmesi, standartların oluşturulması ülkenin turizm politikalarında yer alan bir önemli bir konudur. Planlı dönem turizm politikalarında da değinildiği üzere turizm eğitime yönelik birtakım sorunlar mevcuttur. Bunlar; staj sorunları, mesleki dersler için araç ve gereç yetersizlikleri, yabancı dil, ders müfredatı, kontenjan, turizm eğitiminin kalitesi, isteksiz bir şekilde bölümün tercih edilmesi, turizm eğitimi alan kişilerin sektörde çalışmak istememeleri mesleki eğitimin başlıca sorunları olarak belirlenmiştir (Keleş, 2018; Keleş vd., 2017; Türkeri, 2014). Bu çerçevede bakıldığında mesleki eğitimin niteliğinin artırılması yönünde eksikliklerin olduğu çıkarımı yapılabilmektedir.

Türkiye turizm politikalarının neredeyse her döneminde ele alınan önemli bir diğer konu altyapının geliştirilmesidir. Ülkenin rakipleri ile uluslararası ölçekte rekabet edebilmek adına altyapı yetersizliklerini gidermesi şarttır. Bu doğrultuda “Akdeniz-Ege Turizm Altyapısı Kıyı Yönetimi” projesi ile Türkiye, altyapı

konusunda önemli bir ilerleme sağlamıştır (Sivil, 2007:115). Turizm altyapısının iyileştirilmesi için hazırlanan bir diğer program “Turizm Altyapısı Mali Destek Programı”dır. Bu program kapsamında Güney Ege bölgesinde alternatif turizm potansiyelini ve çekiciliğini altyapı çalışmaları ile geliştirmek amaçlanmıştır (T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı, 2013). Aynı zamanda turizm faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde havayolu ulaşımı ciddi bir öneme sahiptir. Sektörün ilerlemesine bağlı olarak ülkede havaalanı sayısı arttırılarak 2022 itibariyle 59 havaalanına ulaşmıştır.

Türkiye turizm politikaları bütün olarak incelendiğinde öncelikli olarak turizm gelirlerini arttırmaya ve daha fazla turist ağırlamaya yönelik hedeflerin olduğu dikkat çekmektedir. Bu politikalar sonucunda ise turizm bölgelerinin taşıma kapasiteleri aşılmış, doğal kaynaklar ve çevre zarar görmeye başlamıştır (Yurtsal, 2019:66). Dolayısıyla ülke turizm politikalarında sürdürülebilirlik hedeflerine ilişkin bir yönelim olmuştur. Bu doğrultuda sektöre ilişkin TUROB’un koordinatörlüğünü üstlendiği Yeşillenen Oteller Programı, TÜRÇEV’in yönettiği Yeşil Anahtar Programı, Yeşil Yıldız Sertifikasyon Sistemi gibi sürdürülebilirlik uygulamaları mevcuttur (Satar, 2016; Kirazcı, 2021:35). Ülkede sürdürülebilirliğin lehine uygulanan bu çalışmaların yanı sıra sürdürülebilirlik ve çevreye duyarlılık politikası ile çelişen durumlarda mevcuttur. Örneğin özellikle turizme açılan yayla arazilerinde, artan ulaşım olanakları ve turistik faaliyetlerin etkisi ile yasa dışı bir arazi kullanımı ve yapılaşma mevcuttur (Döner, 2021:727). Bu durumun temel sebeplerinden birisi kaçak yapılaşmayı teşvik eden imar affıdır.

Türkiye turizm politikaları çerçevesinde aynı zamanda gerek yeni trendlere uyum sağlama gerekse değişen ihtiyaçlar doğrultusunda turistlerin beklentilerini karşılanması amacıyla sektörde yeni teknolojilerin benimsenmesi ve dijitalleşme yönünde politikalar belirlenmiştir. Bu doğrultuda büyükşehir belediyelerin akıllı şehir projeleri, özellikle müzelerde arttırılmış gerçeklik teknolojisinin kullanılması şeklinde uygulamalar yer almaktadır. Topkapı Halı Müzesi’nde interaktif zemin vasıtasıyla halıların desenlendirilmesi, Yeşil Efendi Konağı’nda AG (arttırılmış gerçeklik) teknolojisi ile Atatürk ile fotoğraf çekinilmesi, Bilgi Kültür ve Tanıtım Merkezi’nde AG teknolojisi ile Mardin’de bulunan 22 yapı ayrıntılı bir şekilde incelenmesi, Anadolu Medeniyetleri Müzesi’nde sergilenen eserlere yönelik her türlü bilgiye ulaşılması şeklinde örnekler mevcuttur (Sucaklı ve Güzel, 2020:78).

Türkiye turizm politikalarında planlı dönem öncesi ve planlı dönemde önem verilen konulardan biri de sektörde teşkilatlanmadır. Planlı dönem öncesi 1937 yılında Turizm Ofisi, 1943 yılında Turizm Müdürlüğü, 1949 yılında Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü, 1957 yılında Basın, Yayın ve Turizm Vekaleti altında turizmin teşkilatlanmasına yönelik gelişmeler kaydedilmiştir. Planlı dönem ile birlikte 1963 yılında Turizm ve Tanıtım Bakanlığı, 1982 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı, 1989 yılında kültür ve turizm birnirinden ayrılmış ve 2003 yılında kültür ve turizm tekrar birleşerek Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak turizmde teşkilatlanma sağlanmıştır. Teşkilatlanma konusunda Turizm Ofisi'nden Kültür ve Turizm Bakanlığı'na kadar uzanan önemli bir gelişme süreci kaydedilmiştir. Bu süreç içerisinde turizmin farklı alanlarla birleşmesi veya ayrılması gibi bir kavram karmaşasının olduğu görülmektedir. 2003 yılından itibaren turizm, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın sorumluluğunda görev ve sorumluluklarını yerine getirmektedir. Ancak turizm yalnızca kültür ile iletişim içerisinde değildir, birçok disiplin ile etkileşim içerisinde. Ekonomi, maliye, tarım, ulaşım, dış işler, çevre gibi alanlarla da turizm iç içedir. Dolayısıyla turizmin tüm bu disiplinler ile birleştirilip bir bakanlığın oluşturulması mümkün olamayacağından turizmin ayrı bir bakanlık olarak ele alınması sektör açısından daha faydalı olacaktır.

Türkiye turizm politikalarında özellikle 2016 yılında Rusya ile yaşanan gerginliğin ardından turizm sektörü için bir risk planının hazırlanması hedeflenmiştir. Ancak bu hedef doğrultusunda sektörün dış ilişkilerde yaşanan gerginlikler, doğal afet vb. olumsuz durumlara karşın kapsamlı bir turizm risk planı hazırlanmamıştır.

Türkiye'de turizm sektörü planlı dönem öncesi ve planlı dönemde belirlenen turizm politikaları çerçevesinde detaylı olarak ele alınmış ve geçmişten günümüze önemli bir gelişme kaydetmiştir. Ülke turizm politikalarında belirlediği ilkeler çerçevesinde turist sayısını ve turizm gelirlerini küresel pazarda önemli bir noktaya getirmiştir (Tablo 3.1.). Ancak yaşanan olumlu gelişmelere karşın sektörde tanıtım, mesleki eğitim, turizm gelirlerinin arttırılması şeklinde sorunlar devam etmektedir.

#### **4. AVRUPA BİRLİĞİ TURİZM POLİTİKALARI**

Turizm sektörü açısından, Avrupa uzun yıllardır dünyanın en gelişmiş bölgesi konumundadır (Sivil,2007:29). Avrupa'da turizm faaliyetleri istihdam, gayri safi yurt

içi hasıla (GSYH) ve dış ticaret gibi unsurlar ile ekonomiyi doğrudan etkilemesinden dolayı önemli bir ekonomik faaliyettir (Rita, 2000:434).

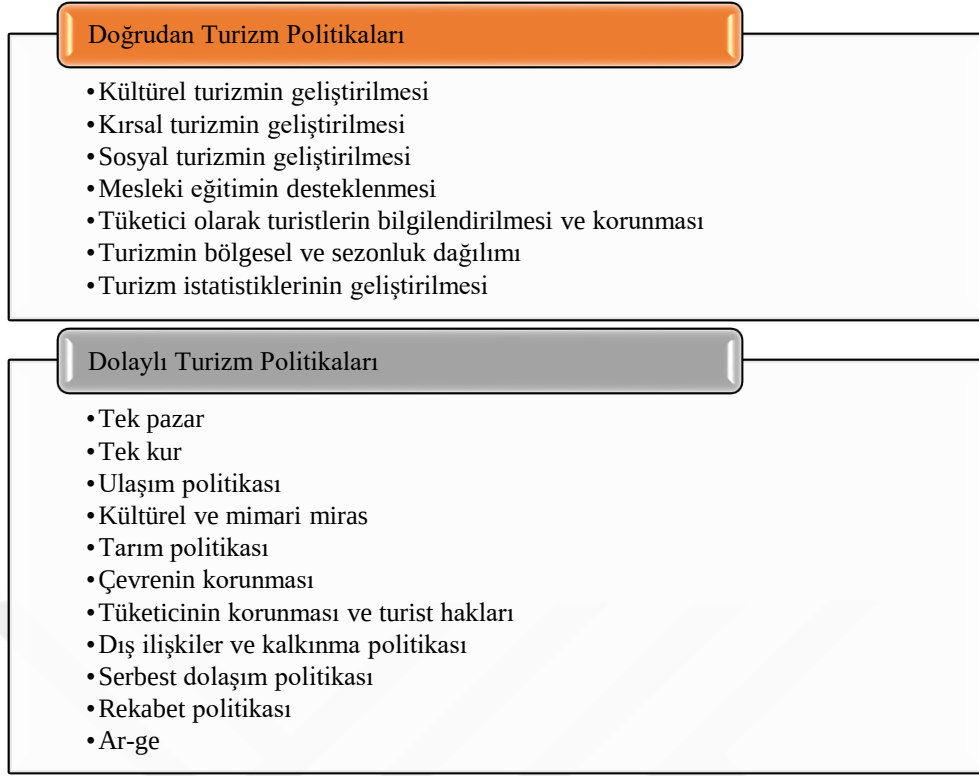
Avrupa Birliği ülkeleri turizm potansiyeli yüksek ülkeler olmasına, istihdam ve GSYİH'nın önemli bir bölümünü oluşturmaya rağmen sektördeki turizm faaliyetlerini düzenleyen ortak bir politika bulunmamaktadır (Akbaş ve Mutlu, 2016:124). AB'nin turizm ile ilgili ortak bir turizm politikası olmasına karşın bu politika detaylandırılmamıştır. Bu durumun nedenleri şu şekilde sıralanmaktadır (Tekindağ, 2014:3):

- AB'ye üye ülke sayısının artmasından ve buna bağlı olarak coğrafi sınırlarının genişlemesinden dolayı oluşan bölgesel farklılıklar,
- AB'nin sektöre yönelik bir teşkilatlanma oluşturmaması, ortak bir politikanın hazırlanması önündeki engeller olarak sıralanmaktadır.

Avrupa Birliği turizm ile ilgili ortak bir politika oluşturmaya ilişkin, 1984 yılında AB'ye üye ülkeler bir karar tasarısı ile Avrupa Birliği Komisyonu'nu harekete geçirmeleriyle başlamıştır. AB'nin ortak turizm politikası 1986 yılındaki AB Bakanlar Konseyi'ne sunulan bir bildiriye dayanmaktadır. 1986 yılında Turizm Alanında Topluluk Faaliyetleri adlı çalışma ile turizm politikasının çerçevesi çizilmiştir. Çalışmada turizme ilişkin faaliyetler şöyle sıralanmaktadır (Lickorish, 1990: 118 akt. Avcıkurt, 1997:71):

- AB sınırları çerçevesinde turizmin teşvik edilmesi,
- Turizm hareketlerine ilişkin formalitelerin kolaylaştırılması,
- Turizmin mevsimsel ve coğrafi olarak dağılımının iyileştirilmesi,
- Turizm alanında AB yapısal fonlarının verimli bir şekilde kullanılması,
- Sektörde çalışma şartlarının iyileştirilmesi,
- Bir danışma kurulu oluşturularak turizme dair sorunlarının çözümlenmesi olarak belirtilmektedir.

Avrupa Birliği'nin belirlediği bu çerçeve doğrultusunda günümüzde sektöre ilişkin doğrudan ve dolaylı turizm politikaları ile AB turizmi yönlendirilmektedir. AB'nin doğrudan ve dolaylı turizm politikaları aşağıdaki şekilde verilmektedir.



**Şekil 4.1. Avrupa Birliği'nin Turizm Politikaları**

(Avcıkurt, 1997; Tekindağ, 2014; Arslan, 2014)

Şekil 4.1.'de verilen Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları çerçevesinde; AB sahip olduğu kültürel zenginliği kullanarak kültürel turizmin geliştirilmesini, turizm çeşitliliği ve kırsal bölgelerin gelişimi için kırsal turizmin geliştirilmesi, Avrupa Birliği'nin tüm vatandaşlarının turizm faaliyetlerine katılım sağlaması adına sosyal turizmin geliştirilmesi, kaliteli bir sektör oluşturmak adına turizm eğitiminin desteklenmesi, sektörün gelişimi adına istatistiki verilerin düzenli bir şekilde tutulması, turistlerin sorunsuz bir tatil süreci geçirmeleri için turist haklarının korunması ve turizm sektörünün en önemli sorunu olan mevsimsellik konuları üzerine turizme yönelik doğrudan politikalar belirlenmiştir. Aynı zamanda AB, turizmin bağlantılı olduğu diğer kavramlar çerçevesinde de dolaylı olarak turizme yön vermektedir.

#### **4.1. Avrupa Birliği Ülkelerinin Turizm Politikaları**

Avrupa Birliği'ne 27 üye ülke bulunmaktadır. Bu ülkeler AB turizm politikaları çerçevesinde kendi turizm politikalarını oluşturarak turizm sektörünü geliştirmeyi amaçlamaktadırlar. Bu doğrultuda araştırmamızın bu bölümünde öncelikli olarak uluslararası turizm sektöründe Türkiye'nin önemli rakipleri olan ve küresel turizm pazarının zirvesinde yer alan Fransa, İspanya ve İtalya'nın turizm politikaları

incelenecek ardından Türkiye gibi birer Akdeniz ülkesi olan ve uluslararası turizm pazarında önemli tatil destinasyonları arasında bulunan Yunanistan ve Portekiz'in turizm politikaları incelenecektir. Bu ülkelerin turizm politikaları incelendikten sonra AB'de yer alan diğer ülkelerin turizm politikaları alfabetik sıraya göre incelenecektir. Avrupa Birliği'nde yer alan ancak turizm politikaları konusunda sınırlı bilgiye ulaşılan diğer ülkelerin turizm politikaları ise ayrı bir başlık altında birlikte incelenecektir. Aynı zamanda 2020 yılında Çin'in Vuhan şehrinden dünya geneline yayılan koronavirüs salgınından dolayı ülkelerin turist sayıları ve turizm gelirlerinde önemli bir düşüş yaşanmıştır. Bu nedenle çalışmada koronavirüs salgınının etkisinin yaşandığı 2020 ve 2021 yıllarına ait istatistikler koyu yazı ile belirtilmiştir.

#### 4.1.1. Fransa Turizm Politikaları

Fransa, Batı Avrupa'da yer alan ileri bir ekonomiye sahip olan bir Akdeniz ülkesidir. Gelişmiş düzeyde ekonomiye sahip olan ve sanayileşmiş olan ülkede turizm önemli bir ihracat sektörü konumundadır. Birçok Avrupa ülkesine göre Fransa'da turizm bilinci daha erken gelişmiştir. Ülkede turizm sektörünün gelişimi "Grand Tour"lara kadar uzanması Fransa'nın turizmde üstünlüğünü göstermektedir (Avcıkurt, 1997:60; Sivil, 2007:70). Gerek turizm bilincinin Grand Tour'lara kadar uzanması gerekse ülkenin alternatif turizm çeşitliliği bakımından zengin olması Fransa turizmine başarı sağlamaktadır. Ülkede yaz tatillerinin yanı sıra kış tatilleri, kültürel turizm, kırsal turizm ve iş turizmi açısından da önemli bir potansiyele sahiptir (Avcıkurt,1997:60). Fransa, AB ülkeleri içerisinde İspanya ve İtalya ile birlikte dünya turizm pazarının en fazla turist çeken ülkelerindendir. Bu doğrultuda Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre Fransa'nın ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği turizm geliri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4.1. Fransa'nın Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Gelirleri (2010-2021)**

| Yıl  | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir (milyar<br>\$) | Kişi Başına Düşen<br>Harcama (\$) |
|------|-------------------------|----------------------|-----------------------------------|
| 2010 | 77.6                    | 57.1                 | 735,8                             |
| 2011 | 80.5                    | 66.3                 | 823,6                             |
| 2012 | 82.0                    | 66.7                 | 813,4                             |

|             |             |             |              |
|-------------|-------------|-------------|--------------|
| 2013        | 83.6        | 70.5        | 843,3        |
| 2014        | 83.7        | 71.7        | 856,6        |
| 2015        | 84.5        | 58.3        | 689,9        |
| 2016        | 82.7        | 55.2        | 667,4        |
| 2017        | 86.9        | 58.9        | 677,7        |
| 2018        | 89.4        | 66.0        | 738,2        |
| 2019        | 90.2        | 67.0        | 742,7        |
| <b>2020</b> | <b>40.0</b> | <b>32.6</b> | <b>815</b>   |
| <b>2021</b> | <b>48.4</b> | <b>40.8</b> | <b>842,9</b> |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.1. incelendiğinde Fransa'nın 2020 yılında %50 civarında yaşanan ciddi bir düşüşün haricinde ağırladığı turist sayısı bakımından oldukça başarılı olduğu görülmektedir. Ancak Fransa'nın turist sayısında gösterdiği başarı, turizm gelirleri düzeyinde söz konusu değildir. Aynı zamanda ağırladığı turist sayısı oldukça yüksek olmasına rağmen kişi başına düşen harcama oranı ziyaretçi sayısına göre düşük seyretmektedir. Ülkede turizm gelirlerinin arttırılması adına sektörün güçlü ve zayıf yönleri belirlenmiştir. Güçlü yönleri; Fransa'nın prestiji, doğal güzellik ve iklim çeşitliliği, kültürel miras, önemli destinasyonlar ve çok sayıda eğlence merkezleri sayılırken zayıf yönleri; mali kaynak eksikliği, ekipmanların eski olması, prosedürlerin zor olması, kitle turizmi ile yüksek sezonda belirli bölgelerin doygunluğu, turizm eğitiminde yetersizlikler ve personel sıkıntısı olarak sıralanmaktadır (Federation Entreprises Publiques Locales, 2014:19). Bu doğrultuda Fransa'da turizmin geliştirilmesi ve güçlendirilmesi adına çeşitli stratejiler belirlenmiştir. Ülkede 2011 yılında düzenlenen Ulusal Turizm Konseyi'nde Fransa turizmiyle ilgili bazı sorunlara dikkat çekilirken sektöre yönelik öneriler sunulmuştur. Konseyde üzerinde durulan sorunlar ve öneriler şu şekildedir (Republique Française Conseil National du Tourisme, 2011):

Ulusal Turizm Konseyinde Belirlenen Sorunlar:

- Ülkenin güçlü çekiciliğine rağmen özellikle genç ziyaretçiler tarafından Fransa'nın sadece bir müze olarak algılanması
- Ülkeye gelen ziyaretçilerin kısa zaman sonra Fransa'dan ayrılmaları
- Fransa'nın vitrini olan Paris'in çok sayıda ziyaretçi tarafından durağan ve sıkıcı bir şehir olarak nitelendirilmesi
- Turizm paydaşları arasındaki koordinasyon eksikliği
- Tanıtım konusunda kamu ve özel sektörün işbirliği eksikliği
- Sektörde teknolojik gelişme
- Sektöre ilişkin ekipmanların eskimesi şeklindedir.

#### Ulusal Turizm Konseyinde Sektöre Yönelik Öneriler:

- Sektördeki istihdamı artırma amaçlı bir eylem planı oluşturmak
- Fransa'ya gelen turistleri daha fazla harcamaya yönleltmek
- Fransa'nın yaşayan mirasını tanıtarak ülkenin çekiciliğini artırmak
- Sektöre ilişkin paydaşlar bir araya getirilerek bilinçlendirilmesi
- Turizm politikasının etkinliğini ve tutarlılığını sağlamak
- Ulusal Turizm Konseyi ile Fransa turizminin hem nicel hem de nitel açıdan dünyanın ilklerinden biri haline getirilmesi şeklindedir.

2011 yılında düzenlenen Ulusal Turizm Konseyi'nde belirlenen sorunların yanı sıra sektörün geliştirilmesi adına; turizmde istihdam oluşturmak, turist harcamalarını arttırmak, ülkenin kültürel mirasını tanıtmak, sektörün çekiciliğini arttırmak için çeşitli etkinliklerin düzenlenmesi, turistik tanıtımlarda halkın rol oynamasını sağlamak, sektördeki paydaşların bir araya getirilmesini sağlamak, turizm girişimlerini koordine etmek için bir turizm organının oluşturulması ve Ulusal Turizm Konseyi ile ülke turizminin geliştirilmesi şeklinde öneriler sunulurken Fransa turizminin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Ayrıca Fransa'da Ulusal Turizm Konseyi'nin yanı sıra yılda iki kez başbakan başkanlığında Bakanlar Arası Turizm Konseyi toplanarak sektöre yönelik yol haritası çizilmektedir. 2017 ve 2018 yılında toplanan Bakanlar Arası Turizm Konseyi'nde hükümetin belirlediği kararlar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4.2. Bakanlar Arası Turizm Konseyi**

| 2017                                                                                                 | 2018                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Havaalanlarında vize bekleme sürelerinin ve sınır geçiş sürelerinin azaltılması                      | Fransa’da turizm yatırım platformu olan Caisse des Dépôts (cdc) aracılığıyla bölgesel yatırımların artırılması |
| Hükümetin sektöre yönelik desteğinin sağlanarak turizm sektörünün gücünün ve kalitesinin artırılması | Küçük ve orta ölçekli işletmeler için yürütülen finansman programlarının yenilenerek güçlendirilmesi           |
| Turizm eğitimine önem verilerek hizmet kalitesinin artırılması ve istihdam sağlanması                | Turizm projelerinin oluşturulması adına france tourisme ingénierie isimli ofisin kurulması                     |
| Sektöre ilişkin dijitalleşme eğilimleri takip edilerek rekabet gücünün artırılması                   |                                                                                                                |
| Sosyal turizm ve engelsiz turizmin geliştirilmesi                                                    |                                                                                                                |

(OECD, 2020:173; Republique Française Conseil National du Tourisme, 2018:7-10)

Yukarıda Fransa turizmi için 2017 ve 2018 yılında turizm sektörüne yönelik; formalitelerin basitleştirilmesi, sektörün hükümet tarafından desteklenmesi, mesleki eğitimin desteklenmesi, sektörde dijitalleşme, sosyal turizm ve engelsiz turizmin geliştirilmesi, bölgesel yatırımların artırılması KOBİ’lerin güçlendirilmesi, turizm projelerin oluşturulması şeklinde alınan kararların yanı sıra 2020 turizmi için de dört hedef belirlenmiştir. Bu hedefler (Republique Française Conseil National du Tourisme, 2020:11-15).

1. En fazla sayıda kişinin tatil yapmasının teşvik edilmesi
2. Fransa kültürünün tanıtımı yapılarak çekiciliğinin güçlendirilmesi
3. Çevreye duyarlı sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi
4. Turizm işletmelerinin dijital uygulamalara geçiş sağlaması şeklindedir.

Fransa’nın 2020 yılı için aldığı bu kararlara karşın Çin’in Vuhan Eyaletinde 2020 yılında dünyaya yayılan Covid19 salgını nedeniyle Fransa’da dahil olmak üzere tüm ülkelerin uyguladığı seyahat kısıtlamaları ve sosyal izolasyon gibi tedbirler nedeniyle turizm hedefleri gerçekleştirilememiştir.

Fransa’da 2014 yılına kadar ülke turizminin Avrupa ve dünya turizmiyle rekabet edilebilirliğini sağlamak için sektörün gelişimine yönelik teşviklerin yürürlüğe konulmasından sorumlu iken bakanlık bünyesinde bulunan Turizm Sanayi Müdürlüğü ise bakanlığın idari işlerini yürütmekle sorumlu idi (Avcıkurt, 1997; Sivil, 2007). Ancak 2014 yılından itibaren, turizm politikasının sorumluluğu ve Fransa’nın yurtdışında tanıtımının sağlanması Avrupa ve Dışişleri Bakanlığı ile Ekonomi ve Maliye Bakanlığı arasında paylaşılmaktadır (OECD, 2020:171). Bu doğrultuda Fransa turizmine yönelik belirlenen politikalar incelendiğinde Fransa turizminin odak noktaları şu şekildedir:

- İstihdam
- Tanıtım
- Etkinliklerin artırılması
- Mesleki eğitim
- Turist harcamalarının artırılması
- Çevreye duyarlılık
- Sürdürülebilirlik
- Sosyal turizm ve engelsiz turizmin geliştirilmesi şeklindedir.

#### **4.1.2. İspanya Turizm Politikaları**

İspanya Avrupa kıtasının güneybatısında, İber Yarımadasında 47,35 milyon (2020) nüfuslu bir Akdeniz ülkesidir. 1986 yılında Avrupa Birliği’ne üye olması ile birlikte İspanya ekonomisinde önemli gelişmeler yaşanmaya başlamıştır. İspanya gelişmiş ekonomisinin yanı sıra turizm sektöründe de başarı sağlayan ülkeler arasında yer almaktadır. Ülkede en fazla turist ağırlayan bölgeler sırasıyla; Katolonya, Balearic Adaları, Kanarya Adaları, Endülüs, Valencia ve Madrid’dir (İspanya Ülke Bülteni, 2011:6). Ülkede turizm daha önce Enerji, Turizm ve Dijital Gündem Bakanlığı’nın sorumluluğunda iken, 2018 yılından itibaren Sanayi, Ticaret ve Turizm Bakanlığı bu sorumluluğu üstlenmiştir (OECD, 2020). Dünya Turizm Örgütü verilerine göre İspanya’nın, ağırladığı ziyaretçi sayısı ve elde ettiği gelir aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4.3. İspanya'nın Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2010-2021)**

| Yıl  | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir<br>(milyar\$) | Kişi Başına<br>Düşen Harcama<br>(\$) |
|------|-------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| 2010 | 52.7                    | 52.5                | 996,2                                |
| 2011 | 56.7                    | 59.9                | 1.056                                |
| 2012 | 57.7                    | 55.9                | 968,8                                |
| 2013 | 60.7                    | 60.4                | 995                                  |
| 2014 | 65.0                    | 65.2                | 1.003                                |
| 2015 | 68.2                    | 56.5                | 828,4                                |
| 2016 | 75.6                    | 60.3                | 797,6                                |
| 2017 | 81.8                    | 68.0                | 831,2                                |
| 2018 | 82.8                    | 89.7                | 1.096                                |
| 2019 | 83.7                    | 92.2                | 1.101                                |
| 2020 | 18.9                    | 18.5                | 978,8                                |
| 2021 | 31.2                    | 34.5                | 1.105                                |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.3. incelendiğinde 2020 yılında %78 civarından yaşanan ciddi düşüşün haricinde ağırladığı turist sayısını sürekli olarak arttırdığı görülmektedir. Turizm gelirleri incelendiğinde ise İspanya'nın turizm gelirlerinin genel olarak arttırdığı söylenebilir (2020 yılı hariç). Kişi başına düşen harcamanın ise Fransa ile karşılaştırıldığında daha yüksek olduğu görülmektedir. Ülke yukarıdaki verilen tabloyu geliştirmek adına çeşitli politika hedefleri belirlemiştir. Aşağıda ülke turizmi incelenerek turizm politikalarına değinilmiştir.

İspanya turizmine bakıldığında, İspanyol ekonomisinde 20. yüzyılının ilk yirmi yılı süresince turizm ülkede az sayıda kişinin katıldığı bir faaliyet olmasına rağmen devlet müdahalesinin dışında bırakılmamıştır (Martínez, 2004:268). İspanya'nın coğrafi durumu, iklim koşulları, zengin ve çeşitli tarihi turizm için önemli gelir kaynağı oluşturmaktadır. Bu nedenle, turizmin teşvik edilmesinin ülkenin ekonomik kalkınmasında önemli bir döviz kaynağı olabileceğinin farkında olan İspanyol Hükümeti, bu ekonomik faaliyete sadece özel girişimi desteklemekle kalmayıp aynı zamanda doğrudan müdahale etmeye karar vermiştir. İspanya'da turizm faaliyetleri ilk

kez 1905 yılında ülke tanıtımının yapılması, yabancı halk için sanatsal ve rekreasyonel gezileri tanıtmaktan sorumlu Ulusal Komisyon'un kurulması ile başlamıştır (Ruiz ve Gonzales, 2009:8). Dönemin turizm yetkinliğine sahip en yüksek kamu organı olan Ulusal Komisyon hakkında çok az bilgiye sahip olunmasına rağmen, yaklaşık altı yıl boyunca uluslararası turizm kongrelerinde İspanya'yı tanıtmayı ve imajını geliştirmeye çalıştığı bilinmektedir (Martinez, 2002:235). Ülkede 1911 yılı ile birlikte modern turizmin gelişimi başlamıştır. İspanya turizminin gelişmesi ve popüler sanat kültürünün yayılmasını teşvik etmekle görevli olan Regia Turizm ve Sanat Kültürü Organı 19 Haziran 1911 yılı Kraliyet Kararnamesi ile yeni bir resmi güç kazanmıştır. Ulusal Komisyon'un yerine geçen bu yeni organın görevleri genişletilmiştir. İspanya'ya yabancı turistlerin gelmesini teşvik etmenin yanı sıra ülkenin sanatsal, anıtsal ve kültürel zenginliklerini etkili bir şekilde korumayı amaçlamıştır. Regia Turizm ve Sanat Kültürü Organı, varlığının ilk 12 yılında esas olarak, İspanya'yı yurtdışında tanıtmak ve İspanyol kültür mirasını arttırmak ile ilgilenmiştir (Martinez,2012:236). Ayrıca turizm yönetiminin gelecekteki planlamasını ve şekillenmesini etkileyecek ilkeler belirlemiştir. Bu ilkeler (García, 2012:16):

- Turizm odaklı müzelerin oluşturulması,
- Ülkedeki sivil mimarinin korunması adına kentsel dönüşümlerin yapılması,
- Bölgesel tarzlara uyarlanmış geniş ve konforlu otellerin yapımı,
- Ayrıca Regia Turizm ve Sanat Kültürü Organı İspanyol devlet politikasının propagandası ve yayılması gibi önemli görevlerde de rol oynamıştır.

İspanya turizminde 1920'lerin ortalarında turizmin daha fazla resmi müdahaleye ihtiyacı olduğunun farkına varılarak 25 Nisan 1928 tarihinde Kraliyet Kararnamesi ile Ulusal Turizm Konseyi kurulmuştur. Bu yeni organ Regia Turizm ve Sanat Kültürü Organı'nın görevlerinden daha fazla görev üstlenmiştir. Aşağıdaki tabloda 1920'li yıllar ve daha sonraki yıllarda İspanya'da turizme yönelik stratejiler verilmiştir.

**Tablo 4.4. 1920 ve Sonrasında İspanya Turizm Stratejileri**

| <b>DÖNEM</b>                                        | <b>STRATEJİLER</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1920</b>                                         | 1920'li yıllarda turizm ile ilgili düzenlemeler şu şekildedir (Martínez, 2004:270-272): <ul style="list-style-type: none"><li>-Ulaşım sistemlerinin geliştirilmesi</li><li>-Sanatsal ve spor festivallerinin düzenlenmesi</li><li>-Kongre turizminin teşvik edilmesi</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>1930</b>                                         | -17 Nisan 1931 yılında Ulusal Turizm Kurulu feshedilmiştir ve görevlerini Turizm Genel Müdürlüğüne devredilmiştir (Martínez, 2004:270-272)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>1940</b>                                         | 1940'lı yıllarda uygulanan turizm politikaları ise şu şekildedir (Martínez, 2004:273-274): <ul style="list-style-type: none"><li>-İl ve yerel kurulların yeniden düzenlenmesi</li><li>-Turist propagandası amaçlı reklamların düzenlenmesi</li><li>-Turizm Genel Müdürlüğü tarafından turistik destinasyonlara uygun otellerin inşasının teşvik edilmesi</li><li>-Seyahat acentelerinin ticari faaliyetlerinin uygulanması yönetmeliği</li><li>- Otel endüstrisi, kafeler, barlar ve benzerleri için ulusal çalışma yönetmeliklerinin kabul edilmesi</li></ul>                                                                                                                                                     |
| <b>1950</b>                                         | Ellili yılların sonunda İspanya turizminde aşağıdaki tedbirler alınmıştır (Ruiz ve Gonzales, 2009:11): <ul style="list-style-type: none"><li>-Prosedürlerin ortadan kaldırılması ve basitleştirilmesi</li><li>-Vize ve gümrük işlemlerinin kolaylaştırılması</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>1963-1967<br/>BİRİNCİ<br/>KALKINMA<br/>PLANI</b> | Birinci plan döneminde alınan tedbirler aşağıdaki gibidir (García, 2012:21-22): <ul style="list-style-type: none"><li>-Bu plan dönemi sürecinde turizm bir döviz kaynağı olarak algılanmakta ve bu kalkınma planı döneminde çevresel ve sosyal maliyetler hesaba katılmadan mümkün olan en fazla sayıda turist çekmek hedeflenmiştir.</li><li>-I. Plan döneminde, 1963 tarihli 28/12 sayılı Ulusal Turist İlgi Merkezleri ve Bölgeleri Hakkında Kanun kabul edilmiştir. Bu kanun ile bazı turistik alanların geliştirilmesi amaçlanmıştır.</li><li>-Sosyal turizmin geliştirilmesi hedeflenmiştir.</li><li>-Ayrıca bu dönemde daha fazla yabancı turist çekmek adına havaalanlarına yatırım yapılmıştır.</li></ul> |
| <b>1968-1971<br/>İKİNCİ<br/>KALKINMA<br/>PLANI</b>  | İkinci plan döneminde alınan tedbirler (García, 2012:22): <ul style="list-style-type: none"><li>-Kış turizm faaliyetleri geliştirilerek iç turizme daha fazla önem gösterilmesi</li><li>-Turizm eğitiminin geliştirilmesi</li><li>-Konaklama kapasitesinin artırılması</li></ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>1971-1975<br/>ÜÇÜNCÜ<br/>KALKINMA<br/>PLANI</b>  | -Bölgesel politikalar, sektörün kalitesi ve rekabet edilebilirliğin iyileştirilmesine önem verilmiştir (García, 2012:22).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1979-1982</b> | <p>Üçüncü plan döneminden sonra 1979-1982 yılları arasında alınan turizm tedbirleri şu şekildedir (Martinez, 2012:258):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Turizm tesislerine işletme sermayesi için finansman sağlanması</li> <li>-Doymuş olarak nitelendirilen destinasyonlarda yeni konaklama tesislerinin inşasında maksimum kısıtlama sağlanması</li> <li>-III. Otel Modernizasyon Planının onaylanması ile birlikte hizmet ve tesislerdeki bozulmaların önüne geçilmesi</li> </ul>                                                                                                                                                                                                 |
| <b>1989</b>      | <p>1989 yılının sonlarına doğru İspanyol turizmi için bir Beyaz Rapor yayınlanmıştır. Bu raporda İspanya turizminin güçlü ve zayıf taraflarının belirlenmesinin ardından İspanya turizminin politika öncelikleri şu şekildedir (Avcıkurt, 1997:63-64):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Yeni ürünlerin geliştirilmesi, kırsal ve alternatif turizmin desteklenmesi,</li> <li>-Altyapının yenilenmesi ve modern koşullara uyum sağlaması,</li> <li>-Turizmin niteliğini artırarak rekabeti geliştirmek,</li> <li>-Turizm pazarının bölümlere ayrılması,</li> <li>-Yeni pazarlar geliştirilmesi, bilhassa ABD pazarının geliştirilmesi ve İspanya'nın Japon pazarına açılması</li> </ul> |
| <b>1992</b>      | <p>Gelecek Planı ile ulusal bir turizm stratejisi tanımlanarak nihai hedefler belirlenmiştir. Bu hedefler şu şekildedir (Martinez, 2004:280):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Turizm faaliyetine dâhil olan acentelerin kalitesini artırmak</li> <li>-Turistik bölgelerin ekonomik büyümesine, sürdürülebilir ve dengeli bir şekilde katkıda bulunmak</li> <li>-Daha karlı ve rekabetçi bir turizm sektörüne ulaşmak için doğal ve kültürel çevreleri korumak ve iyileştirmek olarak belirlenmiştir.</li> </ul>                                                                                                                                                                       |
| <b>1995</b>      | <p>Merkezi, bölgesel, yerel yönetimleri ve özel sektörü temsil eden Turizm Tanıtım Konseyi kurulmuştur. Konsey öncelikli olarak ulusal turizmi geliştirmek ve yabancı turistler için ülkenin tanıtımını teşvik etmek amaçlı danışmanlık, bilgilendirme planları ve programlarını yürütmeyi hedeflemiştir (Martinez, 2012:260).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>1998-2000</b> | <p>1997 yılının Kasım ayında Madrid'de düzenlenen III. Ulusal Turizm Kongresi'nin ardından, 1998-2000 dönemi boyunca uygulanacak eylemler şöyledir (Martinez, 2012:260):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Sürdürülebilir turizm programının uygulanması</li> <li>-Sosyal turizmin geliştirilmesi</li> <li>-İspanya turizminin markalaştırılması</li> <li>-Turizm eğitiminin envanterinin hazırlanması</li> <li>-Ülke turizminin tanıtımı için kamu ve özel sektörün iş birliği sağlaması</li> <li>-Uluslararası gastronomi tanıtımının yapılması</li> </ul>                                                                                                                            |
| <b>2005</b>      | <p>Temmuz 2005'te, Bakanlıklar Arası Turizm Komisyonu turizmi yeniden canlandırmak ve turizmi desteklemek amaçlı bakanlıklar arası iş birliği önlemlerini teşvik eden bir anlaşma ile somut eylemler belirlemiştir. Turizmde sürdürülebilirlik ilkesinin teşvik edilmesi amacıyla Çevre Bakanlığı ile iş birliği yapılması amaçlanmıştır (Gonzales, 2010:41).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>2012-2016</b> | <p>2012-2016 yılları arasında İspanya'da Ulusal ve Kapsamlı Turizm Planı uygulanmaktadır. Bu plan çerçevesinde, turizm tesislerinin ve destinasyonlarının rekabet gücünü artırmak, ülkenin dünya liderliğine yükselmesi gibi amaçlar söz konusu olmuştur (Guerra, 2014:408).</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

Tablo 4.4.'ün devamı

|             |                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2020</b> | 2020 İspanyol Turizm Planı çerçevesinde belirlenen hedefler şu şekildedir (Turismo, 2020:45):<br>-İstihdam sağlamak<br>-Mevsimselliğin azaltılması<br>-Doğal ve kültürel çevrenin kalitesinin artırılması<br>-Toplumsal ve kamu idarelerinin turizm farkındalığının artırılması |
|-------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Tablo 4.4. incelendiğinde İspanya turizm politikaları öncelikle ulaşım, alt yapı, teşkilatlanma yapısının düzenlenmesi, tanıtım, konaklama tesislerinin artırılması, prosedürlerin basitleştirilmesi olarak şekillenmiştir. Altmışlı yıllardan itibaren turist sayısının artırılması, turizm çeşitliliği, mesleki eğitim, bölgesel politikalar, doymuş olan destinasyonlarda konaklama yapılarının düzensiz şekilde artmaması için kısıtlama getirilmesi, yeni ürünlerin geliştirilmesi, yeni pazarların geliştirilmesi şeklinde politikalar izlenmiştir. İspanya'da doksanlı yıllar ile birlikte seyahat acentelerinin kalitesinin artırılması, sürdürülebilirlik, sosyal turizmin gelişimi, ülke turizminin markalaşması, kamu ve özel sektör iş birliği, gastronomi tanıtımı, istihdam, mevsimselliğin azaltılması, doğal ve kültürel çevrenin korunması ve turizm farkındalığı gibi politikalara odaklanılmıştır. Bu politikalar çerçevesinde İspanya uluslararası turizm pazarında en çok seyahat edilen ülkeler arasında yer almıştır. Dolayısıyla bu durum ülkenin turizm politikalarındaki başarısını göstermektedir.

#### 4.1.3. İtalya Turizm Politikaları

İtalya, Güney Avrupa'da bulunan 60.244.639 nüfuslu (2021) bir Akdeniz ülkesidir. Rönesans'ın doğduğu yer olan İtalya, gelişmiş ekonomisinin yanı sıra tarihi, doğal ve sanatsal değerleriyle de zengin bir ülkedir. İtalya'nın sahip olduğu bu zenginlikler özellikle UNESCO Dünya Miras Listesi'nde en çok varlığa sahip olması, ülkeyi dünya turizm pazarında önemli kılmaktadır. Aşağıdaki tabloda UNWTO verilerine göre ülkenin ağırladığı ziyaretçi sayısı yıllara göre verilmiştir.

**Tablo 4.5. İtalya'nın Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2010-2021)**

| Yıl         | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir (milyar\$) | Kişi Başına Düşen<br>Harcama (\$) |
|-------------|-------------------------|------------------|-----------------------------------|
| <b>2010</b> | 43.6                    | 38.8             | 889,9                             |
| <b>2011</b> | 46.1                    | 43.0             | 932,7                             |
| <b>2012</b> | 46.4                    | 41.2             | 887,9                             |

|             |             |             |              |
|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <b>2013</b> | 47.7        | 43.9        | 920,3        |
| <b>2014</b> | 48.6        | 45.5        | 936,2        |
| <b>2015</b> | 50.7        | 39.4        | 777,1        |
| <b>2016</b> | 52.4        | 40.2        | 767,1        |
| <b>2017</b> | 58.3        | 44.2        | 758,1        |
| <b>2018</b> | 61.6        | 49.3        | 800,3        |
| <b>2019</b> | 64.5        | 49.6        | 768,9        |
| <b>2020</b> | <b>25.4</b> | <b>19.8</b> | <b>779,5</b> |
| <b>2021</b> | <b>26.9</b> | <b>25.2</b> | <b>936,8</b> |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.5. incelendiğinde İtalya'nın ağırladığı turist sayısını ve turizm gelirlerini 2020 yılında yaşanan yaklaşık %60 civarında yaşanan düşüşün haricinde genellikle artma eğiliminde olduğu söylenebilir. İtalya'da turizm hükümet düzeyinde Turizm Bakanlığı (Ministero del Turismo) tarafından yürütülmektedir. 2000-2006 Avrupa Topluluğu programlama bağlamında İtalya'da turizm sektörü için kamu kalkınma politikalarının yeniden yapılandırılması vurgulanmıştır. Bu doğrultuda turizm politikası ile kamusal nitelikteki maddi kaynaklar çoğaltılarak bölgesel çekiciliğin artırılması hedeflenmiştir. Dolayısıyla turizm sektöründe; işletmelerin verimliliği ve çevresel uyumunun artırılması, güneyde turist varlığını arttırmak, kültürel ve çevresel mirasın iyileştirilmesi, hizmet kalitesini arttırmak gibi amaçlar belirlenmiştir (Anselmi, 2011:3).

2008'den itibaren İtalyan hükümeti, rekabetçi ve sürdürülebilir turizm gelişimini desteklemek için İtalyan turizm markasının genişletilmesi ve güçlendirilmesi, yurtdışındaki tanıtım faaliyetlerinin yeniden düzenlenmesi şeklinde girişimler üstlenmiştir. Ülkenin sektöre yönelik belirlediği politikalar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 4.6. İtalya Turizminde Belirlenen Politikalar**

| <b>DÖNEM</b> | <b>POLİTİKALAR</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2010</b>  | <p>Ülkenin 2010 yılında kabul ettiği Turizm Paketi ile sektöre yönelik şu ilkeler belirlenmiştir (OECD, 2011):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Medyada bir tanıtım kampanyasının oluşturulması,</li> <li>-Küçük turizm işletmeleri için kredi olanakları,</li> <li>-Turizmle ilgili sektörleri temsil eden bir danışma meclisinin oluşturulması,</li> <li>-Turizm sektöründeki bürokratik prosedürlerin basitleştirilerek daha esnek bir işgücü piyasası için girişimlerde bulunması şeklindedir.</li> </ul> |
|              | 18 Ocak 2013 yılında turizmin gelişmesine yönelik bir Stratejik Plan hazırlanmıştır.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |

|                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>2013</b>      | Stratejik Planda belirlenen stratejiler şu şekildedir (Angeloni, 2013:109):<br>-Turizm endüstrisinde merkezi koordinasyonun güçlendirilmesi<br>-Ulusal Turizm Ajansının, misyonunu ve organizasyonunu yeniden tasarlanması<br>-Konaklama tesislerinin modernleştirilmesi<br>-Turizmin ihtiyaçları doğrultusunda ulaşım ve altyapıların iyileştirilmesi<br>-Mesleki eğitiminin geliştirilmesi |
| <b>2017-2022</b> | Ulusal Stratejik Plan 2017-2022 çerçevesinde üç stratejik ilke belirlenmiştir.<br>Bunlar (OECD,2020):<br>1.Sürdürülebilirlik<br>2.Yenilik<br>3.Erişilebilirlik                                                                                                                                                                                                                               |

Tablo 4.6.'da incelenen İtalya turizm politikaları neticesinde ülkede turizm devlet düzeyinde Turizm Bakanlığı tarafından yürütülmektedir. Ülkenin bir Akdeniz ülkesi olması ile sahip olduğu iklim koşulları, kıyı şeridi ve sahip olduğu kültürel varlıklarıyla turizm potansiyeli açısından yüksek bir ülkedir. Sahip olduğu bu avantajları doğru kullanmak adına sektöre yönelik genel olarak odaklandığı politikalar; tanıtım, turist sayısını artırma, kültürel ve çevresel miras, turizm markasının güçlendirilmesi, ulaşım ve altyapı, rekabet gücünün artırılması, istihdam, sürdürülebilirlik ve erişilebilirlik şeklindedir. İtalya belirlediği bu turizm politikaları kapsamında günümüzde uluslararası turizm pazarında belirli bir marka değeri oluşturmuş ve turistler tarafından en çok ziyaret edilen ülkeler arasına girmiştir.

#### 4.1.4. Yunanistan Turizm Politikaları

Yunanistan 10,7 milyon nüfusa sahip bir Akdeniz ülkesidir. Ülke sahip olduğu adalar, UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan kültürel zenginlikleri, uzun kıyı şeridi ile Avrupa'nın önemli tatil merkezleri arasındadır. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre Yunanistan'ın ağırladığı turist sayısı ve turizm gelirleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 4.7. Yunanistan'ın Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2010-2021)**

| Yıl  | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir<br>(milyar\$) | Kişi Başına<br>Düşen<br>Harcama (\$) |
|------|-------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| 2010 | 15.0                    | 12.7                | 846,6                                |
| 2011 | 16.4                    | 14.6                | 890,2                                |
| 2012 | 15.5                    | 13.4                | 864,5                                |
| 2013 | 17.9                    | 16.1                | 899,4                                |
| 2014 | 22.0                    | 17.8                | 809                                  |
| 2015 | 23.6                    | 15.7                | 665,2                                |

|             |             |             |              |
|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <b>2016</b> | 24.8        | 14.6        | 588,7        |
| <b>2017</b> | 27.2        | 16.5        | 606,6        |
| <b>2018</b> | 30.1        | 19.0        | 631,2        |
| <b>2019</b> | 31.3        | 20.4        | 651,7        |
| <b>2020</b> | <b>7.4</b>  | <b>4.9</b>  | <b>662,1</b> |
| <b>2021</b> | <b>14.7</b> | <b>12.4</b> | <b>843,5</b> |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.7. incelendiğinde Yunanistan'ın ağırladığı turist sayısını 2012 yılında yaşanan ufak bir düşüşün haricinde 2020 yılına kadar sürekli olarak arttırdığı görülmektedir. Turizm gelirleri incelendiğinde ise sürekli bir artıştan söz edilemese de 2020 yılı haricinde ciddi değişimler yaşanmamıştır.

Yunanistan turizmi incelendiğinde ülkede hükümet düzeyinde turizmden sorumlu bakanlık Turizm Bakanlığı'dır. Yunanistan'da turizm endüstrisinin gelişimini sağlamak ve turizm sektöründen daha fazla pay almak amacıyla çeşitli politikalar belirlenmiştir. Bu politikalar; mesleki eğitim, turizm gelirlerinin artırılması, sektörün rekabet gücünün artırılması, sektördeki hizmetin iyileştirilmesi, mevsimselliğin azaltılması, alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi, pazarın üst kısmına hitap eden tesislerin inşası, ulaşım odaklı altyapının geliştirilmesi, sosyal turizmin geliştirilmesi şeklindedir (Buhalis, 2010:459).

2014-2020 yıllarını kapsayan turizm sektörünün gelişimine ilişkin Ulusal Stratejik Plan çerçevesinde ülkenin turizm stratejisi; benzersiz ve otantik seyahat deneyimleri sunan, yıl boyunca turizm faaliyetlerine katılma imkanı bulunan bir destinasyon olarak tanıtılması amaçlanmıştır. Ulusal turizm politikasının temel öncelikleri, turizm ürününün rekabet edebilirliğini, kalitesini, özgünlüğünü, esnekliğini ve sürdürülebilirliğini geliştirmek ve düşük karbon ayak izi ile yüksek kaliteli konaklama şeklindedir (OECD, 2020:182). Bu doğrultuda Yunanistan turizm politikalarında; turizm eğitimi, mevsimsellik, hizmet kalitesi, alternatif turizm çeşitleri, altyapı, çevreye duyarlılık ve sürdürülebilirlik ilkelere odaklanmıştır.

#### 4.1.5. Portekiz Turizm Politikaları

Portekiz, Avrupa'nın güneybatısında İber Yarımadası üzerinde yer alan ve 10,28 milyon nüfusa sahip Avrupa kıtasının en batısındaki ülkedir. Ülkede turizm önemli geçim kaynakları arasında yer almaktadır. Portekiz'de turizm, Ekonomi Bakanlığı'na

bağlı Turizm Genel Müdürlüğü tarafından yürütülmektedir. Turizm Genel Müdürlüğü (DGT) 1968 yılında kurulan ve ülkenin turizm politikalarını oluşturmak ve uygulamak, alt ve üstyapı yatırımlarını planlamak, standartları belirlemek ve denetlemek gibi görevleri olan bir kuruluştur. Portekiz’de turizm ile ilgili bir diğer kurum olan Turizm Fonlama ve Destekleme Enstitüsü; turizm sektörünün alt ve üst yapısını geliştirmek, güçlendirmek ve modernize etmek, sektörle alakalı yatırım ve projelere kamu teşvikleri sağlamakla görevli bu kuruluşun sağladığı teşvikler arasında krediler, doğrudan ortaklıklar yer almaktadır (TÜRSAB, 2004).

Portekiz’in Avrupa Birliği üyesi olması ekonomik yönden büyümesine önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. 1986 yılında Avrupa Birliği’ne üye olmasından itibaren, ülke ekonomik kalkınma ve bölgeler arasındaki ekonomik eşitsizlikleri azaltmak için AB yapısal fonlarından destek almıştır. Turizm sektörünün büyümesi ve rekabet gücünü desteklemek adına birçok program geliştirilmiştir. 21 Haziran 2000 tarihinde Portekiz Bakanlık Konseyi tarafından desteklenen AB Yönetmeliği ve Ekonomik Kalkınma programı çerçevesinde turizm sektörü için belirlenen hedefler şu şekildedir (Cardoso ve Ferreira, 2000:406):

- Turizm endüstrisinin rekabet gücünü artırmak ve güçlendirmek
- Turizm sektöründe yeni ürünler geliştirmek için yeni fikirleri ve yeni işletmeleri desteklemek
- Ülke turizminin küreselleşmesini desteklemek şeklindedir.

Portekiz’in izlediği turizm stratejileri çerçevesinde ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği turizm gelirleri Dünya Turizm Örgütü verilerine göre aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4.8. Portekiz’in Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2010-2021)**

| Yıl  | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir<br>(milyar\$) | Kişi Başına<br>Düşen Harcama<br>(\$) |
|------|-------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| 2010 | 6.8                     | 10.1                | 1.485                                |
| 2011 | 7.4                     | 11.3                | 1.527                                |
| 2012 | 7.7                     | 11.1                | 1.441                                |
| 2013 | 8.3                     | 12.2                | 1.469                                |
| 2014 | 9.3                     | 13.7                | 1.473                                |

|             |            |             |              |
|-------------|------------|-------------|--------------|
| <b>2015</b> | 10.1       | 12.9        | 1.277        |
| <b>2016</b> | 18.2       | 14.2        | 780,2        |
| <b>2017</b> | 21.2       | 17.6        | 830,1        |
| <b>2018</b> | 22.8       | 20.1        | 881,5        |
| <b>2019</b> | 24.6       | 20.6        | 837,3        |
| <b>2020</b> | <b>6.5</b> | <b>8.8</b>  | <b>1.353</b> |
| <b>2021</b> | <b>9.6</b> | <b>11.9</b> | <b>1.239</b> |

(UNWTO, 2022)

Portekiz'in turizm verileri incelendiğinde (tablo 4.8.) ağırladığı turist sayısını (2020 yılı hariç) sürekli olarak arttırdığını söylemek mümkündür. Turizm gelirleri incelendiğinde ise özellikle 2013-2019 yılları arasında önemli bir ivme kazandığı görülmektedir.

Portekiz'in izlediği turizm politikaları neticesinde son yıllarda turizm göstergelerinde uluslararası turist gelişlerinde ve turizm gelirlerinde sürekli bir büyümeye tanık olmaktadır. Portekiz Hükümeti'nin 2020 ve geleceğin turizmine liderlik etme amacıyla 2027 turizmi için belirlediği politikalar aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4.9. Portekiz'in 2020 ve 2027 Turizm Politikaları**

| <b>2020</b>                                                        | <b>2027</b>                                         |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|
| Araştırma, teknolojik gelişme ve yeniliğin güçlendirilmesi         | Turizm stratejilerinin istikrarının sağlanması      |
| Bilgi ve iletişim teknolojilerine erişimin iyileştirilmesi         | Sektörel politikaların entegrasyonunu sağlamak      |
| Küçük ve orta ölçekli işletmelerin rekabet gücünün güçlendirilmesi | Turizm paydaşları arasında işbirliği sağlamak       |
| Çevreye duyarlılık                                                 | Kısa ve orta vadeli bir turizm stratejisi oluşturma |
| Sürdürülebilirlik                                                  |                                                     |

(Turismo, 2020; Araujo, 2017:647)

Tablo 4.9.'da incelenen Portekiz turizm politikaları kapsamında ülke genel olarak; rekabet gücünü artırma, altyapı, yeni ürün geliştirme, küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilmesi, sektörde işbirliği, çevreye duyarlılık ve sürdürülebilirlik gibi konulara odaklanılmıştır. Portekiz uyguladığı turizm politikaları çerçevesinde özellikle 2015 yılından itibaren turizm istatistiklerinde ciddi bir ivme kazanarak ülke turizminin gelişimi hızlanmıştır.

#### 4.1.6. Almanya Turizm Politikaları

Almanya Orta Avrupa’da yer alan gelişmiş ve güçlü bir ekonomiye sahip 83,783,942 nüfuslu bir Avrupa Birliği ülkesidir. Ülke ekonomisinin tamamlayıcısı niteliğinde olan önemli sektörlerden biri turizmdir. Özellikle Almanya, dünyanın dört bir yanından iş insanlarını çeken enternasyonal fuarlar konusunda önemli bir destinasyondur (Deutschland, 2018). Dünya Turizm Örgütü verilerine göre Almanya’nın ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği turizm geliri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4.10. Almanya Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2010-2021)**

| Yıl  | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir (milyar\$) | Kişi Başına Düşen<br>Harcama (\$) |
|------|-------------------------|------------------|-----------------------------------|
| 2010 | 26.9                    | 34.7             | 1.289                             |
| 2011 | 28.4                    | 38.9             | 1.369                             |
| 2012 | 30.4                    | 38.1             | 1.253                             |
| 2013 | 31.5                    | 41.3             | 1.311                             |
| 2014 | 33.0                    | 43.3             | 1.312                             |
| 2015 | 35.0                    | 36.9             | 1.054                             |
| 2016 | 35.6                    | 37.5             | 1.053                             |
| 2017 | 37.5                    | 39.9             | 1.064                             |
| 2018 | 38.9                    | 43.0             | 1.105                             |
| 2019 | 39.6                    | 41.6             | 1.050                             |
| 2020 | 12.4                    | 22.1             | 1.782                             |
| 2021 | 11.7                    | 22.2             | 1.897                             |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.10. incelendiğinde Almanya’nın ağırladığı turist sayısını 2020 yılına kadar sürekli olarak arttırdığı görülmektedir. Ancak turizm gelirleri incelendiğinde sürekli bir artış veya azalmadan bahsetmek mümkün değildir. Ülke turizmden elde ettiği geliri arttırmak ve ülke ekonomisine daha fazla katkıda bulunmak adına birçok ülke gibi turizm politikaları uygulamaktadır. Almanya’da Federal Ekonomik İşler ve İklim Koruma Bakanlığı, Alman turizm politikasından sorumludur. Almanya’nın ulusal düzeyde uyguladığı turizm politikasının amacı, ülkede turizmin pozitif bir şekilde gelişmesi için çerçeve oluşturmaktır. Ülkenin turizm politikası çerçevesinde

genellikle yapısal olarak zayıf ancak kültürel açıdan zengin olan kırsal alanların turist çekiciliğini arttırmak ve turizmde erişilebilirlik, engelsiz seyahat için ülke çapında bir sertifika sisteminin kurulmasını desteklemektir (Der Bundesrat, 2017:21). Almanya, Aralık 2008’de turizm yönergeleri kapsamında sektöre yönelik şu ilkeleri belirlemiştir (OECD, 2010:164-165):

- Almanya'da ekonomik büyüme ve istihdam için önemli bir ekonomik faktör olarak turizmin öneminin kavranması,
- Turizm sektörü için politika ortamında daha fazla iyileştirme sağlanması,
- Almanya'da sürdürülebilir turizmin geliştirilmesi,
- Turizm sektöründe istihdam edenlerin becerilerinin geliştirilmesi,
- Altyapı ve hizmet kalitesinin geliştirilmesi,
- Tüm insanların turizme erişiminin sağlanması,
- Turizm politikası ile turizm sektörü arasındaki etkileşimi geliştirmek şeklindedir.

Yukarıda sıralanan turizm yönergeleri kapsamında belirlenen ilkeler çerçevesinde Almanya Hükümeti’nin 2012-2020 arası turizm sektöründe izlediği politikalar şöyledir (OECD, 2012:183-184):

- Sağlık turizminin geliştirilmesi,
- Turizmin sürdürülebilirlik çerçevesinde geliştirilmesi
- Kırsal bölgelerin cazibesinin artırılması,
- Sektörde dijitalleşme,
- Engelsiz turizmin geliştirilmesi,
- Herkes için erişilebilirlik kapsamında ülkede herkesin turizm faaliyetlerinden yararlanmasını sağlamak amaçlanmıştır.

Almanya turizm politikaları incelendiğinde politikaların mesleki eğitim, sürdürülebilirlik, hizmet kalitesi, erişilebilirlik, alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi şeklindeki hedeflere odaklanıldığı görülmektedir. Ayrıca Almanya turizmini diğer ülkelerden ayıran önemli bir özellik gönderdiği turist sayısı ve harcama miktarının ülkeye gelen turist sayısı ve turizm gelirlerinden fazladır.

#### 4.1.7. Hırvatistan Turizm Politikaları

Hırvatistan 4.065.253 milyon nüfusu ile Orta Avrupa’da bulunan bir ülkedir. Hırvatistan Cumhuriyeti’nde turizm, en önemli ekonomik faaliyetlerden biridir. Ülkede turizm birkaç aşamada gelişmiştir. İlk aşama, Birinci Dünya Savaşı’na kadar olan turizmin gelişimine devletin fazla önem vermediği dönemdir. İkinci aşama, iki dünya savaşı arasındaki dönemi kapsayan turizm örgütlerinin güçlenmesi, konaklama tesislerine yatırımın artması ve ulaşım altyapısının iyileştirilmesi gibi önlemlerin aldığı dönemdir. Üçüncü aşama ise II. Dünya Savaşı’ndan 1990’a kadar olan dönemi kapsamaktadır. Savaş sonrası her şeyin normale dönmesi ve turizmin savaş öncesiyle aynı şekilde gelişmeye devam etmesi uzun zaman almıştır (Anita, 2018:3). Bağımsızlığın ardından Hırvatistan Cumhuriyeti turizmi, ülkenin ekonomisi ve kalkınmasıyla ilgili sorunları ele alan uzun bir süreçten geçmiştir. Hırvatistan Cumhuriyeti’nin 1 Temmuz 2013’te Avrupa Birliği’ne katılımıyla, ülke turizmini geliştirme şansını bulmuştur. Bu doğrultuda Hırvatistan, AB’nin sürdürülebilir kalkınma değer sistemini ve turizm alanındaki rekabet stratejisini kullanarak ülkenin refahını arttırmayı hedeflemiştir (Anita, 2018:19). Hırvatistan’da turizmin gelişiminin stratejik hedefleri ve görevleri şöyledir (Republica Hrvatska Ministrastvo turizma i sporta, 2020):

- Konaklama yapısının ve kalitesinin iyileştirilmesi
- Yeni istihdam olanakları
- Sektöre yönelik yatırımların artırılması
- Turist harcamalarını artırmak şeklindedir (Republica Hrvatska Ministrastvo turizma i sporta, 2020).

Hırvatistan’ın hedeflediği bu turizm politikaları doğrultusunda ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği turizm gelirleri Dünya Turizm Örgütü verilerine göre aşağıdaki tablodaki gibidir.

**Tablo 4.11. Hırvatistan Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2010-2021)**

| Yıl  | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir<br>(milyar\$) | Kişi Başına Düşen<br>Harcama (\$) |
|------|-------------------------|---------------------|-----------------------------------|
| 2010 | 9.0                     | 7.2                 | 800                               |
| 2011 | 9.7                     | 8.3                 | 855                               |

|             |             |             |              |
|-------------|-------------|-------------|--------------|
| <b>2012</b> | 10.2        | 7.5         | 735,2        |
| <b>2013</b> | 10.8        | 8.1         | 750          |
| <b>2014</b> | 11.5        | 8.7         | 756,5        |
| <b>2015</b> | 12.6        | 8.0         | 634,9        |
| <b>2016</b> | 13.7        | 9.0         | 656,9        |
| <b>2017</b> | 15.6        | 10.3        | 660,2        |
| <b>2018</b> | 16.6        | 11.1        | 668,2        |
| <b>2019</b> | 17.4        | 11.8        | 678,1        |
| <b>2020</b> | <b>5.5</b>  | <b>5.6</b>  | <b>1.018</b> |
| <b>2021</b> | <b>10.6</b> | <b>10.8</b> | <b>1.108</b> |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.11. incelendiğinde 2020 yılında turist varışlarında %75, gelirler düzeyinde %55 civarında gerçekleşen düşüşün dışında, ülkenin ağırladığı turist sayısını sürekli olarak arttırdığı, gelir ve kişi başına düşen harcamalar incelendiğinde ise artma ve azalma şeklinde değişimlerin olduğu görülmektedir.

#### 4.1.8. Hollanda Turizm Politikaları

Hollanda, topraklarının büyük bir kısmı Batı Avrupa’da bulunan 17.407.585 nüfuslu bir Avrupa Birliği ülkesidir. Hollanda’da turizm GSYH’nin %4,4’üne katkıda bulunmaktadır. Bu sebeple ülke ekonomisi için yerli ve yabancı turistin önemi oldukça önemlidir (OECD, 2018). Dünya Turizm Örgütü verilerine göre Hollanda’nın ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği gelir aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 4.12. Hollanda Ağırladığı Turist Sayısı  
ve Turizm Geliri (2010-2021)**

| <b>Yıl</b>  | <b>Kişi Sayısı<br/>(milyon)</b> | <b>Gelir<br/>(milyar\$)</b> | <b>Kişi Başına<br/>Düşen Harcama<br/>(\$)</b> |
|-------------|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>2010</b> | 10.9                            | 11.7                        | 1.073                                         |
| <b>2011</b> | 11.3                            | 12.8                        | 1.132                                         |
| <b>2012</b> | 12.2                            | 12.3                        | 1.008                                         |
| <b>2013</b> | 12.8                            | 13.7                        | 1.070                                         |
| <b>2014</b> | 13.9                            | 14.9                        | 1.071                                         |
| <b>2015</b> | 15.0                            | 13.4                        | 893,3                                         |
| <b>2016</b> | 15.8                            | 14.3                        | 905                                           |

|             |            |            |              |
|-------------|------------|------------|--------------|
| <b>2017</b> | 17.9       | 16.1       | 899,4        |
| <b>2018</b> | 18.8       | 17.8       | 946,8        |
| <b>2019</b> | 20.1       | 18.5       | 920,3        |
| <b>2020</b> | <b>7.3</b> | <b>9.7</b> | <b>1.328</b> |
| <b>2021</b> | <b>6.2</b> | <b>9.4</b> | <b>1.516</b> |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.12. incelendiğinde Hollanda'nın 2020 yılında turist varışlarında %65 civarında, gelirler düzeyinde ise %50 civarında düşüş yaşandığı görülmektedir. Ülkede 2021 yılında da gerek turist varışlarında gerekse turizm gelirlerinde azalma devam etmiştir. Ancak 2020 yılına kadar Hollanda'nın ağırladığı turist sayısını sürekli olarak arttırdığı turizm gelirlerinde ise artma-azalma şeklinde değişimler mevcuttur. Diğer AB ülkelerinde olduğu gibi Hollanda da turizmden daha fazla pay almak adına ve turizm istatistiklerini geliştirmek amaçlı turizm politikaları yürütmektedir. Ülkede ulusal düzeyde turizm politikasından Ekonomi ve İklim Politikası Bakanlığı sorumludur (OECD, 2016). 2015 yılında ülke “HollandCity” stratejisi ile ziyaretçileri zaman ve mekâna yaymayı amaçlamıştır. Stratejinin temel amacı, ziyaretçileri ülke çapında daha az bilinen yerlere gidilmesi için yönlendirmektir. Bu stratejinin katkılarına rağmen hükümet mevcut politikayı değiştirmeyi amaçlayarak bu doğrultuda; bölgeler arası işbirliğinin sağlanması, turistik verilerin geliştirilmesi, destinasyon yönetiminin gelişmesi şeklinde yeni hedefler belirlemiştir (OECD, 2020:242). 2018 yılında ise Ekonomik İşler ve İklim Politikası Bakanlığı, Hollanda'nın ilk Ulusal Turizm Zirvesini düzenlenmiştir. Ulusal Turizm Zirvesinin amacı turizmle ilgilenen kamu ve özel sektör paydaşları arasındaki iş birliğini arttırmak ve geleceğe uygun bir eylem programı geliştirmektir. Amaç; mümkün olduğu kadar çok şehir, kasaba ve bölgenin turizm faaliyetlerinden yararlanmasını sağlamaktır. 2018 yılında ise Ekonomik İşler ve İklim Politikası Bakanlığı, Hollanda'nın ilk Ulusal Turizm Zirvesini düzenlemiştir. Ulusal Turizm Zirvesinin amacı turizmle ilgilenen kamu ve özel sektör paydaşları arasındaki iş birliğini arttırmak ve geleceğe uygun bir eylem programı geliştirmektir (OECD, 2020:242).

Hollanda'da turizm vizyonu olan 2030 perspektifi, turizmin değişen rolüyle ilgilidir. Ülkede, 2030'a kadar yabancı turist sayısında yüzde 50 artış beklenmektedir. Bu durum, ziyaretçilerin, turizm tesislerinin ve sakinlerin ortak çıkarlarına öncelik veren yeni bir yaklaşımın gerektirdiği düşüncesiyle 2030 stratejisi geliştirilmiştir.

Amaç, her Hollandalının turizmden yararlanmasını sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda; turizm sektörünün avantajlar ve dezavantajlarını belirlemek, Hollanda'nın tüm bölgelerinin çekiciliğini güçlendirmek, erişebilirlik ve sürdürülebilirlik şeklinde hedefler belirlenmiştir (NBTC, 2021).

Hollanda'nın turizm politikaları çerçevesinde; turizmin az gelişmiş bölgelere yayılması, bölgeler arası iş birliği, kamu ve özel sektör arasında iş birliği sağlanması, turizmin ülkede dengeli dağılımının sağlanması, erişebilirlik ve sürdürülebilirlik konularına odaklanmıştır.

#### **4.1.9. İsveç Turizm Politikaları**

İsveç, Kuzey Avrupa'da İskandinav yarımadasında 10,23 milyon nüfuslu bir İskandinav ülkesidir. İsveç'te turizm ile ilgili konulardan İşletme , Enerji ve İleştirim Bakanlığı sorumludur. Bakanlık bünyesinde İsveç Ekonomik ve Bölgesel Büyüme Ajansı (Tillväxtverket), turizm ile ilgili konulardan sorumlu bir devlet kurumudur (Nordic Council of Ministers,2019). Bakanlıktan bağımsız olarak İsveç Turizm Otoritesi (STA), devlete ait doğrudan turizm ile ilgili en üst kuruluştur. STA'nın amacı; İsveç turizmini geliştirmek, ülke turizminin gelişimi için bütün girişimlere katılmak ve istatistikleri toplamak, bölgeler arası iş birliğini geliştirmek, kamu ve özel sektör iş birliğini geliştirmek gibi misyonları benimsemiştir (TÜRSAB, 2004).

İsveç'te turizmin kamu politikaları arasında yer almasının kısa bir geçmişi vardır. Ülkede 1930'larda turizm faaliyetlerine az sayıda bir katılım olmasına karşın sektöre ilişkin politika oluşturulması ilk olarak 1960'ların ortalarında ortaya çıkmıştır. İsveç'te 1930-1975 yılları arasındaki süreçte turizm sektörüne yönelik; devlet işgücünün boş zamanlarını organize etmesi, mevzuat yoluyla tatil günlerinin kademeli olarak genişletilmesi, iç turizme ilişkin pazarlama çalışmaları,1950'lerden itibaren birçok belediye kamp alanları ve tatil köyleri inşa etmiş, 1970'lerin sonunda ve sonrasında ülkede turizm bölgesel kalkınma politikasında yer almaya başlamıştır (Bohlin vd., 2014:19-30). Günümüzde ise İsveç'in mevcut ulusal turizm organizasyon yapısı 2005 yılında Parlamento Yasası tarafından belirlenmiştir. Bu organizasyon yapısının amacı, İsveç'in uzun vadede rekabetçi bir turizm endüstrisi ile çekici bir turizm merkezi olması, sürdürülebilir büyümeye ve ülke çapında istihdamın artmasına katkıda bulunmaktır (Nordic Council of Ministers, 2019). Ülkenin 2018-2020 yılı turizm politikaları ise genel olarak turizm sezonunun uzatılması, sürdürülebilir turizm

ve 2045 yılına kadar ülkenin fosilden arınmış ilk devlet olması şeklindedir (OECD, 2018; OECD, 2020). İsveç'in izlediği bu politikalar doğrultusunda ülkenin ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği gelir tablosu aşağıda verilmiştir.

**Tablo 4.13. İsveç Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2020-2021)**

| Yıl  | Kişi Sayısı<br>(milyon) | Gelir<br>(milyar\$) | Kişi Başına<br>Düşen<br>Harcama (\$) |
|------|-------------------------|---------------------|--------------------------------------|
| 2010 | 5.2                     | 8.3                 | 1.596                                |
| 2011 | 5.2                     | 10.2                | 1.961                                |
| 2012 | 5.1                     | 10.1                | 1.980                                |
| 2013 | 5.2                     | 10.9                | 2.096                                |
| 2014 | 5.7                     | 11.8                | 2.070                                |
| 2015 | 6.5                     | 11.3                | 1.738                                |
| 2016 | 6.8                     | 12.7                | 1.867                                |
| 2017 | 7.1                     | 14.1                | 1.985                                |
| 2018 | 7.4                     | 14.9                | 2.013                                |
| 2019 | 5.0                     | 9.2                 | 1.840                                |
| 2020 | 1.4                     | 4.3                 | 3.071                                |
| 2021 | -                       | -                   | -                                    |

(UNWTO, 2022)

Tablo 4.13. incelendiğinde İsveç'in ağırladığı turist sayısının genellikle aynı seviyelerde seyrettiği ancak 2020 yılında turist varışlarında yaklaşık %75 oranında düşüş yaşandığı görülmektedir. İsveç'in elde ettiği turizm gelirleri incelendiğinde ise 2019 ve 2020 yıllarındaki düşüşün dışında genel olarak turizm gelirlerini arttırmıştır.

#### 4.1.10. Polonya Turizm Politikaları

Polonya, Orta Avrupa'da bulunan 38.268.000 milyon nüfuslu, ekonomik potansiyeli ile orta büyüklükte bir Avrupa ülkesidir. GSYİH'da son yıllardaki artışı sebebiyle dünya ekonomisindeki yeri önem kazanmaktadır (Polonya Ülke Raporu, 2021:3). Polonya, her yıl artan turist sayısı ile turizm pazarında da önemli bir pay elde etmeye başlamıştır. Dünya Turizm Örgütü'nün verilerine göre Polonya'nın yıllara göre ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği turizm geliri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

**Tablo 4.14. Polonya'nın Ağırladığı Turist Sayısı  
Ve Turizm Geliri (2015-2021)**

| <b>Yıl</b>  | <b>Kişi Sayısı<br/>(milyon)</b> | <b>Gelir<br/>(milyar\$)</b> | <b>Kişi Başına<br/>Düşen Harcama<br/>(\$)</b> |
|-------------|---------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>2015</b> | 16.7                            | 10.3                        | 616,7                                         |
| <b>2016</b> | 17.5                            | 10.8                        | 617,1                                         |
| <b>2017</b> | 18.3                            | 12.8                        | 699,4                                         |
| <b>2018</b> | 19.6                            | 14.0                        | 714,2                                         |
| <b>2019</b> | 21.2                            | 14.0                        | 660,3                                         |
| <b>2020</b> | <b>8.4</b>                      | <b>8.2</b>                  | <b>976,1</b>                                  |
| <b>2021</b> | <b>9.7</b>                      | <b>9.1</b>                  | <b>938,1</b>                                  |

(UNWTO, 2022)

Polonya'nın ağırladığı turist sayısı 2015 yılından önce geceleme sayısı olarak istatistiklerde yer aldığından dolayı tablo 4.14.'de 2015-2021 yılları arası süreç verilmiştir. Bu doğrultuda tabloda 2020'ye kadar ülkenin ağırladığı turist sayısını ve turizm gelirini sürekli olarak arttırdığı görülmektedir.

Polonya'da turizm 2014-2018 yılları arasında Spor ve Turizm Bakanlığı tarafından turizm yönetimi, düzenlenmesi ve Polonya Turizm Örgütü (POT) dahil olmak üzere turizmle ilgili konular yürütülmektedir (OECD, 2014-2016-2018). Kasım 2019'dan itibaren ise turizm, Ekonomik Kalkınma Bakanı kapsamı altındadır. Bakanlık, Polonya'nın turist destinasyonu olarak pazarlanması ve tanıtılmasından, istatistiksel ve pazarlama analizlerinden ve Polonya turist bilgi sisteminin geliştirilmesi ve işletilmesinden sorumlu olan Polonya Turizm Örgütü'nü denetlemektedir (OECD, 2020:258). Ülkenin turizm politikası ile Avrupa Birliği'nin turizm politikası yakın ilişki içerisinde (Studzieniecki, 2012:258). Polonya'nın ulusal düzeydeki politikasının esas hedefi, sürdürülebilir kalkınma ilkeleri çerçevesinde turizm sektöründeki işletmeleri, kuruluşları, kurumları ve girişimleri destekleyerek rekabetçi ve yenilikçi turizmin gelişimini güçlendirmektir. Ülkede turizm sektöründe kapsamlı bir yaklaşım ile; rekabetçi ve yenilikçi turizm, modern turizm yönetim sistemleri, turizm endüstrisi için vasıflı bir işgücü, turizmin bölgesel ve yerel kalkınmaya katkısı, sosyal ve ekonomik uyumu artırması ve yaşam kalitesinin iyileştirilmesi gibi alanlara odaklanılmıştır (OECD, 2016:251).

#### 4.1.11. Diğer Avrupa Birliği Ülkeleri

Yukarıda incelenen ülkelerin yanı sıra Avrupa Birliği'ne üye 17 ülke daha bulunmaktadır. Bu ülkelerin turizm politikaları hakkında yeterli sayıda çalışma bulunmaması ve istatistiki bilgilerindeki eksikliklerden dolayı diğer Avrupa Birliği ülkelerinin turizm politikaları bu başlık altında birlikte incelenecektir.

**Avusturya**'da turizm politikası 2020 Ocak ayından itibaren Federal Tarım ve Turizm Bakanlığı'nın sorumluluğundadır (OECD, 2020:129). 2019 yılında bakanlık tarafından ülkenin ulusal turizm stratejisi Master Plan adında yayınlanmıştır. Planın hedefleri şu şekildedir (OECD, 2020:130-131):

- Ülke turizmini, hem turistlerin hem de yerel halkın bir arada uyumlu şekilde yaşamasını sağlayacak şekilde tasarlanması
- Sektörde dijital dönüşümün desteklenmesi
- Mesleki eğitim kalitesinin iyileştirilmesi
- Sürdürülebilir bir sektörün oluşturulması
- Turizm ve tarım arasındaki işbirliğinin güçlendirilmesi
- Turizm pazarlamasının geliştirilmesi şeklindedir.

**Belçika**, geleneksel bir turizm bölgesi sayılmamaktadır. Deniz kıyısında bulunan konaklama tesislerinin %60'ını oluşturan oteller, genellikle yerli turistlere hitap etmektedir. Brüksel'de bulunan Avrupa Birliği kurumlarının önemli sayıda iş ve resmi ziyaretçileri tarafından ziyaret edilmesi nedeniyle Brüksel, önde gelen uluslararası konferans merkezlerindendir. Ayrıca, Brüksel'de Anvers ve Gent fuar alanlarında yıl boyunca düzenlenen uluslararası fuarlar da Belçika turizmine katkı sağlamaktadır (Belçika Ülke Raporu, 2016:12). Belçika'nın iki önemli federal bölgesi kapsamında, bölgesel turizm politikaları uygulanmaktadır. Bu bölgeler Flaman Bölgesi ve Valon Bölgesi'nde uygulanan turizm politikalarıdır. Bu bölgelerin turizm politikaları şu şekildedir (OECD, 2020:195-137):

Flaman Bölgesi turizm politikası kapsamında 2019-2024 dönemi için; bölgenin sakinleri, turizm girişimcileri ve ziyaretçilerinin yararına yenilikçi ve kaliteli bir destinasyon olarak gelişebilmesi adına üç amaç belirlenmiştir. Bunlar:

- Politika yapıcılar ve paydaşlar tarafından turizm sektörüne verilen desteğin iyileştirilmesi
- Ziyaretçiler için Flaman hakkında bir hikâye oluşturulması

- Sürdürülebilirlik ve erişebilirlik şeklindedir.

Valon Bölgesi turizm politikası ise iki ana amaca odaklanmıştır:

- Bölgenin varlıklarının geliştirilmesi ve inşa edilmesi: Bu bölgenin doğal alanları, dünya mirası alanları, gastronomi zenginlikleri çerçevesinde bölgenin turizm merkezi haline getirilmesi
- Verimliliği artırmak için becerilerin ve yetkinliklerin yükseltilmesi: Dil eğitimi, hizmet kalitesi ve sürdürülebilir turizmin yanı sıra turizm sektörüne finansal destek ve yenilik araçlarının sağlanması şeklindedir.

**Bulgaristan**'da turizmin gelişmesi İkinci Dünya Savaş'ı öncesine dayanmasına karşın, gelişim savaştan sonra ivme kazanmıştır (Ivanov ve Dimitrova, 2010:3). Ülkede Bakanlar Konseyi, ulusal turizm politikasını oluşturmakla yükümlü ulusal organdır. Turizm Bakanlığı ise politika uygulamakla ve diğer bakanlık ve kurumların faaliyetlerini koordine etmekle yükümlüdür (OECD, 2020:315). Bulgaristan'ın turizm politikası şu hedeflere yöneliktir (Georgiev vd., 2005:65-66):

- GSYİH ve devlet bütçesinde turizm payının artması; turizmle ilgili alanların ve bölgelerin gelişmesini teşvik edilmesi,
- Doğal kaynakların, tarihi ve kültürel mirasın korunması ve tanıtımı,
- Turizm bilgi merkezlerinin geliştirilmesi,
- Avrupa turizm yapılarıyla entegrasyon, Avrupa turizm bilgi merkezlerine ve uluslararası bilgisayar ağlarına katılım,
- Bulgar gelenekleri ve yaşam tarzıyla ilgili yeni turistik hizmetler ve cazibe merkezlerinin sunulması,
- Turistik ürünlerin standardını yükseltmek ve uluslararası standartlara daha yakın hale getirilmesi şeklindedir.

Bulgaristan'da 2013 yılına kadarki dönemde turizmin gelişmesinin temel amacı, turizmin sürdürülebilir kalkınmasına paralel olarak mevcut doğal kaynakların verimli kullanılması ve korunması yoluyla turizm sektörünün rekabet gücünü ve verimliliğini arttırmaktır. Bulgaristan Ulusal Turizm Stratejisi kapsamında belirlenen stratejik hedefler aşağıdaki şekildedir (Vaklinov, 2012:5):

- Ulusal turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, hizmet kalitesi, tüketicilerin hakları ve güvenliğinin korunması;
- Turist destinasyonu olarak Bulgaristan'ın etkili pazarlanması ve reklamı,

- Turistik alanların kullanımının geliştirilmesi, pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinin iç ve dış pazarlarda uygulanması,
- Pozitif bir Bulgaristan imajı oluşturulması
- Sektörde modern standartlarının geliştirilmesi
- Altyapının geliştirilmesi
- Kamu ve özel sektör ortaklığının geliştirilmesi şeklindedir.

**Çekya**, Doğu Avrupa'nın post-komünist devletleri arasında en gelişmiş ekonomilerden birine sahiptir. Ülke turizm açısından da önemli Avrupa ülkeleri arasında yer almaktadır. Özellikle ülkenin başkenti Prag, en sık ziyaret edilen başkentler arasındadır (Frantal ve Sauer, 2016:1). Çekya'da Bölgesel Kalkınma Bakanlığı bünyesinde Turizm Dairesi, turizm politikası ve turizmle ilgili stratejiler geliştirip uygulamakla yükümlüdür. Çekya'nın Ulusal Turizm Politikası 2014-2020'nin genel amacı, turizm sektörünün ulusal ve bölgesel düzeyde rekabet gücünü arttırmak, ekonomik performansını geliştirmek, sosyo-kültürel ve çevresel faktörler arasında bir denge sağlamayı hedeflemektir. Ulusal turizm politikası aşağıdaki hedefleri içermektedir (OECD, 2020:152):

- Turizm politikasının etkin bir şekilde uygulamak için sağlam kurumsal yapılar oluşturmak.
- İş ortamına yardımcı olacak önlemler de dahil olmak üzere turizm arzının kalitesinin artırılması.
- İş gücü becerilerinin geliştirilmesi.
- Hizmet sağlayıcılar tarafından turizm pazarlarına erişimin iyileştirilmesi.
- Diğer ekonomik ve sektörel politikalarda turizmin rolünün güçlendirilmesi şeklindedir.

**Danimarka**'da 1 Ocak 2015 tarihli yasa ile turizm organizasyon yapısında yapısal değişiklikler yapılmıştır. Çevre ve Gıda Bakanlığı, Ulaştırma Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı ve Kültür Bakanlığı turizmle ilgili konularda Danimarka Hükümeti'nde iş birliği yapmaktadır (Nordic Council of Ministers,2019). Ülkenin mevcut Ulusal Turizm Stratejisi (2016), 2016'dan bu yana sektörün gelişimine yönelik bir çerçeve niteliğindedir. Danimarka'nın ilgi çekici bir turizm destinasyonu olma ve çeşitli kaliteli deneyimler yaşatmaya yönelik stratejik politika hedefleri belirlenmiştir. Bunlar (OECD, 2020:157-158):

- Turizm endüstrisinin sürekli büyümesini sağlamak için sağlam bir çerçevenin oluşturulması,
- Turizm pazarlamasında kamu fonlarından yararlanılması,
- Sektöre yönelik güçlü destinasyonların oluşturulması,
- Turistlere kaliteli deneyimler yaşatılması,
- Sektörde dijitalleşmenin sağlanması,
- Sektörde yeniliklerin sağlanması şeklindedir.

**Estonya**'da turizm ekonomik büyümeyi destekleyen en önemli sektörlerden biridir. Ülkede turizm önemli bir istihdam yaratıcısı olmasının dışında ülkenin ekonomik açıdan büyümesine önemli derecede katkı sağlamaktadır. Estonya'nın turizm politikası, Estonya Turist Kurulu ile yakın iş birliği içinde olan Ekonomik İşler ve İletişim Bakanlığı tarafından düzenlenmektedir (OECD, 2020:161). Estonya Turist Kurulu, Mayıs 1990'da turizmi geliştirmek ve hükümet politikalarını uygulamakla görevli bir ulusal kuruldur. 1992 yılında hükümet öncelikli ihracat sektörü olarak turizmi geliştirmek için politikaları kabul etmesiyle ülkeyi ziyaret eden Batılı turistlerin sayısında artışa sebep olmuştur (Unwin, 1996:268). Turizm gelişiminin çoğunluğu Estonya Turist Kurulu tarafından finanse edilmektedir. Turizm gelişimi için ana finansman kaynakları AB yapısal fonları ve devlet bütçesidir. Estonya'nın turizm gelecek stratejisi çerçevesinde politika öncelikleri şu şekildedir (OECD, 2020:162-163):

- KOBİ'leri desteklemek,
- Hem işletmeler hem de kamu otoriteleri için etkili veri yönetimini teşvik etmek,
- Çevrenin korunmasını desteklemek ve sürdürülebilir kalkınma ilkelerini desteklemek,
- Ülke çapında kaliteli ürünler ve hizmetler yaratarak, Tallinn dışındaki destinasyonların da çekiciliğini artırmak,
- Estonya'ya doğrudan uçuş bağlantıları sağlamak, bağlantıyı geliştirmek ve pazarları çeşitlendirmek şeklinde ilkeler belirlenmiştir.

**Finlandiya**'da turizm ve turizm politikası, Ekonomik İşler ve İstihdam Bakanlığı'ndan sorumludur. Finlandiya Turizm Stratejisi 2019-2023 ve 2019-2028 Eylem Planı kapsamında, sürdürülebilir büyüme, turizm ihracatını ikiye katlamayı ve İskandinav bölgesindeki en sürdürülebilir destinasyon olmayı hedeflemektedir.

Strateji, sektörde büyümeyi teşvik etmek için dört temel öncelik belirlemiştir. Bunlar; sürdürülebilir kalkınmanın teşviki, dijital değişime yanıt verilmesi, erişilebilirliğin iyileştirilmesi ve rekabet edilebilirliğin desteklenmesidir (OECD, 2020:168).

**Letonya**'da turizm ve turizm politikalarından Ekonomi Bakanlığı sorumludur. Ekonomi Bakanlığı, turizm politikasının uygulanmasının dışında hem ulusal hem de uluslararası düzeyde Letonya'nın turizm destinasyonu olarak tanıtılmasından sorumlu bulunan Letonya Yatırım ve Kalkınma Ajansı'nı denetlemektedir. Letonya turizm politikasının amacı, ihracat pazarlarında turizm hizmetlerinin rekabet gücünü kolaylaştırarak sektörün sürdürülebilir büyümesini sağlamaktır. Letonya Hükümetinin politikası, turizm işletmelerinin rekabet edebilirliğini arttırmayı, sürdürülebilir turizm gelişim kriterlerini karşılamayı, uluslararası rekabet gücünü teşvik etmeyi, mevsimsel dengesizlikleri azaltmayı ve ortalama kalış süresini uzatmayı amaçlamaktadır (OECD, 2020:221-222). Letonya turizm politikalarının önemli sorunlarından biri ülkede turizm geliştirme planlarından bazıları yalnızca belge olarak geliştirilmiştir ve uygulamaya konulamamış veya kısmen uygulanmıştır (Rozite ve Steina, 2019).

**Litvanya**'da ise Ekonomi ve İnovasyon Bakanlığı turizmden sorumludur. Ayrıca bakanlık ulusal turizm politikası, destinasyon gelişimi ve uluslararası ilişkileri şekillendirmekten sorumludur. Litvanya 2014-2020 ulusal turizm stratejisi hedefleri çerçevesinde; yeni ürün geliştirme, turizm altyapısının ve hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve rekabet gücünü arttırmak şeklinde hedefler belirlemiştir (OECD, 2020:227). 2021-2031 turizm geliştirme stratejisi kapsamındaki öncelikleri ise şu şekildedir (OECD, 2020:228):

- Kamu ve özel turizm altyapısının geliştirilmesi
- Çekici turizm rotaları oluşturmak ve geliştirmek
- Litvanya'nın erişilebilirliğini iyileştirme
- Nitelikleri artırmak ve girişimcilik becerilerini geliştirmek
- Hizmet sağlayıcılar için sertifika ve akreditasyon planları geliştirmek
- Litvanya'nın turizm ürününün ayrıntılarını içeren bilgi veritabanının geliştirilmesi
- Ortak pazarlama faaliyeti uygulamak için komşu ülkelerle iş birliği yapmak

- Ortak kamu ve özel turizm pazarlama projeleri sunmak için turizm kümeleri oluşturmak
- Sezon dışı kültürel etkinliklerin ve ilgi çekici yerlerin arzını artırmak şeklindedir.

**Lüksemburg**'da turizm, Turizm Genel Müdürlüğü aracılığıyla 2018 yılından beri Ekonomi Bakanlığı'nın sorumluluğundadır. Lüksemburg'da turizmin gelişmesiyle ilgili başlıca konular şu şekildedir (OECD, 2020:234):

- Kaliteli, erişilebilir ve yenilikçi turizm ürünleri ve hizmetleri geliştirmek
- Turizm yapılarının ulusal, bölgesel ve yerel düzeylerde profesyonelleştirilmesi
- Dijitalleşmeye uyum sağlama
- Turizmin sürdürülebilir gelişimini desteklemek
- Güvenilir istatistikler geliştirmek
- Yeni pazarlar geliştirmek şeklindedir.

**Macaristan**'da turizm, Başbakan Kabine Ofisi tarafından ilgilenilmektedir. Ülkede 2005-2013 Turizm Stratejisi Macaristan Turizm Ofisi ve Bakanlık tarafından hazırlanmıştır. Stratejinin vizyonu ve hedefleri aşağıdaki gibidir (Imola, 2013:1):

- Ulusal turizmin rekabet gücünün artırılması
- Turizm ürünlerini ulusal öncelikler olarak geliştirilmesi
- Bölgesel destinasyonların gelişiminin sağlanması
- Ürün ve hizmet kalitesinin artırılması
- Turizm eğitim sisteminin güçlendirilmesi
- Turizmin desteği ile sürdürülebilir kalkınmanın güçlendirilmesi
- Turistik cazibenin geliştirilmesi
- İnsan kaynakları yönetiminin geliştirilmesi
- Etkili bir işletim sisteminin kurulması olarak belirlenmiştir.

Ülkenin 2030 Ulusal Turizm geliştirme stratejisi ise; sektör için kısa, orta ve uzun vadeli hedefleri ve bunlara ulaşılması gereken görevleri tanımlamaktadır. Strateji aynı zamanda kamu ve özel sektörü turizmin geleceği için ortak bir vizyon geliştirebilecekleri bir çerçeve sağlamaktadır. Stratejinin uygulanmasının temelini oluşturan ilkeler şöyledir (OECD, 2020:187):

- Turizmin, yerel topluluklar ve doğal çevre ile denge içinde gelişimi

- Aile dostu turizm tesisleri
- Özellikle engelli ziyaretçiler için erişilebilir turizme önem verilmesi
- Ziyaretçiler için çok dilli bilgiler, tabelalar vb. ve kapsamlı rehberlik
- Dijital uygulamalar ve işletmelerde yenilikçi kullanımlar şeklindedir.

**Malta**'da ise turizm ülkenin ekonomik ve sosyal gelişimi için kilit bir sektördür. Malta Hükümeti ülke turizminin sürdürülebilir olmasını, otantik bir turizm deneyimi sağlamasını ve Malta adalarının ziyaretçilere sunabileceği çeşitliliğe dayanmasını sağlamayı hedeflemektedir. Buna göre, hükümet şu ilkeleri belirlemiştir (Jelena, 2018: 59):

- Özellikle turist bölgelerinde sağlanan güvenlik standartlarının iyileştirilmesi
- Çok ziyaret edilen alanlarda erişilebilirliğin artırılması
- Turistik bölgelerdeki sorunları azaltmak için destinasyon yönetiminin iyileştirilmesi
- Yolların ve halka açık alanların verimli bir şekilde temizliğinin sağlanması
- Görsel kimliğin ve peyzajın geliştirilmesi
- Turist Bölgesi Geliştirme Vakfı'na destek sağlanması şeklindedir.

**Romanya**'da turizm sektörü incelendiğinde ülkede turizm, Ekonomi Enerji ve İş Ortamı Bakanlığının sorumluluğu altındadır. Turizmin gelişimini sağlamak, ulusal düzeyde turizm politikalarını ve eylemlerini koordine etmek, turizm sektöründeki gelişmeleri takip etmek ve stratejileri belirlemek için de Bakanlıklar Arası Turizm Konseyi görevlidir (OECD, 2020:365). Romanya'nın 2026 Ulusal Turizmin Geliştirilmesi Stratejisi çerçevesinde ülkeyi doğal ve kültürel mirasa dayalı kaliteli bir turizm destinasyonuna dönüştürmek ve turizm sektörünün çevre açısından sürdürülebilir gelişiminin desteklenmesi hedeflenmektedir (National Tourism Development Strategies Assessment, 2012). Romanya'da 2030 yılına kadar turizm stratejisi çerçevesinde aşağıdaki hedefler belirlenmiştir (OECD, 2020:366):

- Turist altyapısının bağlantısını ve kalitesini iyileştirmek,
- Özel sektör yenilikçiliğini desteklemek,
- Destinasyonlarda ziyaretçi deneyimlerinin ve hizmet kalitesini artırmak,

- Turizm politikası oluşturma kapasitesini güçlendirilmesi, dijitalleşmenin artırılması, pazarlama mekanizmalarını ve kampanyaları daha uyumlu hale getirilmesi hedefleri belirlenmiştir.

**Slovakya**'nın turizmi incelendiğinde ülkede turizm sorumluluğu Ulaştırma ve İnşaat Bakanlığı'na aittir. 2016-2020 Slovak Cumhuriyeti Hükümeti Manifestosunda belirtildiği üzere hükümetin ana turizm politikası, ülke genelinde yeni işler yaratırken sektörün rekabet gücünü arttırmaktır. Bu hedeflere ulaşmak amacıyla, aşağıdakilerin yapılması gerektiği belirtilmiştir (OECD, 2020:269):

- Turizmin mevsimsel yapısı göz önüne alındığında daha esnek istihdam biçimlerinin düşünülmesi
- Demiryolu ve otobüs sektörleri ile turizm beldesi işletmecileri arasındaki koordinasyonu geliştirmek
- Ziyaretçilere daha uzun süreli kalışları teşvik etmek için ülkeyi çekici ve güvenli bir destinasyon olarak sunulması
- Destinasyon yönetiminin teşvik edilmesi
- Daha yüksek katma değerli ve uygun maliyetli turizm ürünlerinin gelişiminin güçlendirilmesi
- Spa endüstrisinin gelişmesine verilen desteğe daha fazla önem verilmesi şeklindedir.

**Slovenya** turizmi incelendiğinde ülkenin turizm tarihi çok eskilere dayanmaktadır. Ünlü beyaz atların bulunduğu Lipizza harası, 1580 yılında kurulmuştur. Rogaška spa 330 yıldan daha eskidir. Dünyaca ünlü Postojna mağarası 180 yıldır turistlere açılmıştır. Portorož'da turizm 120 yıldan fazla bir süredir organize edilmektedir ve ilk kumar lisansı 1913 yılında Avusturya hükümdarlığı tarafından Portorož Casino'ya verilmiştir. Bununla birlikte, eski Yugoslav zamanlarında Slovenya, Adriyatik kıyılarına giden Avrupalı turist akışları için çoğunlukla bir geçiş ülkesi konumunda iken bağımsız bir devlet olduktan sonra, Slovenya aşağıdaki turizm kümelerinin gelişimine yoğunlaşmıştır (Sirse vd., 1999:34).

- Spa turizmi (Rogaška, Čateške toplice, Atomske toplice vb.)
- Karst ile kıyı turizmi (Portorož, Piran, vb.)
- Alp turizmi (Kranjska Gora, Bled, Bohinj'de kış ve yaz turizmi)
- Kırsal turizm (esas olarak çiftlik evlerinde) ve
- Şehir turizmi

Ülkede ulusal turizm politikasının uygulanmasından Ekonomik Kalkınma ve Teknoloji Bakanlığı sorumludur. Slovenya Turizm Kurulu ise pazarlama, turizm bilgileri, piyasa verileri, ürün geliştirmeyi koordine etmek, paydaşları dahil etmek ve pazar araştırması yapmaktan sorumlu bir kamu kurumudur. 2017 yılında Slovenya Cumhuriyeti Hükümeti, Sloven turizminin sürdürülebilir büyümesi için yeni bir strateji belirlemiştir. Strateji çerçevesinde Slovenya turizm politikaları aşağıdaki gibidir (OECD, 2020:275):

- Sloven turizmi için yeni bir organizasyon yapısının geliştirilmesi,
- KOBİ'leri, yeşil ve yenilikçi turizm ürünleri teşvik etmeye ve yüksek kaliteli hizmet geliştirmeye teşvik edilmesi,
- İşletmelerin gelişmesi için daha iyi bir ortam yaratmak üzere kurumsal ve yasal çerçevelerin düzene sokulması,
- Rekabet gücünün ve sektörün kalitesinin artırılması için turizm altyapısına yatırım yapılması,
- Mesleki eğitim standartlarının güncellenmesi dâhil olmak üzere eğitim ve öğretime yatırım yapılması şeklindedir.

Yukarıda Avrupa Birliği'nin diğer üye ülkelerinin turizm politikaları genel olarak incelenmiştir. GKRY ve İrlanda hakkında yeterli bilgiye ulaşılamamasından dolayı bu ülkelerin turizm politikaları hakkında bilgi verilememiştir. Aşağıdaki tabloda yukarıda verilen AB ülkelerinin turizm politikalarına ait özet bilgiler verilmiştir.

**Tablo 4.15. Diğer AB Ülkelerinin Turizm Politikaları**

| Ülke             | Turizmden Sorumlu Bakanlık                                                         | Turizm Politikaları                                                                        |
|------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Avusturya</b> | Federal Tarım ve Turizm Bakanlığı                                                  | Dijital dönüşüm<br>Eğitim<br>Sürdürülebilirlik                                             |
| <b>Belçika</b>   | Flaman Bölgesinde: Adalet ve Uygulama, Çevre ve Mekansal Gelişim, Enerji ve Turizm | Turizm desteğinin geliştirilmesi<br>Sürdürülebilirlik<br>Erişebilirlik                     |
|                  | Valon Bölgesi: Kamu Hizmeti, Turizm, Miras ve Yol Güvenliği                        | Hizmet Kalitesi<br>Eğitim                                                                  |
| <b>Çekya</b>     | Bölgesel Kalkınma Bakanlığı                                                        | Rekabet gücünü artırma<br>Kurumsal yaşılar oluşturma<br>Turizm arz kalitesinin artırılması |

Tablo 4.15.'in devamı

|                   |                                                                                           | İş gücü becerilerinin<br>arttırılması<br>Turizm erişiminin<br>iyileştirilmesi<br>Turizmin güçlendirilmesi                                                                                                                                     |
|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Danimarka</b>  | Çevre ve Gıda Bakanlığı,<br>Ulaştırma Bakanlığı, Dışişleri<br>Bakanlığı, Kültür Bakanlığı | Kamu desteği<br>Dijitalleşme<br>Turizm kalitesi<br>Prosedürlerin kolaylaştırılması<br>Yenilikçi yaklaşım<br>Harcamaların arttırılması                                                                                                         |
| <b>Estonya</b>    | Ekonomik İşler ve İletişim<br>Bakanlığı                                                   | Kobilerin desteklenmesi<br>Dijitalleşme<br>Veri yönetimi<br>Sürdürülebilirlik<br>Turizm teklifinin çeşitliliği                                                                                                                                |
| <b>Finlandiya</b> | Ekonomik İşler ve İstihdam<br>Bakanlığı                                                   | Rekabet gücünü arttırmak<br>Sürdürülebilirlik<br>Mevsimsellik<br>Ortalama kalış süresini uzatma                                                                                                                                               |
| <b>Letonya</b>    | Ekonomi Bakanlığı                                                                         | Rekabet gücünü arttırmak<br>Sürdürülebilirlik<br>Mevsimsellik<br>Ortalama kalış süresini uzatma                                                                                                                                               |
| <b>Litvanya</b>   | Ekonomi ve İnovasyon<br>Bakanlığı                                                         | Turizm eğitimi<br>Mevsimsellik<br>Sürdürülebilirlik<br>Altyapının iyileştirilmesi<br>Hizmet kalitesinin<br>iyileştirilmesi<br>Rekabet gücünün arttırılması<br>Erişebilirlik<br>Kamu ve özel sektör iş birliği                                 |
| <b>Lüksemburg</b> | Ekonomi Bakanlığı                                                                         | Erişebilirlik<br>Profesyonellik<br>Dijitalleşme<br>Sürdürülebilirlik<br>Yeni pazarlar geliştirme<br>Ürün geliştirme                                                                                                                           |
| <b>Macaristan</b> | Ulusal Kalkınma Bakanlığı                                                                 | Rekabet gücünün arttırılması<br>Bölgesel destinasyonların<br>geliştirilmesi<br>Hizmet ve ürün kalitesinin<br>arttırma<br>Turizm eğitimi<br>Sürdürülebilirlik<br>Turizm pazarının geliştirilmesi<br>İnsan kaynakları yönetimini<br>geliştirmek |
| <b>Malta</b>      | Turizm Bakanlığı                                                                          | Sürdürülebilirlik<br>Turizm çeşitliliği                                                                                                                                                                                                       |

Tablo 4.15.'in devamı

|                 |                                          |                                                                                                                                                                                                             |                               |
|-----------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
|                 |                                          | Güvenlik<br>geliştirilmesi<br>Erişebilirlik<br>Destinasyon yönetimi<br>Çevre temizliği<br>Peyzaj<br>Turizm<br>desteklenmesi                                                                                 | standarlarının<br>vakıflarına |
| <b>Romanya</b>  | Ekonomi ve Enerji Bakanlığı              | Sürdürülebilirlik<br>Altyapıyı güçlendirmek<br>Hizmet kalitesini arttırmak<br>Dijitalleşme                                                                                                                  |                               |
| <b>Slovakya</b> | Ulaştırma ve İnşaat Bakanlığı            | Mevsimsellik-istihdam<br>Ulaşım koordinasyonu<br>Destinasyon yönetimi<br>Turizm ürünlerinin gelişimi<br>Spa endüstrisinin geliştirilmesi                                                                    |                               |
| <b>Slovenya</b> | Ekonomik Kalkınma ve Teknoloji Bakanlığı | Sürdürülebilirlik<br>Turizm gelirlerinin artırılması<br>Kobileri desteklemek<br>Dijitalleşme<br>Kurumsallık<br>Rekabet gücünü artırma<br>Altyapı hizmetlerini<br>geliştirmek<br>Mesleki eğitimi geliştirmek |                               |

Tablo 4.15. incelendiğinde diğer Avrupa Birliği ülkelerinin odaklandığı başlıca politikalar; dijitalleşme, sürdürülebilirlik, rekabet gücünü artırma, turizm eğitimi, mevsimsellik ve erişebilirliktir. Bu hedeflere bakıldığında tabloda yer alan ülkelerin günümüzde gelişen teknoloji dünyasına uyum sağlayabilmek ve diğer ülkelerle rekabet edilebilirliği arttırabilmek adına dijital dönüşümleri, doğal kaynakların tahrip olması ve çevrenin kirlenmesi sonucu sürdürülebilirlik bilincinin oluşması ile turizmde sürdürülebilirlik faaliyetleri, sektördeki hizmet kalitesinin güçlendirilmesi amacıyla turizm eğitimi, turizmi 12 aya yayarak daha fazla gelir elde etmek amacıyla mevsimselliğin önüne geçme ve turizmde erişebilirliği güçlendirerek herkesin tatil yapmasını sağlamak gibi hedefler bu ülkelerin ortak turizm politikalarıdır.

Araştırmanın bu bölümünde Avrupa Birliği ülkelerinin turizm politikaları detaylı olarak incelenmiştir. İncelenen bu politikalar çerçevesinde çalışmanın sonraki bölümünde Avrupa Birliği'nin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları karşılaştırılacak ve daha sonra Avrupa Birliği'ne üye ülkeler ile Türkiye turizm politikaları karşılaştırılacaktır. AB ülkeleri arasından küresel turizm pazarının liderleri konumunda olan ve Türkiye'nin sektördeki başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve

İtalya'nın turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları ayrıntılı bir şekilde karşılaştırılacaktır.

## 5. AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE TURİZM POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRILMASI

Araştırmanın bu bölümünde Avrupa Birliği ve üye ülkelerin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları kıyaslanacaktır. Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları arasında kültürel turizm, sosyal turizm, kırsal turizm, mesleki eğitim, turist hakları, mevsimsellik ve turizm istatistiklerinin oluşturulması şeklinde benzer turizm politikaları olması sebebiyle öncelikli olarak AB doğrudan turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları karşılaştırılacaktır.

Avrupa Birliği, dolaylı ve doğrudan turizm politikaları çerçevesinde turizm sektörüne yön verirken, AB'ye üye ülkeler bu politikalar doğrultusunda kendi turizm politikalarını oluşturmuşlardır. Türkiye ise kalkınma planları, turizm şuraları ve 2023 Türkiye Turizm Stratejisi'nde belirlenen turizm politikaları ve stratejileri çerçevesinde sektöre yön vermektedir. Bu doğrultuda Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları aşağıdaki şekilde karşılıklı olarak incelenmiştir.

**Kültürel turizmin geliştirilmesi:** Avrupa Kültürü ve mirası, turizm sektörü için kıtanın önemli bir değeridir. AB turizm potansiyelini genişletmek ve Avrupa'nın kültürel değerlerini tanıtmak adına çeşitli kültür programları ile kültür turizminin önemini artırmaktadır. Kaleidoscope (1991-1996), Kaleidoscope (1996-1999), Ariene (1997-1999), Raphael (1997-1999), Kültür 2000 Programı, Kültür Programı 2007-2013 bu programlardandır. Bu programların genel olarak amaçları şu şekildedir (Tekindağ, 2014):

- Kültürel ve sanatsal faaliyetleri desteklemek
- Sanatsal ve kültürel iş birliğini teşvik etmek
- Birliğe üye ülkelerin kendi kültürlerine ilişkin edebiyat eserleri haricinde birbirlerinin edebiyat eserlerine karşı ilgi uyandırma
- Kültürel güzergâhlar oluşturmak
- Avrupalılar için ortak bir kültürel alan oluşturmak
- Kültürler arası diyalogu geliştirmektir.

Aynı zamanda AB'nin dolaylı turizm politikaları arasında yer alan kültürel ve mimari mirasın korunması politikası, kültürel turizmin geliştirilmesi amacını gütmektedir. Bu amaç çerçevesinde Avrupa Birliği kültürel ve mimari mirasa yönelik politikalar belirleyerek turizmin kültürel açıdan gelişmesini hedeflemektedir. Bu doğrultuda kültürel mirasa ilişkin AB'de aşağıdaki politikalar belirlenmiştir (European Commission, 2023).

- Kültürel miras için risk yönetimi: Avrupa Birliği Sivil Koruma Mekanizması kapsamında yangın vb. durumlarda kültürel miras uzmanlarından oluşan bir ekip gönderilerek acil durum eylemleri ve restorasyon işlemleri yapılmaktadır.
- Aynı zamanda Copernicus programı ile de hem doğal hem de doğal olmayan coğrafi tehlikelerin etkisinin yönetilmesinde yardımcı olunmaktadır.
- Kültürel varlık kaçakçılığıyla mücadele: Avrupa Birliği'nde kültürel eşya kaçakçılığına özel AB Eylem Planı oluşturulmuştur. Bu eylem planı, suçluları etkili bir şekilde caydırmayı, gelişen güvenlik tehditlerini ele almayı ve AB içinde ve ötesinde kültürel mirası korumayı amaçlamaktadır.
- Bölgesel politikada kültürel miras: Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ERDF) ile kültürel varlıkların yerel düzeyde korunmasını, geliştirilmesini ve tanıtılmasını finanse eden eylemler yoluyla kültürel mirasa destek sağlamaktadır.
- Araştırma ve yenilik: Avrupa, kültürel mirasının korunması ve tanıtılmasına yardımcı olmak için akıllı ve teknolojik olarak gelişmiş çözümleri beslemektedir. AB Araştırma ve Yenilik programı Horizon 2020 ve Komisyonun Ortak Araştırma Merkezi (JRC) aracılığıyla bu alanda Avrupa uzmanlığının geliştirilmesine yatırım yapılmaktadır .
- Avrupa dijital mirası: Europeana dijital platformu ile Avrupa kültürel mirasının dijital dönüşümü güçlendirilmektedir. Sanat eserlerinin, kitapların ve müziğin dijitalleştirilmiş versiyonlarına ücretsiz erişim sağlamak için binlerce Avrupa müzesini, arşivini ve kütüphanesini destekleyen bir platformdur.

- Kültürel miras ve eēitim: Avrupa Komisyonu, eēitim yoluyla Avrupa'nın kültürel mirasına ilişkin farkındalıēı artırmakta ve Erasmus programının bu alandaki etkisini en üst düzeye çıkarmaktadır. Aynı zamanda çeşitli girişimler ile okullarda kültürel mirasın tanılmasını saēlamaktadır. e-Twinning ve School Education Gateway gibi programlar ile okul eēitiminde kültürel miras eēitimi verilmektedir.
- Kültürel mirasın uluslararası boyutları: Ilucidare ve İpek Yolu Miras Koridorları gibi projeler ile Avrupa kültürel mirası uluslararası boyutlarda tanıtılmaktadır.

Türkiye’de kültürel turizm deēerlendirildiēinde, birçok medeniyete ev sahipliēi yapmasının sonucu olarak örf, adet, gastronomi, tarih, müzik, resim, din, mimari yapı, el sanatları, giyim tarzı gibi birçok kültürel zenginliēe sahiptir. Bu nedenle sahip olunan kültürel zenginliklerin hem kültürel turizm kapsamında deēerlendirilerek ülke turizmine katkı saēlaması hem de korunarak s rd r lebilirliēin saēlanması için turizm politikaları kapsamında deēerlendirilmektedir. Bu doērultuda pek çok şehirde halkın kültürel ve sanatsal etkinliklere katılımının saēlanması ve bölgenin kültürel turizm baēlamında geliştirilmesi için etkinlikler düzenlenmektedir. Altın Portakal Film Festivali, Altın Koza Film Festivali, İstanbul Uluslararası Dans Festivali, Uluslararası Ankara Tiyatro Festivali gibi etkinlikler uluslararası boyut kazanmış olmalarından dolayı ülkenin kültürel turizmi açısından önemli etkinliklerdir (Yolal, 2017:44).

Kültürel turizm kapsamında kültürel mirasın korunmasına ilişkin 1983 yılında UNESCO Dünya Miras Sözleşmesi’ni imzalayan Türkiye, Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Genel M d rl ē ’n n sorumluluēu altında kültürel mirasın korunmasına ilişkin çalışmalar yürütmektedir (Emekli, 2005). Bu doērultuda kültürel mirasın korunmasına ilişkin uluslararası platformda “Venedik T z ē ”, “Dünya Doēal ve Kültürel Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme”, “ICOMOS”, “ICOM”, “Avrupa Mimari Mirasının Korunması Sözleşmesi” ve “Arkeolojik Mirasın Korunmasına İlişkin Avrupa Sözleşmesi” gibi sözleşmelere taraf olan Türkiye aynı zamanda ülke içerisinde de “1710 sayılı Eski Eserler Kanunu”, “2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu”, “2872 sayılı  evre Kanunu” ve “2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu” gibi düzenlemeler ile kültürel mirasın korunmasını yasal  er velere dayandırmaktadır (Batmaz ve Biçici, 2021).

Avrupa Birliği ve Türkiye turizm politikaları kapsamında kültürel turizmin geliştirilmesi değeriendirildiğinde Avrupa Birliği Avrupa kültürünün tanıtılması, AB’de kültürel turizmin geliştirilmesi için gerek kültürel programlarla gerekse de kültürel mirasa yönelik belirlediği politikalarla kültürel turizmi detaylı olarak ele almıştır. Avrupa Birliği’nde doğal, tarihi ve kültürel miras bilincinin oluşturulması ve artırılması, Avrupa ülkeleri arasındaki kültürel işbirliğinin geliştirilmesi amacıyla “Avrupa Bir Ortak Miras” kampanyası AB ülkeleri arasında kültürel işbirliği sağlanması adına önemli bir kampanyadır (Emekli, 2005:102). Türkiye’de ise kültürel turizmin geliştirilmesi ve kültürel mirasa yönelik hem kültürel değerielerin hem de kültürel mirasın turizm faaliyetleri içerisinde korunmasına yönelik politikalar belirlenmiştir. 2023 Türkiye Turizm Stratejisi çerçevesinde de kültürel turizmin gelişmesine yönelik tematik bölgeler belirlenerek bölgesel kapsamda kültürel turizmin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Bu doğrultuda AB ve Türkiye kültürel turizm politikaları kapsamında karşılaştırıldığında iki tarafında kültürel zenginlikleri önemseyerek politika ve stratejilerinde yer verdikleri görülmektedir. Hem AB hem de Türkiye kültürel turizmin geliştirilmesine yönelik etkinlikler ile, kültürel mirasın korunmasına ilişkin yasal düzenlemeler ve bölgesel politikalar kapsamında kültürel turizmin geliştirilmesine ilişkin çalışmalar yapmaktadır. Ancak Avrupa Birliğinde Sivil Koruma Mekanizması tarafından yangın vb. afet durumlarında kültürel mirasın korunmasına ilişkin bir risk planının oluşturulması, Copernicus Programı ile atmosferin korunması, iklim değerişikliği, acil durumlar vb. gibi konuların ayrıntılı şekilde ele alınması ve AB’de kültürel miras bilincinin geliştirilmesine ilişkin çeşitli programlar ile okullarda kültürel miras eğitimi gibi konular AB ve Türkiye arasındaki önemli farklılıklardır.

**Kırsal turizmin geliştirilmesi:** Avrupa Birliği, alternatif turizm çeşitleri geliştirme kapsamında kırsal turizmi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Aynı zamanda AB dolaylı turizm politikalarında tarım politikası çerçevesinde de kırsal turizmin geliştirilmesini amaçlamıştır. Bu çerçevede; kırsal bölgelerde seyahat acentelerine bilgi sağlayacak sistemlerin oluşturulması, AB tarafından kırsal bölgelerde bilgi sistemlerinin desteklenmesi, kırsal destinasyonların ürünlerinin tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yapılması ve bu ürünlerinin tanıtılması amaçlı örnek projelerin desteklenmesi gibi ilkeler belirlenmiştir (Sivil, 2007:62). ). Avrupa Tarımını Koruma Fonu kapsamında da kırsal bölgelerin geliştirilmesi ve agro turizm ile turizmden daha fazla pay elde edilmesi amaçlanmıştır (Arslan, 2014:432). AB’nin Topluluk Tarım

Politikası çerçevesinde ise çiftçilerin finansal olarak desteklenmesi, sürdürülebilir ve çevre dostu uygulamaların teşvik edilmesi ile kırsal alanların kalkınmasına yatırım yapılması amaçlanmıştır (European Union, 2023). AB kırsal kalkınmaya ilişkin 2007-2013 dönemleri için aşağıdaki öncelikli hedefleri belirlemiştir (EU Monitor, 2023):

- Tarım ve ormancılık sektörlerinin rekabet gücünün artırılması
- Çevrenin ve kırsal alanın iyileştirilmesi
- Kırsal alanlarda yaşam kalitesinin iyileştirilmesi ve kırsal ekonominin çeşitlendirilmesinin teşvik edilmesi
- İstihdam ve çeşitlendirme için yerel kapasitenin oluşturulması
- Programlamada tutarlılığın sağlanması
- Avrupa enstrümanları arasında tamamlayıcılık şeklindedir.

Avrupa Birliği kırsal kalkınma için belirlediği bu öncelikler doğrultusunda kırsal alanlarda turizm sektörünü geliştirmeyi amaçlamaktadır. Türkiye’de ise turizm politikaları çerçevesinde kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik öncelikli olarak yayla turizminin geliştirilmesini hedeflemiştir. Özellikle Doğu Karadeniz Bölgesi’nde sahip olan eşsiz güzellikteki yaylaların turizme kazandırılması adına çalışmalar yapılmaktadır. Bu çalışmalara örnek olarak DOKAP tarafından yürütülen Yeşil Yol Projesi örnek olarak gösterilebilir. DOKAPA göre bu proje; doğa turizmini talep eden turistlerin taleplerini karşılamak, turizm alanlarını birbirlerine bağlayarak turizm potansiyelini arttırmak ve yaylacılık yapan yerel halkın gelir düzeyini arttırmayı amaçlamaktadır (DOKAP 2016). Ancak bu olumlu görünen yaklaşıma karşın projenin doğal çevre, ekosistem ve yerel halk üzerinde önemli tahribata yol açacağı düşüncesinden dolayı projeye yönelik itirazlar söz konusu olmuştur. Özellikle TEMA Vakfı Yeşil Yol projesinin Karadeniz dağları, ormanları, su varlıkları, flora ve faunanın dönüştürülemez bir şekilde zarar görmesinin yanı sıra çarpık kentleşme ve şehir planlamasına yönelik de tahribata yol açacağı gerekçesiyle itirazda bulunmuştur (TEMA, 2016). Dolayısıyla AB ile karşılaştırıldığında özellikle kırsal turizmin geliştirilmesine ilişkin hazırlanan Yeşil Yol Projesinin, AB’nin çevre politikaları ile uyummadığını göstermektedir (Aytuğ,2016). Avrupa Birliği’nin çevre politikasını temelini 7 ilke oluşturmaktadır. Bu ilkeler; bütünleyicilik ilkesi, yüksek seviyede koruma ilkesi, önleyicilik ilkesi, kirleten öder ilkesi, kaynakta önleme ilkesi, ihtiyatlılık ilkesi, aşamalı sorumluluk ilkesidir (Aytuğ, 2016; Ökmen, 2006). Dolayısıyla AB’nin çevre politikalarından ihtiyatlılık ilkesi ve önleyicilik ilkeleri

çerçevesinde Yeşil Yol Projesi ile uyuşmadığı görülmektedir. İhtiyatlılık ilkesi, herhangi biri eylemin olası olumsuz etkilerinin, eylem gerçekleşmeden önce tedbirlerin alınması; önleyicilik ilkesi, çevresel zararlar meydana gelmeden önce gerekli tedbirlerin alınması; kaynakta önleme ilkesi, çevresel zararların kaynağında önlenmeye çalışılması şeklindedir (Aytuğ, 2016:165).

**Sosyal turizmin geliştirilmesi:** AB gençlerin, yaşlıların, engelli ve gelir seviyesi düşük bireylerin turizm faaliyetlerine katılmalarını teşvik ederek sosyal turizmi geliştirmeye çalışmaktadır (Tekindağ, 2014:53). Avrupa’da sosyal turizmin geliştirilmesine yönelik dört model mevcuttur. Bunlar şu şekildedir (Minnaert vd., 2011):

- Katılımcı model: Dezavantajlı grupların sosyal turizm faaliyetlerden yararlanmasını kapsamaktadır.
- İçerilme modeli: Toplumun tüm bireylerinin turizm faaliyetlerine katılımını teşvik etmektedir.
- Uyarlama modeli: bireylerin ihtiyaçlarına özel olarak uyarlanmış ürün ve hizmetler sunan sosyal turizm faaliyetleri sunmaktadır.
- Teşvik modeli: Turizm sezonu dışındaki dönemlerde sosyal turizm faaliyetlerinin teşvik edilmesini sağlamaktadır.

Avrupa Birliği’nde sosyal turizmin teşvik edilmesine ilişkin gerçekleştiren modellerin yanı sıra AB’de sosyal turizme yönelik çeşitli projeler de uygulanmaktadır. CALYPSO Programı, Labour Market Holiday Fund (İşgücü Piyasası Tatil Fonu), Floreal, The Sunshine Fund (Güneş Işığı Fonu), Polish Tourist and Country Lovers’ Society (Polonya Turist ve Ülkeyi Sevenler Topluluğu), European Union Federation of Youth Hostel Associations (Gençlik Hostel Derneği Avrupa Birliği Federasyonu) gibi uygulamalar örnek gösterilebilir (Bıçkı vd., 2013).

Türkiye’de ise sosyal turizm uygulamalarına öncelikle Türkiye Turizm Bankası A.Ş.’nin tatil kredisi uygulaması örnek gösterilebilir ancak yanlış uygulanmasından dolayı uygulanmaya devam edilmemiştir. 2013 yılından itibaren ise kamu bankalarının tatil kredisi imkanlarıyla daha fazla insanın turizm aktivitelerine katılımı teşvik edilmiştir (Bıçkı vd., 2013). Türkiye’de sosyal turizmin en önemli başka bir örneği ise kamu kamplarıdır. Öte yandan her yıl gençlere yönelik Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın

tarafından 2010 yılında hazırlanan Gençlik Turizm Rehberi ile gençlere özel indirimli tatil olanakları yer almaktadır (Kozak vd., 2011:17; TÜRSAB, 2022).

AB ve Türkiye kapsamında sosyal turizm karşılaştırıldığında Türkiye’de sosyal turizmin geliştirilmesine ilişkin çalışmaların yetersiz olduğu söylenebilir. Ülkede çoğunlukla bankaların sunduğu tatil kredileri çerçevesinde bireylerin tatil yapması teşvik edilmektedir. Ancak ekonomik nedenlerden dolayı herkesin bu uygulamadan faydalanması mümkün değildir. Avrupa Birliği’nde ise sosyal turizmin geliştirilmesine ilişkin çeşitli teşvik modelleri ve projelerin uygulandığı görülmektedir. Bu çerçevede bakıldığında AB’de sosyal turizmin geliştirilmesine yönelik çalışmaların Türkiye’ye göre daha destekleyici olduğu söylenebilir.

**Mesleki eğitimin desteklenmesi:** Turizm sektörünün kalitesinin artırılması sektörde çalışan kişilerin mesleki yönde eğitimleriyle doğrudan ilişkilidir. AB, mesleki eğitimin gelişimine önem vermiş ve mesleki eğitime ilişkin yasal düzenlemeler gerçekleştirmiştir. Bu düzenlemelerdeki temel hedefi sektörde çalışan kişilerin mesleki yeterliliklerini geliştirerek AB’ye üye diğer ülkelerde işgücüne katılım imkanı sunmaktır. Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Konseyi’nin kabul ettiği “Avrupa Yeterlilik Çerçevesi (AYÇ)” ile çalışanların bilgi, beceri ve mesleki yeterliliklerinin artırılması hedeflenmiştir (Tekindağ, 2013:39). Aynı zamanda AB mesleki eğitimin geliştirilmesine yönelik pek çok program uygulamaktadır. 1995 yılında AB’ye üye ülkelerin mesleki eğitim politikalarının desteklenmesi amacıyla kurulan Leonardo Da Vinci Programı, üniversitelerin kendi aralarında işbirliği yapmalarını teşvik eden Erasmus Programı, eğitimleri yarıda kalan veya hiç eğitim alamayan göçmenler için Grundtvig Programı, gençlerin yaygın eğitimini desteklemek amacıyla Youth Programı (Gençlik Programı - Youth in Action), Doğu ve Orta Avrupa ülkelerinde eğitim sistemlerinin geliştirilmesi amacıyla Tempus Programı uygulanmaktadır.

Türkiye’de ise turizm eğitimi; Milli Eğitim Gençlik ve Spor Bakanlığı ile Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın 1953 yılında yaptığı iş birliği ile Ankara ve İzmir’de Ticaret Liselerinde turizm meslek kursları açılmıştır (Tuyluoğlu, 2003:10). Sektörde kalifiye eleman yetiştirilmesi orta öğretim aşamasında Mesleki ve Anadolu Teknik Liseleri aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. 1961-1962 yıllarında turizm eğitimi veren orta öğretim kurumu ilk kez Ankara’da açılmıştır (Dayıoğlu, 2010:13). Yükseköğretim düzeyinde ise ilk olarak Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu’nda turizm eğitimi verilmeye başlanmıştır. Ön lisans ve lisans seviyesinde, Ege

Üniversitesi (1969), Hacettepe Üniversitesi (1974), Bursa İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi (1975), Erciyes Üniversitesi (1982) turizm eğitimi vermeye başlamıştır (Ünlüönen ve Boylu, 2005:14). Zaman içerisinde turizm eğitimi veren ön lisans ve lisans programlarının sayısı artmıştır. Ancak çalışmanın Türkiye Turizm Politikalarının incelendiği bölümde değinildiği üzere Türkiye’de nicelik bakımından turizm eğitime yönelik bir artış olsa da nitelik açısından aynı şeyi söylemek mümkün değildir. Türkiye turizm eğitim sisteminde planlama, yabancı dil, staj, öğretim elemanı ve turizm mesleki eğitimi alan kişilerin sektörde çalışmak istememeleri gibi sorunlar devam etmektedir. Bu çerçevede bakıldığında AB’de turizm eğitimi yalnızca okullarda verilen eğitimler ile sınırlı kalmamış çeşitli programlarla da desteklenmektedir. Türkiye’de ise mesleki eğitimin geliştirilmesine ilişkin özellikle yükseköğrenim kurumlarının sayısının artırılmasına yönelik yapılan çalışmanın mesleki eğitiminin niteliği geliştirilmesine katkı sağlamaktan daha çok beraberinde birtakım sorunları getirdiği görülmektedir. Dolayısıyla AB ve Türkiye’nin mesleki eğitimin geliştirilmesine yönelik uygulamalarını farklı olduğunu söylemek mümkündür.

**Tüketici olarak turistlerin bilgilendirilmesi ve korunması:** AB, turistleri tüketici olarak görür ve onların haklarını güvence altına alır. Özellikle aldatıcı reklamlar, paket turlar, uzak mesafeler için yapılan sözleşmelerden doğan haksız hükümlerden dolayı topluluk tüketicilerin haklarını garantiye almaya ihtiyaç duymuştur. Bu doğrultuda topluluğun yasal düzenlemeleri şu şekildedir (TYD, 2003):

- Aldatıcı reklamlara yönelik AB’ye üye ülkelerin hukuksal düzenlemelerine ilişkin 10 Eylül 1984 tarihli 84/450/AET sayılı Konsey Yönergesi
- Tüketici sözleşmelerindeki haksız olan antlaşma koşullarına ilişkin 5 Nisan 1993 tarihli ve 93/13/AET sayılı Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Yüzyüze gelmeden imzalanan antlaşmalar için tüketicinin korunmasına yönelik 20 Mayıs 1997 tarihli ve 97/7/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Devremülk edinme hakkına yönelik antlaşmaların belirli yönlerine ilişkin olarak tüketicilerin korunması konulu 26 Ekim 1994 tarihli ve 94/47/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Konseyi Yönergesi

- Paket seyahat, paket tatil ve turlara yönelik 13 Haziran 1990 tarihli 90/314/AET sayılı Konsey Yönergesi
- Kaza gibi durumlarda havayolu şirketlerinin yükümlülüklerine yönelik 9 Ekim 1997 tarihli ve 2027/97 sayılı Konsey Yönetmeliği (AT)
- Tüketici menfaatlerinin korunması konusunda ihtiyati önlemlere yönelik 19 Mayıs 1998 tarihli ve 98/27/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Kişisel verilerin korunmasına yönelik 15 Aralık 1997 tarihli ve 97/66/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Veritabanlarının yasal korunmasına yönelik 11 Mart 1996 tarihli ve 96/9/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Kişisel verilerin işlenerek bu verilerin serbest dolaşımına yönelik 24 Ekim 1995 tarihli ve 95/46/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Ürün güvenliğine yönelik 29 Haziran 1992 tarihli ve 92/59/AET sayılı Bakanlar Konseyi Yönergesi ve 3 Aralık 2001 tarihli ve 2001/95/AT sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Yönergesi
- Kusurlu ürünler için birliğe üye ülkelerin hukuk kurallarını düzenleyen 25 Temmuz 1985 tarihli ve 85/374/AET sayılı Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Yiyecek ürünlerin hijyenine yönelik 14 Haziran 1993 tarihli Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Avrupa Gıda Güvenliği Kurumunu kuran ve gıda güvenliğine yönelik metotları belirleyen 28 Ocak 2002 tarihli ve 178/2002 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Yolcu gemilerinin güvenlik ve standartlarına yönelik 17 Mart 1998 tarihli ve 98/18/AT sayılı Bakanlar Konseyi Yönergesi
- Otellerdeki yangın güvenliklerine yönelik 12 Aralık 1986 tarihli Bakanlar Konseyi Tavsiye Kararı

Avrupa Birliği aldatıcı reklamlar, haksız antlaşma koşulları, devremülk edinme hakkına yönelik düzenlemeler, paket turlara yönelik düzenlemeler, kişisel verilerin korunması, kusurlu ürünler için hukuki düzenlemeler, yiyecek ürünlerinin hijyeni ve güvenlik gibi konularda yasal düzenlemeler ile turistlerin tüm haklarını koruma altına

olarak turizm faaliyetlerinin güvenli bir ortamda gerçekleştirilmesini sağlamaktadır. Türkiye’de de benzer şekilde turistlerin seyahatleri sırasında karşılaştıkları sorunları minimize etmek ve turistlerin haklarının korunmasına yönelik çalışmalar yapılmaktadır. TÜRSAB Turizm Tüketicileri Talepleri Değerlendirme Çizelgesi (Çizelge) ile seyahat acentalarının tüketicilere sunmayı taahhüt ettikleri hizmetlerin aksaması gibi durumlarda tüketicilerin bedel iade isteklerinin değerlendirilmesi adına yararlanılacak bir kaynak niteliğindedir. Bu çizelge, Tüketici Sorunları Hakem Heyetleri ya da Tüketici Mahkemeleri’nin tüketici isteklerini değerlendirmede ve sektörel örf ve adeti somutlaştırma açısından başvurulacak önemli bir kaynaktır. Çizelge aşağıdaki durumlarda kullanılmaktadır (Kütahya Çizelgesi):

- Paket tur olarak bilinen hizmetler için,
- Seyahat acentacılığı faaliyetleri içerisinde yer alan herhangi bir hizmetin tek başına sağlanması durumunda,
- Konaklama ya da eğlence gibi turizm ürünlerinin üreticileri tarafından bağımsız olarak tüketiciye sunulduğu hallerde Çizelge uygulanabilmektedir.

TÜRSAB Turizm Tüketicileri Talepleri Değerlendirme Çizelgesi (Çizelge)’nin yanı sıra Türkiye’de seyahat acentaları vasıtasıyla turlara katılan turistlerin seyahatlerini problemsiz bir şekilde tamamlamaları adına sigorta poliçeleri ve “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” ile turist haklarının korunması amaçlanmıştır. Sigorta poliçeleri; kaza, ani sağlık sorunları, bagaj kaybı vb. sorunlarda seyahat poliçeleri ile tüketicilerin seyahatlerini güvence altına alınmaktadır. Aynı zamanda 28 Mayıs 2014 tarihinde yürürlüğe giren “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” ile tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı, tüketiciyi aydınlatıcı ve bilinçlendirici önlemleri almak, tüketicilerin kendilerini koruyucu girişimlerini özendirmek ve bu konulardaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektedir (TÜRSAB,2022).

Tüketicilerin korunması kapsamında AB ve Türkiye, turist haklarını koruma altına almıştır. AB turist haklarını hukuki çerçevede yasal sınırlar içine alırken Türkiye’de benzer şekilde gerek kanunlar ile gerekse de sigorta poliçeleri gibi özel uygulamalar ile turist haklarının korunmasını sağlamaktadır. AB turist haklarına yönelik; paket turlar, reklamlar, hijyen, gıda güvenliği, kazalar, kişisel verilerin

saklanması gibi geniş kapsamlı bir yasal çerçeve oluştururken Türkiye’de turist haklarının korunmasına yönelik önemli bir kaynak olan TÜRSAB Turizm Tüketicileri Talepleri Değerlendirme Çizelgesi daha çok paket tur ve seyahat acentacılığı hizmetlerine yönelik durumlarda koruyucu bir niteliğe sahiptir. Ancak “Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” ile her türlü tüketici işlemleri ile tüketiciye yönelik uygulamaları kapsamaktadır.

**Turizmin bölgesel ve sezonluk dağılımı:** Turizm faaliyetleri genel olarak tatil dönemleri ile ilişkili olduğu için belli dönemlerde bölgesel ve sezonluk yoğunluklar yaşanmaktadır. Yaşanan bu yoğunluk sektörde hizmet kalitesinin düşmesi, çevrenin tahrip olması, fiyatların yükselmesi vb. olumsuz etkileri de beraberinde getirmektedir. Bu doğrultuda Avrupa Birliği turizm faaliyetlerinin bir sezona yoğunlaşmasından dolayı ortaya çıkan olumsuzlukları engelleyebilmek adına alternatif turizm çeşitlerini geliştirerek bu sorunun önüne geçmeyi amaçlamaktadır. Avrupa Birliği alternatif turizm çerçevesinde sosyal turizmi, gençlik turizmi, kırsal ve kültürel turizmi geliştirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda “CALYPSO” programıyla sosyal turizmin geliştirilmesi amaçlanırken, “EDEN- Avrupa Mükemmellik Destinasyonları” ile gelişmekte olan turizm destinasyonlarının sürdürülebilirliğinin teşvik edilmesi ve “50.000 Turist Girişimi” ile düşük sezonlarda AB ve AB dışı ülkelerle turist hareketliliğini sağlayarak sezonluk etkilerin ortadan kaldırılması amaçlanmıştır (Tekindağ, 2013:46).

Türkiye ise bir Akdeniz ülkesi olması neticesinde deniz-kum-güneş turizmi ile ön planda olduğundan özellikle yaz aylarında turist yoğunluğunun artmasına diğer aylarda ise turist sayısının azalmasına neden olmaktadır. Bu durumun önüne geçebilmek adına gerek kalkınma planlarında gerekse turizm temalı hazırlanan stratejiler çerçevesinde politikalar belirlenmiştir. Ülkede turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek adına tüketici tercihlerini dikkate alarak yeni potansiyel turizm alanları oluşturmak amaçlı golf, kış, dağ, yayla, termal, sağlık, yat, karavan, kruvaziyer, kongre ve eğlence turizminin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu politikalar çerçevesinde; son yıllarda uluslararası niteliklerde hizmete giren golf tesisleriyle gerçekleştirilen turnuvalar ülkeyi golf merkezi haline getirirken benzerleri arasında da sahip olduğu nitelikler bakımından dikkat çekmektedir (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2023). Sağlık turizmi açısından bakıldığında ise 2019 yılında 701.046 kişi, 2020 yılında koronovirüs salgınından dolayı bu sayı 407.423 kişiye gerilemiş, 2021 yılında 670.730, 2022 yılında ise 1.258.382 kişi sağlık turizminden

faaydalanmıştır (USHAş, 2023) Aynı şekilde ülke stratejilerinde diğer alternatif turizm eşitleri kapsamında kruvaziyer ve yat turizmine olan yatırımların yapılması, dağ ve yayla turizmin geliştirilerek bölgesel ve sezonluk yoğunluğa engel olunmaktadır. Hem AB ve hem de Türkiye turizmde mevsimsellik durumu için turizmin çeşitlendirilmesi şeklinde benzer politikaları benimsemiştirler. Ancak AB'nin uyguladığı 50.000 Turist Girişimi, CALYPSO, EDEN gibi programlar mevsimsilliğin önüne geçmek adına önemli programlardır. Türkiye ile Avrupa Birliği bu noktada birbirinden ayrılmaktadır. Türkiye'de turist yoğunluğunun düşük seyrettiği dönemlerin canlanmasına ilişkin AB'de uygulanan şekilde programlar bulunmayıp bu durum sadece turizm faaliyetlerinde eşitlik sağlanarak engellenmeye çalışılmaktadır.

**Turizm istatistiklerinin geliştirilmesi:** Turizm endüstrisinde başarı sağlamak ve rekabet gücünü artırmak için turizm istatistiklerinin düzenli bir şekilde tutulması AB için önemlidir. Turizm istatistiklerinin geliştirilmesi adına belli kararlar almıştır. Bu kararlardan birisi Avrupa İstatistik Sistemi'nin oluşturulmasıdır. Lüksemburg'daki istatistik bürosu tarafından AB turizm istatistikleri yayınlanmaktadır (Paksoy, 2005:93). Ancak AB'nin turizm istatistiklerini uyumlaştırma sürecinde yaşadığı bazı sorunlardan dolayı Dünya Turizm rgt ile birlikte ortak çalışmalar yapmıştır. Bu çalışmalardan biri olan Turizm Uydu Hesabı ile daha güvenilir ve sağlıklı verilerin oluşturularak sektöre yönelik detaylı bir bakış açısı oluşturulmaktadır (Tekindağ, 2013:38). Türkiye'de ise turizm istatistikleri planlı dönem ile beraber daha düzenli bir şekilde tutulmaya başlanmıştır. Ülkede turizm istatistiklerinin tutulması turizm politikalarının daha akılcı bir şekilde oluşturularak sektörün geliştirilmesine katkıda bulunmaktadır. AB'de olduğu gibi Türkiye'de Turizm Uydu Hesapları Yöntemi kullanılmaktadır. Turizm Uydu Hesabı Dünya Turizm rgt, Dünya Turizm ve Seyahat Konseyi, Birleşmiş Milletler ve birçok ulus tarafından birlikte geliştirilmiştir (Unur ve İçöz, 2004). Ülkede turizme dair istatistiki bilgiler Kültür ve Turizm Bakanlığı, TUİK ve TÜRSAB tarafından yayınlanmaktadır. Bu doğrultuda turizmin geliştirilmesi, sektörün eksikliklerin farkına varılarak politikaların bu yönde oluşturulması için hem AB hem de Türkiye, turizm istatistiklerinin tutulmasına zen göstererek Turizm uydu Hesaplama Yöntemini kullanmaktadırlar.

Çalışmada incelenen Avrupa Birliği lkeleri ve Türkiye turizm politikaları incelendiğinde özellikle turizmden sorumlu bakanlıkların ülkelere göre değişiklik

gösterdiği dikkat çekmektedir. Aşağıda ülkelerin turizmden sorumlu bakanlıkları verilmiştir.

- Türkiye – Kültür ve Turizm Bakanlığı
- Fransa - Avrupa ve Dışişleri Bakanlığı ile Ekonomi ve Maliye Bakanlığı
- İspanya – Sanayi, Ticaret ve Turizm Bakanlığı
- İtalya – Turizm Bakanlığı
- Yunanistan – Turizm Bakanlığı
- Portekiz – Ekonomi Bakanlığı
- Almanya - Federal Ekonomik İşler ve İklim Koruma Bakanlığı
- Hırvatistan – Turizm Bakanlığı
- Hollanda – Ekonomi ve İklim Bakanlığı
- İsveç – Enerji ve İletişim Bakanlığı
- Polonya – Spor ve Turizm Bakanlığı
- Avusturya - Federal Tarım ve Turizm Bakanlığı
- Belçika - Flaman Bölgesinde: Adalet ve Uygulama, Çevre ve Mekansal Gelişim, Enerji ve Turizm; Valon Bölgesi: Kamu Hizmeti, Turizm, Miras ve Yol Güvenliği
- Bulgaristan - Bakanlar Kurulu/ Turizm Bakanlığı
- Çekya - Bölgesel Kalkınma Bakanlığı
- Danimarka- Sanayi, Ticaret ve Mali İşler Bakanlığı
- Estonya – Ekonomik İşler ve İletişim Bakanlığı
- Finlandiya – Ekonomik İşler ve İstihdam Bakanlığı
- Letonya – Ekonomi Bakanlığı
- Litvanya – Ekonomi ve İnovasyon Bakanlığı
- Lüksemburg – Ekonomi Bakanlığı
- Macaristan – Ulusal Kalkınma Bakanlığı
- Malta – Turizm Bakanlığı
- Romanya - Ekonomi Enerji ve İş Ortamı Bakanlığı
- Slovakya – Ulaştırma ve İnşaat Bakanlığı
- Slovenya – Ekonomik Kalkınma ve Teknoloji Bakanlığı

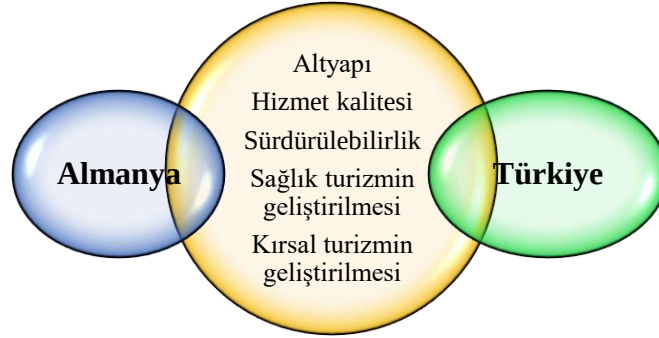
Türkiye ve Avrupa Birliği ülkelerinin turizminden sorumlu bakanlıklar incelendiğinde bazılarında sadece Turizm Bakanlığı ülke turizminden sorumluyken,

bazılarında ise turizm başka bir disiplinle birleştirilmiş veya farklı bir disipline ait bakanlık tarafından turizme yönelik çalışmaların yürütüldüğü görülmektedir. Esasen turizmin birçok disiplin ile etkileşim içerisinde olduğu düşünüldüğünde sektörün farklı alanlarla bir arada olması yersiz olarak görülmemektedir. Ancak turizmin ülke ekonomilerine sağladığı katkı göz önünde bulundurulduğunda sektörün sadece Turizm Bakanlığı olarak görev ve sorumluluklarını yerine getirerek daha fazla önem verilmesi sektör adına daha uygun olacaktır.

Çalışmanın bu kısmında Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları çerçevesinde AB turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları karşılaştırılarak bu politikalara karşı yaklaşımları incelenmiştir. Avrupa Birliği ve Türkiye'nin bu politikalar hakkındaki uygulamaları benzerlikleri ve farklılıkları sunulmuştur. Çalışmanın sonraki bölümünde AB ülkeleri ile Türkiye turizm politikaları incelenecektir.

#### **5.1. AB Ülkelerinin Turizm Politikaları ve Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması**

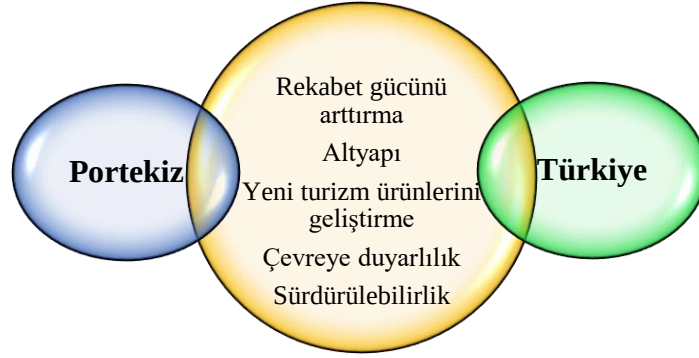
Çalışmanın bu bölümünde Avrupa Birliği ülkelerinin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları karşılaştırılacaktır. Öncelikli olarak Avrupa Birliği ülkelerinden Türkiye turizm istatistiklerine yakın olan Almanya turizm politikaları, Türkiye ile benzer turistik nitelikler taşıyan ve birer Akdeniz ülkesi olan Portekiz ile Yunanistan turizm politikaları ve AB'ye üye diğer ülkelerin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları genel çerçevede karşılaştırılacaktır. Ardından AB ülkeleri arasından gerek turizm istatistikleri gerekse de küresel turizm pazarındaki konumları gereği çalışmanın esas odaklandığı Fransa, İspanya ve İtalya turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları ayrıntılı şekilde karşılaştırılacaktır.



**Şekil 5.1. Almanya ve Türkiye Turizm Politikalarında Bulunan Ortak Politikalar**

Şekil, çalışmadan incelenen Almanya ve Türkiye turizm politikalarından yararlanılarak araştırmacı tarafından derlenmiştir.

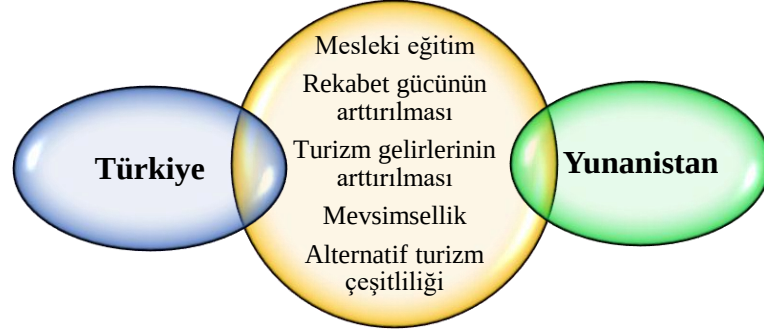
Şekil 5.1. incelendiğinde Almanya ve Türkiye turizm politikalarında altyapı, hizmet kalitesi gibi tüm ülkelerin turizm politikalarında belirledikleri politikaların yanı sıra kırsal turizmin geliştirilmesi ve sağlık turizminin geliştirilmesi şeklinde ortak politikaların olduğu görülmektedir. Ayrıca kaynakların sınırlılığı ve turizm faaliyetleri çerçevesinde kaynakların bilinçsizce tüketilmesinden dolayı her iki ülkenin turizm politikalarında sürdürülebilirliğe de yer verilmiştir. Bu politikaların ülkelerin turizm istatistiklerine yansımaları incelendiğinde (Tablo 3.1 ve Tablo 4.10) yıllara göre Türkiye'nin ağırladığı turist sayısının Almanya'ya göre fazla olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye'nin Almanya'dan daha fazla turist ağırlamasına rağmen Almanya'nın turizm geliri ve kişi başına düşen harcama miktarının Türkiye'den daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum Almanya'ya gelen turist profilinin Türkiye'ye göre daha nitelikli olduğunu ve ülkeye gelen turistlerin daha fazla harcama yapmasına yönlendirecek unsurların olduğundan söz etmek mümkündür.



**Şekil 5.2. Türkiye ve Portekiz Turizm Politikalarında Bulunan Ortak Turizm Politikaları**

Şekil çalışmada incelenen Türkiye ve Portekiz turizm politikalarından yararlanılarak araştırmacı tarafından derlenmiştir.

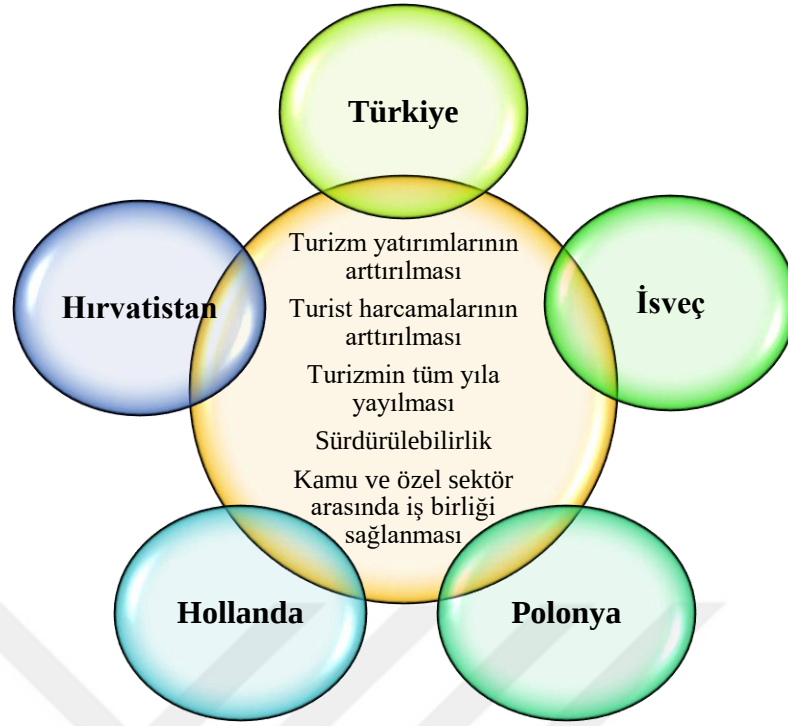
Portekiz, uluslararası turizm pazarında Akdeniz çanağı ülkeleri arasında Türkiye'nin önemli rakipleri arasındadır. Şekil 5.2. incelendiğinde Portekiz turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları arasında rekabet gücünü arttırma, altyapı, yeni turizm ürünleri geliştirme, çevreye duyarlılık ve sürdürülebilirlik şeklinde benzer turizm politikaları mevcuttur. Ancak iki ülkenin turizm istatistikleri karşılaştırıldığında (Tablo 3.1. ve Tablo 4.8) Türkiye gerek ağırladığı turist sayısı bakımından gerekse de elde ettiği turizm geliri açısından Portekiz'den çok daha iyi bir durumdadır. Ancak Portekiz'de kişi başına düşen harcama miktarının Türkiye ile karşılaştırıldığında daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durum Portekiz'e giden turistlerin daha fazla harcama yaptığını gösterirken, Türkiye'de turistlerin yaptığı harcamaların Portekiz'e göre daha az olduğunu göstermektedir.



**Şekil 5.3. Türkiye ve Yunanistan Turizm Politikalarında Bulunan Ortak Turizm Politikaları**

Şekil çalışmada incelenen Türkiye ve Yunanistan turizm politikalarından yararlanılarak araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Yunanistan, turistik özellikleri ve kültürel geçmişiyle Avrupalının önemli turistik merkezlerindendir. Yunanistan'ın Türkiye ile ortak kültür ve coğrafyayı paylaşmasından dolayı uluslararası turizmde Türkiye'nin önemli rakiplerindendir. Her iki ülkenin turizm politikalarının incelenmesi neticesinde Şekil 5.3.'de yer alan ortak politikaların olduğu görülmektedir. Bu politikaların ülkelerin turizm istatistiklerine olan yansımaları incelendiğinde (Tablo 3.1. ve Tablo 4.7.) Türkiye'nin ağırladığı turist sayısı ve elde ettiği turizm gelirin Yunanistan'dan daha iyi olduğu görülürken Yunanistan'da kişi başına düşen harcama miktarının Türkiye'ye göre fazla olduğu görülmektedir. Bu durum Türkiye'ye gelen turistlerin herşey dahil konaklama türünden faydalanarak zamanlarının büyük çoğunluğunu otel içerisinde geçirmelerinden kaynaklandığını söylemek mümkündür.



**Şekil 2.4. Türkiye, Hırvatistan, Hollanda, Polonya ve İsveç Turizm Politikalarında Bulunan Ortak Turizm Politikaları**

Şekil çalışmada incelenen Türkiye, Hırvatistan, Hollanda, Polonya ve İsveç turizm politikalarından yararlanılarak araştırmacı tarafından derlenmiştir.

Avrupa Birliği'ne üye Hırvatistan, Hollanda, İsveç ve Polonya gibi ülkelerin turizm politikaları incelendiğinde Türkiye turizm politikalarıyla ortak turizm politikalarının turizm yatırımlarının arttırılması, turist harcamalarının arttırılması, turizmin tüm yıla yayılması, sürdürülebilirlik, kamu ve özel sektör arasında iş birliği sağlanması şeklinde politikalar olduğu görülmektedir (Şekil 5.4.). Bu ülkelerin turizm istatistikleri ile Türkiye turizm istatistikleri karşılaştırıldığında (Tablo 4.11., Tablo 4.12., Tablo 4.13. ve Tablo 4.14.) ağırladıkları turist sayısı ve elde ettikleri gelir bakımından Türkiye'nin çok gerisinde bulunmaktadır. Ancak kişi başına düşen harcama miktarları incelendiğinde özellikle İsveç ve Hollanda'nın kişi başına düşen harcama miktarlarının Türkiye'ye göre çok daha iyi olduğu görülmektedir. Benzer şekilde Almanya, Portekiz ve Yunanistan ile karşılaştırıldığında da Türkiye'nin özellikle kişi başına düşen harcama oranının düşük olması; herşey dahil konaklama sistemi, ülkeye gelen turist profili ve turistlerin otel dışında harcamaya yönlendirilecek faaliyetlere teşvik edilmesi konusundaki yetersizliği olarak değerlendirilebilir.

Diğer Avrupa Birliği Ülkeleri başlığı altında incelenen ülkelerin turizm politikaları ise mesleki eğitim, sürdürülebilirlik, kültürel mirasın korunması, tanıtım, altyapı, turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, kamu ve özel sektör işbirliği, dijitalleşme, kobilerin desteklenmesi, çevrenin korunması, yeni pazarların geliştirilmesi, rekabet gücünün artırılması şeklindedir. Bu kategoride yer alan AB ülkeleri ile Türkiye turizm politikaları karşılaştırıldığında benzer politikaları benimsedikleri görülmektedir. Ancak her ne kadar benzer politikaları benimsemiş olsalar dahi Türkiye küresel turizm pazarında bu ülkelerin çok daha ilerisindedir. Bu durum Türkiye'nin turizm politikalarını daha doğru uyguladığını ve turistler tarafından daha çok tercih edilen bir ülke olduğunu göstermektedir. Çalışmanın bir sonraki bölümünde ise Türkiye'nin sektördeki başlıca rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya'nın turizm politikaları ile Türkiye'nin turizm politikaları karşılaştırılacaktır.

#### 5.1.1. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verileri incelendiğinde Akdeniz havzasında yer alan Fransa, İspanya ve İtalya'nın Avrupa Birliği'ne üye olan ülkeler arasında pazar payı en yüksek ülkeler olduğu görülmektedir. Diğer taraftan Türkiye ise pazar payını artıran önemli bir Akdeniz ülkesidir.

Fransa, İspanya ve İtalya'nın Türkiye gibi birer Akdeniz ülkesi olmasından dolayı benzer iklim koşulları ve turistik özelliklere sahip olması aynı zamanda çalışmanın baz aldığı 2010-2021 yılları arasında ulusal turizm pazarında Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) turizm istatistiklerine göre Fransa, İspanya ve İtalya'nın küresel turizm pazarının zirvesinde yer almaları sebebiyle Türkiye'nin sektördeki rakipleri olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla bu ülkelerin turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının karşılıklı olarak değerlendirilmesi gerekliliği doğmaktadır. Aşağıda bu ülkelerin ağırladıkları turist sayısı ve elde ettikleri turizm gelirleri verilmiştir.

**Tablo 5.1. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin Ağırladığı Turist Sayısı ve Turizm Geliri**

|      | Fransa                       |                            | İspanya                      |                            | İtalya                       |                            | Türkiye                      |                            |
|------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|------------------------------|----------------------------|
|      | Turist Sayısı<br>Milyon kişi | Turizm Geliri<br>Milyar \$ | Turist Sayısı<br>Milyon kişi | Turizm Geliri<br>Milyar \$ | Turist Sayısı<br>Milyon kişi | Turizm Geliri<br>Milyar \$ | Turist Sayısı<br>Milyon kişi | Turizm Geliri<br>Milyar \$ |
| 2010 | 77,6                         | 57,1                       | 52,7                         | 52,5                       | 43,6                         | 38,8                       | 31,4                         | 22,6                       |

|      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 2011 | 80,5 | 66,3 | 56,7 | 59,9 | 46,1 | 43,0 | 34,7 | 25,1 |
| 2012 | 82,0 | 66,7 | 57,7 | 55,9 | 46,4 | 41,2 | 35,7 | 25,3 |
| 2013 | 83,6 | 70,5 | 60,7 | 60,4 | 47,7 | 43,9 | 37,8 | 28,0 |
| 2014 | 83,7 | 71,7 | 65,0 | 65,2 | 48,6 | 45,5 | 39,8 | 29,6 |
| 2015 | 84,5 | 58,3 | 68,2 | 56,5 | 50,7 | 39,4 | 39,5 | 26,6 |
| 2016 | 82,7 | 55,2 | 75,6 | 60,3 | 52,4 | 40,2 | 30,3 | 18,7 |
| 2017 | 86,9 | 58,9 | 81,8 | 68,0 | 58,3 | 44,2 | 37,6 | 22,5 |
| 2018 | 89,4 | 66,0 | 82,8 | 89,7 | 61,6 | 49,3 | 45,8 | 25,2 |
| 2019 | 90,2 | 67,0 | 83,7 | 92,2 | 64,5 | 49,6 | 51,2 | 29,8 |
| 2020 | 40,0 | 32,6 | 18,9 | 18,5 | 25,4 | 19,8 | 15,9 | 10,2 |
| 2021 | 48,4 | 40,8 | 31,2 | 34,5 | 26,9 | 25,2 | 29,9 | 20,8 |

(UNWTO, 2022)

Tablo 5.1. incelendiğinde ağırlanan turist sayısı bakımından ilk sırada Fransa ardından İspanya, İtalya ve Türkiye'nin geldiği görülmektedir. Turizmden elde edilen gelirler incelendiğinde ise aynı şekilde Fransa'nın ilk sırada olduğu ardından İspanya, İtalya ve Türkiye'nin yer aldığı görülmektedir. Turizm istatistikleri ile ülkede uygulanan turizm politikalarının doğru orantılı olması bu ülkelerin başarı sıralarına etki etmektedir. Bu doğrultuda Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin turizm politikaları çerçevesinde yer verdikleri temel ilkeler aşağıdaki tabloda verilmiştir.

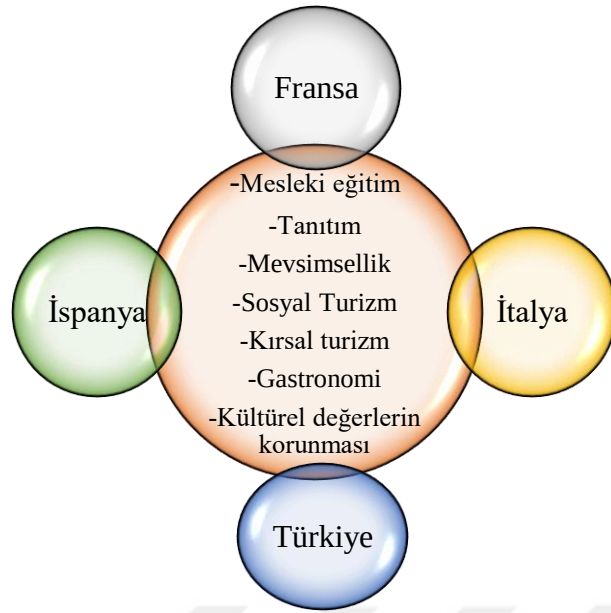
**Tablo 5.2. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye Turizm Politikalarının Odaklandıkları Temel İlkeler**

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fransa</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanıtım</li> <li>• Sektörde istihdam</li> <li>• Prosedürlerin basitleştirilmesi</li> <li>• Kültürel mirasın tanıtımı</li> <li>• Kamu ve özel sektör iş birliği</li> <li>• Mesleki eğitim</li> <li>• Küçük ve orta ölçekli işletmeler için finans programlarının desteklenmesi</li> <li>• Sektöre yönelik dijitalleşme eğilimlerinin takip edilmesi</li> <li>• Sosyal turizm ve engelsiz turizmin geliştirilmesi</li> </ul>                                   |
| <b>İspanya</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanıtım</li> <li>• Prosedürlerin basitleştirilmesi</li> <li>• Teşkilatlanma</li> <li>• Altyapı</li> <li>• Sosyal turizmin geliştirilmesi</li> <li>• Mesleki eğitim</li> <li>• Konaklama kapasitesinin artırılması</li> <li>• Kırsal turizm</li> <li>• Alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi</li> <li>• Yeni pazarlar geliştirilmesi</li> <li>• Sürdürülebilirlik</li> <li>• Kamu ve özel sektör iş birliği</li> <li>• Gastronomi tanıtımı</li> </ul> |

|                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• İstihdam</li> <li>• Mevsimsellik</li> <li>• Doğal ve kültürel çevrenin korunması</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <b>İtalya</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanıtım</li> <li>• Turist sayısının artırılması</li> <li>• Kültürel ve çevresel mirasın korunması</li> <li>• Küçük işletmelerin desteklenmesi</li> <li>• Prosedürlerin basitleştirilmesi</li> <li>• Ulaşım ve altyapının iyileştirilmesi</li> <li>• Mesleki eğitim</li> <li>• Sürdürülebilirlik</li> <li>• Kırsal turizm</li> <li>• Sektördeki yeni eğilimlerin takip edilmesi</li> <li>• Erişebilirlik</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Türkiye</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tanıtım</li> <li>• Turist sayısının ve turizm gelirlerinin artırılması</li> <li>• Prosedürlerin basitleştirilmesi</li> <li>• Teşkilatlanma</li> <li>• Mevsimsellik</li> <li>• Kamu ve özel sektör iş birliği</li> <li>• Konaklama ve yatak kapasitesi</li> <li>• Mesleki eğitim</li> <li>• Kırsal turizm</li> <li>• Tarihi ve kültürel çevrenin korunması</li> <li>• Sosyal turizmin geliştirilmesi</li> <li>• Sektörde çeşitlilik sağlanması</li> <li>• Alt ve üst yapının iyileştirilmesi</li> <li>• Aile ve küçük kapasiteli işletmelerin teşvik edilmesi</li> <li>• Yeni teknolojilerin kullanılması</li> <li>• Yeni pazarların geliştirilmesi</li> <li>• Sürdürülebilirlik ilkelerine uyum sağlanması</li> <li>• Gastronomi kültürünün turizmin marka oluşumu için kullanılması</li> </ul> |

Tablo çalışmada incelenen Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye turizm politikalarından yararlanılarak araştırmacı tarafından derlenerek hazırlanmıştır.

Tablo 5.2. incelendiğinde Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin mevcut turizm yapıları ve gelecek beklentileri çerçevesinde turizm politikalarında odaklandıkları temel ilkeler verilmiştir. Bu politikalar çerçevesinde ülkelerin odaklandıkları ortak politikalar ise aşağıdaki şekilde verilmiştir.



**Şekil 5.5. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye Turizm Politikalarında Bulunan Ortak Politikalar**

Tablo 5.2.'den yararlanılarak araştırmacı tarafından hazırlanmıştır.

Şekil 5.5. incelendiğinde Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin mesleki eğitim, tanıtım, mevsimsellik, sosyal turizm, kırsal turizm, gastronomi ve kültürel değerlerin korunması şeklinde ortak politikalarının bulunduğu görülmektedir. Bu doğrultuda aşağıda belirtilen politikalara ilişkin karşılaştırma ve değerlendirmeler yapılmıştır.

**Mesleki eğitim,** kaliteli bir sektör oluşturma'nın başlıca koşullarından biridir. Bu nedenle turizm sektöründe devamlılık sağlamak ve en fazla payı almak isteyen ülkeler mesleki turizm eğitime yönelik politikalar belirlemektedirler. Bu doğrultuda Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye de turizm politikalarında mesleki eğitime yer veren ülkelerdendir.

- Fransa ve Türkiye'de mesleki turizm eğitime yönelik benzer bir eğitim sistemi söz konusudur. Fransa'da mesleki turizm eğitimi, Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullar ve özel kurslar aracılığıyla verilmektedir (Demirkol ve Pelit, 2002:11).

- İtalya, dünyada mesleki turizm eğitimi konusunda gelişmiş ülkelerden biridir. Ülkede halkı turizm konusunda eğitmek ve nitelikli personel yetiştirmek için Çalışma Bakanlığına bağlı E.N.A.L.C. adlı milli bir teşkilat kurulmuştur. Ülkede E.N.A.L.C. (Ente Nazionale Addestramento Lavatory Comercio) mülkiyetine ait birçok otel okulları mevcuttur. Bu okulları bitiren öğrenciler İtalya'dan başka, İngiltere, İsviçre,

Fransa, Lüksemburg ve Almanya gibi ülkelerde ücretli staj yapma imkanına sahiptirler (Tuyluoğlu, 2003; Demirkol ve Pelit, 2002:11).

- İspanya’da ilk turizm okulu Madrid’de 1957 yılında İspanyol Yeni Meslekler Merkezi tarafından kurulmuştur. 1957’ye kadar turizm eğitimi turizm şirketleri tarafından sağlanmaktaydı. Ülkede turizm ana zenginlik kaynaklarından biri olmasına karşın üniversite düzeyinde turizm eğitiminin başlaması 1996 yıllarında başlamıştır. Örneğin İtalya’da 1920’lerde, Almanya ve Büyük Britanya’da 1930’larda üniversite düzeyinde turizm eğitim çalışmalarının başlamasına karşın İspanya’daki gecikme dikkat çekicidir (Hernandez vd., 2010). Ülkede turizm eğitimi veren üniversiteler kendi amaçlarını belirlemektedirler. Bunlardan bazıları şu şekildedir (Bustelo vd., 2010):

- Öğrencilerin mesleki ve akademik eğitimi; turizm sektöründe doğrudan veya dolaylı olarak turizm ve eğlence ile ilgili herhangi bir ekonomik faaliyette görevlerini yerine getirmek için nitelikli personeller yetiştirilmesi,
- İş gücü piyasasının talebinin karşılanması,
- Becerilerin kazanılması; mezunların iş dünyasındaki uygulamaları yerine getirebilecek nitelikleri kazanmış olması,
- Dil; diğer ülkelerdeki işletmelerde veya acentelerde aynı zamanda yabancı turistlere hizmet veren İspanyol kurum ve kuruluşlarında çalışabilecek nitelikte olması şeklindedir.

Türkiye’de ise turizm eğitimi Milli Eğitim Bakanlığına ait mesleki liseler ve Yüksek Öğretim Kurumu’na bağlı okullarda önlisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim verilmektedir. Bu doğrultuda Türkiye’de turizm eğitiminin değişik kademelerde verildiği görülmektedir (Demirkol ve Pelit, 2002). Ancak sektöre nitelikli eleman yetiştirilmesi adına lisans derecesinde eğitim veren yüksek öğrenim kurumlarının sayıca arttırılması sonucunda birtakım sorunlar meydana gelmiştir. Bu sorunlardan en önemlisi ise turizm eğitimi alan öğrencilerin mezun olduktan sonra başka sektörde çalışmak istemeleridir (Keleş, 2018:220). Bu durum ülkede mesleki turizm eğitiminin nicelik boyutunun nitelik boyutunun önüne geçtiğinin bir göstergesidir.

Avrupa Birliği ülkelerinden özellikle Fransa ve İtalya’da mesleki turizm eğitimi ağırlıklı olarak uygulama yönelimlidir (Sezgin, 2001:140). Aynı zamanda İtalya rneğinde yer alan E.N.A.L.C teşkilatının otel okulları aracılığıyla öğrencilerin başka ülkelerde ücretli staj yapma hakkının bulunması şeklindeki önemli olanakları da mesleki turizm eğitimi açısından önemli bir avantajdır. Bu doğrultuda Türkiye’nin mesleki turizm eğitimi konusunda sektördeki rakipleri arasından özellikle İtalya ile karşılaştırıldığında farklı yaklaşımları benimsedikleri görülmektedir.

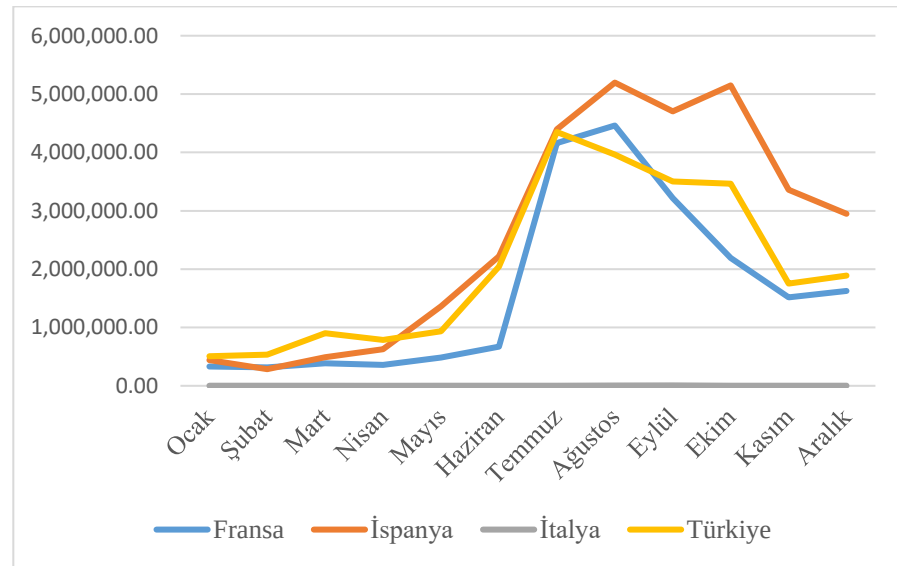
**Tanıtım,** lkelerin turist sayısını ve turizm gelirlerini arttırmak adına turizm politikalarında yer verdikleri önemli bir konudur. nal (2007) alışmasında Fransa, İspanya ve İtalya’nın turizm tanıtımına yönelik şu bilgiler yer almaktadır: İspanya’nın tanıtım btcesinin tamamının kamu sektörü tarafından sağlandığı; Fransa’da tanıtım btcesinin bir kısmının devlet tarafından bir kısmının ise Ulusal Turizm rgt MDLF’ye ye kişilerin verdiği üyelik ücretlerinden ve sektörün katkısından oluştuğu; İtalya’da ise büyük bir kısmının devlet tarafından sağlandığı bir kısmının ise yerel yönetimler ve sektör tarafından karşılandığı belirtilmiştir. Bu çerçevede incelendiğinde Fransa, İspanya ve İtalya’da turizm tanıtımına ilişkin kamu ve özel sektör işbirliği dikkat çekmektedir. Aynı zamanda Fransa, İspanya ve İtalya’da bölgesel turizm tanıtımı ve turizm çeşitlerinin tanıtımına ilişkin çalışmalar yapılmaktadır. Bu doğrultuda ülkeler coğrafya, tesis, altyapı, doğal evre, arkeolojik varlıklar ve kültürel değerler ile farklılık gösteren turizm bölgelerini, farklı pazar gruplarına göre konumlandırmaktadırlar (Yavuz ve Karabağ, 2009:116). Bu tanıtım stratejileri çerçevesinde İspanya, Marbella ve Kanarya Adaları’nı; Fransa, Cote d’Azur, Paris, Normandiya, Courchevel ve Korsika’yı; İtalya, Toscana ve Sardinya Adası’nı uluslararası turizm pazarında ülke olarak değil, destinasyon bazında tanıtımı yapılarak marka haline getirilmiştir (Taşkın ve Güven, 2003:55). Türkiye’de ise öncelikli olarak tanıtım alışmaları Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın ‘‘lke tanıtımı’’ şeklinde yürütülürken, 2002 yılından itibaren bölgesel ve destinasyon tanıtımına yönelme olmuştur (Taşkın ve Güven, 2003:55). Aynı zamanda 2023 Türkiye Turizm Stratejisi çerçevesinde teorik olarak dört alternatif strateji belirlenmiştir. Bunlar (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2022):

- Tek-hedef-kitle tanıtıma stratejisi: Belirlenmiş tek hedef kitleye yönelik strateji

- Yoğunlaştırılmış tanıtım stratejisi: Birden fazla hedef kitleye yönelik strateji
- Bütünsel Tanıtım Stratejisi: Pazardaki tüm segmentleri kapsayan strateji
- Ayrıştırılmamış Tanıtım Stratejisi: Segmentler arasındaki farklılıkların bilincinde olarak segmentlerin ortak yönlerini dikkat almaya yönelik strateji

2023 Türkiye Turizm Stratejisi çerçevesinde ayrıca ülke turizmini doğrudan etkileyen terörist faaliyetlerin, demokrasi, insan hakları gibi konulara ilişkin basına yansıyan olumsuzluklar ve ülkenin coğrafi konumu nedeniyle yakın bölgesinde yaşanan savaşlar ve siyasi istikrarsızlıkların neden olduğu olumsuz imaj sorunlarının etkilerini azaltmaya yönelik tanıtım çalışmalarının yapılması hedeflenmiştir. Bu doğrultuda Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin bölgesel ve destinasyon bazlı tanıtım çalışmalarını yürüttüğü görülmektedir. Ancak Türkiye'nin bulunduğu coğrafi konumu nedeniyle çevresinde yaşanan olumsuz olaylar ve ülkede yaşanan terör olaylarından ortaya çıkan olumsuz imaj algıları ülkenin dezavantajıdır.

**Mevsimsellik**, turizm faaliyetlerinin yılın belli bir döneminde ve belli bölgelerde olan yoğunluk olarak adlandırılabilir. Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye gibi Akdeniz çanağında yer alan ve deniz-kum-güneş turizminin ağırlıklı olduğu ülkelerde bu durum önemli bir sorundur. Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre bu ülkelerin mevsimsellik grafiği aşağıdaki şekilde verilmektedir.



**Şekil 5.6. Mevsimsellik (2021)**

(UNWTO, 2022)

Şekil 5.6. incelendiğinde en çok turistin özellikle Temmuz-Ağustos-Eylül aylarında ağırlandığı görülmektedir. Bu durum Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin Akdeniz ülkeleri olmaları ve ağırlıklı olarak deniz-kum-güneş turizm faaliyetlerinin yoğunluğu sebebiyle açıklanabilir. Dolayısıyla çalışmada incelenen Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye turizm politikaları doğrultusunda mevsimsellik durumuna ilişkin bu ülkelerin alternatif turizmin geliştirilmesini amaçladıkları görülmektedir.

**Sosyal turizm**, Avrupa Birliği'nde herkesin turizm faaliyetlerine katılım sağlaması adına oldukça önemli bir yer edinmiştir. Örneğin “Herkes İçin Turizm” anlamına gelen CALYPSO Projesi gibi projeler ile sosyal turizmin gelişimi desteklenmektedir. Türkiye ve sektördeki yakın rakipleri Fransa, İspanya ve İtalya'nın turizm politikalarında da sosyal turizmin gelişimine yer verilmiştir. Ak ve Özgökçeler (2013) Avrupa ve Türkiye'deki sosyal turizme ilişkin çalışmasında bu ülkelerin sosyal turizm uygulamaları hakkında aşağıdaki hususlara değinmiştir:

- Fransa, “Chèques Vacances” ya da “Tatil/Seyahat Çekleri” adı verilen bir uygulama ile sadece dezavantajlı kişilerin değil (yaşlı, engelli vb.) herkesin turizm faaliyetlerine katılımını teşvik etmektedir. Bu uygulama ile tatile ilk defa çıkacak kişilere Tatil-Seyahat Çekleri Ulusal Ajansı (ANCV) tarafından tatil bursu verilmektedir.
- İspanya'da ise IMSERSO (Instituto de Mayores y Servicios Sociales- Institute for Older Persons and Social Services) adlı program aracılığıyla ülkede sezon dışı dönemde hem turizm faaliyetlerinin devamlılığı için hem de sosyal turizm çerçevesinde kıyı bölgelerinde yer alan turistik merkezlerde engelli ve yaşlı bireylere sosyal turizm imkânı sunulmaktadır.
- 1982 yılında kurulan Fransız Ulusal Tatil Fişleri Acentesine bağlı olarak tatil fişi uygulaması ile her yıl 2,5 milyon işçi bu programa bağlı olarak tatil fişi satın almaktadırlar. İtalya, İsviçre, Polonya, Kıbrıs ve Macaristan gibi ülkelerde de benzer uygulamalar yapılmaktadır.

Türkiye'de ise sosyal turizme ilişkin uygulamalar yeterli seviyede olmasa da dolaylı olarak sosyal turizme yönelik uygulamalara rastlamak mümkündür. 1975-1984 yılları arasında Turizm Bankası A.Ş.'nin tatil kredisi uygulaması bir süre uygulandıktan sonra yanlış uygulamadan dolayı vazgeçilmiştir (Kozak, 2012:25). T.C. Turizm Bankası A.Ş.'nin kapanması ile kamu bankalarının tatil kredisi vermesi söz

konusu olmuştur. Aynı zamanda Türkiye’de çocuklar ve gençlere yönelik Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları tarafından “Uluslararası Gençlik Taşması”, “Grup Taşmaları”, “Euro Mini Grup”, “Interrail”, “Euro Domino” ve “Öğrenci İndirimi” gibi sosyal turizm olanakları sunulmaktadır (Kozak, 2012:57). Kültür ve Turizm Bakanlığı ise gençlere indirimli tatil imkânı sunma amacıyla her yıl “Gençlik Turizm Rehberi” yayınlamaktadır. Ancak Fransa, İspanya ve İtalya ile karşılaştırıldığında Türkiye’de sosyal turizme yönelik çalışmaların kısıtlı olduğu söylenebilir. Bu nedenle 2023 Türkiye Turizm Stratejisi çerçevesinde toplumun farklı kesimlerinin daha fazla turizm faaliyetlerinde yer almaları için sosyal turizm projelerinin geliştirilmesi önemli hedefler arasında yer almıştır.

**Gastronomi** turizminin ön plana çıkması, dünyada turizme olan talebin artması ve turistik faaliyetlerin çeşitlenmesiyle birlikte meydana gelmiştir. Avrupa’da Fransa, İspanya, İtalya, Portekiz ve İrlanda gastronomi turlarının yoğun olarak yaşandığı ülkelerdir. Bu ülkelerde yapılan turlarda; peynir üreticilerinin gezilmesi, atölyelerde peynir çalışmaları, yerel pazar gezintileri, zeytinyağı tadımı, üst sınıf yemek dersleri, üzüm bağı gezileri, şarap tadım turları, yerel yiyecek içecek festivalleri gibi etkinlikler yapılmaktadır (Kesici, 2012:35-36). Ayrıca İtalya’da zeytinyağı, Fransa’da peynir, İspanya’da tapas adlı mezenin tadımı için düzenlenen gastronomi turları düzenlenmektedir (Küçükkömürler vd., 2018:82).

Tarih boyunca birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış olan Anadolu toprakları, sahip olduğu tarihi zenginliği yemek kültürüne de yansıtmıştır. Bu sebeple Türk mutfağı ülkenin köklü tarihi geçmişi, farklı medeniyetlere ev sahipliği yapması, göçebe yaşam tarzı gibi sebeplerden dolayı çeşitlilik kazanmıştır (Dilsiz, 2010:24). Türkiye köklü tarihi geçmişi ile sahip olduğu zengin mutfağıyla gastronomi turizmi için tercih edilen bir ülkedir (Şahin ve Ünver, 2015:65). Ülkede gastronomi turizminin gelişmesi adına gastronomi turları düzenlenmektedir. Bu turlar genellikle Hatay, Kahramanmaraş, Adana illeriyle beraber Güneydoğu Anadolu Bölgesi üzerinde yoğunlaşmaktadır (Kızılırmak vd, 2016:262). Ekerim ve Tanrısevsin (2020), Türkiye’de düzenlenen festivallerin bölgelere göre haritasını oluşturmuştur. Çalışmada, Akdeniz Bölgesinde düzenlenen festivallerin genellikle narenciye üzerine, Doğu Anadolu Bölgesinde peynir, bal, kaşar ve kayısı ağırlıklı olduğu, Güney Doğu Anadolu Bölgesi’nde kebab çeşitleri, baklava ve antep fıstığından oluştuğu görülmektedir. İç Anadolu Bölgesinde pastırma, sucuk, mantı, havuç, üzüm, turşu gibi

ürünlerin ön planda olduğu, Ege Bölgesinde ot yemekleri, sakatat ve sokak lezzetlerinin ağırlıklı olduğu, Karadeniz Bölgesinde çay, fındık, balık ve tereyağının ön planda olduğu, Marmara Bölgesinde ayçiçeği, peynir, ciğer, zeytin gibi ürünler ile festivallerin düzenlendiği görülmektedir. Bu doğrultuda gerek Türkiye gerekse de Fransa, İspanya ve İtalya'nın gastronomi turları ve festivalleri aracılığıyla gastronomi turizmine ilişkin çalışmaları olduğu görülmektedir.

**Kırsal turizm;** kırsal kültür, doğal çevre ve tarımla bütünleşerek aynı zamanda diğer turizm türleriyle de kolay bütünleşen bir turizm türüdür (Soykan, 1999). Turizm faaliyetlerinin tüm yıla yayılması çerçevesinde Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye turizm politikalarında alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi kapsamında kırsal turizmin geliştirilmesine önem vermektedirler. AB'de 1698/2005 sayılı AB Konsey Tüzüğü çerçevesinde AB'ye üye ülkelerin kırsal kalkınmaya ilişkin stratejik yaklaşımlarının çerçevesini çizmektedir. Kırsal kalkınma programları tüzükte bahsi geçen paydaşlarla işbirliği içerisinde üye devlet tarafından hazırlanır. Ülkenin idari oluşumuna göre bir veya daha fazla kalkınma programı oluşturulabilir (Aytüre, 2013). Bu doğrultuda AB ülkelerinden Fransa, İspanya ve İtalya'da kırsal turizm uygulamaları şu şekildedir:

**Fransa'da** 1951 yılında Alpes de-Haute Provence bölgesindeki köy evlerinin turistlere açılması ile kırsal turizm başlamıştır. 1954 yılında ise ülkede “Gite Rural de France” adlı kırsal turizm ağı oluşturulmuştur. Fransa'da Gites de France'a bağlı 58 bin işletme vardır (Aytüre, 2013:7). 1970'li yıllardan itibaren ise devlet ve yerel yönetimlerin işbirliği ile Yeşil Tatil Köyleri kurulmuştur (Soykan, 2000:24).

**İtalya'da** 1960-1980'li yılları arasında beş milyon civarında vatandaşın tarım topraklarını terketmesiyle Ulusal Tarım ve Turizm Derneği kurularak, kırsal kalkınma çerçevesinde “Agri-tourismo (tarımsal turizm)” fikri ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda tarımla uğraşan kişilerin evlerinin kiraya verilmesi, yerel ürünlerin ticarileştirilmesi şeklinde hedefler benimsenmiştir (Aydın, 2012:41). Ülkede kırsal turizm daha çok agroturizm ve çiftlik turizmi çerçevesinde gelişmiştir. Örneğin Latium bölgesi ülkede çiftlik turizminin gerçekleştiği ve turistlere çiftlikte konaklama, atla gezinti, gölde balık avlama olanaklarının sunulduğu kırsal turizm alanıdır (Aytüre, 2013:14).

**İspanya'da** ise kırsal turizm nüfusu az, seyrek yerleşme dokusuna sahip, göç veren bölgelerin kalkınması için önemli bir fırsat olarak görülmektedir (Aytüre,

2013:14). Ülkede kırsal turizm çerçevesinde yürütülen plan ve projeler, kıyı turizmine alternatif olarak özellikle dağlık yörelerde yapılmaktadır (Aydın, 2012:42). Katalonya, Galiçya, Bask gibi bölgelerde tarımsal turizm kapsamında kırsal turizm geliştirilmektedir (Soykan, 2000:28).

**Türkiye’de** ise kırsal turizm kamu ve özel sektör işbirliğinde özellikle yayla turizmi, eko turizm ve macera turizmi çerçevesinde geliştirilmektedir. 1990 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından “Yayla Turizmi Projesi” ile Karadeniz Bölgesi ve Toroslar’da 26 adet yayla belirlenerek kırsal turizm kapsamına alınmıştır (Aydın, 2012:44). Aynı zamanda ülkede uygulanan bazı kırsal turizm uygulamaları şöyledir (Aydın, 2012):

- Ürgüp Belediyesi’nin kırsal turizm kapsamında Kapadokya Bölgesi’ni tanıtmak amacıyla 50 milyon dolarlı projesi ile yerli ve yabancı turistlerin kırsal yaşamın aktivitelerine katılımının sağlanması
- Güneşin doğuşu ve batışını izletmek amacıyla Ortahisar Belediyesi’nin Kızılçukur Vadisinde düzenlediği turlar
- Akdeniz, Marmara ve Ege Bölgelerinde kış mevsiminde düzenlenen geleneksel deve güreşleri
- Erzincan ve Muğla’nın kırsal alanlarında profesyonel yamaç paraşütü faaliyetleri kırsal turizm faaliyetlerine örnektir.

Buğday Ekolojik Yaşamı Destekleme Derneği tarafından Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP) Küresel Çevre Fonu (GEF /Global Environment Facility) Küçük Destek Programı (SGP/Small Grants Programme) desteğiyle yürütülen TaTuTa (Ekolojik Çiftliklerde Tarım Turizmi, Gönüllü, Bilgi ve Tecrübe Takası) Projesi ile ekolojik yaşam desteklenmektedir. Tatuta projesinin [www.tatuta.org](http://www.tatuta.org) internet sitesinde Türkiye’nin farklı bölgelerinde yer alan çiftlikler hakkında ayrıntılı bilgiler sunulmaktadır (Aydın, 2012:44). Bu doğrultuda kırsal turizm kapsamında yapılan incelemeler neticesinde Fransa, İspanya ve İtalya’nın kırsal turizmin geliştirilmesine ilişkin çalışmalarının Türkiye’ye göre daha erken yıllarda başladığı söylenebilir. Ancak turizm politikaları çerçevesinde kırsal turizmin geliştirilmesine ilişkin hedefler çerçevesinde Türkiye’de de çeşitli kırsal turizm çalışmalarının yapıldığı görülmektedir.

**Kültürel değerler,** Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye'nin turizm politikaları arasında yer alan ve ülkelerin turizmi açısından oldukça önemli bir konudur. Kültürel değerlerin korunması ve sürdürülebilirliklerinin sağlanması aynı zamanda ülke turizminin sürdürülebilirliği açısından da değerlidir. Bu doğrultuda kültürel değerlerin korunmasına ilişkin Fransa, İspanya ve İtalya için AB'nin belirlediği kültürel miras kaçakçılığı ile mücadele, Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ERDF) (European Commission, 2023) ile kültürel varlıkların yerel düzeyde korunmasının sağlanması şeklindeki politikalar bu ülkelerde yer alan kültürel varlıkların korunmasına ilişkin önemli çalışmalarlardır. Türkiye'de ise kültürel mirasın korunmasına ilişkin yasal sınırlar belirlenmiştir. Bu doğrultuda "1710 sayılı Eski Eserler Kanunu", "2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu", "2872 sayılı Çevre Kanunu" ve "2873 Sayılı Milli Parklar Kanunu" ile kültürel mirasın korunması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın bu bölümde AB ülkelerinden Fransa, İspanya, İtalya ile Türkiye turizm politikalarında yer alan ortak politikalara ilişkin karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu doğrultuda Fransa, İspanya, İtalya ile Türkiye turizm politikaları arasında bulunan ortak politikaların incelenmesinin sonucunda özellikle mesleki eğitim ve sosyal turizm politikaları hakkında dikkate değer şekilde bir farklılığın olduğu görülürken, tanıtım, mevsimsellik, gastronomi, kırsal turizm ve kültürel değerler hakkında büyük oranda benzerliklerin olduğu görülmektedir.

## **6. SONUÇ VE TARTIŞMA**

Bu çalışmada; Avrupa Birliği ve Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin turizm politikaları ile Türkiye'nin turizm politikaları araştırılmış, turizm sektörünün geliştirilmesi amacıyla uygulanan turizm politikaları incelenmiştir. Çalışmanın amacı, Avrupa Birliği ve AB'ye üye ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının incelenerek, karşılaştırma yapılmasıdır. Aynı zamanda Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) istatistikleri verilerine göre turist sayısı bakımından turizm sektörünün ilk 10 ülkesi arasında yer alan ve Türkiye'nin sektördeki yakın rakipleri olan Fransa, İspanya ve İtalya'nın turizm politikaları ile Türkiye'nin turizm politikalarının karşılıklı olarak incelenmesi amaçlanmıştır.

Turizm politikası, ülkelerin turizm endüstrilerini geliştirerek daha fazla pay almak adına kısa, orta ve uzun vadeli olarak geliştirdikleri stratejilerden oluşmaktadır. Küresel turizm pazarında ülkelerin başarıları uyguladıkları turizm politikaları ile

bağlantılıdır. Bu sebeple gerek Türkiye'nin Avrupa Birliği üyesi olma isteği gerekse de ülkenin turizm pazarının büyük bir bölümünün, AB ülkelerinden gelen turistlerin oluşturması Avrupa Birliği ve üye ülkelerinin turizm politikalarının araştırılmasını gerekli kılmaktadır.

Avrupa Birliği, yirmi yedi ülkeden oluşan 1992 yılında Maastricht Antlaşmasıyla kurulan siyasi ve ekonomik bir topluluktur. Türkiye ile AB arasındaki ilişkiler ise 1963 Ankara Antlaşması ile başlamıştır. 1963 yılından 2018 yılına kadar olan süreç AB ve Türkiye arasında çok sayıda görüşme olmuştur. Ancak 2018 yılında AB Genel İşler Konseyi, Türkiye'nin birlikten uzaklaştığını belirterek katılım müzakerelerini fiilen durdurmuştur. Her ne kadar Avrupa Birliği ile Türkiye arasındaki ilişkiler askıya alınmış olsa da Avrupa Birliği'nin ve üye ülkelerinin Türkiye ile arasındaki siyasi ilişkiler, ekonomik ve ticari ilişkiler sebebiyle, AB ve AB ülkeleri Türkiye açısından önemlidir. Bu nedenle gerek Türkiye'nin AB ülkeleri ile arasındaki ekonomik ilişkiler gerekse de Türkiye'ye gelen turistlerin büyük bir kısmının AB kökenli olması (UNWTO, 2022) ülke turizminin başarısını Avrupa'daki başarısı ile doğru orantılı kılmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin sahip olduğu Avrupa pazarını korumak ve geliştirmek için AB ve üye ülkelerinin turizm politikalarını yakından takip etme gerekliliği doğmaktadır.

Konuyla ilgili yapılan çalışmalarda (Avcıkurt, 1997; Sivil, 2007; Yeğen vd., 2011; Arslan, 2014) Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne üye olma yolunda AB'nin turizm politikalarını takip ederek Avrupa Birliği politikalarına uyum sağlaması ve turizm politikalarını AB ile benzer şekilde oluşturulması savunulmaktadır. Bu çalışmada ise Avrupa Birliği ve Avrupa Birliği'ne üye ülkelerin turizm politikalarının detaylı olarak incelenmesinin sonucunda Türkiye'nin gerek AB turizm politikalarıyla gerekse de AB'ye üye ülkelerin turizm politikaları ile büyük oranda örtüştüğü görülmektedir. Özellikle Avrupa Birliği ülkeleri arasından çalışmanın esas olarak odaklandığı Fransa, İspanya, İtalya turizm politikaları ile Türkiye turizm politikalarının büyük oranda benzer olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda çalışmanın sonucunda Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları hakkındaki değerlendirmeler şu şekildedir:

Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları arasında kültürel turizmin geliştirilmesi, kırsal turizmin geliştirilmesi, sosyal turizmin geliştirilmesi, mesleki eğitimin desteklenmesi, turist haklarının korunması,

mevsimsellik ve turizm istatistiklerinin oluşturulması şeklinde ortak politikaların mevcut olduğu görülmektedir. Bu ortak politikalar çerçevesinde taraflar arasındaki benzerlikler ve farklılıklar şu şekildedir.

AB’de Avrupa kültürünün tanıtılması ve bu bağlamda kültürel turizmin gelişmesine ilişkin; Avrupa Kültür programı ve “Avrupa Bir Ortak Miras” kampanyası gibi programlar ile Avrupa kültür ve sanatı desteklenmektedir. Türkiye’de ise benzer şekilde TGA (Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı) aracılığıyla ülkenin sahip olduğu tarihi, turistik, kültürel değerlerinin tanıtılması doğrultusunda T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TGA- Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajansı koordinasyonunda kamu ile özel sektör iş birliği ve yurtdışı temsilcilikleri aracılığıyla her yıl yurtdışında gerçekleştirilen uluslararası turizm ihtisas fuarlarına katılım sağlanmaktadır (TGA, 2023). Aynı zamanda uluslararası boyutta Altın Portakal Film Festivali gibi etkinlikler düzenleyerek ülkenin kültürel turizmine katkıda bulunmaktadır.

Kültürel miras çerçevesinde AB’de Avrupa kültürel mirasının korunmasına ilişkin Avrupa Konseyi kararları bağlayıcı niteliktedir. Bu kararlar neticesinde Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu (ERDF) ile kültürel varlıkların korunması, e-Twinning ve School Education Gateway gibi programlar ile okul eğitiminde kültürel miras eğitimi yaygınlaştırılmaktadır. Türkiye’de ise kültürel mirasın korunması yasalara dayanmaktadır. Ülke gerek “Dünya Doğal ve Kültürel Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme”, “Arkeolojik Mirasın Korunmasına İlişkin Avrupa Sözleşmesi” gibi uluslararası kültürel mirasın korunmasına ilişkin sözleşmelere taraf olmuş gerekse de ülke içerisinde “1710 sayılı Eski Eserler Kanunu”, “2863 sayılı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu” gibi kanunları ile kültürel mirası koruma altına almıştır. Bu doğrultuda AB ve Türkiye’nin çeşitli etkinlikler ve programlar vasıtasıyla kültürel turizmin gelişmesine ilişkin benzer bir uygulama yürüttükleri görülmektedir. Kültürel mirasın korunmasına ilişkin ise hem AB hem de Türkiye yasal sınırlar belirlemiştir. Ancak kültürel miras konusunda AB ve Türkiye arasında AB’nin çeşitli programlar vasıtasıyla okullarda kültürel miras eğitimi vermesi taraflar arasındaki önemli bir fark olarak nitelendirilebilir.

Kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik Avrupa Birliği doğrudan turizm politikaları ve dolaylı olarak tarım politikası çerçevesinde kırsal turizmin geliştirilmesini hedeflemiştir. Bu doğrultuda kırsal bölgelerde seyahat acentelerine

bilgi sağlayacak sistemlerin oluşturulması, kırsal bölgelerde bilgi sistemlerinin desteklenmesi, kırsal destinasyonların ürünlerinin tanıtım ve pazarlama çalışmalarının yapılması ve Avrupa Tarımını Koruma Fonu kapsamında agro turizmin geliştirilmesi hedeflenmiştir. Türkiye’de ise kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik özellikle yayla turizmin teşvik edilmektedir. Bu doğrultuda yaylaların turizme açılması, Yeşil Yol Projesi gibi uygulamaları mevcuttur. Ancak daha önce değinildiği gibi Yeşil Yol Projesi’nin gerek sürdürülebilirlik ilkeleri ile gerekse AB çevre ilkeleri ile uyuşmazlığı gibi tartışmalara yol açmıştır. Ayrıca ülkede agro turizmin teşvik edilmesine ilişkin Tatuta Projesi uygulanmaktadır. Bu doğrultuda AB ve Türkiye’nin kırsal turizme ilişkin çalışmaları kısmında bütünüyle olmasa da kısmen farklılıklar olduğu söz konusudur.

Sosyal turizmin geliştirilmesi politikası çerçevesinde ise AB’nin herkesin turizm faaliyetlerine katılım sağlamasını amaçlayan CALYPSO Programı, Labour Market Holiday Fund (İşgücü Piyasası Tatil Fonu), Floreal, The Sunshine Fund (Güneş Işığı Fonu) gibi programlar ile sosyal turizm desteklenirken, Türkiye’de ise sosyal turizme ilişkin, kamu kampları, 2010 yılında hazırlanan “Gençlik Turizm Rehberi” veya bankaların sunduğu tatil kredi imkanları bulunmaktadır. Bu doğrultuda AB’nin Türkiye’ye göre sosyal turizmi daha fazla desteklediği görülürken, Türkiye’nin bu konudaki çalışmalarının yetersiz olduğu sonucuna varılabilir.

AB’de turizme ilişkin mesleki eğitim politikası çerçevesinde ise okullarda verilen eğitimin yanı sıra Leonardo Da Vinci ve Erasmus programlarıyla da eğitim desteklenmektedir. Türkiye’de ise daha önce de belirtildiği üzere mesleki turizm eğitiminde niteliksel sorunlar mevcuttur. AB’de turizm eğitiminin niteliğini arttırmaya yönelik çeşitli programlar ile desteklenirken Türkiye’de turizm eğitimi nicelik üzerine yoğunlaşmıştır. Bu durum AB ve Türkiye’nin mesleki turizm eğitim konusunda farklılaştığını göstermektedir.

Turist haklarının korunmasına ilişkin ise hem AB hem de Türkiye, turist haklarını tüketici hakları çerçevesinde koruma altına almıştır. AB turist hakları korumasına yönelik aldatıcı reklamlar, haksız antlaşma koşulları, devremülk edinme hakkına yönelik düzenlemeler, paket turlara yönelik düzenlemeler, kişisel verilerin korunması, kusurlu ürünler için hukuki düzenlemeler, yiyecek ürünlerinin hijyeni ve güvenlik hakkında kurallar belirlemiştir. Türkiye’de TÜRSAB Turizm Tüketicileri Talepleri Değerlendirme Çizelgesi ve 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında

Kanun ile turist hakları koruma altına alınmıştır. TÜRSAB Turizm Tüketicileri Talepleri Değerlendirme Çizelgesi AB'nin turist haklarına ilişkin ilkelerinde olduğu gibi paket turlara yönelik düzenlemeler ve seyahat acentacılığına ilişkin hizmetleri kapsamaktadır. 6502 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun ise her türlü tüketici işlemi ile tüketiciye yönelik uygulamaları kapsadığından AB'de olduğu gibi güvenlik, kişisel verilerin korunması şeklinde turist hakları güvenceye alınmıştır. Bu doğrultuda AB ve Türkiye'nin turist haklarına yönelik tutumlarının benzer olduğu görülmektedir.

AB ve Türkiye turizmden kaynaklı bölgesel ve sezonluk yoğunluğu engellemek adına turizm politikalarında alternatif turizmin çeşitlendirilmesini amaçlamışlardır. Bu doğrultuda Türkiye'de golf, kruvaziyer, sağlık turizmi gibi alternatif turizm türlerinin geliştirilmesi için yatırımlar yapılırken, AB'de alternatif turizmin çeşitlendirilmesinin yanı sıra 50.000 Turist Girişimi, CALYPSO, EDEN gibi programlar ile bölgesel ve sezonluk yoğunluğu azaltmaya çalışmaktadır. Bu doğrultuda AB, Türkiye'den farklı olarak çeşitli programlar aracılığıyla mevsimselliği azaltmaya çalıştığı görülmektedir.

Avrupa Birliği ve Türkiye turizm politikalarında odaklanılan bir başka ortak politika turizm istatistiklerinin oluşturulmasıdır. Hem AB hem de Türkiye sektöre yönelik detaylı bir bakış açısı sunmak adına güvenilir ve sağlıklı verilerin oluşturulduğu Turizm Uydu Hesaplama Yöntemini kullandıkları görülmektedir.

Avrupa Birliği'nin doğrudan turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları arasında bulunan ortak politikalar çerçevesinde AB ile Türkiye turizm politikalarının genel hatlarıyla örtüştüğü görülürken, yukarıda da incelendiği gibi gerek mesleki eğitim, gerekse sosyal turizm ve mevsimsellik politikalarına yönelik farklı uygulamaların da mevcut olduğu görülmektedir. Ancak bu farklılıkların ülkelerin turizm istatistiklerini ve turizm sektörünün hizmet kalitesini etkileyen önemli noktalar olduğu söylenebilir.

Avrupa Birliği'ne üye ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılması sonucunda ise mesleki eğitim, sürdürülebilirlik, kültürel mirasın korunması, tanıtım, altyapı, turizm ürünlerinin çeşitlendirilmesi, kamu ve özel sektör işbirliği, dijitalleşme, kobilerin desteklenmesi, çevrenin korunması, yeni pazarların geliştirilmesi, rekabet gücünün arttırılması şeklinde ortak politikaların olduğu görülmektedir. Ancak bu ülkelerin turizm istatistikleri doğrultusunda Türkiye'nin başlıca rakiplerinin Fransa,

İspanya ve İtalya olduğu görülmektedir. Bu ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılması sonucunda şu sonuçlara varılmıştır:

- Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye mesleki turizm eğitimi konusunda farklı yaklaşımları benimsemiştir. Türkiye’de mesleki turizm eğitimin gelişmesi adına okulların sayısı arttırılırken, Fransa’da uygulama ağırlıklı eğitim, İtalya’da okullarda verilen eğitimin yanı sıra E.N.A.L.C. teşkilatının okulları aracılığıyla verilen eğitim ile yurtdışında staj yapma olanaklarının sunulması, İspanya’da mesleki turizm eğitiminde ise uygulamalı eğitim ve yabancı dil üzerine ağırlık verilmiştir.
- Tanıtım politikaları çerçevesinde Fransa, İspanya ve İtalya’da bölgesel turizm tanıtımı ve turizm çeşitlerinin tanıtımına yönelik stratejiler uygulanmaktadır. Türkiye’de ise 2002 yılına kadar ülke tanıtımı şeklinde bir strateji yürütülürken, 2002 yılından itibaren bölgesel ve destinasyon tanıtımına yönelinmiştir. Bu doğrultuda ülkelerin tanıtım stratejilerinin ülke tanıtımından çok bölgesel ve destinasyon bazlı olarak yürütüldüğü görülmektedir.
- Mevsimsellik konusu çerçevesinde ise alternatif turizm çeşitlerinin geliştirilmesi yönünde bir tutum sergilemektedirler. Bu politika kültürel turizmin geliştirilmesi, sosyal turizmin geliştirilmesi, kırsal turizmin geliştirilmesi gibi politikalarla da bağlantılıdır. Dolayısıyla ülkelerin bu politikalarda başarı sağlaması mevsimsellik konusunda da başarı sağlayacağını göstermektedir.
- Sosyal turizm politikası çerçevesinde Fransa, İspanya ve İtalya’da herkesin tatil yapmasını sağlamak amacıyla tatil çekleri, tatil fişleri veya sezon dışı dönemde turizm faaliyetlerinin devamlılığı sağlanması adına programlar yürütülmektedir. Ancak Türkiye’de sosyal turizme olan yaklaşım bankaların verdiği tatil kredisi veya kamu kampları ile sınırlı kalmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye’nin rakipleri karşısında yetersiz kaldığı sonucuna varılabilir.
- Gastronominin geliştirilmesi çerçevesinde ise bu ülkeler gastronomi turları, yerel ürünlerin tanıtılması amaçlı festivaller veya etkinlikler düzenlemektedir. Bu doğrultuda ülkelerin gastronomi turizmine olan yaklaşımlarının da benzer olduğu görülmektedir.

- Kırsal turizm bakımında ise Fransa, İspanya, İtalya’da kırsal turizm faaliyetleri Türkiye’ye göre daha erken yıllarda gelişim göstermeye başlamıştır. Ancak bu ülkelerde kırsal turizm genellikle çiftlik turizmi çerçevesinde gelişim göstermektedir. Türkiye’de ise kırsal turizm yayla turizmi, eko-turizm, macera turizmi ve çiftlik turizmi çerçevesinde birkaç şekilde geliştirilmeye çalışılmaktadır.

Bu doğrultuda Fransa, İspanya, İtalya ve Türkiye ile karşılaştırıldığında özellikle mesleki eğitim ve sosyal turizm arasında farklılıkların olduğu görülürken, diğer ortak politikalar çerçevesinde nispeten birbirleri ile örtüştüğü söylenebilir. Ancak çalışmanın beşinci bölümünde yer alan tablo 5.1. incelendiğinde turizm politikalarının büyük oran örtüşmesine karşın Türkiye’nin turizm istatistiklerinde gerek ağırladığı turist sayısı bakımından gerekse de elde ettiği gelirler bakımından Fransa, İspanya ve İtalya’nın gerisinde kalması dikkat çekmektedir. Bu durum Türkiye’nin turizm politikalarının uygulanması aşamasında herhangi bir eksiklik mi var veya uygulama aşamasındaki yöntemler mi hatalı şeklinde soruları gündeme getirmektedir. Dolayısıyla bu sorular gelecekte yapılacak bir başka çalışmanın konusunu oluşturabilecek niteliktedir.

Çalışmada Avrupa Birliği ve üye ülkeler ile Türkiye turizm politikalarının karşılaştırılmasının ardından turizm politikalarına yönelik Türkiye politika yapıcılara aşağıdaki öneriler getirilmektedir.

- Türkiye’de mesleki eğitime yönelik detaylı bir planlama ve programlama yapılmalıdır. AB’de olduğu gibi mesleki eğitim sistemlerinin ve uygulamalarının geliştirilmesini destekleyen Leonardo Da Vinci gibi programlara katılımının sağlanması; Fransa, İspanya ve İtalya gibi ülkelerin mesleki turizm yapıları incelenerek bu ülkelerde olduğu gibi mesleki eğitimin uygulama yönüne ağırlık verilmeli ve öğrencilerin yabancı dil gelişimi sağlanmalıdır.
- Türkiye’de tahrip edici birçok deprem, sel vb. afetlerin yaşanmasına karşın turizm politikalarında afetlere yönelik bir düzenlenmenin belirlenmemiş olması turizm politikalarındaki önemli bir boşluğu göstermektedir. Bu sebeple afetlere yönelik AB’de olduğu gibi Türkiye’de de afetlere ilişkin bir acil durum planının oluşturulması politika yapıcılar tarafından değerlendirilmelidir.

- Türkiye turizm politikaları bütün olarak incelendiğinde asıl odak noktasının turist sayısının artırılması olduğu görülmektedir. Ancak bu durum uzun vadede betonarme yapıların artması, doğal ve kültürel çevrenin tahrip olması ve sürdürülebilir turizm anlayışını olumsuz etkilenmesi şeklinde sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum turizm politikalarında hedeflenen sürdürülebilirlik, doğal ve kültürel çevrenin korunması gibi hedeflerle kısmen çatışmaktadır. Dolayısıyla fizibilite çalışmaları ile ülkenin ağırlayacağı turist kapasitesinin belirlenerek turizm politikalarının bu yönde şekillendirilmesi daha sürdürülebilir bir sektör oluşumuna katkı sağlayacaktır.
- Türkiye turizm politikalarında sektörün herhangi bir kriz durumundan etkilenmemesi için bir risk planının oluşturulması amaçlanmıştır. Ancak bu politika hedefi yerine getirilmemiştir. Dolayısıyla herhangi bir kriz durumunda sektörün zarar görmesini en aza indirmek amaçlı kapsamlı bir turizm risk planı oluşturulmalıdır.
- Türkiye sahip olduğu jeolojik miras zenginliklerini kullanarak özellikle doğa turizmine ilgili kişilerin talebini karşılamak adına jeopark turizmine gerekli önemi vermelidir. Türkiye’de UNESCO listesinde yer alan Kula jeoparkı bulunmaktadır. Başta Kula olmak üzere ülkede yer alan jeoparklara yönelik özel tanıtım çalışmaları güçlendirilmelidir.
- Sürdürülebilirlik ve çevreye duyarlılık konusunda özellikle en fazla zarar gören yayla alanlarında kaçak yapılaşma ile mücadele edilerek, etkin bir denetim mekanizması oluşturulmalıdır.
- AB ile Fransa, İspanya ve İtalya’nın sosyal turizm uygulamaları incelenerek Türkiye’deki sosyal turizm çalışmaları geliştirilmelidir. Örneğin AB sosyal turizm politikaları kapsamında uygulanan CALYPSO Programı, Labour Market Holiday Fund (İşgücü Piyasası Tatil Fonu) veya Fransa, İspanya ve İtalya’da uygulanan tatil çekleri, tatil fişleri gibi uygulamalar geliştirilmelidir.
- Türkiye; Fransa, İspanya ve İtalya ile karşılaştırıldığında (Tablo 5.1.) turizm gelirlerinin daha düşük olduğu görülmektedir. Bu durum ülkenin, turistleri harcamaya yönlendirmesi konusunda bir eksiliğin olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla turistlerin bulundukları bölgede otel dışında

daha fazla vakit geçirmelerini ve alışveriş yapmalarını sağlayacak tedbirler güçlendirilmelidir.

- Türkiye turizm politikaları kapsamında gastronomini tanıtımına ilişkiler hedefler belirlenmiştir. Bu hedefler doğrultusunda başta UNESCO tarafından koruma altına alınan Hatay, Gaziantep ve Afyonkarahisar başta olmak üzere Türkiye'nin dört bir yanındaki lezzetlere yönelik küresel pazarda tanıtım çalışmaları güçlendirilmelidir.
- Kırsal turizmin geliştirilmesine yönelik yayla turizmi yerine, agro turizmine daha fazla destek sağlanmalıdır. Agro turizminin (tarım turizmi) geliştirilmesi tarımsal üretime, yerel halkın ekonomik düzeyinin arttırılması ve doğal çevrenin korunmasına katkı sağlayacaktır.
- Ülkedeki turizm sektörünün geliştirilmesi ve daha fazla pay alınması için turizm politikaları ve stratejileri kapsamında belirlenen tüm kararların bir belge niteliğinde kalmaması ve somut adımların atılması adına ayrıca önem gösterilmelidir. Çünkü özellikle kalkınma planlarında belirlenen bazı politika hedefleri bir sonraki plan döneminde de tekrar yer almıştır. Bu durum bir önceki plan döneminde belirlenen hedefin gerisinde kalındığının bir göstergesidir.

Türkiye turizm pazarının önemli bölümünü daha öncede söylenildiği gibi Avrupa pazarının oluşturması ülkenin sektördeki başarısını büyük ölçüde Avrupa'daki başarısına bağlamaktadır. Bu doğrultuda her ne kadar AB turizm politikaları ile Türkiye turizm politikaları genel çerçevede örtüşse de çalışmada belirtilen farklılıklar ve Türkiye'nin çalışmalarının yetersiz kaldığı noktalar dikkate alınmalıdır. Ülkede turizm sektörünün geliştirilmesi olumlu olarak algılansa da çevre ve şehir planlanmasının bozulması, doğal ve kültürel değerlerin zarar görmesi, kaynakların aşırı tüketimi gibi birçok olumsuz etkilerin de göz önünde bulundurulması gereklidir. Bu doğrultuda ülkenin sahip olduğu eşsiz tarihi, doğal, kültürel ve mimari zenginlikler gibi avantajların yanı sıra çalışmada sunulan öneriler çerçevesinde revize edilebilir ve kapsamlı bir turizm politikası ülke turizmine katkı sağlayacaktır.

## KAYNAKLAR

- Ak, D. ve Özgökçeler, S. (2013). “Avrupa’da ve Türkiye’de Sosyal Turizm”. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı 31, 49-7.
- Akbaş, Z. ve Mutlu, Ç. (2016). “Turizmi Etkileyen Avrupa Birliği Politikalarının Türkiye Turizm Politikaları ile Karşılaştırılması: Ak Parti Dönemi”. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(12), 123-139.
- Aköz, S. (2018). “Politika Kavramının Siyaset Kavramı Yerine Kullanılması ve Bilimsellik Tartışmaları Bağlamında Devlet Olgusuyla İlişkisi”. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 3(5), 160-180.
- Alkan, C. (2015). “Sürdürülebilir Turizm: Alaçatı Destinasyonuna Yönelik Bir Uygulama”. *Journal of Yasar University*, 10(40), 6692-6710.
- Altıntaş, A. ve Şahin, F. K. (2007). “Reşit Saffet Atabinen (1884-1965) ve Türk Turizmine Katkıları”. *Tarih Araştırmaları Dergisi*, 26 (42), 9-36.
- Angeloni, S. (2013). “The Strategic Plan for Tourism Developmnt in Italy”. *Economia Seria Management*, 16(1), 106-120.
- Anita, M. (2018) *Uloga I Važnost Turizma U Gospodarstvu Republike Hrvatske. Veleučilište u Požegi Društvene Znanosti*, ss.1-32.
- Anselmi, F.A. (2011). “Le Politiche Pubbliche Per Il Turismo In Italia Nel Ciclo Della Programmazione Comunitaria 2007-2013”. *Annali Della Facoltà Di Economia, Università Di Palermo*, online, ss.1-22.
- Araujo, L. (2017). “Portuguese tourism strategy 2027 Leading the tourism of the future”. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(6), 646-652.
- Arslan, F. (2014). “Avrupa Birliği’nin Turizm Politikası ve Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Üzerine Bir Değerlendirme”. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(31), 427-438.
- Arslan, R. (2017). “Türkiye’nin Turizm Politikası (1923-1960)”. *Turkish Studies (Elektronik)*, 12(19), 1-16.
- Aslan, A. (2014). “Tayyare Cemiyeti’nin Propaganda Faaliyetleri ve Tayyare Bayramları”. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(3), 141-150.
- Avcıkurt, C. (1997). *Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türk Turizmi (Sorunlar ve Çözüm Önerileri)*. Basılmamış doktora tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Avrupa Birliği Turizm Mevzuat Rehberi* (2003). Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD).
- Aydın, O. (2012). “AB’de Kırsal Turizmde İlk 5 Ülke ve Türkiye’de Kırsal Turizm”. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 39-46.
- Aytuğ, H.K. (2016). “Avrupa Birliği Turizm ve Çevre Politikaları Bağlamında Doğu Karadeniz Yeşil Yol Yayla Turizminin Değerlendirilmesi”. *Karadeniz Araştırmaları*, Sayı 52, 159-170.
- Aytüre, S. (2013). “Avrupa Birliği’nde Kırsal Turizm Politikası ve Aksaray’da Uygulanabilirliği”. *Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1), 7-23.
- Batmaz, N.Y. ve Biçici, G. (2021). “Türkiye’de Somut Kültürel Mirasın Korunması Üzerine Bir Alan Araştırması: Kırıkkale- Delice Örneği”. *Uluslararası Yönetim Akademik Dergisi*, 4(1), 97-110.
- Batuhan, T. (2018). “Turizm Şurası Kararlarının Turizm Planlaması ve Politikası Çerçevesinde Değerlendirilmesi”. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*. 2(2), 58-69
- Belçika Ülke Raporu (2016). Erişim: 27 Ocak 2021. [http://www.kto.org.tr/d/file/belcika\\_-\\_ulke-raporu\\_2016.pdf](http://www.kto.org.tr/d/file/belcika_-_ulke-raporu_2016.pdf).

- Bıçk1, D. vd., (2013). ‘‘Avrupa’da ve T1rkiye’de Sosyal Turizm’’. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı 31, 49-73.
- Bohlin, M. vd., (2014). ‘‘The Development of Swedish Tourism Public Policy 1930-2010’’. *Scandinavian Journal of Public Administration*, 18(1), 19-39.
- Buhalis, D. (2010). ‘‘Tourism in Greece: Strategic Analysis and Challenge’’. *Current Issues in Tourism*, 4(5), 440-480.
- Bustela, F.E. vd.,(2010). ‘‘Higher education of tourism in Spain and Its Adaptation to the European Higher Education Area’’, *Brazilian Journal of Public Administration*, 44 (5), 1191-1223.
- Cardoso, C. ve Ferreira, L. (2000). ‘‘The effects of European economic integration on tourism: challenges and opportunities for Portuguese tourism development’’. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 12(7),401-408.
- Coşkun, N. (2010). *T1rkiye’de Turizm Politikaları ve Turizm Sekt1r1 Üzerindeki Etkileri*. Uzmanlık Tezi. T.C. K1lt1r ve Turizm Bakanlığı K1t1phaneler ve Yayınlar Genel M1d1rl1ğ1, Ankara.
- Çiçek, O. ve 1zgen, I. (2001). ‘‘Avrupa Birliğinde Turist Hakları ve Adaylık S1recinde T1rkiye’deki Uygulamalar’’. *Dokuz Eyl1l Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstit1s1 Dergisi*, 3(3), 139-153.
- Dayıoğlu, M. (2010). *Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi Stajyer 1ğrencilerinin Yeterliliğ1 Konusunda İşveren G1r1şleri (Edremit K1rfezi 1rneğ1)*. Yayınlanmamış y1ksek lisans tezi. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstit1s1, Balıkesir.
- Demir, ř.ř. (2014). ‘‘Beş Yıllık Kalkınma Planlarından T1rkiye Turizm Stratejisi 2023’e: Turizmde Tanıtma Çalışmalarına Y1nelik İçerik Analizi’’. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(15), 101-121.
- Demirkol ř. ve Pelit, E. (2002). ‘‘T1rkiye’deki Turizm Eğitim Sistemi ve Avrupa Birliğ1 S1recinde Olası Gelişmeler’’. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fak1ltesi Dergisi*, Sayı 2, 125-146.
- Der Bundesrat (2017). Internationaler Vergleich der Tourismuspolitik und -f1rderung. Erişim: 01 Ocak 2021. <https://www.parlament.ch/centers/eparl/curia/2017/20173429/Bericht%20BR%20D.pdf>.
- Deutschland (2018). Ekonomi Fakt1r1 Turizm. Erişim: 1 Aralık 2022. <https://www.deutschland.de/tr/topic/ekonomi/bir-ekonomi-faktoru-olarak-alman-turizmi-sayilar-ve-olgular>
- Dilsiz, B. (2010). *T1rkiye’de Gastronomi ve Turizm (İstanbul 1rneğ1)*. Yayınlanmamış y1ksek lisans tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstit1s1, İstanbul.
- Dinçer, M. Z. ve Çetin, G. (2015). ‘‘Kalkınma Planlarında Turizm’’. D. K1ç1kaltan, H. Çeken ve ř. O. Mercan (eds.). *Değ1şik Perspektifleriyle Turizm Politikası ve Planlaması*. (s.171-192). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Doğaner, S. (2012). ‘‘T1rkiye Ulaşım Sistemleri Turizm ve Çevre İlişkileri’’. *Coğrafiya Dergisi*, Sayı 6, 1-25.
- DOKAP (2016). Doğ1 Karadeniz Turizm Master Planı ve ‘‘Yeşil Yol’’ Bilgileri. Erişim Tarihi: 19.04.2023. <http://www.dokap.gov.tr/yesil-yol/>.
- D1ner, F. (2021). ‘‘Yayla Alanlarındaki Yapılaşma Değ1şiminin İncelenmesi:G1m1şhane 1rneğ1’’. *G1m1şhane University Journal of Science and Technology*. 11(3), 721-728.

- Emekli, G. (2005). “Avrupa Birliği’nde Turizm Politikaları ve Türkiye’de Kültürel Turizm”. *Ege Coğrafya Dergisi*. 14(1-2). 99-107.
- European Commission (2023). Cultur and Creavity. Erişim Tarihi: 2 Ocak 2023. <https://culture.ec.europa.eu/cultural-heritage/cultural-heritage-in-eu-policies/risk-management-for-cultural-heritage>
- EU Monitor (2023). Council Decision of 20 February 2006 on Community strategic guidelines for rural development (programming period 2007 to 2013). Erişim Tarihi: 3 Mart 2023. <https://www.eumonitor.eu/9353000/1/j9vvik7m1c3gyxp/vitgbgijdoyc>
- European Union (2023). Priorities and Actions. Erişim Tarihi: 6 Mart 2023. <https://european-union.europa.eu/>
- Federation Entreprises Publiques Locales, “Tourisme, culture, loisirs”, Fransa, 2014.
- Frantal, Bohumil ve Sauer, Martin (2016). “Czech Republic, Tourism”. Jaferi, Honggen (ed.). *Encyclopedia of Tourism*. (s.1-2).
- Garcia, F.A. (2012). “La Política Turística En España Y Portugal”. *Cuadernos de Turismo*, (30), 9-34.
- Georgiev, I., vd. (2005). “Tourism Policy and The Role of Branch Regional and Local Organizations for Developing Alternative Tourism in Bulgaria”. *Trakia Journal of Sciences*. 3(7).65-73.
- Hernandez, C.C. vd., (2010). “La Formación En Turismo En España: Pasado, Presente Y Futuro EN El Nuevo Espacio Europeo De Educación Superior”. *Cuadernos de Turismo*, Sayı 25, 45-67.
- Imola, F. (2013). “Assessment of National Tourism Development Strategy – Hungary”. *Sustainable Tourism Working Group Assessment Criteria for National Tourism Development Strategies*.
- Ivanov, S. ve Dimitrova, M. (2010). “Tourism Management and Planning in Bulgaria”. *Tourism Management and Planning in Bulgaria*, (May 3, 2010), 1-18.
- Jelena, I. (2018). *Politika razvoja turizma Republike Hrvatske i Malte*. Unpublished Master's Thesis, University of Dubrovnik. Dubrovnik.
- Keleş, Y. vd., (2017). *Türkiye’de Lisans Düzeyinde Turizm Eğitiminin Örgütlenmesine İlişkin Sorunlar ve Turizm İşletmeciliği Eğitiminin Durumu*. III. Turizm Şurası Bildiriler Kitabı, Cilt:2, 298-307.
- Keleş, Y. (2018). “Neden Turizm Eğitimi? Lisans Düzeyinde Turizm Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma.” *Journal Of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 219-236.
- Kesici, M. (2012). “Kırsal Turizme Olan Talepte Yöresel Yiyecek ve İçecek Kültürünün Rolü”. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 14(23), 33-37.
- Kızıllırmak, I. vd., (2016). “Türkiye’de Uygulanan Gastronomi Turları Rotalarının Web Tabanlı Analizi ve Değerlendirmesi”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(1), 258-269.
- Kirazcı, T. (2021). *Sürdürülebilir Turizm Açısından Yeşil Nesil Restoran Uygulamalarının İncelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sakarya.
- Kozak, N., vd., (2011). *Genel Turizm*. Ankara. Detay Yayıncılık.
- Kozak, N. (2012). *Genel Turizm Bilgisi*. M. Akoğlu Kozak (Ed.). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2472.
- Kuşluyan, S. (2016). “Genel Turizm Bilgisi”. O. Emir (ed.). *Türkiye’de Turizm*. (s.179-213).

- Kutlu, E. (1999). “Avrupa Birliği”. *Açıköğretim Fakültesi*. Ünite 9, 181-202.
- Küçükkömürler, S., vd., (2018). “Dünyada ve Türkiye’de Gastronomi Turizmi”. *Uluslararası Turizm, İşletme, Ekonomi Dergisi*, 2(2), 78-85.
- Kütahya Çizelgesi. Turizm Tüketici Taleplerini Değerlendirme Çizelgesi. Erişim Tarihi: 28 Şubat 2023. <https://docplayer.biz.tr/2782931-Kutahya-cizelgesi-turizm-tuketicileri-taleplerini-degerlendirme-amacli-kutahya-cizelgesi.html>
- Martinez, C.P. (2002). “La Política Turística En La España del Siglo XX”. *Historia Contemporánea*, Sayı 25, 233-265.
- Martinez, C.P. (2004). “La Política Turística en España: una perspectiva histórica”. *Mediterraneo Económico*, 268-284.
- Minnaert, L.vd., (2011). “What’s Social Tourism”. *Current Issues In Tourism*, 14(5), 403-415.
- National Tourism Development Strategies Assessment Romania (2012). Sustainable Tourism Working Group Meeting. Erişim:23 Şubat 2021. [http://www.ceeweb.org/wp-content/uploads/2012/11/Romania\\_Tourism-Strategy-Assessment1.pdf](http://www.ceeweb.org/wp-content/uploads/2012/11/Romania_Tourism-Strategy-Assessment1.pdf).
- NBTC (2021). Perspective Destination Netherlands 2030. Erişim: 4 Ocak 2021. <https://www.nbtc.nl/en/home/vision-strategy/perspective-2030.htm>
- Nordic Council of Ministers (2019). Nordic Tourism Policy Analysis. Erişim: 29 Kasım 2020. <http://dx.doi.org/10.6027/Nord2019-008>
- OECD (2010). OECD Tourism Trends and Policies. Erişim: 20 Nisan 2021. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>.
- OECD (2011). OECD Tourism Trends and Policies. Erişim: 15 Haziran 2021. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>.
- OECD (2012). OECD Tourism Trends and Policies. Erişim: 17 Haziran 2021. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>
- OECD (2014). OECD Tourism Trends and Policies. Erişim: 19 Haziran 2021. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>
- OECD (2016). OECD Tourism Trends and Policies. Erişim: 19 Haziran 2021. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>
- OECD (2018). OECD Tourism Trends and Policies. Erişim: 19 Haziran 2021. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>
- OECD (2020). OECD Tourism Trends and Policies. Erişim: 15 Kasım 2020. <https://www.oecd.org/cfe/tourism/oecd-tourism-trends-and-policies-20767773.htm>.
- Özdemir, M. (2002). “2.Turizm Şurası”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 13(1), 6-9.
- Paksoy, P. (2005). Avrupa ile Bütünleşme Sürecinde Avrupa Birliği’nin Türk Turizminde Rolü ve Önemi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Republique Française Conseil National du Tourisme (2011). “Optimiser les retombées économiques du tourisme de la France: propositions d’actions”, *Conseil National du Tourisme*, Fransa, Session 2011-2012, ss.1-57.

- Republique Française Conseil National du Tourisme (2018). “ Une Strategie Globale Pour Faire Fructifier le Potentiel Toristique de la France et de Ses Territoiries” , *Conseil National du Tourisme*, Fransa, 19 Janvier 2018, ss. 1-18.
- Republique Française Conseil National du Tourisme (2020). “Politique Du Tourisme” *Ministre De L'économie Et Des Finances*, Fransa, 2020, ss. 8-34.
- Republica Hrvatska Ministrastvo turizma i sporta (2020). Erişim: 26 Kasım 2020. <https://mint.gov.hr/istaknute-teme-turizam/11>.
- Rita, P.(2000). “Tourism in the European Union”. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 12(7), 434-436.
- Rozite, M. ve Steina, A. (2019). “Tourism Planning and Strategy Implementation: Practice In Municipalities of Latvia”. *Research for Rural Development*, 2,161-168.
- RPA (2012). *Final Report*. Erişim: 15 Ağustos 2022, [https://rpald.co.uk/uploads/report\\_files/j755-1.pdf](https://rpald.co.uk/uploads/report_files/j755-1.pdf).
- Ruiz, D.F. ve Gonzales, M.B. (2009). “Una revisión de la política turística española: pasado, presente y retos de futuro”, *Departamento de Economía General y Estadística Universidad de Huelva*, Octubre 2009, 7-15.
- Sak, R. vd., (2021). “Bir Araştırma Yöntemi Olarak Doküman Analizi”. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi*, 4(1), 227-250.
- Sarı, C. ve Aktürk, M. (2018). “Türkiye Turizminde: Kalkınma Planları ile Hedeflenenler ve Ortaya Çıkan Sonuçlar Arasındaki Farklılıklar (1980-2015)”. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22(4), 2301-2313.
- Satar, İ. (2016). *Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm Açısından Sertifikasyon: Yeşil Yıldız ve Yeşil Anahtar Uygulamaları*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Sezgin, Orhan Mesut (2001). “Genel Turizm ve Turizm Mevzuatı”, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Sirše, J. vd., (1999). “Slovenian Tourism and Tourism Policy-A Case Study”. *The Tourist Review*. 54(3). 34-47.
- Sivil Havacılık Genel Müdürlüğü (2023). Erişim: 24 Şubat 2023, <https://web.shgm.gov.tr/tr/manset-haber/4263-italya>
- Sivil, İ. H. (2007). *Avrupa Birliğı Turizm Politikaları ve Türkiye Turizmi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elâzığ.
- Solmaz, S.A. ve Ulama, S. (2014, Mayıs). “Türkiye’de Turizm Eğitim-Öğretiminde Mevcut Durum Üzerine Analitik Bir Değerlendirme” *1. Uluslararası Turizm ve Yönetim Araştırmaları Kongresi- Ist International Congress of Tourism & Management Researches*, Antalya.
- Soykan, F. (1999). “Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal turizm”. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, Mart-Haziran, 67-75.
- Soykan, F. (2000). “Kırsal Turizm ve Avrupa’da Kazanılan Deneyim”. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Eylül-Aralık, 21-33.
- Studzieniecki, T. (2012). “Polityka Turystyczna Państwa W Aspekcie Priorytetów Strategicznych Unii Europejskiej”. *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu Research Papers of Wrocław University Of Economics*, sayı 259, 307-315.
- Sucaklı, G. ve Güzel, T. (2020). “Müze Turizminde Arttırılmış Gerçeklik Teknolojisi Uygulamaları; Dünya ve Türkiye Örnekleri”. *Journal of Tourism Research Institute*, 1(2), 71-82.

- Şahin, G. (2006). “Atatürk Döneminde Batı’daki Olumsuz Türk ve Türkiye İmajını Düzeltme Çabaları ve Türk Seyyahın Cemiyetinin Bu Konudaki Çalışmaları”. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(3), 137-160.
- Şahin, G.G. ve Ünver, G. (2015). “Destinasyon Pazarlama Aracı Olarak “Gastronomi Turizmi”: İstanbul’un Gastronomi Turizmi Potansiyeli Üzerine Bir Araştırma”. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 3(2), 63-73.
- Taşkın, E. ve Güven, Ö.Z. (2003). “Turizmde Bölgesel Tanıtım ve Pazarlama”. *Pazarlama Dünyası*, Ekim-2019, 52-56.
- T.C. Avrupa Birliği Başkanlığı (2020). Avrupa Birliği Kronolojisi. Erişim: 3 Mart 2021, <https://www.ab.gov.tr/p.php?e=105>.
- T.C. Dışişleri Bakanlığı Avrupa Birliği Başkanlığı (2021). Erişim: 16 Mart 2021, <https://www.ab.gov.tr/>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Mevzuat Bilgi Sistemi (2022). Yerüstü Su Kalitesi Yönetmeliği. Erişim: 23 Ocak 2022. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=16806&MevzuatTur=7&MevzuatTertip=5>.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2023). Erişim Tarihi: 28 Şubat 2023. <https://www.ktb.gov.tr/>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (1963). Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 18 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (1968). İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 19 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (1973). Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 18 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (1979). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 18 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (1985). Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 19 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (1990). Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 19 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (1996). Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 20 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 20 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2007). Dokuzuncu Kalkınma Planı. Erişim: 20 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2014). Onuncu Kalkınma Planı. Erişim: 20 Erişim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2019). On Birinci Kalkınma Planı. Erişim: 20 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.

- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı. Erişim: 20 Ekim 2020. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>
- T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (2022). Planlar ve Programlar. Erişim:18 Haziran 2022. <https://www.sbb.gov.tr/kalkinma-planlari/>.
- T.C. Güney Ege Kalkınma Ajansı (2013). 2013 Yılı Proje Teklif Çağrısı Turizm Altyapısı Mali Destek Programı Başvuru Rehberi. Erişim: 15 Temmuz 2022. [https://geka.gov.tr/uploads/supports\\_v/o\\_19v5lj3gf76h1lb19r8o4519k8.pdf](https://geka.gov.tr/uploads/supports_v/o_19v5lj3gf76h1lb19r8o4519k8.pdf).
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2017). 3. Turizm Şurası. Erişim: 28 Ocak 2022. <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr>.
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2020). 3. Turizm Şurası. Erişim: 20 Temmuz 2022. <https://turizmsurasi.ktb.gov.tr/>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (2022). 2023 Türkiye Turizm Stratejisi. Erişim: 5 Şubat 2022. <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0>.
- Tekindağ, M. (2013). *Avrupa Birliği Turizm Destek Politikaları ve Türkiye Turizm Politikalarına Yön Verenlerin Algıları Üzerine Bir Uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitimi Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Tekindağ, M. (2014). “Avrupa Birliği Turizm Destek Politikalarının Türk Turizm Sektörü Üzerine Etkileri”. *Journal of Recreation and Tourism Research*,1(1), 1-19.
- TEMA (2016). Yeşil Yol Tehdidi Geri Döndü. Erişim Tarihi: 19 Nisan 2023. <https://www.tema.org.tr/basin-odasi/basin-bultenleri/yesil-yol-tehdidi-geri-geldi>.
- TGA. (2023). Türkiye Turizm Tanıtım ve Geliştirme Ajanı. Erişim Tarihi: 8 Mart 2023. <https://tga.gov.tr/>
- Tonbil, A. S. (2019). *Türkiye’de Turizm Politikası ve Planlanması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Samsun.
- Tuncel, V. (2019). “Kalkınma Planlarının Turizm Politikaları Perspektifinde Değerlendirilmesi”. *Tourism and Recreation*, 1 (2).58-66.
- Turabder (2021). Avrupa Birliği’nin Tarihçesi. Erişim: 10 Mart 2021, <https://turabder.org/turkiye-ab/avrupa-birligi/avrupa-birliginin-tarihcesi/>
- Turismo (2020). Erişim: 2 Ocak 2021. [https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Turismo2020\\_Parte%20I\\_mercados%20-%20SWOT.pdf](https://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/Turismo2020_Parte%20I_mercados%20-%20SWOT.pdf).
- Turkish Airlines (2023). Erişim: 24 Şubat 2023, <https://www.turkishairlines.com/tr-int/basin-odasi/hakkimizda/sayilarla-turk-hava-yollari/>
- Tuyluoğlu, T. (2003). *Türkiye’de Turizm Eğitiminin Niteliği*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Türkeri, İ. (2014). “Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitiminin Özel Nitelikli Sorunları ve Çözüm Önerileri”. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 3(4), 1-14.
- Türkiye’nin Mavi Bayraklı Plajları: 2022 Yılı Güncel Listesi (En İyi Sahiller ve Plajlar). (2022, Ağustos). NTV.
- Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası (2021). Avrupa Birliği’nin İlk Adımları. Erişim:10 Mart 2021, [https://www.mess.org.tr/media/filer\\_public/3c/85/3c85c5df-3721-4a36-80f0-9c2ce44bb779/ilkadimlar.pdf](https://www.mess.org.tr/media/filer_public/3c/85/3c85c5df-3721-4a36-80f0-9c2ce44bb779/ilkadimlar.pdf)

- TÜRSAB (2004). Onlar Turizmi Nasıl Yönetiyor. Erişim: 30 Ekim 2020. [http://tursab.org.tr/dosya/950/16\\_950\\_5019684.pdf](http://tursab.org.tr/dosya/950/16_950_5019684.pdf).
- TÜRSAB (2022). Turistik Tesis ve İşletmeler. Erişim: 10 Ocak 2022. <https://www.tursab.org.tr/turkiye-turizm-istatistikleri/turistik-tesis-ve-isletmeler>.
- Tüzünkan, D. (2015). “Türkiye’de Uygulanan Beş Yıllık Kalkınma Planlarının İstihdam Politikaları Açısından Değerlendirilmesi”. *Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 90-117.
- Ulu, E.A. (2010). *Türkiye’de Turizm Sektörünün Ekonomik Etkileri ve Avrupa Birliği Sürecinde Turizm Politikalarına Alternatif Yaklaşımlar*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Unur, K. ve İçöz, O. (2004). “Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 304-327.
- Unwin, T. (1996). “Tourist development in Estonia Images, Sustainability, and Integrated Rural Development”. *Tourism Management*, 17(4), 265-276.
- UNWTO (2022). Tourism Dashboard. Erişim: 20 Nisan 2022. <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-dashboard>.
- Ünal, A.B. (2007). *Türkiye’nin Avrupa Birliği Turizm Politikasına Uyumu*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Ünlüönen, K. ve Boylu, Y. (2005). “Türkiye’de Yükseköğretim Düzeyinde Turizm Eğitimindeki Gelişmelerin Değerlendirilmesi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(12), 11-32.
- Ünlüönen, K. ve Tayfun A. (2009). “Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(27), 1-17.
- USHAŞ (2023). Sağlık Turizmi Verileri. Erişim Tarihi: 28 Şubat 2023. <https://www.ushas.com.tr/saglik-turizmi-verileri/>
- Vaklinov, Emil (2012). Assessment of National Tourism Development Strategies of Bulgaria. Erişim: 10 Kasım 2021. [https://www.ceeweb.org/wp-content/uploads/2013/02/Final\\_NTDS-Assessment\\_Bulgaria.pdf](https://www.ceeweb.org/wp-content/uploads/2013/02/Final_NTDS-Assessment_Bulgaria.pdf).
- Velasco, M. (2016). Tourism Policy. *Global Encyclopedia of Public Administration*, (1-16).
- Yavuz, M. C. Ve Karabağ, S.F. (2009). “Ulusal Turizm Tanıtımı ve Pazarlama Yönetimi Örgütlenmesi: Türkiye İçin Bir Model Önerisi” *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(36), 113-130.
- Yeğen, İ., Aytar, O. ve Erdemir, N.K. (2011, Aralık). “Avrupa Birliği Turizm Politikası Bağlamında Türk Turizm Politikaları ve Karşılaştırması” *Turizm Sempozyumu*, 1-4 Aralık.
- Yolal, M. (2017). “Türkiye’nin Etkinlik Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi” . *Uluslararası Turizm ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı-2, 35-51.
- Yurtsal, K. (2019). “Türkiye’de Sürdürülebilir Turizm”. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, Sayı 4, 61-70.

## ÖZ GEÇMİŞ

Gözde Yıldırım, Erzurum Dedeman Anadolu Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi'ni bitirdikten sonra Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Konaklama İşletmeciliği bölümünden 01.06.2016 tarihinde mezun oldu. 2019 yılında OMÜ Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Programına girdi. 2023 yılında Ondokuz Mayıs Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Yüksek Lisans Programından mezun oldu.

### İletişim Bilgileri

ORCID ID : 0000-0001-6902-0534

### Yayınlar:

Yıldırım, G. ve Keleş, Y. (2022). “Avrupa Birliği Turizm Politikaları ile Türkiye Turizm Politikalarının Karşılaştırılması.” *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 25(2), 145-169.