



Araştırma Raporları

MÜSTAKİL SANAYİCİ ve İŞADAMLARI DERNEĞİ



TÜRKİYE'NİN 2023 YILI HİZMET İHRACATI VİZYONU

Hizmette
Hedef
125 Milyar \$
İhracat



TÜRKİYE’NİN 2023 YILI HİZMET İHRACATI VİZYONU



MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ

Sütlüce M. İmrahor C. No: 28 34445 Beyoğlu-İSTANBUL Tel: +90 212 222 04 06 (PBX) Faks: +90 212 210 50 82
Elektronik Ağ: www.musiad.org.tr E-posta: musiad@musiad.org.tr

MÜSİAD Araştırma Raporları: 73

Türkiye'nin 2023 Yılı Hizmet İhracatı Vizyonu

Editör

Yard. Doç. Dr. Kahraman Arslan

Yayına Hazırlık

Yavuz Türk
Hüseyin Kahraman
Abdullah Serenli
Burcu Tanıdır

Ctp, Baskı ve Cilt

Mavi Ofset

BASIM YAYIN TİC. SAN. LTD. ŞTİ.

Organize Sanayi Bölgesi Eskoop Sanayi Sitesi
C1 Blok No: 25 İkitelli-İSTANBUL
Tel: (0212) 549 25 30 Fax: (0212) 549 26 84
www.mavioffset.com

Grafik Tasarım

Mehmet Kaman
Serdar Canlı

Basım Yeri ve Tarihi

İstanbul, Nisan 2011

ISBN 978-605-4383-12-2

©2011.

Her hakkı mahfuzdur. MÜSİAD'dan izin almak veya MÜSİAD kaynak gösterilmek suretiyle alıntı yapılabilir.

İÇİNDEKİLER

BAŞKANDAN	5
SUNUŞ	7
1. TÜRKİYE’NİN 2023 YILI VİZYONU HİZMET İHRACATI	
PROF. DR. HANİFİ ARSLAN.....	17
UFUK TARHAN.....	39
2. TURİZM	
CUMHUR GÜVEN TAŞBAŞI.....	59
BAŞARAN ULUSOY.....	63
SEÇİM AYDIN.....	67
YARD. DOÇ. DR. M. BEHZAT EKİNCİ.....	69
PROF. DR. HAYDAR SUR.....	111
3. ULAŞTIRMA	
BİNALİ YILDIRIM.....	121
TANER YILDIZ.....	125
TEKİN ÇINAR.....	131
ASLAN KUT.....	147
4. BANKACILIK VE SİGORTACILIK	
MUHAMMED KARSLI.....	155
ERHAN TUNCAY.....	169
HÜSEYİN ERKAN.....	175
5. YAZILIM	
SELAHATTİN ESİM.....	181
TURGUT GÜRSOY.....	193
6. EĞİTİM	
PROF. DR. MURAT KARAGÖZ.....	209
7. İNŞAAT	
EMİN SAZAK.....	217
8. SİNEMA	
İSRAFİL KURALAY.....	223
9. İSTANBUL	
DR. MURAT YALÇINTAŞ.....	231
10. FUARCILIK	
BÜLENT ÜNAL.....	239
11. İNSAN KAYNAKLARI	
HASAN ALTUNKAYA.....	247
EK / ULUSLARARASI TİCARETE KONU OLAN HİZMET SEKTÖRLERİ	253

BAŞKANDAN

Son yıllarda hemen her alanda hızlı bir dönüşümü gerçekleştiren ve küresel ekonomiye entegrasyon konusunda başarılı bir gelişme kaydeden Türkiye'nin, bölgesinde her açıdan etkin ve belirleyici bir aktör haline geldiğini görmek bizlere mutluluk vermektedir. Bölgede ekonomik ve ticari yapılanmanın önderliğinin artık Türkiye'nin elinde olduğu görülmektedir. Bu şekilde, başarıyla sürdürülen komşu ve çevre ülkelerle sorunsuz bir serbest ticaret ve ekonomik işbirliği hedefine doğru hızlı bir şekilde yürüyoruz.

Komşu ve çevre ülkelerle ekonomik alanda gerçekleştirilen bu işbirliği, zaman içinde daha karmaşık bir yapıya dönüşmekte, mal ve hizmet piyasaları arasında küresel bir etkileşim doğmaktadır. Bu anlamda akla gelen ilk husus, işbirliği yaptığımız ülke ve pazar sayısını artırmak, çeşitlendirmek ve ekonomik anlamda karşılıklı bağımlılığın güçlendirilmesi yoluyla siyasi yumuşamanın zeminini hazırlamaktır. Bunun sonucunda ise, ticari ve ekonomik ilişki boyutunun yanı sıra, ortak güvenlik ve dayanışmanın da kapıları açılacak, siyasi anlamda yeni bir iklim başlayacaktır.

Öte yandan bilindiği gibi, her niteliksel değişim, bir zihinsel değişimle beraber başlar. Türkiye, son yıllarda izlediği strateji ve politikalarla bu değişimi başarı ile gerçekleştirmiştir. Bu ana eksen üzerinde Türkiye, bölgesinde ve dünyada sözü geçen bir aktör haline gelmiş, kendi çevresinde "rol model", inisiyatif sahibi ve çekim merkezi haline gelmiştir. Özellikle son aylarda komşu ve çevre ülkelerle hemen her alanda yoğunlaşan ilişkiler, sınırların her iki tarafındaki insanları mutlu eden ortak bir arzu olarak vize uygulamalarının kaldırılmasını gündeme getirmiştir. Bu anlamda sürdürülen yapıcı politikalar meyvelerini vermiş ve vize uygulamasına son verilen ülkelerle olan ilişkilerimiz ilave bir dinamizm kazanmıştır.

Türk özel teşebbüs sahiplerinin ne kadar rekabetçi ve mücadeleci bir ruha sahip olduğu, zorluklara nasıl göğüs gerdiği ve büyük yükler omuzladığı içeride ve dışarıda herkes tarafından takdir edilmektedir. Bugün gelinen noktada Türkiye opsiyonlarını çoğalttığı, kendi politikalarını somut stratejilerle hayata geçirebildiği bir döneme girmiştir. Elde edilen bu sonuç sadece içsel dinamiklerle değil, küresel dinamiklerle de ilgilidir. Sonuçta dünyaya yön veren gelişmeleri ne kadar iyi okuyabilirsek o denli başarılı oluruz. Türkiye'nin kaderi tek bir ülkeye, ülke grubuna veya kampa bağlı değildir. Bu bağlamda hedefimiz, dünya ticaretinden aldığımız payın potansiyelimizi yansıtacak şekilde artırılması, yeni ürün ve yeni pazar açılımlarının sağlanması olmalıdır.

Bu hedefe ulaşmada, mal ihracatımızın yanı sıra, hizmet ihracatımızın da büyük önem taşıdığı şüphesizdir. İmalat sanayinin gelişimi sonucunda ortaya çıkan

refah artışı ve yüksek gelir düzeyi, hizmet sektörünün önemini artırmış ve hizmet sektörünün ekonomik gelişmeye etkileri daha iyi anlaşılmıştır. Zira hizmet sektörü, hem iç hem de dış pazar altyapısının oluşturulmasında büyük bir öneme sahiptir ve bu yönüyle ticaret açısından da büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle denilebilir ki, bir ekonominin ticari performansı, hizmet sektörünün etkinliğine bağlıdır. Hizmet sektörünün bir parçası olan turizm, bankacılık ve sigortacılık, yazılım, pazarlama, dağıtım, iletişim, lojistik, ulaştırma vb. gibi birçok alt sektör, iç ve dış ticaretin geliştirilmesinde belirleyici rol oynamaktadır.

Özellikle son yıllarda dünyada yaşanan gelişmeler, mal ticaretinin yanı sıra dünya hizmet ticaretinin de serbestleşmesine yol açmış ve Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) ile birlikte dünya hizmet ticareti belirli kriterlere bağlanmıştır. Türkiye GATS'a taraf olan ve sektörün serbestleştirilmesi yönündeki yükümlülüklerini belirleyen ülkelerden biri olarak, hizmet sektörünün ülkemiz firmaları açısından önemli fırsatlar sağlayacağı bir sürece girmiştir.

Türkiye'nin küresel ekonomik kriz sonrasında iktisadi, siyasi ve toplumsal alanlarda büyük değişimlere doğru yelken açtığı bir dönemde, hizmet sektörünün rolü ve önemi daha iyi anlaşılmıştır. Özellikle internet ortamının sınırı olmayan bir pazar yeri imkânı sunması nedeniyle hizmetlerin dışarıdan tedarik edilmesi, Türkiye için yeni ticaret fırsatları ortaya çıkarmıştır.

Bilindiği üzere, MÜSİAD, kurulduğu günden bugüne kadar farklı sektörlerin sorunlarını gündeme taşıyan, bu sorunlara çözüm arayan ve öneriler sunan birçok araştırma raporu hazırlamış ve yayımlamıştır. Aynı düşüncelerle hazırlanmış olan, elinizdeki "Türkiye'nin 2023 Yılı Hizmet İhracatı Vizyonu" adlı rapor, Türkiye'nin mukayeseli üstünlüğe sahip olduğu sektörlerde hizmet ihraç imkânlarını ortaya koymaktadır. Buna göre, önemli ölçüde birikim ve tecrübeye sahip olduğumuz hizmet sektörünün, Cumhuriyetimizin 100. yılını kutlayacağımız 2023 yılı için öngörülen 500 milyar dolarlık ihracat hedefi içinde asgari 125 milyar dolar tutarında bir ihracatı gerçekleştirebileceği anlaşılmaktadır.

Bu önemli potansiyeli araştıran ve gözler önüne seren "Türkiye'nin 2023 Yılı Hizmet İhracatı Vizyonu" raporunun hazırlanmasında emeği geçen, başta Araştırmalar ve Yayın Komisyonu Başkanı Selahattin Esim olmak üzere tüm komisyon üyelerine; bilgi, görüş ve önerilerini bizimle paylaşmak suretiyle bu çalışmanın oluşmasını sağlayan tüm yazarlara teşekkür ediyor, çalışmalarınızın ülkemize ve firmalarımıza yararlı olmasını diliyorum.

Ömer Cihad VARDAN
Genel Başkan
MÜSİAD

ŞUNUŞ

Dünya mal ticaretinin yanı sıra uluslararası hizmet ticareti de hızla artmakta ve özellikle gelişmekte olan ülkeler hizmet ticaretinden daha fazla pay alabilmek için büyük bir rekabet yarışına girmiş bulunmaktadır. Özellikle 1980'lerin ortalarından başlayarak gelişmiş Batılı ülkelerde ekonomiler, "hizmet ekonomileri" haline gelmiş ve bir hizmet toplumuna dönüşmüştür. Bu ülkelerde hizmet sektörünün sosyal ve ekonomik statüsü yükselmiş, hizmet sektöründe nitelik gerektiren istihdam alanları ve cazip iş konuları önemli bir seçenek haline gelmiştir. Hizmet sektöründeki bu gelişmeler, doğal olarak uluslararası ticarete de yansımış ve uluslararası hizmet ticareti hızla artmıştır.

Uzun süre hizmetlerin uluslararası ticarete konu olmasını engelleyen veya sınırlayan unsurlara rağmen günümüze damgasını vuran birtakım gelişmeler hizmet ticaretinin gelişmesine yol açmıştır. Bunların başında; üretici ve tüketicilerin fiziksel yakınlığını zorunlu olmaktan çıkaran teknolojik gelişmeler, hizmetlerin uluslararası planda üretilme ve arz edilme biçimini değiştiren organizasyonel yenilikler ve uluslararası ticaretin serbestleştirilmesine evrensel bir yaklaşım olarak bilinen Ticaret ve Tarife Genel Anlaşması'nın (GATT) bir benzerinin, hizmetlerin uluslararası ticaretinin serbestleştirilmesini amaçlayan Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATTS) ile oluşturulması gelmektedir.

Günümüzde hizmet işletmelerinin uluslararasılaşmasını ve hizmet ticaretini teşvik eden ya da en azından bunu mümkün kılan çeşitli etkenler bulunmaktadır. Örneğin müşteri ihtiyaçlarının benzeşmesi ve farklı ülkelerdeki talep yapılarının giderek birbirine yakınlaşması sonucu müşteri ihtiyaçları daha homojen bir yapı göstermektedir. Özellikle bilgi işlem teknolojileri, hizmetlerin dünya düzeyinde kolayca dağıtılmasına ve bu hizmetlere küresel düzeyde erişilebilmesine olanak sağlamakta, internet birçok hizmetin satış ve dağıtımını için küresel bir kanal oluşturmaktadır. Bu gelişmelerin bir sonucu olarak hemen hemen tüm işletmeler ve örgütler varoluş amaçlarını "hizmet vermek: halka, tüketiciye hizmet etmek" biçiminde ifade etmektedirler.

Yapılan araştırmalar, uluslararası hizmet ticareti ile ekonomik gelişme arasında önemli bir korelasyon olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak, güçlü bir hizmet sektörünün mü ekonomik gelişmeye yol açtığı, yoksa ekonomik büyümenin bir sonucu olarak mı hizmet sektörünün geliştiği konusu yeterince açıklığa kavuşturulamamıştır. Bununla beraber dünyadaki ekonomik değişimin hizmet ağırlıklı olduğu görülmektedir. Çok genel bir ifade ile toplumlar geliştikçe, refah düzeyi arttıkça ve insanlar zenginleştikçe gelirlerinin önemli bir bölümünü hizmetlere ayırdıkları söylenebilir. Sosyolojik ve demografik gelişmeler de hizmet sektörünün gelişmesinde ve hizmet ihracatı artışında önemli bir etken olarak kabul edilmektedir.

Bu gelişmelerden yola çıkan Harvard Üniversitesi sosyoloji profesörü Daniell Bell, ekonomik gelişmişlik düzeylerine göre toplumları endüstri öncesi, endüstriyel ve endüstri ötesi toplumlar şeklinde üç gruba ayırmaktadır. Profesör Bell, endüstri öncesi toplumlarda en baskın faaliyet alanı olarak tarım ve madencilik, endüstriyel toplumlarda mal üretiminin ön plana çıktığını vurgulamakta, endüstri ötesi toplumlarda ise yaşam standardının sağlık, eğitim ve dinlence (rekreasyon) gibi hizmetlerle ölçüldüğünü belirtmektedir. Gerçekten de günümüzde yaşam kalitesi denildiğinde sağlık, eğitim, sanat ve kültür, turizm gibi hizmetlerden ne ölçüde yararlandığı algılanmakta ve bu yüzden günümüzün gelişmiş ekonomileri birer hizmet ekonomisine dönüşmüş bulunmaktadır.

Hizmet ekonomisinin hâkim olduğu ülkelerde gayrisafi milli hasılanın yarıdan fazlasının hizmet sektöründe üretildiği görülmektedir. Örneğin yaklaşık son 20 yıldan bu yana gelişmiş Batılı ülkelerde hizmet ekonomisinin GSMH içindeki payı % 72'ye ulaşmıştır. Gelişmekte olan ülkelere ise bu oran % 50 civarındadır. Benzer şekilde gelişmiş ülkelere işgücünün % 70'ten fazlasının hizmet sektöründe istihdam edildiği anlaşılmaktadır. Özellikle kadınların iş hayatına olan yoğun taleplerinin daha kolay karşılanması ve kadınlara yönelik istihdam imkânlarının büyük bir bölümünün hizmet sektöründe bulunması, bu sektörün önemini daha da artırmaktadır.

Hizmet sektörü, ulusal ekonomilerdeki öneminin yanı sıra dünya ticaretinde de gittikçe daha fazla önem kazanmaktadır. Dünya düzeyindeki ticaretin yaklaşık dörtte biri hizmet sektöründe oluşmaktadır. Uluslararası mal ticareti son 20 yılda % 10 oranında artış gösterirken hizmet ticareti % 16 oranında artmıştır. Dünyada en fazla hizmet ihraç eden ülkelere bakıldığında ABD, Fransa, İngiltere, Almanya, İtalya ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerin önde geldiği görülmektedir.

Hizmet sektörünün geliştirilmesinin ve buna paralel olarak hizmet ihracatının artırılmasının önemi, ülkemizde de özellikle son yıllarda iyice anlaşılmış ve hizmet sektöründe hızlı bir gelişme kaydedilmiştir. Kısa süre içinde birçok yeni hizmet, yeni hizmet işletmesi ve yeni iş konuları, ekonomik yapı içindeki yerini almıştır. Buna karşın, hizmet sektörü ve bu sektörün geleceğine ilişkin araştırma ve incelemeler son derecede sınırlıdır. Turizm, bankacılık, sigortacılık gibi hizmet sektörünün spesifik alanlarına ilişkin çalışmalar bulunmasına rağmen hizmet kavramını bütünüyle kavramamızı sağlayıp, hizmet üretim ve ihracatının önemini vurgulayan çalışmalara pek rastlanamamaktadır.

Bu durum dikkate alınarak Türkiye'nin hangi hizmet faaliyetlerinde yoğunlaşarak dünya hizmet ticaretinde ne şekilde yer alması ve hizmet gelirlerini artırması konusunda kapsamlı bir çalışma yapılması planlanmıştır. Kuşkusuz bu konuda bugüne kadar çeşitli çalışmalar yapılmış ve önemli sonuçlara ulaşılmıştır. Ancak bugün geline nokta gerektiren yeni dünya konjonktürü, gerekse Türkiye'nin "hizmet-sanayi" bütünlüğünü gerçekleştirdiği aşama dikkate alınarak Türkiye'nin hizmet ihracatı açısından yeni bir değerlendirme yapılması ihtiyacı ortaya çıkmıştır.

Bu amaçla, Türkiye'nin mukayeseli üstünlüğe sahip olduğu sektörlerdeki hizmet ihraç potansiyeli dikkate alınarak bu sektörlerdeki üstünlüklerimizi değerlendirebilmek için bir nevi SWOT analizi şeklinde geleceğe dönük stratejiler belirlenmeye çalışılmıştır. Cumhuriyetimizin 100. yılını idrak edeceğimiz 2023 yılındaki 500 milyar dolarlık ihracat hedefi içinde, hizmet sektörü ihracatının en az 125 milyar dolar seviyesine ulaştırılması ile ilgili temel strateji ve politikalara ilişkin olarak bilinenlerin tekrarından ziyade “ufuk açıcı” uygulama önerilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu nedenle bu çalışmada birbirinden farklı hizmetlere ilişkin görüş ve yorumları bulmak şaşırtıcı olmamalıdır.

Hizmet kavramına yüklenen anlamların çeşitliliğinin yanı sıra hizmet olarak adlandırılan faaliyetlerin birbirinden çok farklı olması ve genel olarak imalat sanayi üzerine odaklanmış olan işletmecilik ve pazarlama yaklaşımları, hizmet kavramını anlamayı zorlaştırmaktadır. Aslında, hizmetleri tanımlamak kolay değildir ve genel kabul görmüş bir tanım yoktur. Bu karmaşık konuyu kavramamıza yardımcı olan Prof. Dr. Hanifi Aslan, titiz bir akademik çalışma ile ortaya koyduğu “Uluslararası Hizmet Ticaretinde Teoriler ve Gerçekler” adlı makalesinde hizmetlerin ticarete konu olabilirliğini, hizmet ticaretinde mukayeseli üstünlükler ve uluslararası hizmet ticaretinde ortaya çıkan sorunlara ilişkin analizleri ile konuya ışık tutmaktadır.

Hizmet sektöründe gelişme sağlanması, yükselen bir ulusal yaşam standardını garantilemenin anahtarıdır. Değişen yaşam standartları ve gelişmekte olan teknolojiler nedeniyle tüketici davranışları da bunlara paralel olarak değişmekte ve ortaya çıkan ihtiyaçların karşılanabilmesi için hizmet sektörünün hızla geliştirilmesi gerekmektedir. Cumhuriyetimizin kuruluşunun 100. yılında 500 milyar dolarlık ihracat hedefine erişilmesi ve bu hedef içinde asgari 125 milyar dolar tutarında hizmet ihracatının nasıl gerçekleştirilebileceğini fütürist Ufuk Tarhan, “alın teri”nin yerini, “akıl teri”nin almasına bağlamaktadır. Türkiye'nin 2023'te yeni dünyanın kazananlarından biri olmayı hak edebilmesi için, hatta daha da ileri giderek 2030, 2040 ve 2050'lere hazır olmak için neler yapmış olması beklenecek? Ufuk Tarhan, Türkiye'nin ve dünyanın yeni gerçeklerini ve neler yapılması gerektiğini “Türkiye Hizmet Sektörü 2023'te Nasıl Bir Dünyada Yer Alacak?” başlıklı yazısında özgün biçimde göstermektedir.

Türkiye'de hizmet sektörü denildiğinde, kuşkusuz ilk akla gelen turizm sektörü olmaktadır. Türk turizminin her geçen yıl uluslararası alanda daha üst sıralara yükseldiği ve yaşanan krizlere rağmen büyüme kararlılığını gösterdiği bilinmektedir. Türkiye ekonomisinin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olan turizm sektörü, her yıl sağladığı döviz gelirleri ile dış ticaret açığımızın kapatılmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Ülkemizin sunduğu olanakları iyi değerlendirdiğimiz takdirde 2023 yılında ülkemize gelecek turist sayısının ve turizm gelirlerimizin önemli ölçüde artabileceğini, Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürü Cumhur Güven Taşbaşı'nın yazısından anlıyoruz.

Turizm sektörünün geliştirilmesi konusunda TÜRSAB Başkanı Başaran Ulusoy, Türkiye'de turizmin gelişmesi ve turizmden sağlanan gelirlerin artırılması için alınması gereken önlemlere dikkat çektiği yazısında 2023 yılında dünyada ilk 5 ülke arasına girmemizin mümkün olabileceğine işaret etmektedir. Aynı konuda görüş beyan eden Türkiye Otelciler Federasyonu II. Başkanı Seçim Aydın ise daha iyimser bir tahminle her yıl yaklaşık 1,5-2 milyar dolar yatırım yapılması halinde Türkiye'nin 2023 yılında 71 milyon turist ve 84 milyar dolar turizm geliri elde etmek suretiyle dünya sıralamasında 4. sıraya yükseleceğini öngörmektedir.

Türkiye turizm sektörünün geleceğine ilişkin kapsamlı bir inceleme, Yard. Doç. Dr. Mehmet Behzat Ekinci tarafından yapılmaktadır. Dr. Ekinci yaptığı çalışmada bir akademisyen tarafından gösterilmesi gereken titizliğe uygun şekilde, öncelikle uluslararası mal ve hizmet ticaretine ilişkin verileri ortaya koymakta ve Türkiye'nin bu alandaki konumunu mercek altına almaktadır. Ardından uluslararası turizm hareketleri kapsamında "Türkiye'de Turizm Sektörü" ve bu sektörün taşıdığı potansiyeli incelemektedir. 2023 vizyonu kapsamında, turizmin geleceğine yönelik stratejilere yer verilerek sektörün güçlü ve zayıf yanları ortaya konulmakta, bu hizmetlere yönelik fırsatlar ve tehditlere değinildikten sonra ilgili teklifleri sıralamaktadır.

Türkiye, geleneksel deniz-güneş-kum turizminin yanı sıra kongre turizmi, inanç turizmi ve sağlık turizmi gibi alternatif turizm çeşitleri konusunda da önemli bir potansiyele sahiptir. Gelişmiş ülkelere göre daha ucuz hizmet sunabilen ve özellikle insan etkileşiminin yoğun olduğu sağlık turizmi sektöründe 500 bin hasta ve 10 milyar dolarlık turizm geliri elde edilmesi mümkün görülmektedir. Bu alandaki imkân ve kaynaklarımız, sektörde izlenecek yol haritası ve Türkiye'nin sağlık turizmi ile ilgili avantaj ve dezavantajları Prof. Dr. Haydar Sur tarafından yazılan makalede etraflıca açıklanmaktadır.

Günümüzde hizmet sektörünün önemi gün geçtikçe artmakla beraber hizmet ihracatı zor bir iştir. Dolayısıyla en hızlı gelişen teknolojiler ve yenilikler de bu sektörde görülmektedir. Bu gelişmenin önemli bir göstergesi, özellikle gelişmiş ülkelerde klasik imalat sanayinin yerini hizmet anlayışının alması ile bilişim sektörüne verilen önemin artışı olmaktadır. Selahattin Esim ve Turgut Gürsoy tarafından kaleme alınan iki makale, bu önemi vurgulamaktadır.

"Yazılım ve Bilişim Hizmetleri İhracatı ve 2023 Vizyonu" başlıklı yazısında Selahattin Esim, yazılım alanında 2023 yılına kadar 50 milyar dolarlık bir ihracat hedefi öngörmekte ve bu hedefe nasıl ulaşılabileceği konusunda çarpıcı tespitler yapmaktadır. Gerçekten de bilgi, yazılım ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler, bilgi üreten, işleyen ya da kullanan pek çok hizmet için önemli fırsatlar sunmaktadır. Coğrafi olarak uzak bir mesafeden ulaştırılabilecek bilgi ve bilgiye dayalı hizmetler, en çok ihracat yapabileceğimiz hizmetlerdir. Özellikle bilgisayar yazılımları gibi ürünlerin içine katılmış hizmetler, doğrudan ihraç edilebilir. Çünkü bu hizmetlerin

üretim ve tüketimi, hizmetin bir ülkede üretilip bir bilgisayar CD'si gibi somut bir ürün içine yerleştirilip, sonra geleneksel biçimde ihraç edilmesi yoluyla birleştirilebilmektedir.

Son yıllarda küresel düzeyde yaşanan rekabet koşulları taşımacılık ve lojistik hizmetlerinin önemini daha çok ortaya çıkarmıştır. Günümüzde üretim maliyetleri birbirine yakın değerler arz ettiği için, taşıma ve lojistik hizmetlerinde sağlanacak üstünlüklerle rakiplerin bir adım önünde olmak mümkün olabilmektedir. Özellikle uluslararası ticarete malların hızlı ve makul maliyetlerle nakledilmesi ve zamanında alıcıya teslim edilmesi zorunluluğu, bu sektörün önemini artırmıştır. Türkiye'yi “dünyanın taşımacılık merkezi” haline getirme hedefi, Ulaştırma Bakanımız Sayın Binali Yıldırım tarafından yazılan makalenin ana temasını oluşturmaktadır. Tarihi İpek Yolu'nun öneminin yeniden gündeme gelmesi ve bunun Demir İpek Yolu ve denizyolu ulaşım sistemleri ile entegre edilmesi öngörülen hedefler arasındadır. Ayrıca Hicaz demiryolu projesi ve Türkiye-Gürcistan demiryolu projesinin tamamlanması ile İngiltere'den yola çıkan bir trenin, kesintisiz olarak Çin'e kadar ulaşması öngörülmektedir.

Bu öngörüğü güçlendiren en önemli faktörlerden biri, ülkemizin Ortadoğu, Hazar Bölgesi ve Orta Asya gibi dünyanın petrol ve doğalgaz rezervlerinin % 68'ine sahip olan bir coğrafyanın merkezi konumunda bulunmasıdır. Enerji ve Tabi Kaynaklar Bakanı Taner Yıldız'ın yazısında bu konuya dikkat çekilmekte ve gelecek 20 yıl içinde yaklaşık % 40 oranında artması beklenen dünya enerji tüketiminin büyük bir bölümünün içinde bulunduğumuz bölgeden karşılanacağına işaret edilmektedir. Türkiye, gerek coğrafi, gerekse jeopolitik konumu ile Ortadoğu ve Orta Asya'nın üretiminin dünya pazarlarına ulaştırılmasında hem bir köprü, hem de bir terminal olma özelliği taşımaktadır.

Milli ulaşım politikamızla ilgili olarak Tekin Çınar, mevcut ulaşım sistemlerinin gerçekçi bir analizini yaptıktan sonra sektördeki fırsat ve tehditlere dikkat çekmekte ve 2023 yılı için dikkat çekici öngörülerde bulunmaktadır. Bu bağlamda Türkiye'nin dünya çapında ve kalitesinde bir hizmet sektörü oluşturulmasında rekabet üstünlüğü sağlayabileceği yetenekleri irdelenmekte ve Türkiye'nin bulunduğu coğrafyada bir nevi taşımacılık merkezi haline gelebileceğine işaret edilmektedir.

Ana ticaret yollarının kesiştiği özel konumu ve bölgesinde giderek artan ticari ve ekonomik etkinliği ile Türkiye sadece taşımacılık merkezi değil, aynı zamanda “lojistik merkezi” olma yolunda en güçlü adaydır. Türkiye sınırlarından her yıl yaklaşık 600 milyar dolarlık mal sirkülasyonu olduğuna dikkat çeken Aslan Kut, bu ticaret hacminin getirdiği lojistik gelirlerinin bir bölümünün kademeli olarak ülke ekonomisine kazandırılabilmesine işaret ettiği yazısında, sadece taşınan mal üzerinden navlun geliri baz alındığında ülkemizin ortalama 60 milyar dolar gelir elde edebileceğini belirtmektedir. Bunun için yapılması gerekenler olarak

sektörel otomasyon teknolojilerine geçilmesi, bu teknolojik altyapıyı destekleyecek nitelikli işgücünün geliştirilmesi ve yasal düzenlemelerin yapılması ve sektördeki devlet tekelinin kaldırılmasının yeterli olacağı öngörülmektedir.

Tanınmış uluslararası inşaat sektörü dergisi Engineering News Record (ENR) tarafından her yıl gerçekleştirilen ve “yurtdışındaki işlerden elde edilen gelirler”in esas alındığı bir araştırmada Türkiye’nin, “Dünyadaki en büyük 225 uluslararası müteahhidi” listesinde 33 firma ile Çin’den sonra ikinci sırada bulunduğu belirtilmektedir. Yurtdışındaki inşaat-taahhüt veya müteahhitlik hizmetleri uzun yıllardan beri binlerce işçinin yanı sıra mühendislik ve müşavirlik sektörlerine de istihdam sağlayan, Türk mallarının ihracatına destek veren, ülkemizin yurtdışında tanıtımını yapan ve önemli ölçüde döviz kazandıran bir sektördür. Sektörün genel bir değerlendirmesi, Türkiye Müteahhitler Birliği Yönetim Kurulu Başkan Vekili Emin Sazak tarafından yapılmış ve sektörün gelecek vizyonu “Dünya taahhüt sektöründe ağırlığı olan ve bölgesinde lider Türk müteahhitliği markasını oluşturmak” şeklinde belirlenmiştir.

Türkiye hizmet sektöründe özellikle son yıllarda büyük bir gelişme kaydeden ve Türkiye’nin tanıtım, kültür ve turizm potansiyeline stratejik bir katkı sağlayan sektör, Türk film sektörü olmuştur. İsmail Kuralay bu konu ile ilgili yazısında Türk film sektörünün “art house” yapımlarıyla adını dünya festivallerinde ve sinema çevrelerinde daha çok duyurduğuna işaret etmektedir. Özellikle televizyon dizilerimiz ülke sınırlarını aşmış ve Türk dizileri pek çok ülkede izlenmeye başlamıştır. Aynı başarı yurtiçinde de sağlanmış ve ülkemizde yerli film pazar payının 2002’de sadece % 8,45 iken 2010 yılında % 50’ye ulaştığını, yine Kuralay’ın yazısından öğreniyoruz.

Türkiye, hızla gelişen bir ülke olarak diğer alanlarda olduğu gibi eğitim alanında da büyük bir atılım gerçekleştirmiş ve eğitimin her kademesinde mevcut kapasite iyileştirilmiş ve hizmet kalitesi artırılmıştır. Bunun sonucu olarak Türkiye, yabancı uyruklu öğrenciler için eğitim yönünden cazip ve tercih edilen bir ülke haline gelmiştir. Türkiye’nin eğitim hizmetleri konusundaki imkân ve potansiyelini gayet net biçimde gözler önüne seren Prof. Dr. Murat Karagöz, bu durumu yazısında şu şekilde ifade etmektedir. “Türkiye bu konuda bölgesindeki coğrafi konumu ve tarihsel bağları itibarı ile imparatorluk mirasına sahip bir ülke olarak eğitim hizmeti alanında ihracat kalemlerini zenginleştirebilir”. Bu amaçla, Türk yüksek öğrenim sisteminin en az % 30 kapasitesinin yabancı uyruklu öğrenci kontenjanına ayrılmasını ulaşılabilir bir hedef olarak gören Karagöz, bu konunun kapsamlı bir araştırma projesi çerçevesinde ele alınması ve bir eylem planı haline getirilmesi halinde 2023 yılına kadar çok önemli mesafeler alınabileceğine işaret etmektedir.

Türkiye’de bankacılık ve sigortacılık faaliyetlerinin mevcut durumu ve gelişimi konusuna Muharrem Karşı, Erhan Tuncay ve Hüseyin Erkan’ın yazıları ışık tutmaktadır. Söz konusu yazılarda Türk bankacılık sektörünün AB ülkeleri ile

kiyaslandığında henüz yeterince gelişmediği, ancak büyüme potansiyelinin oldukça yüksek olduğuna işaret edilmektedir.

Dünyada 2009 yılı itibarıyla yaklaşık 4 trilyon dolarlık prim üretimi ile en önemli ve stratejik sektörlerden biri olan sigortacılık sektöründe Türkiye dünya sigortacılığında 36. sırada bulunmaktadır. Ülkemizin 750 milyar dolarlık GSMH ile dünyanın 16. büyük ekonomisi olduğu dikkate alındığında, sigortacılık sektörümüzün de aynı sıraya erişebilme potansiyeli olduğu anlaşılmaktadır. Ülkemizin sahip olduğu genç nüfus potansiyeli, sigortacılık oranının henüz yeterli düzeyde olmayışı, yeni ürün ihtiyaçları, güçlü mevzuat ve teknolojik altyapısı, ekonomik krizlere ilişkin tecrübesi ve bilgi birikimi, Türk sigortacılık sektöründe toplam prim üretiminin 2023 yılında en az 20 milyar dolar seviyesine ulaşabileceğini göstermektedir.

Ülkemizde son yıllarda hızla gelişen ihracat hedeflerimizin gerçekleştirilmesinde fuarcılık faaliyetlerinin rolü ve önemi yadsınamaz. Bu konudaki görüşlerini bizimle paylaşan Bülent Ünal, sektördeki tecrübeli firmaların iş ilişkileri, bilgi birikimleri ve yetişmiş insan gücü kaynakları ile küresel rekabet gücüne eriştiğini ve fuar organizatörlerimizin pek çok ülkedeki rakiplerinin önüne geçtiğini belirtmektedir. Önümüzdeki yıllarda mamul ihracatının artışına paralel olarak, ihraç ürünlerimizin sergilenmesi ve tanıtılması açısından fuarcılık hizmetlerine daha fazla ihtiyaç duyulacağı açıktır. Cumhuriyetimizin yüzüncü yıl hedeflerine ulaşmada fuarcılık faaliyetlerinin rolü ve önemi göz önünde bulundurularak, bu sektörle ilgili sorunların bir an önce giderilmesi halinde Türkiye'nin bu alanda da bölgesinde lider ve güvenilir bir ülke olarak temayüz etmesi sağlanabilecektir.

Günümüz ekonomilerinde imalat sektörü ile hizmet sektörünün karşılıklı bağımlılığı söz konusudur. Yazılım ve bilgisayar sektöründe olduğu gibi hizmet ve imalat sektörleri de dinamik bir ilişki içine girmiştir. Bu nedenle müşterilerle ileri düzeyde ilişki kurulmasını gerektiren hizmet sistemlerini oluşturmak ve kontrol etmek çok daha zorlaşmıştır. Bu durum, zaman zaman çeşitli sorunlara sebebiyet vermekte ve adil olmayan uygulamalara yol açmaktadır. Dünyanın 16. büyük ekonomisi olan Türkiye'nin çalışma hayatı standartları açısından 123. sırada olmasının özellikle hizmet sektöründe yol açtığı sorunlar, gerçekten üzerinde durulmaya değerdir. Zira, unutulmamalıdır ki hizmet sektöründe müşteri ile ileri düzeyde ilişki kurulmasını gerektiren ucunda, verilen her hizmetin insan ile özelleştirilmiş niteliği bulunmaktadır.

Hasan Altunkaya, konu ile ilgili yazısında, son dönemde Türk yöneticilere olan talebin arttığından bahisle çok uluslu şirketlerin Türk CEO'ları tercih ettiğine dikkat çekmektedir. Özellikle bölgesel pozisyonlar için Türk yöneticilere yoğun talep olduğu ve Türkiye'den yönetici ithal edildiğini belirtilmektedir. Ülkemizin bir zamanlar vasıfsız işçi ihraç ettiği yıllardan bugün Türk CEO'ların tercih edildiği bir döneme gelinmesi, aynı zamanda hizmet sektörümüzün eriştiği seviyeyi göstermesi bakımından da ilginçtir.

Türkiye'nin 2023 hizmet ihracatı vizyonu ile ilgili son yazı, İstanbul Ticaret Odası Başkanı Murat Yalçıntaş tarafından kaleme alınmıştır. Sayın Yalçıntaş, bir ticaret merkezi olarak İstanbul'un gelecek vizyonu üzerinde durmuş ve sekiz bin yıllık tarihi ile İstanbul'un geçmişte olduğu gibi gelecekte de bir ticaret, turizm, kültür, finans ve lojistik merkezi olacağını, yani bir hizmet üretim merkezi olacağını ifade etmiştir. 2023 yılında ihracatı 500 milyar dolara ulaşacak Türk ekonomisi içinde İstanbul'un yine Türk ekonomisinin beyni ve ticaretin kalbi olmayı sürdüreceğini ve yılda 20 milyon turist ağırlayan ve 200-250 milyar dolar ihracat gerçekleştiren dev bir İstanbul'un bizleri beklediğini vurgulamıştır.

Türkiye ve İstanbul bu potansiyele sahiptir. Pek çok hizmetin ihraç edilebilir hale geldiği bir ortamda yerel bazda başarılı örnekler sunulan hizmetlerin dış ülkelerde de tekrarlanması ve transfer edilebilir rekabetçi üstünlük yaratılması mümkündür. Bu yönüyle hizmet ihracatı, ülkemizin rekabet gücünün artırılması ve dış ticaret açığının azaltılması bakımından da kritik öneme sahip bir sektördür.

MÜSİAD'ın "Türkiye'nin 2023 Yılı Hizmet İhracatı Vizyonu" çalışmasının, bu önemli konuda var olan boşluğu dolduracağı inancındayız. Bu çalışma, farklı konulardaki farklı fikirlerden doğan ortak aklın ürünüdür. Bu amaçla, her makalenin mutlaka 2023 yılı vizyonunu içermesi ve bir dizi öneri getirmesi ısrarımız, değerli yazarlarımız nezdinde tam karşılığını bulmuştur. Ancak, çalışmaya ilişkin olarak ilk başta söylenmesi gereken bir nokta, tüm hizmet sektörlerinin incelenmemiş olmasıdır. Bu konuda ilgili sektör temsilcileri ile görüşmelerimizden tatmin edici sonuçlar alınamadığı için bazı sektörlerle yer verilememiştir. Vurgulanması gereken ikinci nokta ise, çalışmada yer alan yazılarda yazarların görüşlerinin aynen yansıtıldığı ve olabildiğince az müdahale edildiğidir. Bununla beraber yazılarda; farklı bakış açılarını yakalamaya, aralarında bir denge kurmaya, Türkiye'nin dünya ekonomisinde geldiği yeri dikkate alarak önümüzdeki dönemde hem fırsatlara, hem de tehditlere dikkat çekilmesine ve bu süreçte benimsenmesi gereken stratejiler konusunda anlaşılır bir yol haritasının ortaya konulmasına çalışılmıştır.

Bu çalışmada yer alan konuların ve yazarların seçilmesinde MÜSİAD Araştırmalar ve Yayın Komisyonu üyelerinin büyük yardımları olmuştur. Ayrıca MÜSİAD Araştırmalar ve Yayın Biriminin gayretli çabaları, çalışmanın öngörülen zamanda bitirilmesini sağlamıştır. Çalışmanın başlatılmasında esas katkı ise hiç şüphesiz MÜSİAD Genel Başkanı Sayın Ömer Cihad Vardan ve MÜSİAD Yönetim Kurulu Üyelerinden gelmiştir. Sayın Genel Başkanımızın ve Komisyon Başkanımız Selahattin Esim'in yardımları, teşvik ve cesaretlendirmeleri çok önemli olmuştur. Emeği geçen herkese en kalbi teşekkürlerimi sunuyorum.

TÜRKİYE'NİN 2023 YILI HİZMET İHRACATI VİZYONU

Prof. Dr. Hanifi Aslan*

ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİNDE TEORİLER VE GERÇEKLER

Günümüz ekonomilerinde hizmet sektörünün yurtiçi ekonomilerdeki payı istihdam ve GSYİH itibarıyla artmıştır ve bu özellik hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler için geçerlidir. Ayrıca birçok ekonomide *nihai hizmet* tüketimi artmaktadır. Diğer taraftan, *üretici hizmetleri* hem imalat hem de hizmet endüstrilerine yönelik olarak muazzam bir artış kaydetmiştir. Diğer taraftan, teknolojik gelişmeler, özellikle enformasyon teknolojilerindeki ilerlemeler mal ve hizmetlerin üretim biçimlerinde önemli değişiklikler meydana getirmiş ve malların hizmet içeriklerini genişletmiştir. Bütün bu gelişmeler, günümüz ekonomilerini “hizmet ekonomileri”ne dönüştürmüş, GSMH’yi üretmenin maliyetlerinin büyük bir bölümünün hizmetlerden oluşmasına yol açmıştır.

Ekonomilerin “hizmet” damgası taşıyan bu gelişmesi, doğal olarak uluslararası ticarete de yansdı. Eğer hizmetler üretim ve tüketimin önemli bir girdisi ve parçası ise, tıpkı mallarda olduğu gibi, ucuz ve kaliteli hizmetler için de ciddi bir talep gelişecektir. Bu, uluslararası hizmet ticaretinin gelişmesi demektir.

Bununla beraber, özellikle geçmişte, hizmetlerin uluslararası ticaretini engelleyen veya sınırlandıran bir dizi faktör söz konusu olmuştur. Bunlar, genelde hizmetlerin özellikleriyle ilgili *doğal faktörler* ve özellikle hükümetlerin ve ilgili diğer tarafların tutumlarıyla ilgili *yapay faktörlerdi*. Geniş bir hizmet grubu, üretici ve tüketicinin fiziksel yakınlığının zorunlu olmasından dolayı uluslararası ticarete konu olma

* Uludağ Üniversitesi Öğretim Üyesi

bakımından şanssız durumda idi. Birçok hizmet ise, büyük ölçüde faktör ve teknoloji transferini zorunlu kıldığı ve bunlar üzerinde ise hükümetlerin yasaklama ve sınırlamaları bulunduğu için, uluslararası ticarete konu olma bakımından sorunlu durumdaydı.

Ancak, günümüze damgasını vuran birkaç gelişme, hizmetlerin ticarete konu olabilirliğini giderek artırdı. Bunlar; (1) üretici ve tüketicinin fiziksel yakınlığını zorunlu olmaktan çıkaran teknolojik değişimler; (2) hizmetlerin uluslararası planda üretilme ve arz edilme biçimini değiştiren organizasyonel yenilikler ve (3) uluslararası ticaretin serbestleştirilmesine evrensel yaklaşım olan Ticaret ve Tarife Genel Anlaşması'nın (GATT) bir benzerinin, hizmetlerin uluslararası ticaretinin serbestleştirilmesini amaçlayan Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS) olarak oluşturulmasıdır.

Türkiye, 90'lı yıllardan itibaren hizmet ticaretinde önemli mesafeler kaydetmiştir. Bu gelişme 2000'li yıllarda hızlanarak devam etmiştir. Türkiye, halihazırda dünya hizmet ticaretindeki payı tatmin edici olmamakla beraber, birçok hizmet endüstrisinde önemli potansiyellere sahiptir. Gerekli tedbirler alındığında bu potansiyelin değerlendirilmesi ve dünya hizmet ticaretinde önemli bir konuma gelmemiz mümkündür.

Bu yazıda, uluslararası hizmet ticaretinin analizi için genel bir çerçeve oluşturulacak bazı temel sorunlar ana hatlarıyla özetlenecektir. Bu çerçevede, ekonomik gelişme ve uluslararası hizmet ticareti ilişkisinin kısa bir değerlendirmesinin arkasından, hizmetlerin uluslararası ticarete konu olabilirliğiyle ilgili teorik tartışmalar ve ticaret teorilerinin bu açıdan incelenmesine geçilecektir. Daha sonra ise uluslararası hizmet ticaretinin sorunları ve bu tür ticaretin serbestleştirilmesi ele alınacaktır. Nihayet, daha fazla ve daha kaliteli hizmet satma ve satın almanın "akıllı" bir yolu olarak kısaca hizmetlerle ilgili dolaysız yabancı sermaye yatırımları konusuna değinilecektir.

1. ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİ VE EKONOMİK GELİŞME

Uluslararası hizmet ticaretinin ekonomik gelişmeyle olan pozitif ilişkisi hakkında hem teorik hem de ampirik deliller vardır. Teorik delillerin çoğu, özellikle üretici hizmetlerinin ekonomik gelişmedeki rolüyle ilgilidir. Bu rol, özellikle ekonomilerin giderek hizmet ekonomilerine dönüşmesiyle daha da önemli hale gelmiştir.

Hizmet kesiminin payının gelişmekte olan ülkelerde bile % 60'lara yükseldiği günümüzde, hizmet üretiminin gelişmesi ekonomik büyümenin ön şartlarından birisi haline gelmiştir. Etkin ve iyi işleyen bir bankacılık sistemi, ulaştırma sektörü, telekomünikasyon şebekesi ve hatta etkin bir kamu yönetimi büyüme ve gelişmenin vazgeçilmez şartlarıdır. Bunlar bütün ekonomiye sağlanan altyapıları oluştururlar.¹

Etkin bir şekilde tedarik edilen üretici hizmetleri, dışa dönük sanayileşme stratejisi açısından da önemlidir. Zamana karşı duyarlı ve modası çabuk geçen ürünler alanında uluslararası rekabet ortamı, dünya çapında etkin haberleşme ve taşımacılık hizmetlerinin önemini aşırı derecede artırmıştır. Üretimin hizmet içeriğinin artması, üretici hizmetlerinin ucuz ve kaliteli bir biçimde elde edilmesini, mal ve hizmet endüstrilerinde uluslararası rekabet gücünü belirleyen önemli bir faktör durumuna getirmiştir. Tüketici taleplerinin hızla karşılanmasının gerektiği günümüzde, üretici hizmetlerinin etkin bir şekilde tedarik edilebilmesi, üretim dönemini kısaltma gibi çok önemli bir fonksiyon da görmektedir.²

Bununla beraber, varlıkları ekonomik gelişmenin ön şartlarından biri haline gelen üretici hizmetlerinin mutlaka her ülke tarafından bizzat üretilmesi zorunlu değildir. Modern, etkin ve dinamik bir hizmet sektörü ihtiyacı veriyken, temel sorun, bu amaca ulaşmanın en iyi yolunun ne olduğudur. Bazı durumlarda optimal çözüm yurtiçi üretim iken, bazen de ithalat veya yabancı sermaye daha etkin olabilir. Eğer hizmetler gelişme açısından önemliyse, yurtiçinde üretilmemesi durumunda veya pahalı ve/veya kalitesiz üretilmesi durumunda ithal edilmeleri veya dolaysız yabancı sermaye yatırımları gibi başka bir yöntemle tedarik edilmesi gerekir. Ancak, hiçbir ülkenin hizmet endüstrilerini tam olarak serbestleştirmesi ve düzenlemelerden tamamen vazgeçmesi söz konusu olamaz. Hükümet müdahalesini veya denetimini gerektiren meşru gerekçeler her zaman bulunacaktır.³

Uluslararası hizmet ticareti birçok ülkede ödemeler bilançosunun denkleştirilmesi açısından da önemlidir. Bu husus, gelişmelerini hızlandırmak için yüklü miktarda döviz ihtiyacı duyan gelişmekte olan ülkeler için hayati öneme sahiptir. Bu ülkelerin büyük bir kısmında kronik bir hal almış olan dış ticaret açıkları, her birinin farklı bir alanda veya alanlarda mukayeseli üstünlüğe sahip oldukları hizmet ticareti yoluyla kapatılabilmektedir. Mesela, turizm gelirleri ve yurtdışı işçi gelirleri birçok gelişmekte olan ülkenin can damarı durumundadır.

Ampirik deliller, uluslararası hizmet ticareti ile ekonomik gelişme arasında önemli ilişkilere dikkat çekmektedir. Hizmet ticareti, gelişmiş ülkeler kadar gelişmekte olan ülkeler için de önemlidir. Halihazırda uluslararası hizmet ticaretine gelişmiş ülkeler hâkim durumdadır.⁴ Mesela, 2009 itibarıyla ilk beş ülke arasında ABD, İngiltere, Almanya, Fransa ve Japonya yer almaktadır. Bazı gelişmekte olan ülkelerin payı % 2'nin, çoğunda ise % 1'in altındadır. Türkiye ise, dünya hizmet ihracatında 26. sırada bulunmaktadır.

1. Sapir, 1987, s. 50.

2. Halil Seyidoğlu, *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*, 12. Baskı, İstanbul: Güzem Yay., 1998, s. 760.

3. Kierzkowski, 1987, s. 42-43.

4. Riddle, 1987, s. 93.

Hizmet ticareti hacimlerinin küçük olmasına karşılık, gelişmekte olan ülkelerin yeni sanayileşmekte olan bir kısmı uluslararası hizmet ticaretinin artış hızı bakımından gelişmiş ülkelere fark atmaktadır. Mesela 1991-96 döneminde bu ülkelerdeki hizmet ticareti artış oranı (% 12), gelişmiş ülkelerdeki artışın (% 6) iki katı kadar olmuştur.⁵ Hizmet ticaretinin büyüme oranı 2000'li yıllarda da, bazı gelişmekte olan ülkelerde gelişmiş ülkelerinkinden yüksek olmuştur.

İstatistiki incelemeler, bütün gelişme düzeylerinde hizmet ticaretinin mal ticareti kadar önemli olduğunu ve hizmet ihracatının yüksek oranıyla yüksek büyüme oranları arasında önemli bir korelasyonun bulunduğunu göstermektedir.⁶ Buna göre, kişi başına gelir yükseldikçe hizmet ticareti dengesi iyileşmektedir. Ortalama olarak gelişmekte olan ülkeler net hizmet ithalatçısı olmakla beraber, çok sayıda ülke, mal ticareti açığını dengeleyecek kadar hizmet ticareti fazlası elde etmektedir.

Ayrıca, birçok ülkede, hizmet ihracatının hacmi, hem GSYİH'nin hem de fert başına gelirin büyümesiyle anlamlı bir şekilde ilişkilidir. Hizmet ticaretinin toplam ticaretin bir oranı olarak alınması durumunda, ekonomik büyümede hizmetlerin önemi daha da artmaktadır. Ayrıca ihracatı artan tek hizmet turizm olmayıp, taşıma hizmetleri, müteahhitlik ve işletme hizmetleri ihracatında da önemli artışlar olmuştur.

Gelişmekte olan ülkelere hizmet ithalatı da önemli boyutlardadır. Daha düşük büyüme oranına sahip ülkeler, yüksek büyüme oranı kaydeden ülkelere göre daha fazla hizmet ithal etme eğilimindedirler. Bu hizmetlerin çoğu, ihtiyaç duyulan hizmetleri yurtiçinden satın alamayan yabancı firmalar tarafından ithal edilmektedir.

Şu halde, gelişmekte olan ülkeler için temel bir büyüme stratejisi, ekonominin dışı açık kesimine hizmet etmek üzere *işletme hizmetleri* (üretici hizmetleri, ara hizmetler) üretiminin geliştirilmesi olabilir. Başka bir ifadeyle, hizmet ihracatına teşvikler sağlarken, hizmet ithalatına nispi bağımlılığı azaltmak üzere, hem yurtiçini hem de uluslararası piyasaları hedef alan hizmet sektörünü güçlendirmek gerekir. Ayrıca, gelişmekte olan ülkeler için uluslararası hizmet ticaretine daha fazla katılım konusunda önemli bir potansiyel alan da dolaysız yabancı sermaye yatırımlarıdır.

2. HİZMETLERİN TİCARETE KONU OLABİLİRLİĞİ VE TİCARET TEORİLERİ

Uluslararası iktisat literatüründe hizmetler uzun süre ihmal edilmiştir. Hizmetlere verilen geleneksel rol, "ticarete konu olmayanlar" listesinde baş köşeye yerleştirilmek olmuştur. Bu tutumun temel nedeni, hizmetlerin "üretildikleri anda ve yerde

5. Seyidoğlu, 1998, s. 755.

6. Riddle, 1987, s. 93-97.

tüketilmeleri”nin zorunlu olması ve bunların genelde elle tutulamaz (maddi olmayan) ürünler olmaları idi. Bu iki özellikten dolayı, çoğu zaman üretici ve tüketicinin karşılıklı etkileşimi (bir şekilde temas kurmaları) zorunlu olmaktadır.

Bununla beraber, özellikle birinci özelliğin bütün hizmetleri için geçerli olmaması ve teknolojik gelişmelerle organizasyonel yeniliklerin üretici ve tüketicinin temas içinde olma zorunluluğunu ortadan kaldırma veya azaltma eğiliminde olması, konunun tartışılmasını cazip hâle getirmektedir.

Uluslararası hizmet ticaretiyle ilgili olarak, genelde mal ticaretini açıklamak üzere dizayn edilmiş ticaret teorilerinin hizmetlere uygulanıp uygulanamayacakları da önemli bir tartışma konusudur. Nihayet, hizmet ticaretinde ülkelerin mukayeseli avantajları ve bu avantajların kaynaklarının analizi giderek önemi artan konular arasına girmektedir.

2.1. Hizmetlerin Ticarete Konu Olabilirliği

Hizmetlerin uluslararası ticarete konu olabilirliği tartışmasında, öncelikle, hizmet ticaretinden neyin kastedildiğinin açıklığa kavuşturulması gerekmiştir. Bu konudaki belirsizlik, “hizmetler” teriminin genelde karmaşık olan tanımıyla daha da güçlenmiştir.

2.1.1. Hizmet Ticaretinin Tanımı ve Biçimleri

Hizmet ticareti tartışmaları, model olarak genelde üretim faktörlerinin sabit (hareketsiz), sadece ürünlerin hareketli olduğunun varsayıldığı mal ticaretine dayandırılmıştır. Ancak, birçok hizmetin ticaretinde, sadece ürünler değil, aynı zamanda tüketici ve üretim faktörleri de hareketlidirler.

Üretici ve tüketicinin farklı ülkelerde bulundukları varsayımına dayanan hizmet ticareti tanımına göre, *hizmet ticareti, bir hizmetin bir ülke tarafından ihraç edilip başka bir ülke tarafından ithal edildiği zaman ortaya çıkar.*⁷ Bu, ticaretin *yerleşme tanımı* olarak nitelendirilmiştir.⁸ Yerleşme tanımı, uluslararası hizmet ticareti üzerinde önemli sınırlamalar meydana getirmektedir. Mesela, bu anlamda *saç kestirme* hizmeti veya *apandisit ameliyatı* bir ülkede üretilip bir başka ülkede satılamaz.⁹

7. John B. Richardson, “A Sub-sectoral Approach to Services Trade Theory”, in *The Emerging Service Economy*, ed. by Erio Giarini, New-York: Pergamon Books, 1987, s. 60.

8. Riddle, 1987, s. 92.

9. James R. Melvin, “Trade in Producer Services: A Heckscher-Ohlin Approach”, *Journal of Political Economy* 97(5), (October 1989), s. 1181.

Yerleşme tanımı yerine *mülkiyet tanımı* kabul edilirse, bu takdirde, akla gelebilecek bütün hizmetler ticarete konu olabilecektir. Mesela su, havagazı, elektrik gibi temel kamu hizmetleri ile telekomünikasyon hizmetleri belli bir ülkede iş yapan yabancı şirketlere devredilebilir.¹⁰ Bu durumda, şirketin *kendi ülkesinde ürettiği* telekomünikasyon hizmetlerini veya diğer bazı hizmetleri *başka bir ülkeye taşımasına* gerek kalmaz; şirket, hizmetin tüketildiği ülkede sahibi olduğu tesisler yoluyla hizmet ihraç etmiş olur.¹¹

Ayrıca, bir yerli üreticinin bir yabancı üreticinin rekabetine maruz kalması da uluslararası ticarete konu olabilirliliğin özüne ilişkin bir örnektir. Bu, Bhagwati'nin, üreticinin tüketicinin ülkesinde bulunmasını gerektirmeyen *uzak mesafe hizmetleri* tanımıdır.¹³ Uluslararası bankacılık ve ticari sigorta hizmetleri, hisse senetleri ticareti, gemicilik imtiyazları, enformasyon hizmetleri, danışmanlık ve mühendislik hizmetleri bunun bazı örnekleridir. Bütün bu hizmetler, telefon veya telekomünikasyon şebekesini kullanan uluslararası veri iletim sistemi gibi bir bilgi transferi aracını gerekli kılar. Bilgi transfer sistemlerinin gelişmesi ve etkinliğinin artması, çok sayıda hizmeti uluslararası ticareti yapılabilir duruma getirmiştir.

Hizmet ticaretinde *alıcı ve satıcı arasındaki irtibat zorunluluğu* önemli imalara sahiptir. Bu durum, büyük ölçüde, hizmetlerin maddi olmama özelliğiyle ilgilidir. Bu durum, hizmet çıktısının kalitesini belirsiz kılar ve bu konuda alıcı ile satıcı arasında asimetrik enformasyon söz konusu olur. Bu nedenle, hizmet kalitesinin güvence altına alınması için *alıcı ve satıcının kişisel irtibatının* geliştirilmesi önemli hale gelir. Ayrıca, bu sıkı irtibat, hizmetin değerinin belirlenmesi açısından da önemlidir.¹⁵

Hizmetlerin çoğu, *fiyat rekabeti* bazında satılan homojen ürünler değildir. Hizmetler daha çok *algılanan kalite* bazında alınıp satılırlar. Bunu anlamak için tüketicilerin mesela avukatlarını, berberlerini, su tesisatçılarını, tatillerini seçiş biçimlerine bakmak yeterlidir. Tüketicilerin değer yargılarını sahip oldukları bilgiler oluşturur. Eğer mevcut satıcıdan memnunsalarsa, daha maliyetli ve yüksek riskli olabilecek bir alternatifi denemekte tereddüt ederler. Bu nedenle, hizmet işlemlerinde üretici ve tüketici ilişkileri uzun dönemli olma eğilimindedir. Özetle, hizmet ihracı, iş ilişkileri kurmaya ve zaman içinde satıcı ve alıcı arasında gelişecek ilişkilere fazlasıyla bağlıdır.

Bütün bunlar, tüketicinin ülkesinde hizmet sunabilmek için, üreticinin en azından geçici bir temsilciye sahip olmasını önemli kılar. Bunun en iyi örnekleri başta inşaat olmak üzere danışmanlık, mühendislik, bilgisayar programcılığı gibi standart

10. Riddle, 1987, s. 93.

11. Melvin, 1989, s. 1181-82.

13. Bhagwati, 1987, s. 8.

15. Sapir, 1987, s. 50 ve Richardson, 1987, s. 62-63.

Tablo 1. Hizmet Ticaretinin Kategorilere Ayrılmasında Kavramsal Çerçeve

		Üretim Faktörleri	
		Hareketsiz	Hareketli
	Hareketsiz	Sınır Ötesi Ticaret	Yabancı Gelirler Ticareti
	Hareketli	Yurtiçi Kuruluş Ticareti	Üçüncü Ülke Ticareti

Kaynak: Riddle, 1987, s. 93.

olmayan hizmetlerdir. Yine, bankacılık ve sigortacılık faaliyetleri için yurtdışında bir şubenin açılması veya en azından bir muhabir bankayla çalışılması zorunludur. Sonuç olarak, bir çok hizmette ticaretin kolaylaşması için *belirli bir ticari varlık (temsilci)* zorunlu olabilir. Bir ülke sakinlerinin ithalatçı ülkedeki sürekli varlığı, hizmetler alanında *temsilci ticareti* olarak göz önüne alınabilir.

Yerli hizmet üreticilerini yabancı rekabetine maruz bırakmanın bir başka yolu, yabancı teknoloji ithal edilmesidir. Bu da, ya doğrudan yatırımlar ya da fikri mülkiyetin kullanımı için yapılan ödemeler yoluyla söz konusu olur.

Bütün bunlar, tüketicilerin ve üretim faktörlerinin hareketsiz veya hareketli olma durumlarına bağlı olarak tanımlanan dört hizmet ticareti kategorisine işaret etmektedir: (1) sınır ötesi (ülkeden ülkeye) ticaret, (2) yurtiçi kuruluş ticareti, (3) yabancı gelirler ticareti ve (4) üçüncü ülke ticareti.¹⁶ Bu kategoriler Tablo 1'de görülmektedir.

Sınır ötesi ticaret, mal ticaretine benzemekte olup, üretici ve tüketiciden her biri farklı ülkelerde bulunmaktadır. Bunlar, hizmetlerin uzak mesafeden bütün olarak ticaretinin yapıldığı hizmetlere ait ticarettir. *Yurtiçi kuruluş ticareti*, tüketicinin üreticinin bulunduğu yere gideceğini varsayar. Turizm, sağlık ve yurtdışı eğitimde durum budur. Aynı zamanda bu, Bhagwati'nin daha önce zikredilen *arz edenin hareketli tüketicinin hareketsiz olduğu hizmetler* grubuna girer. *Yabancı gelirler ticareti*, hizmetin etkin bir şekilde dağıtılması için, üreticinin, tüketicinin bulunduğu ülkede bir temsilciye sahip olması gerektiğini varsayar. *Üçüncü ülke ticareti* ise, hizmetin dağıtıldığı anda hem üretici hem de tüketicinin bir yabancı ülkede bulunduğunu varsaymaktadır. Mesela, bir Alman'ın, Japonya'da Kentucky Fried Chicken satın alması, bu tür ticarete örnek olarak verilebilir.

Bunlardan ilk üçü, ilginç ve öğretici bir sınıflandırma yapan Richardson tarafından da kabul edilir. Ancak o, ilk iki grubu birleştirmektedir. Richardson, bunlara ilaveten işgücü, sermaye ve teknoloji gibi temel faktör girdilerinin hareketi yoluyla *yabancı rekabete maruz kalma* özelliğine dayanan iki kategori daha sunmaktadır. Bu sınıflama Tablo 2'de görülmektedir.¹⁷

16. Riddle, 1987, s. 93.

17. Richardson, 1987, s. 63-65.

Tablo 2. Hizmetlerin Ticarete Konu Olabilirliği

Ticarete Konu Olabilirlik				
	Ticarete Konu (Sınır Ötesi Ticaret)	Bir Temsilci Yoluyla Ticarete Konu (Ticari Varlık)	İşgücü Hareketi Yoluyla Yabancı Rekabet (Bireylerin Dolaşımı)	Yatırım/ Teknoloji Transferi Yoluyla Yabancı Rekabet
Seyahat harcamaları	X			
Oteller				X
Restoranlar			X	
Seyahat acenteleri	X	X		X
Uluslararası denizcilik ve hava taşımacılığı				X
Yurtiçi taşıma	X	X		
Temel telekomünikasyon VANS*	X			X
Uluslararası finansman	X	X		
Ticari bankacılık	X	X		X
Kredi kartı hizmetleri	X	X		X
Perakendeci bankacılık		X		X
Ticari riskler	X	X		X
Reasürans	X			
Toplu riskler (kişisel sigorta)		X		X
Sigorta acenteliği (Insurance broking)		X	X	X
Bilgi hizmetleri	X			
Görsel-işitsel hizmetler	X			
Kültürel hizmetler	X		X	
İnşaat		X	X	X
Mühendislik	X	X	X	X
Gayrimenkul		X	X	X
Yönetim hizmetleri		X	X	X
Danışmanlık	X	X	X	X
Bilgisayar hizmetleri	X	X		X
Yazılım	X	X		
Muhasebeci/denetçi	X	X	X	X
Hukuk hizmetleri	X	X	X	
Reklam	X	X	X	X
Sınai temizlik			X	X
Güvenlik			X	X
Tıbbi hizmetler	X		X	X
Hastane hizmetleri				X
Hastane yönetimi			X	X
Temel eğitim				
Uzman eğitim	X	X	X	X
Hükümet			X	
Kişisel hizmetler		X		
Hükümet hizmetleri				
Uluslararası ticaret	X			
Toptan/perakende				X

* Value Aded Networks

Kaynak: Richardson, 1987, s. 64-65.

Tablodan, uluslararası ticarete konu olabirliğin endüstriden endüstriye değişebileceği anlaşılmaktadır. Birçok hizmet ya tamamıyla ticarete konudur, ya da ticaret ithalatçı ülkedeki bir temsilci vasıtasıyla gerçekleşir. Aynı zamanda, bu gibi hizmetler işgücü, sermaye ve bilgi transferi yoluyla da ithalatçı ülkedeki üreticileri rekabete maruz bırakabilir. Mesela, mühendislik hizmetleri, eğitim hizmetleri, reklamcılık, muhasebecilik/denetim ve danışmanlık hizmetleri dört gruba da girebilen hizmetlerdir.

Ancak mesela sigortacılık endüstrisi bir bütün olarak değil, dallar itibariyle dikkate alınmalıdır. Ticari riskler ve reasürans hizmetleri sigortacı ve müşteri arasında kişisel irtibat olmaksızın, uluslararası telekomünikasyon ve posta ağları yoluyla sağlanabilir. Buna karşılık, yangın sigortası veya hayat sigortası alanında alıcı ve satıcı arasında kişisel irtibat önemlidir.

Başka bir örnek, telekomünikasyon alanından verilebilir. Temel yurtiçi telekomünikasyon hizmetleri bir çok ülkede bir kamu monopolü tarafından ve uluslararası telekomünikasyon hizmetleri iki monopol arasındaki işbirliği bazında sağlanır. Böyle bir durumda, hiç bir ticaret sorunu söz konusu değildir.

2.1.2. Ticarete Konu Olabilirliğin Artması

Daha önce belirtildiği gibi, hizmetlerin ticarete konu olabirliği zaman içinde artmıştır. Bu gelişme iki yönde ortaya çıkar: (1) ilgili faktörlerdeki değişmeler nedeniyle ticareti yapılabilir hizmet *sayısının* artması, (2) hizmetlerin ticarete konu olabirlik *derecesi* veya *biçiminin* etkilenmesi.

Hizmetlerin ticarete konu olabirliğinin artması süreci, Bhagwati tarafından teknik değişmeler ve organizasyonel yeniliklerle açıklanmıştır. Bu yenilikler ve değişmeler sayesinde hizmetler, kullanıcılar ve arz edenler arasındaki fiziki yakınlığın zorunlu olduğu gruptan *uzak mesafe hizmetlerine* dönüşmüştür. Yeni bilgi teknolojileri, hizmetlerin belli bir yerde ve zamanda üretilip, başka bir yerde ve zamanda tüketilmelerini mümkün kılmıştır. Bhagwati'ye göre, teknik yenilikler, malların hizmetlerden hizmetlerin de mallardan ayrıldığı “ayrılma süreci”ne yol açmıştır. Organizasyonel yenilikler ise, fiziki yakınlık zorunluluğunun devam etmesi durumunda bile, hizmetleri, artan bir şekilde, ticareti yapılabilen ürünler grubuna kaydırmıştır.¹⁸

Bhagwati, ayrılma sürecini müzik hizmetleri piyasasından verdiği bir örnek yardımıyla açıklamaktadır. Gramofon icat edildiğinde, müzik hizmetlerinde muazzam bir hızlı teknik değişme meydana geldi. Bu değişmenin mallar ve hizmetlerin sınıflandırılması üzerindeki etkisi önemli oldu. Gramofon ve plaklar

18. Bhagwati, 1987, s. 21-25.

“mallar”dı; teknik değişme “mallar” grubuna giren yeni bir endüstriye yol açmıştı. Müzik, ders verme ve benzeri geleneksel hizmetlerdeki teknik değişmeler, hizmetin, arz edenin fiziki varlığından “soyutlandığı” bir duruma yol açtı. Bu fenomen, uzak mesafe hizmetleri türünden hizmetlere doğru genişledi ve hizmetleri arz edenin tüketiciye fiziki yakınlığı artık zorunlu değildir. Mesela Pavarotti şarkıyı plağa okuyacağı yerde, uydu TV’de okur. Birincisi *mallarda somutlaşma (içerilme) yoluyla soyutlanma* iken, ikincisi *uzak mesafe hizmeti yoluyla soyutlanmadır*. Her iki durumda da, arz edenin kullanıcının yanında bulunma zorunluluğu artık söz konusu değildir.

Bu durum, arz edeni kullanıcıyla bir araya getirme zorunluluğundan kaynaklanan ticaretin yapılamaması özelliğini ortadan kaldırarak ticareti mümkün kılmıştır. Komünikasyon ve enformasyon sektörlerindeki teknolojik değişme hızı, artan sayıda faaliyeti uzun mesafe kategorisine kaydırmıştır; bu faaliyetler “kablo üzerinden” yapılabilmiş ve böylece giderek daha fazla ticarete konu olur hale gelmiştir. Evde bilgisayar terminallerinden yapılan bankacılık işlemleri, uydu yoluyla nakledilen mühendislik hizmetleri ve video nakliyle (*transmission*) tıbbi teşhisler bu durumun başta gelen örnekleri olarak zikredilebilirler.

Fiziki yakınlığın zorunlu olmaya devam ettiği, fakat bunun ülkeler arasında gerçekleşmesinin geleneksel olarak zor veya imkânsız olduğu durumlarda ise, hizmetlerin ticarete konu olabilirliliğini *organizasyonel yenilikler* artırmıştır. Buna örnek olarak çeşitli hizmet faaliyetlerinin yabancı ülkelerde bir temsilci yoluyla sunulması veya yabancı ülkelerdeki yerli üreticilerin işgücü, sermaye ve teknoloji transferi yoluyla yabancı rekabetine maruz bırakılması verilebilir. Tablo 2, hangi tip endüstrilerin hangi tip organizasyonel yenilikler yoluyla hizmet ihraç edebileceklerini göstermektedir. Mesela, çeşitli ülkelerde oteller inşa edilebilir (sermaye transferi), restoranlar açılabilir ve işletilebilir (işgücü transferi), telekomünikasyon şebekelerine yatırım yapılabilir (sermaye ve teknoloji transferi). Ticari bankalar yabancı ülkelerde şube açabilir veya muhabirlik anlaşması yapabilirler. Yurtdışına bilim adamları gönderilerek bilimsel ve kültürel hizmetler ihraç edilebilir. İşgücü, sermaye ve teknoloji ihracı yoluyla sınai temizlik hizmetleri veya güvenlik hizmetleri sağlanabilir. Müteahhitlik firmaları aldıkları büyük inşaatları tamamlamak için kendi ülkelerinden iş aldıkları ülkelere vasıflı ve vasıfsız işgücü, sermaye ve teknoloji transfer edebilirler. Kısacası, uluslararası arena bir çok hizmetin uluslararası ticarete konu olmasına imkân veren sayısız organizasyonel yenilik örnekleriyle doludur.

2.2. Ticaret Teorileri ve Hizmetler

Hizmetler ekonomik faaliyetler olarak önem kazanmaya başladıktan ve özellikle uluslararası hizmet ticaretinin önemi anlaşıldıktan sonra, esasında mal ticaretini

analiz etmek üzere dizayn edilmiş ticaret teorilerinin¹⁹ hizmet ticaretine uygulanıp uygulanamayacağı da gündeme gelmiştir. Bu tartışmanın bir nedeni de, mal ticaretiyle ilgili dış ticaret politikalarının hizmetler için de geçerli olup olmadığı sorusudur.

Bilindiği gibi, D. Ricardo'nun *karşılaştırmalı üstünlükler teorisi*, uluslararası ticareti verimlilik farklarıyla açıklar. Teoriye göre, bir ülke diğer ülke karşısında *karşılaştırmalı olarak* daha avantajlı olduğu üründe uzmanlaşır. Heckscher-Ohlin-Samuelson'a atfedilen *faktör donatımı teorisinin* özü de yine mukayeseli üstünlük temeline oturmuştur. Bu teoriye göre, karşılaştırmalı üstünlük üretim faktörlerinin nispi bolluğundan kaynaklanır. Bir ülkede hangi faktör nispi olarak daha bolsa, o faktörün fiyatı da nispi olarak düşük olur. Ülke, üretiminde bu faktörün yoğun biçimde kullanıldığı mallarda uzmanlaşır. Faktör donatımı teorisinin uygulanabilirliğine inanan yazarlara göre, teorisinin hizmetlere uygulanabilirliğini azaltan önemli bir neden yoktur.²¹ Bununla beraber, üretim faktörlerinin ülkeler arasında hareketsiz olduğu varsayımı, teorisinin hizmet ticaretine uygulanabilirliğini güçleştirmektedir.²² Ayrıca; (1) malları tamamlayan hizmetlerin ticaretinin söz konusu olması, (2) ihracatçı firmanın ithalatçı ülkede bir ticari varlığının gerekmesi ve (3) bazı faktör girdileri uzak bir mesafeden gelse bile, hizmetin ithalatçı ülkede üretilmesinin gerekmesi durumlarında teorisinin uygulanabilirliği soru işaretlerine neden olabilmektedir.²³

Hizmet ticaretinin açıklanmasında değerlendirilebilecek bir başka teori *endüstri içi ticaret teorisidir*. Bu teori, ölçek ekonomilerine ve/veya monopolcü rekabet piyasasının temelini oluşturan mal farklılaşmasına dayanır. Eğer ölçek ekonomileri bir tek ulusal piyasanın sınırlarının aşılmasını gerektirecek kadar büyükse, uluslararası ticaret zorunlu olur. Bu özellikteki endüstriler başka ülkelere mal satarlar; böyle olmayan endüstrilerde ise ithalat söz konusu olur. Benzer şekilde, mal farklılaşması nedeniyle aynı endüstrilerin ürünleri karşılıklı olarak alınıp satılır.²⁴

Acaba endüstri içi ticaret teorisi hizmet ticareti için uygun bir teorik çerçeve sağlar mı? Bazı endüstriler için ölçek ekonomileri önemli olmakla beraber, bunun malların üretiminde olduğundan *sistematiik olarak* daha önemli olacağı konusu şüphelidir. Ancak birçok hizmette fiyattan çok kalite önemli olduğundan, ürün farklılaşması hizmet ticaretinde anahtar bir faktör olabilir. Havayolu taşımacılığında yolculara daha iyi muamele edilmesi, tüketicilere (turistlere) kendi dilleriyle

19. Seyidoğlu, 1998, s. 76.

21. Richardson, 1987, s. 66.

22. Seyidoğlu, 1998, s. 762.

23. Richardson, 1987, s. 67.

24. Halil Seyidoğlu, *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*, 9. Baskı, İstanbul: Güzem Yayınları, 1993, s. 84-85.

hizmet sunulması vb. hizmetin faydalılığına katkıda bulunan ürün farklılaştırması örnekleridir. Bununla beraber, ürün farklılaştırmasının uygunluğu her hizmet endüstrisinde farklılık gösterir. Buna rağmen, ürün farklılaştırılmasına dayalı teoriler, hizmet ticaretini, homojen ürün varsayımının yapıldığı mukayeseli avantajlara dayanan teorilerden çoğu zaman daha iyi açıklar.²⁵

Yukarıda değinilen teoriler dinamik etkileri görmezlikten geldikleri için eleştirilir. Bunlardan biri, bir ulusal endüstrinin himaye ve sübvans edilmemesinin dayandığı *çocuk endüstri argümanı*yla ilgilidir. Buna göre, korunan üreticiler zaman içinde karşılaştırmalı üstünlüklerini geliştireceklerdir. Ancak bu durum önemli araştırma-geliştirme (Ar-Ge) harcamalarını gerektirebilir. Bu durumda, Ar-Ge önemli bir karşılaştırmalı üstünlük kaynağı olacaktır. Bu açıdan, büyük ve küçük ülkeler arasında önemli bir fark söz konusudur. Küçük ülkelerin Ar-Ge harcaması yapma yeteneklerinin zayıf olması nedeniyle ihracatçı büyük ülkenin karşılaştırmalı üstünlüğü kalıcı olabilir. Bu durumda çocuk endüstriler gelişemez.

Artan teknolojik değişme oranının ürünlerin ömürlerini kısalttığı varsayımı durumunda *ürün devreleri teorisinden* söz edilmelidir. Teoriye göre, ürünler ilk defa üretildiklerinde henüz standart değillerdir. Standart üretime geçildikten sonra sadece orijinal yenilikçi değil, başka ülkelerdeki firmalar tarafından da üretilir. *Gelişmiş ülkeler standart olmayan mallar, gelişmekte olan ülkeler ise standart mallar üretir.*²⁶ Oysa teknolojik değişme oranının hızlı olması, yüksek Ar-Ge harcamalarıyla birlikte, ürün henüz standart hale gelmeden ikame ürünlerin ortaya çıkmasına yol açar. Bir başka ifadeyle, *büyük ve gelişmiş ihracatçı, karşılaştırmalı üstünlüğünü sürekli yeniler.* Böyle bir durumda, ürün devreleri teorisi ve onun bir benzeri olan *teknoloji açığı hipotezi* açıklayıcı olmaktan çıkarlar.²⁷ Gelişmekte olan ülkeler bir türlü standart hale gelmiş ürünleri üretemezler ve orijinal yenilikçiyle rekabet edemezler. Çünkü, zengin ülkeler, daha fazla Ar-Ge harcamasıyla sürekli olarak yeni ürünler üretir.

Bu açıklamanın doğruluğu hizmetler durumunda mallardakinden daha fazladır. Ancak, bunun belirli hizmet endüstrileri açısından doğruluğu teknolojik değişme oranına bağlıdır. Sınır ötesi veri akımları yoluyla ticareti yapılan bütün hizmetler böyle olabilir ve çocuk endüstri tezi işlemeyebilir.

Rekabetin artmasıyla kalitenin yükselmesi, verimliliğin artması ve yeniliklerin hızlanmasının yol açtığı etkinlik kazançları, uluslararası hizmet ticaretinin liberalize edilmesi lehinde önemli deliller sunmuştur. Muhtemelen bundan dolayı, hizmet ticaretinin liberalizasyonu Uruguay Görüşmeleri'ne konu olmuş ve ayrıca doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artması için faktör hareketleri üzerindeki kısıtlamalar gevşetilmiştir.

25. Richardson, 1987, s. 68.

26. Seyidoğlu, 1993, s. 83.

27. Richardson, 1987, s. 71.

2.3. Hizmet Ticaretinde Mukayeseli Üstünlükler

Mukayeseli üstünlükler hizmet ticaretinde her zaman önemli olmuştur ve gelecekte de olmaya devam edecektir. Geleneksel kanaat, hizmet ticaretinde sanayileşmiş ülkelerin üstün oldukları yönündedir. Bu ülkeler hacim itibarıyla dünya hizmet ticaretine hakim ve birer net hizmet ihracatçısı durumundadırlar.²⁸

2.3.1 Mukayeseli Üstünlüklerin Kaynakları

Gelişmiş ülkelerin mukayeseli avantajları, esas olarak şöhretlerinden ve rekabetçi maliyetlerinden ileri gelmektedir. Bu ülkelerin hakimiyetleri, hem ticaret hacminde hem de şirketlerin geliştirdikleri yeni organizasyon biçimlerinde görülmektedir. Bunlar, ölçek ekonomilerine neden olan ve üretici risklerini azaltan yeniliklerdir.

Bunlardan en yaygın olanı bayilik veya lisans anlaşmaları anlamına gelen *franchising yöntemi*dir. Bu yöntemle, mülkiyetin birleşmesine gerek olmadan potansiyel ölçek ekonomileri elde edilebilmektedir. Böyle bir anlaşmayla imtiyaz, seçme, satış, dağıtım hakları verilir; isim ve markanın kullanılması mümkün olur. Böyle bir anlaşmayla yurtdışında yatırım yapılmaksızın mal ve hizmetlerin bir başka firma tarafından üretilmesi ve pazarlanması sağlanır. Yöntem, satıcı açısından bir dağıtım ve pazarlama, alıcı açısından da yatırım seçimi ve iş kurma aracıdır.²⁹

Mukayeseli avantajların diğer kaynakları arasında coğrafi konum, doğal özellikler, altyapı, politik ortam ve kültürel farklılıklar sayılabilir. Coğrafi konum ve doğal donanımlar özellikle ulaştırma ve turizm endüstrileri için önemlidir. Telekomünikasyon altyapısının durumu yabancı yatırımcıların cezbedilmesi açısından önemlidir. Yeterli ulaştırma kolaylıkları ve etkin gümrük hizmetleri de bir ekonominin cazibesini artıran faktörlerdir. Altyapı minimum standartları aştığı ve atıl kapasiteye sahip olduğu zaman, ticaretin kolaylaştırılması ve yabancı yatırımların cezbedilmesinde önemli bir mukayeseli üstünlük kaynağı olur. Politik ortam, ilgili ülkeye yatırım konusunda *algılanan risk* derecesi ile ilgilidir.

Belirtilen mukayeseli üstünlük kaynakları, belli ölçülerde gelişmekte olan ülkeler için de söz konusudur. Ancak, bu ülkeler için asıl önemli karşılaştırmalı üstünlük kaynağı, emek-yoğun hizmetlerde sahip oldukları *zengin insan gücü*dür. Bununla beraber, günümüzde hizmetler artan bir şekilde beşeri sermaye-yoğun ve/veya sermaye yoğun hale gelmiştir. Hizmet kesimi bilgi teknolojisine bağımlı hale geldikçe, vasıflı işgücü kıt bir aktife dönüşmüştür.

28. Riddle, 1987, s. 99-100 ve Ruyssen, 1987, s. 100-101.

29. M. İlker Parasız ve Kemal Yıldırım, *Uluslararası Finansman: Teori ve Uygulama*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları, 1994, s. 369-70.

Hizmet pazarlamasında kültürel farklılıkların önemli bir rolü olabilir. Tüketicilerle etkileşimin önemli olduğu hizmet endüstrilerinde, kişiler arası iyi ilişkilerin devam ettirilmesini vurgulayan (toleranslı) kültürler bir mukayeseli üstünlük kaynağıdır. Kültürel avantajın bir diğer örneği, bazı ülkelerin eğitim hizmeti ihracatındaki avantajlarıdır. Nihayet, dil yeteneği de diğer bir kültürel avantaj biçimidir. Hizmet ihracatında müşterilerin dillerinin veya bildikleri dillerin kullanılmasının önemi açıktır.

2.3.2. Alt Sektör Özellikleri ve Karşılaştırmalı Üstünlükler

Hizmet ticaretinde karşılaştırmalı üstünlüklerin kaynakları, hizmet alt sektörlerinin özellikleri itibarıyla daha da ilginçtir. Konu, burada, Richardson izlenerek seyahat ve turizm, hava ve deniz ulaştırması, bankacılık ve sigorta, inşaat hizmetleri, bilgi hizmetleri, diğer işletme hizmetleri ve kültürel hizmetler açılarından ele alınmıştır.³¹

Seyahat/turizm sektörü, tüketicinin üretici ülkede bulunmasını zorunlu kılan faaliyetleri kapsar. Bu endüstride üç ayırt edilebilir piyasa mevcuttur. (1) Büyüklüğü ve yerleşimi genelde uluslararası ekonomik faaliyetlerin yapısıyla ve diğer hizmetlerin ticaretiyle yakından ilişkili olan iş seyahatleri. (2) “Serbest” hizmetler kategorisine giren *kitle tatili* piyasası. Bu alanda karşılaştırmalı üstünlüğe hâkim olan iki faktör vardır: (a) güneşli sahillere ve karlı dağlar gibi belirli doğal kaynaklar; (b) işgücü maliyetleri. Ayrıca, ürün farklılaştırması ve taşıma maliyetleri de önemli faktörlerdir. (3) Yöresel doğal kaynaklara dayanan piyasa. Dünya medeniyetlerinin ve doğal harikaların konumları birer mutlak üstünlük kaynağı olmaya devam edecek ve bunlara sahip ülkeler önemli ekonomik rantlar elde edeceklerdir.

Hava ulaştırması, mukayeseli üstünlüklerle ilgili bir diğer alanı oluşturur. Bu tür üstünlüğü sermaye ve işgücü maliyetleri ile işletmecilik hünerleri belirler. Bu alt sektörde kalite farklılaştırmasının temel bir özellik olup olmadığı konusunda şüpheler olmakla beraber, fiyat rekabetinin daha belirleyici olduğu görüşü daha güçlüdür. Teknolojik değişim yavaş olduğu için, rekabetin artmasının önemli bir yenilikçi etkisi olmayabilir. Bu alandaki sıkı düzenlemeler de etkinsizliklerin ortaya çıkmasına ve devamlı hâle gelmesine yol açabilir. Bu, uluslararası serbestleşme lehinde önemli bir argümanı oluşturmaktadır. Havayolu taşımacılığı, yolcu seyahati yanında malların ticaretiyle ilgili faaliyetlerce de etkilenmektedir.

Deniz ulaştırması, daha çok yük taşımacılığı açısından önemli olan ve düzenlemeler bakımından havayolu taşımacılığından farklılık gösteren bir alt sektördür. Ulusal güvenlik mülahazaları hariç, geleneksel rejim son derece liberaldir. Bu durum Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) Deniz Yasaları'nın etkisiyle bir miktar değişmiş olsa da, piyasanın büyük bölümü önemli ölçüde müdahale dışıdır.

31. Richardson, 1987, s. 74-80.

Deniz ulaştırmasında herhangi bir ülkeden kiralanabilen işgücü girdileri önemli bir maliyet unsurudur. Bu nedenle, deniz taşımacılığı karşılaştırmalı üstünlüklerin iyi bir örneği değildir. Gemicilik konferanslarının aşırı varlığı ve düzenlemelerin nasıl olması gerektiği konusundaki yoğun tartışma, bu sektörde ölçek ekonomileri ve rekabet dışı durumların gelişmesinde ikna edici delilleri oluşturur.

Denizyolu taşımacılığında önemli bir teknolojik değişimin bulunduğu fikri çok fazla kabul görmez. Ancak, çeşitli taşıma hizmetlerinin gelişmesi ve bilgisayarlı hızlı yönetim tekniklerinin sunulması endüstriyi radikal bir şekilde değiştirecektir. Bu potansiyelden dolayı, yeniliklerin rekabet yoluyla teşvikine dayanan liberal bir rejim için dinamik argümanlar çok güçlüdür.

Bankacılık homojen bir sektör olmayıp, çok değişik hizmetlerden oluşan bir ağıdır. Ekonomik faaliyetlere uluslararası düzeyde katılan firmalara ve/veya bireylere finansal hizmetlerle ilgili karmaşık paketler sunan uluslararası bankacılık ile yurtiçi perakende bankacılık arasında bir ayırım yapmak gerekir. Uluslararası bankacılıkta belirli finansal merkezlerin tarihten gelen uzmanlıkları, karşılaştırmalı üstünlüğün temel belirleyicisidir. Uluslararası bankacılıkta dünya çapındaki finansal enformasyon şebekesinin kullanılmasına dayalı ölçek ekonomileri, rekabetçi piyasaların gelişmesi için önemlidir.

Elektronik bankacılıktaki değişmelerin, üretici-müşteri ilişkilerindeki kişisel bağlantıyı nasıl etkileyeceği önemli bir husustur. Bankacılık hizmetlerinin tamamının veya çoğunun uluslararası telekomünikasyon şebekesine bağlı terminaller yoluyla gerçekleştirilme derecesinin artmasına paralel olarak, üretici-tüketici ilişkilerindeki kişisel bağlantının ve bunun yansıması olan şubelerin veya muhabirlerin önemi azalabilecektir.

Bankacılıkla ilgili diğer bir husus, *algılanan kalite* kavramının oldukça şeffaf olan bankacılığa uygulanıp uygulanamayacağıdır. Müşterilerin bankalardan farklı finansal hizmetleri içeren kompleks bir hizmetler paketi beklemeleri ölçüsünde bir bankanın şöhreti (güvenilirliği) başarısında oldukça önemli olacaktır. Bankacılık sektöründe uluslararası rekabeti artıran muazzam teknolojik yeniliklerin meydana gelmesi, ticaretten kaynaklanan geniş etkinlik kazançlarına yol açmıştır.

Sigortanın temel amacı riskleri dağıtmaktır. Ulusal piyasalar büyük risklerin dağıtılması konusunda çok küçükse, uluslararası sigorta hizmetleri zorunlu olacaktır. Ancak, bunun sağlayacağı ölçek ekonomileri sadece büyük ticari riskler için söz konusudur.

Bir sigorta şirketinin sattığı ürünün fiyatı ve kalitesi sigorta istatistikleri uzmanının performansına, şirketin yatırım uzmanlığına, yönetim sistemlerine, risk azaltma hünerine ve müşterisinin ihtiyaçlarına adapte olma yeteneğine bağlıdır.

Sigortacılık, çoğu zaman üretici ve müşteri arasındaki kişisel ilişkinin önemli olduğu ve başka ülkelere pazarlanabilmesi için o ülkelerde ticari bir temsilcinin zorunlu olduğu bir hizmettir. Ancak, endüstri, enformasyon teknolojilerindeki değişmeden önemli ölçüde etkilenmektedir. *Sınır ötesi veri akımları sistemleri*, sigortacılığın uluslararası ticarete konu olabilirliğini artırmıştır.

İnşaat sektörü, iktisadi faaliyetler sınıflamasında hizmet kesimi içinde yer aldığından, sektördeki uluslararası faaliyetler hizmet ticareti olarak kabul edilebilir. Uygulamada bu sektörle ilişkili önemli bir özellik, çoğu zaman bütün üretim faktörlerinin aynı ülkeden gelmemesi, bir ülkeden sağlanan vasıfsız işgücünün diğerinden sağlanan yönetim ve mühendislik hüneleriyle birleşmesidir.

Toplam dünya üretiminde önemli bir paya sahip olan inşaat sektöründe küçük projeler söz konusu olduğunda ihtiyaç yurtiçi üretimle karşılanırken, büyük projelerde faaliyetler çok değişik inşaat teknikleri ve farklılaştırılmış ürünlerle uluslararası boyutlar kazanır. Engelleyici faktörler nedeniyle ortaya çıkmayan önemli potansiyel ticari kazançlar durumunda, başarılı bir liberalizasyon uygulaması yararlı olabilir. *Enformasyon hizmetleri* “bilgi toplumunun” önemli bir özelliğidir. Bu hizmetlerin temel özelliği, bir kez telekomünikasyon altyapısının oluşturulmasıyla yeni bir müşteri için marjinal maliyetin son derece düşük olmasıdır. Bu hizmetlerde ölçek ekonomileri dünya piyasası çapında olup, bunu uluslararası ticaret yoluyla işletmek, dünya ekonomisi için önemli yararlar sağlamaktadır. Bu özellikten dolayı, belirli ürünlerin dünya çapında monopolcü arz edicilerinin ortaya çıkması da söz konusu olabilir. Sektörün diğer bir özelliği, telekomünikasyon şebekelerinin mahiyeti gereği, ihtiyaç duyulan faktör girdilerinin tamamının aynı yerde bulunmasının gerekmemesidir.

Enformasyon hizmetlerinde karşılaştırmalı üstünlüğün kaynaklarıyla ilgili olarak üç önemli özellik üzerinde durulabilir: (1) etkin bir telekomünikasyon şebekesinin varlığı; (2) ölçek ekonomilerinin öneminden dolayı, piyasaya yeni bir ürünle girenlerin muhtemelen rekabetçi üstünlüklerini sürdürecek olmaları; (3) yeni ürünlerin sunulmasının çok hızlı olabilmesi. Bu ürünlerin pekiştirilmesi yeteneği, Ar-Ge'ye büyük tutarlar haralayabilme kapasitesinin bir fonksiyonudur.

Muhasebecilik, müşavirlik, bilgisayar hizmetleri, reklam ve hukuk hizmetleri gibi hizmetlerden oluşan *diğer işletme hizmetleri* üretici ve müşteri arasındaki kişisel bağlantı, algılanan kalite ve uzun vadeli alıcı-satıcı ilişkisinin önemi gibi ortak özelliklere sahiptir. Yüksek derecede bilgi-yoğun olan bu hizmetlerin teknik değişmeden ne ölçüde etkilendiğini değerlendirmek zordur.

Kültürel hizmetler, uluslararası planda, kültürel önemleri ekonomik önemlerinden daha ağır basan hizmetlerdir. En fazla ekonomik öneme sahip olanlar, bir film gösterimi veya bir televizyon yayını biçiminde sunulan görsel-işitsel ürünlerdir. Bu hizmetlerin içerdiği ölçek ekonomileri dünya çapında olup, halihazırda piyasada rekabetçi olmayan eğilimler mevcuttur.

Görsel-işitsel ürünler, özellikleriyle diğer hizmetlerden ayrılırlar. Bunların tüketimi belirli kültürel değerlerin transferini içerir. Bu durum, tüketici tercihlerinin yerini kamu müdahalesinin almasına yol açar. Böyle bir durumda, tüketici tercihlerini esas alan iktisat teorisinin söyleyecek çok az şeyi vardır. Bu piyasalarda ürün farklılaştırması kural olup, birçok ürün yegânedir.

2.3.3. Gelişmekte Olan Ülkeler ve Karşılaştırmalı Üstünlükler

70'li yıllarda birçok gelişmekte olan ülke mamul malların başlıca ihracatçıları arasında yerlerini almıştır. Yine bu ülkelerden birkaçı, belirli hizmetlerin dünya piyasasında başarılı ilerlemeler kaydetmişlerdir. Bu ülkelerin söz konusu başarıları, genelde bunların beşeri ve fiziki sermaye birikimleri ve teknolojik yeteneklerinden kaynaklanmıştır. Sermaye ve teknoloji itibarıyla daha üst düzeyde yer alanları, gelişmiş ülkelere net hizmet ihracatçısı olmuşlardır.³²

1980'de yirmi beş en büyük hizmet ihracatçısı arasında beş gelişmekte olan ülke yer almıştır: Meksika, Singapur, Güney Kore, Suudi Arabistan ve Mısır. Bunlardan Mısır, Singapur, Meksika ve Güney Kore net hizmet ihracatçısı olmuştur.³³ Günümüzde de hizmet ihracatçısı ülkeler arasında bundan daha fazla sayıda gelişmekte olan ülke yer almaktadır. Gelişmekte olan ülkeler, sanayileşmiş ülkelerin önemli ihracatçı oldukları piyasalara girerek ya da komşu azgelişmiş ülkelerin taleplerini karşılayarak adlarını duyurmuşlardır.³⁴

Gelişmekte olan ülkeler üç teorik nedenle hizmet ihracatlarını geliştireceklerdir: (1) Nispi hizmet fiyatlarının fakir ülkelerde zenginlere kıyasla nispeten düşük olması, bu ülkelerin bazı hizmetlerde karşılaştırmalı üstünlüğe sahip olmalarına imkân verecektir. Bununla beraber, bu iddia sadece emek-yoğun hizmetler için geçerli olabilir. (2) Bhagwati tarafından tartışılan geçici işgücü hareketlerinin liberalizasyonu, gelişmekte olan ülkelerde daha rekabetçi bir pozisyonda yer alacaktır. (3) Hizmet ihracatında fiziksel yakınlığın önemi, muhtemelen bölgesel piyasaların ortaya çıkmasına yol açacaktır. Buna göre, bazı gelişmekte olan ülkeler, daha etkin olmakla beraber, belirli bir bölgesel piyasanın çok uzağında bulunan üreticilerden daha avantajlı olacaklardır.

Gelişmekte olan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlük durumları ve bunların kaynakları *mühendislik ve bilgi hizmetleri* bazında değerlendirildiğinde, aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmaktadır.³⁵

32. Sapir, 1987, s. 51.

33. Kierzkowski, 1987, s. 43.

34. Seyidoğlu, 1998, s. 761.

35. Sapir, 1987, s. 51-53.

1. Gelişmekte olan ülkelerin karşılaştırmalı üstünlükleri, teçhizat ve inşaat bileşenlerini içeren mühendislik hizmetleri ve sivil inşaat projelerinde yatmaktadır.
2. Bu ülkeler daha komplike teknolojileri gerektiren mühendislik hizmetlerinde zayıf kalmışlardır.
3. Mühendislik hizmetleri ihraç eden gelişmekte olan ülke sayısı sınırlıdır: Brezilya, Hindistan, Kore, Pakistan, Filipinler ve Tayvan dünya piyasalarında önemli ilerlemeler göstermişlerdir.
4. Bu ülkelerin başarısı beşeri sermaye, fiziki sermaye ve teknoloji gibi faktörlerle ilgilidir. Ancak, mühendislik hizmeti ihracatına başarılı bir giriş için yurtiçi piyasada sağlam bir şöhrete sahip olmak gerekir.
5. Gelişmekte olan ülkelerin mühendislik hizmetleri ihracatı çoğunlukla Güney Yarımküre'ye yöneliktir. Bu ticaret yapısında korumacılık önemli bir rol oynar. Bu nedenle inşaat projeleri alanında ihracat daha açık piyasalara yönelir. Meselâ, inşaat projelerinin büyüklüğü karşısında beşeri kaynak sıkıntısı çeken petrol ihraç eden ülkeler bu piyasalara örnek olarak verilebilir.

Enformasyon hizmetleri ihracatı ile ilgili olarak varılan sonuçlar ise şu noktalarda toplanabilir:

1. Bu hizmetler söz konusu alandaki teknolojiler tarafından ortaya çıkarılmıştır. Meselâ sınır ötesi veri akımları, yüksek bilgi teknolojisi içeriklerinden dolayı bankacılık ve sigortacılık gibi geleneksel hizmetlerdeki uluslararası ticaret imkânlarını önemli ölçüde artırmıştır.
2. Enformasyon hizmetlerinde gelişmiş ülkeler açık bir karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir.
3. Sadece az sayıda gelişmekte olan ülke, özellikle *yazılım* olmak üzere belirli hizmetlerde karşılaştırmalı üstünlükler yakalamıştır.
4. Bu hizmetlerdeki karşılaştırmalı avantaj öncelikle beşeri sermaye, teknolojik durum ve gelişmiş bir yarı iletken bazlı donanım sektörüne dayanmaktadır.
5. Bu alandaki değişimin hızı, teknoloji devleri tarafından belirlenmektedir. Bu nedenle, bu dev firmalarla yakın ilişkiler kurmadan piyasaya yeni giren gelişmekte olan ülkeler teknolojik açığı kapatmakta zorlanacaklardır. Bundan dolayı, bazı ülkeler teknolojik bakımdan kendi kendine yeterli olma politikalarından vazgeçerek elektronik alanındaki ithalatı ve yabancı doğrudan yatırım akımlarını liberalize etme eğiliminde olmuşlardır. Bu ülkelere örnek olarak Hindistan verilebilir.
6. Uluslararası işlemlere etkisi açısından *sınır ötesi veri akımları* firma içi işlemleri artırma eğiliminde olacaktır. Bu akımlar eşanlı olarak ticareti ve doğrudan yabancı

yatırım hareketlerini hızlandıracaktır. Nihai alıcılar, dünya çapındaki bir şebekeye dahil olan ve bilgisayar bağlantısıyla kendi merkezleriyle hizmet mübadelesi yapan mahalli şubelerden hizmet satın alma eğiliminde olacaklardır.

3. DOĞRUDAN YATIRIMLAR VE HİZMET TİCARETİ

Önceki bölümlerdeki analizlere göre modern, etkin ve dinamik bir hizmet sektörü ekonomik gelişme için zorunludur. Bunu sağlamanın ise üç yolu vardır: yurtiçi üretim, ithalat ve yabancı sermaye. Bunlardan sonuncusu, hizmet kesimine doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına işaret etmektedir. Eğer yurtiçi üretim yoksa veya yeterli değilse, hizmet ithalatının bir alternatifi doğrudan yatırımlardır. Ancak, ticarete konu hizmetler için geçerli olan bu alternatif, aynı zamanda yerli üreticileri rekabete maruz bırakmanın bir yoludur. Eğer bir hizmetin ticareti yapılabilir değilse ve yerli üretim de söz konusu değilse, doğrudan yatırımlar o hizmeti elde etmenin *tek yolu* olacaktır.

Bu alanda yabancı sermaye yatırımlarının önemi; hizmet endüstrilerinin özelleştirilmesi, yabancı işletmelerin hizmet üretme yasaklarının kaldırılması veya sınırlamaların hafifletilmesiyle hızla artmıştır. Özelleştirme ve liberalizasyon uygulamaları özellikle ulaştırma, haberleşme, kamu hizmetleri ve finansal alanlarda yoğunlaşmıştır.³⁶

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına paralel olarak hizmet ticareti artmıştır. Hizmet ticaretindeki artış, özellikle uzak mesafe hizmetleri için söz konusudur. Ayrıca, çok uluslu şirketler durumunda, şirket içi işlemlerde artışlar görülmektedir. Bu işlemler çoğu zaman hizmet sağlayan faktörlerin şirket içi hareketliliğinin artması demektir.

4. ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİNDE SORUNLAR

Halihazırda hizmet ticaretinde en önemli sorun serbestleşmedir. Bu, son derece hassas bir konudur. Etkin hizmetlere ihtiyaç duyan bir gelişmekte olan ülke için en önemli mesele, çeşitli hizmet edinme biçimlerini kendi gelişme amaçları açısından dengelemektir. Hiçbir ülke düzenlemelerden vazgeçerek hizmet endüstrilerini tam olarak serbestleştirmez. Hükümet müdahalesini veya en azından denetimini gerektiren meşru nedenler her zaman vardır. *Ne tam liberalizasyon arzulanan bir şeydir, ne de monopol rantlarını devam ettirmeyi hedefleyen sınırlamalar doğrudur.*

36. Seyidoğlu, 1998, s. 759.

4.1. Hizmet Ticaretinin Sorunları

Literatürde, başta ABD olmak üzere gelişmiş ülkelerin hizmet ticaretinin serbestleştirilmesini savundukları, buna karşılık geliştirmekte olan ülkelerin bu konuda biraz endişeli oldukları ifade edilir. Geliştirmekte olan ülkelerin endişelerinin gerekçesi şudur: hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi, gelişme öncelikleri üzerindeki hükümet kontrolünü kaldırarak ve geliştirmekte olan ülkelerin zararına, sanayileşmiş ülkelerin ekonomik büyümesine yardım edecektir.³⁷ Başka bir ifadeyle, ticaretin serbestleştirilmesi bütün faydaların Kuzey, bütün kayıpların da Güney için söz konusu olmasına yol açacaktır.³⁸ Richardson, durumu *sıfır-toplamlı bir oyuna* benzetmektedir; ticaretin serbestleştirilmesi gelişmiş ülkelere yarar sağlarken, geliştirmekte olan ülkeler buna eşdeğer zararlara maruz kalacaklardır.³⁹

Geliştirmekte olan ülkelerin bu endişelerinin haklı yönleri bulunabilir. Ancak, iktisadi gelişmedeki rolü hatırlandığında hizmetlerin en etkin bir biçimde tedarik edinilmesinin önemi ortadadır. Hizmetlerin sadece yurtiçi ekonomide etkin olarak üretileceğinin bir garantisi yoktur. Yurtiçi üretim, bazı durumlarda daha etkin olurken, başka durumlarda da dolaysız yabancı sermaye yatırımları veya ithalat avantajlı olabilir.

Hizmet ticaretinde en önemli engeller *tarife dışı engeller* olup, teşhis edilmeleri de özellikle zordur. Birçok hizmet endüstrisi, tarife dışı engeller yoluyla yüksek derecede düzenlemelere konudur. Hizmet ticaretinde tarife dışı engellere ilişkin kategoriler Tablo 3'te görülmektedir:⁴⁰

1. Ürünlerin dolaşımına engeller (mesela piyasaya ulaşma, yurtiçi satın alım, teknik standartlar, aşırı yükler),
2. Sermaye hareketine engeller (mesela nakit sınırlamaları, ülkesine kâr transferi),
3. İşgücü dolaşımına engeller (mesela çalışma izinleri, dolaşım vergisi, vizeler),
4. Üretici yerleşmesine engeller (mesela yerleşme hakkı, üretim girdilerine ulaşma).

4.2. Uluslararası Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (GATS)

Hizmet Ticareti Genel Anlaşması (General Agreement on Trade in Services GATS), Dünya Ticaret Örgütü denetiminde uluslararası hizmet ticaretinin serbestleştirilmesiyle ilgili ilkeleri ve yükümlülükleri belirler. Hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi düşüncesi esas itibarıyla ABD'ye aittir. Bu tavrın göstermelik

37. Riddle, 1987, s. 97 ve Norman ve Stranden, 1987, s. 49.

38. Kierzkowski, 1987, s. 42.

39. Richardson, 1987, s. 59.

40. Riddle, 1987, s. 97-98.

Tablo 3. Hizmet Ticaretine Tarife Dışı Engellerin Çeşitleri

Hizmet Ticareti Kategorisi				
	Sınır Ötesi		Yatırım	
Engel Konuları	Sınır Ötesi	Yurtiçi	Yabancı Kazançlar	Üçüncü Ülke
Ürün Hareketi	Piyasaya ulaşma Yerel satınalma Telematics Hükümet faaliyeti Teknik standartlar Yükler/Vergiler Fikri mülkiyet	Telematics	Piyasaya ulaşma Yerel satınalma Telematics Hükümet faaliyeti Teknik standartlar Yükler/Vergiler Fikri mülkiyet	Piyasaya ulaşma Yerel satınalma Telematics Hükümet faaliyeti Teknik standartlar
Sermaye Hareketi	Nakit sınırlamaları	Nakit sınırlamaları	Nakit sınırlamaları Kendi ülkesine kâr transferi	Nakit sınırlamaları Kendi ülkesine kâr transferi
İnsan Hareketleri: İşgücü Tüketiciler	Çalışma izinleri	Vizeler Hareket vergisi	Çalışma izinleri	Çalışma izinleri Vizeler Hareket vergisi
Üretici Kuruluşu			Kuruluş hakkı Üretim girdilerine ulaşma	Kuruluş hakkı Üretim girdilerine ulaşma

nedeni ABD'nin serbest ticarete taraftar olması olarak lanse edilmekle beraber, asıl nedenler çokuluslu Amerikan şirketlerinin baskıları ve ABD'nin ihracatı içinde hizmetlerin payının hızla artmasıdır.⁴¹

GATS'in getirdiği ilkeler, Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması'nın (GATT) ilkeleriyle benzerlik göstermektedir. GATS, uluslararası ticaretin serbestleştirilmesiyle ilgili seri görüşmelerden biri olan Uruguay Görüşmeleri'nde imzalanmıştır.

GATS'in üye ülkeler için uyulmasını zorunlu kıldığı bazı kurallar ve yükümlülükler vardır. Bunların başlıcaları en çok kayırılmış ülke kuralı, piyasaya giriş ve ulusal ayrımcılık yükümlülükleri ve taahhüt listeleridir.

En çok kayırılmış ülke kuralı, üye ülkelerden birinin hizmet ticareti konusunda bir ülkeye verdiği tavizin tüm ülkelere de verilmesini zorunlu kılar. *Piyasaya giriş ve ulusal ayrımcılık yükümlülükleri*, üye ülkelerin belirledikleri hizmetlerle sınırlı olup, birincisi üye ülkelerin serbestleştirme planlarında yer verdikleri şartların bütün yabancı hizmet firmalarına uygulanmasını; ikincisi ise bir üye ülkenin anlaşmaya taraf olmayan bir ülkeye tanıdığından daha kötü koşulları üye ülkelere uygulayamayacağını ifade eder. *Taahhüt listeleri*, hizmet ticaretinin hangi ölçüde serbestleştirileceği ile ilgilidir. Bu listeler, üye ülkelerin, kendi hizmet endüstrilerine başka ülkelere ait firmaların girişini kısıtlamaya yönelik olarak uyguladıkları engelleri ne ölçüde ortadan kaldırabilecekleri veya ağırlaştırabilecekleri konusundaki taahhütlerini içermektedir.

41. Seyidoğlu, 1998, s. 756-58.

Uruguay'da imzalanan Ticaretle İlişkili Fikri Mülkiyet Hakları (TRIPs) ve Ticaretle İlgili Yatırım Tedbirleri (TRIMs) konusundaki anlaşmalar da hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi açısından önemlidir. Birinci anlaşma, fikir ve sanat ürünleri üzerindeki mülkiyet haklarının korunmasıyla; ikinci anlaşma ise, yabancı sermaye yatırımlarında aranan yerli girdi kullanma ve üretimin belirli bir oranını ihraç etme zorunluluklarının kaldırılmasıyla ilgilidir.

GATS'a üye ülkeler, 1997'de imzaladıkları Temel Telekomünikasyon Hizmetleri Anlaşması'yla telekom hizmetleri alanında rekabetçi bir ortamın oluşturulmasını hedeflemişlerdir. Bu anlaşmayla ABD, Avrupa Birliği ve Japonya 1998 başından itibaren piyasalarını geniş ölçüde dış rekabete açmayı kabul etmiştir. Birçok gelişmekte olan ülke de bu yönde önemli adımlar atmıştır.

KAYNAKLAR

- John B. Richardson, "A Sub-sectoral Approach to Services Trade Theory", in *The Emerging Service Economy*, ed. by Erio Giarini, New-York: Pergamon Books, 1987, s. 60.
- Bhagwati, Jagdish. "International Trade in Services and its Relevance for Economic Development", in *The Emerging Service Economy*, ed. by Erio Giarini, New-York: Pergamon Books, 1987, s. 3-34.
- Kierzkowski, Henryk. "International Trade in Services: Comments", in *The Emerging Service Economy*, ed. by Erio Giarini, New-York: Pergamon Books, 1987, s. 39-43.
- Melvin, James R. "Trade in Producer Services: A Heckscher-Ohlin Approach", *Journal of Political Economy* 97(5), (October 1989), s. 1180-96.
- Norman, V.D. and Stranden, S.P. "International Trade in Services: Comments", in *The Emerging Service Economy*, ed. by Erio Giarini, New-York: Pergamon Books, 1987, ss. 44-49.
- Parasız, M. İlker ve Yıldırım, Kemal. *Uluslararası Finansman: Teori ve Uygulama*, Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları, 1994.
- Riddle, Dorothy I. "The Role of Service Sector in Economic Development: Similarities and Differences by Development Category", in *The Emerging Service Economy*, ed. by Erio Giarini, New-York: Pergamon Books, 1987, ss. 83-104.
- Ruysen, Olivier. "The New Deal in Services-A Challenge for Europe", in *The Economics of Services*, ed. by Gary Akehurst and Jean Gadrey, London: Frank Cass, 1987, s. 99-109.
- Sapir, André. "International Trade in Service's: Comments", in *The Emerging Service Economy*, ed. by Erio Giarini, New-York: Pergamon Books, 1987, s 49-53.
- Seyidoğlu, Halil. *Uluslararası İktisat: Teori, Politika ve Uygulama*, 12. Baskı, İstanbul: Güzem Yay., 1998.

Ufuk Tarhan*

TÜRKİYE HİZMET SEKTÖRÜ 2023'TE NASIL BİR DÜNYADA YER ALACAK?

2023 Türkler için çok önemli bir yıl, çünkü Cumhuriyetin 100. yılını kutlayacağız.

1919-1923 Kurtuluş Savaşı ve ardından gelen büyük zaferin anlatımlarında; sırtında top mermisi taşıyan anaların fotoğrafı her Türk çocuğunun hafızasındaki en önemli görüntülerden biridir. Kuşkusuz koskoca savaş o 1-2 top mermisi ile kazanılmadı. Ulusumuzu zafere asıl taşıyan; o mermileri taşıyan anaların yetiştirdiği neslin yüreklerindeki ateş ve coşkuydu.

Peki, Türkiye 2023'te, o zorlu yıllardan tam 100 yıl sonra; yine atılım yapan, yeni dünyanın kazananlarından biri olmayı nasıl başaracak? 2030-2040 ve 2050'lere hazır olmak için neler yapmış olmalıyız?

Yanıt belli aslında... Bu sefer bize zafer kazandıracak olanlar; cephane taşıyan değil, internet girişimcisi, sanal ticaret yapan, blogger annelerin, kadınların yetiştirdiği, teknolojiyi işine ve yaşamına entegre edebilmiş nesillerden çıkacak.

Hangi sektörde olunursa olunsun; yeni zirvelere bayraklar; bulutların üzerinde kurulmaya başlayan, dijital dünyada, web ekonomisinde ve ağırlıklı olarak 'hizmet' edilerek dikilecek. Alın terinin yerini 'akıl teri' alacak.

* Fütüristler Derneği Başkanı, M-GEN Gelecek Planlama Merkezi Kurucusu

Takip eden bölümlerde bu radikal, ışık hızındaki değişim ve dönüşümün nasıl ve hangi alanlarda, ne şekilde gelişeceğini, oluşacağını okuyacaksınız...

Bu yazının amacı kehanette bulunmak değil; bilgi, teknoloji ve akıl süzgecinden geçmiş, 'olabilecek çeşitli senaryoları' paylaşmak ve düşünceleri kışkırtmak ve harekete geçme konusunda ilham kaynağı olmaktır.

Yine de en son söylenecek şeyi baştan söyleyelim; uz-görünen o ki Türkiye için gelecek güzel gelecek... Eğer; geleceği, gelecekteki başarı faktörlerini doğru anlamlandırır ve stratejilerimizi, planlarımızı uzgörülü fütürist bakış açısı ile sürdürülebilir şekilde yapılandırırsak.

Başlayalım o zaman...

Geleceği Anlamak İçin Özellikle 2008-2010 Arasını İyi Algılamalıyız

2008'de, 1997'den beri inanılmaz bir hızla büyüyen, Amerika'nın en büyük 7. şirketi, kimsenin iflasını rüyasında görse inanmayacağı Enron; neredeyse bir gecede hisseleri seksen dolardan bir doların altına düşerek çökünce, dünya global finansal krize girdi.

2008: Kriz, neden oldu? Krizden nasıl çıkılır? 2009'da biter mi? Ne zaman geçer?

2009: Kriz bitiyor mu? Bizi teğet geçti galiba, şükür! Şu ülkeleri, markaları, şirketleri dağıttı, şunlar-bunlar düzlüğe çıktı vs. Haydi toparlanma sürecine hazırlanalım, satışları-kazançları arttırmak için neler yapalım?

2010: Durum fevkalade! İyi bir sene kapatıyoruz. Kârlılık oranları çok yüksek olmasa da, işsizlik artsa da ekonomik büyümede hız kesmedik, kesmeyeceğiz. Sosyal medya, dijital pazarlama önemli. "Aman durmayalım, ileri!" haline dönüştü. Reklamlarda, sloganlarda, iletişimde her beş kelimedenden birinde muhakkak 'gelecek' kelimesi geçer oldu. Gözler geçmişten geleceğe dönmeye, krizden kurtulma telaşından, gelişmeye, büyüme stratejilerine çevrilmeye başladı. Girişimciliğe teveccüh hızla artarken, enerji, sağlık, inşaat, bankacılık, turizm ve özellikle de internet-teknoloji ilk hareketlenen alanlar oldu.

Daha Fazla Dönüşüm

2008'de daha ortada olmayan Twitter sanki hep varmış gibi günlük hayatımıza girdi. 10 yıl önce ortalıkta olmayan Google, 2009 ve 2010'da iki yıl üst üste, dünyanın en değerli markası haline geldi. Gen kopyalama başarıldı, ilk insan yapımı canlı hücre geliştirildi. Şirketler ve bireyler bir yıl içinde Facebook'u en

önemli iletişim araçlarından biri, sosyalleşme ya da onu engelleyen mecralardan biri olarak değerlendirmeye başladı. Cep telefonları hızla akıllı-minik bilgisayarlara, smart phone'lara, Blackberry, iPhone ve benzerlerine dönüştü. İki yaşındaki çocuklar dahi fotoğraf çekip, e-mail yollamaya başladı. Daha sadece birkaç kişide var diyebileceğimiz sayıda iPad olmasına rağmen tüm bankalar, yayın organları vs. iPad uygulamalarını hazırladılar ve kullanıma sundular. Finansal ve alışverişe dair günlük, anlık tüm operasyonlar, hızla internete taşındı. En büyük bankalarımızdan biri, işlemlerinin % 80'ini internet bankacılığı ile yapmakta olduğunu açıkladı. 3D televizyonlar, holografik ekranlar, genetik tartışmaları, konsolların yerine augmented teknoloji kullanan 3D oyunlar, uzaktan eğitim, sanal buluna ile video konferanslı toplantılar vs. yaşamımızın parçası oluverdi. İşlerini, dükkanlarını 'bulut'a taşıyanlar; 'sen de gel bak, buralarda imkânlar çok fazla' demeye başladı. Türkiye sosyal ağlardaki en aktif ve kalabalık dijital nüfusa sahip ülkelerden biri haline geldi.

Kısacası; 2008'de yeni ama bu defa 'çok farklı, hiç öncekilere benzemeyen bir küresel kriz dönemi' diye başlayan algı ve söylemler; 2010'un sonlarında yerini 'dünya yepyeni bir çağa geçiyor ve on yıl kadar bu geçişin krizini değil, türbülansını yaşayacak'a bıraktı.

Ülkemiz Dünyanın Gelecekteki Yıldız Ülkeleri Arasında

Türkiye'miz 2001'de aldığı ders ve önlemlerle bu kriz sanılan süreci az hasarla, büyümeye, yapısal düzenlemelere devam ederek akıllıca yönetti. Şu anda ülkemiz dünyanın yıldız ülkeleri arasında. Jeopolitik, demografik, ekonomik özellikleriyle; global arenadaki oyuncular nezdinde, her türlü gelişme, büyüme senaryosunun odağında değerlendirilen ülkeler arasında.

Kimilerinin geliştirmekte olan E7'ler (Çin, Hindistan, Brezilya, Rusya, Endonezya, Meksika ve Türkiye) içinde değerlendirdiği; bazı kuruluşların CIVETS diyerek bizi Kolombiya, Endonezya, Vietnam, Mısır, Güney Afrika ve Türkiye diye umut vaat edenler arasına aldığı ya da BRIC'e (Brezilya, Rusya, Hindistan, Çin) + T olarak eklediği bir konumdayız.

Yurtdışından ışıltımıza bakan gözler çakmak çakmak. Yatırımcıların ilk aklına gelen, işbirliklerinde ilk kapı çalınan, kısacası belki de tarihimizin fırsatlara en açık dönemlerinden birindeyiz... 2011 ve sonrasını eğer akıllıca, iyi değerlendirirsek; Türkiye yeniçağın yükselen yıldızı olması beklenen ülkeler arasındaki en kuvvetli adaylardan biri. Bu fırsatı değerlendirmek için gelecekte olması beklenenlere göz atalım:

Geleceklerle Gelecekler: Yeniçağ Ne Demek?

Artık yeni bir çağdayız, herkes bunda hemfikir. Peki nedir bu 'yeniçağ'?

Tarım, sanayi, bilgisayarlarla başlayıp, internet ve GSM teknolojileri ile bilgi-iletişime dönüşen dönemleri tamamlayıp, Sibernasyon Çağı'na geçtiğimiz ilk yılları yaşıyoruz. Sibernasyon; nano ve genetik teknolojilerinin tüm yaşam ve iş formlarımızı bir kez daha değiştirip, dönüştürüp, evrensel oyun kurallarını baştan aşağı yenileyecek; robotlar ve akıllı sistemlerle ilk defa yan yana, iç içe çalışacağımız-yaşayacağımız devrimsel bir dönüşüm çağı. Her şeyi dijitalleştirebildiğimiz, milyarda birlere varan oranda küçültüp, en küçük moleküle ya da DNA formülüne inebildiğimiz ve onu yeniden programlayabildiğimiz bir süreçteyiz. İnsanlık olarak kudretimiz ve sorumluluklarımız hiç bu kadar yüksek seviyede olmamıştı!

Şimdi; bilgi ve teknolojiyi en çok algılayabildiğimiz bu yeniçağda diyebiliyoruz ki; 'aslında dünyanın kaynakları kıt değilmiş, biz öyle sanıyormuşuz! Hatta biz, biter sandığımız tüm hayati kaynakları sınırsız şekilde, yenilenecek biçimde kullanabilir, üretebilirmişiz...' Bu algı ve bakış açısı oyunun tüm kurallarını baştan aşağı farklılaştıracak derecede radikal bir devrimi ifade ediyor!

Her kim; 'ufak tefek revizyonlarla ve kendine göre yenileşmeyi ve yeni başarı tarifini kotarırım' zannederse, yeniçağın kaybedenlerinden olur. Bunda en ufak bir şüphemiz olmaması gerekir. O zaman önce şu andaki dünya durumuna göz atıp, yeniçağın yeni gerçeklerine, normlarına, gerekliliklerine, çoktan fırlatılmış işaret fişeklerine doğru hızla ilerleyelim...

Dünyada 2011 ve Sonrası İçin Uzgörüler

IMF tahminlerine göre; 2010'da dünya, % 1,15 nüfus artışı ile birlikte, % 4,2 ekonomik büyüme gerçekleştirecek. Dünyanın ortalama kişi başı milli geliri ise yıllık % 3 artmış olacak.

Dünya 2050'ye kadar bilgi, biyo, nano ve bilişsel teknolojilerin exponansiyel hızla geliştiği, tüm iş-yaşam-eğitim formlarının değiştiği, insanlık tarihinin en zorlu-kritik dönemlerinden birini yaşayacak. 2050'ye kadar 9 milyara çıkması beklenen dünya nüfusunun kaynakları tüketme hızı ve şekli, iklim-doğa değişiklikleri, terörizm-organize suç ve felaketlerin devamı ve birbiri ile etkileşimli artışı sürerse, önümüzdeki 5-10-20 ve 30 yıl içinde, dünyanın sürekli bir türbülans, transformasyon ve kaos içinde olacağını kestirmek zor değil.

Önceki çağlarda, hatta yakın zamanlara kadar; ulus devletler, sınırlar, birtakım ekonomik ve coğrafi ülke birlikleri, dayanışma anlaşmaları ortak politikalarla sanki kendilerini dünyanın bir kısım dertlerinden koruyabilir veya üstünlükler

sağlayabilir zannediliyordu. Oysa tüm dünya farkında ki ülke-devlet-millet-sınırlar-paktlar vs. artık eskisi kadar belirleyici, ayrıştırıcı, en azından sürekli olamıyor. İyi-kötü her türlü etki ve durum çok kısa bir sürede tüm dünyanın ortak meselesi haline geliyor. ‘Hepimiz aslında dünya vatandaşıyız. Daha iyi bir gelecek ve sürdürülebilirlik için birbirimize bağlıyız’ farkındalığı giderek yükseliyor. Bu nedenle Türkiye hizmet sektörü 2023 başlıklı bir konuyu irdelerken, dünyanın geleceğine, fütürist bakışla, hayati açılardan göz atmak gerekiyor. Çünkü ancak küresel yapının içinde kendimizi konumlandırabilirsek, en başta belirttiğimiz ‘yıldız kazananlardan’ olma ihtimalimiz var.

Fütürist bakış derken; geleceğin tahmin değil, tasarlanabilir olduğunu kabul eden ve bunu yaparken uzgörülü sürdürülebilir stratejik senaryolarla planlamacı bakışı kastediyoruz. Aynı zamanda uzak, uzman ve uzlaşmacı yaklaşıma vurgu yapıyor, uzlaşmanın da zamansal, disiplinler arası, insanlar arası olması gereğinin altını çiziyoruz.

Ölçek: Aşırı

Gelecek 10-20 yılda, tüm toplumlar “her şeyin aşırılığı” ile başa çıkmayı öğrenmek zorunda kalacak. Birçok kaynağın tükenmeye yüz tuttuğu bir dönemi atlarmaya çalışacağız. Bugün aklımıza gelmeyen pek çok uzmanlığın karışımından oluşan yeni uzmanlıkların türediğine, geliştiğine şahit olacağız. Örneğin, yakın bir gelecekte, bir fizikçinin, ekonomi ile ilgili tavsiyelerde bulunması normalleşecek; karma disiplinlerin uzmanları hepimize rehberlik edecek. Yeni tür uzmanlıklar; tahılın genetiği ile oynanması, iklimsel değişimlere karşı direnç, atmosfere salınan karbon miktarını düşürme gibi kritik çevresel ve kaynak sorunlarını çözümünde etkin rol oynayan yeni otoriteler haline gelecekler. Yeniçağın en hızlı gelişecek, dönüşecek hizmet alanlarında biri de sektörel akreditasyon ve sertifikasyon uzmanlıkları olacak.

İş ve Ekonomi

Nano ve genetik gelişmelerle, önümüzdeki 10 yılda tüm sektörlerdeki materyal teknolojisi değişeceği için, materyalin ürüne, hizmete dönüşmesini sağlayan tüm servisler de evrim geçirecek ve geçirmek zorundadır.

Öncü sektörler; enerji, sağlık, gıda, hızlı tüketim, eğitim, bankacılık, otomotiv, tekstil, inşaat, ulaşım, haberleşme-medya, turizm-eğlence vs. demekle beraber, hepsi birbiriyle etkileşim içinde olduğu için sektörel dönüşümler aslında eskisi kadar birbirinden keskin hatlarla ayrışamayacak. Her şey büyük bir hızla topyekûn ve yepyeni alanlara doğru olacak.

Fizikçiler, yarının ekonomik tahminçileri olma yolunda. Ortalamalara dayanan ekonomistler ekono-fizikçilere dönüşecek. Çünkü; ekonomik olayları uzgörmeye; karmaşık sistemleri, geri besleme döngülerini, ardışık etkileri, irrasyonel karar verme süreçlerini ve başka istikrar bozucu etkileri de değerlendirmeye almak zorunlu hale gelecek.

2020-2040 arasındaki iki on yıllık dönem, doğal kaynak kıtlığının “her şeyin tepe noktası” ile karşılaştığı zamana denk gelecek. Antimon (yarı iletkenlerin üretimi için gerekli olan stratejik bir mineral) arzı, 2020 ile 2040 yılları arasında zirve yapacak. Tantal (kapasitör ve rezistans üretimi için gerekli), 2025 ile 2035 arasında tepe noktasına ulaşacak. Çinko (batarya üretiminde önemli bir metal) ise 2025 ile 2035 arasında tepe noktasına ulaşacak.

2050 yılı ve sonrasının kıtlık sonrası iş çevresi, yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına sebep olacak. Endüstriyel üretimin birçok bölümünün bilişim teknolojisinin alanına girmesiyle birlikte dijitalleştirme veya “atomu bitlere dönüştürme” yetisi, giderek kıtlığı iş denkleminde uzaklaştıracak.

Gelişen endüstriler, görülmemiş bir global ekonomik büyüme ve kalkınma döneminin yolunu açacak. Nanoteknoloji, güneş ve rüzgâr enerjisi, su kaynakları sistemleri ve tuz giderme tesisleri, uzay turizmi ve çevresel restorasyon gibi alanlar dünya çapında milyarlarca yeni iş, hizmet alanı geliştirecek.

‘Sözde çevreciliğe’ karşı tepkiler yükselecek. Somut çevresel faydaları olmayan ürünlerin “doğal” gibi anlamsız terimlerle etiketlenmesi, gerçek çevre dostu işletmeleri desteklemek isteyen tüketicilerin tepkisine neden olacak. Üreticiler; ‘suda eriyebilen plastik ambalaj kullanmak’ gibi sürdürülebilirlik ilkesini gözetilen ürünler geliştirmek zorunda kalacaklar.

Bilgisayar ve Otomasyon

Düşünce gücümüzle dağları yerinden oynatmak mümkün olmayabilir, fakat robotlar bizim zihinsel komutlarımızı bekliyor olacak. Geliştirilmiş beyin-bilgisayar arayüzleri kullanıcıların bir robot kolu kullanmalarına imkân verecek. Robot protezler için arayüzler geliştirilecek, böylece kullanıcılar zihinlerini kullanarak kendi yapay uzuvlarını yönetebilecekler.

İnternet daha akıllı, hatta duygulu olacak; istenilen her şey daha az zaman harcayarak, çok daha kolay aranıp bulunacak. Anlamlandırmaya ve bulunanları kullanarak yeni şeyler yaratmaya daha fazla zaman ayrılabilir. “Tank” terimini aradığınızda, internet sizin silahlı bir aracı mı yoksa petrol saklamak için bir şeyi mi kastettiğinizi bilmez. Semantic web (daha akıllı, duyguları da öğrenmeye başlamış web) için arama motoru geliştiricileri; programlarına kelimelerin diğer

arayıcılar arasındaki popülaritesinden ziyade nasıl kullanıldıklarına dayalı olarak anlamlandırmayı öğretmeye başladılar bile.

Bir “Skinput” bilgisayar arayüzü, sanal bir klavyeyi avucunuzun içinde taşımanıza olanak verecek. Carnegie Mellon araştırma ekibi tarafından geliştirilen cihaz, sanal klavye ekranını yaratan küçük bir projektörden ve cildinizin belirli kısımlarına dokunan parmağınızın sesini tanıyan bir sensörden oluşuyor. Bu tür ürünlerin demo videoları Youtube’da çoktan yayınlanmaya başladı.

Akıllı tekstiller sayesinde gelecekte müzisyenler “kendilerini çalabilecek”. İsveç Tekstil Okulu’nda bazı öğrenciler tarafından geliştirilen prototip giysilerde kumaşın içine işlenmiş sensörler, dokunulduğunda arp benzeri sesler üretiyor.

Gelecekte savaşlar daha az ölümcül olacak, çünkü yüksek riskli pozisyonlara daha az insan birlikleri yerleştirilecek. MIT’nin İnsan ve Otomasyon Laboratuvarında, otomatik muharebe robotları; özellikle kentsel savaşlarda orduya yardım etmek ve asker kayıplarını azaltmak için geliştirildi. GPS araçları ve robot askerler kargo taşıma, mayın temizleme veya ulusal sınırları gözetleme gibi birçok tehlikeli misyonu üstlenecekler. Sonuçta, gelecekte teknoloji herkesin beklediği gibi savaşlarda daha çok insan ölmesine değil, hiç ölmemesini sağlayan bir unsur olacak.

Eğitim

Sınıf içi - sınıf dışı kavramı arasındaki ayırım ortadan kalkacak. Hiper bağlantırlık çağı, çoğu profesyonelin kariyer ve kişisel hayatlarını harmanlanmış bir mozaik şeklinde örgülendirmelerini gerektirecek. Çalışma ve boş zaman haftanın her gününde uyanık olunan saatlerle iç içe geçecek, öğrencilik hayatı da aynı trendi yansıtacak. Bu şekilde, kendi kendine öğrenme, geleceğin öğretilen en önemli becerisi olacak.

Gelecekte, PhD unvanlı kişilerin sayısı çok artacak. Ulusal Bilim Vakfı’nın “Kazanılan Doktoralar” araştırmasına göre, ABD’de verilen doktora dereceleri altı yıl boyunca giderek artarken, 2008 yılında 48.802 ile rekora ulaşmış durumda. Bu derecelerin yaklaşık üçte biri geçici vize sahiplerine gitti. Bilgisayar bilimleri ve mühendislik dalındaki doktoralar son on yılda % 20’den fazla arttı. Eğitim dışında hümaniter PhD unvanları ise azaldı.

Çin, internet üzerinden büyük ölçekli eğitim konusunda öncü olabilir. Fakir kırsal işgücünü eğitmek gibi bir sorunla karşı karşıya olan, fakat öğretmen kadroları yeterli olmayan Çin; halkının çoğunu internet üzerinden eğitime başarısını gösteren ilk ülke olabilir. 2003 ila 2007 yılları arasında Çin, kırsal kesime yönelik uzaktan eğitim projelerine 1 milyar dolar civarında harcama yaptı.

Sosyal ağlar, daha işbirlikçi bir öğrenme şeklini kolaylaştırabilir. İnternet kuşağı, teknolojileri hem sosyalleşme, hem de çalışma ve öğrenme için kullanacak. Bunun sonucunda yeni nesillerin problemlere yaklaşımları; rekabetçi olmaktan ziyade, ekip çalışmasına dayalı, paylaşımcı biçimde gelişecek. Dolayısıyla öğretmenler, “talim terbiye, sahnede bilge” tutumuna dayalı pedagojik modelden vazgeçmek zorunda kalacak. Yöneticiler de ancak çalışanlara partner, paydaş gözü ile bakıp, kendi kendine organizasyon için daha fazla özgürlüğü teşvik ederse başarılı olabilecek.

Geleceğin CV'leri sosyal becerileri de içine alacak şekilde genişleyecek. Sosyal ağ çağı, üç temel becerinin (okuma, yazma, aritmetik) haricinde öz disiplin, sorumluluk bilinci ve medya okur-yazarlığı gibi sosyal becerilerin hayati önem kazanmasını da beraberinde getirecek. Eğitim; grup çalışmaları, sınıf içi tartışmalar ve öğrencilerin ders materyali ile etkileşime girmesine olanak sağlayacak başka alıştırmalar yapmak gibi daha aktif öğrenme şekilleri içerecek.

2020'de okullar; öğrencilerin kitap, kalem, kâğıtla okuması ve yazma oranının hızla azalacağı, dijital olmayan mecraların çoğalacağı ortamlara dönüşecek. Eğitimciler ve öğrenciler, zekânın en iyi dijital ve dijital olmayan araçların karışımı ile oluştuğunun farkında olarak, dijital olmayan alanı müfredatın önemli bir parçası olarak kabul edecek.

Mesajlaşma, mikro bloglama ve online araçların aşırı kullanımı öğrencilerin yazma ve akademik performanslarını olumsuz yönde etkileyecek. Öğrenciler klavye başına geçip yazmaya başladıklarında, bezgin bir yazma tarzına doğru kayıyorlar. Kısaltmalarla ve imla hatalarıyla yetişen çocuklar çoğaldıkça, üniversitelerin bu tür becerileri kazandıracak hazırlık sınıfları ve işyerlerinde de çalışanlar için daha fazla yazma koçu işe alınacak.

Geleceğin üniversite kampusunda sınıfların önemi kalmayacak. Gelecek kuşak üniversite öğrencileri istedikleri yerde yaşayıp, istedikleri kadar dersi (hatta derslerin tamamını) online olarak alacaklar. Dereceleri uluslararası akreditasyon kuruluşları tarafından onaylanmış olacak. Fakat küreselleşmiş bir eğitim ortamında bile öğrenciler, bir kampus topluluğunda başka öğrencilerle birlikte olmak, sosyalleşmek, insani ihtiyaçlarını gidermek, paylaşmak isteyecekler.

Enerji

Elektrikli araçlara geçiş, enerji sorununu çözmeyecek. Bu geçiş, karbondioksit kirlenme sorununu azaltacak olsa da, fosil yakıttan tamamen elektrikle çalışan araçlara geçiş; ev aletleri, bilgisayarlar, cep telefonları ve diğer tüketici elektroniğinden oluşan elektrik ihtiyacını arttıran faktörlerden dolayı elektrik talebinin karşılanmasına yetmeyecek. Farklı enerji kaynakları bulunacak.

Fizyona Karşılık Fosiller: Nükleer enerji yakında, petrolün önüne geçebilir. Başta elektrik olmak üzere enerji talebi hızla artmaya devam edecek, fakat bu gücü hangi kaynak sağlayacak? Fosil yakıtlar, karbondioksit kirlenmenin % 90'ının sorumlusu olarak suçlanıyor, güneş veya rüzgâr enerjisi gibi yenilenebilir enerji kaynakları henüz anayük enerji kadar güvenilir değil, dolayısıyla nükleer enerji, günümüzde dünya elektrik ihtiyacının % 16'sını karşılarken 2030'a kadar yaklaşık % 30'unu karşılaması bekleniyor.

Elektrikli araçlar sayesinde fosil yakıtla çalışan araçlar kullanımdan kalkabilir. ABD, 21. yüzyılın ortalarında, petrolle çalışan araçları daha dayanıklı ve daha az bakım gerektiren elektrikli araçlarla ikame etmeyi planlıyor.

2020'lerde alternatif enerji türleri fosil yakıtların yerini alacak. Bu, Çin'in ve Hindistan'ın kömür santralleri konusunda ısrarlı olması halinde bile böyle olacak. Bu inatlaşma, başa çıkılamaması durumunda küresel bir gerginliğe doğru gidebilir. Başa çıkılabilirse, yeni pazarlar ve gelişmeler için lokomotif olabilir.

Sim, güneş enerjisi sağlayabilir. Sim parçası boyutundaki fotovoltaiik piller tekstillerin içine işlenerek neredeyse her zaman, her yerde mevcut bir mobil enerji kaynağı olarak kullanılabilir. Sandia Ulusal Laboratuvarları'nda geliştirilen bu küçük piller, olağan mikro-elektromekanik sistem (MEMS) teknikleri kullanılarak seri olarak üretilebileceğinden güneş enerjisinin maliyetini de düşürebilir.

Alternatif enerji kaynaklarının giderek artan rekabeti, petrol fiyatlarındaki artışı kontrol altında tutacak. Nükleer enerji, bütün dünyada hızla büyüyor; örneğin Rusya'da 2030'a kadar 26 nükleer santralin daha kurulması planlanıyor. Güneş, jeotermal, rüzgâr ve dalga enerjileri de aynı şekilde petrole olan bağımlılığı azaltmaya yardımcı olacak. 2060 yılına kadar ise çevreyi kirlletmeyen hidrojen ekonomisi, maliyetli fakat uygulanabilir hale gelebilir.

Çevre

Daha fazla nükleer santral inşa ediliyor, fakat bu karbondioksit kirlenmeyi azaltmaya yetmeyebilir. 2007 yılı sonunda, dünyada çalışır halde olan 439 nükleer santral mevcuttu. Dünya çapında 25 ülkede 112 yeni santral kurulması planlanıyor, ancak eleştirenler, nükleer enerjinin belirgin bir şekilde karbon emisyonunu azaltmaya katkısının olabilmesi için 2000 civarında yeni reaktöre ihtiyaç olduğu görüşünü savunuyor.

Dünya okyanuslarındaki ölü bölgeler hızla büyüyen bir çevresel krizdir. Tatlı su kaynaklarını ve kıyı ekosistemleri kirleten çok fazla hayvansal gübreye ve tarım gübresine izin veren endüstriyel tarım; balıkların, kabukluların ve diğer deniz canlılarının ihtiyaç duydukları oksijenin tükenmesi anlamına gelen

kirlenmenin başlıca sorumlusu olarak görülüyor. Gelecek yıllarda çözülmesi gereken en önemli sorunlardan biri olarak gündemimizde olacak.

Günümüzde koruma altında bulunan birçok tür, ani bir felaket sonucunda yok olabilir. 5000'in altında olan her tür yok olma tehlikesinden sadece tek bir felaket uzakta. Geniş yaşam alanlarının geri verilmesini ve kalan türlerin sıkı bir şekilde koruma altında tutulmasını sağlayan programlar sayesinde birçok tür uçuşumun kenarından dönebilir.

Dünya çapında bir dalga etkisi ortaya çıkabilir. Uzun yazlar, küresel ısınma; türü azalmakta olan ve başka hayvan türlerinin temel besini olan bu hayvanların üremesi için daha az zaman demek. Arktikte hızla değişen iklim ve yok olan türler, hayvan davranışlarının iklim değişimlerine bağlı olarak nasıl değişeceğine dair çok önemli işaretler veriyor.

Arktik eridikçe, Avrupa donacak. İklim değişiminin etkileri enleme göre değişir. Arktik bölgedeki deniz buzlarının erimesi büyük bir ihtimalle Avrupa, Doğu Asya ve Kuzey Amerika'nın doğusunda kışların daha sert ve karlı geçmesine sebep olacak.

CO₂ oranındaki artışlar, GDO'lu ürünlere ve yabani otlara yarıyor. Atmosferdeki karbondioksitin; genetiği değiştirilmiş soya fasulyesinin ve bunların direnç göstermeleri için değiştirildikleri yabani otların büyümesini hızlandırdığı ortaya çıkarıldı. Hızlı büyüyen bu istilacı yabani otlar, 2050'ye kadar milyonda 550 parçacığa çıkması öngörülen CO₂ oranlarından bile daha büyük bir sorun haline gelebilecek.

Koruma çabaları işe yaramazsa Aral Denizi 2020'ye kadar kurumuş olacak. Bir zamanlar dünya üzerindeki dördüncü büyük göl iken, Aral son birkaç on yılda dramatik bir şekilde küçüldü. Onu eski haline getirme çabalarından biri, Aral'ın daha küçük fakat az kirlenmiş ve tuzlu kuzey kısmını güney kısmından ayıracak bir barajın yapılmasıydı.

Beslenme ve Tarım

Tarım ürünlerinin genetiği, iklim değişimine karşı dirençli olmaları için değiştirilecek. Tarım alanında çalışan bilim insanları, bitkilerin içinde bulunan ve onların ısı değişikliklerini algılayıp uyum sağlamalarına yarayan "termometre" genini izole ettiklerine inanıyor. Bu geni buluş; her türlü iklim koşulunda yetişebilecek ürünler yaratabilir.

Çevreciler, genetiği değiştirilmiş ürünleri karbon azaltma tekniği olarak bağırllarına basabilir. Tıpkı nükleer enerji gibi, genetiği değiştirilmiş ürünler de uzun süre

çevrecilerin hedefi oldu, fakat bazı bilim insanları da bu ürünlerin sayısız faydaları olduğunu savunuyor. Örneğin, toprağın işlenmesini gerektirmeden büyüyecek şekilde değiştirilmiş ürünler (genetik olarak yeni türlerin yaratılmasıyla mümkün), topraktaki karbonun atmosfere salınmasını engelleyebilir.

Bina içi dikey tarım sayesinde kentler kendi kendini geçindirebilecek. Yakında, komple katları gıda yetiştirmeye ayrılmış “yaşayan” gökdelenler kentlerde yerlerini alabilir. Giderek kentleşen bir gelecekte, böylece gıda yetiştiricileri ile tüketiciler birbirlerine daha yakın; ayrıca “ekilebilir arazi” üçüncü bir boyuta doğru genişlemiş olabilir. Yani; göğe doğru. Bir bloktaki 30 katlı bir gökdelen, şu an mevcut teknolojileri kullanarak potansiyel olarak 50.000 İstanbulluyu doyurabilir.

Dünya, yeni bir gıda güvensizliği çağına adım attı. Yükselen gıda fiyatları, aç insanların sayısındaki hızlı artış ve toprak ve su kaynakları için rekabetin giderek yoğunlaşması, ulusların kendi sınırlı kaynaklarını daha iyi yönetmesi gerektiği, aksi takdirde gıda kıtlığı ile karşı karşıya kalabilecekleri anlamına geliyor.

Akiferlerden¹ aşırı çekim yapılması, potansiyel bir gıda krizine yol açabilir. Birlikte toplam dünya nüfusunun yarısına sahip ülkelerde su düzeyleri düşüyor. Tahminen 400 milyon insan (bunların 175 milyonu Hindistan’da ve 130 milyonu da Çin’de olmak üzere) halen aşırı çekime dayalı çiftlikler ve süreçler sayesinde besleniyor. Suudi Arabistan, ana akiferinin büyük ölçüde tükenmiş olması nedeniyle 2016’ya kadar ekin üretimini aşamalı olarak azaltarak durduracağını ilan etti.

Yaşam Alanları

Otomobilin yeniden tasarlanması daha sürdürülebilir kentler yaratılmasında katkıda bulunabilir. Dünya üzerinde 7,8 milyar insanın hizmetindeki 800 milyon araba ile kişisel ulaşım araçları halen hayatımızdaki dominant güç. Fakat 2020’ye kadar, petrolle çalışan özel arabalardan, ortak kullanımlı elektrikli araçlara geçiş yapacağız. Şehir kullanımı için çok daha küçük, hafif ve enerji tasarruflu araçların geliştirilmesi ve bu tür araçların özel mülkiyetten ziyade ortak kullanımlı olmasını kolaylaştıracak ağların yaratılması sayesinde, kentsel tasarım radikal bir şekilde değişime uğrayabilir.

Gelişmiş ülkelerdeki kentler, gelişmekte olan ülkelerdeki biçimselliği olmayan kentlerden sürdürülebilirliği öğrenebilir. Varoşlarda, gecekondu ve gettolarda yaşayan insanlar, daha varlıklı kişilere kıyasla kaynakları ve eşyaları daha verimli kullanmayı ve yeniden kullanmayı öğrendi. Mahalleler yoğun ve yürünebilir,

1. Akifer; suyun çok uzak mesafelere gitmesini sağlayan, yeraltı sularını pınarlara ve kuyulara ileten gözenekli toprak ya da jeolojik oluşum.

ticari ile konut fonksiyonları birbirinden ayrı değil, birbirine karışmış bir halde bulunuyor.

Geleceğin binaları daha az gürültülü olabilir. Yeni geliştirilen ses eşleştirme yazılımını kullanan mimarlar, bir odanın içinde geçen konuşmaların anlaşılamaz hale geldiği gürültülü noktaları görüp, oda şeklini ve malzemeyi değiştirerek toplantı alanları, açık ofisler ve hatta kafeleri bile konuşmaya daha elverişli ortamlar haline getirebilecekler.

Yapı tasarımına ve peyzaja yeni yaklaşımlar sayesinde yangın tehlikesi bulunan bölgelerdeki ev sahipleri korunacak. Ormanlık alanlarda ve savanlarda² insan yerleşiminin giderek artmasıyla birlikte mimarların, alev almaz yapı malzemesi, bol havalandırma ve ısıya dayanıklı pencereler gibi “ateşe duyarlı, akıllı” yapılar kullanması yaygınlaşacak. Peyzaj uzmanları alevleri besleyecek ve yayacak bitkileri binaların çevresinden uzak tutma konusunda uzmanlaşacaklar.

Geleceğin akıllı evinde duvarlar birbirleriyle, pencerelerle, TV ve buzdolabı ile konuşacak. Uzun zamandır hayalini kurduğumuz akıllı ev rüyasını gerçekleştirmenin anahtarı, nesnelerin internetini yaratmaya bağlı. Evimizde kullandığımız çok sayıdaki cihaz arasında bir ağ kurmak, oyun platformlarından buzdolaplarına kadar farklı üreticilerin cihazlarıyla uyum sağlayabilecek açık kaynak kodlu özel bir yazılım ağı yaratmak çok uzak görünmüyor.

Yakında “akıllı kentler” ortaya çıkabilir. Sensör toz, tümleşik bilgisayarlar, artırılmış gerçeklik ve başka bir sürü gelişen teknolojiler, kentleri dijital ortamlar olarak yapılandırma potansiyeline sahip.

Mimarlar, bina tasarımlarında iklim modellerine ihtiyaç duyacak. Binaların çoğu, bulundukları lokasyonun hava durumu tarihçesine göre inşa edilir. İklim değişimi yüzünden yüzyılın ortalarına doğru, küresel iklim değişiklikleri bu verileri geçersiz kılacak. Bu yüzden binaların enerji tüketimi, sel savunması ve diğer iklime bağlı etkilere yönelik dramatik şekilde değişen ihtiyaçlara uyum sağlayacak şekilde inşası en kritik bilgilerden biri olacak.

Sağlık ve Tıp

Üstün kaliteli tıbbi teşhis ekipmanları telefonunuzda bulunacak. Yeni bir aplikasyon, iPhone'un dahili mikrofonunu kullanıcının kalp atışlarının net sinyallerini almak ve gerçek zamanlı olarak da bir kardiyoloğa iletmek üzere kullanıyor. iStethoscope'un mucidi Peter Bentley, tanı amaçlı aplikasyonların geleneksel tıbbi ekipmanlarından hem daha güçlü, hem de daha ucuz olduğu, hatta er ya da geç çeşitli tıbbi aletleri herkesin cebine koyacağı görüşünde.

2. Bolca ağaç ve çalıdan oluşan yeşil alanlara verilen ad.

Bilim adamları, meme kanserinin tedavisinde milyarlarca dolarlık ilaç şirketlerinden daha büyük rol oynayabilir. Dünya çapındaki gönüllüler, online olarak tek bir sorunun çözümü üzerinde çalışarak ilaç geliştirme alanında devrim yaratacaklar. Açık erişim sayesinde fikir paylaşımı, protokol ve araç yayınlama, sonuç doğrulama, kötü tasarımları eleme, en iyi uygulamalar konusunda haberleşme vb. kolaylaşacak.

Genetik olarak bireyselleştirilmiş ilaçlar, ilaç geliştirme maliyetlerini düşürecek. Hücrelere yazılım hazırlamak anlamına gelen, DNA sentezine dayalı bir genetik mühendisliği teknolojisi olan sentetik biyoloji, biyomühendisliğin maliyetini birkaç basamak aşağıya çekecek.

Aşıyla fobilerin hakkında gelinebilir. Hiroshima Üniversitesi'nde Japon balıkları üzerinde yapılan deneylerde, anestezi lidokain enjekte edilen balıkların kalp atışlarında sakinleşme görüldü, bu da insanların irrasyonel korkularını yenmelerine yardım etmek konusunda umut veriyor.

Gelişmiş nanorobot ilaçlar yardımıyla yapılacak klinik tedaviler 2020'lerde başlayabilir. Aynı genetik etkilere sahip ilaçları yazmaktan ziyade geleceğin doktorları, dijital hassasiyetle hareket eden, yan etkileri olmayan ve yaptıklarını detaylı olarak doktora rapor edebilecek nanorobot tedavileri reçeteleyecek.

Oynayacak daha güvenli yerlerin temin edilmesiyle çocukluk obezitesi trendleri tersine çevirilebilir. Kâr amacı gütmeyen KABOOM! organizasyonuna göre, Amerikalı çocukların tavsiye edilen günlük 60 dakikalık fiziksel aktiviteye ulaşamamalarının bir sebebi, yürüme mesafesindeki oyun parklarının eksikliği. Grup geçtiğimiz günlerde, yerel grupların geliştirdiği, oyun oynamayı teşvik edici yaratıcı fikirlerini onurlandırmak amacıyla bir kampanya başlattı.

Psikiyatristler, depresyon yerine karakter zayıflığını ve akut öz yönelimlilik eksikliğini tedavi edecek. St. Louis'deki Washington Üniversitesi'nden Robert Cloninger, ruh sağlığı doktorlarının, on yıllardır az etkiyle hastaları psikotropik ilaçlarla bunalttıklarını belirtiyor. Bazı insanlar sadece genetik olarak daha mutlu olmaya yatkın olabilir. Cloninger, klinik tedavinin ancak genel olarak daha doyumsuz bir yaşama ulaşması için hastanın kişilik gelişimini ve öz yönelimliliğini iyileştirerek fark yaratabileceği. Nörobilim gelecekte, bugün baş edemediğimiz pek çok psikolojik ve psikiyatrik sorunu çözebilecek çalışmaları yapmaya başladı bile.

Bilgi Toplumu

Dijital izler ortadan kalkacak mı? İletişim teknolojileri, anında pişman olacağınız kelimeleri söyleyivermenizi kolaylaştırıyor. Bu nedenle Washington Üniversitesi'ndeki bilgisayar bilimcileri e-posta, sohbet mesajları ve Facebook yazılarına son kullanma tarihi koymak için bir yol oluşturdular. Vanish adı verilen sistem mesajları şifreliyor

ve verileri dosya paylaşım ağlarındaki çeşitli bilgisayarlara paylaşıyor. Ağda devir oldukça kullanıcılar kendi paylarına düşen şifreli anahtarları beraberlerinde götürüyor ve mesajı çözülemez hale çeviriyor.

Yazılı kelimeler 2050 yılına kadar kullanımdan kalkabilir. Fütürist William Crossman'a göre web surfing, internet video, bilgisayar oyunları, mesajlaşma ve Twitter; metin okuryazarlığında belirgin ve global bir düşüşe yol açacak. Geleneksel okuma, düşünme ve araştırma becerilerinden uzaklaşma yönündeki bu trend muhtemelen önümüzdeki birkaç on yıllık dönemde daha görsel iletişim araçlarına doğru bir yönelmeye neden olacak. Yeni iletişim araçları geliştirildikçe, yeni nesil kullanıcılar yazılı kelimeler dahil eski bilişim teknolojilerini giderek daha çok reddetme eğiliminde olacak.

Arama motorları yakında sadece metin değil, sesli ve görsel sonuçları da verecek. Televizyon yayınları ve diğer kayıtlar, akıllı analiz merkezleri tarafından geliştirilen programlar kullanılarak derlenip dönüştürülebilir. Artık daha çok insan kameraların ve mikrofonların karşısında daha fazla zaman harcadığından ve bu kayıtların çoğu çevrimiçi ortama girdiğinden, konuşulan söz bazlı bir arama motoru, akıllı telefonu olan birinin mikrofon bulunan herhangi bir yerde iki kişi arasında kaydedilen herhangi bir konuşmayı arayıp bulmasına imkân tanıyabilir.

Hayatımızın daha büyük bölümünü çevrimiçi geçirdikçe yeni suç türleri ortaya çıkacak. Sosyal ağ siteleri ve diğer çevrimiçi topluluklar, insanların gerçek hayatlarını yansıtacak şekilde doğru ve yanlış davranmalarına izin veriyor. Taciz, dolandırıcılık ve fiziksel, parasal veya duygusal anlamda zarar veren diğer suçlar çevrimiçi ortamda çoğalacak. Toplum ve hukuki yaptırımlar, bireysel ve kurumsal sorumluluk ve suç anlayışlarını genişletmek zorunda. Tekno-Hukuksal düzenlemelere ihtiyaç her geçen gün artacak.

İletişim konusunda ağırlıklı ve uzun süreli olarak internete bağlı kalmak, düşünme kabiliyetimizi azaltabilir. Araştırmacılara göre; web surfing'in ve "google'lamanın" gözlemlenebilen ve ölçülebilen nörolojik etkileri var. Aradığımızı bulma konusunda ustalaşmamıza karşın, içeriği ve derin anlamını ifade etme, sentezleme ve analiz etme konularındaki yetkinliklerimizi köreltiyoruz. Bazı uzmanlar, "interneti ne kadar çok kullanırsak, beynimizi dikkatimizi dağıtması için o kadar eğitmiş oluyoruz" diye belirtiyor. Yeni araçların etkin kullanımını öğrenmek yeniçağ insanların en önemli mücadele alanı olacak gibi görünüyor.

Yaşam Tarzları ve Değerler

Toplumların dini aşan ortak değerlerin giderek arttığı konusundaki farkındalığı yükselecek. 2020'de, artık çoğu kişi dini fikirlere çok daha saygılı ve esnek bakacak. Anne-babaya, öğretmenlere ve bilgi birikimine sahip diğer kişilere olan

saygı artacak. Din ile üretkenlik ve ahlaklı yaşam sürme arasındaki bağlar konusundaki kafa karışıklıkları dağılacak, bu konulardaki bakış açıları daha netleşecek.

Din adamları, insanlarla şahsen bağlantı kurmak kadar, çevrimiçi iletişimi de kullanacak. Dini liderler, spiritüel rehberliğe ihtiyaç duyan insanlarla bağlantı kurmak için giderek daha fazla interneti ve sosyal ağ teknolojilerini kullanacak. Ancak dini liderlerini şahsen ziyaret eden insanların sayısı da giderek artacak, çünkü teknoloji, gerçek ve yaşayan insanların sıcak davranışlarının yerini alamayacak.

Topluluklar şirketlerden daha iyi ekonomik modeller kurabilirler. Şirketlerin büyümesi ve pazar ekonomisi üzerindeki güçleri karşısında insanlar son finansal krizde kendilerini aciz, çaresiz hissettiler. Gelecekte, yerel kaynakları güçlendirmek amacıyla topluluklar kendi pazar ekonomilerini ve hatta “Yaşam Doları” gibi kendi para birimlerini bile yaratabilirler.

Milenyum kuşağının gizlilik ve güvenlik konularına yaklaşımları, kanuni yaptırım stratejilerini değiştirecek. Birleşik Devletler’de milenyum kuşağı (1983-2002 civarında doğan kesim), yeni teknolojilere açık ve gizlilik konusunu pek önemsemiyor. Başkalarının, gizliliğin ihlali olarak göreceği sosyal ağları veya diğer teknikleri kullanan kanuni yaptırımlar ve güvenlik önlemleri bu yeni neslin algı ve ihtiyacına yapılandırılacak.

Genetik elit veya “gensoylu” bir yeni tabakaya karşı giderek artan bir kızgınlık gelişecek. Tıbbi hukuk araştırmacılarına göre zenginler, fakirlerin tersine avantajlarını arttırmaya yönelik iyileştirmeler yaptırabileceğinden, genetik teknolojilerin kullanımı insan uygarlığını çok daha uç noktalardaki eşitsizliklere de taşıyabilir. Gen-soyluluk, yani genetik soyluluk, toplumların ortaya çıkacak toplumu değiştiren teknolojiler için sınırlamalar koymalarını zorunlu kılacak.

Veri saklamada yeni buluşlar, müzikseverlerin kaydedilmiş tüm şarkılara 7/24 erişebilme imkânı tanıyacak. Müziğin iPod gibi kişisel bir aygıtta veya Pandora gibi üçüncü taraf sunucuların “bulutlarında” yüklü olması birtakım karışık ekonomik ve telif hakkı konuları nedeniyle karmaşa yaratacak, yeni iş modelleri geliştirecek.

Bilim ve Teknoloji

Kuantum hesaplama, ağları siber saldırılara karşı geçirimsiz yapabilir ya da savunmasız bırakabilir. Washington Üniversitesi’nde bilgisayar bilimci olan Dave Bacon’a göre, büyük bir kuantum bilgisayarı veya kuantum ağı oluşturma yarışı bir ulusal güvenlik meselesidir. Amaç, parçacıkların hareketini kuantum düzeyinde

kullanarak daha hızlı hesaplamayı mümkün kılmak olursa, bu sayede hükümetler (veya kullanıcılar), başka şekilde geçirimsiz şifreleme kodlarını kırabilirler veya süreci tersine çevirerek gerekli olan kırılmaz kodları oluşturabilirler.

Dönüm noktası bilimi, borsa, arktik ve beyin arasında güçlü benzerlikler ortaya koyacak. 2009 yılında *Nature* dergisinde yayımlanmış bir makaleye göre borsa piyasalarını, hayvan popülasyonlarını ve ekosistemleri de içeren birçok kompleks sistem, çöküş gibi büyük ve yıkıcı değişimler öncesinde belirlenebilir “erken uyarı” davranışları sergileyen sistemler oluşturulabilir. Araştırmacılar; sonuca yönelik sistemler arası uyarı sinyallerinin incelenmesinde, daha güvenilir istatistiksel araçlardan faydalanılabileceğini ileri sürüyorlar.

Elektriği depolayıp salabilen oto parçaları sayesinde araçlar sürekli olarak yürüyebilir. Prototipler, hibrit benzinli/elektrikli araçları daha hafif ve tasarruflu yapan ve böylece araçların şarj aralıklarını uzatarak daha uzun mesafeler kat etmesine izin veren hafif alaşımlı malzemeden oluşabileceğini gösteriyor.

Trafik sıkışıklığını ve kaza riskini azaltacak yeni taşıma sistemleri ortaya çıkıyor. Şehirlerarası otoyollarda otomobiller ve kamyonlar için bilgisayarlar tarafından kontrol edilen şeritler bulunacak. Robo-arabalar (tamamıyla entegre edilmiş yapay zekâ tarafından kontrol edilen küçük araçlar), yaşlıları ve engellileri evlerinden alıp yakındaki süpermarketlere, doktor randevularına veya gitmek isteyebilecekleri başka herhangi bir yere götürecek.

İş ve Kariyer

Geleceğin yöneticilerinden üstün performanslı, teknolojik alanda gelişmiş çalışanları yönetmeleri istenecek. Tekillik Dönemi'nin “Gelişmiş Tekil Bireyleri”, normların oluşturduğu genel nüfusa (teknolojik gelişimi olmayan) katılırken ortaya çıkacak sosyal evrimin yükü yöneticilerin omuzlarına binecek.

Aşırı otomasyon yakında aşırı işsizliği getirebilir. Silikon Vadisi'ndeki girişimci uyarıyor: Dünya çapındaki ofislerde verimi arttırmak için giderek yaygınlaşan yapay zekâ kullanımı sonucunda dramatik şekilde yükselen işsizlik, azalan tüketici talepleri ve Büyük Buhran'ı geride bırakacak finans krizi görülebilir.

Orta düzeyli vasıfların önemi artacak. İnşaat, sağlık, imalat ve ulaştırma gibi temel endüstrilerde; marangozlardan, radyoloji teknisyenlerine kadar orta vasıflı çalışanlara ihtiyaç duyulacak. Amerika'da Rhode Island'da 2006 ila 2016 yılları arasında açılacak iş olanaklarının % 42'sinin orta vasıf gerektiren işler olması beklenirken, % 26'sının düşük vasıf, % 36'sının ise yüksek vasıf gerektiren işler olması bekleniyor.

Atölye çalışma masalarının ve “aktif çalışma ortamlarının” ortaya çıkması, ofis çalışanlarının daha sağlıklı kalmasını sağlayacak. Bilgi çağı, bir miskin ofis çalışanları salgını yarattı. “Aktif çalışma masası” (koşu bandı içeren çalışma alanı) ve benzer icatların amacı; bilgi çalışanının verimini olumsuz yönde etkilemeden fiziksel aktivite gerektiren bir çalışma ortamı yaratmak. Bu artık hayal değil. Böyle uygulamalar en çabuk göreceğimiz gelişmeler arasında olacak.

Dünya Meseleleri

Tüm dünyayı tehdit eden iklim değişimiyle mücadele ülkeleri birleştirebilir veya rekabeti kızıştırabilir. Daha sofistike çevre izleme sistemlerine sahip uluslar, örneğin düşmanını yaklaşan bir fırtına veya başka bir felaket konusunda uyardırarak verileri kendi lehine kullanabilir.

Geleceğin uluslararası diplomasisi giderek iklim kontrolü konusuna odaklanabilir. Bazı savunucular, 2015'e kadar jeomühendisliğin artık şart olabileceğine inanıyor. Ancak, iklim değişiminin etkilerini azaltmak amacıyla dünyanın doğal sistemlerinin planlı bir şekilde manipülasyonu çok zordur ve tehlikeli, istenmeyen yan etkileri de beraberinde getirebilir. Sonuçlardan biri de şiddete yol açan protestolar olabilir, özellikle de farklı bölgelerde ayrı sonuçlar ortaya çıkıyorsa.

Gelecekte çöp savaşları mı çıkacak? Gelişmekte olan ülkelerin artan tüketimlerine bağlı olarak çöp miktarları da artıyor ve gelişmiş ülkelerin atıklarını gönderebilecekleri yerleri daraltıyor. 2025 yılından sonra gelişmekte olan ülkeler büyük olasılıkla kapılarını yabancı atıklara kapatacak ve gelişmiş ülkeleri atıktan enerji kazanma ve geri dönüşüm teknolojilerini geliştirmek zorunda bırakacak.

Ekipman bağışları, istemeyerek de olsa gelişmekte olan ülkelere kirliliği arttırabilir. Eski ekipmanların gelişmekte olan ülkelere gönderilerek değerlendirilmesi, bunları alan ülkeler için kötü olabilir. Eski teknolojiler daha yeni ve verimli üretim ekipmanlarına kıyasla daha fazla kirliliğe yol açıyor.

Çevreyi ilgilendiren yasal konuları içinden çıkılabilir hale getirmek uzman avukatlara, hâkimlere ve mahkemelere düşecek. Hava ve su kirliliği ile diğer çevresel konular sınırları aşıyor, düzenlemeler ve yaptırımlarla ilgili görünümeleri karmaşılaştırıyor. Uzmanlara göre çevre mahkemeleri, ülkelere daha sağlıklı sosyal ve çevresel gelecek oluşturmaları konusunda yardımcı olabilir.

Dünyadaki genç nüfus halen 3 milyar civarındayken, 2020'de 3,5 milyara çıkacak. Birleşmiş Milletler'e göre, 25 yaşın altındaki dünya nüfusunun yarım milyarı günde 2 dolardan az para ile yaşıyor. Giderek daha fazla sayıdaki genç bir şekilde “risk altında” bulunmasıyla birlikte -örneğin çetelere katılma, uyuşturucu bağımlılığı veya seks ticaretine kurban gitme gibi- daha iyi gelecekler sağlamak için yeni

yaklaşımlara ihtiyaç duyulacak. Önde gelen yasal yaptırım uzmanları; anne-baba eğitimleri, mentorluk, şiddetsiz çatışma çözümlenmesi, kişilik eğitimi, topluluk-okul ortaklıkları gibi programların ve Uluslararası Çocuk Hakları Sözleşmelerinin desteklenmesini tavsiye ediyor.

Ekonomik güç dengesi Batı'dan Doğu'ya kayıyor. Asya'daki ekonomik büyüme; daha fazla insanın Batı'nın tüketime dayalı yaşam tarzını benimsemesine yol açtıkça, küresel kaynakların ve çevrenin üzerindeki artan sürdürülebilir bir gelecek için materyalizmden kaçınan, geleneksel Asyalı değerlere yönelişi gündeme getirecek.

İşte, yukarıda kısaca özetlemeye çalıştığımız senaryolardan esinlenerek, olasılıkları değerlendirerek, bugün Türkiye hizmet sektörü diye tanımladığımız yapılar; gelecekteki başarı faktörlerini doğru anlamlandırır ve stratejilerini, planlarını uzgörülü, fütürist bakış açısı ile, sürdürülebilir şekilde yaparak gerçekleştirirlerse, yeniçağın kazanan ülkelerinden biri olamamamız için hiçbir neden yoktur!

Yapalım o zaman, ne bekliyoruz?

TURİZM

Cumhur Güven Taşbaşı*

TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜ

2009 yılında yaşanan ekonomik kriz, uluslararası turizm sektörüne yansımış ve turizm hareketlerinde azalma meydana gelmiştir. Ancak bu durumun aksine Türk turizm sektörü başarılı bir yıl geçirmiş ve 2009 yılını büyüme ile kapatmıştır.

2010 yılında da ülkemize gelen turist sayısına baktığımızda, yakaladığımız büyüme ivmesinin devam ettiğini görmekteyiz. Son aylarını yaşadığımız 2010 yılını bu olumlu gelişmelerle tamamlayıp, 2011 yılı için belirlediğimiz hedefleri gerçekleştirmek için çalışmalarımızı aynı karallıkla sürdüreceğiz.

Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü'nün yayınladığı "Ekim 2010 Barometresi"nde, 2010 yılının ilk 8 ayında 2009 yılında yaşanan ekonomik krizin küresel turizm sektörüne olumsuz yansımalarının azalmaya başladığı rapor edilmektedir. Uluslararası alanda yaşanan bu toparlanmanın Türk turizm sektörünün olumlu seyrine daha fazla katkı sağlayacağından kuşku duymuyoruz.

Dünya turizm pazarında 7. sırasında yer alan ülkemizi, 2010 yılının ilk dokuz ayında, 23 milyonun üzerinde kişi ziyaret etmiştir ve bu rakam geçtiğimiz yılın aynı dönemine göre % 5,9'luk bir artışı ifade etmektedir. 2010 yılının sonuna kadar artış eğiliminin sürmesini bekliyoruz. 2011 yılında ise ülkemize gelen turist

* Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürü

sayısının, 2010 yılı büyüme rakamlarını geçeceğini ve 30 milyon turist hedefini aşacağımızı öngörmekteyiz. Bakanlığımız stratejik planı doğrultusunda 2023 yılında ülkemize gelen turist sayısını 50 milyona yükseltmeyi, turizm gelirlerimizi de aynı doğrultuda artırmayı hedefliyoruz.

Türk turizminin her geçen yıl uluslararası alanda daha da üst sıralara yerleşmesinde ve yaşanan krizlere rağmen büyüme kararlılığının sürmesinde hiç şüphesiz ki ülkemizin sunduğu turizm olanaklarının çeşitliliği ve fiyat-kalite dengesine sahip olmasının etkisi büyüktür.

Ülkemiz yaklaşık 850 bin yatak kapasitesine sahip yeni ve modern tesisleri, genç ve eğitimli personeli, yüksek hizmet kalitesi ile Akdeniz Çanağı'ndaki rakip ülkeler ile karşılaştırıldığında bu alandaki üstünlüğünü ortaya koymaktadır. Özellikle İstanbul'da bulunan dünya standartlarındaki otellerimiz, tatil amaçlı konaklamanın yanında iş ve kongre turizmi açısından da rakipsiz konumdadır.

Türkiye deniz-kum-güneş turizminin yanı sıra kültür turizmi başta olmak üzere termal, kongre, inanç, gastronomi, yatçılık, kış sporları, golf, doğa sporları gibi birçok alternatif turizm çeşidi sunmaktadır. Ülkemizin eşsiz coğrafyası ve zengin tarihi bizlere birçok turizm destinasyonumuzu farklı ürünleri ile hedef pazarlarımızda tanıtma imkânı vermektedir.

Ülkemizin turizm olanaklarını rakamlarla değerlendirecek olursak; 314 mavi bayraklı plaj ile ülkemiz dünya sıralamasında 4. sırada yer almaktadır. Çoğu Ege ve Akdeniz kıyılarımızda bulunan, toplamda 14 bin yat kapasitesine sahip 45 yat limanı her yıl binlerce yat turistini ağırlamaktadır. Jeotermal kaynaklar bakımından dünyada 7., Avrupa'da 1. sırada olan ülkemiz, sağlık turizmi açısından çok geniş bir potansiyele sahiptir. Bununla birlikte, yüksek kalitede sağlık hizmeti sunan devlet ve özel hastanelerimiz, her yıl çeşitli ülkelere binlerce kişiyi çeşitli uzmanlık dallarında tedavi etmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak, ülkemizin sunduğu bu olanakları sürdürülebilir turizm anlayışı çerçevesinde geliştirmek için çalışmalarımızı sürdürmekteyiz. Bu doğrultuda önceki yıllarda Turizm Teşvik Kanunları çıkarılmış, yatırımlar yapılmış, krediler ve teşvikler verilmiş, ayrıca arazi tahsisleri gerçekleştirilmiş olup, ülkemizin dünya turizm sektöründe rekabet gücünü artırma yönündeki çalışmalarımız devam etmektedir. Bu çalışmalar çerçevesinde; turizm merkezleri ve bölgeleri oluşturulmasına destek verilmekte, turizm alanları projeleri geliştirilmekte ve konaklama, marina, yat, eğlence merkezi, golf sahaları gibi üst yapı ile turizme yönelik altyapı yatırımları teşvik edilmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak, Türkiye'ye olan turizm talebinin deniz-kum-güneş üçgeninden çıkarılması ve yeni potansiyel alanlar ortaya çıkarmak amacıyla turizm çeşitlerinin geliştirme projeleri ve destinasyon çalışmaları yapmaktayız.

Turizmi teşvik kanunları, turizm sektörüne verilen krediler, yapılan yatırımlar ve Bakanlığımızca belirlenen politikalar, yürütülen projeler sayesinde Türk turizm sektörü, gerek alt yapısı gerekse tesis ve servislerindeki kalite ve donanımıyla, dünya turizm pazarında rekabet edebilir konumdadır.

Tanıtma Genel Müdürlüğü olarak da ülkemizin sunduğu farklılıkları sergilemek amacıyla tanıtım çalışmalarımızı büyük bir kararlılık ve heyecan içinde yürütmekteyiz.

Bakanlık olarak İstanbul Antalya ve Muğla gibi destinasyonlarımızın yanı sıra İzmir, Kapadokya, Karadeniz, Doğu ve Güneydoğu Anadolu destinasyonlarımızı da ön plana çıkaracak projeler gerçekleştirme ve ülkemizin her bir yöresini tanıtma gayreti içerisindeyiz. Bu doğrultuda geçtiğimiz yıllarda Alanya, Bodrum ve Kapadokya'da turizm sektörü ile bir araya gelerek gerçekleştirdiğimiz destinasyon çalışmalarımızı, bu yıl da Van ve İzmir destinasyonlarımızda sürdürdük. Ekim ayında Van'da ilk kez turizm fuarı ve arama konferansı gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşıyoruz.

Bilindiği üzere bu yıl da FİBA Dünya Basketbol Şampiyonasına ülkemiz ev sahipliği yapmıştır. İstanbul, Ankara, İzmir ve Kayseri şehirlerimizde oynanan karşılaşmaları Türk izleyicisi ile birlikte dünyanın çeşitli ülkelerinden gelen ziyaretçiler izleme olanağı bulmuştur. Aynı zamanda Formula 1 Dünya Ralli Şampiyonası gibi spor organizasyonlarına da ev sahipliği yapan ülkemizde, Erzurum 2011 Kış Olimpiyatları ve Trabzon'da 2011 Avrupa Gençlik Oyunları oynanacaktır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü olarak hedef pazarlarımızdaki tanıtım çalışmalarımızda bu organizasyonları da tanıtıyoruz.

2011 yılı reklam kampanyalarımızı 37 ülkede faaliyet gösteren 40 Kültür ve Tanıtma Müşavirlik ve Ataşeliğimiz aracılığı ile yürüteceğiz. Daha önceki yıllarda olduğu gibi Türkiye'nin rakiplerinden farklılığını, turizm ürün çeşitliliğini ve üstünlüğünü sergilemeye özen göstereceğiz.

Reklam faaliyetlerimizi halkla ilişkiler faaliyetlerimiz ile desteklemeye ve yurtdışındaki gazetecileri, kamuoyu önderlerini, turizm sektör temsilcilerini ülkemize davet ederek çeşitli destinasyonlarımızda ağırlamaya devam edeceğiz. 2010 yılının 11 ayında yaklaşık 16 bin kişiyi ülkemizde ağırlamış bulunuyoruz.

2011 yılında ayrıca, 66 ülkede 153 turizm ihtisas fuarına katılım sağlamayı planlıyoruz. Kampanyalarımızı turizm sektörü ile işbirliği içinde yürüttüğümüz birlikte reklam, workshop, roadshow ve özel projeler ile desteklemeye ve ayrıca turizm sektörü ve sivil toplum örgütlerinin değerli temsilcileri ile işbirliği halinde çalışmaya devam edeceğiz.

Türkiye ekonomisinin en hızlı büyüyen sektörlerinden biri olan turizm sektörünün son yıllarda yakaladığı başarı grafiğinin devam etmesini umuyor, 2010 yılında olduğu gibi 2011 yılında da hedeflerimizi gerçekleştirmenin mutluluğunu yaşamayı diliyorum.

Başaran Ulusoy*

TURİZM SEKTÖRÜ İÇİN ÖNERİLER

Gelişmiş ülkelerin milli gelirlerini oluşturan kalemlerin dağılımını incelediğimizde milli gelire en fazla katkı yapan sektörün hizmet sektörü olduğunu, onu sırasıyla sanayi ve tarım sektörünün izlediğini görmekteyiz. Bir anlamda hizmet sektörünün milli gelir içindeki payı gelişmişliğin ölçütü olmaktadır.

Dünyanın en gelişmiş ülkesi olan Amerika Birleşik Devletleri'nde milli gelirin içinde hizmet sektörünün payı % 76,9, sanayinin payı % 21,9, tarımın payı ise % 1,2'dir. Yine gelişmiş ülkeler arasında üst sıralarda bulunan Almanya'da ise milli geliri oluşturan kalemler arasında hizmet sektörünün payı % 72,6, sanayi sektörünün payı % 26,6 ve tarım sektörünün payı % 0,8 şeklindedir. Fransa'da da Almanya'ninkine benzer bir tablo ile karşılaşmaktayız. Ülkemizdeki tablo ise, hizmet sektörü % 64,9, sanayi % 25,8, tarım % 9,3 şeklindedir.

Az gelişmiş ülkeler bulundukları konumdan kurtulmak, gelişmekte olan ülkeler ise bir üst basamağa sıçrayabilmek anlamında hizmet sektörlerinin gelişimi için yoğun bir çaba içerisinde oldukları. Türkiye olarak biz de önümüzdeki 5 yıl içinde hizmet sektörünün payını % 70'in üzerine çıkarmayı kendimize hedef olarak koymalıyız. Tabii burada önemli olan diğer sektörlerin katkılarını miktar olarak küçültmeden, hatta artırarak, yüzde olarak hizmet sektörünün payını artırmaktır.

* Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) Başkanı

Hizmet sektörü içerisinde ise turizmin önemi ve payı gittikçe artmaktadır. Özellikle cari açık sorunu olan ve/veya işsizlik sorunu yaşayan ülkelerde can simidi vazifesini görmektedir.

Yine yaptığımız incelemelerde turizmle kalkınmışlık, istikrar, ulusal ve uluslararası güvenlik arasında doğrusal bir ilişki olduğunu görmekteyiz. Ekonomilerin sağlıklı büyüdüğü; istikrarın hâkim olduğu, yatırım ortamlarının iyileştiği, geleceğe yönelik öngörülebilirliğin arttığı ve barışın hâkim olduğu, ortam ve zamanlarda turizmde bir canlanma gözükmemekte. Ekonomik çöküş dönemlerinde, siyasi istikrarsızlık ve güvensizlik ortamlarında ise hızlı bir şekilde düşüş göstermektedir.

Ülkemiz bunun en canlı örneğidir. Sekiz yıldır hâkim olan siyasi istikrar, ekonominin ihtiyacını karşılamak amacıyla yerinde ve zamanında alınan yapısal önlemler, yatırımcıları cezbetmek için uygulamaya konulan teşvik tedbirleri, komşu ülkelerle barışı ve işbirliğini esas alan ilişkiler, kuşkusuz ekonominin büyümesinde katalizör rolü oynamıştır. Bu olumlu tablonun turizm sektörüne de birebir yansıdığı görülmektedir. Nitekim yıllar itibarıyla ülkemiz dünya turizminden daha fazla pay almaktadır. Ancak mevcut durum yeterli değildir.

Cumhuriyetimizin 100. yıldönümünü kutlayacağımız 2023 yılında dünyanın ilk 10 ekonomisi içerisinde yer almayı hükümetimiz kendisine hedef olarak koymuştur. Türkiye turizmde ise daha 2010 yılında dünya sıralamasında 7. sıraya yükselerek önemli bir başarıya imza atmış bulunmaktadır. 2023 yılında ilk beş arasına yükselmek en önemli hedefimiz. 2009 yıl sonu itibarıyla Türkiye 880 milyar dolarlık ekonomik büyüklükle dünya genelinde 16. sırada yer almaktadır. Aynı yıl 10. sırada ise 1,7 trilyon dolar ile İtalya bulunmakta olup, İtalya ile aramızda Meksika, Güney Kore, İspanya, Kanada ve Endonezya bulunmaktadır.

Yukarıda sayılan ülkeleri geçerek 10. sıraya yerleşebilmemiz için onların yıllık % 2-3 civarında büyüyeceğini varsayarak, bizim gelecek 13 yıl boyunca her sene % 7-7,5 büyüme gerçekleştirmemiz gerekecektir. Bu, imkânsız değildir. Türkiye'nin % 8, % 9 büyüme gerçekleştirdiği yıllar olmuştur. Öte yandan, en çok turist çeken ülkeler arasında 27 milyon kişi ile 7. sırada yer aldığımız dünyada, bizden önce 74,4 milyon turist sayısı ile Fransa, 54,9 milyon ile ABD, 52,2 milyon ile İspanya, 50,9 milyon ile Çin, 43,3 milyon ile İtalya ve 28 milyon ile İngiltere yer almaktadır. Önümüzdeki birkaç yıl içinde İngiltere'yi geçme ihtimali yüksektir. Ama İtalya'yı yakalayıp geçmek büyük bir çabayı ve zamanı gerektirecektir. 2023 yılında ülkemize gelen turist sayısını 65 milyona çıkarabilirsek ilk 5 içinde olmayı garantilemiş olabiliriz. Amaç sadece ülkemize gelen turist sayısını artırmak değil, belki ondan daha önemlisi toplamda ve kişi başına turizm gelirlerini artırmaktır.

Turizmin gelişmesi ve turizmden sağlanan gelirlerin artırılması için alınması gereken önlemler neler olabilir?

Bilindiği üzere turizm faaliyetlerinin geliştirilmesi, yaygınlaştırılması, çeşitlendirilmesi, derinleştirilmesi, daha fazla turist çekme ve tabii netice olarak turizm gelirlerini artırma ve sürdürülebilir kılma için devletimize, yatırımcılarımıza, turizm organizasyon ve örgütlerine, sektör çalışanlarına ve halkımıza görevler ve sorumluluklar düşmektedir. Önce ana ve belirleyici aktör durumunda olan devletten beklentilerimizi belirtelim: Bunlar; planlama-programlama, tespit, tanıtım, yatırım, teşvik/destek ve işbirliğidir.

Şimdi bu başlıkları açmaya çalışalım.

Her şeyden önce devlet, turizm master planlarını hazırlamalı, planları ulusal, bölgesel ve yöresel olarak kademelendirmeli, detaylandırmalı ve 12 aya yayılan, tüm ülkeyi kapsayan bir turizm altyapısı oluşturulmalıdır. Uluslararası, ulusal, bölgesel ve yöresel entegrasyon imkânları ortaya konulmalıdır. Planlar uzun, orta ve kısa vadeli programlara dönüştürülmeli, program hedefleri belirlenmeli ve TBMM'nin onayından geçirilmeli, hedeflerde önemli sapmaların olması halinde idare meclise hesap vermelidir.

Ülkemizin turizm potansiyeli yeni baştan tespit edilmelidir. Turizm açısından coğrafik, jeolojik, biyolojik, zoolojik imkânlarımızın belirlenmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, dağlarımız, yaylalarımız, vadilerimiz, mağaralarımız, termal kaynaklarımız, akarsularımız denizlerimiz, göl, baraj ve göletlerimiz, kıyılarımız, floramız, faunamız tek tek belirlenerek envanterleri çıkartılmalı ve her biri incelenerek turizme sunabilecekleri imkân ve katkılar tespit edilmelidir. Ayrıca tarihi varlıklarımızın tespiti yapılmalıdır. Bu çerçevede camiler, kiliseler, sinagoglar-havralar, türbeler, ziyaretgâhlar, yeraltı ve yerüstü sarayları, hanlar, hamamlar, kervansaraylar, kümbetler, köprüler, sarnıçlar, su kemerleri, surlar, ören yerleri, antik şehirler, antik tiyatrolar, müzeler, sualtı batakları belirlenerek envanterleri tutulmalıdır. Turizme yapabilecekleri katkılar, olanaklar ortaya konulmalıdır. Öte yandan rekreasyon alanları; eğlence alanları, piknik alanları, tabiat parkları tespit edilmeli ve bunların turizme yapabilecekleri katkılar belirlenmelidir.

Bütün yöreler ve bölgeler taranarak kendine özgü folkloru, oyunları, sporları, şenlikleri, festivalleri, bayramları ayrıntılı olarak analiz edilerek kayıt altına alınmalıdır, yukarıda saydığımız her bir turizm unsurunun kapsamlı olarak tanıtımı gerekmektedir.

Tanıtım faaliyetleri devlet politikası haline getirilmeli ve süreklilik arz etmelidir. Hükümetler ve veya yerel yönetimler değiştikçe değişen, birbiriyle aşırı derecede çelişen uygulamalardan uzak tutulmalıdır. Merkezi hükümet ve yerel yönetim bütçesinden tanıtım faaliyetlerine fon ayrılmalıdır. Tanıtım sürecinde teknolojinin sunduğu bütün imkânlar seferber edilmeli ve sürekliliği sağlanmalıdır. Ne kadar yerel ve özgün değerlerimiz varsa tanıtıma konu edilmeli, yerellerimizi evrensele dönüştürecek çabalar artırılarak sürdürülmelidir. Hiçbir zaman başkasını taklit

etme yanlışlığına düşülmemeli, bize özgü varlık ve değerlerin esas ve kalıcı oldukları bir an bile akıldan çıkartılmamalıdır.

Yeterli altyapı olmadan ve uygun çevre oluşturmada hedeflenen sonuçlara varmak mümkün değildir. O nedenle, ulaşım, konaklama, haberleşme, sağlık, güvenlik, kurtarma imkânlarımızın gözden geçirilmesi ve çağdaş seviyeye getirilmesi ve üst düzeyde muhafazasının sağlanması gerekmektedir.

Mevcut teşvik tedbirleri gözden geçirilmelidir. Genel teşvik politikasının yanı sıra yöresel ve bölgesel yatırım teşviklerinin getirilmesi gerekmektedir. Vergi, fon, muafiyet ve istisnaları ve/veya düşük oranlı vergilerin uygulanması gerekmektedir.

Ucuz enerji desteği verilmelidir. Turizm sezonları kısa sürmekte ve işverenler ölü dönemlerde çalışanlarının bir kısmını işten çıkarmak durumunda kalmaktadırlar, aksi takdirde maaş, sigorta primleri vs. gibi yüklerin altından kalkma zorunluluğu bulunmamaktadır. Devlet, hiç olmazsa işverenin üzerine binen sigorta primlerinde işverene destek olmalıdır.

Yöre ve bölgelerin durumlarına bağlı olarak düşük faizli/faizsiz orta ve uzun vadeli kredilerin verilmesi, kredilerin tesisinde projenin gerçekleştirilebilirliği ve kârlılığı gibi unsurların dikkate alınması ve teminat bazlı bakış açısından vazgeçilmesi önemli bir husustur. Turizm sektöründe çalışanların büyük bir kısmı usta-çırak geleneğinden gelmektedir. Bu yapı ile turizmde büyük sıçramalar yapmak ve kalıcı olmak mümkün değildir. Turizm konusunda eğitilmiş elemanların istihdam içindeki payının artırılması gerekmektedir, gerek devlet tarafından açılacak okullarla, gerekse özel kuruluşların açtıkları eğitim kurumlarına devletin vereceği destekle kalifiye eleman açığı kapatılabilir.

Üzerinde durulması gereken bir başka nokta ise işbirliğidir. Özel sektörün devletle olan ilişkileri yeniden gözden geçirilmeli var olan bürokratik süreçler kaldırılmalı/azaltılmalı, süreçleri hızlandırıcı tedbirler alınmalıdır. Her işlemin mutlaka bir sonuçlanma süresi olmalıdır.

Özel kesimle kamu arasındaki ilişkilerin daha da geliştirilmesi, iletişimin hızlandırılması ve geri bildirimlerin zamanında yapılması, var olan ya da ortaya çıkması muhtemel sorunların tespiti ve çözümü için alternatif önerilerin geliştirilmesi amacıyla turizm sektöründeki üst organlarla kamu otoritesinin ortak oluşturacakları işbirliği komisyonları teşekkül ettirilmelidir. Bu komisyonlar özel ve istisnai durumlar hariç, üç ayda bir düzenli olarak toplanmalı ve çalışmalarının sonuçlarını, varsa önerilerini, çözüm yollarını doğrudan Kültür ve Turizm Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, İçişleri Bakanlığı, Dışişleri Bakanlığı, Tarım Bakanlığı gibi ilgili bakanlıklara ve Başbakanlığa sunmalıdırlar. Yılda en az iki defa olmak üzere, Kültür ve Turizm Bakanının başkanlığında bakanlığın üst düzey bürokratları ile turizmin çatı örgütlerinin üst düzey yöneticilerinin katıldığı toplantılar yapılmalı, turizm politikasının belirlenmesinde bu işbirliği platformu öncü rolü oynamalıdır.

Seçim Aydın*

TURİZM FAALİYETLERİ HİZMET İHRACATI SAYILMALI VE KDV İSTİSNASINDAN YARARLANMALIDIR

Ülke ekonomilerinde hizmet sektörü gelişmişliğin bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Hizmet sektörü, 20. yüzyılın ortalarından itibaren hızla gelişmiş ve ülkelerin Gayri Safi Yurtiçi Hasılası (GSYH) içindeki payı sürekli olarak artmıştır. GSYH içinde hizmet sektörünün payı Fransa'da % 78,9, ABD'de % 76,9, Japonya'da % 76,5, İngiltere'de %75, İtalya'da % 73,1 Hindistan'da % 54,9, İran'da % 43,9, Çin'de % 42,6'dır. Az gelişmiş ülkelerde bu oran % 30'un altındadır.

Ülkemizde hizmet sektörünün GSYH içindeki payı yıllar itibariyle artan bir seyir izlemiş; 1950'de % 43,7, 1960'ta % 44,1, 1970'te % 46,7, 1980'de % 56,2, 1990'da % 58,4, 2000'de % 64,1, 2009'da % 65,1 olmuştur.

Ülkemizin hizmet ihracatı 1984 yılında 2.220 milyon dolar iken, 1990'da 8.016 milyon dolar, 2000'de 19.519 milyon dolar, 2009 yılında 33.218 milyon dolar olmuştur. Böylece 1984-2009 yılları arasında geçen 25 yıl içinde hizmet ihracatı 15 kat artmıştır. Aynı dönemde hizmet ithalatı 13 kat artarak, 1.256 milyon dolardan, 16.913 milyon dolara yükselmiştir. Türkiye'nin 3.310 milyar dolar olan dünya hizmet ihracatından aldığı pay yaklaşık % 1 civarındadır. Dünya Ticaret Organizasyonu'nun (WTO) 2010 yılı raporuna göre hizmet ihracatı sıralamasında ülkemiz 26. sıradadır.

* Türkiye Otelciler Federasyonu (TÜROFED) II. Başkanı
Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği (ATİD) Başkanı

Turizm sektörüne hizmet ihracatı açısından bakıldığında, ülkemizin toplam turizm hizmet ihracatı portföyünün yaklaşık 7 milyar dolar olduğu görülür. 2010-2023 yıllarını kapsayan 13 yılda 24 milyar dolar turizm yatırımı yapıldığı takdirde Türkiye'nin 2023 yılında 71 milyon turist ve 84 milyar dolar turizm geliri elde etmek suretiyle, dünya sıralamasında 4. sıraya yükseleceği öngörülmektedir. Bu çerçevede, gelen turist sayısı bakımından Dünya sıralamasında 7. sırada, turizm gelirleri bakımından 9. sırada olan Türkiye'de turizm yatırımcılarının kendi ülkelerini tercih etmeleri doğal bir ekonomik davranış olarak değerlendirmelidir.

Turizm sektörünün son 10 yıl içindeki gelişimi incelendiğinde ekonomik krizlerden ve kurlardaki dalgalanmalardan en az etkilenen sektör olduğu görülür. Bu durum, insanların tatil ve seyahat harcamalarından kısıntı yapma eğiliminde olmadıklarını göstermektedir. Krizlerden ve dış ekonomik faktörlerden en az etkilenen sektör olarak turizm sektörünün döviz kazandırıcı faaliyetleri azami ölçüde desteklenmeli ve teşvik edilmelidir.

Son yıllarda ekonominin içinde bulunduğu en önemli iki sorun, işsizlik ve cari açığıdır. İşsizliğin azalması ve cari açığın kapatılması bakımından turizm sektörünün KDV istisnasından yararlanmak suretiyle desteklenmesi ayrı bir önem arz etmektedir.

Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli konaklama tesislerinin ihracatçı kabul edilmesi beklentisi, 18 Ağustos 2009 tarih ve 27323 sayılı *Resmi Gazete*'de yayımlanarak yürürlüğe giren Bakanlar Kurulu Kararıyla çözülmeye çalışılmış, ancak söz konusu karar beklentilere cevap verememiştir. Çünkü bu karar kapsamında 1 milyon dolar üzerinde döviz getiren belgeli turizm tesisleri ihracatçı sayılmakta, ancak en önemli teşvik olan KDV istisnasından yararlanamamaktadır. Dışa bağımlılık oranı en düşük sektör (% 1) olarak belgeli turizm tesislerinin KDV istisnasından yararlanmaları için turizm faaliyetleri hizmet ihracatı kapsamına alınmalı ve özel bir düzenleme yapılmalıdır.

Hizmet ihracatı şartları, Maliye Bakanlığı tarafından aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- Hizmet, Türkiye'de yurtdışındaki bir müşteri için yapılmış olmalıdır.
- Fatura veya benzeri nitelikteki belge yurtdışındaki bir müşteri adına düzenlenmelidir.
- Hizmet bedeli döviz olarak Türkiye'ye getirilmelidir.
- Hizmetten yurtdışında yararlanmalıdır.

Hizmet ihracatı için öngörülen şartlar turizm faaliyetlerini kapsamamaktadır. Ancak, söz konusu şartların turizm faaliyetleriyle çok fazla çeliştiği de söylenemez. Turizm sektörünün dışa bağımlılığı en düşük sektör olması, global krizlerden ve kurdaki dalgalanmalardan asgari düzeyde etkilenmesi, cari açığın kapatılması için döviz kazandırıcı bir sektör olması, işsizliğin azaltılmasındaki önemi gibi özellikleri dikkate alınmak suretiyle, turizm faaliyetleri hizmet ihracatı sayılmalı ve KDV istisnasından yararlanmalıdır.

Yard. Doç. Dr. Mehmet Behzat Ekinci*

ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİNDEKİ GELİŞİM VE TÜRKİYE TURİZM SEKTÖRÜNÜN GELECEĞİNE İLİŞKİN İNCELEMELER

GİRİŞ

Genel sektörel gelişme modelinin öngörüsü şudur: Bir ülkede ilk önce tarım sektöründe yoğunlaşılır ve bu sektörde meydana gelen gelişme sonrasında ikinci sektör olan sanayiye geçilir. Burada da sağlanan gelişmeyi takiben üçüncü sektöre, yani hizmetlere geçilir ve ekonomik aktiviteler burada yoğunlaşır. Böylece iktisadî kaynaklar her üç sektörde de dengeli bir şekilde istihdam edilerek ülkenin istikrarlı bir gelişme ve kalkınma sürecine girmesi sağlanır.

Günümüzün gelişmiş ülkelerinin bu sektörel gelişim modeline uygun bir süreç izledikleri söylenebilir. Aynı durum gelişmekte olan ülkeler (GOÜ) için geçerli değildir. Bu çerçevede alternatif bir sektörel model ortaya konulmaktadır: Buna göre; genel gelişme modeline uygun sektörel süreç izleyemeyen ülkeler, yani tarım-sanayi-hizmet sıralamasını takip edemeyen ülkeler, ilk sektörden hem ikinciye hem de üçüncüye doğru bir gelişim izlemeye çalışmalıdırlar. Bu kapsamda GOÜ'ler, iktisadî kaynaklarını tarımdan hem sanayiye hem de hizmetlere doğru kanallandırmak suretiyle iktisadî gelişmelerini sağlamaya çalışmalıdırlar. İşte birçok GOÜ gibi Türkiye de bu yolu takip etmektedir.

Türkiye, günümüz uluslararası mal ticaretinde belli bir yere sahip bulunmaktadır. Son on yılın ticaret verileri incelendiğinde, Türkiye'nin mal ticaretindeki payını

* Mardin Artuklu Üniversitesi Öğretim Üyesi

giderek artırdığı görülmektedir. Bunun yanında, Türkiye'nin hizmet ticaretindeki yeri de belirgin bir görünüm arz etmektedir. Nitekim, dünya sıralamasında önemli bir konumda bulunmaktadır. Sahip olduğu üretim faktörleri potansiyeliyle de dünya hizmet ticaretindeki payını daha yüksek seviyelere çıkarması mümkündür.

Türkiye'nin uluslararası hizmet ticaretindeki payını artırmada en fazla katkıya sahip alt hizmet sektörü turizmdir. Turizm hizmetlerinde üretim faktörleri açısından sahip olduğu üstünlükler, Türkiye'nin bu hizmetlerde dünyadaki payını artırmaya imkân tanır niteliktedir. Öte yandan bu faktörlerle doğrudan ve/veya dolaylı ilgisi bulunan bazı olumsuzlukları da mevcuttur. Bu sebeple Türkiye, söz konusu engellerini ve sorunlarını çözdüğü ölçüde dünya turizm hizmetlerinde ve daha geniş çerçevede uluslararası hizmet ticaretinde payını artırma imkânı elde edebilecektir.

Bu çalışma, Türkiye'nin turizm sektörünü konu edinmektedir. Bu çerçevede, turizm sektörünün Türkiye açısından taşıdığı öneme vurgu yapılarak bu hizmetlerde karşılaşılan bazı sorunlar incelemeye tâbi tutulmaktadır. Öte yandan sektörün önündeki fırsatlara da değinilerek "Türkiye'nin Stratejik Vizyonu-2023" kapsamında bu hizmetlerin geleceğine ilişkin bazı değerlendirmeler yapılmakta ve başarı şansının artırılabilmesi için birtakım teklifler sunulmaktadır.

Çalışma dört kısımdan oluşmaktadır. İlkinde uluslararası mal ticaretine ilişkin veriler incelenmekte ve Türkiye'nin yeri tespit edilmektedir. İkinci kısımda uluslararası hizmet ticaretine ilişkin veriler incelenmekte ve Türkiye'nin bu alandaki konumu mercek altına alınmaktadır. Üçüncü kısımda, özelde uluslararası turizm hizmetleri ele alınmakta ve Türkiye'nin pozisyonu incelenmektedir. Son ve asıl kısımda ise "Türkiye'de Turizm Sektörü" başlığı altında sektörün taşıdığı potansiyel incelenmekte, bu hizmetlerdeki kurumsallaşma durumu ele alınmaktadır. Daha sonra 2023 vizyonu kapsamında, turizmin geleceğine yönelik birtakım stratejilere yer verilerek sektörün bazı güçlü ve zayıf yönleri ortaya konulmakta, bu hizmetlere yönelik fırsatlara ve tehditlere değinilmekte ve ilgili teklifler sıralanmaktadır.

1. ULUSLARARASI MAL TİCARETİ VE TÜRKİYE

Uluslararası hizmet ticaret hacmini kavrayabilmek için mal ticaret verilerini gözden geçirmekte fayda vardır. Böylece yıllar itibarıyla uluslararası mal ve hizmet ticaretindeki gelişim süreci hakkında ipucu elde etmek mümkün hale gelecektir. Aşağıdaki tabloda 2000-2009 dönemi mal üretim ve ihracat verileri yer almaktadır.

2000-2009 dönemi dünya toplam üretim hacmi % 1,5 oranında artış göstermiştir. En fazla üretim artış oranı % 2 ile ziraat sektöründe iken, madencilik ve sanayi sektörlerindeki üretim artış oranı aynı olup % 1'dir.

Tablo 1. Dünya Mal Üretim ve İhracat Hacmindeki Gelişmeler (2000-2009) (%)

	2007	2008	2009	2000-2009
Dünya Mal Üretimi	0,5	1	-5	1,5
Ziraat	2,5	3,5	0,5	2
Madencilik	0	1	-2	1
Sanayi	0	1	-7	1
Dünya Mal İhracatı	6,5	2	-12	3
Ziraî Ürünler	5,5	2	-3	3
Yakıtlar ve Madenler	3,5	0,5	-4,5	2
Sınaî Ürünler	8	2,5	-15,5	3,5

Kaynak: WTO, “World Trade Developments in 2009”, International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_world_trade_dev_e.htm, 03.12.2010.

Dünya mal ihracat artış oranları ise üretim artışlarından daha fazladır. 2000-2009 dönemi oranları incelendiğinde, % 3'lük toplam ihracat artış olduğu görülmektedir. En fazla ihracat artışı % 3,5 ile sınaî ürünlerde gerçekleşmiştir. Daha sonra % 3 ile ziraî ürün ihracat artışı gelmektedir. Yakıtlardaki ve madenlerdeki ihracat artışı ise % 2 oranında gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Seçilmiş Bölgeler ve Ülkeler İtibariyle Dünya Mal Ticaret Hacmindeki Gelişmeler (2000-2009) (%)

İhracat				İthalat		
2000-2009	2008	2009		2000-2009	2008	2009
3	2	-12	Dünya	3	2	-13
1	2	-15	Kuzey Amerika	1	-3	-17
-2	-6	-18	Kanada	1	1	-17
1	1	-15	Meksika	1	4	-20
2	6	-14	ABD	1	-4	-17
4	1	-8	Güney ve Orta Amerika	6	13	-17
2	0	-15	Avrupa	1	-1	-15
2	0	-15	AB (27)	1	-1	-15
1	0	-3	Norveç	3	3	-14
2	2	-15	İsviçre	1	3	-10
6	2	-5	BDT	11	17	-26
8	6	-11	Asya	6	5	-8
2	6	-5	Avustralya	7	10	-11
17	9	-11	Çin	15	4	3
-4	-11	-1	Hong Kong, Çin	2	-2	-6
12	15	-3	Hindistan	13	18	-3
2	3	-25	Japonya	1	-1	-13
6	4	-8	Altı Doğu Asya Ülkeleri *	3	4	-13

* Hong Kong, Çin; Malezya; Kore Cumhuriyeti; Singapur; Tayvan Özerk Gümrük Bölgesi, Penghu, Kinmen ve Matsu (Taipei, Çin) ve Tayland.

Kaynak: WTO, “World Trade Developments in 2009”, International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_world_trade_dev_e.htm, 03.12.2010.

Seçilmiş bölgeler itibariyle 2000-2009 dönemine ait verilerin yer aldığı tabloda, en fazla mal ihracat artışı Asya kıtasına ait olup % 8 oranındadır. Daha sonra % 4 oranı ile Güney ve Orta Amerika gelmektedir. En düşük ihracat artışı ise Kuzey Amerika'ya ait olup oranı % 1'dir.

Tablodaki veriler ışığında, 2000-2009 döneminde dünyada en fazla mal ihracat artışı gerçekleştiren ülke Çin olup oranı % 17'dir. Çin'i takip eden ülke % 12'lik ihracat artış oranı ile Hindistan'dır. Aynı dönemde ihracatı en fazla düşen ülke ise % -4 ile Hong Kong ve % -2 ile Kanada'dır.

Tabloya göre, 2008 yılı mal ihracat verileri Hong Kong ve Kanada haricinde pozitif yönde iken; ibre 2009 yılında bütün ülkeler için negatife dönmüştür. 2008 yarısında başlayan ABD orijinli mortgage krizi ile tetiklenen global finansal krizin tüm dünyayı etkisi altına aldığı, bu verilerden de anlaşılmaktadır. Fakat 2010 itibariyle bu tablonun pozitif yönde değişiklikler sergilediğine dair işaretler belirmektedir.

Tablo 3. Dünya Mal-Hizmet Ticaret Hacmindeki Gelişmeler (2000-2009) (Milyar dolar)

	2000	2005	2009
Mal			
İhracat	6,5	10,5	12,5
İthalat	6,7	10,8	12,7
Hizmet			
İhracat	1,5	2,5	3,3
İthalat	1,5	2,4	3,1

Kaynak: WTO, Trade and Tariff Statistics,
http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/looking4_e.htm#summary, 07.12.2010.

2000-2009 dönemi dünya mal ve hizmet ticaret hacimlerine ilişkin verilerin yer aldığı tabloda, ağırlığın mal lehine olduğu görülmektedir. Nitekim 2000'de 6,5 milyar dolar olan dünya mal ihracat hacmi, 2009'da iki kat civarında artarak 12,5 milyar dolara yükselmiştir.

Dünya hizmet ticaret hacmi incelendiğinde, bu meblağların mal ticaret hacminin 1/4'ü civarında olduğu görülmektedir. Fakat kendi değerleri dahilinde dikkate alındığında, hizmet ticaret hacminde de artışlar olduğu anlaşılmaktadır. Mesela, 2000-2009 dönemi dünya hizmet ihracat hacminde de mal ihracat hacmine benzer artışlar meydana gelmiştir. Nitekim, 2000'de 1,5 milyar dolar olan hizmet ihracat hacmi, 2009'da iki kattan fazla artış sergilemiş ve 3,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4. Türkiye'nin Mal Ticaret Hacmindeki Gelişmeler ve Dünyadaki Payı (2000-2009) (Milyar dolar, %)

	2000	2005	2009
Türkiye'nin Mal Ticaret Hacmi.			
İhracat	28	73	102
İthalat	55	117	141
Türkiye'nin Dünyadaki Payı			
İhracat	0,4	0,7	0,8
İthalat	0,8	1	1,1

Kaynak: WTO, Trade and Tariff Statistics,

<http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBViewData.aspx?Language=E>, 14.12.2010.

Uluslararası mal ticaretinde Türkiye'nin durumu incelenecek olursa belli bir başarı eğiliminden bahsedilebilir. Esasında, mal ihracat hacmi açısından bakıldığında Türkiye'nin 2000-2009 döneminde çok ciddi bir artış gerçekleştirdiği görülmektedir. Nitekim, 2000'de 28 milyar dolar olan ihracat hacmi, 2009'da 102 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Aslında 2007 Global Krizin olmaması halinde 102 milyar dolarlık hacimden daha fazlasına ulaşılması mümkün olabilecekti.

Türkiye'nin mal ticaretinde, mevcut ekonomik şartlara rağmen 2000-2009 döneminde önemli başarılar elde ettiği, tablodaki verilerden de anlaşılabilmektedir. Nitekim, 2000'de Türkiye'nin dünya mal ticaretindeki payı % 0,4 iken 2005 oranı % 0,7'ye yükselmiş, 2009'da ise % 0,8'e ulaşmıştır. 2023 yılında 500 milyar dolarlık ihracat hacmini hedefleyen Türkiye, ki bu hacmin daha üstüne çıkılması da mümkündür, dünya mal ticaretindeki payını da daha yüksek seviyelere çıkarabilecektir.

2. ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİ VE TÜRKİYE

Bu kısımda uluslararası hizmet ticaretinde yıllar itibarıyla meydana gelen gelişmelere değinilerek Türkiye'nin yerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır.

2.1. Uluslararası Hizmet Ticareti

Birçok alt daldan oluşan hizmet sektörü, ülkelerin sahip oldukları imkânlar doğrultusunda icra ettikleri faaliyetler dizisidir. Ancak genel itibarıyla incelendiğinde, iki temel alt hizmet dalı ön plana çıkmaktadır ki bunlar turizm ve ulaştırma.

Tablo 5. Alt Dallar İtibariyle Dünya Hizmet Ticaretindeki Gelişmeler (2000-2009) (Milyar dolar, %)

	Hacim	Pay		
	2009	2000	2005	2009
İHRACAT				
Tüm Ticarî Hizmetler	3.350	100	100	100
Turizm	870	32,1	27,7	26
Ulaştırma	700	23,4	23,3	20,9
Diğer Ticarî Hizmetler	1.780	44,5	49	53,1
İTHALAT				
Tüm Ticarî Hizmetler	3.145	100	100	100
Turizm	790	29,8	27,1	25,1
Ulaştırma	835	28,7	29,1	26,6
Diğer Ticarî Hizmetler	1.520	41,5	43,8	48,3

Kaynak: WTO, "Trade in Commercial Services by Category", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_trade_category_e.htm, 03.12.2010.

Turizm ve ulaştırma hizmet alt dalları, toplam ticarî hizmet ticaretinin yarıya yakınıni oluşturmaktadır. 2009 yılı itibariyle toplam ticarî hizmet ihracatı 3,3 trilyon dolar civarında olup, bunun 1,6 trilyon dolarlık kısmı turizm ve ulaştırma hizmetlerine aittir.

Alt sektörel paylar itibariyle değerlendirildiğinde 2000-2009 dönemi ulaştırma hizmetleri ihracatı, toplam ticarî hizmetlerin % 21-24 aralığında değişen oranlardaki kısmını oluşturmaktadır. Turizmde ise bu oranlar biraz daha yüksek olup % 26-32 aralığında gerçekleşmiştir. Tabii hemen belirtmek gerekir ki bu iki alt sektör dışındaki hizmetler de paylarını giderek artırmaktadır.

1990-2009 döneminde bölgeler itibariyle hizmet alt dalları ihracat oranlarında meydana gelen değişmelerin yer aldığı tabloda, tüm ticarî hizmetler açısından değerlendirildiğinde 1990-1995 dönemi ihracat artış oranı % 8; 1995-2000 dönemi artışı % 5 ve 2000-2009 dönemi artışı ise % 9 olarak gerçekleşmiştir. 1995-2000 dönemi artışının daha düşük olmasının sebebi, 1997 yılında Güneydoğu Asya'da başlayan global finansal kriz olarak belirtilebilir.

2000-2009 dönemi dikkate alınarak bölgesel ihracat artış oranları itibariyle kıyaslama yapıldığında, en yüksek hizmet ihracat artışının Bağımsız Devletler Topluluğu ülkelerinde meydana geldiği, bunu sırasıyla Asya ve Avrupa ülkelerinin takip ettiği görülmektedir. Her üç bölge için oranlar sırasıyla % 16, % 11 ve % 10'dur. En düşük hizmet ihracat artış oranı ise % 6 ile Kuzey Amerika ülkelerine ait bulunmaktadır.

Tablo 6. Alt Dallar İtibariyle Dünya Hizmet İhracatındaki Gelişmeler (1990-2009) (%)

	Dünya	K.Amerika	G. ve O. Amerika	Avrupa	BDT	Afrika	Ortadoğu	Asya
Tüm Ticarî Hizmetler								
1990-1995	8	8	9	-	-	-	-	-
1995-00	5	7	6	-	-	-	-	4
2000-2009	9	6	9	10	16	-	-	11
2007	20	15	18	21	27	18	-	22
2008	13	9	16	12	28	16	-	16
2009	-12	-9	-8	-14	-17	-9	-4	-12
Ulaştırma Hizmetleri								
1990-1995	6	4	7	-	-	-	-	11
1995-2000	3	3	1	3	-	-	-	3
2000-2009	8	4	8	9	13	-	-	8
2007	20	12	16	21	20	-12	9	24
2008	17	16	20	16	26	19	17	18
2009	-23	-21	-18	-22	-17	-14	-20	-26
Turizm								
	8							
1990-1995	9	7	10	-	-	-	-	-
1995-2000	3	6	7	2	-	6	-	2
2000-2009	7	2	6	7	15	12	-	10
2007	15	11	12	14	27	17	21	20
2008	10	11	9	9	23	9	16	13
2009	-9	-11	-6	-13	-22	-5	2	-3
Diğer Ticarî Hizmetler								
1990-1995	10	12	10	-	-	-	-	16
1995-2000	7	11	9	-	-	-	-	6
2000-2009	12	8	13	12	23	-	-	13
2007	23	18	27	24	36	30	-	22
2008	12	7	21	13	34	29	-	16
2009	-9	-5	-4	-11	-15	-11	0	-8

Kaynak: WTO, "Trade in Commercial Services by Category", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_trade_category_e.htm, 03.12.2010.

2.2. Türkiye'nin Dünya Hizmet Ticaretindeki Yeri

Türkiye'nin, uluslararası hizmet ticareti alanında iyi bir konumda bulunduğu belirtilebilir. Türkiye, mal ticaretinde belli ölçüde yakaladığı başarı derecesini hizmet ticaretinde de elde etmiş bulunmaktadır. Sahip olduğu faktör donanımı, Türkiye'ye hizmet alt dallarında birtakım mukayeseli üstünlükler sağlamaktadır.

Tablo 7. Alt Dallar İtibariyle Dünya Hizmet Ticaretindeki Gelişmeler (2000-2009) (Milyar dolar, %)

Sıra	İhracatçı	Hacim	Pay	Sıra	İthalatçı	Hacim	Pay
1	ABD	474	14,1	1	ABD	331	10,5
5	Çin	129	3,8	5	Japonya	147	4,7
10	Hollanda	91	2,7	10	Hollanda	85	2,7
15	İsviçre	69	2,1	15	Belçika	74	2,4
20	Danimarka	55	1,6	20	Hong Kong, Çin	44	1,4
25	Yunanistan	38	1,1	25	Avusturya	37	1,2
26	TÜRKİYE	33	1	30	Endonezya	28	0,9
30	Malezya	28	0,8	35	Yunanistan	20	0,6
35	Mısır	21	0,6	40	TÜRKİYE	16	0,5

Kaynak: WTO, "Trade in Commercial Services by Category", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statistics_e/its2010_e/its10_trade_category_e.htm, 03.12.2010.

Dünyada başlıca hizmet ihracatçılarının ve ithalatçılarının yer aldığı tabloda, Türkiye'nin başarı derecesi görülebilmektedir. İhracatçılar sıralamasında Türkiye 26. konumda bulunmaktadır. Sıralamada ABD birinci olup, Türkiye'nin önünde yer alan diğer bazı ülkeler Çin, Hollanda ve Yunanistan'dır.

Hizmet ithalatı açısından incelendiğinde Türkiye 40. sırada yer almaktadır. Zaten Türkiye her zaman için net bir hizmet ihracatçısı olagelmıştır. İhracatçılar sıralamasında birinci olan ABD, ithalatçılar sıralamasında da başta bulunmaktadır. Diğer bazı ülkeler ise Japonya, Hollanda, Endonezya ve Yunanistan'dır.

3. ULUSLARARASI TURİZM HİZMETLERİ VE TÜRKİYE

Mal ticaretinde olduğu gibi, hizmet ticaretinde de bir ülkenin üretim yapısını belirleyen, sahip olduğu üretim faktörleridir. Burada, ülkenin sahip olduğu işgücü, sermayesi ve tabii kaynakları, hizmet ticaretindeki ve buna bağlı olarak hizmet alt dallarındaki başarısını belirleyen temel unsurlardır.

Türkiye'nin mevcut üretim faktörleri, turizm hizmetlerinde başarılı olmasına imkân tanımaktadır. Sahip olduğu kaynaklarını optimum seviyede kullanıp kullanmadığı meselesi bir yana, Türkiye mevcut haliyle de dünyada önemli bir turizm ihracatçısı konumunda bulunmaktadır. Aşağıdaki başlıklarda bu konuya ilişkin incelemelerde bulunmaktadır.

3.1. Uluslararası Turizm Hizmetleri

Turizm gelirleri, ülke ekonomilerinde önem arz eden bir kalemdir. Söz konusu gelirler, özellikle cari açığın azaltılmasında veya giderilmesinde birçok ülke açısından büyük katkı sağlamaktadır. Dolayısıyla hemen tüm ülkeler bu iktisadî faaliyetlere, sahip oldukları imkânlar derecesinde önem vermekte ve gelirlerinden istifade etmektedir.

Tablo 8. Alt Dallar İtibariyle Dünya Hizmet Ticaretindeki Gelişmeler (2000-2009) (Milyar dolar, %)

	Hacim	Pay		Yıllık % değişim		
	2009	2000	2000-2009	2007	2008	2009
İHRACAT						
Dünya	870	100	7	15	10	-9
Kuzey Amerika	145	24,6	2	11	11	-11
Güney ve Orta Amerika	40	4,9	6	12	9	-6
Avrupa	395	46,2	7	14	9	-13
AB (27)	341	42	6	14	8	-13
BDT	17	1	15	27	23	-22
Afrika	40	3,1	12	17	9	-5
Ortadoğu	37	2,8	-	21	16	2
Asya	199	17,5	10	20	13	-3
İTHALAT						
Dünya	790	100	7	16	8	-9
Kuzey Amerika	110	19,6	3	9	6	-9
Güney ve Orta Amerika	27	3,5	7	26	16	-1
Avrupa	366	48,3	6	15	9	-14
AB (27)	334	45,3	6	15	9	-15
BDT	28	2,4	11	18	13	-12
Afrika	21	1,9	-	24	16	-9
Ortadoğu	61	3,4	-	33	2	1
Asya	175	20,9	8	14	7	0

Kaynak: WTO, "Trade in Commercial Services by Category", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_trade_category_e.htm, 03.12.2010.

2000-2009 dönemi turizm ihracat hacimlerindeki yıllık değişim dikkate alındığında, en yüksek pay % 15 ile BDT'ye ait bulunmaktadır. Daha sonra % 12 ile Afrika kıtası gelmekte ve bunu da % 10'luk pay ile Asya kıtası takip etmektedir.

2009 yılı itibariyle uluslararası turizm ihracat hacmi 870 milyar dolardır. Bu meblağ, 2009 yılı toplam hizmet ihracatının 1/4'üne tekabül etmektedir. Turizmin toplam hizmetler içinde önemli bir paya sahip olduğu, bu rakamlardan da anlaşılmaktadır.

Bölgeler itibariyle değerlendirildiğinde, 2009 yılı itibariyle en fazla turizm geliri 395 milyar dolar ile Avrupa kıtasında elde edilmiştir. Bunu 199 milyar dolar ile Asya kıtası ve 145 milyar dolar ile Kuzey Amerika takip etmektedir.

3.2. Türkiye'nin Dünya Turizm Hizmetlerindeki Yeri

Çoğu ülke için olduğu gibi Türkiye için de turizm gelirleri, toplam gelirlerin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. Bu sebeple, turizm faaliyetlerine önem verilmekte ve buradan elde edilen gelirin artırılmasına yönelik muhtelif programlar hayata geçirilmektedir.

Tablo 9. Turizm Hizmetlerindeki Başlıca İhracatçı ve İthalatçılar
(2000-2009, Milyar dolar, %)

	Hacim	Pay		Yıllık % değişim			
	2009	2000	2009	00-09	2007	2008	2009
İHRACATÇILAR							
AB (27)	341,4	42	39,2	6	14	8	-13
ABD	120,3	20,6	13,8	2	12	13	-11
Çin	39,7	3,4	4,6	10	10	10	-3
Avustralya	25,9	2	3	12	26	12	3
TÜRKİYE	21,3	1,6	2,4	12	10	19	-3
Makao, Çin	17,9	0,6	2,1	22	38	28	7
Hong Kong, Çin	16,4	1,2	1,9	12	18	11	7
Tayland	15,9	1,6	1,8	9	24	9	-12
Malezya	15,4	1,1	1,8	13	35	9	1
İsviçre	14	1,4	1,6	9	13	19	-3
Kanada	13,7	2,3	1,6	3	7	1	-13
Meksika	11,3	1,7	1,3	3	6	3	-15
Mısır	10,8	0,9	1,2	11	23	18	-2
Hindistan	10,6	0,7	1,2	13	24	10	-10
Japonya	10,3	0,9	1,2	10	10	17	-5
TOPLAM	685	82	78,6	-	-	-	-

İTHALATÇILAR							
AB (27)	334,2	45,3	42,3	6	15	9	-15
ABD	79,1	15,4	10	2	6	5	-8
Çin	43,7	3	5,5	14	22	21	21
Japonya	25,2	-	3,2	...	-1	...	6
Kanada	24,2	2,9	3,1	8	20	10	-11
Rusya Federasyonu	20,8	2	2,6	10	17	12	-13
Suudi Arabistan	18,8	-	2,4	...	55	-25	24
Avustralya	18,2	1,5	2,3	12	27	26	-3
Hong Kong, Çin	16	2,9	2	3	7	7	-1
Singapur	15,8	1	2	15	18	15	4
Kore Cumhuriyeti	13,3	1,6	1,7	7	17	-13	-30
Norveç	12,3	1,1	1,6	11	21	13	-23
Brezilya	10,9	0,9	1,4	12	42	34	-1
İsviçre	10,9	1,2	1,4	8	9	8	-1
Birleşik Arap Emirlikleri	10,3	0,7	1,3	15	28	18	-22
TOPLAM	655	85,2	82,8	-	-	-	-

Kaynak: WTO, "Trade in Commercial Services by Category", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_trade_category_e.htm, 03.12.2010.

2009 yılı turizm ihracat hacmi itibarıyla değerlendirildiğinde, Türkiye üst sıralarda yer almaktadır. 27 AB ülkesi, 341 milyar dolar ile en yüksek turizm gelirin sahibidir. Bu ülke grubunu 120 milyar dolar ile ABD takip etmektedir. Türkiye ise 2009 yılında 21,3 milyar dolarlık turizm geliri elde etmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre bu meblağ ile dünyada dokuzuncu sırada yer almaktadır. Net bir turizm ihracatçısı olduğundan dolayı Türkiye, başlıca ithalatçılar sıralamasının altlarında yer almaktadır.

2000-2009 döneminde yıllık değişimler itibarıyla ele alındığında, turizm ihracat gelirleri açısından Türkiye'nin artış oranı % 12 olup, üçüncü yüksek orandır. En yüksek oran % 22 ile Makao, Çin'e; ikinci yüksek oran ise % 13 ile Malezya'ya ve Hindistan'a aittir.

4. TÜRKİYE'DE TURİZM SEKTÖRÜ

Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine sağladığı katkı derecesi yıllar itibarıyla artarak devam etmiştir. Bunda sektöre yönelik yaklaşımların büyük payı vardır. Nitekim, özellikle 1980 yılı itibarıyla ekonomide dışa açık ihracat stratejisi kapsamında mal ticareti yanında hizmet ticaretine de yönelik ciddi destekler,

teşvikler sağlanmıştır. Böylece sektöre yapılan yatırımların geri dönüşü de kısa sürede sağlanabilmiş ve turizm, hizmet sektörü içinde en çok katkı sağlayan faaliyet alanı haline gelmiştir.

Tablo 10. Türkiye'nin Turizm Gelir ve Giderlerindeki Gelişmeler (1965-2009, Bin dolar)

Yıl	Gelir	Gelen Yabancı Sayısı	Gider	Çıkan Vatandaş Sayısı	Denge
1965	13.758	361.758	24.310	186.520	-10.552
1970	51.597	724.784	47.738	515.992	3.859
1975	200.861	1.540.904	154.954	1.397.425	45.907
1980	326.654	1.288.060	114.738	1.794.808	211.916
1985	1.482.000	2.614.924	323.600	1.806.163	1.158.400
1990	3.225.000	5.389.308	520.000	2.917.118	2.705.000
1995	4.957.000	7.726.886	912.000	3.981.391	4.045.000
2000	7.636.000	10.428.153	1.711.000	5.284.336	5.925.000
2001	10.066.500	11.619.909	1.738.000	4.856.816	8.328.500
2003	13.203.100	13.956.405	2.113.300	5.891.729	11.089.800
2005	18.153.500	21.124.886	2.870.400	8.246.056	15.283.100
2007	18.487.000	23.340.911	3.259.600	8.937.660	15.227.400
2009	21.249.300	27.077.114	4.145.700	10.493.175	17.103.600

Kaynak: TÜİK, Turizm İstatistikleri,

http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=51&ust_id=14, 02.12.2010;

TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html>, 02.12.2010.

1965-2009 dönemi turizm gelir-gider kalemlerindeki yüksek artışlar, sektörün Türkiye ekonomisindeki ağırlığını artırdığının göstergeleridir. 1965 yılında turizm gideri daha fazla iken, bu eğilim zamanla tersine dönmüş ve 1980 yılı itibariyle yüksek hacimli artışlara şahit olunmuştur. Nitekim, 1965'te 10,5 milyon dolar açık veren sektör, 1980'de 212 milyon dolar fazla verir hale gelmiştir. 1985'teki gelir fazlası 1 milyar doları aşmış; 1995'te 4 milyar doları bulmuş ve bu meblağ 2005'te 15 milyar doları geçmiştir. 2009 turizm gelir fazlası ise 17 milyar dolar civarında gerçekleşmiştir.

1965 yılında gelen yabancı sayısı 362 bin civarında iken, 1980'de 1,3 milyona; 1995'te 7,7 milyona; 2005'te 21,1 milyona çıkmıştır. 2009'da ise bu sayı 27 milyonu aşmıştır. 1965-2009 döneminde yurtdışına çıkan vatandaş sayısında da önemli artışlar sağlanmıştır ama 1965 yılı haricinde hiçbir zaman turizm gideri, gelirinden fazla olmamıştır.

Tablo 11. Türkiye'ye Giriş Yapan Yabancı-Yerli Ziyaretçi Sayıları (2001-2009)

	2001	2003	2005	2007	2009
YABANCI TOPLAMI	11.619.909	13.956.405	21.124.886	23.340.911	27.077.114
OECD Ülkeleri	7.500.647	8.385.885	12.261.709	12.482.873	14.427.962
OECD Ülkeleri (Avrupa)	6.854.504	7.986.524	11.519.879	11.411.620	13.304.316
OECD Ülkeleri (Diğer)	646.143	399.361	741.830	1.071.253	1.123.610
Diğer Avrupa Ülkeleri	1.353.101	1.870.139	2.753.094	2.742.035	3.125.565
BDT	1.431.190	2.072.103	3.431.601	4.824.943	5.480.640
Asya Ülkeleri	1.074.877	1.398.315	2.311.110	2.868.741	3.410.858
Doğu Asya Ülkeleri	69.534	89.033	155.983	228.050	187.809
Güney Doğu Asya Ülkeleri	40.131	36.094	61.650	89.532	124.208
Güney Asya Ülkeleri	351.641	546.244	1.008.432	1.144.936	1.488.876
Batı Asya Ülkeleri	613.571	726.944	1.085.045	1.406.223	1.609.965
Afrika Ülkeleri	181.301	174.114	233.266	258.148	426.119
Amerika Ülkeleri	66.946	41.442	111.195	143.635	179.563
Okyanusya Ülkeleri	269	281	428	171	183
VATANDAŞ TOPLAMI	4.892.641	5.817.368	8.045.085	8.854.788	10.242.183

Kaynak: TÜİK, Turizm İstatistikleri,http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=51&ust_id=14, 02.12.2010.

2001-2009 döneminde Türkiye'ye giriş yapan yabancı-yerli ziyaretçi sayıları itibariyle önde gelen ülke grubu OECD'dir. 2009 yılı verilerine göre, en fazla yabancı-yerli sayısı 14,4 milyon kişi ile bu ülke grubundan; daha sonra 5,5 milyon kişi ile BDT ülkelerinden gelmiştir. Asya ülkeleri de 3,4 milyon ziyaretçi ile üçüncü sırada yer almaktadır.

4.1. Sektörün Potansiyeli

Turizm sektörünün Türkiye ekonomisine yönelik sağladığı katkının boyutları gelir-gider meblağları ve ziyaretçiler itibariyle ortadadır. Sektörün Türkiye ekonomisi için taşıdığı önem çok belirgindir. Daha evvel de kısmen değinildiği gibi gerçekten de turizm gelirleri, Türkiye'nin cari açığının azaltılmasında belirgin bir paya sahip bulunmaktadır. Öyle ki kimi dönemlerde oluşan cari açığın azaltılmasında kilit bir rol üstlenmektedir. Bu sebeple, sektörün taşıdığı potansiyel göz önünde bulundurularak, bu alandaki faaliyetlerin daha da geliştirilmesine çalışılmaktadır.

2009 yılı itibariyle turizm sektörüne ilişkin ortaya konan şu veriler, bu faaliyetler dizisinin Türkiye ekonomisi için taşıdığı önemi belirgin bir şekilde ortaya koymaktadır (Yetkin, Türkiye Turizmi, 11.12.2010):

- Turizm sektörü, Türkiye’de 40 çeşit ürünün sunulduğu bir alandır.
- Sektör, 36 sektörle karşılıklı ilişki içindedir.
- 4000’in üstünde seyahat acentesi faaliyet göstermektedir.
- Turistik faaliyetlerde 7 bin kokartlı rehber çalışmaktadır.
- Turizmde 2,5 milyon civarında insan istihdam edilmektedir.

Takip eden tablolarda, bazı yönleri itibariyle turizm sektörünün yıllar itibariyle sergilediği gelişim bilgileri yer almaktadır. Bu çerçevede; konaklama tesislerine, tarifesiz uçaklara ve yolculara ve yabancı yat ve yolcu sayılarına ilişkin değerlendirmeler yapılmaktadır.

Tablo 12. Türkiye’de Konaklama Tesislerinin Sayısı (1970-2009)

	Turizm Yatırım Belgeli				Turizm İşletmesi Belgeli		
	Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı		Tesis Sayısı	Oda Sayısı	Yatak Sayısı
1970	301	13.372	25.872		292	15.243	28.354
1975	202	12.846	25.956		421	23.860	44.957
1980	267	13.019	26.288		511	28.992	56.044
1985	501	34.251	71.521		689	41.351	85.995
1990	1.921	156.702	325.515		1.260	83.953	173.227
1995	1.334	96.517	202.483		1.793	135.436	280.463
2000	1.300	113.452	243.794		1.824	156.367	325.168
2001	1.237	106.683	229.047		1.998	177.371	368.819
2003	1.130	111.894	242.603		2.240	202.339	420.697
2005	1.039	128.005	278.255		2.412	231.123	483.330
2007	776	112.541	254.191		2.514	251.987	532.262
2009	754	103.119	231.456		2.625	289.383	608.765

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri,
<http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-63765/istatistikler.html>, 03.12.2010.

1970-2009 verilerinin yer aldığı tabloda, Türkiye’de konaklama tesis sayısındaki yüksek oranlı artışlar görülebilmektedir. Konaklama tesisleri, turizm faaliyetlerinin en temel unsurları arasında kabul edilmektedir. Konaklama tesisleri alanında istisnasız her yıl yatırım yapılmaktadır. Yatırımcılar ya kendi kaynaklarıyla ya da

devlet teşvikleriyle tesis yatırımları gerçekleştirmektedirler. Belirtilebilir ki çoğunlukla ikinci yol tercih edilmektedir. Çünkü bu alanda sağlanan önemli teşvikler bulunmaktadır.

Tablo 13. Türkiye’de Hava Limanlarından İniş-Kalkış Yapan Tarifesiz (Charter) Uçaklara ve Yolculara İlişkin Bilgiler (1985-2009)

	Uçak Sayısı	Yolcu Sayısı	
	İniş-Kalkış	Gelen	Giden
1985	9.838	427.945	420.431
1990	29.245	1.717.739	1.719.616
1995	96.444	5.671.728	5.697.828
2000	78.887	5.891.418	5.692.884
2001	95.558	6.650.604	6.685.309
2005	153.742	10.973.233	11.419.368
2009	146.519	10.719.282	10.935.502

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-63765/istatistikler.html>, 03.12.2010.

Tarifesiz uçak sayılarında da dikkat çekici artışlar meydana gelmiştir. 1985’te 9.838 olan iniş-kalkış sayısı, 1995’te 96.444; 2005’te 153.742 olarak gerçekleşmiştir. 2009 rakamı ise 146.519’dur.

Gelen-giden yolcu sayısı da paralel bir gelişim sergilemiştir. 1985’te 427.945 olan gelen yolcu sayısı, 1995’te 5.671.728’e; 2005’te 10.973.233’e yükselmiştir. 2009 rakamı ise 10.719.282 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 14. Türkiye Limanlarına Gelen Sarı Bayraklı Yabancı Yat ve Yolcu Sayıları (1987-2009)

	Yat Sayısı			Yolcu Sayısı		
	Ticarî	Özel	Toplam	Ticarî	Özel	Toplam
1987	-	-	3.441	-	-	16.913
1990	600	2.954	3.554	5.845	10.770	16.615
1995	793	1.787	2.580	6.165	5.251	11.416
2000	189	1.046	1.235	4.162	2.466	6.628
2001	345	2.089	2.434	5.577	4.300	9.877
2003	767	3.397	4.164	6.836	2.727	9.563
2005	627	3.604	4.231	13.574	3.660	17.234
2007	1.358	6.360	7.718	15.456	10.627	26.083
2009	1.199	7.914	9.113	15.104	9.419	24.523

Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-63765/istatistikler.html>, 03.12.2010.

Turizm sektöründe, havayolu yanında denizyolu kullanımı da giderek artmıştır. Nitekim, limanlara yanaşan yat ve bunların taşıdığı yolcu sayılarında artışlar meydana gelmiştir. 1987-2009 döneminde Türkiye limanlarına gelen yabancı bayraklı yat ve yolcu sayıları yıllar itibariyle farklılıklar gösterse de toplamda önemli bir gelişim meydana geldiği görülmektedir. Tabii, bu sayının artırılabilmesi için yeterli limana ve buralarda uygun altyapı imkânlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

4.2. Sektörde Kurumsallaşma Durumu

Türkiye turizm sektöründe kurumsallaşma, iki temelde gerçekleşmektedir. İlki kamu nitelikli, ikincisi özel niteliklidir. Kamu seviyesinde kurumsal yapılar, turizm sektörü ile ilişkileri çerçevesinde bakanlıklar bünyesinde oluşmaktadır. Sektörün ana nitelikli kamu kuruluşu Kültür ve Turizm Bakanlığı'dır. Bunun yanında farklı bakanlıklar ve bakanlıklara bağlı üst kuruluşlar mevcuttur.

Özel nitelikli kuruluşlar ise daha çok birlikler, odalar, federasyonlar, dernekler ve vakıflar seviyesinde oluşmaktadır. Bu tür kuruluşlar da sektörel anlamda önemli faaliyetler gerçekleştirmektedirler. Bizzat faaliyetler içinde bulunduklarından dolayı da kamu kurumlarına önemli ölçüde katkı sağlayabilmektedirler.

"Türkiye'nin Stratejik Vizyonu-2023" kapsamında hazırlanan "Türkiye Turizm Stratejisi-2023" ve "Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı, 2007-2013"te Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulan kurumsal dağılım şeması, sektörle ilgili kamu/özel ve karma nitelikli kurumlara ve kuruluşlara yer vermektedir.

Şema. Türkiye Turizm Stratejisi - 2023 Kapsamındaki Kurumsal Dağılım



Kaynak: Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi-2023, Ankara, 2007, http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm_Strateji_2023.pdf, 01.12.2010.

“Türkiye Turizm Stratejisi-2023” kapsamında Ulusal Turizm Konseyi, İl Turizm Konseyi ve Noktasal Turizm Konseyleri koordinatörlüklerinde, Kültür ve Turizm Bakanlığı ve alt müdürlükleri, daire başkanlıkları vasıtasıyla çeşitli kamu kurumlarının ve sektör kuruluşlarının yardımıyla Türkiye turizminin daha ileri seviyelere taşınabilmesi için eylem planları hayata geçirilmektedir .

Bu stratejideki asıl unsur, Kültür ve Turizm Bakanlığı bağlantılı Ulusal Turizm Konseyi'dir. Konsey, Türkiye Turizm Stratejisinin uygulanması sürecinde en üst merci konumundadır. Bu çerçevede; sektöre ilişkin politika belirleme ve karar alma sürecinde Kültür ve Turizm Bakanlığı'na veri sağlanması ve politikaların uygulanmasında, değerlendirme ve yönlendirme organıdır. Konsey'in karar alma mercii olarak yönetim kurulu, sektörde yer alan tüm kamu-özel kuruluşlarından temsil kabiliyetini haiz 15-20 üyeden oluşmaktadır. Konsey'e Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan 3, DPT'den 1, turizm sektöründen 7, işçi örgütlerinden 1 ve STK'lardan 2 temsilcinin katılımı öngörülmektedir. Bunlar dışında dışarıdan geçici üye de yer almaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi, 01.12.2010).

Kamu kurumları içinde DPT başta olmak üzere, Çevre ve Orman, Tarım ve Köyişleri, Sanayi ve Ticaret, Ulaştırma ve Maliye Bakanlıkları da yardımcı kuruluş olarak yer almaktadır. Öte yandan yardımcı nitelikteki diğer kuruluşlar arasında sektör kuruluşları da bulunmaktadır. Bu çerçevede özel nitelikli birlikler, odalar mevcuttur. Karma nitelikli kuruluşlar olarak da ajanslar bulunmaktadır. Burada turizm sektörü birliği olarak TURSAB'a özel olarak yer verilmektedir.

Türkiye'de turizm sektöründe faaliyette bulunan, aynı zamanda birer STK özelliğine sahip olan ve aralarında TURSAB'ın da bulunduğu özel nitelikli kuruluşların önemli bir kısmı şöyledir:

- POYD: Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği
- TUREB: Turist Rehberleri Birliği
- TUREF: Turist Rehberleri Dernekleri Federasyonu
- TUROB: Turistik Otelciler, İşletmeciler, Yatırımcılar Birliği
- TÜROFED: Türkiye Otelciler Federasyonu
- TURSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği
- TÜRSAV: Turizm ve Seyahat Acenteleri Vakfı
- TÜSAD: Tüm Seyahat Acenteleri Derneği
- TYD: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği
- TURGÖN: Turizm Gönüllüleri Platformu

Takip eden alt başlıklar altında alfabetik sırayla bu kuruluşlara ilişkin genel bilgilere yer verilmektedir. Söz konusu bilgiler incelendiğinde, bu kuruluşların amaçlarının ve faaliyetlerinin, aynı zamanda Türkiye'de turizm sektörünün sorunlarına ilişkin önemli ipuçlarını içerdiği de görülmektedir.

POYD: Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği

Otelcilik sektöründe; profesyonelliği geliştirmek, sektör yöneticileri arasındaki yardımlaşmayı ve iletişimi kuvvetlendirmek, sektörün ve yöneticilerin sorunlarına müşterek çözümler aramak; yöneticilerin sektördeki gerçek rolünü ve yerini bulmasını sağlamak amacıyla 1992 yılında Antalya'da kurulmuştur. POYD'un diğer amaçları şöyledir:

- Profesyonel yöneticilerin sektörde işverenler, diğer çalışanlar ve sektörün diğer kurumları (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Seyahat Acenteleri, Taşıma Şirketleri vb.) ile ilişkilerine yardımcı olmak, yön vermek ve uygun düzenlemeler getirmek,
- Türkiye otelciliğinin geliştirilmesi ve dünya standartlarına ulaştırılması için ulusal ve uluslararası düzenlemeler ve politikalar oluşturmak, dünyada "Türkiye otelciliği" konusunda söz sahibi olabilmek.

2010 sonu itibarıyla 216 üyesi bulunan POYD, meslekî standartların belirlenmesini ve gelişmiş turizm ülkelerinde olduğu gibi Türkiye'de de otelcilik mesleğinde sertifikasyona geçilmesini, ulusal kongrelerde ve toplantılarda bildiriler sunarak savunmaktadır. Otelcilik mesleğinin sağlıklı gelişmesini sürdürebilmesi için meslek kuruluşları veya kurumlar ile işbirliği yapmaktadır.

TUREB: Turist Rehberleri Birliği

Farklı birtakım oluşum süreçlerinden sonra 2010 yılında tüm rehber kuruluşlarının bir araya gelerek oluşturdukları bir protokol ile kurdukları bir birliktir. TUREB'in amaçları şöyledir:

- Turist rehberlerinin ortak sorunlarını tespit etmek ve çözüm teklifleri oluşturmak,
- Meslek kuruluşları arasında işbirliği ve koordinasyon sağlamak,
- Turist rehberleri mesleğine ve meslek örgütlenmesine yönelik kanunî ve idarî düzenlemeler konusunda ortak girişimde bulunmak ve çaba göstermek,
- Turizm sektöründe faaliyet gösteren diğer meslek örgütlenmeleri, kamu kurumları ve kuruluşlarıyla idarî makamlar karşısında temsilde işbirliği ve koordinasyonu sağlamak.

TUREB üyesi rehber kuruluşları şunlardır:

1. ARED: Ankara Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
2. ARO: Antalya Rehberler Odası
3. BORED: Bodrum Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
4. ÇARED: Çanakkale Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
5. ÇİRED: Çince Rehberler Derneği
6. ÇURED: Çukurova Turist Rehberleri Birliği Derneği
7. GARED: Gaziantep Turist Rehberleri Derneği
8. GÜMRED: Güney Marmara Rehberler Derneği
9. İRO: İstanbul Rehberler Odası
10. KARED: Kapadokya Turist Rehberleri Derneği
11. KARDER: Karadeniz Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
12. KONTURED: Konya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
13. KURED: Kuşadası Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
14. MARED: Marmaris Turist Rehberleri Derneği
15. REHBERANT: Antalya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
16. ŞURED: Urfa Rehberler Derneği
17. VANTURED: Van Turist Rehberleri Derneği

TUREF: Turist Rehberleri Dernekleri Federasyonu

Türkiye’de Anayasa ve kanunlar doğrultusunda kendisine bağlı derneklerin amaçlarını gerçekleştirmeye yardımcı olmak, bu çerçevede bağlı dernekler arasındaki koordinasyonun ve iş birliğinin en üst düzeye çıkarılmasını sağlamak için 2007 yılında kurulmuştur. Federasyonun diğer amaçları şöyledir:

- Profesyonel turist rehberleri arasında meslekî dayanışmayı ve birliği sağlamak, oluşturulacak bir konfederasyon için öncülük etmek,
- Profesyonel turist rehberliğinin bir “meslek” olarak tanınmasını sağlamak ve meslekî sorunları giderecek bir profesyonel turist rehberleri meslek ve meslek örgütlenmesi yasının çıkarılması için bir sivil toplum kuruluşu olarak etkinliklerde ve temaslarda bulunmak,
- Profesyonel turist rehberliği meslek ve meslek örgütlenmesine ilişkin kanunî düzenleme konusunda halen sürmekte olan idarî ve meslekî çabaların başarıya ulaşması için mevcut meslek örgütlenmeleri arasında koordinasyonu sağlamak,

- Turizm sektöründe faaliyet gösteren diğer meslek örgütlenmeleri ile kamu kurumları ve kuruluşlarıyla idarî makamlar ve bakanlıklar nezdinde tek elden temsil, işbirliği ve koordinasyonu sağlamak,
- Profesyonel turist rehberliği mesleğinin sürekli ve verimli bir biçimde gelişmesini sağlamak, turizm alanındaki iç ve dış gelişmeleri izleyerek üyelerine ve gerekirse konuyla ilgili kurumlara ve kuruluşlara bilgi vermek, tekliflerde ve ikazlarda bulunmak,
- Profesyonel Turist Rehberliği mesleği için hayatî önemi haiz bulunan tabiî, tarihî ve kültürel değerlerin korunması, gelecek kuşaklara aktarılması ve ülke tanıtımının nitelikli ve etkin bir yapıya kavuşturulması için özel ve resmî kuruluşlarla ilkeli bir işbirliği içinde çalışmalar yürütmek ve bu çalışmalarını üyeleri aracılığı ile uygulamaktır.

TUREF üyesi dernekler şunlardır:

1. TUREB: Profesyonel Turist Rehberleri Birliği Derneği
2. ARED: Ankara Profesyonel Turizm Rehberleri Derneği
3. KARED: Kapadokya Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
4. KURED: Kuşadası Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
5. ÇARED: Çanakkale Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
6. KARDER: Karadeniz Profesyonel Turist Rehberleri Derneği
7. BORED: Bodrum Profesyonel Turist Rehberleri Derneği

TUROB: Turistik Otelciler, İşletmeciler, Yatırımcılar Birliği

Birtakım kuruluş ve dönüşüm süreçlerini takiben, 1983 yılında TUROB adıyla çalışmalarına devam eden birliğin kuruluş amacı; turizmle ilgili konular, sorunlar ve çözümler üzerinde bilimsel ve pratik çalışmalar yapmak, bu yönlü çalışmalara katkıda bulunmak, turistik tesislerin turizmin gereklerine uygun gelişmesini sağlamak, bu doğrultuda üyeleri arasında ve turizmle doğrudan ve dolaylı ilgisi bulunan daire, kurum, kuruluş ve kişilerle irtibatı ve koordinasyonu sağlamak ve üyelerini sektör içinde ve dışında temsil etmektir.

TUROB'un amaçları şöyledir:

- Ar-Ge, pazarlama ve teşvikler konusunda çalışmalar yapmak,
- Bakanlık ve sektör kuruluşlarıyla faaliyet alanı ile ilgili çalışmalar yapmak,
- Bakanlık ve sektör kuruluşlarıyla işbirliği yaparak Bakanlığa ve sektöre yol gösterici raporlar hazırlamak.

TUROB'un bazı faaliyetleri şöyledir:

- Turizm sektörünün en önemli kolu olan konaklama bölümünü anayasal bir kuruluş altında toplayacak olan Türkiye Turistik Otelciler Birliği kanun taslağının hazırlanmasına katkı sağlamak,
- Ülke ve uluslararası turizm faaliyetlerinde geçerliliği olan ve iki yılda bir yenilenen bir hüviyet kartı hazırlamak,
- Sektör içindeki yerini ve ağırlığını hissettirecek anketlerden elde edilecek sonuçları Çalışma, Maliye, Ekonomi Bakanlıkları ile kamuya duyurmak,
- Yabancı ve yerli yatırımları yönlendirecek projeler hazırlatmak,
- Otel binalarına ve tesislere ilişkin birtakım standartlar belirleyerek Bakanlığa iletmek,
- Sektörün diğer temsilcileri ile iş birliği yapmak.

TÜROFED: Türkiye Otelciler Federasyonu

2010 sonu itibariyle Türkiye turizmindeki ana unsurlardan olan konaklama kesiminde güç birliğini temsil eden TÜROFED, 1996 tesisin üst kuruluşu niteliğindedir. Her sınıftan tesisi bünyesinde barındıran TÜROFED'in üyeleri yaklaşık 438 bin yatak kapasitesine sahiptir. Bu rakam, Türkiye'nin reel yatak kapasitesinin yaklaşık % 85'ini ifade etmektedir. Türkiye çapında 12 derneğin üst kuruluşu niteliğindeki TÜROFED, mevcut üyeleriyle Türkiye'de 400 bin civarında istihdam imkânı sağlamaktadır. Kuruluşun amaçları şöyle sıralanmaktadır:

- Turizm sektörünü geleceğe hazırlamak ve doğru yönlendirmek,
- Daha etkin ve donanımlı bir örgütsel yapılanma sağlamak,
- Sektörün sesini kamu otoritelerine daha güçlü bir şekilde duyurabilmek,
- Sektörün yanlış vergi ve para politikalarından uğradığı ve uğrayabileceği zararları bertaraf etmek,
- Türkiye'deki Turizm Bakanlığı belgeli tüm turizm tesislerini üye birlikler kanalıyla federasyon çatısı altında toplamak,
- Ülke tanıtımına katkıda bulunabilmek.

TÜROFED çatısı altında bir araya gelen 12 dernek ve birlik şunlardır:

1. AKTOB: Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
2. ALTİD: Alanya Turistik İşletmeciler Derneği
3. ATİD: Anadolu Turizm İşletmecileri Derneği

4. BODER: Bodrum Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Derneği
5. ÇUKTOB: Çukurova Turistik Otelciler Birliği
6. ETİK: Ege Turistik İşletmeciler Derneği
7. FETOB: Fethiye Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
8. GETOB: Güney Ege Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği
9. GÜMTOB: Güney Marmara Otelciler ve İşletmeciler Derneği
10. KAPTİD: Kapadokya Otelciler ve İşletmeciler Derneği
11. KODER: Kuşadası Otelciler ve İşletmeciler Birliği
12. TUROB: Turistik Otelciler İşletmeciler ve Yatırımcılar Birliği

TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği

28 Eylül 1972 tarihinde yürürlüğe giren 1618 Sayılı Seyahat Acenteleri ve Seyahat Acenteleri Birliği Kanunu uyarınca kurulmuş olan bir meslek birliğidir. TÜRSAB'ın temel amacı, seyahat acenteliği mesleğinin ve faaliyet alanının temelini oluşturan turizm sektörünün gelişimine katkıda bulunmaktır.

1618 Sayılı Kanun'un belirlediği yetkiler çerçevesinde meslek disiplininin sağlanması, mesleğin gelişimine ilişkin faaliyetler, seyahat acentelerinin karşılaştıkları sorunların çözümü yönünde yapılan çalışmalar, TÜRSAB'ın hizmet alanı içinde yer almaktadır.

Turizm sektöründe yaşanan gelişmeleri ve karşılaşılan sorunları ilgili mercilerin dikkatine sunmak, bu konuda kamuoyunu bilgilendirmek de TÜRSAB'ın temel amaçları arasında yer almaktadır.

Bu amaçlarını gerçekleştirebilmek için, kamu ve özel sektör turizm kurumlarıyla ortaklaşa çalışmalar yapan TÜRSAB, turizm politikalarının geliştirilmesinde de önemli görevler üstlenir. TÜRSAB; çevre ile ilgili, tarihî ve insanî değerlerin korunması ve geliştirilmesi gibi turizmi yakından ilgilendiren konularda, bir sivil birlik olarak yol gösterici ve baskı grubu olma özelliği de taşımaktadır.

TÜRSAB'ın çalışmaları arasında uluslararası ilişkiler ve görev kapsamı içinde yürütülen tanıtım faaliyetleri önemli bir yer tutmaktadır. TÜRSAB; Dünya Turizm Örgütü (WTO), Uluslararası Seyahat Acenteleri Birlikleri Federasyonu (UFTAA), Avrupa Birliği içindeki Seyahat Acenteleri ve Tur Operatörleri Birlikleri Grubu (ECTAA), Uluslararası Tur Operatörleri Birliği (IFTTO) gibi başlıca uluslararası kuruluşların üyesidir.

TÜRSAB: Turizm ve Seyahat Acenteleri Vakfı

Esasen, TÜRSAB'ın çalışmalarına ve teşebbüslerine destek maksadıyla kurulmuş bir vakıftır.

TÜRSAB'ın temel amacı; dayanışma, eğitim, araştırma çalışmaları, teknik destek temini ve benzeri teşebbüslerle Türkiye'deki seyahat acentelerinin gelişmesine, büyümesine ve uluslararası rekabet gücü kazanmasına yardımcı olmak suretiyle ülke turizmine katkıda bulunmaktır.

TÜSAD: Tüm Seyahat Acenteleri Derneği

Derneğin kuruluş amacı; turizm sektöründe birlik ve beraberlik anlayışı ile sorunların çözümüne yönelik ortak hareket etmek, bu çerçevede seyahat acentelerinin haklarının takipçisi olmaktır.

Dernek, 1618 Sayılı Seyahat Acenteleri Kanunu'na ve yönetmeliklerine aykırı tüm faaliyetleri takip etmek, tespit etmek ve bu konuda gerektiğinde adli ve idari makamları harekete geçirerek kanunî olmayan turizm faaliyetleri hakkında kamuyu bilgilendirmek, idari ve hukuki yollara başvurarak mevzuata ve hukuka aykırılığın ortadan kalkmasını sağlamak ve bu anlamda sektörde denetim mekanizmalarının işleyişine katkıda bulunmak amacıyla faaliyette bulunmaktadır.

TÜSAD'ın diğer hedefleri şöyle sıralanmaktadır:

- TÜSAD'ın faaliyetleri sadece seyahat acentelerinin sorunları ile sınırlı olmayıp; aynı zamanda konaklama sektörü, turist rehberleri, turizm ulaştırma kurumları ve kuruluşları, alan kılavuzları, sportif amaçlı hava, kara, deniz aktiviteleri sağlayan kurumlar arasında ortaya çıkacak turizm ile ilgili sorunların ve aksaklıkların çözümüne öncülük etmeyi de içermektedir.
- TÜSAD, sektörel sorunların yanı sıra kültür, çevre ve sosyal alanlarda da faaliyet göstermeyi, bu çerçevede turizmi olumsuz etkileyen çevre koruma ve kullanma dengelerini bozacak durumlarda, çevreci bir misyona sahip üyeleriyle ortak hareket etmeyi, bu koordinasyonu sağlayacak yapılanmayı tüm ülkeye yaymayı hedeflemektedir.
- TÜSAD, tarihî ve kültürel değerlere sahip çıkan sağlam bir misyonla; öğren yerleri, müzeler, tarihî yapılar, İpek Yolu ve inanç turizmini canlandıracak projelerin geliştirilmesi, tüm dünyaya tanıtılması için ilgili kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar ve yerel yönetimlerle ortak çalışmalarda bulunmayı hedeflemektedir.

- Köylerin ve turizme uygun beldelerin turizm alt yapısını hazırlayacak ortak çalışmalar içerisine girerek tabii-tarihî ve kültürel zenginliklere sahip köylerin ve beldelerin turizmde markalaşmasına yardımcı olacak projelerin geliştirilmesine, tanıtımlarına destek verilmesi için; TÜRSAB, turizmciler, üniversiteler, yatırımcılar ve STK'lar ile işbirliğine girmeyi hedeflemektedir.

TYD: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği

1988 yılında, başlıca turizm yatırımcıları tarafından kurulan Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği (TYD), turizmin ve turizm yatırımcılarının çeşitli sorunlarının çözümünde yardımcı olan, kamuoyuna turizm yatırımcılığının önemini anlatan, Türkiye'nin dünya turizminden aldığı payı daha da arttırmak için çaba sarf eden, turizm sektöründe yatırım yapan kişileri ve şirketleri temsil eden bir sivil toplum kuruluşudur.

Konaklamadan yat limanına, turist taşımacılığından tur operatörlüğüne, alışveriş ve eğlence merkezlerinden golf tesislerine kadar turizmin ana dallarındaki başlıca yatırımcıları ve işletmecileri bünyesinde toplayan TYD, 2010 sonu itibariyle 250 bin yatağa, 25 bin uçak koltuğuna ve 8 bin marina/yat kapasitesine sahip bir kesimi temsil etmektedir.

Temel hedeflerinden biri “yatırımlarında ülkenin tabii ve kültürel varlıklarını koruma/kullanma dengesi içinde değerlendirerek, sürdürülebilir turizm anlayışıyla turizmi tüm ülke sathına yaymak” olan TYD'nin bazı faaliyetleri şöyledir:

- TYD üyeleri başta BDT ülkeleri, Orta Avrupa, Balkanlar ve Ortadoğu ülkeleri olmak üzere dünyanın her yerinde turizm yatırımları gerçekleştirmektedir.
- TYD'nin diğer bir faaliyeti de, Türkiye'de ve Türkiye ile birlikte diğer ülkelerde turizm yatırımı yapmak isteyen yabancı girişimcilere yardımcı olarak işbirliği imkânları oluşturmaktadır.
- TYD ayrıca, yatırım için proje mimarı, yatırım danışmanı, finansman imkânı, fizibilite çalışmaları, yönetim ve isim hakkı anlaşmaları ve genel olarak profesyonel servis konularında görüşlerini üyeleri ile paylaşmaktadır.

TYD üyelerinin liderliği ve desteği ile BETUYAB (Belek), KETAV (Kemer), KUTAV (Kuşadası), BOTAV (Bodrum), ATAV (Antalya) bölgesel tanıtma ve vakıf birlikleri kurulmuştur.

TURGÖN: Turizm Gönüllüleri Platformu

TURGÖN, profesyonel ya da amatör ruhla turizm sektöründe faaliyette bulunan kişilerin bir araya gelerek fikirlerini paylaştığı birtakım birliktelikler gerçekleştirdiği bir platformdur.

Bu platformda, sektöre ilişkin bilgi paylaşımı yapılmakta ve karşılıklı ticarî alışverişler gerçekleştirilmektedir.

4.3. Sektörde Devlet Destekleri

Turizm, Türkiye’de en çok destek gören sektörlerden biridir. 24 Ocak 1980 Kararları ile izlenmeye başlanan Dışa Açık Büyüme Stratejisi kapsamında turizm sektörü de daha fazla önem verilen bir faaliyet dalı olagelmıştır. Bu çerçevede, 1982 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu, Türkiye’de turizm sektörünün önem kazanmasına imkân sağlamıştır. Bu çerçevede söz konusu Kanun, turizm için hayati nitelik arz eden konaklama, yeme-içme-eğlence gibi alanlardaki gelişmelere belirgin katkı sağlamaktadır. Nitekim, 1982’den günümüze sektörün sergilediği olumlu gelişimde bu Kanun’un önemli bir payı vardır.

Türkiye’de turizm sektörüne halihazırda sağlanan teşvikler ve destekler şu şekilde sıralanmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm, 10.12.2010):

- KOSGEB kapsamında sağlanan teşvikler ve destekler,
- Yatırımlarda devlet yardımları hakkında bakanlar kurulu kararı kapsamında sağlanan teşvikler,
- 2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile sağlanan teşvikler,
- 5084 Sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun kapsamında enerji gideri indirimi,
- 1319 Sayılı Emlak Vergisi Kanunu’nda yer alan muafiyetler,
- Eximbank kredi imkânları,
- Yabancı sermaye yatırımlarının teşviki.

Takip eden başlıklar altında bu desteklerin içeriklerine ilişkin birtakım bilgiler sunulmaktadır.

KOSGEB Kapsamında Sağlanan Teşvikler ve Destekler

Türkiye’de hizmet sektörü ve bu kapsamda turizm sektörü kuruluşlarının KOSGEB desteklerinden faydalanmasına dair eksiklikler vardı. Çünkü KOBİ statüsünde kabul edilmemektedirler. Bununla beraber, sektördeki konaklama tesisleri farklı programlar dahilinde uzun yıllar boyunca önemli teşviklerden, desteklerden faydalanmakta iken seyahat acentesi gibi sektörün en önemli aktörlerinden biri bunlardan mahrum bulunmaktaydı. Nihayet 22.04.2009 tarihli ve 5891 Sayılı KOSGEB Hakkında Kanun’da Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile aşağıda sıralanan değişiklikler gerçekleştirilmiş ve söz konusu turizm kuruluşlarının da desteklerden faydalanmalarının önü açılmış oldu:

- “Sanayi işletmeleri” ibaresi “işletmeler” olarak değiştirildi.
- KOSGEB Genel Kurul üyeleri arasına Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği (TÜRSAB) de dahil edildi.

Halihazırda KOSGEB’in, aralarında hizmet sektörü işletmelerinin de bulunduğu KOBİ’lere sağladığı hizmetler ve destekler şu şekildedir: Danışmanlık, eğitim, teknoloji araştırma ve geliştirme, sınai mülkiyet hakları, bilgisayar yazılım, genel test analiz, ce işaretlemesine ilişkin test ve analiz, sistem belgelendirme, yurtiçi sanayi fuarlarına katılım, yurtiçi uluslararası sanayi ihtisas fuarlarına katılım, millî katılım dahilinde yurtdışı fuarlara katılım, millî katılım dışındaki yurtdışı fuarlara katılım, tanıtım, markaya yönlendirme, ihracat amaçlı yurtdışı iş gezisi, eşleştirme, yerel ekonomik araştırma, ortak kullanım amaçlı makine-teçhizat ve nitelikli eleman istihdam desteği.

Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Bakanlar Kurulu Kararı Kapsamında Sağlanan Teşvikler

Bu uygulama ile Bakanlar Kurulu, hangi sektörlerin hangi şartlarla teşviklerden faydalandırılacağını tespit etmekte ve müteakiben Hazine Müsteşarlığı, Bakanlar Kurulu tarafından belirlenen konularla alakalı yayımladığı bir tebliğ ile ilgili yönlendirmeleri gerçekleştirmektedir.

Bu karar kapsamında turizm sektörüne sağlanan başlıca teşvikler şu şekildedir:

- Vergi indirimi,
- Sigorta primi işveren desteği,
- Yatırım yeri tahsis,
- Gümrük vergisi muafiyeti,
- KDV istisnası,
- Yatırımların nakline ilişkin kurumlar veya gelir vergileri indirimleri.

2634 Sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile Sağlanan Teşvikler

Bu kapsamda, kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgelerinde, turizm merkezlerinde ve Bakanlık tarafından tespit edilen yerlerde yapılan yatırımlara ilişkin uygulanan birtakım destekler mevcuttur.

Söz konusu kanun kapsamında sağlanan destekler şöyledir:

- Taşınmaz malların turizme yönelik kullanımı amacıyla yapılan tahsisler,
- Orman Fonu'na katkı payının taksitlendirilmesi,
- Elektrik, havagazı ve su ücretlerine ilişkin muafiyet veya tenzilat,
- Haberleşme imkânlarına ilişkin kolaylıklar,
- Yabancı ve sanatkâr çalıştıran işletmelere sağlanan destekler.

5084 Sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun Kapsamında Enerji Gideri İndirimi

Bu kapsamda, vergi ve sigorta primi teşvikleri ile enerji desteği açısından TÜİK tarafından 2001 yılı için tespit edilen kişi başına GSYİH tutarı 1.500 ABD doları veya daha az olan iller ile bu iller dışında kalan ve DPT tarafından 2003 yılı için tespit edilen sosyo-ekonomik gelişmişlik sıralamasına göre endeks değeri negatif olan illerden 01.04.2005 tarihinden itibaren faaliyete geçen ve asgari on işçi çalıştıran işletmeler ile 01.04.2005 tarihinden önce faaliyete geçmiş ve asgari on işçi çalıştıran işletmelerden turizm konaklama tesisi alanında faaliyette bulunanların elektrik enerjisi masrafının % 20'si Hazine tarafından karşılanmaktadır.

1319 Sayılı Emlak Vergisi Kanunu'nda Yer Alan Muafiyetler

Bu kapsamda, turizm işletmesi belgesi alan gelir veya kurumlar vergisi mükellefleri, bu kanunda yazılı amaçlar için tahsis ettikleri ve işletmelerine dahil olan binaları, inşaatlarının sona erdiği veya mevcut binaların bu maksatla tahsisi halinde turizm işletmesi belgesinin alındığı yılı takip eden bütçe yılından itibaren beş yıl süreyle faydalanabilmekte ve bu çerçevede emlak vergisinden muaf tutulmaktadır.

Eximbank Kredi İmkânları

Eximbank, ihracat ve yurtdışı müteahhitlik hizmetlerini kredi, garanti ve sigorta programları ile destekleme kapsamında turizm sektörüne yönelik iki kredi imkânı sağlamaktadır:

1. Turizm Pazarlama Kredisi:

Bu kapsamda tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinin finansmanı yoluyla özel havayolu şirketleri ile seyahat acentelerinin güçlendirilmesi maksadıyla 2.000.000 ABD dolarına kadar kredi tahsis edilmektedir.

2. AYB Kaynaklı Yatırım Kredisi:

Eximbank, Avrupa Yatırım Bankası (AYB) ile imzaladığı bir anlaşma çerçevesinde imalat sanayii, turizm ve lojistik sektörlerindeki işletmelerin, ihracata ve döviz kazandırıcı hizmetlere yönelik olarak yurt içinde gerçekleştirecekleri yeni yatırım, tevsî ve yenileme projelerinin finansmanı maksadıyla toplam 200.000.000 Euro'ya kadar kredi tahsis etmektedir.

Yabancı Sermaye Yatırımlarının Teşviki

4875 Sayılı Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu'nun üçüncü maddesi olan "Uluslararası anlaşmalar ve özel kanun hükümleri tarafından aksi öngörülmedikçe; yabancı yatırımcılar tarafından Türkiye'de doğrudan yabancı yatırım yapılması serbesttir..." uyarınca birtakım teşvikler sağlanmaktadır. Bu kapsamda uygulanan teşvikler, Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğü tarafından takip edilmektedir.

4.4. 2023 Vizyonu ve Sektörün Geleceğine Yönelik Stratejiler

Sektörün geleceğine yönelik stratejilerden evvel, Türkiye'nin 2023 vizyonuna ilişkin kısa bir bilgi vermekte fayda vardır. "Türkiye'nin Stratejik Vizyonu - 2023", bir proje olup amacı 2023 yılında dünyadaki gelişmelere paralel olarak; uluslararası ilişkiler, uluslararası güvenlik, iç siyaset, ekonomi, eğitim-bilim-teknoloji ve kültür alanlarında Türkiye'nin nasıl bir vizyona sahip olması gerektiği konusunda teklifler ortaya koymak ve bu çerçevede hedefler ve uygulanacak politikalar tespit etmektir.

Türkiye Asya Stratejik Araştırmalar Merkezi (TASAM) koordinatörlüğünde yürütülen projenin Türkiye'nin 2023 stratejik vizyonunun oluşturulmasına katkı sağlayan TSV2023 Kongresi ve takip eden 81 il çalıştayları dahilinde çok geniş kapsamlı bir katılımcı grubu oluşturulmuştur. Proje çerçevesinde; bakanlar, sivil ve askerî üst düzey bürokrasi, siyasî parti temsilcileri, uluslararası ilişkiler uzmanları, siyaset bilimciler, ekonomi uzmanları, sosyolog ve kültür bilimciler, ekonomik ve ticarî meslek kuruluşları, özel sektör sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri, teknoloji

alanında çalışma yapan kuruluşların temsilcileri, yazılı ve görsel basın mensupları, eğitimciler ve öğrencilerin katılımıyla “Türkiye’nin Stratejik Vizyonu-2023 Belgesi” hazırlanmıştır (TASAM, 03.12.2010).

Söz konusu strateji belgesi çerçevesinde, ilgili kurumlar kendi faaliyet sahalarına yönelik birtakım eylem planları oluşturmaktadırlar. Kültür ve Turizm Bakanlığı da bunlardan biridir. Bu çerçevede, “Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013” çalışması hazırlanmış ve plana uygun bir şekilde Türkiye turizminin gelişmesi için faaliyetler icra edilmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi, 01.12.2010). Aşağıda, bu eylem planı dahilinde ön plana çıkan bazı stratejilere yer verilerek bunlara yönelik değerlendirmelerde bulunmaktadır.

Türkiye Turizm Stratejisi-2023 Belgesi’nde ortaya konan stratejiler çerçevesinde hareket edilmesi halinde, 2023 yılında turizm sektöründe ulaşılması hedeflenen bazı büyüklükler şöyledir:

- 63 milyon turist,
- 86 milyar dolar gelir,
- Turist başına 1.350 dolar civarında harcama.

Türkiye’de iç turizm pazarı yeterince gelişmiş değildir. Bu çerçevede, yerli turist sayısı da arzulanan seviyenin altındadır. Bunun gelir seviyeleri ve mevcut ekonomik hayat şartları ile bağlantısı olmakla beraber, diğer ve belki de en önemli sebeplerinden biri herkese hitap edecek turistik imkânların mevcut olmayışıdır. Dolayısıyla, Türkiye’de iç turizm pazarından 20 milyon kişinin faydalanmasına yönelik ürün, tesis ve program hazırlıkları gerçekleştirilmesi planlanmaktadır. Böylece turizm alanındaki planlarını erteleyen kişilerin ve kesimlerin de pazara dahil edilebilmesi mümkün olacaktır.

Hem iç hem de dış turizm pazarını cazip hale getirecek uygulamalardan biri turizmde faaliyet çeşitlemesine gitmektir. Türkiye’nin bu anlamda müsait bir coğrafyaya sahip olduğu bilinmektedir. Nitekim, Türkiye’de turizmde çok sayıda alt faaliyet potansiyeline sahip olup, bunların önemli bir kısmı şöyle sıralanmaktadır:

Akarsu-rafting turizmi; av turizmi; botanik turizmi; dağcılık turizmi; gençlik turizmi; golf turizmi; göl turizmi; hava sporları turizmi; inanç turizmi; İpek Yolu turizmi; kış turizmi; kongre turizmi; kuş gözlemciliği turizmi; mağara turizmi; sağlık ve termal turizmi; sualtı dalış turizmi; yat turizmi; yayla turizmi.

Turizmde faaliyet çeşitlemesine gidilerek farklı beklentilere uygun tercihler sunulduğu takdirde turist sayısı fazlalaşacak ve buna bağlı olarak gelir meblağı da artacaktır. Bu çerçevede, Türkiye’de ön plana çıkarılabilecek alanlardan biri sağlık turizmidir. Bu alanda gerçekleştirilen bazı çalışmalar vardır. Bu kapsamda, sağlık turizmi ile ilgili öncelikli olarak belirlenen ve gerekli alt ve üst yapı

çalışmaları ile turistik faaliyetlere hazır hale getirilmesi planlanan bölgeler ve şehirler şöyle sıralanmaktadır:

- Güney Marmara: Balıkesir, Çanakkale, Yalova.
- Güney Ege: Aydın, Denizli, Manisa, İzmir.
- Frigya: Afyonkarahisar, Ankara, Uşak, Eskişehir, Kütahya.
- Orta Anadolu: Aksaray, Kırşehir, Niğde, Nevşehir, Yozgat.

Bu listeye hemen veya ikinci aşamada şu bölgeler ve şehirler de ilave edilmelidir:

- Orta ve Doğu Karadeniz: Tokat, Rize.
- Doğu Anadolu: Erzurum, Bitlis.
- Güney Doğu Anadolu: Diyarbakır, Urfa.
- Doğu Akdeniz: Kahramanmaraş, Adana.

Tanıtım ve tutundurma faaliyetleri her ekonomik aktivitede olduğu gibi turizm alanında da önemli bir faktördür. Doğrusu, son yıllarda Türkiye turizminin dünyada tanıtımına dair önemli hamlelerde bulunulduğu ifade edilebilir. Yerli havayolu şirketi THY vasıtasıyla imzalanan spor takımı sponsorlukları, dünyaca meşhur sanatçılarla reklam filmleri çekimi ve gösterimi, hedef ülkelerde yazılı-görsel ve işitsel medyada tanıtım faaliyetleri bunlar arasında sayılabilir. Tabii bu faaliyetlerin niteliğinin ve niceliğinin artırılması ihtiyacı vardır. Bu sebeple, "Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013" çerçevesinde, Türkiye'de turizm sektörünün uluslararası pazarlardaki payını artırabilmesi için bu faaliyetlerden elde edilen gelirin % 1'lik kısmının tanıtıma ayrılması hedeflenmektedir.

Büyük şehirlerde gerçekleştirilen bir turizm türü olan şehir turizmi Türkiye'de de hayata geçirilmelidir. Dünyadaki örnekleri arasında sayılan Paris, Londra, Prag gibi şehirler benzeri bir yapılanmanın Türkiye'de de uygulanması hedeflenmektedir. Bu kapsamda iki aşamalı bir strateji planlanmaktadır:

- Ankara, İstanbul, İzmir ve Antalya; şehir turizmi için seçilen şehirlerdir.
- Adıyaman, Amasya, Bursa, Edirne, Gaziantep, Hatay, Konya, Kütahya, Manisa, Nevşehir, Kars, Mardin, Sivas, Şanlıurfa ve Trabzon illerinde ise kültür turizmi canlandırılarak marka kültür kentleri oluşturulması planlanmaktadır.

Turizm Bakanlığı'nca yürütülen eylem planı dahilinde planlama çalışmaları devam eden beş turizm kentine ilaveten on yeni aday şehir daha tespit edilmiştir:

1. İğneada – Kıyıköy Eko-Turizm Kenti
2. Kilyos Turizm Kenti
3. Saros Körfezi Turizm Kenti

4. Kapıdağ Yarımadası – Avşa – Marmara Adaları Turizm Kenti
5. Datça Eko – Turizm Kenti
6. Kaş – Finike Turizm Kenti
7. Anamur Kıyı Kesimi Turizm Kenti
8. Samandağ Turizm Kenti
9. Maçka Turizm Kenti
10. Kahta Turizm Kenti

Ulaştırma, yine her ekonomik aktivitede olduğu gibi, turizm sektörünün temel unsurlarındandır. Bir ülkede ulaştırma ağının yaygınlığı ve kolay erişilebilirliği, turistik hizmetlerden faydalanılma seviyesini de artırmaktadır. Bu amaçla ülke çapında ulaştırmaya dair hamlelerde bulunmaktadır. Sadece turizm için değil diğer ekonomik sektörler için de gerçekleştirilen bu faaliyetlerden en hızlı ve fazla faydalanan sektör turizmdir. Bu çerçevede başta karayolu olmak üzere; demiryolu, havayolu ve denizyolu alanında önemli ulaştırma projeleri hayata geçirilmektedir.

Çeşitli turistik faaliyetlerden faydalanmayı sağlama amacıyla karayolu alanında uygulamaya geçirilen önemli projelerden biri ana bölünmüş yol güzergâhlarına ilişkindir. Bu çerçevede Türkiye'nin hemen her bölgesinde yol hatları inşa edilmektedir. Bu hatlardan bir kısmı şöyledir:

1. Ankara – Aksaray – Pozantı Hattı
2. Ankara – Kırıkkale – Yozgat – Sivas – Erzincan – Erzurum Hattı
3. Ankara- Kırıkkale – Samsun Hattı
4. Diyarbakır – Mardin – Urfa Hattı
5. Ankara – Afyonkarahisar – Uşak – İzmir Hattı
6. Afyonkarahisar – Kütahya – Bursa – Balıkesir (Bursa – Erdek) Hattı
7. Aydın – Denizli – Burdur – Antalya Hattı.

Ulaştırma alanında gerçekleştirilen projelerden bir diğeri demiryoluna ilişkindir. Mevcut demiryolu hatlarını birleştirmek ve ana varış noktaları arasını bağlamak maksadıyla hızlı tren hatları projesi hayata geçirilmektedir. Söz konusu hatlar şunlardır: Ankara-Konya; Ankara-Sivas; Ankara-İzmir; Bursa-Osmaneli; İstanbul-Antalya; Ankara-Kayseri.

“Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013” çerçevesinde eyleme geçirilmesi planlanan diğer bir proje de turizm sektörü ve diğer sektörler arası ilişkilerle alakalıdır. Sektör, mevcut haliyle zaten çok sayıda ekonomik sektöre doğrudan veya dolaylı katkı sağlamaktadır. Eylem planı kapsamında, turizm kaynaklarının farklı alanlarda da kullanılarak turizm sektörü ile diğer sektörler arası ilişkilerin

artırılması hedeflenmektedir. Bu amaçla, mesela termal kaynakların şehir ısıtması ve seracılık faaliyetlerinde kullanılması düşünülmektedir. Böylece hem mevcut bir turizm kaynağı değerlendirilmiş olmakta hem de faydalanan sektörlerde maliyet düşürme imkânı ortaya çıkmaktadır. Bu proje, iktisat ilminin temel uğraş alanlarından biri olan ekonomik etkinlik prensibiyle de uygunluk arz etmektedir.

4.5. Sektörün Avantajları ve Dezavantajları

Bu kısımda, turizm sektörüne ilişkin tespit edilen birtakım avantajlara ve dezavantajlara yer verilmektedir. Bu kapsamda, çok derinlemesine bir analizden ziyade temel nitelikli belli başlı hususlara değinilmekte ve ilgili değerlendirmelerde bulunmaktadır.

4.5.1. Sektörün Güçlü ve Zayıf Yönleri

Güçlü Yönler

- **Turistik faaliyet çeşitliliği:**

Türkiye’de turizm sektörü kaynaklar itibariyle avantajlı bir konumdadır. Mevcut tabii kaynakları, bitki örtüsü ve yer altı zenginlikleriyle ülkenin hemen her köşesinde farklı turistik faaliyetler icra etmek mümkündür. Bu çerçevede, yirmiyeye yakın turistik faaliyet icrası mümkündür.

- **Nitelikli personel temini:**

Türkiye’de sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli personel ihtiyacı çeşitli kanallarla sağlanmaktadır. Bunlardan en başta geleni eğitim kurumlarından temin edilen personeldir. Ülkenin birçok üniversitesinde başta turizm ve otelcilik olmak üzere benzer alanlarda öğrenim gören çok sayıda mezun, turizm faaliyetlerinde istihdam edilerek sektöre belirgin bir katma değer sağlamaktadırlar.

Zayıf Yönler

- **Nitelikli işveren:**

Turizm sektörünün nitelikli işgücüne yönelik zayıflıkları yanında diğer ve belki de en önemli olumsuzluklardan biri de nitelikli işveren sorunudur. Kimi işletmelerde (otel, dinlenme-eğlenme tesisi vb.), sahip olsun olmasın, işveren konumundaki

kişiler personele iyi davranmamakta ve onları kurumda tutamamaktadır. Bu sebeple sürekli olarak meydana gelen personel sirkülasyonu bir kurum kültürünün oluşmasına müsaade etmediği gibi hizmetlerde aksamalara da sebebiyet vermektedir.

• Nitelikli işgücü:

Nitelikli işgücü, Türkiye turizminin güçlü yönlerinden biri olmakla beraber, bazı durumlarda da zayıf bir yönü olarak ortaya çıkmaktadır. Nitekim, eğitilmiş de olsa eğitimsiz de olsa istihdam edilen personelin bir kısmındaki bazı eksiklikler, hizmetlerin arzu edilir biçimde sunumunu engellemektedir. Bunların bir kısmı; karşılama-ugurlama esnasındaki eksiklikler, güleryüz göstermeme/gösterememe, moral değerlerdeki eksiklikler, işe canla başla sarılmama şeklinde sıralanabilir.

4.5.2. Sektöre Yönelik Fırsatlar ve Tehditler

Fırsatlar

• Avrupa pazarı:

Avrupa, Türkiye için mal ticaretinde olduğu gibi hizmet ticaretinde ve bu kapsamda turizm faaliyetlerinde önemli bir pazar niteliğindedir. Avrupa'ya ilişkin şu bilgiler bu durumu teyit etmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Raporları, 03.12.2010):

- Almanya, İngiltere ve Hollanda AB-25 ülkelerindeki turizmin çoğunu meydana getirir.
- AB turistleri için İspanya yurtdışı ana tatil destinasyonu olup, bunu İtalya ve Fransa takip eder.
- AB üyesi olmayan iki ülke Avrupa Birliği turistlerinin üç gözde tercihi arasında yer almaktadır. Bunlar Türkiye ve ABD'dir.

• Ortadoğu pazarı:

Avrupa pazarı dışında, Ortadoğu pazarı da büyük bir potansiyele sahiptir. Nitekim, son yıllarda başta komşu ülkelerden olmak üzere, Türkiye'yi körfez ve civar ülkelerinden çok sayıda turist ziyaret etmektedir.

Tehditler

• Sektörde beşerî kaynak niteliği ve temsil kabiliyeti:

Klasik tarzda belirtildiği üzere, turizm faaliyetlerinde yer alan kişiler/kurumlar o ülkenin bir nevi elçileridirler. Ne kadar yanlış olsa da bir ülkeyi ziyaret eden turistler, o ülke insanına yönelik değerlendirmelerinde özne olarak ilkin turizm hizmeti alırken muhatap oldukları kişileri/kurumları dikkate almaktadırlar. Dolayısıyla kişilerin ve kurumların kalitesi/kalitesizliği değerlendirmelerin yönünü belirleyen temel faktördür. Türkiye'de turizm sektöründe bu anlamda kişilerden ve kurumlardan kaynaklanan bazı problemler mevcuttur.

• Üstyapı ve altyapı sorunları:

Türkiye'de turizm sektörüne yönelik yaklaşımlar ve uygulamalar sonucunda şöyle olumsuz bir yapı ortaya çıkmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Türkiye Turizm Stratejisi, 01.12.2010):

- Akdeniz ve Ege Bölgeleri kıyılarında aşırı yığılmalar meydana gelmiştir.
- Kıyı gerilerinde ve civarlarında çarpık kentleşme/yapılaşma oluşmuştur.
- Altyapı yetersizliği ve çevre sorunları belirmiştir.

• Turizm ve çevre politikaları:

Doğrudan çevre ile bağlantılı bir sektör olan turizm alanında Türkiye'de çevre politikalarının henüz yeterince dikkate alındığını ifade etmek zordur. Bu durum, sektörün sürdürülebilir bir yapıya sahip olunmasını engellemektedir. Bu konuda üç taraflı eksiklikten bahsedilebilir:

- Turizm hizmetlerini sunanlar açısından mevcut eksiklikler: Konaklama-eğlenme-dinlenme tesislerinde çevreye zarar vermeyen teknolojilerin kullanılmasında ve atık yönetiminde bazı sorunlar mevcuttur.
- Turizm hizmetlerinden faydalananlar açısından mevcut eksiklikler: Yerli-yabancı turistler, hizmetlerden faydalanan kaynakların kullanımı sürecinde yeterince hassas davranmayabilmektedirler.
- Turizm hizmetlerinde yönetici konumundaki kurumlar/kuruluşlar: Turizm faaliyetlerinde sürdürülebilir çevre politikalarının hayata geçirilmesi hususunda yeterince hızlı davranılmamakta veya mevcut kurallara ilişkin denetimlerde

aksaklıklar olmaktadır. Ayrıca, özellikle tarihî varlıkların turizme kazandırılmasına ve bu kapsam içinde tutulmasına yönelik çabalar yetersizdir.

4.6. Sektörel Amaçlara ve Politikalara İlişkin Teklifler

Turizmde faaliyet çeşitlenmesinin tam anlamıyla gerçekleştirilebilmesi aynı zamanda yerli turistlere de bağlıdır. Bu çerçevede, Türkiye’de yaşayan ve tatillerini değerlendirmek isteyenlerin tercih ettikleri turistik faaliyetler incelendiğinde, turizmde faaliyet çeşitlenmesinin başarı derecesi tespit edilebilecektir. Turizm hizmetleri sadece yabancılara yönelik olmadığına, fakat aynı zamanda o bölgede, ülkede yaşayan insanlara da hitap ettiğine göre söz konusu kesimin tatillerinde neleri tercih ettiklerine bakmak gerekmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, Türkiye’de en fazla tercih edilen turistik faaliyetler denizde ve kıyılarda icra edilen hizmetlerdir. Dolayısıyla, öncelikle Türkiye’deki insanların kendi turistik tercihlerini çeşitlendirmeleri gerekir ki bu alanda önemli açılımlar sağlanabilsin ve yabancı turistlere de daha fazla imkân sunulabilsin. Böylece turizm çeşitlenmesi ile daha fazla yabancıların Türkiye’ye çekilebilmesi ve ülke gelirinin artırılabilmesi mümkün olacaktır.

Turizmde bütüncü bir yaklaşımdan ziyade nokta yaklaşımıyla daha fazla başarı elde etmek mümkün olabilmektedir. Nitekim turizmde önde gelen birçok ülkede bu yönde tutundurma faaliyetleriyle dünyaca bilinen marka şehirler ortaya çıkarılmaktadır. İtalya bunlardan biridir. Mesela; Roma, Milano, Napoli, Torino, Cenova, Floransa, Bologna, Palermo, Venedik Verona akla kolayca gelen şehirlerdir. İspanya da benzer şekildedir. Madrid, Barselona, Granada, Kurtuba, Sevilla, Toledo ve Valensiya bu ülkenin dünya çapında meşhur şehirleridir. Türkiye’de ise İstanbul dışında pek bilinen şehir yoktur. Belki Antalya ve İzmir de sayılabilir ama bunların İstanbul kadar bilindiğini söylemek zordur. “Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013” çerçevesinde tespit edilerek markalaştırmaya çalışılan şehirler mevcuttur. Bu husustaki çalışmaların sistematik bir tarzda ve süratle gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye’de turizmden elde edilen gelir meblağı 21 milyar dolar civarındadır. Diğer hizmet alt dalları ile kıyaslandığında bu, önemli bir büyüklüktür. Önceki konularda değinildiği üzere, “Türkiye Turizm Stratejisi Eylem Planı 2007-2013” çerçevesinde, Türkiye’de turizm sektörünün uluslararası pazarlardaki payını artırabilmesi için bu faaliyetlerden elde edilen gelirin % 1’lik kısmının tanıtıma ayrılması hedeflenmektedir. Tanıtıma ayrılan bu pay yanında şöyle bir uygulama da yapılmalıdır. Söz konusu gelirin belli bir kısmı doğrudan turistik amaçlı restorasyon-renovasyon çalışmaları için tahsis edilmelidir. Finansal kaynak sıkıntısı sebebiyle yok olan nice eser vardır. Bunların kazanılabilmesi için böyle bir tahsisata ihtiyaç bulunmaktadır.

Turizm sektöründen elde edilen gelirin belli bir kısmının bölgesel kalkınma amacıyla da kullanılması mümkündür. Bu çerçevede, bölgeler arası gelişmeyi sağlama amaçlı politikalar üretilmesi ve uygulanması için söz konusu tahsisatın geri kalmış yörelerde özellikle düşük gelirli grupların sosyo-ekonomik imkânlarının artırılmasına yönelik çalışmalarda kullanılması düşünülebilir. Bu çerçevede, birkaç uygulama örneği sıralanabilir:

- Yörede turistik faaliyetlere katılan kişilerin/kurum personelinin dil ihtiyacının karşılanması amacıyla kurslar düzenlenebilir.
- Özellikle kadın girişimciliğini özendirici projeler hayata geçirilebilir. Bu amaçla kadınların icra edebileceği el ve ev sanatlarına ticarî bir boyut kazandırılabilir.

Bu genel nitelikli tekliflerden sonra aşağıdaki başlıklar altında özel olarak mevzuata ilişkin ve kurumsal bazı teklifler sıralanmaktadır.

4.6.1. Mevzuata İlişkin Teklifler

Türkiye’de turizm sektörünü ilgilendiren çok sayıda kanunî dayanak mevcuttur. Bunlardan mesela turizm tesisleri işlemlerine ilişkin mevzuat şöyle sıralanabilir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, Turizm Tesisleri, 08.12.2010):

- Turizm Teşvik Kanunu,
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik,
- Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesine ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin Uygulanmasına Dair Tebliğ,
- Diğerleri (Çok sayıda kanun, Bakanlar Kurulu Kararı, tebliğ, yönerge, genelge).

Bazı kaynaklarda turizm sektörünü doğrudan veya dolaylı ilgilendiren 40 kanunî düzenlemeye yer verilmektedir (TÜRSAB, 10.12.2010). Bir başka kaynakta ise 50 civarında kanunî düzenlemelerin varlığından bahsedilerek, bunun karışıklığa yol açtığı belirtilmektedir. Bu çerçevede, sektörde bu anlamda atılması gereken adımlardan bir kısmı şöyle sıralanmaktadır (Yetkin, Türkiye Turizmi, 11.12.2010):

- Turizm sektörünü ilgilendiren mevzuat sadeleştirilmelidir.
- Bakanlıklar arasındaki mevzuat ve uygulama farklılıkları giderilmelidir.
- Turizm sektöründe faaliyette bulunan resmî-gayri resmî kuruluşlar arasında koordinasyon sağlanmalı ve bu kapsamda tüketicilerle ilişkiler yeniden düzenlenmelidir.
- İnternet vasıtasıyla turistik ürünlerin sunulması ile ilgili kanunî altyapı hazırlanmalıdır.

Kanunî düzenleme yapılması, iktisadî faaliyetlerin belli kurallara, düzenlemelere dayandırılması, olumlu bir harekettir. Sektörde hem hizmeti sağlayan hem de hizmetten faydalananların hukukunun teminat altına alınması gereklidir. Fakat eğer bir faaliyet kolu ile ilgili mevzuat çok sayıda alt kanundan ve hukukî düzenlemeden oluşuyorsa, o zaman bir düzenden ziyade karmaşa oluşması kaçınılmaz olmaktadır. Nitekim, bizzat sektör temsilcisi konumundaki kişilerin/kurumların ifade ettiği üzere, turizm sektörünü ilgilendiren mevzuatta böylesi bir durum söz konusudur. O halde hizmeti hem sağlayanın hem de hizmetten faydalananın, rahat ve sağlıklı bir şekilde hareket edebilmesi için mevzuat düzenlemesi ve sadeleşmesi büyük önem taşımaktadır.

Hukukî düzenlemeler sadece hizmet sağlayıcıları için değil aynı zamanda bundan faydalananları da kapsayacak şekilde esnetilmeli ve genişletilmelidir. Tüketici haklarının henüz anlaşılmaya ve sahiplenilmeye çalışıldığı günümüz Türkiye'sinde bu husus çok büyük bir öneme sahiptir. Dolayısıyla, daha sağlıklı ve istikrarlı bir turizm faaliyeti için bu hizmetlerin temel öznesi olan yerli ve/veya yabancı turistlerin haklarının koruma altına alınması gerekmektedir. Bu çerçevede alınabilecek tedbirlerin bir kısmı şu şekilde sıralanabilir (Yetkin, Türkiye Turizmi, 11.12.2010):

- Turistin kanunî hakları birtakım düzenlemelerle güvence altına alınmalıdır.
- Turist, turizme dair faaliyetler hakkında yazılı-ışitsel ve görsel medya vasıtasıyla bilinçlendirilmelidir.
- Yerli ve yabancı turistlere uygulanan fiyat farklılıkları ortadan kaldırılmalıdır.
- Kalite farklarına yol açan kaçak acentecilik faaliyetleri denetim ve kontrol altına alınmalıdır.

4.6.2. Kurumsal Teklifler

Altyapı - Üstyapı Sorunları

Altyapı ve üstyapı sorunlarının giderildiği ortamlarda ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirilmesi kolaylaşmaktadır. Bu çerçevede, turistik faaliyetlerin icra edildiği bölgelerde mevcut altyapı ve üstyapı sorunlarının çözümüne özel bir önem verilmesi gerekmektedir. Mesela, tarihî bir zenginliğin bulunduğu bir mekanda ulaşım ve iletişim altyapısıyla ilgili eksiklik bulunması, konaklama-eğlenme-dinlenme ile ilgili yeterli üstyapının olmayışı, o yöreyi doğrudan olumsuz biçimde etkileyecektir. Oraya yeterince turist gidemeyeceği gibi, gidenler de çok memnun bir şekilde ayrılmayabilecektir. Dolayısıyla, bu ve benzeri yörelerin altyapı-üstyapı sorunlarının giderilmesi ve turistik faaliyetlere uygun hale getirilmesi gerekmektedir.

Merkezî-Amerkezî Yönetim İşbirliği

Türkiye’de kimi alanlarda aşırı merkeziyetçi yapı, faaliyetlerin icrasında birtakım zorluklara sebebiyet vermektedir. Turizm sektöründe de zaman zaman bu tür çıkmazlara girilebilmektedir. Mesela, bir yörede mevcut olan tarihî bir mekanın acil bir biçimde restorasyon-renovasyon ihtiyacı olmasına rağmen yetki karmaşası yüzünden o eser yıllarca kendi haline terk edilebilmektedir. Ayrıca, kimi zaman bir eseri restore etmek istemesine rağmen merkezî idarenin yetkisi dahilinde olduğundan, mahallî idare tabiri caizse “bir çivi dahi çakamamakta” ve söz konusu eser ilgisizlikten dolayı bulunduğu mekânda kendi haline ve yok olmaya terk edilmektedir. Bu sebeple, turizm sektöründe faaliyette bulunan resmî-gayri resmî nitelikli merkezî-amerkezî kurumlar ve kuruluşlar arasında koordinasyon sağlanarak sorunlara yönelik çözümlerde beraber hareket etmeleri için uygun zemin oluşturulmalıdır.

Örgütlenme

Türkiye’de turizm, çeşitli faaliyet alanları itibariyle örgütlenmelerin olduğu bir sektördür. Söz konusu meslekî oluşumlar, kendi faaliyet alanları dahilinde çeşitli organizasyonlar tertip etmekte, karşılaşılan sorunları ve çözümlerine ilişkin teklifleri ilgililere iletmektedirler. Böylece sektörde daha sorunsuz ve sağlıklı faaliyetler için zemin oluşumuna katkı sağlamaktadırlar. Dolayısıyla, “Türkiye Turizm Stratejisi-2023” örgütlenme şemasındaki yardımcı nitelikte sektörel kuruluşlar arasına bu oluşumların da dahil edilmesi gerekmektedir. Bir sorunu en iyi o sorunla karşılaşan bilebileceğine göre, böylesi platformlara bu tür kuruluşlar da dahil edilerek bilgilerinden ve tecrübelerinden istifade edilmelidir. “Sektörde Kurumsallaşma Durumu” başlığı altında ayrıntılı bir şekilde yer verilen bu tür oluşumların bir kısmı şöyledir: Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği; Turist Rehberleri Birliği; Turist Rehberleri Dernekleri Federasyonu; Turistik Otelciler, İşletmeciler, Yatırımcılar Birliği; Türkiye Otelciler Federasyonu; Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği; Turizm ve Seyahat Acenteleri Vakfı; Tüm Seyahat Acenteleri Derneği; Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği; Turizm Gönüllüleri Platformu.

Güvenlik

Türkiye’de turizm alanında zaman zaman birtakım asayiş sorunları ile karşılaşilmektedir. Bu tür hadiseler, medya veya başka vasıtalarla kısa sürede yayılmakta ve muhtemel turistlerin Türkiye’ye bakış açısında olumsuzluklara yol açmaktadır. Bu sebeple, birçok ülkede mevcut olan Turizm Polisi uygulaması hayata geçirilebilir. Böylece turizm alanlarında ortaya çıkan herhangi bir güvenlik

sorunu söz konusu birimlerce daha kısa sürede ve etkin biçimde çözüme kavuşturulabilecektir. Normal şartlarda, güvenlik güçleri (polis-asker) meydana gelen hadiselerle müdahil olmakta ve sorunu çözmektedirler. Fakat daha etkin bir müdahale ve hızlı çözüm süreci için özel yetkili bir güvenlik kurumunun oluşturulması, turizm sektörü için fayda sağlayabilir.

SEKTÖREL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Dünya hizmet ticaret hacmi incelendiğinde, bu meblağların mal ticaret hacminin 1/4 civarında olduğu görülmektedir. Fakat kendi değerleri dahilinde dikkate alındığında, hizmet ticaret hacminde de dikkat çekici artışlar olduğu ortaya çıkmaktadır. Mesela, 2000-2009 dönemi dünya hizmet ihracat hacminde de mal ihracat hacmine benzer artışlar meydana gelmiştir. Nitekim; 2000'de 1,5 milyar dolar olan hizmet ihracat hacmi, 2005'te 2,5 milyar dolar, 2009'da ise 3,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'nin, uluslararası hizmet ticaret alanında iyi bir konumda bulunduğu belirtilebilir. Başlıca hizmet ihracatçıları sıralamasında 26. konumda bulunmaktadır. Hizmet ithalatçıları arasında ise 40. sırada yer almaktadır. Zaten Türkiye her zaman için net bir hizmet ihracatçısı olagelmıştır.

Mal ticaretinde olduğu gibi, hizmet ticaretinde de bir ülkenin üretim yapısını belirleyen, sahip olduğu üretim faktörleridir. Burada, ülkenin sahip olduğu işgücü, sermayesi ve tabii kaynakları, hizmet ticaretindeki ve buna bağlı olarak hizmet alt dallarındaki başarısını belirleyen temel unsurlardır. Türkiye'nin mevcut üretim faktörleri, hizmet sektöründeki başarısının temelinde yatan unsurlardır.

Birçok alt daldan oluşan hizmet sektörü, ülkelerin sahip oldukları imkânlar doğrultusunda icra ettikleri faaliyetler dizisidir. Ancak genel itibarıyla incelendiğinde, iki temel alt hizmet dalı ön plana çıkmaktadır ki bunlar turizm ve ulaştırma. Turizm ve ulaştırma hizmet alt dalları, toplam dünya ticarî hizmet ticaretinin yarıya yakınına oluşturmaktadırlar. 2009 yılı itibarıyla toplam dünya ticarî hizmet ihracatı 3,3 trilyon dolar civarında olup, bunun 1,6 trilyon dolarlık kısmı turizm ve ulaştırma hizmetlerine aittir.

2009 yılı turizm ihracat hacmi itibarıyla değerlendirildiğinde, Türkiye üst sıralarda yer almaktadır. 27 AB ülkesi, 341 milyar dolar ile en yüksek turizm gelinine sahiptir. Bu ülke grubunu 120 milyar dolar ile ABD takip etmektedir. Türkiye ise 2009 yılında 21,3 milyar dolarlık turizm geliri elde etmiştir. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre bu meblağ ile dünyada dokuzuncu sırada yer almaktadır. Net bir turizm ihracatçısı olduğundan dolayı Türkiye, başlıca ithalatçıları sıralamasının altlarında yer almaktadır.

Türkiye, mevcut mutlak ve mukayeseli üstünlükleriyle ve taşıdığı potansiyel ile uluslararası turizm hizmetleri ticaretindeki payını daha da artırabilir. Bu çerçevede alınması gereken birtakım tedbirler vardır. Bunların bir kısmı şöyle sıralanabilir:

- Hem iç hem de dış turizm pazarını cazip hale getirecek uygulamalardan biri turizmde faaliyet çeşitlemesine gitmektir. Türkiye'nin bu anlamda müsait bir coğrafyaya sahip olduğu bilinmektedir. Mevcut yapısıyla 20 civarında turistik faaliyetin icra edilebildiği bir ülke olarak Türkiye, bu hususta gerekli stratejileri belirlemeli ve uygulamaya geçirmelidir.

- Nitelikli işgücü, Türkiye turizminin güçlü yönlerinden biri olmakla beraber, bazı durumlarda da zayıf bir yönü olarak ortaya çıkmaktadır. Eğitimli olsun-olmasın, istihdam edilen personeldeki karşılama-uğurlama hususundaki eksiklikler, güler yüz göstermeme/gösterememe, moral değerlerdeki eksiklikler, işe canla-başla sarılmama bunlardan bir kısmıdır. Bu nedenle, personel düzenli bir şekilde söz konusu eksiklikleri giderici eğitim programlarına dahil edilmelidir.

- Turizm sektörünün nitelikli işgücüne yönelik sorunları yanında diğer ve belki de en önemli olumsuzluklardan biri de nitelikli işveren sorunudur. Kimi işletmelerde (otel, dinlenme-eğlenme tesisi vb.), sahip olsun olmasın, işveren konumundaki kişiler personele iyi davranmamakta ve onları kurumda tutamamaktadır. Bu sebeple sürekli olarak meydana gelen personel sirkülasyonu bir kurum kültürünün oluşmasına müsaade etmediği gibi hizmetlerde aksamalara da sebebiyet vermektedir. Dolayısıyla, işverenlere yönelik bu tür eğitim programları uygulaması hayata geçirilmelidir.

- Klasik tarzda belirtildiği üzere, turizm faaliyetlerinde yer alan kişiler/kurumlar o ülkenin bir nevi elçileridirler. Ne kadar yanlış olsa da bir ülkeyi ziyaret eden turistler, o ülke insanına yönelik değerlendirmelerinde özne olarak ilkin turizm hizmeti alırken muhatap oldukları kişileri/kurumları dikkate almaktadırlar. Dolayısıyla kişilerin ve kurumların kalitesi/kalitesizliği değerlendirmelerin yönünü belirleyen temel faktördür. Türkiye'de turizm sektöründe bu anlamda kişilerden ve kurumlardan kaynaklanan bazı olumsuzlukları telafi için tanıtım, bilgilendirme programları düzenlenmelidir.

- Doğrudan çevre ile bağlantılı bir sektör olan turizm alanında Türkiye'de çevre politikalarının henüz yeterince dikkate alındığını ifade etmek zordur. Bu durum, sektörün sürdürülebilir bir yapıya sahip olmasını engellemektedir. Bu konuda üç taraflı, yani turizm hizmetlerini sunanlar, turizm hizmetlerinden faydalananlar ve turizm hizmetlerinde yönetici konumundaki kurumlar/kuruluşlar açısından tavır değişikliğine ihtiyaç vardır.

- Türkiye'de turizmden elde edilen gelirin belli bir kısmı doğrudan turistik amaçlı restorasyon-renovasyon çalışmaları için tahsis edilmelidir. Finansal kaynak sıkıntısı

sebebiyle yok olan nice eser olup bunların kurtarılabilmesi için böyle bir tahsisata ihtiyaç vardır.

- Turizm sektöründen elde edilen gelirin belli bir kısmının bölgesel kalkınma amacıyla da kullanılması mümkündür. Bu çerçevede, bölgeler arası gelişmeyi sağlama amaçlı politikalar üretilmesi ve uygulanması için söz konusu tahsisatın geri kalmış yörelerde özellikle düşük gelirli grupların sosyo-ekonomik imkânlarının artırılmasına yönelik çalışmalarda kullanılması düşünülebilir.
- Eğer bir faaliyet kolu ile ilgili mevzuat çok sayıda alt kanundan ve hukukî düzenlemeden oluşuyorsa, o zaman bir düzenden ziyade karmaşa oluşması kaçınılmaz olmaktadır. O hâlde hizmeti hem sağlayanın hem de hizmetten faydalananın sektör kapsamında rahat ve sağlıklı hareket edebilmesi için mevzuat düzenlemesine ve sadeleşmesine büyük ihtiyaç bulunmaktadır. Tabii bu değişim, sadece hizmet sağlayıcıları için değil aynı zamanda bundan faydalananları da kapsayacak şekilde esnetilmeli ve genişletilmelidir.
- Türkiye’de turizm, çeşitli faaliyet alanları itibariyle örgütlenmelerin olduğu bir sektördür. Söz konusu meslekî oluşumlar, kendi faaliyet alanları dahilinde çeşitli organizasyonlar tertip etmekte, karşılaşılan sorunları ve çözümlerine ilişkin teklifleri ilgililere iletmektedirler. Bir sorunu en iyi o sorunla karşılaşanlar bilebileceğine göre, sektörle ilgili platformlara bu tür kuruluşlar da dahil edilerek bunların bilgilerinden ve tecrübelerinden istifade edilmelidir.
- Türkiye’de turizm alanında zaman zaman birtakım asayiş sorunları ile karşılaşmaktadır. Bu tür hadiseler, medya veya başka vasıtalarla kısa sürede yayılmakta ve muhtemel turistlerin Türkiye’ye bakış açısında olumsuzluklara yol açmaktadır. Bu sebeple, birçok ülkede mevcut olan Turizm Polisi uygulaması hayata geçirilebilir. Böylece turizm alanlarında ortaya çıkan herhangi bir güvenlik sorunu söz konusu birimlerce daha kısa sürede ve etkin biçimde çözüme kavuşturulabilecektir.

KAYNAKLAR

Kültür ve Turizm Bakanlığı:

- Turizm İstatistikleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/1-63765/istatistikler.html>, 03.12.2010.
- Dünyada ve Türkiye'de Turizm, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/166628/turizm-raporlari.html>, 03.12.2010.
- Turizm Tesisleri İşlemleri, <http://www.kultur.gov.tr/TR/belge/137252/eski2yeni.html>, 08.12.2010.
- Türkiye Turizm Stratejisi-2023, Ankara, 2007, http://www.sp.gov.tr/documents/Turizm_Strateji_2023.pdf, 01.12.2010.
- Yatırım ve İşletmeler Genel Müdürlüğü, Turizm Teşvikleri, <http://www.ktyatirimisletmeler.gov.tr/belge/1-85246/eski2yeni.html>, 10.12.2010.
- TASAM, Türkiye'nin Stratejik Vizyonu-2023, <http://www.tsv2023.org>, 03.12.2010.
- TCMB, Ödemeler Dengesi İstatistikleri, <http://evds.tcmb.gov.tr/cbt.html>, 02.12.2010.
- TÜİK, Turizm İstatistikleri, http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?tb_id=51&ust_id=14, 02.12.2010.
- TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, Mevzuat, <http://www.tursab.org.tr/tr/mevzuat>, 10.12.2010.

WTO:

- "Leading Exporters and Importers in World Trade in Commercial Services", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_toc_e.htm, 07.12.2010.
- "Trade in Commercial Services by Category", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_trade_category_e.htm, 03.12.2010.
- "World Trade Developments in 2009", International Trade Statistics - 2010, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2010_e/its10_world_trade_dev_e.htm, 03.12.2010.
- Trade and Tariff Statistics, http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/looking4_e.htm#summary, 07.12.2010.
- Yetkin, Emel. "Türkiye Turizminin Sorunları ve Çözüm Önerileri", <http://www.turizmhaberleri.com/KoseYazisi.asp?ID=1106>, 11.12.2010.

Turizm Sektörü STK'ları:

- POYD: Profesyonel Otel Yöneticileri Derneği, <http://www.poyd.org>, 15.12.2010.
- TUREB: Turist Rehberleri Birliği, <http://www.tureb.net>, 15.12.2010.
- TUREF: Turist Rehberleri Dernekleri Federasyonu, <http://www.tureb.net/index.php/turef>, 15.12.2010.
- TUROB: Turistik Otelciler, İşletmeciler, Yatırımcılar Birliği, <http://www.turob.com>, 15.12.2010.
- TÜROFED: Türkiye Otelciler Federasyonu, <http://www.turofed.org.tr>, 15.12.2010.
- TÜRSAB: Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği, <http://www.tursab.org.tr>, 15.12.2010.
- TÜRSAV: Turizm ve Seyahat Acenteleri Vakfı, <http://www.tursav.org>, 15.12.2010.
- TÜSAD: Tüm Seyahat Acenteleri Derneği, <http://www.tumgazeteler.com>, 15.12.2010.
- TYD: Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, <http://www.ttyd.org.tr>, 15.12.2010.
- TURGÖN: Turizm Gönüllüleri Platformu, <http://www.turgon.net>, 15.12.2010.

Prof. Dr. Haydar Sur*

SAĞLIK HİZMETİ İHRACATI KAVRAMI ÜZERİNE

Turizm, Türkiye’de 1980’lerden sonra önemli bir gelir alanı haline gelmiştir. TÜİK’in verilerine göre 2010 yılında 33.027.943 kişi ülkemizi ziyaret etmiş, ortalama 630 dolar harcamış, bu faaliyetlerden 20.806.708.444 dolar gelir elde edilmiştir. Ülkemizden dış ülkelere giden 6.557.233 kişi ise ortalama 736 dolar harcamaya ulaşmıştır. Bu hesapla turizmde yaklaşık 15 milyar dolar bir artışa ulaşmıştır. Genel anlamda ihracat gelirlerine bakıldığında 2009’a göre % 11,5 artarak toplamda 113.930.000.000 dolar bir gelir elde edilmiştir. Böylelikle, ihracat içinde turizmin yaklaşık % 18’lik bir payı bulunduğu anlaşılmaktadır. Turizm sektörü 2009 yılında 95,3 milyar TL değerinde ekonomik büyüklüğe ulaşarak (iç ve dış turizmin tamamı) Türkiye’nin toplam GSYİH’sinin yaklaşık % 10,2’sine erişmiştir.

Sağlık Turizmi ve Harcamaları

Birincil amacı sağlık veya sağlık hizmeti elde etmek olan bütün seyahatlerin genel ismine sağlık turizmi denmektedir. Burada ayırıcı özellik seyahat edenin

* İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi Dekanı

seyahatine sağlık maksatlı çıkması, ya bir hava değişimi gibi kendiliğinden oluşacak beklentisi veya hizmeti almak beklentisi bulunmasıdır. Diğer taraftan başka maksatla bir ülkeye seyahat etmiş birinin beklenmedik bir ihtiyaç oluşmasıyla sağlık hizmeti alması “turizm sağlığı” başlığı altında incelenmektedir. Ülkemizde sağlık turizmi adına verilen istatistiklerin ne kadarı turist sağlığı, ne kadarı sağlık turisti başlığının içine girer, burası belirsiz kalmaktadır.

Sağlık turizmi konusunu Dünya Sağlık Örgütü ve aynı şekilde Sağlık Bakanlığı Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü 3 başlık altında incelemektedir:

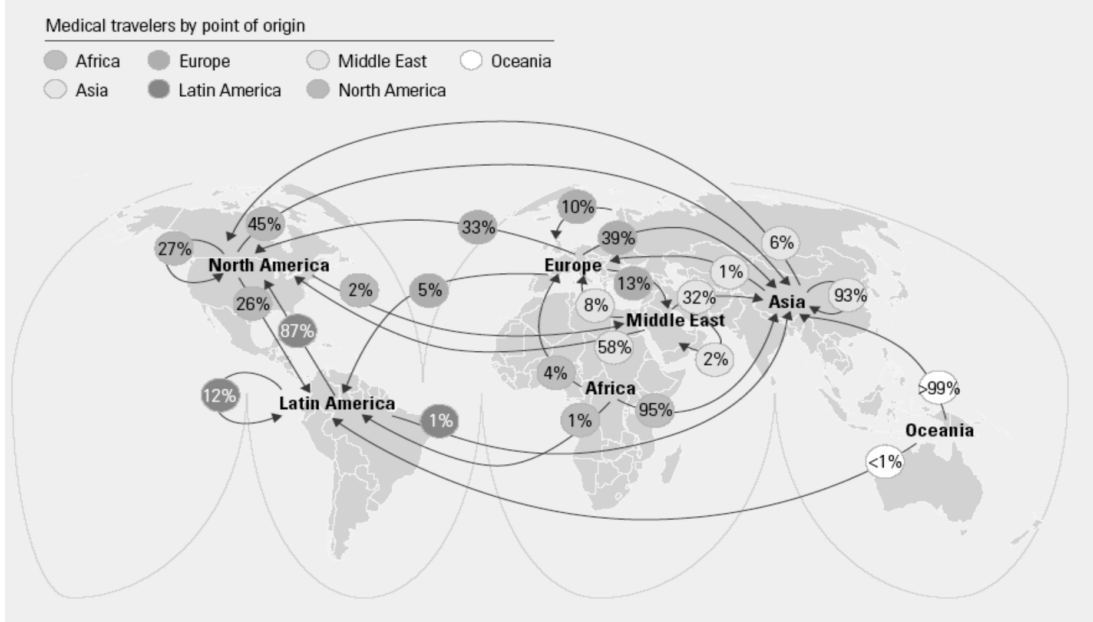
1. Medikal Turizm (tıp turizmi),
2. Kaplıca Turizmi,
3. Yaşlı ve Engelli Turizmi (rehabilitasyon ve iyileştirme).

Bu yazının ana temasını medikal turizm oluşturmaktadır. Bazı hususların değişik özellik taşıması dışında genel anlamda 2. ve 3. başlıklarda yer alan turizm konuları da medikal turizmle benzerlik göstermektedir.

Dünyada 2010 yılında yaklaşık 5,5 trilyon dolar; ülkemizde ise yaklaşık 35 milyar dolar sağlık harcaması yapıldığı tahmin edilmektedir. Sağlık turizmi ile ilgili ülkemizde güvenilir istatistiklere ulaşmak mümkün değildir. Konu ile ilişkili kurum, kuruluş ve kişilerin verdiği rakamlar birbirini tutmadığı için hangisine inanmak gerektiği belirsizdir. Ülkemizin yılda sağlık turizminden ne kadar gelir elde ettiği veya vatandaşlarımızın yurtdışında hangi ülkelerde toplam ne kadar sağlık harcaması yaptığı gibi verilerimiz yoktur. Sağlık Bakanlığı'nın yakın geçmişte oluşturduğu Sağlık Turizmi Koordinatörlüğü'nün varlığına rağmen sağlık turizmi ile ilgili resmi istatistikler yayımlanmış değildir. Bazı özel hastaneler kendi verilerini değişik platformlarda sunmakla birlikte bu verilerin nasıl elde edildiği, gerçeği ne ölçüde yansıttığı gibi konular belirsizdir.

Dünyada bir önceki yıla göre sağlık turizmi harcamalarının % 150 artış gösterdiği (50 milyar dolardan 120 milyar dolara çıktığı) belirtilmektedir. Bütün belirsizliklere rağmen yapılan tahminlerde ülkemizin bu toplam içinden 40–60 milyon dolar kadar bir pay aldığı ifade edilmektedir. Turizm sektörü uzmanları ile sağlık hizmeti uzmanlarının bir araya gelerek yaptığı çalışmalarda ülkemizin bugün için 3 milyar dolarlık bir pay alacak hizmet kapasitesi olduğu tahmin edilmiştir. 2010 yılı için dünyada sağlık turisti sayısı 800 milyon kişi civarındadır.

Şekil 1. Sağlık turistlerinin güzergâhını gösteren harita



Kaynak: (Tshepo P. Maaka, Health and Medical Tourism Presentation to NW Tourism Lekgotla, Serokolo Health Tourism (Pty) Ltd. 2009.

Şekil 1'de McKinsey tarafından yapılan bir analizi içeren harita bulunmaktadır. Bu haritada ülkemizin bulunduğu coğrafi bölgenin bir cazibesi olduğu görülmektedir. Ancak sağlık turizminde öne çıkmış Amerika ve Avrupa ülkelerinin gerisinde olduğumuz da söylenebilir.

Şekil 2. Sağlık turizmini geliştirme kararı almış ülkeler



Kaynak: B K Ong, General Manager (India), Singapore Airlines, Presentation: Opportunities in Health Tourism Learnings from International Experience, 2008.

Şekil 2'deki haritada ise, dünyada sağlık turizminde daha ileri gitmek üzere atak yapmakta olan ülkeler gösterilmektedir. Bu haritada zaten büyük ölçekte sağlık turisti almakta olan ve buna göre rutin planlamalarını yürüten ABD, Almanya, İngiltere gibi ülkeler vurgulanmamıştır.

Dünyada en çok sağlık turisti alan ülkeler sıralamasında ilk beş ülke olarak Panama, Brezilya, Malezya, Costa Rica ve Hindistan verilmektedir. Kendi bölgemizde ise bu sıralamada Türkiye birincidir ve sonra gelen ülkeler arasında Ürdün, İran, Mısır, İsrail, Güney Kıbrıs Rum Kesimi sayılmaktadır. (Dursun Aydın Sunumu, "Sağlık Turizmi Kongresi", 2010).

Sağlık turizminde kendini geliştirmeye kararlı bütün ülkeler tıp hizmetlerine yatırım yapmakta; potansiyeli yüksek ve öncü sayılan ülkelere göre aynı teknoloji ve uzmanlık ve daha düşük fiyat ile rekabeti planlamaktadır. Bu ülkelerin hedefine almadığı hiçbir hizmet türü yoktur ve önümüzdeki yıllarda tıp alanının bütün hizmetleri ülkelerarası rekabet yaşamaya aday görünmektedir.

Sağlık turizmini hedef olarak seçtikten sonra gereken yatırımların yapılması, teknoloji ve uzmanlığın hizmetlerde var edilmesi, uygun fiyat politikalarının belirlenmesi aşamalarından sonra işin pazarlanması için dünya çapında faaliyetler, işbirlikleri aşaması gelmektedir. Her türlü iletişim, ulaşım ve barınma stratejileri ayrıntılarıyla tasarlanacak, pazarlamaya da yatırım yapılacak ve sahneye çıkılacaktır. Bunların bir kısmının varlığı sağlık turizminde başarı için yetmez. Hepsinin birden var olması ve aynı potada buluşturulması gerekmektedir.

Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

Sağlık turizminde iddialı hale gelebilmek için 4 açıdan hassasiyet taşımak gerekmektedir:

1. Tıbbi
2. Finansal
3. Ahlaki
4. Yasal

Ahlaki ve yasal açıdan her şeyi kurallarına uygun yapmak sağlık turisti karşısında iki misli özen göstermeyi gerektirmektedir. Bilindiği gibi yazılı hukuk kurallarına mevzuat, yazısız kurallara da ahlak denmektedir. Ahlak kuralları yazılı hale getirilmişse mevzuat metni halini almış demektir. Sağlık turisti başka bir ülkeden gelmiştir ve hem geldiği ülkenin hem de hizmet verdiği ülkenin yasal ve ahlaki kurallarına özen gösterilecek hassasiyette hizmet sunulmalıdır. Bu konuda önerilenleri yerine getirmek son derece zordur çünkü sağlık turisti hizmet aldığı

yerin kültürüne yabancıdır, sorun yaşandığında kendisine çabucak yardıma koşacak akrabaları, komşuları vb. yanında değildir. Evdeki hesap çarşıya uymadığında mesele içinden çıkılmaz bir hal alabilir. Bu durumda turiste kimin ne şekilde sahip çıkacağı en ince ayrıntılarıyla ele alınıp standart yaklaşımlara bağlanmalıdır. Ayrıca finansal-yasal olarak Avrupa ülkeleri gibi kendi ülkelerini ve toplumlarını korumak üzere sosyal devlet adına sağlık turizmini ancak Avrupa Birliği içindeki ülkelerde yapılırsa sigorta ödemelerini mümkün kılma uygulamalarının aşılması gerekmektedir. Bunun için yoğun bir lobi faaliyetine girişme zamanı gelmiştir.

Finansal olarak önümüzdeki zorluklar birden çok başlıkta ele alınmalıdır. Birincisi, turizm sektörü çok stabil ve güvenilir bir sektör değildir. Örneğin Türkiye’de kuş gribi çıktı diye bir laf yayıldığında turizm gelirleri dibe vurabilir. Zaten yapılan işin tıbbi riskleri vardır. En iyi hizmeti verseniz de ölmesi mukadder hastalar da gelecektir. Bu durumda bunları siz öldürmüş olacaksınız. Çıkacak tersliklerde (tıbbi komplikasyonlar) müşterilerinizi çabucak kaybetme riskiniz vardır. Rekabet kızııştığında ülkeler birbirlerinin kötü sonuçlarını haklı-haksız kullanmaktan çekinmeyecektir. Rekabette avantajlı hale gelince de rahatlama yoktur, çünkü her an avantajı kaybetme tehlikesi vardır.

Tıbbi zorluklara gelince, bu en basit haliyle hiçbir sağlık hizmetinin sonucunun yüzde yüz garantisi olmamasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca hekime ve hemşireye göre sağlık sorunu ortadan kaldırılmış olsa bile hastanın ve yakınlarının algısı farklı olabilir ve çok iyi bir tıbbi hizmet sanki hastayı “kazıklamışsınız” gibi bir sonuca gelip dayanabilir. Birçok tedavide hastanın kurumdan hizmetini aldıktan sonra evde tedavisini kendisinin sürdürmesi, zaman zaman kontrollere çağırılması, hasta eğitimlerinin verilmesi, yeni dönemlerde değişik ilaç ve doz rejimlerinin ayarlanması gibi birçok hizmet süreci önümüzdedir. Ülkeler arası uygulamalarda primer hizmet sonrası devam edecek işlemlerin nasıl düzenleneceği konusu gündeme gelir. Aslında sağlık hizmeti kesintisizdir ve sürekli verilmesi için ülkeler arası köprü nasıl kurulacaktır, internet ve uzaktan erişim bunun ne kadarını yerine getirebilecektir? Bu gibi teknik konularda çözümü kolay olmayan birçok husus bizi beklemektedir.

Türkiye'nin Sağlık Turizminde Avantajları

- Sağlık teknolojisi ve uzmanlık açısından dünyanın iyileri arasında,
- Birçok ülkeyle fiyat açısından rekabeti edecek güçte,
- Birçok hedef ülkeye coğrafi yakınlık nedeniyle kolay ulaşım imkânı taşımakta,
- Genel anlamda turizm kapasitesi çok büyük ve buna sağlık turizmini entegre etmek nispeten kolay bir hamle,

- Doğa turizmi, tarih turizmi, eğlence turizmi, dinlence turizmi gibi alanlarda büyük olanakları ve edinilmiş deneyimi var,
- 42 sağlık kuruluşu uluslararası belgelerle akredite edilmiş durumda,
- Kaplıca turizmine yönelik bir avantajı, termal kaynaklar açısından Avrupa'nın birincisi, dünyanın yedincisi durumunda olması.

Türkiye'nin Sağlık Turizminde Dezavantajları

- Sağlık personelinin sayısal azlığı,
- Hekim dışı birçok personelin uluslararası eğitim standartlarına uygun olmadan mezun edilmiş olması (hemşirelerde lise dengi mezuniyet vb.),
- Yabancı dil bilen sağlık personeli sayısının çok düşük düzeyde olması,
- Ulusal bir yapılanmaya gidilmemiş ve devletin resmi bir stratejisinin oluşmamış olması,
- Tanıtım eksiklikleri ve bu alanda lobi yetersizlikleri,
- Hastanelerin sadece hastane içinde klinik hizmet sunumuna odaklı ve bu kısımda tecrübe kazanmış olması, hizmetin hastane dışına sarkan kısımlarına ait kimsenin bir fikrinin ve planının bulunmaması,
- Turizm, ulaşım, iletişim ve pazarlama sektörlerinin birbiriyle bağlantılarının azlığı.

İnsanlar Niçin Başka Ülkelerden Sağlık Hizmeti Alır

- Fiyatın kendi ülkesine göre daha düşük olması,
- Kendi ülkesinde hizmetleri yeterli bulmaması (daha yeni teknoloji ve daha yetkin uzmanlık),
- Kendi ülkesinde hizmet almak için sıraya girme ve bekleme listelerinin uzun olması,
- Kendi ülkesinde aldığı hizmetin yakınlarınca duyulmasından çekinme, mahremiyet (özellikle estetik operasyonlar, bulaşıcı hastalık hizmetleri vb.),
- Sağlık hizmeti macerasına egzotik bir turizm boyutu katma arzusu.

Bu hizmetleri almaya karar vermeden önce sağlık turistlerinin neredeyse her zaman cevap aradıkları birkaç anahtar soru vardır ve sağlık turizminde başarı bu anahtar sorularda gizlidir:

- Gideceğim ülkenin sağlık kuruluşuna/doktoruna/hemşiresine güvenebilir miyim?
- İstenmeyen bir durum başıma gelirse ne olacak? Bana kim, nasıl sahip çıkacak?

- İstenmeyen bir olay belirmesi ihtimali nedir?
- Benim ülkem ile gideceğim ülkenin ilişkileri nasıl?

Sonsöz

Bu bilgiler aslında sağlık turizmi alanında ne yapılması gerektiğini gösterecek kadar açıktır. İlk yapılması gereken, bu alanı gerçekten uluslararası bir kimlik haline getirecek tercihimiz olarak belirlediğimizi açıkça deklare etmektir. Burada önemli bir hassasiyet de şudur ki; dış kaynaklı hastalar ülke içi hastalarla aynı olanakları kullanmada birbiriyle belirli bir yarış içine girecektir. Sağlık hizmetlerine erişimi zorlaştıran bir sağlık turizmi desteği hem etik olarak kabul edilemez, hem de politika sorumlularına bunun bedeli ağır olabilir. İç hastanın olanaklarına dokunmadan dış kaynaklı hastaya hizmet verme dengesi çok önemli bir noktadır.

Devletin öncülüğü olmadan sağlık turizminde gereken uyum ve işbirliği sağlanamaz. Bu öncülüğü sağlamada başta kamu kurumlarının işbirliği gerekmektedir. Bunlar arasında Sağlık Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, DPT gelmektedir. Bu öncülüğe eşlik etmek üzere sağlık kuruluşları, seyahat acenteleri, aracı firmalar, ulaşım/iletişim/bilişim/pazarlama gibi sektörlerin ilgili kuruluşları eşlik etmelidir.

İstenen gelişmeler yaşandıkça özellikle Ortadoğu ülkeleri, Azerbaycan, Gürcistan, Rusya, Ukrayna, AB ülkelerinin birçoğu ve kısmen Afrika ülkelerinden turistler bizim sağlık hizmetlerimizi tercih etmeye aday görünmektedir. İki durum daha dikkatlerden kaçmamalıdır. Bazı hastalıklar için kısıtlı olmak üzere ABD ve Avrupa'da yaşayan Türk kökenli kişiler için ayrı stratejiler üzerinde çalışılmalıdır.

Kaynaklar

1. "Dünyada ve Türkiye'de Sağlık Turizmi - 2010 Durum Analiz Raporu ve Çözüm Önerileri", Türkiye Sağlık Vakfı Raporu, Ankara, 2010.
2. "TÜSİAD Sosyal İşler Komisyonu Sağlık Çalışma Grubu Raporu", İstanbul, 2009.
3. Türkiye İstatistik Kurumu web sayfası Türkiye istatistikleri, 2011.
4. Tshepo P. Maaka, Health and Medical Tourism Presentation to NW Tourism Lekgotla, Serokolo Health Tourism (Pty) Ltd. 2009.
5. B K Ong , General Manager (India), Singapore Airlines, Presentation: Opportunities in Health Tourism Learnings from International Experience, 2008.
6. Dursun Aydın Sunumu, "Sağlık Turizmi Kongresi", 2010.

ULAŞTIRMA

Binali Yıldırım*

ULAŞAMADIĞIN YER SENİN DEĞİLDİR

Ulaşamadığın yer senin değildir... Bu söz, ulaşımın ve erişimin ne kadar önemli olduğunu çok iyi özetliyor. Ulaşamıyorsanız, erişemiyorsanız, varlığınızı ifade etmeniz, ürettiğinizi pazarlamanız ve ihtiyacınız olan ürünleri de temin etmeniz mümkün değil. Hükümet olarak, bu düsturla hareket ediyoruz. Zira bugüne kadar gerek ulaştırma politikalarında ve gerekse mevzuatta yapılan çalışmalarımız, günü kurtarmanın dışında köklü bir reform niteliği taşıyan çalışmalar oldu.

Türkiye, son 8 yılda ulaşım alanında yapılan yatırımlar ile ulaşımında birçok AB ülkesinden daha iyi duruma geldi. Yaptığımız tüm çalışmaları Türkiye'nin güçlü, başarılı olması ve çağdaş ülkelerin ilerisine geçmesi için yapıyoruz.

Şehirleri birbirine bölünmüş yollarla bağladık. 6.101 kilometrelik bölünmüş yol ağını 8 yılda 19.327 kilometreye taşıdık. Yolları böldük, hayatları birleştirdik.

Uçağa binmek imtiyaz olmaktan çıktı ihtiyaca dönüştü. 10 milyon vatandaşımız ilk defa uçakla tanıştı. Türk insanı uçtu; havayolu halkın yolu haline geldi. Havaalanlarını YİD modeliyle Avrupa'nın gözde havaalanları haline getirmekle kalmadık; kamu kaynağı kullanmadan milyarlarca dolarlık yatırım yaptık.

* 60. T.C. Hükümeti Ulaştırma Bakanı

Denizcilikte beyaz bayrak ülkesi olduk, denizci ülke konumuna yeniden yükseldik.

Kuzey Marmara Otoyolu, Marmaray gibi yüzyılın projelerini hayata geçirdik.

Demiryolları yeniden ülke politikası haline geldi. Türkiye hızlı trenle tanıştı.

Şimdi de Türkiye'yi dünyanın taşımacılık merkezi haline getiriyoruz. Bu nedenle de tarihi İpek Yolu'nu ve Hicaz Demiryolu'nu yeniden hayata geçiriyoruz.

Çin ekonomisi son 10-15 yıl içerisinde dünya ticaretinde aktif rol oynamakta ve dünya ekonomisinin lokomotifi gücü durumuna gelmiş bulunmakta. Bu çerçevede Çin ve Hindistan'da üretilen mallar ile Orta Asya'da çıkartılan petrol türevlerinin kısa sürede ve düşük maliyetle Avrupa ve Amerika'ya ulaştırılması, Asya ile Avrupa arasındaki ulaşım koridorlarını yeniden gündeme taşıdı ve bu güzergâhta yer alan ülkeleri kendi menfaatleri doğrultusunda tarihi İpek Yolu'nu yeniden keşfetmelerine yol açtı. Ancak bildiğiniz gibi söz konusu iki kesim arasında istenilen nitelikte ulaşım koridoru bulunmuyor.

Başta İran ve Suudi Arabistan olmak üzere birçok ülke kendi menfaatleri doğrultusunda proje üretiyor ve bunları en kısa zamanda hayata geçirmek için yoğun çaba harcıyorlar. İpek Yolu güzergâhı ülkemizden geçiyor ve güzergahın yaklaşık 2.000 km'si Türkiye sınırları içerisinde. Ancak ülkemizdeki söz konusu koridorda taşımalar ağırlıklı olarak karayolu ile yapılmakta. Günümüzde taşımacılık artık kombine taşımacılığa dönüşmüş olsa da gelişmiş ülkelerde uzun mesafeli ve ağır yük taşımalarında, maliyet ve sınır geçişleri nedenleri ile deniz ulaşımının olmadığı kesimlerde demiryolu sistemi tercih edilmekte. Bu, hem taşıyıcı hem de ülke kaynakları açısından ekonomik olmakta. Ülkemizde de demiryolu ve denizyolu alt taşıma modlarından beklenen faydanın sağlanabilmesi için altyapıda yaşanan sorunların en kısa zamanda giderilmesi, Karadeniz ve Akdeniz'de bulunan limanlarımızın kapasitelerinin artırılması, aynı zamanda günümüz taşıma sisteminin vazgeçilmezi olan lojistik köylerinin bir an evvel kurulması gerekiyor. Bu nedenledir ki attığımız her adım bu doğrultuda olmakta.

Ülkemizde Demir İpek Yolu olarak da adlandırabileceğimiz güzergâh üzerinde mevcut durumda Asya yönünde 2 tane çıkış kapısı bulunmakta. Birincisi İran kapısı olan Kapıköy, ikincisi Ermenistan kapısı Doğukapı'dır. Kars-Tiflis Yeni Demiryolu Projesi tamamlandığında üçüncü bir kapı daha açılmış olacak. Ancak bu güzergâh üzerinde işleyen tek kapı şu anda İran sınırı.

Ülkemizde Demir İpek Yolu'nun Avrupa ile bağlantısını Kapıkule üzerinden sağlıyoruz. Ayrıca, Uzunköprü üzerinden Yunanistan ile de bir bağlantı mevcut ve her iki kapı da aktif olarak çalışıyor.

Türkiye olarak İpek Yolu projesinden ülke menfaatlerinin en üst düzeyde yararlanabilmesi için karayolu, demiryolu ve denizyolu altyapılarının iyileştirilmesi

ve birbirleri ile entegrasyonlarının sağlanması gerekmekte. Bu entegrasyonun ana omurgasını ortaya koymak için geniş coğrafyamız nedeni ile mutlaka demiryolunun oluşturulması gerekiyor.

Demiryollarının bu güzergâhta ana omurga olabilmesi için birçok proje başlattık. Demiryolu ağının Avrupa'dan, Asya'ya kesintisiz olarak sağlanması için iki kıtayı birleştirecek olan Marmaray Projesi 2015 yılında tamamlanacak. Ankara-Sivas Hızlı Tren Hattı Projesi'nin Yerköy-Sivas kesiminin inşaat çalışmaları 2009 yılı Ocak ayında başladı ve 2014 yılında tamamlanacak. Bunun yanı sıra İzmir limanı üzerinden Avrupa'ya bağlantıyı sağlayacak olan Ankara-Afyon-İzmir Hızlı Demiryolu Hattı Projesi'nin inşaatına da en kısa sürede başlayacağız. Aliağa'daki Nemrut Limanı'na demiryolu bağlantı çalışmalarını da sürdürüyoruz.

Bu projelerin yanı sıra 2008 yılının Temmuz ayında başlattığımız Türkiye ile Gürcistan arasında demiryolu bağlantısını sağlayacak olan Kars-Tiflis Demiryolu Projesi inşaatı da sürüyor. Söz konusu proje tamamlandığında üçüncü bir alternatif olarak Asya-Avrupa arasında kesintisiz demiryolu ulaşımı sağlanmış olacak.

Bilindiği gibi 259 km'lik çift hatlı Vangölü Kuzey Geçişi Projesi'nin de etüt ve projeleri hazırlandı ve önümüzdeki yıllarda hayata geçirilecek. Ayrıca Kars-Dilucu-Nahçıvan Proje çalışmaları da sürüyor. Bakınız; bahsettiğimiz projeler tamamlandığında İngiltere'den yola çıkan bir tren kesintisiz olarak Çin'e ulaşabilecek.

Bu anlamda Hicaz Demiryolu da bizim için büyük önem taşıyor. Osmanlı Devleti'nde yapılan demiryolları, Batılıların Osmanlı coğrafyasına açılma ve yayılma politikasının bir tezahürü idi. Ancak Hicaz Demiryolları buna istisna teşkil ediyor. Osmanlı'nın en zor döneminde tamamen bağışlarla, yerli işgücüyle ve kendi mühendislerimizle başarılan çok önemli bir projedir. Tamamen milli bir proje olan bu projenin dünya demiryolu tarihinde başka bir örneği yoktur.

1900-1908 yılları arasında yapılan Hicaz Demiryolları yan yollarla birlikte toplam 2.241 km uzunluğundaydı. Tabi 1. Dünya Savaşı'ndan sonra hattın büyük kısmı kullanıma kapandı. Hicaz Demiryollarının yeniden hayata geçirilebilmesi için Türkiye, Suriye, Ürdün ve Suudi Arabistan'ın bu hattın yapılmasında müştereken karar vermeleri gerekiyordu ve biz de bu konuda adımlarımızı attık. Hicaz Demiryolu'nun yeniden canlandırılması için ülkemizde İstanbul-Ankara, Ankara-Konya ve İstanbul-Konya yüksek hız demiryolu hattı inşası devam etmekte. Hatta, Ankara-Konya arası hızlı tren hattını da birkaç hafta içinde faaliyete geçiriyoruz. Mevcut Konya-Karaman-Adana sınır hattının iyileştirilmesine yönelik çalışmalar da devam etmekte.

Suriye'de ise Meydan Ekbez-Halep, Halep-Şam, Şam-Deraa-Amman hattının yapımına 2010-2012 yıllarında başlanmasını bekliyoruz. Diğer yandan Riyad-Cidde, Suudi Kara Köprüsü projesinde 2010 yılı itibariyle çalışmalara başlanıldı.

Mekke-Cidde-Medine arası Harameyn Yüksek Hızlı Demiryolu Projesi için 2011 yılında inşaat çalışmalarına başlanacak.

Gerek ülkemizdeki ve gerekse Suriye, Ürdün ve Suudi Arabistan'daki demiryolu projelerinin hayata geçirilmesiyle dostluk ve kardeşlik köprüsü olan İstanbul-Mekke demiryolu hattı modern ve kaliteli bir hizmet vermeye hazır olacak. Proje hayata geçtiğinde ise yılda 10 milyon yolcu taşınacak. Bu sayede Türkiye, Suriye, Ürdün ve Suudi Arabistan'ın birbirleriyle ve bölge ülkeleriyle ticaretine de önemli katkı sağlanacak.

Taner Yıldız*

BORU HATLARIYLA PETROL VE DOĞALGAZ TAŞIMACILIĞI

Biz, hükümet sorumluluğunu aldığımız günden bu yana hep şunu söyledik: Bir ülkenin enerji politikaları, hükümetlerden hükümetlere değişmemeli, devletin oturmuş ve sürekliliği olan bir enerji politikası olmalı. Geçen sekiz yıllık süre zarfında bu söylemimizi sağlam zemine oturtacak önemli çalışmalar yaptık.

Bugün ise, bütün alanlarda olduğu gibi enerjide de çalışma ve gayretlerimiz Cumhuriyetimizin 100. kuruluş yıldönümü olan 2023 Türkiye'si içindir.

2023 vizyonu doğrultusunda enerjideki temel hedeflerimiz şunlardır:

- Ülkemizin petrol ve doğalgaz ihtiyacını karşılama vizyonu doğrultusunda, 2023 yılından itibaren petrol ve doğalgaz ithal etmeyen, dışa bağımlılığı biten bir Türkiye,
- Hidroelektrik ve termik potansiyelinin tamamını elektrik enerjisi üretiminde kullanan bir Türkiye,
- Yenilenebilir enerji kaynaklarının, elektrik enerjisi üretimindeki payının % 30 olduğu bir Türkiye,

* 60. T.C. Hükümeti Enerji ve Tabii Kaynaklar Bakanı

- En az 3 nükleer santralin üretime geçtiği ve nükleer enerjinin elektrik üretimindeki payını en az % 5'e çıkartan bir Türkiye.

DÜNYANIN ENERJİDEKİ MEVCUT FOTOĞRAFI, TÜRKİYE'NİN BU FOTOĞRAF İÇİNDEKİ YERİ VE GELECEK ÖNGÖRÜLERİ

Uluslararası Enerji Ajansı (UEA) tarafından yapılan tahminler, mevcut enerji politikaları ve enerji arzı tercihlerinin devam etmesi durumunda dünya birincil enerji talebinin 2008 - 2035 arasındaki dönemde % 36 oranında artacağına işaret etmektedir. “Mevcut Politikalarla Devam Senaryosu” olarak adlandırılan ve yıllık ortalama % 1,2 düzeyinde talep artışına karşılık gelen bu durumda dünya birincil enerji talebi 2008'deki 12,3 milyar ton petrol eşdeğeri (tep) düzeyinden 2035 yılında 16,7 milyar tep düzeyine ulaşacaktır. Mevcut Politikalarla Devam Senaryosuna göre fosil yakıtlar, 2008 ve 2035 arasındaki dönemde birincil enerji talebinde hâkim kaynaklar olmaya devam edecektir.

Ülkemiz Ortadoğu, Hazar Bölgesi ve Orta Asya gibi dünyanın ispatlanmış petrol ve doğalgaz rezervlerinin % 68'ine coğrafi olarak yakın bir konumda bulunmaktadır. Kaynak ülkeler ile tüketici ülkeler arasında doğal bir köprü oluşturmakta olan Türkiye, enerji kaynaklarının ve taşıma güzergâhlarının çeşitlendirilmesini sağlamaya yönelik projelerde önemli bir aktör olarak yer almaktadır.

Gelecek 20 yıl içerisinde yaklaşık % 40 oranında artması beklenen dünya enerji tüketiminin büyük bir bölümünün içinde bulunduğumuz bölgeden karşılanması öngörülmektedir. Dünya petrol rezervlerinin % 65'i ve doğalgaz rezervlerinin % 71'i Türkiye'yi çevreleyen Hazar Havzası ve Ortadoğu ile Rusya Federasyonu'nda bulunmaktadır. Orta Asya'daki rezervler dünya enerji talebini karşılamada önemli bir alternatif kaynak olarak ortaya çıkmaktadır. Türkiye, gerek coğrafi, gerekse jeopolitik konumu ile Ortadoğu ve Orta Asya'nın üretiminin dünya pazarlarına ulaşmasında hem bir köprü hem de bir terminal olma özelliği taşımaktadır. Diğer taraftan, daha önce ülkemizin geliştirmiş olduğu projeler sırasında elde edilen deneyim ve birikimler ülkemizin gelecekte gerçekleştireceği projeler kapsamında bir avantaj yaratacaktır.

Avrupa Birliği'nin halihazırda kaynak ve güzergâh çeşitliliğini artırmak amacıyla Güney Avrupa Gaz Ringi Projesi'ni hayata geçirmek istemesi köprü konumunda olan ülkemiz için büyük bir fırsat yaratmaktadır. Bu kapsamda, halihazırda 2007 yılında işletmeye alınan ve söz konusu Gaz Ringi'nin ilk aşamasını oluşturan Türkiye – Yunanistan Doğal Gaz Boru Hattı'nın devamında İtalya'ya uzatılacak olması Türkiye'nin Avrupa Birliği için enerji alanındaki önemini ortaya çıkarmıştır. Ancak, doğalgazda % 99, petrolde ise % 92 dışa bağımlı olunması ve aynı zamanda doğalgazın % 63'ünün tek bir ülkeden alınması ülkemiz açısından bir olumsuzluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle, Enerji güvenliğini sağlamaya yönelik

politika ve stratejilerimizde, dünyadaki genel yönelimlerin yanı sıra, bölgesel ve küresel enerji dinamiklerinde önem arz eden tüm aktörlerin politika ve stratejilerini yakından izlemeye ve en önemlisi ülkemiz ihtiyaçlarını gözeterek ve menfaatlerini artıracak yönde strateji ve projeler geliştirmeye devam edilmektedir.

Bakanlık olarak vizyonumuz jeostratejik konumunuzu kullanarak, enerji alanında bölgesel işbirliği süreçleri çerçevesinde ülkemizi enerji koridoru ve terminali haline getirmek ve bu amaçla halihazırda var olan projelerin zamanında tamamlanması ve verimli bir şekilde çalışmasını sağlamaktır.

BU KAPSAMDA YAPILAN PROJELER, GELİŞMELER VE PLANLAR

Doğu-Batı Enerji Koridorunun en önemli bileşenini oluşturan Bakü-Tiflis-Ceyhan (BTC) Ham Petrol Boru Hattı bizim dönemimizde faaliyete geçmiştir. Bugüne kadar, 1 milyar 70 milyon varil (1.362 tanker) Azeri, Kazak ve Türkmen petrolü, BTC ile uluslararası pazarlara taşınmıştır.

BTC projesine paralel olarak, bizim dönemimizde planlanan ve tamamlanan Bakü-Tiflis-Erzurum Doğalgaz Boru Hattı (Şahdeniz Projesi) ile Hazar Bölgesi ülkelerinde üretilen doğalgaz 2007 yılından beri tedarik edilmektedir. BTE Doğalgaz Boru Hattı yıllık 20 milyar m³ azami tasarım kapasitesi ile sadece Türkiye'nin yurtiçi doğalgaz talebinin karşılanması açısından değil, aynı zamanda AB'nin hızla artan doğalgaz ihtiyacının bir kısmının karşılanması açısından da önemlidir.

Ülkemiz üzerinden Avrupa'ya Şah Deniz Sahası'nın Faz-II aşamasının doğalgazının 2016 yılından itibaren taşınması konusunu da içeren geniş kapsamlı bir hükümetlerarası ve şirketlerarası mutabakat zaptı imzalanmıştır.

2007 yılında işletmeye alınan Türkiye-Yunanistan Doğalgaz Boru Hattı ile Güney Avrupa Gaz Ringi Projesi'nin ilk ayağı tamamlanmış ve ülkemiz doğalgazda köprü tedarikçi konumuna gelmiştir. 2009 yılında, Türkiye ve İtalya hükümetleri arasında Türkiye-Yunanistan-İtalya Doğalgaz Enterkonnektörü Projesine yönelik olarak ortak deklarasyon imzalanmış ve bu deklarasyon ile iki ülke, projeye ve ilgili şirketlere yönelik politik desteklerini yinelemiştir. Yunanistan-İtalya bağlantısını sağlayacak olan Adriyatik Denizi geçişinin Azerbaycan Şah Deniz Faz-II aşamasının devreye alınmasına paralel olarak 2016 veya 2017 yılında devreye alınması planlanmaktadır.

Nabucco Projesi Hükümetlerarası Anlaşması 13 Temmuz 2009 tarihinde Ankara'da imzalanmıştır. Türkiye'nin Avrupa'ya açılım stratejisi kapsamında geliştirilen Türkiye-Bulgaristan-Romanya-Macaristan ve Avusturya güzergâhlı Nabucco Doğalgaz Boru Hattı Projesi'nin yıllık maksimum 31 milyar m³ kapasiteye sahip

olması ve Avrupa'nın kaynak ve güzergâh çeşitliliğine önemli katkı sağlaması beklenmektedir. Yaklaşık uzunluğu 3.300 km olan projenin toplam yatırım maliyeti tahmini 7-7,9 milyar avro olup, boru hattının 2016 yılında ilk kapasite ile (8 milyar m³/yıl) işletmeye alınması planlanmaktadır.

Mısır doğalgazının Ürdün ve Suriye üzerinden ülkemize ve ülkemiz üzerinden de Avrupa'ya ulaştırılmasını hedefleyen Arap Doğalgaz Boru Hattı Projesi kapsamında, Türkiye ile Suriye arasında Mutabakat zaptı imzalanmıştır. Yıllık 10 milyar m³ doğalgaz taşınması söz konusu olan projede, yıllık 3,4 milyar m³'lük kısmının plato döneminde Ürdün'e tahsis edilmesi, kalan 6,6 milyar m³'lük kısmının ise Suriye üzerinden Türkiye'ye iletilmesi planlanmaktadır.

1.236 km uzunluğundaki Arap Doğalgaz Boru Hattı'nın ilk iki fazı tamamen ve üçüncü fazı da yarı yarıya tamamlanmış durumdadır. Bu kapsamda, Suriye ile Türkiye doğalgaz şebekelerinin birbirine bağlanmasına yönelik olarak Kilis DGBH'nın yapımına ilişkin ihale süreci başlamıştır.

Irak doğalgazının ülkemize ve Avrupa ülkelerine doğalgaz sağlayacak projeler için önemli bir kaynak olma potansiyeli dikkate alınarak 2009 yılında Irak-Türkiye arasında doğalgaz koridoru oluşturulmasına yönelik bir mutabakat zaptı imzalanmıştır. Proje ile Irak'taki sahalarından üretilecek doğalgazın ilk aşamada ülkemize ve ülkemiz üzerinden Avrupa'ya, diğer taraftan Ceyhan'a kurulacak LNG terminali ile de dünya pazarlarına ulaştırılması hedeflenmektedir.

2010 yılı Mart ayında süresi biten Kerkük-Yumurtalık Ham Petrol Boru Hattı Anlaşması'nın süresini 15+5 yıl uzatan değişiklik anlaşması 19 Eylül 2010 tarihinde Bağdat'ta imzalanmıştır.

Boğazlardaki tehlikeli petrol trafik yükünü azaltmayı hedefleyen Samsun-Ceyhan Ham Petrol Boru Hattı Projesinin gerçekleştirilmesi için görüşmeler devam etmektedir. Rus doğalgazının Türkiye'ye ve Türkiye üzerinden diğer hedeflere ulaştırılabilmesi amacıyla var olan boru hatlarının genişletilmesine ve yeni boru hatlarının inşa edilmesine yönelik fizibilite çalışmalarının yapılması hedeflenmektedir.

Önemli doğalgaz rezervlerine sahip olan Katar ile LNG alım-satım anlaşması yapılmasına yönelik görüşmeler devam etmektedir.

Suudi Arabistan, Ürdün ve Suriye üzerinden Türkiye'ye ulaşması planlanan bir boru hattının inşa edilmesine yönelik ikili görüşmeler de sürdürülmektedir.

İran doğalgazının belirli bir kısmının Türkiye'ye, 35 milyar m³/yıl'lık kısmının Türkiye üzerinden AB'ye ve aynı hacimdeki Türkmen doğalgazının da İran üzerinden Türkiye'ye arzına yönelik çalışmalar ekonomik ve teknik seviyede sürdürülmektedir.

Ülkemizde elektrik ithalat ve ihracat potansiyelini artırmak, elektrik arz güvenliğini desteklemek ve enterkonnekte şebekelerin diğer teknik avantajlarından yararlanmak açısından, ülkemizin öncelik ve temel amacı, Avrupa Elektrik Şebekesi İletim Sistem İşletmecileri Avrupa Anakıta Senkron Bölgesi (ENTSO-E CESA) ile senkron-paralel çalışmasını temin etmektir. Bu çerçevede ENTSO-E ile yapılan çalışmalarda önemli mesafe kat edilmiş, iletim sistemimiz ve üretim tesislerimizde iyileştirmelerin tamamlanması ile 18 Eylül 2010 tarihinde ENTSO-E CESA ile senkron paralel çalışma başlatılmıştır. Bir yıllık deneme çalışmasının ardından üyelik başlatılacaktır. Elektrik ticareti imkanlarını büyük ölçüde artıracak olan ENTSO-E üyeliğimiz, enerji sektöründe düşük karbon teknolojilerinin önemini daha da belirgin hale getirecektir.

Tekin Çınar*

MİLLİ ULAŞIM POLİTİKAMIZIN BELİRLENMESİ VE GELECEK VİZYONU

GİRİŞ

Ulaştırma politikalarındaki amaç, Ulaştırma Bakanlığı'nın teşkilat ve görevlerini düzenleyen 3348 Sayılı Yasanın, 30. Maddesinin “a” Fıkrasında; “Ülkenin sosyal, ekonomik ve coğrafi yapısına ve topyekûn savunma ihtiyacına uygun hale getirmek” şeklinde tanımlanmıştır. Sadece bu tanım dahi, ulaştırmanın bir ülke için, ne denli önemli ve hayati bir fonksiyona haiz olduğunu gözler önüne sermektedir. Bu tanımın önemine binaen, bir daha gözden geçirip yorumlarsak, kısaca denilmek istenen şudur: “Eğer ulaştırma sisteminizi, ekonominin ihtiyaçlarına, sosyal yapının gereksinimlerine, coğrafi konumun gereklerine ve topyekûn savunma ihtiyaçlarına uygun hale getirmezsенiz, ekonominiz çöker, sosyal yapınız bozulur, coğrafi konumunuz size stratejik bir önem sağlamış olsa dahi, bu konumunuzdan hiç mi hiç istifade edemezsiniz ve tüm bunların sonucu olarak da, belki de en önemlisi, topyekûn savunma sisteminizde bir zafiyet yaratılmasına sebep olursunuz.” İşin özü budur ve sanıyorum son derece nettir.

Ülkemizde maalesef ulaşım sistemimizin ekonomik, sosyal ve coğrafi yapıya ve topyekûn savunma ihtiyaçlarına uygun olduğunu söylemek mümkün değildir.

* Eski TCDD Genel Müdürü

Bunun sıkıntılarını da milletçe yıllardır yaşamaktayız. Vizyonumuzu; “Dünya ulaşım sistemi ile entegre, hızlı, güvenli, ekonomik, insan ve çevre dostu, ülkenin sosyal ve coğrafi yapısına ve topyekûn savunma ihtiyacına uygun, yeterli ve en son teknoloji ürünü ulaşım çözümleri sunmak” olarak ifade edebiliriz.

Ulaştırma açısından 2023 yılı hedef ve stratejisi makro olarak bu şekilde ortaya konulmalıdır.

Milli ulaşım politikamız da, “devlet politikası” anlamında buna göre belirlenmelidir. Ulaştırma sisteminin üç temel ögesi bulunmaktadır. Bunlar; yollar, terminaler ve taşıt filolarıdır. Dolayısıyla, konuyu bu üç başlık halinde ele almak doğru olacaktır.

SEKTÖR POTANSİYELİ

1. Yollar

Avrupa Birliği'nin; 2001-2010 yılları arasındaki taşımacılık politikasını oluşturan “White Paper 2001, Time to Decide” başlıklı, taşımacılık politikalarını içeren dokümanında, taşıma modları arasında denge oluşturulmadığı sürece, Avrupa Birliği'nin de ulaştırma sistemlerinin sağlıklı gelişiminin mümkün olamayacağı, bunun doğal sonucu olarak, AB ekonomisinin olumsuz yönde etkileneceğinden bahisle, karayolu taşımacılığının engellenmesi değil tam tersine diğer ulaşım modlarının da kullanılarak, Ulaşım alt sektörleri arasında denge oluşturulması gereği üzerinde durulmuştur. Bu tesbitin ülkemiz için de geçerli olduğu şüphesizdir.

Yine Avrupa Birliği ülkelerinde yapılan bir araştırmaya göre; 1990-1998 arası dönemde demiryolu ile yük taşımacılığında % 43,5 oranında bir azalma olurken, aynı dönemde karayolu taşımacılığında % 19,4 oranında bir artış gerçekleşmiştir. Buna rağmen, AB ülkelerinde yük taşımacılığında karayolu kullanım oranı % 45 iken, ülkemizde % 76,1'dir. ABD'de ise % 69,5'tir. Bu durum ülkemizdeki taşımacılığın çok önemli bir bölümünün karayolu ile yapıldığını ortaya koymaktadır.

Yolcu taşımacılığında da durum farklı değildir. Ülkemizde yolcu taşımacılığının % 95,2'si karayolu ile yapılırken bu oran AB ülkelerinde % 79, ABD'de ise % 89'dur.

Bu, çarpık taşımacılık dikkate alınarak, ülkemizdeki karayolu ve demiryolu kapasitelerinin yeterli veya yetersiz olduğunu tartışmak, abesle iştigalden başka bir şey olmayacaktır. Çünkü karayolu ile taşınmaması gereken yolcu ve yük karayolu ile taşınmakta, demiryolları ile taşınması gereken yük ve yolcu ise demiryolları ile taşınmamaktadır. Dolayısıyla, öncelikle 2023 yılına kadar tüm sektörlerdeki gelişim ışınlarına paralel olarak tespit edilecek ulaşım gereksinimleri ile demografik hareketlerin doğuracağı ihtiyaçların göz önünde bulundurulduğu

talep projeksiyonunun, bilimsel ve ciddi bir çalışma sonucu, bir ulaştırma master planı ile ortaya konulması ve bu talepler karşısında mevcut karayolu, demiryolu, denizyolu, havayolu ve boru hattı altyapılarının kemiyet ve keyfiyet olarak yeterli olup olmadıkları konusunda söz söylenmesi bir mana ifade edecektir.

Ulaşım sektörü bir hizmet sektörüdür. Bu hizmet stoklanamaz. İhtiyaç anında, ihtiyacın olduğu yerde ve ihtiyaç kadar bulunmazsa hiçbir işe yaramaz. Ayrıca, talep artışı beklenilerek, buna paralel olarak ulaşım altyapı yatırımları kararı alınamaz. Ulaşım sistemleri kurulup, hizmet vermeye başladıktan sonra talep doğar. Hizmet beğenilirse talep artar, hizmet beğenilmezse talep artışı beklenilemez ve talep potansiyel diğer alt sektörlerle kaçır.

Yıllardır ülkemizdeki ulaşım sistemleri arasındaki çarpıklığın temelinde bu yanlış yatmaktadır. Çünkü, demiryollarımız demode olmuştur, yanlış güzergâhlardan geçen ve karayoluna göre çok uzun parkurları kat etmek zorunda kalan demiryollarının, elektrifikasyonsuz, tek hat işletmeciliğine mahkum olması, geometrisinin bozukluğu nedeniyle hız yapamaması, bu sistemin tercih edilmemesine ve bu taşımacılığa talebin düşmesine neden olmuştur. İşte bu şartlar altında, talebin artmasını ve kapasitenin aşılmasından sonra bu alana yatırım yapılmasını beklemek gibi bir mantık, ulaşım sistemimizi içinden çıkılmaz bir hale getirmiştir.

Neyse ki, son yıllarda bu görüş terk edilerek, demiryolu yatırımlarına hız verilmiştir. Bu tespitin doğruluğunun günümüzdeki en somut örneği, Eskişehir-Ankara arasındaki yüksek hızlı tren işletmeciliğinden alınan sonuçtur.

2. Terminaller

Ülkemizde üzerinde durulmayan en önemli ulaşım ögesi terminallerdir. TCDD İşletmesi Genel Müdürlüğü'ne bağlı oldukları sırada Haydarpaşa, İzmir ve Mersin Limanlarına konteynır terminalleri kurulmuştur. Ancak yine bu kuruluşa bağlı olan Samsun, Derince, Bandırma ve İskenderun limanlarına konteynır terminalleri kurulamamıştı. Oysa, demiryolları ile bağlantılı olan bu limanların (öncelikle İskenderun, Derince ve Bandırma olmak üzere) bir an önce konteynır terminallerine kavuşturulması gerekir. Konteynır terminali demek; karayolu veya denizyolu araçlarından konteynırı alıp terminal sahasına indiren veya terminal sahasındaki konteynırları karayolu, demiryolu veya denizyolu araçlarına yükleyen Gantry-Crane, yine Gantry-Crane'lerin sahaya indirdikleri konteynırları stok sahalarına çok katlı sıralar halinde istiflenmesini sağlayan Trans-Teyner ve kapasitesi büyük, güçlü Forkliftler ve Telescopic Handlers'ler ile desteklenmiş kapasitesine göre elleçlemeye uygun rıhtım ve rampalara sahip ve yine kapasitesiyle orantılı stoklama sahaları bulunan ulaşım birimleri demektir. Tabii ki bu birimlerde gerek

araçların, gerekse konteynırların hareketinin takibi için gelişmiş bir bilgisayar destek sistemine de ihtiyaç bulunmaktadır.

İşte limanlarımızdaki bu terminal eksikliği giderilirken, asıl önemli olan karayolu ve demiryolu kara konteynır terminalleri göz ardı edilmiştir. Halbuki kombine taşımacılığın temelinde aktarma istasyonu yatmaktadır. Taşımanın iki ucunda ve bir kombine taşımacılık söz konusu ise, aradaki aktarma noktalarında, konteynır terminallerinin bulunması zorunluluğu vardır. Aksi takdirde fizibl bir taşımacılıktan söz edilemez. Bilindiği üzere, gerek yurtiçi ve gerekse uluslararası pazarlarda rekabet edilebilmesi için zamanında, hızlı, emniyetli ve ekonomik taşımacılık önem kazanmıştır. Üretim ve pazarlama maliyetlerinin minimum düzeye çekilmesi için stoklama faaliyetleri son derece minimize edilmektedir. Özellikle uluslararası işbirliği ile minimum maliyet arayan montaj sanayiinde, yarı mamullerin nihai montaj noktalarına ulaşmaları, zamanlama açısından hayati öneme haiz bir durum arz etmeye başlamıştır. Stok yapmak istemeyen sanayici, malının emniyetli, hızlı ve dakik bir şekilde ulaştırılmasını isterken, bir yandan da, en ekonomik ulaşım çözümlerini aramaktadır. Böylece, günümüzde giderek lojistik ön plana çıkmakta ve terminallerin yapısı da giderek daha kapsamlı bir hal alarak, "lojistik köyler" kavramı, ulaştırma sisteminin ayrılmaz bir parçası haline gelmektedir. Özellikle GAP'ın bu açıdan ve bizatihi ulaşım sistemleri açısından organize edilemediği, bu projedeki en zayıf halkanın yol ve terminal noksanı olduğu inkâr edilemez bir gerçektir. Yine önemli sanayi bölgelerindeki bu kara konteynır terminali sıkıntısı nedeniyle, liman bağlantılarında ve limanlardaki ulaştırma alt sistemleri arasındaki aktarma işlemlerinde, büyük sıkıntı ve aksaklıklar meydana gelmektedir.

3. Taşıt Filoları

2005 yılı Eylül ayı itibariyle ülkemizdeki mevcut ağır vasıta kamyon/çekici adedi; 668.000 civarındadır. Otobüs sayısı ise 161.000 civarındadır. Binek araç sayısı yaklaşık; 5.660.000 olup her yıl büyük bir artış göstermektedir. Trafiğe kayıtlı motorlu kara taşıt sayısı toplam; 11.000.000'u geçmiştir. Yine, ülkemizde yaklaşık 600 firma şehirlerarası yolcu taşımacılığı alanında faaliyet göstermektedir. Uluslararası yolcu taşımacılığı yapan firma sayısı ise 150 civarındadır. Yurtiçinde şehirlerarası yolcu taşımacılığında kullanılan otobüs sayısı 9.500 civarında olup, koltuk kapasitesi 400.000'den fazladır. Uluslararası yolcu taşımacılığında kullanılan otobüs sayısı ise; 1.500 civarında olup koltuk kapasitesi 70.000'dir. Uluslararası taşımacılıkta 2004 yılı sonu itibariyle, Türk taşımacılarının gerçekleştirdiği, taşımacılık sayısı; 1.079.859'dur ve bu taşımacılığa izin veren C2 belgesi hamili firma sayısı ise 1.150'dir. Uluslararası taşımacılıkta kullanılan araç sayısı ise; çekici ve kamyon-römork 29.300, römork ve yarı-römork 33.425 ve kamyon 5.555'tir. Bu taşımacılıkta da, yurtiçi taşımacılıkta olduğu gibi kapasite fazlalığından bahsetmek mümkündür.

Uluslararası taşımacılık, ülkemiz ile ikili taşıma sözleşmesi yapan ülkelerle olan ekonomik ve siyasi ilişkilerden ve konjonktürden çok çabuk etkilenmektedir. Türkiye yaklaşık 53 ülke ile ikili ulaşım sözleşmesi imzalamıştır. Bu sözleşmeler çerçevesinde Karma Ulaştırma Komisyonu (KUK) toplantıları belli aralıklarla yapılmaktadır. Bu toplantılarda, iki ülke taşıyıcılarının karşılıklı olarak karşılaştıkları sorunlar ele alınmakla birlikte, son dönemlerde yapılan toplantılarda geçiş belgeleri kotası en önemli konulardan biri haline gelmiştir. Ülkemiz araçlarının çokluğu ve geçişlerdeki ülke sayısı ve frekans fazlalığı, bu toplantılarda mütekabiliyet prensibi uygulamasında ülkemizi zor durumda bırakmaktadır. Bu durum uluslararası taşımacılıkta ülkemizin hareket alanını kısıtlamaktadır. Sektör, Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) ve RO-RO Taşımacıları Derneği (RODER) adı altında kurumsallaşmıştır. Her iki derneğin etkin faaliyet sürdürmesine mukabil, konuya verimlilik açısından bakıldığında, kara taşımacılığının gerek yolcu, gerek yük taşımacılığı bakımından verimliliği düşüktür. Bu da esasen araç sayısının ihtiyaçtan fazla olmasından kaynaklanmaktadır.

Taşıma sektöründe kapasite fazlalığı vardır. Özellikle yurtiçi yük taşımalarında, kurumsallaşmanın ulusal planda çok düşük düzeyde olması ve bu sektöre bireysel planda faaliyet gösteren taşımacı esnafın hâkim olması, olayı daha da vahim bir hale sokmaktadır. Bu alanda korkunç bir rekabet söz konusudur. Benzer bir durum otobüs ile şehirlerarası yolcu taşımacılığı için de söz konusudur. Bu durumda, yıkıcı rekabet, taşımacıların taşıma fiyatlarını kendisinin belirlemesini engellemekte, fiyatları yük taşıtanlar ile yolcular belirlemektedir. Bu durumda günü kurtarma derdine düşen taşıyıcı, amortisman ayıramamakta ve aracın teknik ömrü tamamlandığında büyük ölçüde iflasın eşiğine gelmektedirler. Ayrıca, kazancın azlığı ve neredeyse mazot bedeline taşıma yapılması nedeniyle, araçların bakım ve onarımları da gereği gibi yapılamadığından, kaza ve arıza riski de giderek yükselmektedir.

Buradan çıkan sonuç şudur: Karayolu kullanımı açısından, küresel planda görülen dengesizlik, ülkemizde çok daha belirgindir. Daha da vahim olanı bu dengesizliğin her geçen yıl daha da artmasıdır. Bu durum ülkemiz enerji olanakları ile ters düştüğü gibi, taşıma maliyetleri açısından da ekonomimizi büyük bir olumsuzluğun içine sokmaktadır. Yine bu nedenle oluşan karayolu trafik kazalarında her yıl büyük bir ilçe nüfusunun kaybedildiğini ve yine yaklaşık 100.000 civarında vatandaşımızın yaralandığı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu hadiselerin gerek işgücü kaybı ve gerekse doğurduğu maddi kayıpların direkt olarak ekonomimiz üzerindeki olumsuz etkisi yanında, yaralananların kendileri ve yakınlarının ve vefat edenlerin ise yakınlarının karşılaştıkları psikolojik sorunların dolaylı etkileri dikkate alındığında, her yıl dudak uçuklatan menfi sonuçlarla karşılaşıldığı da izahtan varestedir.

Nitekim, trafik kazalarından kaynaklanan kayıplar ve ulaşım sistemimizdeki entegrasyon bozukluğu nedeniyle uğranılan kayıpların yapılan hesaplarında (bu

konuda yapılan muhtelif çalışmalar mevcuttur) ulaşılan meblağın, yaklaşık 2500 km çift hatlı, yüksek hızlı demiryolu veya 1.700 km otoban yapımına imkân verecek düzeyde olduğu gibi sonuçlara da ulaşılmıştır.

FİRMA YETERLİLİKLERİ

Yukarıda taşıt filolarını açıklarken de değindiğim gibi, uluslararası yük taşımacılığında, Uluslararası Nakliyeciler Derneği (UND) ve Ro-Ro Taşımacıları Derneği (RODER) adı altında ve yine uluslararası yolcu taşımacılığında da, Uluslararası Yolcu Taşımacıları Derneği (UYTAD) adı altında kurumsallaşma mevcuttur. Derneklerin etkin faaliyetlerinin yanında, Ulaştırma Bakanlığı ile ilgili Bakanlık ve kuruluşların bu alanda ciddi denetimleri söz konusudur. Ayrıca güzergâh üzerindeki ülkelerin denetimi, ikili karma ve kara ulaştırma toplantılarında alınan kararlar ve uluslararası anlaşmalar vs. çerçevesinde yapılan etkin denetimler ve tutulan istatistiki raporlar ışığında alınan kararlar bu taşımacılıkta yer alan firmaların, ister istemez yeterli olmalarını zorunlu hale getirmektedir. Bu alandaki sorunlar, firmaların yeterlilik zaafından değil, kapasite fazlalığı, güzergâh üzerindeki ülkelerin geçiş kotalarındaki sıkıntı ve yine bu ülkelerin bazıları ile olan ikili ilişkilerden, o ülkelerin kendi mevzuatından veya kuralsızlıklarından ve uluslararası rekabetten kaynaklanmaktadır.

Yurtiçi taşımacılığa gelindiğinde, özellikle karayolu taşımacılığında, kurumsallaşma eksikliği ve piyasaya bireysel planda faaliyet gösteren esnafın hâkim olması nedeniyle firma yeterliliğinden söz etmek mümkün olmadığı gibi, bu alanda kırıncı bir rekabet de söz konusudur. Ancak son yıllarda yapılan yasal düzenlemeler, gecikmeli de olsa bu alanda çok olumlu adımlar atılmasına vesile olmaktadır. Örneğin; 19.07.2003 Tarih ve 25173 Sayılı *Resmi Gazete*'de yayımlanan, 4925 Sayılı Karayolu Taşıma Kanunu ile 09.04.1987 Tarih ve 3348 Sayılı, Ulaştırma Bakanlığı'nın Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanuna dayalı olarak çıkartılan, 11.06.2009 Tarih ve 27255 Sayılı *Resmi Gazete*'de yayımlanan "Karayolu Taşıma Yönetmeliği" ile 31.12.2010 Tarih ve 27802 Sayılı *Resmi Gazete*'de yayımlanan, "Karayolu Taşıma Yönetmeliğinde Değişiklik yapılmasına Dair Yönetmelik" ve muhtelif tarihli Genelgeler ile bu alana son yıllarda düzenleme getirilmesine gayret sarf edilmektedir.

DEVLET DESTEKLERİ

Devlet desteği yönünden de, ulaştırma alt sektörleri arasında büyük bir adaletsizlik söz konusudur. Bilindiği üzere, karayollarının bakım ve onarımı devletçe yapılmakta ve bu yolları kullananlardan herhangi bir meblağ talep edilmemektedir. Bu konuda adaletin sağlanması açısından Türkiye Cumhuriyeti Devlet Demiryolları (TCDD) İşletmesi Genel Müdürlüğü'nce, imtiyaz hakkı muvacehesinde tek

olarak kullanılmakta olan demiryollarının, bakım ve onarımı maksadıyla, genel bütçeden, Ulaştırma Bakanlığı bütçesine “Demiryolu yol bakım ve onarım ödeneği” konulması öngörülmüşse de, bu meblağ, TCDD işletmesinin her yıl yol bakım ve onarım faaliyetleri için harcadığı meblağın çok cüzi bir kısmını karşılamaktadır.

Yine, kamu iktisadi kuruluşu (KİK) statüsünde bulunan TCDD İşletmesi Genel Müdürlüğü'ne taşıma yapmak istemediği hatlarda da taşıma yapması görevi verilmesine rağmen, her yıl bu gayri iktisadi işletmecilikten doğan görev zararının da noksan tahakkuk ettirildiği ve noksan tahakkuk ettirilen bu meblağın da, çoğu zaman Hazine tarafından ödenmediği ve kuruluşun alacağı olarak bilançosunda yer aldığı ve bu nedenle de kuruluşun genelde nakit sıkıntısı içinde kaldığı, bizzat benim de bu kuruluşu yönettiğim sıralarda karşılaştığım realitelerdir.

KİK statüsünde bulunması nedeniyle, kârdan ziyade kamu hizmeti vermeyi hedefleyen TCDD İşletmesi Genel Müdürlüğü'nün, ileride açıklayacağım “ideal yol” ağına ve işletmeciliğe kavuşturuluncaya kadar desteklenmesi mutlaka gerekmektedir. Çünkü, günümüzde liman gelirlerinden ve rıhtım resmi kaynağından da mahrum kalan kuruluşun bu sübvansiyona belli bir süre ihtiyacı bulunmaktadır. TCDD İşletmesi Genel Müdürlüğü'nün yeniden yapılandırılması çalışmalarında da bu husus üzerinde önemle durulmuş, kuruluşun hükümet ile yapacağı bir sözleşme ile bu sürenin belirlenmesi ve bu süre zarfında yapılacak demiryolu yatırımları ile yıllık sübvansiyon tutarlarının kuruluşu ödenmesi öngörülmüştür. Yine son yıllarda demiryollarına yapılan yatırımlar, yukarıda bahsettiğim Türkiye'nin ideal demiryolu şebekesini oluşturan güzergâhlar üzerinde realize edilmekte olup, kuruluşun ileride kendi kendine yeterliliği açısından son derece önemli ve müspet adımlardır.

SEKTÖRÜN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

Sektörün güçlü yönleri arasında ülkemizin coğrafi konumunun sağladığı avantaj en ön sırada yer almaktadır. Öteden beri Avrupa-Asya arasında bir köprü konumunda olduğu için Ülkemizin ulaşım açısından avantajlı olduğu dile getirilmekte ise de, olaya bilimsel açıdan ve realist olarak bakılmamıştır. Coğrafi konumunuz itibariyle Avrupa ile Asya arasındaki en kısa koridor üzerinde bulunabilirsiniz, tarihi ipek yolu üzerinde de bulunabilirsiniz, ancak bu koridor üzerindeki diğer ülkelerin ulaşım alt ve üst yapıları ile entegre olamıyorsanız, örneğin, AB ülkelerinin karayolu ve demiryolu standartlarına ulaşmış ve bu yollarla entegre olabilecek yollarınız yoksa, aktarma istasyonlarınız, tiryaj garlarınız, lojistik köyleriniz yoksa, veya ülkenizden geçen alt ve üstyapının bu standartları genelde yakalamış olmasına rağmen küçük bir bölgede darboğazınız varsa, ülkenizden geçmesi gereken transit taşımacılığı, diğer ülkelere geçen rakip transit koridorlarına kaçırırsınız. Bu nedenle; Edirne'den Kars'a kadar uzanan ve

Kafkaslardan geçerek Türk Cumhuriyetlerine, Ortadoğu ve Uzakdoğu'ya uzanan ve AB ülkelerinin belirlemiş olduğu uluslararası ulaşım koridorlarından 4 no'lu olanı ile çakışan bu ulaşım koridoruna büyük önem vermemiz gerekmektedir. Çünkü bu koridor, Asya ile Avrupa'yı bağlayan en kısa koridordur. Çünkü bu koridor denize kapalı (*land-lock*) durumda olan, Türk Cumhuriyetlerinin Akdeniz'e çıkış koridorudur ve yine onları Avrupa'ya bağlayan en kısa koridordur. Bu koridor, Türkiye'nin çehresini değiştirecek öneme sahiptir.

Bu koridorun demiryolu ayağında yer alan Kars-Tiflis Projesi hayati öneme haizdir. O nedenle, ülkemizin rakibi olan ülkeler tarafından engellenmeye çalışılan bir proje olmuştur.

Genel Müdürlüğüm sırasında, ihaleye çıkarttığımız (Gürcistan ve Türkiye olarak) ve ihale aşamasını sonuçlandırma noktasına geldiğimiz bu proje, maalesef durdurulmuş ve gerçekleşmemiştir. Ama şimdi bu projenin yürüdüğünü görmek beni çok mutlu etmektedir. Bunun entegresi olan Ankara-Balışeyh-Yozgat-Yıldızeli-Sivas bağlantısı projesinin realizesi ile Sivas-Kars arasının da aynı standartta demiryolu ile bağlanmasıyla aşağı yukarı Türkiye'nin Doğu-Batı transit güzergâhı AB ülkeleri demiryolu standartlarına getirilmiş olacaktır. Bu yolun tamamlanması ile Türkiye'nin, özellikle de Doğu ve Güneydoğu Anadolu'nun çehresinin değişeceğini sanıyorum. Çünkü, hammadde zengini Türk Cumhuriyetlerinden gelecek ve ülkemiz üzerinden transit geçecek bu hammaddeleri yarı mamul veya mamul haline getirecek tesisleri kurduğumuz takdirde, bu bölgelerde sanayinin gelişeceğine istihdamın artarak işsizliğin ortadan kalkacağına ve re-eksport yoluyla veya direkt ihracat yapmak suretiyle de, ülkemizin ödemeler dengesinde olumlu katkılar sağlanacağına inanmaktayım. Dolayısıyla, bu koridor üzerinde bulunan, Kars-Tiflis ve Ankara-Sivas projelerinin gerçekleşmesi için çaba sarf edenleri tebrik etmek istiyorum.

Yine, ulaşım sektörümüzün özellikle uluslararası taşımacılık bakımından son derece dinamik bir yapıya sahip olması, iyi örgütlenmesi ve yüksek taşıma kapasitesine sahip oluşumuz, sektörün güçlü yönleri arasında sayılabilir. Ancak, bu sektörde karayolu taşımacılığında inat edilmesi, en büyük yanlışlıktır. Nitekim Ro-Ro taşımacılığı ile bu handicap aşılıma çalışılmakta ise de yetersizdir. Bu karayolu-denizyolu kombinasyonunun yanında, oluşturulacak bir Türk-Kombi şirketi aracılığı ile karayolu-demiryolu kombinasyonuna da acil ihtiyaç bulunmaktadır. Bulgaristan, Macaristan, Avusturya gibi ülkelerin hepsinde bu tür şirketler mevcuttur. Ülkemizde TCDD ile UND arasındaki bir işbirliği, bu boşluğu rahatlıkla doldurabilir.

Sektörün en zayıf halkalarından birisi de, ülkemizdeki kara konteynır terminallerinin yetersizliğidir. Daha doğrusu, bulunmayışıdır. Ulaşım sistemleri arasındaki entegrasyon ve aktarma işlemleri bu terminaller vasıtası ile gerçekleştirilebilir. Özellikle, Denizli, Bursa, Gaziantep, GAP bölgesi, Çukurova bölgesi gibi tarım

ve sanayi ürünleri açısından zengin il ve bölgelerde, aciliyet sırasına göre süratle kara konteynır terminalleri oluşturularak (karayolu ve demiryolu), limanlardaki konteynır terminalleri ile irtibatlandırılması kombine taşımacılığın gereğidir.

Yine sektörün en zayıf noktalarından biri de, mevcut demiryollarımızın durumudur. Demiryollarımızda tam 10.261 adet kurp (viraj) bulunmaktadır. Bunlardan 6.124 adedinin kurp yarıçapı 200-500 metre arasındadır ve uzunlukları toplam 1.578 km olup, toplam demiryolu uzunluğumuzun % 18,17'sini oluşturmaktadır. 2.934 adet kurbun ise yarıçapı 500-1.000 metre arasındadır. Uzunluğu 1.022 km'dir ve toplam demiryolu uzunluğunun % 11,77'sini oluşturmaktadır. Bu yollarda sürat yapılamaz. Ayrıca bu yollar tek hattır. Yani, A ve B noktaları arasında karşılıklı tren çalıştırılacaksa, A noktasındaki tren B noktasına gelinceye kadar B noktasındaki trenin karşıdan gelen treni beklemesi gerekir.

Demiryollarımızdaki rayların % 22'si, 30 yaşın üzerindedir. % 20'si, 20 ila 30 yaş arasındadır. Yani mevcut rayların % 40'ı yaşıdır. Mevcut rayların % 59'u 49 kg/m'lik, % 20'si 46 kg/m'lik ve % 21'i ise 46 kg/m'den daha hafif raylardır. Yani demiryollarımızın % 41'inde dingil basıncı düşüktür.

Netice itibariyle, bu demiryollarında sürat yapılması mümkün değildir. Sürat yapılamazsa vagonların rotasyon süreleri uzar. Rotasyon süresi bir vagonun A noktasından aldığı bir yükü veya yolcu B noktasına bırakıp tekrar A noktasına gelip yük veya yolcu almaya hazır hale gelmesi arasındaki geçen süredir. AB ülkelerinde bu A ile B arasındaki mesafe 500 km olarak kabul edildiğinde, rotasyon süresi 6 gündür. Bizde ise 12 gündür. Yani iki katı. Bunun anlamı, Avrupa ülkelerinde bir vagon 6 günde bir kullanıma verilirken bizde 12 günde bir kullanıma verilebilmektedir. Yani biz Avrupa ülkelerinin yaptığı taşımayı iki kat vagon kullanarak gerçekleştirebilmekteyiz. Eğer biz de, rotasyon süremizi 12 günden 6 güne çekebilirsek, bugünkü taşıma hacmimizi, vagon parkımızın yarısı ile gerçekleştirebiliriz. Veya diğer bir bakış açısı ile rotasyon süremiz 6 güne indiğinde, şu anda elimizde mevcut olan yaklaşık 20.000 adet yük vagonu ile 40.000 vagonluk taşıma yapabileceğimizden, vagon parkımız, hiç yatırım yapmadan 20.000'den 40.000'e çıkmış gibi olacaktır. Bu taşımanın aynı personel sayısı ile ve aynı vagon sayısı ile iki katına çıkması demek, marjinal maliyetlerin son derece düşürülerek kârlılığında o derece artırılması anlamına geldiğini, sanıyorum izah etmeye gerek yoktur. İşte demiryollarımızdaki sıkıntı budur. Çözülmesi gereken problem de budur.

Çözüm, ülkemiz için yeni bir demiryolu haritası hazırlanmasından, ilk etapta bu haritada yer alıp da gerçekte bulunmayan 3.500 km'lik çift hatlı elektrifikasyonlu ve hızlı tren işletmeciliğine uygun (Ulaştırma Şuralarında belirlenmiş ve öncelik sıralaması yapılmış) demiryolunun yapılmasından, yeni haritada yer almayan demiryollarını kaldırmaktan, haritada yer alan eski demiryollarının da rehabilite edilerek, yeni yapılan 3.500 km'lik demiryolları ile aynı standarda kavuşturulmasından geçmektedir.

Karayollarımıza gelince, mevcut karayolu taşımacılığına ve araç sayısına göre yetersiz gibi görünen karayollarımızın ve demiryollarımızın istenilen yapıya kavuşturulması ve ulaştırma alt sistemleri arasındaki arzulanen entegrasyonun sağlanmasından sonra, yeniden ele alınıp değerlendirilmesi ve karar alınması uygun olacaktır.

SEKTÖRE YÖNELİK TEHDİT VE FIRSATLAR

Şu anda ulaşım sistemimizin sadece karayolu ulaşımına endekslenmesi, petrole dayalı, pahalı, yavaş, çevreye menfi etkisi olan (arazi işgali, hava ve gürültü kirliliği, trafik kazaları vb.), riskli ve uluslararası ulaşım sistemlerinden kopuk bir ulaşım sistemi ile bizleri karşı karşıya bırakmıştır. Bu konu, 1983-1993 yıllarını kapsayan Ulaştırma Ana Planı'nda, beş yıllık kalkınma planlarının tümünde, hükümet programlarında, aynen kabul edilerek, demiryollarının ve deniz ulaşımının, ulaşım sistemi içindeki payının yükseltilmesi öngörülmesine ve hatta bu payların oranları da somut olarak telaffuz edilmesine rağmen, son yıllara kadar bu öngörülerin tam tersi bir politika izlenmiştir.

Söz konusu plan ve programlarda öngörülen projeler gerçekleştirilememiştir. Örneğin Kars-Tiflis Demiryolu projesi gerçekleştirilememiş, dolayısıyla Kafkaslar üzerinden Orta Asya ile Uzakdoğu'ya demiryolu bağlantısı gerçekleştirilememiştir. Kars (Akkaya)-Ahuryan bağlantısı da, Ermenistan ile olan siyasi problemler nedeniyle kullanılamadığında bu bölgedeki demiryolu bağlantısı kopuk kalmıştır. Bu nedenle Trans-Sibirya koridoru (ilk Avrupa-Asya kara köprüsü, "Moskova-Pekin") ve Trans-Asya Kuzey Koridoru (ikinci Avrupa-Asya Kara köprüsü, "Kiev-Moskova-Lianyungang"), Türkiye üzerinden geçen Trans-Asya Orta koridorunu devre dışı bırakmıştır.

Yine, Türkiye üzerinden geçen Trans-Asya Güney Koridoru da (İstanbul-Ankara-Tebriş-Tahran-Zahidan-Hindistan-Nepal-Tayland), TRACECA (Köstence-Poti-Bakü-Taşkent-Almaata-Aktogay-Druzhba-Alashankov-Lianyungang) koridoru ile dışlanmıştır. Kazakistan-Çin demiryolu bağlantısının 1992 yılında tamamlanmasından sonra, Trans-Asya Kuzey ve Orta güzergâhları açılmışsa da, bugün hâlâ ticari taşımalar Trans-Sibirya koridoru üzerinden yapılmaktadır. Çünkü halihazırda, Türkiye üzerinden geçen bir demiryolu bağlantısı mevcut değildir.

İran da, demiryollarını Türkmenistan demiryolları ile irtibatlandırarak, Orta Asya ülkelerinin yük taşımacılığını kendi güney limanlarına indirmektedir.

Dolayısıyla, Türkiye Orta Asya ve Uzakdoğu'yu Avrupa'ya bağlayan ulaşım koridorundan dışlanmış durumdadır. Bu nedenle Türkiye'nin acilen; Kars-Tiflis Demiryolu projesini tamamlaması, Kars-Divriği-Sivas arasındaki demiryolunu rehabilite ederek, Ankara-Balışeyh-Yozgat-Yıldızeli-Sivas Sürat hattı projesi ile

aynı standartta eş zamanlı olarak tamamlaması, Ankara-İstanbul Sürat Hattı ile Boğaz Demiryolu tüp geçiş projelerini kısa sürede realize etmesi ve GAP bölgesini de bu yeni kurulan demiryolları standartlarındaki demiryolları ile kuzey ve güney limanlarına bağlaması, bu yeni kurulacak demiryolu şebekesi üzerinde uygun bölgelere yine eşzamanlı olarak kara-konteynır terminalleri, Lojistik köyler ve tiryaj garları kurması gerekmektedir. Bu koridorlar oluşturulduğu ve gerekli tesisler kurulduğu takdirde, önceki bölümlerde de izah etmeye çalıştığım gibi, Doğu ve Güneydoğu bölgesel kalkınma hamlesi süratle realize edileceği gibi, Türkiye bölgenin en güçlü ekonomisine sahip, lider ülkesi konumuna gelecektir.

Yurtiçi ulaşımda ise, en büyük tehdit hepimizin bildiği gibi, ulaşım sistemleri arasındaki entegrasyonsuzluktur. Bu nedenle tüm taşımacılık neredeyse tamamıyla karayolu ile yapılmaktadır. Dolayısıyla, vakit geçirilmeden, bir ulaştırma master planı hazırlanarak, bu plan ile ülkemizin milli ulaştırma politikasının belirlenmesi gerekmektedir. Ancak, bu master plan ile birbirini destekleyen, uyum ve entegrasyonu mükemmel olan bir ulaştırma sistemine sahip olabiliriz. Tabii ki, bu planın devlet politikası olarak belirlenmesi ve benimsenmesi ile her türlü siyasi müdahalelerden arındırılması, yatırım tercih ve önceliklerinin bilimsel olarak, ilgili tüm sektör uzmanlarının katkılarıyla belirlenmesi ve finans kaynaklarının da gerçekçi olarak belirlenerek, bu konuda bir handikap yaşanmaması, bu planında öncekiler gibi işlevsiz kalmaması açısından büyük önem taşımaktadır.

GELECEĞE DÖNÜK STRATEJİLER VE 2023 VİZYONU

Bu konuda öncelikle, dünyamızdaki gelişmelere de bir göz atmanın faydalı olacağı kanaatindeyim. Ulaştırma ve haberleşmedeki baş döndürücü gelişmeler, dünyamızı küçültmüş ve uluslararası hareketlilik artmış ve ticarete olağanüstü bir yoğunluk yaşanmaya başlanmıştır. Dünya ticaret yoğunluluğunun artması, karayolu, demiryolu, denizyolu ve havayolu taşımacılığının modernize edilmesini, özellikle de kaplı taşımacılığın ve kombine taşımacılığın vazgeçilmez unsuru olan, demiryolu, karayolu (kara) ve denizyolu (liman) konteynır terminallerinin en son teknoloji ile kurulmasını zorunlu kılmaktadır.

Diğer taraftan, günümüzün ulaştırma alanındaki yükselen değerlerinin başında “lojistik” kavramı yer almaktadır. Uluslararası rekabet, artık ulaştırma maliyetlerinin minimuma çekilmesinin yanında, müteşebbisleri, maliyet üzerinde menfi etkileri olan diğer girdi masraflarını da aşağıya çekmeye zorlamaktadır. Bu nedenle, artık kimse stoğa çalışmamakta, stoklar için ardiye masrafı ödemek istememektedir. Zamanında, hızlı, güvenilir ve ekonomik taşıma sistemleri ile yarı mamuller ve yedek parçalar direkt olarak mamul ve montaj fabrikalarına, tüketim malları da, talep miktarına göre direkt olarak piyasaya sevk edilmektedir. Dolayısıyla, ulaşımdaki en ufak bir aksaklık, çok büyük sıkıntılara ve kayıplara neden olmaktadır.

Türkiye, dünya çapında ve kalitesinde bir hizmet sektörünün oluşturulmasında yararlanabileceği doğal rekabet üstünlüklerine sahip bir ülkedir. Çünkü Türkiye, Avrupa, Asya ve Kuzey Afrika arasında merkezi konumdadır. Ancak, Türkiye'nin bu doğal rekabet üstünlüğünden yararlanabilmesi, dünya çapında ve kalitesinde bir hizmet sektörü oluşturmaya ve bu bağlamda ulaştırma alanında da modern, uluslararası standartlara uyumlu ve entegre olabilen bir altyapıya sahip olmasına bağlıdır. Bu karakterde bir ulaştırma altyapısı oluşturulurken de, akılcı yatırımların, aciliyet sırasına göre ve kesinlikle bir plan ve program dahilinde yapılması zorunluluğu vardır. Bu da ancak, kısa, orta ve uzun vadeli perspektifleri isabetli ve uyumlu olarak gören, gerçekçi finans kaynakları desteklenmiş ve de en önemlisi “devlet politikası” olarak benimsenmiş ve diğer tüm sektörlerdeki ileriye dönük gelişmelere göre dinamiğini koruyan, “Ulaştırma Master Planı” ile gerçekleştirilebilir. Bu başarıldığı takdirde, Türkiye bulunduğu coğrafyada, transit taşımacılığın merkezi haline gelebilir. Bu konumdaki bir Türkiye, aynı zamanda bir ikmal merkezi, transit hüviyetli yarı-mamul ürünlerin mamul haline dönüştürüldüğü bir sanayi merkezi, yine, özellikle deniz ve hava araçlarının bakım ve onarım merkezi haline gelebilir. Bunların doğal sonucu olarak da, uluslararası ticaret ve kongre merkezi olarak da çok prestijli bir konum kazanabilir. İşte tüm bunların başarılmasındaki dominant faktör ulaştırma sektörüdür.

Ulaştırma sektörünün aksayan ayağı olan, demiryollarımızın acilen ele alınması ve öncelikle Doğu-Batı Transit güzergâhının, yüksek süratli demiryolu hattı olarak kurulması gerekir.

Yüksek süratli demiryollarının uluslararası tanımı, yüksek süratli demiryollarının resmi ticari açıklaması (sınıflandırılması) “Ulusal Demiryolları Hakkında Avrupa Anlaşması”nın (AGC) Ek: 2’de bulunan I no’lu tablosunda yapılmıştır. AGC, uluslararası yeni hatlarda ortalama sürat olarak 250 km/h’ı kural olarak koymuş ve II no’lu ekinde bu hatları ikiye ayırmıştır:

- 1- Özel Hatlar (Sadece yolcu trafiği için, B1 Tipi)
- 2- Karma Trafikli Hatlar (Yolcu/yük trafiği için, B2 Tipi)

Özel hatlarda, karma hatlara göre yolun geometrik parametreleri daha olumludur. Yani, kurp yarıçapları daha dar tutulabilir (çünkü dever fazladır), yolun meyli yüksek tutulabilir (çünkü sürat fazladır). Dolayısıyla, karma hatlara göre kurulum maliyeti daha düşüktür. Bu tür hatlara örnek olarak, Paris-Lyon arasındaki TGV hattı gösterilebilir. Bu hatlarda aerodinamik yapısı mükemmel olan, mono-blok trenler ile yolcu taşımacılığı yapılmaktadır. Pik saatler dışında da, örneğin gece yarısından sonra, yine aynı aerodinamik yapıya ve hıza sahip, mono-blok tren setleri ile kargo taşımacılığı da yapılabilmektedir.

Karma trafikli hatlarda ise, yolcu ve yük trenleri beraber çalıştırıldıkları için, aralarındaki sürat farkı nedeniyle, yola fazla dever verilememekte ve meyil de

düşük tutulmaktadır. Bu nedenle bu hatlarda sürat yapılabilmesi için yolun mümkün mertebe düz olması ve kurp yarıçaplarının da çok geniş tutulması (3 km'den daha fazla) gerekmektedir.

Böyle bir altyapının kurulabilmesi için sanat yapılarına (viyadük ve tünellere) sıkça başvurularak, yolun eğiminin ve deverinin düşük tutulması gerekir. Bu husus maliyetleri son derece arttırmaktadır. Bu tip hatlar yük taşımacılığı da yapılabilirdi için, özel hatlara göre daha verimli ve kazançlı bir karaktere sahipmiş gibi görünseler de, altyapı ne kadar mükemmel olursa olsun, yolcu ve yük trenlerindeki aerodinamik dizayn ve tonaj farklılığı, bu trenlerin aynı süratlere ulaşmasını engellemektedir. O nedenle, yük trenlerinin hızına ayak uydurmak zorunda olan yolcu trenleri, azami süratlerine ulaşamadıkları için, hat kapasitesinden tam istifade mümkün olamamaktadır. Buna rağmen, aynı koridorda hem yük, hem yolcu taşınacaksa ve bu hatta hız yapılması da öngörülüyorsa, bu Karma Trafikli B2 Tipi Hatların kurulması zorunluluğu vardır. Bu tip hatlara örnek olarak da, Roma-Floransa Hattını gösterebiliriz.

Sonuç olarak, ülkemizde de özellikle transit güzergâhlarda, bu tip hatların kurulması yerinde olacaktır. Bana göre; birinci öncelikli demiryolu koridoru, Kapıkule-Sirkeci-İstanbul Boğazı Tüp Demiryolu Geçişi-Haydarpaşa-Ankara-Balışeyh-Yozgat-Yıldızeli-Sivas-Divriği-Erzincan-Erzurum-Kars-Tiflis Transit Demiryolu koridorudur. Bu koridora B2 tipi demiryolu yapılması gerekir.

İkinci öncelikli demiryolu koridoru ise, bu transit koridordan geçen demiryolu ile entegre olması gereken Divriği-İskenderun-Yumurtalık-Mersin koridorudur. Çünkü bu koridor denizlere kapalı (*land-lock*) konumda bulunan başta Türk Cumhuriyetleri olmak üzere, Orta Asya ve Uzakdoğu'yu Akdeniz'e bağlayacak en kısa koridordur. Bu koridor, Trans-Sibirya Ulaşım Koridoru'nun alternatifi olarak ve İran'ın kendi güney limanlarına çevirmeye çalıştığı Türk Cumhuriyetleri taşımacılığını, Türkiye üzerinden Akdeniz'e ve Avrupa'ya yönlendirmek açısından hayati öneme haizdir.

Üçüncü öncelikli demiryolu koridoru ise, yukarıda sözünü ettiğim demiryolu ulaşım koridorları ile entegre edilmesi şart olan, GAP koridorudur. Şu anda o bölgedeki mevcut demiryolu hattı Gaziantep-Karkamış-Nusaybin hattıdır ve (CD hattı) hiçbir işlevi de yoktur.

Çünkü, Karkamış'tan Nusaybin'e kadar Suriye sınırındaki tel örgü ve mayın tarlalarının dışından geçmektedir. Dolayısıyla bu yolun kuzeye çekilmesi ve GAP bölgesine hizmet eder hale getirilmesi gerekmektedir. Yani, GAP projesinin ulaşım sistemini oluşturacak şekilde Urfa-Gaziantep-Fevzipaşa-İskenderun-Mersin aksına oturtulması gerekmektedir.

Dördüncü öncelik, Karadeniz-Ereğli ile Arifiye üzerinden Osmaneli-Ayazma-Bursa-Bandırma bölgesinin irtibatlandırılmasıdır. Bu proje, Karadeniz'i Marmara

Denizi'ne ve her iki denizi Doğu-Batı Transit Demiryolu güzergâhına bağlayan çok önemli bir projedir.

Beşinci öncelikli proje, Trabzon Limanı'nı, İskenderun ve Mersin Limanlarına bağlayan ve yine "Doğu-Batı Transit Demiryolu Koridoru" ile irtibatlı olan, (Kuzey-Güney Transit Güzergâhı) Trabzon-Tirebolu-Gümüşhane-Erzincan-Çetinkaya-Elbistan-Kahramanmaraş-İskenderun-Mersin Demiryolu projesidir.

Yine, Malatya-Diyarbakır-Batman- Kurtalan Hattı da çıkmaz sokak olarak bırakılmış, işlevsiz bir demiryolu olarak atıl durumdadır. Bu hattı Suriye ve Irak demiryolları ile irtibatlandırarak

Transit demiryolu hatlarımızı tamamlamamız gerekir. Aslında yukarıda sözünü ettiğim ve birinci, ikinci ve üçüncü öncelikli olarak tasnif ettiğim demiryolu projelerinin, eş zamanlı olarak realize edilmesi son derece önemlidir. Çünkü, Türkiye demiryolu ulaşım sisteminin işlerliği bu projelerin birlikte tamamlanmasına bağlıdır.

Söz konusu demiryollarının tamamlanması sonucu, gerçek karayolu ihtiyacını da belirlemek mümkün olabilecektir. Böylece, yeni karayolu ulaşım sistemlerinin kurulması ile, öncelikle GAP bölgesinden başlanılarak, karayolu-demiryolu kombine taşımacılığına yoğun talep olan bölgelerde, acilen "Kara Konteynır Terminalleri" kurulmalı ve Türkiye'de konteynır terminali bulunmayan, demiryolu bağlantılı hiçbir liman bırakılmamalıdır.

Demiryolu taşıt filosunun durumu, altyapının şekillenmesiyle, belirlenebilecektir. Bununla beraber, tabidir ki, demiryolu sanayiindeki teknolojik gelişmeleri takip etmek, daha ekonomik, emniyetli, hızlı, çevre dostu ve konforlu çeken ve çekilen araç temini cihetine gitmek ve talep çeşitliliğini dikkate alarak en uygun dizaynları seçmek, günümüz ulusal ve uluslararası kıyasıya rekabette kaçınılmazdır.

Benim ulaştırma sistemlerimizin birbirlerini destekler şekilde oluşturulmasını da öngören, ülkemizin geleceğe dönük stratejiler ve 2023 yılı vizyonu konusundaki görüşlerim bundan ibarettir.

SONUÇ

Ulaştırma, ülke ekonomisi ve sosyal yaşantısı üzerinde, olumlu ya da olumsuz yönde çok büyük rol oynadığı cihetle, dünyamızda ülkelerin birinci derecede önem verdiği sektör olmuştur. Zamandan kazanç, güven, çevre ve ekonomiklik, günümüz ulaştırma politikalarının en önemli unsurları haline gelmiştir. Gerek ulusal, gerekse uluslararası alanda oluşan büyük rekabet, ülkeleri akılcı ulaştırma politikaları uygulamaya zorlamaktadır. Ulaştırma; karayolu, denizyolu, demiryolu,

havayolu ve boru hatları olarak beş alt sisteme ayrılmıştır. Akılcı ulaştırma politikası demek, bu beş alt sistemi, rekabete sokmadan, entegre ederek, kombine taşımacılıktaki en son imkân ve teknikleri devreye sokarak, bu sistemlere uygun taşımacılığı, en süratli, en emniyetli, çevreye en az zarar vererek, en ekonomik şekilde yapabilmektir.

Yani, gerek ulusal, gerekse uluslararası pazarlara en avantajlı şekilde ulaşım, rekabet ortamını lehe çevirmektir. Bunun için, ulaşımın ülkeye maliyetinin ve dışa bağımlılığının, asgari düzeyde tutulmasına dikkat edilmelidir. Özellikle dökme ve likit yüklerin, boru hatları, denizyolu ve demiryolu ile taşınmasına önem verilmelidir. Uluslararası taşımacılıkta, gelişmiş ülkelerdeki ulaştırma alt ve üst yapı, araç ve teçhizat standartlarına mutlaka ulaşılmalı ve entegrasyon sağlanmalıdır. Aktarma istasyonları (kara ve deniz konteynır terminalleri) kurularak, ulaşım alt sistemleri arasında geçiş kolaylaştırılmalı, özellikle kaplı taşımacılığa önem verilerek, eşya taşımacılığında aktarma işlemleri çabuklaştırılarak zaman kaybı ve hasarlanmalara meydan verilmemelidir.

Ülke genelinde kurulacak modern ulaştırma sistemi ile ülkemiz üzerinden geçmesi muhtemel transit yükleri çekmek ve dünya üzerinde yaşanan ulaşım koridorları çekişmesinde avantajlı konuma gelmek, üzerinde durulması çok büyük önem arz eden bir husus olarak algılanmalıdır.

Aslan Kut*

KARGO SEKTÖRÜ DURUM ANALİZİ VE SEKTÖRÜN GELECEĞİ

Lojistik hizmetlerin son yıllarda baş döndürücü bir hızla geliştiği ülkemiz, ana ticaret yollarının kesiştiği özel konumu ve bölgesinde giderek artan ticari ve ekonomik etkinliği ile “lojistik merkez” olma yolunda en güçlü adaydır.

TÜRKİYE'DE KARGO, KURYE VE LOJİSTİK SEKTÖRÜNÜN VAR OLUŞU

Türkiye’de 25-30 yıl gibi aslında kısa bir geçmişe sahip, çok genç bir sektör olan kargo, kurye ve lojistik hizmetleri serbest piyasa ekonomisine geçişin ardından ivme kazanmış, reel sektörün vazgeçilmez çözüm ortağı haline gelmiştir. Bugün sektörümüz 80 bin kişiye istihdam sağlamakta, 25 bin araç ile 10 bin sabit merkezde faaliyet göstermektedir. Sadece işletme faaliyetleriyle bile ülkemize önemli bir katma değer sağlanmaktadır.

TRANSİT GEÇEN POTANSİYEL 600 MİLYAR DOLAR

Türkiye’nin stratejik coğrafi konumunun olumlu etkisi ile ülke sınırlarından transit olarak geçen yaklaşık 600 milyar dolarlık bir mal sirkülasyonu bulunuyor. Bu ticaret hacminin getirdiği lojistik gelirlerin bir bölümünün kademeli olarak ülke ekonomisine kazandırılması gerekmektedir. Sadece taşınan mal üzerinden

* MNG Kargo Genel Müdürü ve Yönetim Kurulu Başkan Vekili; KARID Türkiye Başkanı

ülkemizin navlun geliri baz alındığında taşımacılık alanında ortalama 60 milyar dolar gelir elde etmemiz mümkün olabilecektir.

Dünya konjonktürü açısından değerlendirildiğinde, Türkiye'nin krizden tahminlerden daha az etkilenerek çıkmış olması, uygulanan özel ekonomi politikalarının başarısını göstermekte ve dünya hizmet ticareti açısından güvenli bir ortamda diğer pazarlara risk almadan ulaşma imkânı sunmaktadır.

HİZMET KALİTESİ DÜNYA STANDARTLARINDA

Son yıllarda kargo, kurye ve lojistik hizmeti veren şirketler, insan kaynağını geliştirmeye, teknoloji altyapısını güçlendirmeye, imajını yenilemeye, hız ve güven artırıcı yeni hizmetler sunmaya önemli kaynaklar ayırmaya başlamıştır. Bu açılım, rekabetçi bir ortamın katkısı ile hızla gelişmiş ve tüketiciye kaliteli hizmet olarak yansımıştır. Sektörde yer alan firmalarımız her alanda dünya ile rekabet edecek kapasiteye ulaşmışlardır.

Bundan sonra yapılması gereken, değişen global rekabet koşulları içinde, sektörde zaman ve işgücü tasarrufu kazandıracak otomasyon teknolojilerine geçilerek, bu teknolojik altyapıyı destekleyecek nitelikli personel imkânlarının oluşturulması, teknolojinin merkezine insanı koyarak, nitelikli işgücü ve hizmete esas üretim yaklaşımına yönelik eğitim faaliyetleriyle, çalışanların motivasyonunun teknoloji ve gelişmeye paralel olarak ivme kazandırılmasıdır.

ÖZELLEŞTİRME İLE SEKTÖRÜN 10 KAT BÜYÜME POTANSİYELİ VAR

Tüm sektörler serbest rekabete açılmış ve devlet ekonomik faaliyetlerden çoktan elini çekmişken, posta sektöründe halen “devlet tekeli” anlayışı hâkimdir. Bu durum kargo, kurye ve lojistik firmalarının sorunu olmasından çok, reel sektörün gelişmesinin önünde bir engeldir. Yasama ve yürütme organları PTT tekelinin kaldırılması ve özelleştirme ile ilgili çalışmaları 2005'te başlatmış ama sonuçlandırmamıştır. Bu süreç birçok AB ülkesinde yıllar önce tamamlanmıştır. Rusya'da bile 20 yıl önce posta sektöründe tekel kaldırılmıştır.

Ülkemizde posta tekelinin sıfırlanarak kaldırılması gerekmektedir. AB üyesi ülkelerin tamamında posta tekeli yoktur.

KARAYOLLARI TAŞIMA KANUNU

Uluslararası standartlarda rekabet edebilme koşulu altyapı çalışmalarının tamamlanmasıdır. Karayolları Taşıma Kanunu bu anlamda en önemli adımdır. Ancak şu an uygulama ve denetimi kararlılıkla takip edilmiyor. Dünyadaki sürece ayak uydurmanın tek yolu yasayı tavizsiz uygulamakla ve bu konudaki var olan eksiklikleri gidermekle mümkündür.

POSTA KANUN TASARISI

AB normlarında Posta Kanun Taslağı'nın içeriği ile ilgili olarak sivil toplum kuruluşu sorumluluğu çerçevesinde yetkili makamlara sunduğumuz raporların takipçisi olmayı sürdürmekteyiz. AB normlarında Posta Kanunu'nun bir an önce çıkarılması zorunluluktur. Posta Kanunu'nun çıkarılması sırasında özel sektörle bir mutabakat sağlanmazsa çok önemli bir fırsat ıskalanmış olacaktır. Posta İdaresi'nin bir an önce şirketleşerek serbest piyasa ekonomisine uygun rekabet ortamına dahil olması gerekmektedir.

Posta hizmetleri düzenleyicisi bir üst kurulunun oluşturulmasında özel sektör temsilcilerinin yer alması ve ilgili sivil toplum kuruluşlarının eşit temsil edilmesi sağlanmalıdır.

EVRENSEL POSTA HİZMETİ

Evrensel posta hizmet sağlayıcılığı konusunda düzenlemeler yapılarak altyapısı uygun olan tüm özel şirketlerin bu alanda hizmet verebilmesinin önündeki engeller kaldırılmalıdır. Posta İdaresi'nin evrensel posta hizmetini tekel olarak vermesi ayrıcalık olduğu gibi sektördeki diğer oyuncuların herhangi bir fon kesintisi olmaksızın hizmet verebilmesi gereklidir.

YASAL DÜZENLEMELER YABANCI SERMAYE ÇEKER

Stratejik konumu nedeniyle geniş bir bölgeye sahip olan Türkiye yabancı yatırımcılar için iyi bir pazar kabul edilmektedir. Yabancı yatırımcılar, Türkiye pazarından güvenli bir ortamda diğer pazarlara risk almadan ulaşma imkânları olduğunu bilmektedirler. Eğer yasal düzenlemeler sektörün ihtiyaçları doğrultusunda gerçekleştirilirse yabancı sermayenin var olan ilgisi daha da artacaktır.

HIZLA BÜYÜYEN E-TİCARET PAZARI

Ülkemizde hızla büyüyen ve gelişen e-ticaret artık büyüme anahtarlarından biri kabul edilmektedir. Yapılan pazar araştırmaları geleneksel ödeme yöntemlerini kullanan perakende satış şirketlerinin de pazarda yerlerini koruyarak, müşterilerini memnun etmeye devam etmeleri için bu trende ayak uydurmaları gerektiğini göstermektedir. Günümüzde toplam perakende satışların % 5'ine sahip olan e-ticaretin bu payının 2012 yılına kadar ikiye katlanacağı öngörülmektedir.

Kargo sektörü, e-ticaretin alt grubu olarak görülen sanal mağazacılık alanında yaptıkları büyük yatırımlar sayesinde, ticari faaliyet gösteren tüm kuruluşların, pazara daha hızlı ve az maliyetle ürünlerini sunma imkânı kazanmasıyla, firmalar uluslararası rekabet için çok önemli fırsatlar yakalamış ve bunun sonucunda kargo sektörü büyük bir gelişme göstermiştir.

Türkiye online nüfus açısından dünyanın en büyük 14., Avrupa'nın en büyük 7. ve Ortadoğu'nun en büyük ülkesidir. Sayılarla gelişimine baktığımızda, son 10 yılda e-ticaret hacmi 9 milyon dolardan 10,2 milyar dolara çıkmış ve gelecek 5 yıl içinde bu sayının 250 milyar dolara çıkması öngörülmektedir. Ancak toplam internet kullanıcısının sadece % 10'unun şu an için online alışveriş yaptığını düşünürsek, pazarın ne kadar büyük bir potansiyele sahip olduğunu daha iyi anlayabiliriz.

Son yedi yılda ülkemizde sadece internet kullanıcı sayısında büyük bir artış gözlenmiş, bunu telekomünikasyon sektörü, cep telefonu kullanıcı sayısının 23 milyondan 63 milyona çıkması izlemiştir. Bu veriler bize elektronik haberleşmenin artık sadece PC ile sınırlı olmadığını, iPhone, Blackberry gibi akıllı telefonların ve tablet bilgisayarlarda devrim yaratan iPad teknolojisinin günlük hayatımıza girmesiyle artık haberleşmede ve ticarete sınırların kalktığını göstermektedir.

İSTİHDAM POTANSİYELİ

10 Avrupa ülkesinin toplam yüzölçümünün % 6'sına sahip olan Türkiye'nin, toplam nüfus içinde % 9'luk payı bulunmaktadır. Bu 10 ülke ile posta çalışan sayısı açısından karşılaştırıldığında ise Türkiye'nin payı sadece % 2'dir.

Ülkemizi, serbest rekabet ortamında bulunan bazı ülkeler ile kıyasladığımızda serbest rekabetin gelişmeye ve istihdamı artırıcı bir ortam yaratacağı kaçınılmazdır. (Kaynak PTT-2007)

Ülkeler	Nüfus	Posta İdaresi Çalışan Sayısı	Sabit Merkez Sayısı	Gönderi Adedi
Almanya	82.000.000	520.000	13.000	20.887.000.000
Fransa	61.000.000	273.000	17.000	20.000.000.000
Rusya	143.000.000	372.000	41.000	1.222.750.000
İtalya	57.000.000	150.746	13.728	9.000.000.000
Türkiye	80.000.000	34.000	3.840	1.000.000.000

DÜNYADA GELECEK 10 YIL İÇİN BEKLENTİLER

Taşımacılık sektörü için dünyada gelecek 10 yıl için yapılan çalışmalarda, tespit edilen beklentiler ana başlıklarla şunlardır:

- İnternet kullanımının artması ile müşteri beklentileri ve davranışları bireysellik, şeffaflık ve hız üzerine kurulu olacaktır.
- Dünya ekonomisinin büyümesi ile beraber sürdürülebilir enerji, hizmet ve ürünlerin değişen iklim koşulları sonucunda öncelikli konumu güçlenecektir.

- Taşımacılık sektörü çevreci uygulamalarda trendleri belirleyici ve uygulayıcı ana iş kolu olacaktır ve çevre dostu ürünlerin arzı, satın alma kararında büyük bir etken olacaktır.
- Tüketiciler için hizmetin ulaşılabilir olması, kullanım rahatlığı ve kolaylığı sunması önem arz edecektir.
- Birebir iletişim müşteri memnuniyetini belirleyici önemli bir faktör olmaya devam edecektir.
- Taşımacılık firmaları hizmet alanlarının yanında danışman firma rolünü de üstelenerek, müşterilerine artı hizmetler sunacaklardır. Tedarik zinciri, lojistik alanı ile ilgili tüm alanlarda genişleyecektir.

YIL 2023 VE TÜRKİYE LOJİSTİK MERKEZ

Taşımacılık sektörünün SWOT analizine bakıldığında ve bu verileri global sürdürülebilir rekabet koşulları içinde değişen tüketici alışkanlıklarını göz önüne alarak değerlendirdiğimizde, gelecek 10 yıl Türkiye ticaretinin önemli ölçüde gelişeceği ve Avrupa'nın Kafkasya, Asya ve Ortadoğu pazarlarına erişim sağlama konusunda önemli bir rol üstlenerek, "lojistik merkez" olacağı öngörülmektedir.

Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de elektronik haberleşmenin sınırlarının kalkmasıyla özellikle e-ticaret alanında büyük bir değişim ve gelişimin yaşanması sonucunda, kargo sektörü danışman firma rolünü de üstelenerek, müşterilerine birçok farklı alanda artı değerler sunacaktır. Değişen iklim koşullarının sonucunda çevreye daha duyarlı operasyonel süreçler oluşturulacak, çevre dostu araçlar ve iş metotları oluşturulacaktır. Tüm bu teknolojik gelişmelerin merkezinde birebir iletişim her zamankinden daha önemli olacak ve eğitilmiş, kalifiye personel ihtiyacı eğer bu alana yeterli yatırım yapılmazsa büyük önem arz edecektir.

BANKACILIK ve SİGORTACILIK

Muharrem Karslı*

ÜLKEMİZDEKİ BANKACILIK VE SİGORTACILIKTA 2023 YILI HEDEFLERİ

SEKTÖR POTANSİYELİ

Finans sektörünün potansiyeli, finansal varlıkların milli gelir içindeki büyüklüğü ile ifade edilen finansal gelişmişlik kavramı ile doğrudan ilişkilidir. Geçmiş dönemlerde ülkemizde uzun süre yaşanan ekonomik istikrarsızlıklar, kronik enflasyon, yüksek faiz oranları, kamu borçlanma gereğinin yüksek olması, finansal sistemimizin derinleşmesini ve gelişmesini bugüne kadar engellemiştir. Türk finans sektörü içinde % 80 ile en büyük paya sahip olan bankacılık sektörünün, derinlik ve aracılık fonksiyonu göstergesi olan toplam bilanço büyüklüğünün, mevduatın ve kredi hacminin GSYİH içindeki payları incelendiğinde, birçok ülkenin gerisinde kaldığımız görülmektedir. 2009 yıl sonu itibarıyla bankacılık sektörü aktiflerinin GSYİH'ye oranı ülkemizde % 88 iken AB-16 ülkelerinde % 334 olarak gerçekleşmiştir. 2009 yıl sonunda ülkemizde bankacılık sektörü kredilerinin GSYİH'ye oranı % 42, mevduatın oranı ise % 56 olmuştur. Bu oranlar, mali piyasaların sığ olmasına da bağlı olarak, türk bankacılık sektörünün henüz yeterince gelişemediğine, diğer taraftan da büyüme potansiyelinin yüksek olduğuna işaret etmektedir. Gerek yaşanan finansal krizler sürecinde elde edilen deneyimler, gerekse bu süreçler sonrasında hayata geçirilen uygulamalar, sıkılaştırılan düzenleme, denetleme faaliyetleri ve alınan tedbirler sayesinde bankacılık sektörümüz yıllar itibarıyla gelişme kaydetmiş, özellikle de yaşanan son küresel kriz sürecinde oldukça başarılı bir performans sergileyerek küresel krizin ülke ekonomisinde büyük tahribat yapmasına engel olmuştur.

* T.C. Ziraat Bankası Yönetim Kurulu Başkanı

Dünyada 2009 yılında 4 trilyon dolarlık prim üretimiyle en önemli ve stratejik sektörlerden biri olan sigortacılık sektörünün gelişimi incelendiğinde, gelişmiş ekonomilerde ağırlıklı olmakla birlikte gelişmekte olan ülkelerde ise hızla büyüme eğiliminde olduğu göze çarpmaktadır. Her türlü ekonomik faaliyetin temelinde yer alan sigorta ihtiyacı, ekonomik aktivite artışına paralel büyümektedir. Dış ticaret hacmindeki artışlar da sektörün büyümesine zemin hazırlayan makroekonomik gelişmeler arasında yer almaktadır.

Türkiye'de sigortacılık sektörünün mevcut düzeyinin potansiyelinin çok altında bulunduğu görülmektedir. Bu durumu ortaya koyabilecek iyi bir örnek olarak ülkemizin dünya nüfus payının % 1 dolayında olmasına rağmen 7,9 milyar dolar sigorta prim üretim payının binde 19 olması gösterilebilir. Bununla birlikte Türk finans sektörü içerisinde yaklaşık % 3 paya sahip olan sigorta şirketleri, son yıllarda artan yabancı sermaye ve Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde çıkarılan mevzuatla gelişime açık bir altyapıya kavuşmuştur. Son yıllarda mali sektörde yaşanan gelişmelere paralel olarak ülkemizde sigortacılık alanında da büyük atılımlar gerçekleştirilmiş, yaygınlaşan sigortacılığa bağlı olarak sektörün artan ihtiyaçlarına cevap verici nitelikte ve rekabet gücünü artırıcı yönde düzenlemeler yapılarak sigortacılık sektörünün güçlenmesi sağlanmıştır.

FİRMA YETERLİLİKLERİ

Türk bankacılık sektöründe 32'si mevduat, 13'ü kalkınma ve yatırım, 4'ü katılım bankası olmak üzere toplam 49 banka faaliyet göstermektedir. Geçmiş yıllarda yaşanan krizlerden tecrübe edinen ve gerekli tedbirleri alarak çıkan bankacılık sektörü son finansal kriz sürecinde sergilediği başarılı performansıyla gerek yurtiçinde gerekse yurtdışında takdir toplamıştır. Küresel krizin etkilerinin tüm dünyada yoğun olarak hissedildiği 2009 yılında bile bilançosunu % 14 büyüten Türk bankaları, 2010 yılında da büyümesini sürdürmüş, aktif toplamı Ekim 2010 itibarıyla önceki yıl sonuna göre % 12 büyüyerek 932 milyar TL'yi aşmıştır. Yine bu dönemde rekor kâr rakamlarına ulaşan Türk bankaları, 2009 yıl sonunda toplam 20 milyar TL net kâr elde etmiştir. 2010 yılının ilk on ayında ise sektörün net kârı geçen yılın aynı dönemine göre % 8 artış göstererek 19 milyar TL'ye yaklaşmıştır.

Bankalarımızın kârlılık ve büyüme açısından gösterdiği başarı, finansal sağlamlık göstergelerinde de gözlenmektedir. Bankacılık sisteminin sağlamlığına ilişkin göstergeler, makro çerçevede incelendiğinde genel olarak sektörün sağlamlığına işaret etmektedir. Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında, Türk bankacılık sektörünün yüksek sermaye yeterlilik rasyosu ve düşük kaldıraç oranlarıyla çalıştığı dikkat çekmektedir. Bankacılık sektörümüz gerek sermaye yeterliliği rasyosu, gerekse özkaynakların toplam aktiflere oranı açısından en yüksek oranlara sahip ülkeler

arasındadır. Küresel kriz sonrasında ülkemizde kredilerin hızlı artışıyla birlikte sermaye yeterliliği standart rasyosu bir miktar gerilemekle birlikte yine de yasal sınırın ve hedef oranın oldukça üzerinde seyretmiştir (Ekim 2010 itibarıyla % 19,6). Bununla birlikte bankalarımızın özkaynaklarının ağırlıklı olarak zarar karşılama kapasitesi yüksek olan ödenmiş sermaye ve dağıtılmamış kârlardan oluşması, önümüzdeki dönemde ülkemiz bankacılık sektörünün Basel III düzenlemelerine uyum konusunda büyük sıkıntı yaşamayacağını göstermektedir.

Diğer taraftan, bankacılık sektörümüzde Ekim 2010 itibarıyla % 2,6 olan aktif kârlılığı ve % 18,8 olan özkaynak kârlılığı rakamları da düşüş eğiliminde olmasına rağmen yüksek seviyelerdedir. Önümüzdeki dönemde yüksek kârların elde edilmesi daha zor olacak, faiz marjlarının daralmasıyla birlikte bankalarımızın kârı nispi olarak azalacaktır. Dolayısıyla bankaların, marjların kârlılık üzerinde oluşturduğu olumsuz etkiyi kredi büyümesiyle kompanse etmek istemeleri ve kredi piyasasında rekabetin artması kredi riskini artırabilir. Böyle bir durumda, etkin risk yönetimi uygulamalarına devam edilmesi sektörün aktif kalitesindeki iyileşmenin sürdürülmesi açısından oldukça önemlidir.

Türk finans sisteminde sigortacılık alanında Haziran 2010 itibarıyla 57 kuruluş faaliyet göstermektedir. Bunlardan 14'ü bireysel emeklilik, 1'i reasürans, 42'si de diğer alanlarda faaliyet gösteren şirketlerdir. 2009 yıl sonu itibarıyla 32 milyar TL bilanço büyüklüğüne, 9 milyar TL özkaynak rakamına ulaşan Türk sigortacılık sektörü 2009 yılında 455 milyon TL net kâr elde etmiştir. Bununla birlikte bankaların en büyük kâr rakamlarına ulaştığı 2010 yılında sigorta şirketleri beklenen kârlılığa ulaşamamış görünmektedir. Avrupa'da sigorta pazarının her yıl yaklaşık % 1,5 küçüldüğü bir dönemde % 10'un üzerinde büyüme gerçekleştiren Türk sigortacılık sektörü önümüzdeki yıllarda yabancıların da sektöre göstereceği ilgiyle daha iyi bir konuma gelecektir.

Finansal kriz ortamında mali yapısı bozulan bankalara verilen desteklere rağmen sigortacılık sektörüne yeterince destek verilememiştir. Buna rağmen sektörün kriz ortamında dinamik yapısını koruduğu görülmektedir. Yapılan hesaplamalar küresel bazda birçok sigorta şirketinin 2009 yıl sonu itibarıyla kriz öncesi büyüklüklerine döndüğünü, toparlanmanın yarattığı ivme ile birkaç yıl içinde diğer sektörlerden daha hızlı büyüyebileceğini ortaya koymaktadır.

DEVLET DESTEKLERİ

Tarım ve Hayvancılık

Tarım sektöründe, gıda güvenliği ve güvenilirliğinin sağlanması ile doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı gözetilerek, örgütlü ve rekabet gücü yüksek bir yapının oluşturulması temel amaçtır. Kırsal bölgelerin kalkındırılması, tarım,

hayvancılık ve su ürünlerinin geliştirilmesi için çeşitli destekler verilmektedir. Söz konusu destekler;

- Alan ve ürün temelinde farklılaştırılarak üretimde etkinlik, verimlilik ve kaliteyi artırmaya yönelik olarak düzenlenmektedir.
- Tarım ürünleri ihracat desteklerinde, katma değeri yüksek, markalı ve nihai tüketiciye yönelik ürünlere ağırlık verilmektedir.
- Hayvancılıkta; et ve süt piyasalarında istikrarın sağlanması ve besi hayvancılığının geliştirilmesi yönünde yapısal dönüşümü sağlayacak şekilde destekler düzenlenmekte, ıslah çalışmalarıyla hastalık ve zararlılarla mücadeleye ve kaliteli yem bitkileri üretiminin artırılmasına öncelik verilmektedir.

Bankacılık sektöründe;

- Devlet desteklerine aracılık edilerek tarım sektörünün gelişimine destek sağlanmaktadır.
- Yatırım kredilerinin toplam tarımsal krediler içindeki payı artırılarak, işletmelere destek verilmekte ve tarımsal GSYİH'nin toplam GSYİH içindeki payı artırılmaktadır.
- Üreticilerin finansman ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik finansal ürünler geliştirilmektedir.
- Tarım sektöründe faaliyet gösteren firma, kurum ve kuruluşlara bankacılık hizmetleri sunulmaktadır.
- Tarım ile gıda işletmelerinin modernizasyon faaliyetleri desteklenmektedir.

KOBİ

Mikro işletme, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin (KOBİ'ler) ekonomideki yerlerinin geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu destekler ile esnaf-sanatkârlar ve KOBİ'ler için;

- Yeni ve uygun şartlarda finansman imkanları yaratılarak finansman yüklerinin azaltılması,
- Finansal araçların çeşitlendirilmesi ve finansal erişebilirliğin artırılması,
- Hızlı ve sürdürülebilir bir büyüme ortamının hazırlanması,
- İstihdam olanaklarının artırılması,

- Kapasite geliştirme imkanlarının artırılması, büyüme ve birleşmelerinin özendirilmesi,
- Yeni yatırım yapma, iş kurma ve geliştirmeye yönelik faaliyetlerinin desteklenmesi, verimliliklerinin artırılması,
- Mevcut yatırımların ürün, pazarlama, üretim/üretim yeri veya finansman yapısını geliştirmeleri hedeflenmektedir.

Bankacılık sektörünce;

- KOBİ'ler ile esnaf ve sanatkârların uygun koşullarda kredi temin edebilmelerini sağlamak için KOSGEB ve KGF tarafından hazırlanan destek paketlerine aracılık edilmektedir.
- KOBİ'lere yönelik uzun vadeli ve uygun maliyetli nakdi ve gayrinakdi kredi olanakları sunulmaktadır.
- Sektörlere özel hazırlanan destek paketleriyle KOBİ'lere geniş ürün yelpazesi sunulmaktadır.
- Sanayi ve ticaret odaları ile imzalanan protokoller kapsamında destek paketleri hazırlanmaktadır.

Vergi

Büyüme, yatırım ve istihdamın desteklenmesine katkıda bulunmak ve etkin, basit ve adil bir vergilendirme sistemi oluşturmak amaçlanmıştır.

- Vergi kanunları ve ikincil mevzuatın basit, anlaşılır, öngörülebilir ve sürdürülebilir hale getirilmesi ve vergilendirme alanında yapılacak düzenlemelerle, ülkemizin rekabet gücünün artırılarak finansal işlemlerin Türkiye'de yapılmasının sağlanması planlanmaktadır.
- İşlem maliyetlerinin rekabet edilebilir düzeye indirilmesi amacıyla BSMV başta olmak üzere aracılık maliyetlerini artıran yüklerin gözden geçirilerek kamu dengeleri ve ekonomik gelişmeler göz önüne alınarak uygun bir zamanlamayla kademeli olarak düşürülmesi öngörülmektedir.
- Mevcut durumda talep görmeyen araçlara işlerlik kazandırılması ya da yeni oluşturulacak finansal araç ve faaliyetlerin geliştirilmesi amacıyla BSMV geliri elde edilemeyen ürün ve faaliyetlerde BSMV kaldırılması planlanmaktadır.

- Kaynak çeşitliliğini artırmaya yönelik yeni enstrümanlarda, özellikle stopajların indirilmesi yoluyla destek olunmakta ve finansal sektörün derinliğinin artırılması amaçlanmaktadır. Ör: bankaların çıkaracağı uzun vadeli tahvil ihraçlarında stopajın düşürülmesi gibi.

İstihdam

- Finans alanında insan kaynakları ve eğitim politikalarının belirlenmesi ve gözden geçirilmesi, insan kaynağının verimliliğinin ve mesleki donanımının artırılması hedeflenmektedir.
- İşgücü piyasasında başta gençler, kadınlar ve özürllüler olmak üzere dezavantajlı kesimlere yönelik destekleyici politikalar sürdürülecektir.

SEKTÖRÜN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

Bankacılık Sektörünün Güçlü Yönleri

- Bankaların gelişmiş ürün ve hizmet çeşitliliğine sahip olması,
- Sektörün bilgi teknolojilerindeki değişime hızla adapte olması,
- Türk bankacılık sektörünün etkin ve şeffaf bir denetim çatısı altında faaliyet göstermesi,
- Risk yönetimi alanında önemli mesafeler kaydedilmesi,
- Yeniden yapılanma ve sonrasındaki dönemlerde uygulamaya geçirilen düzenlemelerde uluslararası standartlara önemli ölçüde yaklaşılması,
- Kaldıraç oranının düşük olması,
- Yeni ürün ve hizmetlere ihtiyaç duyulması,
- Artan teknolojik imkânlar ve bankaların rekabet ve büyüme stratejileri doğrultusunda finansal hizmetlere erişim kanallarında olumlu gelişmeler yaşanması,
- Sermaye yeterliliği rasyosunun uluslararası standartların öngördüğü minimum düzeyin hayli üzerinde gerçekleşmesi,
- Finans alanındaki insan kaynağının verimliliğinin ve mesleki donanımının artması,

- Kriz yönetimi ve denetiminin daha iyi yapılması,
- Bankalarımızın son global krizden etkilenmeden çıkmaları ve bankacılık sektörümüze duyulan güven ve gösterilen itibarın artmış olması,
- Yüksek büyüme potansiyeli bulunması,
- Takipteki kredilerin açıkça tanımlanması, sorunlu kredilerin toplam krediler içindeki payının düşük olması ve bunların tamamına yakını için karşılık ayrılmış olması.

Bankacılık Sektörünün Zayıf Yönleri

- Tasarruf oranının yetersizliği, tasarruf mevduatı içinde kurumsal tasarrufların azlığı, bireysel tasarrufların da genellikle kısa vadeli olması,
- Kamu borçlanma kâğıtlarının bilanço içerisindeki ağırlığının devam etmesi,
- Bankacılık sektörünün GSYİH'den aldığı payın gelişmiş ülkelere kıyasla düşük olması,
- Finans sektörünün derinliğinin az ve sermaye piyasalarının küçük olması,
- Mevduat dışı kaynakların payının düşük olması,
- Maliyetlere dayalı rekabet bulunması,
- Serbest özkaynakların düşük olması,
- Aracılık maliyetlerinin yüksek olması,
- Ekonomide kayıtdışılığın yüksek olması,
- Finansal kurumlar dışındaki kurumların mali performanslarının doğru olarak ölçülmesini, denetlenmesini ve raporlanmasını sağlayacak standartların bulunmaması,
- Aktif ve pasifin vade yapısının uyumsuz olması.

Sigortacılık Sektörünün Güçlü Yönleri

- Büyüme potansiyelinin yüksek olması,
- Ürün çeşitliliği olması,
- Uzmanlaşmış, nitelikli personel istihdam edilmesi.

Sigortacılık Sektörünün Zayıf Yönleri

- Portföy miktarının düşük olması,
- Düşük gelir seviyesi,
- Sektörde yabancı payının yüksek olması,
- Mevcut durumda sigortacılığa gereken önemin verilmemesi,
- Toplumda sigorta bilincinin yeterli seviyede gelişmemiş olması,
- Yetersiz denetim.

SEKTÖRE YÖNELİK TEHDİTLER VE FIRSATLAR

Bankacılık Sektörüne Yönelik Tehditler

- Ülke ekonomisinin krizlere karşı kırılgan yapısı,
- Krizden çıkan uluslararası bankaların büyüme iştahları,
- Sektörün yurtdışına açılmada hızlı aksiyon almaması,
- Yurtdışı kaynaklı finansal kriz ihtimalinin bulunması,
- Rekabetin artması ve sektör haricinde rekabete dahil olan oyuncu sayısının artması,
- Düzenleme ve denetleme sisteminde yaşanabilecek aksaklıklar,
- Sektörde artan yabancı payı.

Bankacılık Sektörüne Yönelik Fırsatlar

- Finansal kiralama ve faktoring hizmetlerinin geliştirilmesi,
- Mevcut durumda talep görmeyen araçlara işlerlik kazandırılması ya da yeni oluşturulacak finansal araç ve faaliyetlerin geliştirilmesi,
- Yatırım bankacılığı gibi bakir alanların bulunması,
- Türev ürünlerin ve vadeli piyasaların gelişmekte oluşu,
- Global kriz nedeniyle çevre ülkelerdeki bankaların zayıflaması ve alınabilir duruma gelmeleri,

- Kriz yönetimi ve denetimine uygun operasyon yapısı,
- Yurtdışı banka fiyatlarının krizden sonra düşmesi,
- Girilmemiş alanların çokluğu,
- Bölgenin cazibe ve finans merkezi olma potansiyeli,
- Teknolojik gelişmeler.

Sigortacılık Sektörüne Yönelik Tehditler

- Yurtdışı gelişmeler ve küresel kriz,
- Ekonomik kırılganlık,
- Değişen metodolojik şartlar sonucu değişen koşulların uzun vadeli anlaşmalarda belirsizlikler yaratabilmesi,
- Nüfus artışı, emeklilik yaşı ve mevzuata ve kurumsal yapıya ilişkin düzenlemelerin belirsizlikleri artırıcı etkisi,
- Sadece yasal zorunluluk gereği yapılması gereken sigortaların yaptırılması, risk kontrolü ve korunma amaçlı ihtiyarı sigortadan kaçınma eğilimi,
- Sektörde kurumsallaşmanın yeterli düzeyde olmaması,
- Teknik yeterliği yüksek uluslararası uygulamalara hakim işgücü açığının getirebileceği aksaklıklar.

Sigortacılık Sektörüne Yönelik Fırsatlar

- Dış ticaretin ve ekonominin büyümesinin yaratacağı ivme,
- Gelir seviyesinin artma eğiliminde olması,
- Genç ve artan nüfus,
- Ekonomik koşulların da iyileşmesi paralelinde sigortaya bakış açısının değişmesi,
- Düşük penetrasyon oranı.

GELECEĞE DÖNÜK STRATEJİLER VE 2023 VİZYONU

Geleceğe Dönük Stratejiler

- Bankacılık sektörü büyüklüğünü GSYİH'nin en az üç katına çıkarmak,
- Sektörde en az 3 bankanın bölgesel güç haline gelmesi,
- Uluslararası faaliyet gösteren bankalarla rekabet etmek,
- AB düzenlemeleri yanında uluslararası hukuka uygun faaliyet göstermek,
- Finans sektörüne uzun vadeli fon sağlayabilmek,
- Dünyadaki en ileri teknolojiyi kullanmak ve bu konuda lider olmak,
- Uluslararası piyasalara entegrasyonu sağlamak.

2023 Vizyonu

Uluslararası standartlarda hizmet ve ürün çeşitliliği sağlayan, kaynakları yatırıma yönlendirecek araç çeşitliliği ile mali derinliğe, uluslararası büyüklüğe ve rekabet gücüne sahip, güvenli, istikrarlı, kârlı, verimli ve rasyonel çalışan bir sektör olmak.

2023 Yılıının Sigortacılık Perspektifi

- Daha fazla müşteri ve ürün odaklı bir yapı,
- Risklerin daha net tanımlanabildiği bir ortamda mali yapısı düzgün şirketler ve artan rekabet,
- Bankacılık sektörü başta olmak üzere diğer sektörlerle daha fazla işbirliği,
- Ortaklık, birleşme ve satın almalarla daha uzmanlaşmaya yatkın bir oluşum,
- Matematiksel ve İstatistiksel konularda yetişmiş daha nitelikli personel istihdamı,
- Gelişen hızlı teknoloji paralelinde daha net ve daha hızlı öngörülerin hayata geçirilerek riskin daha kolay fiyatlanabilmesi,
- Gelişen üretim modelleri de göz önüne alınarak, yeni ürünlerin portföye dahil edilmesi.

VİZYONA İLİŞKİN TEMEL AMAÇ VE POLİTİKALAR

- Etkin likidite yönetiminin sağlanması ve kârın bünyede bırakılması da dahil, güçlü sermaye yapısının korunmasına yönelik uygulamaların desteklenmesi,
- Ekonomide kayıtdışılığın azaltılmasına katkıda bulunmak amacıyla para transferlerinin bankacılık sektörü aracılığıyla yapılmasının sağlanması,
- Uluslararası kabul gören Basel standartlarına uygun risk yönetimi anlayışının getirilmesi,
- Finansal sektör ile reel sektörün tam entegrasyonunun sağlanması,
- Vadelerin uzatılması ve riskten korunmayı sağlayan türev ürün piyasalarının geliştirilmesinin ve kontrolünün sağlanması,
- Faizsiz finansman araçlarının tüm sektöre yayılmasının sağlanması,
- Faktoring ve finansal kiralama sektörlerinin gelişmesinin sağlanması,
- İşlem ve aracılık maliyetlerinin azaltılması,
- Finans alanındaki insan kaynağının verimliliğinin ve mesleki donanımının artırılması, insan kaynağının kalitesinin artırılmasına yönelik üniversitelerle ortak çalışılması,
- Finansal kuruluşların, piyasaların ve araçların etkin bir şekilde denetlenmesi,
- Uluslararası standartlarla uyumlu muhasebe ve raporlama standartlarının uygulanması,
- Yurtdışı operasyonların kolaylaştırılmasının sağlanması,
- İleri teknoloji kullanımının sağlanması için üniversiteler ve KOBİ'ler ile ortak projeler gerçekleştirilmesi.

ÖNCELİKLER VE UYGULAMA ÖNERİLERİ

Mevzuat Düzenlemeleri

Finansal sektörün geneline yönelik bütüncül düzenleme ve denetim yapısının güçlendirilmesi, bu çerçevede;

- Finans sektörünün önünde gelişmeyi engelleyici mevzuatın giderilmesi,
- Faktoring ve finansal kiralama sektörlerinin hukuki altyapısının geliştirilmesi,

- Uluslararası hukuka uyumun artırılması,
- Global düzenlemelere (Basel gibi) kısa sürede entegrasyonun sağlanması,
- Vergi kanunları ve ikincil mevzuatın basit, anlaşılır, öngörülebilir ve sürdürülebilir hale getirilmesi gerekmektedir.

Sigorta sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin ve acentelerin güçlenebilmesi için, sektörel düzeyde yasal düzenlemelere ve teşvik edici uygulamalara ihtiyaç bulunmaktadır. Bu süreçte kamunun düzenleyici ve yönlendirici rolü de göz ardı edilmemelidir.

Kurumsal Düzenlemeler

Başta Avrupa Birliği müktesebatı olmak üzere diğer uluslararası gelişmeler de dikkate alınarak yapılacak değerlendirmeler neticesinde, orta ve uzun vadede, düzenleyici ve denetleyici otoritelerin kurumsal yapılanmasına ilişkin gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir.

Bu çerçevede; BDDK'nın yetki alanında yer alan kuruluş, piyasa ve araçlara yönelik düzenleme çerçevesinin güçlendirilmesi, bankalara ve BDDK denetimindeki banka dışı mali kuruluşlara ilişkin gözetim ve denetimin etkinliği ve etkililiğinin yeni yaklaşım ve araçlarla artırılması öngörülmektedir.

Diğer yandan, bankacılık sektörünün hak ve menfaatlerini gözeterek, sektörün büyümesine, sağlıklı çalışmasına, bankacılık mesleğinin gelişmesine, haksız rekabetin önlenmesine ve rekabet gücünün artırılmasına katkıda bulunmak amacıyla çalışmalar yapmak üzere kurulmuş olan TBB'nin etkinliğinin ve verimliliğinin artırılması, bankacılık sektörünün gelişmesi için faydalı olacaktır.

Ayrıca, İstanbul Uluslararası Finans Merkezi (İFM) Stratejisi ve Eylem Planı kapsamında sistemik riskin tespiti ve önlenmesi ile finansal sektör düzenleyici ve denetleyici otoriteleri arasındaki yatay koordinasyonun geliştirilmesi amacıyla mevcut Sistemik Risk Komitesinin görev ve fonksiyonları güçlendirilmesi planlanmıştır.

SEKTÖREL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Türkiye için oldukça anlamlı olan Cumhuriyetimizin 100. yılında yaklaşık 2 trilyon dolar GSMH ve 500 milyar dolar ihracat hedefi ile kişi başına gelirden Avrupa Birliği ülkeleri düzeyinde gelir hedefi bulunmaktadır. Bu hedeflerin realize edilebilmesi için yüksek ve istikrarlı büyüme şarttır. Belirtilen makroekonomik

şartlarda en çok öne çıkması beklenen sektörlerin başında bankacılık ve sigortacılık sektörleri gelmektedir.

Gerek önceki krizlerden edinilen tecrübeler sonrasında alınan önlemler, gerekse yaşanan son kriz sürecinde ortaya konan akılcı ve öngörülü yönetim, Türk bankacılık sektörünü dünyadaki benzerleri arasında ayrıcalıklı bir noktaya taşımıştır. Bugün gelinen noktada, bankalarımızın sağlıklı yapısı, ülkemize üstünlük ve avantaj sağlamaktadır.

Önümüzdeki dönemde giderek iyileşen makroekonomik koşullar paralelinde, bankacılık sektörümüz sahip olduğu potansiyeli kullanma imkânı elde edecek, kişi başına düşen milli gelirin de önemli ölçüde artmasıyla birlikte ürün çeşitlendirme fırsatı artacak, gelişmiş bir etkinlik ve rekabet düzeyine ulaşılacak, geliştirilecek alternatif araçlarla derinlik kazanılacak ve hem tasarruflar hem de yatırımlar artacaktır. Bütün bunlar da bankacılık sektörüne önemli büyüme olanakları tanıyacaktır. Bu süreçte de sermaye yeterliliğine, güçlü teknolojiye, gelişmiş dağıtım kanallarına ve sağlam kurumsal yapıya sahip olan bankalar, hem ülkemizde sektörün lokomotifi olacak, hem de uluslararası etkinliği bulunan, piyasa değeri yüksek kuruluşlar haline gelecektir. Böylece, 2023'te bankacılık sektörümüz uluslararası alanda şimdikinden daha etkin ve sağlam bir yer edinmiş olacaktır.

Nüfusa oranla görece düşük prim üretimi nedeniyle Türk sigortacılık sektörünün yüksek büyüme potansiyeli taşıdığı görülmektedir. Sektörde artan rekabet ortamında fiyata nazaran müşteri odaklı bir yapı beklenmektedir. Sektörün bu değişime ayak uydurabilmesi için şirketlerin özkaynaklarının sağlamlığına ve daha fazla desteklenmeye ihtiyacı olduğu düşünülmektedir. Her geçen gün uluslararası platformda daha aktif bir yer edinen ekonomimiz için lokomotif sektörlerden birisi olan sigortacılık için de vizyon arayışlarının hız kesmeden sürmesi gereklidir.

2007 yılında çıkarılan Sigortacılık Kanunu ile altyapısını güçlendirmeye başlayan sigortacılık sektörümüz de 2023 yılına kadarki perspektifte, Türkiye'nin dış ticaret hacmindeki artış, büyüme trendinin sürmesi ve sigorta bilincinin de gelişmesi paralelinde artan sigortalı sayısı ile birlikte barındırdığı potansiyeli kullanma imkânına kavuşacak ve geliştirecektir.

Erhan Tuncay*

TÜRKİYE'DE SİGORTACILIK HİZMETLERİNİN GELECEĞİ

1. TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜ

Türkiye'de sigortacılık faaliyetleri ve hizmetleri, 1870'lerden itibaren ve daha çok yabancı sigorta şirketleri tarafından başlatılmıştır. 1893 yılında ilk yerli şirket kurulmuş olmasına rağmen, sigorta sektörünü düzenleyen 7397 sayılı Sigorta Murakabe Kanunu ise 1959 yılında yürürlüğe girmiştir.

14 Haziran 2007 tarihinde yürürlüğe giren 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu ve bunu takiben yapılandırılan ikincil mevzuat düzenlemeleri ile birlikte günümüzde sigorta sektöründe faaliyette bulunan kurum ve kuruluşları, kendilerinden beklenen her türlü sigorta ihtiyacına cevap verebilecek şekilde örgütlenmelerini tamamlamış kuruluşlar olarak etkin hizmet verebilecek düzeye ulaşmışlardır.

Türk sigorta sektöründe, başta 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu, 4632 sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu olmak üzere kanunların sigortacılıkla ilgili hükümlerinin ve bunların ek ve değişikliklerinin verdiği görevleri yürüten, sigortacılıkla ilgili konularda mevzuatı hazırlayan, ilgililer tarafından uygulanmasını izleyen ve yönlendiren kurum Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü, özel sigortacılık faaliyetinin kamu adına denetimi ve soruşturmaları gerçekleştiren kurum da Sigorta Denetleme Kurulu'dur.

* Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği Genel Sekreteri

Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği sigortacılık mesleğinin geliştirilmesi, şirketler arası dayanışma sağlanması ve haksız rekabetin önlenmesi amacıyla kurulan, tüzel kişiliği haiz kamu kurumu niteliğinde meslek kuruluşudur.

Türkiye'de faaliyet gösteren bütün sigorta ve reasürans şirketleri, kuruluşlarının tamamlanmasından ve ruhsatların alınmasından itibaren bir ay içerisinde Birliğe üye olmak zorundadırlar.

Ocak 2011 tarihi itibarıyla 62'si sigorta, 2'si reasürans olmak üzere 64 şirket Birliğe üyedir. Halihazırda 5 şirket aktif olarak yeni sigorta ve reasürans sözleşmesi yapmamakta, toplam 58 sigorta ve 1 reasürans şirketi faaliyette bulunmaktadır. 58 sigorta şirketinden 52'si özel, 6'sı kamu şirketi, 45'i Türkiye'de kurulu yabancı ortaklı şirkettir. Şirketlerin 9'u hayat, 14'ü hayat/emeklilik, 35'i hayat-dışı şirkettir.

Türkiye'de kurulu reasürans şirketi sayısı ise 2'dir. Ancak bunlardan bir tanesinin prim üretimini bulunmadığından faal reasürans şirket sayısı 1'dir.

2009 yıl sonu ve 2010 yılı 9 aylık verileri ışığında Türk sigorta sektörünün genel yapısı aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

2009 yılında sigorta şirketlerinin 31.254.635.042 TL olan aktif toplamı 2010 yılı 9 ay sonunda 33.087.597.559 TL olarak gerçekleşmiş; özkaynak toplamı 8.821.077.683 TL'den 6.773.159.522 TL'ye düşmüştür.

2009 yılında toplam prim üretimi 12.281.388.000 TL olarak gerçekleşmiş, 2010 yılı 9 aylık dönemde toplam prim üretimi 10.300.936.110 TL olmuştur. En önemli fonksiyonlarından biri fon yaratmak ve yaratılan bu fonları çeşitli yatırım araçları kanalıyla ekonomiye kazandırmak olan sigorta ve reasürans şirketlerinin yatırımları 2009 yılında 17,9 milyar TL iken 2010 yılı Eylül ayı sonunda 18,2 milyar TL olarak gerçekleşmiştir.

2009 yılında istihdam oranı bir önceki yıla göre % 17,62 oranında artarak sigorta ve reasürans şirketlerinde çalışan kişi sayısı 18.841 kişiye yükselmiştir. Acenteler, brokerler ve eksperlerle birlikte sigorta sektöründe istihdam edilen personel sayısının yaklaşık olarak 80 bin civarında olduğu tahmin edilmektedir. Yıllar itibarıyla bakıldığında sigorta ve reasürans şirketlerinde çalışanların eğitim durumu da yükselmiş, yükseköğrenim gören çalışanların payı toplam içinde giderek artmıştır.

2009 yılında toplam poliçe sayısı 33.961.365 adet olmuş; 2010 yılı 9 aylık dönemde ise poliçe sayısı toplamı 32.101.951 adet olarak gerçekleşmiştir.

Türk Sigorta Sektöründe prim üretiminin yaklaşık % 62'si acenteler kanalıyla gerçekleştirilmektedir. Acenteleri % 19 ile bankalar izlemekte, brokerlerin payı % 10 ve merkezin payı % 10'larda kalmaktadır. Hayat branşı sıralamasında ise

değişiklik olmakta, bankaların kullandıkları krediler dolayısıyla tüketiciden talep ettikleri hayat sigortası ürünleri nedeniyle hayat branşı prim üretiminin yaklaşık % 56'sı bankalar aracılığı ile gerçekleşmektedir.

2. TÜRK SİGORTA SEKTÖRÜNÜN POTANSİYELİ

Ülkemiz 750 milyar dolarlık Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) rakamı ile dünyanın 17. büyük ekonomisi olmakla birlikte dünya sigortacılığında 36. sırada yer almaktadır. 2009 yılı verileri ile 309.241 milyon dolar prim üretimi rakamı ile dünya prim üretiminin % 7,6'sını gerçekleştiren İngiltere'de primlerin GSYİH'ye oranı % 12,9 olmuştur. AB üyesi tüm ülkelerin verileri ele alındığında ise, AB'nin dünya prim üretimi içindeki payı % 36,44 ve primlerin GSYİH'ye oranı % 8,42 olarak gerçekleşmiştir. İngiltere'de kişi başı prim üretimi 4.579 dolar, AB'de 2.775 dolardır. 2009 yılı verilerine göre ülkemizin dünya prim üretimi içindeki payı % 0,19, primlerin GSYİH'ye oranı % 1,29 ve kişi başı prim rakamı ise 105 dolardır. Bu rakamlar ülkemizin sigorta potansiyelini göstermesi açısından çok önemlidir. Ülkemizin sahip olduğu genç nüfus sigorta sektörü için büyük bir potansiyel oluşturmakta, bu da beklentilerin uzun vadeye yayılmasına neden olmaktadır. Nitekim, geçtiğimiz yıllarda Türk ekonomisinde yaşanan olumlu gelişmeler, AB uyum süreci kapsamında gerçekleştirilen reformlar ve ülkemizin sahip olduğu genç nüfus yabancı yatırımcıların gözünde Türkiye'yi yatırım yapılabilecek bir pazar haline getirmekte, 2006 yılından itibaren Türk sigorta sektöründe yaşanan yabancı sermaye girişi halen devam etmektedir.

3. DEVLET DESTEKLERİ

Türk sigorta sektöründe en önemli devlet desteği Tarsim (Tarım Sigortaları Havuzu) vasıtasıyla tarım sektörüne verilen destektir. Ülkemizde tarım sektörünü tehdit eden risklerin teminat altına alınabilmesi amacıyla bir sigorta mekanizmasının devreye sokulması düşünülmüş ve bu amaçla 14.06.2005 tarihli 5363 sayılı Tarım Sigortaları Kanunu çıkarılmıştır. Bu Kanuna göre, kanun kapsamına alınan riskler ile ilgili olarak yapılacak sigorta sözleşmelerinde standardın sağlanması, riskin en iyi koşullarda transferi için uygun ortam oluşturulması, oluşacak hasarlarda tazminatın tek merkezden ödenmesi ve tarım sigortalarının geliştirilmesi, yaygınlaştırılması amacına yönelik olmak üzere bir Sigorta Havuzu kurulmuştur. Bu havuza ilişkin tüm iş ve işlemler, bu havuza katılan sigorta şirketlerinin eşit hisselerle ortak oldukları Tarım Sigortaları Havuz İşletmesi A.Ş. tarafından yürütülmektedir. Sigorta şirketleri poliçeleri kendi adlarına düzenlemekte, ancak riskin ve primin % 100'ünü zorunlu olarak havuza devretmektedirler. İhtiyari olarak da havuzda oluşan riskten retrosesyon yoluyla pay alabilme hakları vardır.

Devlet, bu kanun kapsamında yapılacak sigorta sözleşmelerine münhasır olarak çiftçi adına sigorta primine destek sağlamaktadır. Devlet prim desteğinin miktarı her yıl için ürün, risk, bölge ve işletme ölçekleri itibariyle, Bakanlar Kurulu kararıyla belirlenmektedir. Havuz uygulaması ile,

- Bir sigorta şirketinin tek başına üstlenemeyeceği kuraklık ve don gibi katastrofik risklerin teminat kapsamına alınabilmesi,
- Reasürans katılımının teşvik edilerek reasürans kapasitesi ve kapsamının genişletilmesi,
- Sigorta şirketlerinin bilgi, personel ve mali kaynaklarının ortak olarak daha verimli bir şekilde kullanılması,
- Devletin prim ve hasar fazlası desteğinin etkin şekilde kullanılması,
- Fiyatlarda haksız rekabetin önlenmesi,
- Sigortaya katılımın artırılması sağlanmaktadır.

Diğer taraftan sağlık ve hayat sigortalarında ve bireysel emeklilik sözleşmelerinde devletin vergi indirimi yoluyla sağladığı destek ülkemizde sigortanın tabana yayılması ve sigortalılık oranının artırılması açısından önemlidir.

3. SEKTÖRÜN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

Aşağıda sayılan unsurlar Türk sigorta sektörünün güçlü yanlarını ortaya koymaktadır:

- Güçlü mevzuat altyapısı,
- Yetişmiş ve eğitim düzeyi yüksek insan kaynağı,
- Ekonomik krizlere ilişkin tecrübesi,
- Teknolojik altyapısı,
- Büyüme potansiyeli,
- Bilgi birikimi.

Türk sigorta sektöründeki düzenlemeler açısından var olan yasal boşlukların doldurulması ve sektörün sağlıklı bir yapıya kavuşturulması için son zamanlarda birçok yasal düzenleme hayata geçirilmiştir. 5684 sayılı Sigortacılık Kanunu'nun 2007 yılında yürürlüğe girmesi ve kanunun yürürlüğe girmesinin ardından ikincil mevzuat düzenlemelerinin yapılması ile birlikte sektördeki yasal boşluk ortadan kalkmıştır.

Türk sigorta sektörünün zayıf yönleri ise aşağıda şekilde sıralanabilir:

- Fiyat rekabeti,

- Algı sorunu,
- İtibar eksikliği,
- Etkin tanıtım yapılamaması,
- Satış becerisine ilişkin eksiklikler.

Türk ekonomisinde yaşanan olumlu gelişmeler, AB uyum süreci kapsamında gerçekleştirilen düzenlemeler ve istikrarlı bir ekonomik büyümenin ve enflasyon düşüşünün getirdiği mali gelir azalışları neticesinde sigorta şirketleri arasındaki fiyat rekabetinin artması sektörün önündeki olumsuz engellerden bir tanesidir.

4. SİGORTA SEKTÖRÜNE YÖNELİK TEHDİTLER VE FIRSATLAR

Türk sigorta sektörünün fırsatları aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Sigortalılık oranının düşük olması,
- Yeni ürün ihtiyaçları,
- Maliyet kontrolü,
- Dağıtım kanalı optimizasyonu.

Ülkemizin sahip olduğu genç nüfus sigorta sektörü için büyük bir potansiyel oluşturmakla birlikte sigortalılık bilincinin yeterince gelişmemiş olması sektörün büyümesinin önündeki engellerden birisidir. Özel sigorta bilincinin yaygınlaştırılması ve sigorta eğitiminin yetersizliği karşısında sigortacılığın genel eğitim programlarında yer almaması da bir başka sorundur.

Türk sigorta sektörünü tehdit eden unsurlar:

- Küresel kriz nedeniyle küçülen ekonomi,
- Reasürans piyasasındaki daralma,
- Deprem riskinin artması.

5. GELECEĞE DÖNÜK STRATEJİLER VE 2023 VİZYONU

Trafik, kaza ve sağlık branşı başta olmak sektörün genelinde yaşanan irrasyonel fiyat rekabetinden uzaklaşılması için hem şirketlerimizin hem de gerektiği noktada kamu otoritesinin belirleyeceği stratejiler sektörümüz için büyük önem arz etmektedir. Aşırı ve sigorta tekniğine aykırı rekabeti kontrol altına almak, şirketlerin sürdürülebilir ve adil rekabet içeren bir ortam içinde çalışmalarını sağlamak adına oldukça önemlidir. Zira sigorta sektörü için en önemli husus kalıcı ve uzun vadede sürdürülebilir büyümedir.

Türk sigorta sektörünün önündeki diğer bir önemli engel de vergisel sorunlardır. Sigorta teknik karşılıklarının kurumlar vergisi matrahından indirimi başta olmak üzere, konut finansmanı sistemi kapsamında yapılan sigortalarda BSMV istisnası, hayat sigortaları ve bireysel emeklilikte geri ödemelerde anapara üzerinden vergi alınmaması, yurtdışında yaptırılabilir sigortalarda BSMV istisnası, yangın sigorta vergisinin kaldırılması ve BSMV'nin kaldırılması gibi hususlarda ilgili kurum ve kuruluşlar nezdinde çalışmalar devam etmektedir.

Sektörünün öncelikli hedeflerinden birisi de sigorta ile tanışmamış kitleye ulaşmak ve sigortanın lüks değil bir gereklilik ve ihtiyaç olduğunu anlatabilmektir. Özel sigorta bilincinin yaygınlaştırılması yönünde yapılacak çalışmalar bu potansiyeli değerlendirmek açısından önemli olacaktır. Sigorta sektörü, sigorta bilincinin yaygınlaştırılması ve hizmet kalitesinin artırılması ile sigortanın tabana yayılmasını hedeflemekte ve bu amaçla orta ve uzun vadeli çalışmalar planlanmaktadır.

Türk sigorta sektöründe 2007 yılından itibaren yapılan yasal düzenlemeler sektörün yasal altyapı anlamında eksiklerini büyük ölçüde gidermiş ve AB mevzuatıyla uyumlu hale gelmiştir. Önümüzdeki dönemde de yaşanan gelişmeler çerçevesinde düzenlemelerde güncellemeler yapılması beklenmektedir.

Gelişmiş ülkelerde sigortacılık alanında önemli bir paya sahip olan ve ülkemizde de yakın gelecekte gelişmesi öngörülen sorumluluk sigortaları ve finansal kayıplar sigortaları gibi sigorta dallarında yasal altyapının tamamlanması ve uygulamada yaşanan aksaklıkların giderilmesi öncelikli hedefler arasındadır. Diğer taraftan hayat sigortacılığının daha iyi mevzuat altyapısı ile yaygınlaştırılması yönünde yapılan çalışmalar hız kazanmıştır.

Kamu otoritesi Türk sigorta sektörünün gelişimi ve uluslararası standartlara uygun hale getirilmesi yönünde geçtiğimiz yıllarda yaptığı tüm çalışmalar ve mevzuat düzenlemeleri ile şirketlerimiz halihazırda devam ettirdikleri reklam kampanyaları ve Birliğimizin halkımızdaki sigorta bilincini geliştirmek adına yaptığı bilinçlendirme çalışmaları ile sektörün tüm aktörleri üzerlerine düşen görevleri yerine getirmeye devam etmektedirler.

Öngörülen hedeflerin gerçekleşmesi ile birlikte sigorta sektörünün Gayri Safi Yurtiçi Hasıla içindeki payının gelişmiş ülkeler seviyesine ulaşması amaçlanmaktadır. Bu kapsamda 2023 yılında Türk sigorta sektörünün toplam prim üretimin en az 20 milyar dolar seviyesine ulaşacağı öngörülmektedir.

Hüseyin Erkan*

2023'TE İSTANBUL BİR FİNANS MERKEZİ

Cumhuriyetimizin 100. yılını kutlayacağımız 2023 yılında sermaye piyasası sektörü olarak, ülkemizin hedef koyduğu ideallere ulaşmak yönünde tüm gücümüzle çalışmaktayız. Bu çerçevede sektörümüzün mevcut durumu ve hedefleri üzerinde bir değerlendirme yapmadan önce, genel bir durum analizi yapmanın doğru olacağı düşüncesindeyim.

Ülkemizde 2001 yılında baş gösteren ekonomik krizin etkileri çok ağır olmuş ve finans sektöründen reel sektöre kadar her kesimi derinden etkilemiştir. Bu olumsuz etkiler, alınan tedbirler ve istikrarlı makro ekonomik politikalar doğrultusunda ortadan kalkmaya ve ekonomimiz hızla ilerlemeye başlamıştır. Bu ilerleme döneminde, global piyasalarda ortaya çıkan dış kaynaklı kriz, özellikle 2008 yılından itibaren tüm dünyayı etkisi altına almıştır. Ülkemiz, 2001 yılında yaşadığı krizden edindiği tecrübeler ve o dönemde finans piyasasına yönelik aldığı önlemlerin de yardımıyla global krize diğer ülkelere oranla daha hazırlıklı yakalanmış ve krizin etkilerinin hafiflemesiyle birlikte de ülkemiz ekonomisi hızla öne çıkan ülkelerin başında gelmiştir. 2010 yılının başında üç ayrı derecelendirme kuruluşunun ülkemizin notunu yükseltmesi ve çok kısa bir süre önce de yine bir derecelendirme kuruluşunun ekonomimizin görünümünü

* İMKB Başkanı

durağandan pozitif çevirmesi, IMF ve OECD'nin önümüzdeki dönemde Türkiye ekonomisinin en hızlı büyüyecek ekonomiler arasında ilk sıralarda olacağını ifade etmeleri gelişme potansiyelimizin önemli göstergelerdir.

Ülkemizin sahip olduğu potansiyeli daha fazla açığa çıkarabilmesi ise hiç şüphesiz etkin işleyen bir finans piyasasının varlığına bağlıdır. Finans piyasaları, ülkelerin kalkınmalarında önemli bir fonksiyona sahip olan ve tasarruf sahiplerinin birikimlerinin sisteme kazandırılmasına aracılık ederek yatırımların finanse edilmesini sağlayan, dolayısıyla da ekonominin canlanmasını ve büyümesini ivmelendiren bir güce sahiptir. Bu kapsamda, finans piyasalarının büyümeye aracılık etme gibi oldukça önemli bir rolü bulunmakta ve bu fonksiyonun yerine getirilmesinde uzun vadeli fonlara erişimi sağlayan sermaye piyasaları gittikçe kritik bir öneme sahip olmaya başlamaktadır.

Bu çerçevede, başkanı olduğum ve 2010 yılında kuruluşunun 25. yılını kutlayan İstanbul Menkul Kıymetler Borsası, insan yaşamı için bile çok kısa bir süre olan 25 yıl içinde çok büyük bir gelişme kaydederek finans piyasamızın önemli ve güçlü kurumlarından birisi haline gelmiştir. Borsamız kuruluşundan bugüne kadar halka arzlarla ekonomiye 49 milyar ABD doları fon sağlamıştır. Piyasalarımızda 340'a yakın şirketin hisse senedi, 12 adet "Borsa Yatırım Fonu", 22 adet "Aracı Kuruluş Varantı" işlem görmektedir. Bugün 1 milyonun üzerinde yatırımcı sermaye piyasamızın sunduğu imkânlardan faydalanmaktadır. 2010 yılında hisse senetleri piyasamızda 426 milyar ABD doları, tahvil ve bono piyasasında ise 2,3 trilyon ABD doları işlem hacmi gerçekleşmiştir. Bununla birlikte İMKB, gerek teknik altyapısı, gerekse yetişmiş insan gücü itibarıyla bu rakamların çok ötesindeki hedefleri rahatlıkla gerçekleştirebilecek kapasitede bulunmaktadır.

Türk sermaye piyasası hakkında genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, sermaye piyasamız gerek kurumların tabi oldukları mevzuat ve hukuki altyapı, gerekse borsaların işleyiş ve teknolojik altyapısı açısından son derece gelişmiş ve dünya standartlarında bir yapıya sahiptir. Piyasalarımızda gerçekleştirilen işlemlerin takasının yapıldığı İMKB Takas ve Saklama Bankası A.Ş. ile menkul kıymetlerin kayden izlendiği Merkezi Kayıt Kuruluşu, gerek teknolojik altyapı gerekse yetişmiş insan gücü açısından benzerlerinin arasında ön sıralarda yer almaktadır. Benzer şekilde, ülkemizin ilk organize vadeli işlemler piyasası olan Vadeli İşlem ve Opsiyon Borsası A.Ş. de kuruluşundan itibaren kısa bir süre geçmiş olmasına karşın, işlem hacmi olarak önemli gelişme kaydetmiş ve yatırımcılara riskten korunma imkanları elde etme konusunda yeni bir kapı açmıştır. Diğer taraftan, yatırımcıların finans piyasalarındaki işlemlerine aracılık eden kurumlarımız da Sermaye Piyasası Kurulu'nun düzenlemeleri çerçevesinde kaliteli işgücüne, yeterli teknik donanım ve kontrol mekanizmalarına sahip bulunmaktadırlar. Bunların yanı sıra, yasal sistemimize yatırımcıları koruma fonu, tedrici tasfiye, müşteri ismine saklama, yatırımcı blokajı ve sermaye yeterliliği gibi çok sayıda güvenlik unsuru da yerleştirilmiş bulunmaktadır. Tüm bunların

ötesinde kurumlarımız, sermaye piyasalarına ilişkin mevzuat düzenlemelerini Avrupa Birliği müktesebatı ve dünya standartları ile uyumlaştırmak konusunda özen göstermektedirler.

Sermaye piyasalarının ülkemizde son 25 yılda kat etmiş olduğu mesafe memnuniyet verici olmakla birlikte asla yeterli değildir. Bugün İstanbul Sanayi Odası'nın ilk 1.000 şirketinden sadece 120'si halka açılmış bulunmakta ve borsada işlem görmektedir. Bu tespit diğer bir yönüyle de önümüzdeki döneme ilişkin sahip olduğumuz potansiyelin büyüklüğünü göstermektedir. Halka açık şirketlerimizin piyasa değerini ülkemizin Gayri Safi Yurtiçi Hasılasına oranladığımızda, dünya ortalamasının altında kaldığı görülmektedir. Benzer bir durum borçlanma araçları açısından da karşımıza çıkmaktadır. Repo işlemleri açısından dünyanın en aktif piyasalarından birine sahip olmamıza karşın özel sektörün tahvil/bono ihracı yoluyla kaynak temini çok sınırlı kalmıştır. Özellikle son yıllarda faiz oranlarının düşmesiyle birlikte şirketlerimizin borçlanma araçları ihracında artış olacağını beklemekteyiz. Sahip olduğumuz bu potansiyeli hakkıyla değerlendirebilmek amacıyla Sermaye Piyasası Kurulu ve ilgili diğer tüm kurumlarla birlikte yoğun çalışmalar yürütmekteyiz. Bu çerçevede, 2010 yılında şirketlerin halka açılmaları için gerekli koşullar önemli ölçüde serbestleştirilmiş, halka arz prosedürleri basitleştirilmiştir. Ayrıca SPK, TOBB, TSPAKB ve İMKB arasında 2008 yılında imzalanan İşbirliği Protokolü ile Halka Arz Seferberliği başlatılarak, ülkemizin çeşitli illerinde toplantılar düzenlenmiş, halka arz konusunda hem şirketler hem de yatırımcılar nezdinde bir farkındalık yaratılmaya çalışılmıştır. Bu çalışmalar sonucunda, 2001 yılından bu yana ilk defa bu yıl halka arzlarda oldukça başarılı bir yıl yaşanmış ve biri yabancı olmak üzere 22 şirketin halka arzı ile 3 milyar TL'nin üzerinde bir kaynak ekonomiye aktarılmıştır. Bunun yanı sıra, 15 şirketimiz de toplam 1,9 milyar TL nominal tutarlı borçlanma aracı ihraç etmiştir.

Fırsat olarak gördüğümüz bir diğer alan da uluslararası arenadaki yerimizdir. Ülkemiz coğrafi olarak sahip olduğu stratejik önemdeki konumunu finans piyasalarına yansıtma ve küresel bir finans merkezi olma yolunda önemli adımlar atmaktadır. Bu kapsamda, İstanbul'un Uluslararası Finans Merkezi olarak yapılandırılması projesi, sektör olarak önümüzdeki en önemli fırsattır. Sermaye piyasası sektörünün tüm kurum ve kuruluşları bu hedefe yönelik gerekli çalışmaları başlatmıştır. İMKB olarak biz de bu hedefe dönük olarak bölgesel borsalarla işbirliklerini geliştirme ve ortak platformlar oluşturma yönünde yoğun çaba harcamaktayız. Bu çerçevede, Yunanistan Borsası ile ortak endeks oluşturulması, Avrasya Borsalar Federasyonu'nun başkanlığının yürütülmesi, İslam Ülkeleri Menkul Kıymet Borsaları Forumuna liderlik yapılması, Dünya ve Avrupa Borsalar Federasyonlarında aktif görevler alınması gibi önemli faaliyetlere imza atmış bulunuyoruz.

Önümüzdeki dönemde ise, sahip olduğumuz avantajları ve fırsatları iyi değerlendirerek yeni kazanımlar elde etmek istiyoruz. 2023 yılında ülkemizin dünyanın en büyük ilk 10 ekonomisi arasında yer almasına yönelik hükümetimizin

genel hedefini sektörümüz de paylaşmaktadır. Bu hedef ve yürütülmekte olan çalışmalar doğrultusunda, 2023 yılında İstanbul'u uluslararası bir finans merkezi olarak göreceğimizi düşünüyorum. Bu merkezin odak noktasında ise 1.000 şirketin işlem gördüğü ve nüfusumuzun % 10'una tekabül eden 7,5 milyon yatırımcının işlem yaptığı İMKB'nin yer alması en büyük arzumuz ve hedefimiz.

Hiç şüphesiz 2023 yılında İstanbul'u uluslararası bir finans merkezi olarak hedefliyorsak bunun gereklerini de yerine getirmemiz gerekiyor. Uluslararası bir finans merkezi, yerli ve yabancı tüm yatırımcıların ihtiyaç duyabileceği her türlü finansal ürünün düzenli ve güvenilir bir ortamda işlem görebileceği piyasalara sahip olmalıdır. Bu kapsamda, mevcut piyasalarımıza derinlik kazandırmamız, ürün çeşitliliğini artırmamız ve farklı risk-getiri profiline sahip ürünleri piyasalarımızda işleme açmamız gerekmektedir. Piyasalarımızda hisse senetleri, tahvil gibi geleneksel ürünler dışında çeşitli risk ve getiri beklentilerine hitap eden türev ürünler de yer almalıdır. Yine ürün zenginliğimizi arttırmak ve farklı beklentilere sahip yatırımcılara hitap edebilmek için, özellikle Körfez ülkelerinde yer alan, İslami finans ürünlerine yatırım yapmak isteyen yatırımcılara yönelik ürünleri de vakit geçirmeden yasal altyapısını oluşturarak geliştirmeli ve piyasalarımızda işlem gördürmeye başlatmalıyız.

Bu çerçevede önümüzdeki dönemdeki öncelikli hedefimiz, ortak bir teknoloji platformu oluşturmaya önderlik etmek suretiyle Türk sermaye piyasasında spot ve vadeli piyasalarda işlem gören ürünlere tek bir erişim noktasından ulaşılmasını sağlayarak alım-satım ve takasının yapılabilmesine imkân vermek ve böylece Türk sermaye piyasasına dünya ölçeğinde bir rekabet avantajı kazandırmaktır.

Diğer taraftan, 2023'te 1.000 şirketin Borsamızda işlem görmesi hedefine yönelik başlattığımız "Halka Arz Seferberliği" çalışmamız, gerek sektörden gerekse devletten önemli destek görmektedir. Bu konudaki çalışmalarımız, hedefe ulaşana kadar ivmelenerek devam edecektir. Piyasanın sadece arz yönünü değil, talep yönünü de geliştirmek için çalışmalar yapmak bir başka hedefimizdir. Bu kapsamda, 2011 yılında, SPK ve piyasanın ilgili kurumlarını da yanımıza alarak "Yatırımcı Seferberliği"ni başlatacağız. Biz bu çalışmalarımızı sürdürürken, uluslararası merkez olma hedefinin gereği olarak yatırımlara yönelik vergilendirme ve diğer maliyet unsurlarının da rakiplerimizle rekabet edebilecek düzeyde tutulması gerekmektedir.

Tüm bu gelişmeler ışığında düşünüldüğünde, ülkemizin finans alanındaki kalbi sayılan İstanbul, 2023 yılında her türlü ihtiyaca yönelik ürün çeşitliliği, 7/24 esasına uygun olarak çalışan ve etkin işleyen piyasaları, yerli ve yabancı çok sayıdaki yatırımcının ihtiyacını karşılayabilecek zenginliği ile uluslararası bir finans merkezi olabilecek potansiyele sahiptir. Yeter ki sermaye piyasası kurumları olarak bizler, düzenleyici kurumlarımız ve hükümetimiz hep birlikte bu hedefe yürüyelim ve bunun gereklerini geç kalmadan yerine getirebilelim.

YAZILIM

Selahattin Esim*

YAZILIM VE BİLİŞİM HİZMETLERİ İHRACATI VE 2023 VİZYONU

SEKTÖR POTANSİYELİ

Ülkemizin sahip olduğu kaynaklara baktığımızda, Türkiye'nin ciddi ve ısrarlı politikalar izlemesi halinde 2023 yılına kadar yazılım alanında 50 milyar dolar ihracat hedefine ulaşmamızın mümkün olduğunu düşünüyorum. Söz konusu hedefin nasıl gerçekleştirileceği hakkında konuyu biraz açıp bu iddialı hedefi neye dayandığımızı açıklamamız gerekiyor.

2023 yılında ulaşılması düşünülen 500 milyar dolarlık ihracat hedefini yakalayabilmemiz için bilişim hizmetleri ve yazılım sektörünün önünde her yıl Türkiye'nin büyüme oranından daha yüksek bir oranda büyüme potansiyeli mevcuttur. Girişimcilerin, diğer sektörlerden daha düşük yatırım sermayeleri ile kısa sürede katma değeri çok yüksek yazılım ürünleri üretmesi mümkündür.

Üniversitelerin, iş dünyasının, STK'ların ve bu konu ile ilgili bürokratların konuya sağlıklı ve somut çözümlerle yaklaşma iradesi sergilemesi halinde, Türkiye bu hedefleri gerçekleştirebilecek bir potansiyele sahiptir. Biz şunu iddia ediyoruz: Türk yazılım sektörünün önündeki engel küresel rekabet ve diğer ülkeler değil, bizatihi Türkiye'nin kendisidir. Bilişim hizmetlerinin bir türlü hak ettiği değeri göremediği ve sadece fiyat bazlı rekabetin iç piyasayı olumsuz etkilediğini düşünürsek tek çıkış yolu dış pazarlara açılmaktan geçmektedir.

* MÜSİAD Araştırmalar ve Yayın Komisyonu Başkanı; Esim Yazılım Genel Müdürü.

Türkiye'nin 50 milyar dolar bilişim hizmetleri ve yazılım ihracatı potansiyeli ve 2,5 milyon insana istihdam sağlama kapasitesi vardır. Bu istihdamın sağlanmasında üniversiteler yetersiz kalacağı için açığın süratle özel eğitim kurumları tarafından kapatılması gerekmektedir. Bu istihdam kapasitesi, Avrupa ülkelerinin ortalaması olan % 3,9 ile örtüşmekte olup Türkiye'nin son yıllarda gösterdiği gelişme göz önüne alındığında uzak bir hedef değildir. Ülkemizde ciddi bir bilişimci açığı söz konusuysa, özellikle gençlerimizin bu alana yönlendirilmesi işsizlik sorununa çözüm üretilmesi anlamında büyük önem taşıyor. Yapılan tüm araştırmalar, bilişim sektöründe bir kişi için istihdam yaratmanın 5.000 dolar civarında bir yatırım gerektirdiğini ortaya koyuyor. Diğer sektörlerde ise bu rakam 30.000 dolar ile 50.000 dolar arasında değişebiliyor. Tam burada, İŞKUR'un eğitim kurumlarına destek vermesi için acilen bir fon oluşturulması ve sürecin ciddi anlamda takip edilmesi gerekmektedir.

Türkiye'de bilişim sektörü büyük oranda ithalata dayalı ve donanım ağırlıklı olarak büyümüştür. Avrupa ve Amerika pazarlarındaki sektör dağılımında katma değer olarak görülmesi gereken yazılımlar ve hizmetler ortalama pazarın % 60'ını, donanım ise % 40'ını oluşturmaktayken, Türkiye'de bu oran % 20 ve % 80 olarak gerçekleşmektedir.

FİRMA YETERLİLİKLERİ

Türk bilişim hizmetleri sektöründe yer alan firmaların önündeki en büyük sorunlardan birisi kalite ve sertifikasyon konusudur. Başarı ve süreklilik kaliteli bir ürüne bağlıdır. Tarife dışı engel olarak CMMI belgesinin firmaların dış pazarlara girişlerinde büyük kazanımlar sağladığı bilinmektedir. Yazılım firmalarının genellikle ISO 9000 belgelerine sahip oldukları fakat CMMI, SPICE gibi belgelere sahip olmadıkları görülmektedir. Firmaların bu standart belgelere sahip olmaları için devlet desteği artırılmalıdır.

İkinci büyük sorun ise yurtdışında Türk bankalarının teminat konusunda bilişim hizmeti üreten firmalara yardımcı olmamasıdır. Bu konuda Ziraat Bankası ve diğer kamu bankalarının stratejik olarak belirlenmiş ülkelerde, en son Suudi Arabistan'ın Cidde şehrinde olduğu gibi şubeler açması hızlandırılmalıdır. Ayrıca Ziraat Bankası gibi kamu bankalarının rehabilite edilerek satılması fikri son derece yanlıştır ve eğer böyle bir strateji varsa bundan vazgeçilmesi bir kazanım olacaktır.

Türkiye'de Rekabet Kurumu bünyesinde bir "bilişim etik kurulu" kurularak ülkemizin etik değerlere önem verdiği ve haksız rekabet eden firmalar hakkında şikâyetlerin ve takibatların yapılacağını vurgulayan bir sistem oluşturulmalıdır. Ülkemizde bir referans sisteminin eksikliği gözlenmekte olup, haksız kazanç elde eden firmalar hakkında yıllarca süren davalar sonucunda hak sahibinin mağduriyeti bir türlü giderilememekte ve tabiri caizse "atı alan Üsküdar"ı geçmektedir".

Tekstil sektöründe buna benzer bir kurul olmadığı için, yurtdışına açılan başarılı firmalarda çalışanlar kendi çalıştıkları firmaların müşteri portföylerini çalarak şirketin karşısına daha düşük fiyat politikası ile çıkmışlar ve gücün bölünmesine neden olmuşlardır. Böylelikle bu sektör dışarıdaki rakiplerle uğraşacağına kendi ülkesinde kendi içinden çıkan ve etik kurallara uymayan haksız bir rekabet ile uğraşırken, gün geçtikçe sektörün içinde yer alan firmalar topyekûn pazarları kaybetme noktasına gelmişlerdir. Devletin vermiş olduğu teşvikler yurtdışında müşteri kapma sevdasına düşen ve hiçbir etik kuralı olmayan yeni küçük firmalar tarafından fiyat indirimi olarak uygulandığı için, tekstil sektörü teşvikleri doğru kullanamamış ve maliyetleri yüksek olduğu için fiyat rekabetinde dezavantajlı duruma düşmüştür.

DEVLET DESTEKLERİ

Bilişim içinde önemli bir yere sahip olması gereken yazılım sektörü, devlet tarafından bir türlü hak ettiği desteği görememekte ve teknoparklar dışında hiçbir vergi indiriminden yararlanamamaktadır. Elde edilen gelirin teknopark dışına çıkartılması esnasında da stopaj vergisi ile karşı karşıya kalınmaktadır. Yazılım üretimi esnasında donanımlar ve özel cihazlar dışında hammadde kullanılmadığı ve giderler kabul edilmediği için elde edilen gelirin büyük bir kısmı vergi olarak devlete geri dönmektedir. Yazılım sektöründe çalışan elemanların yüksek maaşlar alması nedeni ile SGK ve vergi oranları da çok yüksektir. Maalesef bu sektörde SGK bildirgeleri diğer birçok sektörde olduğu gibi asgari ücret üzerinden yapılamamaktadır. Yazılım sektörüne uygulanacak vergi indirimleri istihdamı arttıracığı gibi tüm giderlerin kanunen kabul edilmesi de ekonomiye kayıtlı bir girdi sağlayacaktır.

Avrupa, artık çalışanların kendi sağlık sigortalarını özel şirketlere yaptırmalarını kabul ve teşvik ederken ülkemizde halen zorunlu BAĞKUR ve SSK prim sistemi bulunmaktadır. Devlete ödenen yüksek prim rakamlarına baktığımızda özel sektörde hem bireysel emeklilik ve hem de sağlık hizmetleri sigortası çok daha düşük maliyetlere yapılabilir durumdadır.

Ülkemizin teknolojide inovasyon atılımını gerçekleştirmesi için önemli bir rol verilmiş olan TÜBİTAK maalesef özel sektörle olan ilişkilerini geliştirememiştir. Bazı işlerin bürokrasi çarkına takılmadan yürümesi için bu kurumun içine özel sektörden deneyimli ve bilgili kişilerin atanması gerekmektedir. İş dünyasına bakış açısı ancak bu şekilde değişebilir. TÜBİTAK özel sektörle rekabet etmemeli ve özel sektörün önünü açıcı politikalar geliştirmelidir. Üniversite-sanayi ilişkilerinin geliştirilmesi için yeterli politikalar üretilmemiştir. Üniversite, sanayinin çok gerisinde kaldığı için istenen teknolojileri üretememekte ve iş dünyasından sponsor firma bulamamaktadır.

TÜBİTAK desteklerindeki hakemlik müessesesi akademisyenler için bir gelir kapısı olmaktan çıkarılmalı ve projeler sadece bilimsel açıdan değil finansal ve pazar bulabilme açısından da incelenmelidir. Projeler yeterince incelenmeden yüzeysel raporlar verilerek üretilecek birçok fikir daha doğmadan çöpe atılmaktadır. Hakemlik kurumu akademisyenlerin tekelinde olmamalıdır. Bu müessese içinde işletmeci, pazarlamacı, finansçı, proje yöneticisi gibi özel sektörde deneyim kazanmış tecrübeli kişilerin bulunması projelerin daha doğru değerlendirilmesini sağlayacaktır.

Ar-Ge politikaları Türkiye'nin kanayan yarasıdır. Özel sektör bu çalışmalar için finans yetersizliği içinde kıvrınmakta ve bir türlü gerçek Ar-Ge çalışmasına kaynak ayıramamaktadır. Türkiye'deki risk sermayesi kaynakları bile yabancıların tekelinde kalmıştır. Bu ülkede, genç insanların ürettikleri güzel fikirler de yurtdışı kaynaklı yatırım şirketleri tarafından satın alınmakta ve ileride oluşabilecek büyük gelirler temlik altına alınmış olmaktadır. Bankaların, yapılan KOSGEB desteklerini bile KOBİ'lerin bankaya olan borçlarını bu desteklerden kullanacakları kaynaktan kapatmalarını taahhüt etmelerini şart koşarak aracılık ettiği bir ülkede yaşıyoruz. Büyük bankalarımızdan birisi hazırlamış olduğu kurnazca strateji ile KOSGEB desteklerinin büyük bir bölümünü ele geçirerek verilen destekleri kendine daha yüksek faizle nemalandıracağı kaynak oluşturma uyanıklığına dönüştürmüştür. Devletin iyi niyetle verdiği desteğin bankanın fonlarına akması ile KOBİ'ler yine ihtiyaçları olan nakit paraya kavuşamamışlardır.

SEKTÖRÜN GÜÇLÜ VE ZAYIF YÖNLERİ

Türkiye'de bilişim sektörünün montaj seviyesinde kalmasının ana sebeplerinden birisi de Türkiye'ye entegre devre üretme teknolojisinin getirilmemiş olmasıdır. Çok basit bir örnek vermemiz gerekirse; açıldığı zaman müzik çalabilen bir tebrik kartının içinde kullanılan entegreyi bile yapmakta dışa bağımlıyız.

Türkiye IC teknolojisine sahip olmadığı sürece bilişimin yurtiçi hasılaya katkısı çok etkisiz kalacaktır. IC teknolojisi bilişim sektöründeki üretimi arttırdığı gibi birçok yan sektörün modern teknolojilere geçmesinde ve gelişmesinde de katkıda bulunur. Özellikle makine sektörü, yurtdışında üretilen ve kimi zaman patent hakları devreye sokularak bazı ülkelere yapılan ihracata kısıtlama getirilen entegre devreler kullandığı için, Türkiye'de oluşturulacak bir üretimle bu engeller de aşılmış olacaktır.

2010 yılında dünyada 1 trilyon dolarlık toplam elektronik cihaz üretiminde 350 milyar dolarlık bölümün IC ve yarı iletken sektörü tarafından karşılandığına bakarsak, bu üretim teknolojisinin gücü çarpıcı bir biçimde karşımıza çıkar. Japonya örneğine baktığımızda IC teknolojisinin yurtiçi hasılanın % 30-40'ını karşıladığını görmemiz bu sektörün ne kadar önemli olduğunu ortaya koyar.

IC teknolojileri telif hakları çok güçlü şekilde korunmuş olduğundan bir ülkeye verilip verilmemesi stratejik bir karar olup Türkiye'nin bu konuda acilen milli bir politika üretmesi ve özel sektörün önünü açması gerekmektedir.

Bu stratejik bilgi, dünyada kimi zaman siyasi olarak kontrol altında tutulabilen ülkelere verilmiş veya Japonya ve sonrasında Çin gibi ülkeler tarafından bilgi casusluğu yapılarak ele geçirilmiştir. Bu teknolojiye sahip olan ülkeler ise telif haklarını koruyamadıkları için eninde sonunda işbirliği yoluna giderek süreci kontrol etmeye çalışmışlardır. Bu teknolojinin alınmasında devlet stratejik rol oynamalı ve özel sektöre aktarılmasında yapacağı devletler arası anlaşmalarla çeşitli güvenceler sağlamalıdır. Ülkemizin halen kendi ürettiği bir bilgisayar markasının olmamasının ana nedenlerinden birisi budur. Katıldığımız seminerlerde, yazılan raporlarda bu konuya ciddi olarak yaklaşılmadığını ne yazık ki müşahede ediyoruz. Bizim bilişim sektörümüz, ithalatçı ve kolay para kazanma odaklı olduğu sürece bu böyle devam edecektir. Üniversitelerin bilgisayar mühendisliği bölümlerinde dahi, laboratuvar eğitimlerinde hazır devrelerden oluşan kartlar kullanılmaktadır. Mikro işlemci üreten firmaların üretilen prototip donanımların üzerinde yazılım simülasyonu yapacak yazılım geliştirme araçları bildiğimiz kadarı ile hiçbir teknik üniversitede mevcut değildir. Bu eğitimi almayan mühendis pratikte tasarım yaparken doğal olarak hazır olan devre kartlarını kullanarak tasarım yapmaya çalışacak veya tesadüfen bu sistemleri kullanan bir şirkette çalışma şansı bulana kadar beklemek zorunda kalacaktır.

Sektörün güçlü yönü ise hızlı intibak etme ve çözüm üretme kabiliyetidir. Son yıllarda devlet nezdinde üretilen projeler sektörün kendisini geliştirmesini sağlamıştır. KOBİ'ler nezdinde ise bilişim kullanma oranı halen çok düşük olup % 15 seviyesindedir.

SEKTÖRE YÖNELİK TEHDİTLER VE FIRSATLAR

Sektöre yönelik tehditlerin başında, ülkemizde bir bilişim bakanlığının olmaması gelmektedir. Böylelikle kanunlar diğer bakanlıkların öncelikleri içerisinde arka plana düşmekte ve sahipsiz kalmaktadır. Bugün Avrupa'da birçok ülkede Bilişim Bakanlığı oluşturulması sıcak bir gündem maddesidir. Bunun sebebi ise milyonlarca Euro tutarındaki projelerin fiyasko ile sonuçlanmasıdır. Devletin her birimi kendi standartlarını oluşturmaya çalışmakta ve mükerrer kayıtlar oluşturularak israfa yol açılmaktadır. Bu projeler iyi yönetilmediği için sorunlar çıkmakta ve bu sorunlar bir türlü çözülememektedir.

Kompleks bilişim projelerini yönetmek bir uzmanlık işi olup bilgi birikimi gerektiren ve yönetilmesi zor süreçlerdir. Devletin oluşturduğu bilişim projeleri büyümeye başladığı anda kontrolden çıkmakta ve yönetilememektedir. Bürokrasi

çarkı ise ikinci büyük tehdit olarak önümüzde durmaktadır. Bürokrasinin, bilişim sektörü ve fırsatları hakkında bilgi birikimi yok denecek kadar azdır. Maliye elemanları, yazılım ihracatında herhangi bir fiziksel ürün olmadığından verilen hizmetler için kesilen faturalara şüphe ile yaklaşmaktadırlar. Çünkü geçmişte takılıp kaldıkları bir hayali ihracat sendromu halen önlerinde durmaktadır.

Ülkemizin son yıllarda itibarının artması tarihi fırsatlar doğurmaktadır. Son on yılda yapılan teknolojik gelişmeler bilişim sektörünün tecrübesinin artmasına katkıda bulunmuştur fakat bu gelişim bizce yeterince değerlendirilmemektedir. Tarihi fırsatların değerlendirilmesi yüksek kalitede bilişim hizmetlerinin ihracatını kolaylaştıracaktır. Bunu sağlamak için devletin acilen özel sektörün önünden çekilmesi ve geliştirilmek istenen tüm projelerin özel sektöre devri sağlanmalıdır.

Türk lojistik sektörünün çok iyi bir noktaya gelmesi ve kargo hizmetlerinin yurtdışına taşınması yazılım sektörü için bir fırsat oluşturacaktır. Taşınacak malların takibi ve taşıma süreçlerinin yönetilmesi ancak iyi bir IT altyapısı ve özel yazılım uygulaması ile mümkündür.

Sağlık sektöründeki yapılan reformlar ve bilgi teknolojilerine yapılan yatırımlar yazılım sektörü için önümüzdeki dönemde yurtdışına daha yoğun bir hizmet ihracatını birlikte getirecektir. Firmaların bu aşamada kaliteli ürün ve hizmet üretme bilinci ile hareket etmesi hem ülkemiz ve hem de sektörün geleceği açısından çok önemlidir.

Ülkemizde ulusal savunma sistemleri ihalelerinin Türk yazılım sektörüne açılması stratejik bir fırsat doğuracaktır. Buna en yakın örnek insansız hava aracı geliştiren Türk firmasının hak etmiş olduğu değeri bulmamasıdır. Bu sektör, ihracat olanakları en yüksek potansiyellerden birine sahiptir. İhale şartnamelerinin özel sektör katılımını teşvik edici mahiyette düzenlenmesi önümüzdeki on yıllık süreçte, çok hızlı katma değer üreten yazılım sektörüne büyük destek sağlayacaktır.

GELECEĞE DÖNÜK STRATEJİLER VE 2023 VİZYONU

Gençlerin geleceğin bilim adamları olarak yetişebilmeleri, maddi anlamda da tatmin olmaları ile mümkündür. Bir şarkıcının veya futbolcunun bilim adamından yüzlerce kat fazla para kazandığı bir ülkede çok az insan bilim adamı olup araştırma yapmak ve yeni fikirler geliştirmek için çalışır. Bilginin değerinin olmadığı bir toplum olmaktan çıkıp öncelikle telif hakları kanununun çağın gereklerine uygun bir hale getirilip bilginin korunması ve hak ettiği değeri bulması sağlanmalıdır. Kültür Bakanlığı nezdinde halen telif haklarının ve üretilen fikirlerin patent haklarının korunduğu bir bilgi bankası kurulamamıştır. Bilgi hak etmeyen kişilerin eline kolayca geçip paraya dönüşmekte ve fikri üreten insanlar bu değerden yoksun kalmakta; mahkeme kapılarında yıllar süren davalarda haklarını

aramak zorunda kalmaktadırlar. Türkiye süratle bilgiye değer veren bir topluma dönüşmelidir.

2023 yılına kadar kalan 12 yıllık süre içerisinde yazılım ve bilişim ihracatının iyi takip edilebilmesi için ihracatçı birlikleri içerisinde sadece bilişim sektörüne yönelik özel birlikler acilen kurulmalıdır. Yazılım sektörü olarak yapılan ihracatlar şu anda kayıt altında değildir. İnternet üzerinden indirilerek kullanılan ve kredi kartı ile ödenen birçok yazılım ürünü bulunmasına rağmen bu gelirler ihracat gibi görünmemektedir.

TOBB bünyesinde kurulan “Yazılım Sektör Meclisi”nin dinamik bir şekilde sektörün sorunlarını araştırıp gerekli devlet birimlerine çözüm ve önerileri aktarması sağlanmalıdır.

Yazılım sektörü stratejik bir sektör olarak kabul edilmelidir. Üzerinde bu kadar çok konuşulan, devletin birimleri tarafından fikir alınan fakat stratejik hiçbir fikir üretilmeyen bir sektör olmaktan çıkartılmalıdır. Özel sektör ve STK’ların fikirlerini paylaşabilecekleri proje ve fikirlerine yönelik dinamik çözümler üreten devlet kurumu karşılarında mevcut değildir.

Acilen bir Bilişim Bakanlığı kurulup başına da iş dünyasının dinamiklerini bilen, bilgi birikimi ve vizyonu yeterli olan birinin getirilmesi birçok sorununun çözülmesini ve sektörün karşısında bir muhatap bulunmasını sağlayacaktır.

VİZYONA DÖNÜK TEMEL AMAÇ VE POLİTİKALAR

Maalesef, üniversiteler iş dünyasının dinamiklerinin çok gerisinde kaldılar ve teknolojiyi yakından takip edemiyorlar. Burada kendisini iyi yetiştirmiş değerli hocalarımızı tenzih ederek iş dünyasının çok hızlı gelişen dinamiklerinin bilimsel bir yaklaşımla yakalanmasının zor olduğunu vurgulamak istiyorum.

Amerika’da bile Ford fabrikalarında kullanılan “Tam Zamanında Üretim” (JIT-Just In Time) adlı yöntem ancak 60 yıl sonra Harvard Üniversitesi’nin hocaları tarafından teoriye dönüştürülmüştür. Bu durum sadece ülkemize has bir durum değildir.

Eğer bu böyle olmasaydı, halihazırda bulunan 25 teknoparktan birçok başarı öyküsü çıkardı veya dünyanın tanınmış teknoloji firmaları Ar-Ge bölümlerini Türkiye’de kurmak için yarışlardı.

Okullarda, bilim ve teknoloji parklarına, sanayi tesislerine geziler düzenlenerek gençlerin bu alanlara ilgi duymaları sağlanmalıdır. Türkiye’de geziler hep turistik veya tarihi amaçlı olup teknolojik geziler pek yaygın değildir. Türkiye’de sıfır

hata ile otomobil üreten fabrikalarımızı kaç öğrenci görmüştür, diye sorsak, alacağımız cevap bizi şaşırtmamalıdır. Halbuki içinde mühendislik yeteneği olan bir çocuğun, orada ilgisinin ilk tohumlarının atılacağı bir ortamı görmekle vizyonu değişebilir. Japonya'da ilköğretim öğrencileri önce Hiroşima'ya götürülerek ülkenin geçmişinde derin bir yara olarak iz bırakmış atom bombasının ülkeyi nasıl çokerttiği onlara gösterilir. Bu duyguları yaşayan çocuklar daha sonra Shinkansen hızlı trenine bindirilerek, ülkenin azimli çalışma sonucunda gelmiş olduğu teknolojik seviye onlara gösterilir. Böylelikle özgüvenlerinin artması sağlanmak istenir.

Bugün Çin, uzay çalışmaları ve diğer teknolojilere milyarlarca dolar yatırım yaparak elde edeceği başarı ile 'ben bir teknoloji ülkesiyim' imajını oluşturmaya çalışmaktadır. Bu yumuşak güç politikası, Çin'de üretilen teknoloji ürünlerine güveni arttırmaktadır. Türkiye'nin bu doğrultuda kendi uçağını, otomobilini üretme veya uzaya astronot gönderme gibi bir stratejik proje hedefi olmalıdır.

Akademisyenlere belli bir süre özel sektörde çalışma veya özel sektörle birlikte proje üretme şartı getirilmelidir. Bilim adamlarımızın özel sektörle proje geliştirme veya özel sektörün önüne Ar-Ge projeleri koyma özgüveni ancak bu şekilde geliştirilebilir. Özel sektörden üniversitelere sponsorluk için sermaye akışının kolaylaştırılması gerekmektedir. Sadece teorik bir dünyada yaşayan bilim adamı nasıl pratiğe yönelik fikir üretebilir, öncelikle bunu sorgulamamız lazım. İşe alacağımız mühendisler matematik derslerinde öğrenmiş oldukları diferansiyel denklem veya üçlü integralin pratikte nerede kullanılabilir olduğuna dair bir soru yönelttiğimizde, bugüne kadar bir tane doğru örnekleme yapan genç bir aday ile karşılaşmadık desek herhalde abartmamış oluruz. Matematikte Möbius tranformasyonlarını ders olarak gören fakat uçakların kanatlarının yapımında kullanıldığını bilmeyen mühendisler (uçak mühendisleri hariç) yetiştiriyoruz. En iyi okullardan mezun olan adaylar dahi bu konuda fikir sahibi değilse uzay araştırmalarında neden geri kaldığımız veya kendi uçağımızı halen neden yapamadığımız kimseyi şaşırtmamalıdır. Ülkemizde eğitim, hazır teknolojileri kullanmak üzere verilmektedir, ancak bu yanıltan bir an önce vazgeçilmelidir.

Yurtdışındaki tanınmış üniversitelerde ve firmalarda çalışan Türkler ancak çok çekici vergi indirimleri ve uygun yatırım olanakları sağlanırsa ülkelerine döneceklerinden bu kapının açılması teknoloji transferini hızlandıracaktır. Tayvan ve şimdilerde Çin, bu politika ile yüzlerce mühendisin bulunduğu ülkelerden teknoloji transferi yapmalarına olanak sağlayarak bilgi açıklarını süratle kapatmışlardır. Türkiye bu olanağı geçmişte yaşanan kötü tecrübelerle bakarak göz ardı etmemelidir. Her hata bir tecrübedir.

Ülkede bir efsane haline dönüşen ve herkesin hakkında uygulama yapmadan veya gelişmiş ülkelerdeki kümelenme stratejilerini derin bir şekilde araştırmadan yazılar yazdığı 'kümelenme' ise yine hak ettiği ilgiyi ülkemizde sadece sloganlarda

kalacak şekilde görmüştür. Kümelenme politikaları sektörel bazda olmalıdır. Bilgi belli bir yöreye hapsedilemeyecek kadar uçsuz bucaksız bir kaynaktır. Bizde kümelenme kavramı tek bir üniversite, tek bir şehir, tek bir teknopark, tek bir hoca ve ekibi, kısacası her şeyde tek olmak üzere kurulu olduğu için başarılı olamamaktadır. *Toplum olarak birlikte çalışma, üretme ve paylaşma yeteneğimizi hızla canlandırmalıyız.*

ÖNCELİKLER VE UYGULAMA ÖNERİLERİ

Uluslararası yatırımlara öncelikli aday olan İstanbul, stratejik bir bilişim politikası ile yönetilmeli ve bütün uluslararası şirketlerin konuşlanmak istediği konumunu ön plana çıkartabilecek bir stratejiye kavuşmalıdır. Avrupa'daki 500 bilişim şirketinin yöneticilerine yönelik yapılan bir ankette “Yazılım üretimi konusunda en çok hangi ülkeyle çalışmayı tercih edersiniz ve nedenleri nelerdir?” diye sorulduğunda çok çarpıcı bir istatistik ortaya çıkmıştır: İlk akla gelebilecek cevabın “Hindistan” olduğu düşünebilir, fakat Çek Cumhuriyeti anketten birinci olarak çıkmıştır. Ülkeler arasındaki saat farkı, uçuş süresi ve kültürel farklar parametre olarak alındığında, gerçekten de Avrupalı bir bilişim yöneticisinin bir saat içerisinde ulaşacağı, yarım saatlik bir zaman farkı olan ve kültür olarak da kendisine daha yakın hissettiği bir ülkeyle çalışmak istediği ortaya çıkmıştır. Böyle bir yönetici aynı gün içerisinde toplantılarını yapıp akşam evine dönmeyi tercih edebilir. Bu açıdan bakıldığında İstanbul da aynı konuma çok yakındır. İstanbul, konumuyla bir “bilişim şehri” olmaya en yakın adaydır. Bu konuda çok geç kalınmış değildir. “Bilişim Vadisi Teknoparkı” hiç vakit kaybetmeden hayata geçirilmelidir.

Bugün geldiğimiz noktada, bilişimde Mısır gibi gelişmekte olan bir ülkenin bile gerisinde kaldığımızı ne yazık ki müşahade ediyoruz. Türkiye’de pek çok alışveriş merkezi, gayri menkul yatırımı var ama dünya çapında bir tane teknopark ne yazık ki yok. İstanbul gibi bir şehirde teknoloji firmalarına yönelik bir bilgi teknolojileri altyapısı olan “akıllı ofis binası” bulunmuyor; olanlar da bir elin parmakları kadar. Yapılanlar ise hep rant gözetilerek muhakkak bir şeyleri eksik olarak yapılıyorlar. Dünyada hiçbir yerde dört duvar boş olarak teslim edilen bir ofis mekânı bulamazsınız. Burada kiraladığınız ofisin içine bir sürü ölü yatırım yapıp yarın giderken de arkanızda bırakmak zorunda kalıyorsunuz. Bu büyük bir israf. Dubai Internet City’de mükemmel bir ofis kiralayabileceğiniz bir ücrete size İstanbul’da hiçbir teknik altyapısı olmayan dört duvar kiralyorlar. Dubai Internet City web sayfasına gittiğinizde orada yer alan firmalara göz atmanız, çöle yakın bir ortamda kurulan bir cazibe merkezine bile dünya çapında firmaların nasıl itibar edeceğini göstermesi açısından çok önemlidir. Burada TOKİ gibi kuruluşlara rant sağlamaktan da öte çok önemli bir sosyal görev olarak özellikle bilişim firmalarının yerleşeceği ve altyapısı mükemmel olan ofis binaları içeren bir bilişim vadisi yapmak düşüyor.

Türkiye’de kurulan teknoparkların çoğu maalesef hep şehirden uzağa ve ulaşımı zor yerlere kuruluyor. Şehirden uzak yerlerde giderlerin daha düşük olması beklenirken kiralar ve personel giderleri çok daha yükseliyor. Ülkenin önünü açacak teknoparkların kurgusu ve yola çıkış amacı tamamen rant üzerine kurulu olmamalıdır. Ufak bir örnek vermek gerekirse, aynı üniversite bünyesinde teknopark kuruluyor ve öğrenciye 5 TL’ye verilen yemek 25 metre ötedeki teknopark binasında aynı firma tarafından 15 TL’ye satılıyor. Bunu anlamak mümkün değil. Rantın her şeyin önüne geçtiği bir ülkede, şehir içindeki devlet arazileri bu gibi ülkenin önünü açacak projelere tahsis edilmiyor. Bu zihniyet değişmelidir ve teknopark deyince şehir dışına kurulan ücra yerler düşünülmemelidir.

Stad yaparken bile taraftarların stada ulaşmaları için metro yapmayı dahi ihmal etmeyen devlet, şehirden uzak ücra yerlerde teknoparklar oluşturup insanların buraya nasıl geleceği ile ilgili en ufak araştırmayı yapmayı dahi gelen şirketlerin düşünmesi gereken bir sorumluluk olarak görüyor. Nasıl olsa bu şirketler servis tutmak zorundadırlar, diye düşünülüp büyük bir israf kapısı açılmış oluyor. Futbolun bu ülkeye kazandırdığı çok fazla bir katma değer olmadığı halde bu ülkeye milyar dolarlar kazandıracak bir sektör için her nedense çok cimri davranılıyor. Bilişimcilerin minibüsçüler derneği kadar değeri olmadığını veya etkin olmadıklarını görmek gerçekten üzücü bir durum.

Kurulacak olan “bilişim vadisi teknoparkı”nda en azından projelere kredi veren bir bankacılık sisteminin olması gerekir. Burada önemli bir konu olan risk sermayesi Türkiye’de % 100 garantili risk sermayesine dönüşünce güzel fikirleri olan insanlar ipotek verecek bir birikime sahip değillerse bu fikir daha doğmadan ölmüş oluyor. Halbuki yurtdışında öncelikle projeye kredi veriliyor. Amerika’da 10 tane şirkete 1 milyon dolar yatırım yapıldığında fizibilite etütleri sonucunda başarılı olma şansı en yüksek projelere yatırım yapılmasına rağmen bunlardan 9 tanesinin zaten hedefi yakalama şansının, bir risk içerdiği biliniyor. Bunun adı gerçek risktir. Bu yatırım yapılan firmalardan bir tanesi muhakkak çok başarılı oluyor ve 100 milyon dolarlık bir başarı yakalandığında büyük bir geri dönüş oranı da sağlanmış oluyor. Riskin olduğu yerde kazanç vardır prensibi işte böyle gerçekleşiyor.

SEKTÖREL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Özel sektörün önündeki en büyük engellerden birisi de devlet nezdinde kendilerini geliştirecek büyük projeler alamamalarıdır. Bürokratlar çarpık ihale sistemi ile en ucuz fiyata bilişim projeleri yaptırmayı hedeflediklerinden, projeler deneyimsiz ve teknoloji yoksunu firmalara verilmekte, sonrasında ise projelerin başarısız olmasından özel sektör sorumlu tutulmaktadır. Bürokratlarımızın büyük çoğunluğu yazılım firmalarına olan güvenlerini bu nedenle yitirme noktasına gelmişlerdir. Yapılan ihalelerde gereksiz birçok evrak istenmekte fakat şirketlerin yeteneklerine bakılmamaktadır.

Örneğin İngiltere’de şartnameler birkaç sayfayı geçmez. Yapılacak iş bellidir ve bu işe talip olan firmaların önü açılarak bugün dünyada dev projeler alan yetenekli bilişim firmalarının ortaya çıkmaları sağlanmıştır. İngiltere’de geçmiş dönemde başbakanlık yapmış olan Margaret Thatcher 1983 yılında radikal bir karar alarak devletin telekom şirketini özelleştirmeden önce iki özel firmaya telekomun sahip olduğu tekelleri kırarak iletişim hizmetlerini satma yetkisini vererek rekabet etme yeteneklerini geliştirmelerini sağlamıştır. Bu strateji, bugün dünyada O2 ve Vodafone adı ile iki dev şirketin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Özel sektöre büyük devlet projeleri verilerek firmaların uluslararası projeler alabilecek boyuta gelmeleri sağlanmalıdır. Devlet elindeki büyük kaynakları kullanarak özel sektörle kesinlikle rekabet etmemeli ve kendi içinde yazılım projeleri geliştirme hevesinden vazgeçmelidir.

Bu tür büyük projelerin nasıl bir dünya başarı öyküsüne dönüştüğü hakkındaki en iyi örnek ise 1990 yılındaki Amerikan Ulusal Bilim Vakfı’nın (National Science Foundation) dijital arşiv projesinin bugün tüm dünyada bilgiye erişmek için kullanılan ve 200 milyar dolar değerinde Google şirketini ortaya çıkarmasını gösterebiliriz.

Dünya Ticaret Örgütü’nün (WTO) 2004 yılı verilerine göre Hindistan’ın toplam ihracat ve hizmetinin % 13,68’i, İsrail’in toplam ihracat ve hizmetinin % 4,38’i, Finlandiya’nın toplam ihracat ve hizmetinin % 3,15’i yazılım ve BT servislerinden oluşmaktadır. Türkiye’de ise bu oran % 4,3’tür. Ülkemizin, son yıllarda yapılan atılımlarla, bilgi birikimi açısından bu ülkelerden çok farkı bulunmamasına rağmen yetişmiş insan gücü açısından eksikleri ortadadır.

Yetişmiş insan gücü oluşturulması için bilişim eğitiminin nicelik ve nitelik olarak genişletilmesi ve bilişim okuryazarlığının artırılmasına yönelik faaliyetlere süratle ağırlık verilmesi gerekmektedir. Yazılım devlerinin bulunduğu bir ortamda, Türk yazılım ihracatı ancak çok ciddi nicelik ve niteliğe sahip olan yazılım işgücü oluşturulması ile artırılabilir.

Biz hep sistemin dışına çıkan, etik kurallara uymayan kişilere göre bir sistem oturtup etik kurallara uyan insanların önünü kesiyoruz. Gelişmiş ülkelerde sistemler, herkesin etik kurallara uygun hareket ettiğinden ve etmeyenlerin hangi kural koyulursa koyulsun bir açık kapı bularak niyetini gerçekleştireceğinden yola çıkılarak kurulmuştur. Kurallara uymayanlar en ağır şekilde cezalandırılır, uyanlar değil. Etik değerleri olan erdemli genç girişimciler yetiştirme konusunda eğitim kurumları zayıf kalmaktadır. Aslında ülkemizde erdemli işadamları olduğu halde ön planda hep bu değerlere sahip olmayan, uyanık, fırsatçı, medyatik profiller toplumun önüne örnek olarak sunulmaktadır. Tarihimizde yaşatmış olduğumuz ahilik anlayışının ne olduğu günümüzde çok anlam ifade etmese de “pabucunun dama atılması” deyi mi bu gelenekten çıkmıştır. Ahilik geleneğinde işini doğru yapmayan esnaf, akşam geleneksel toplantıların yapıldığı mekânı terk

ettiğinde pabucunun karşı evin damına atıldığını görürdü. Bu, etik kurallara uymadığından dolayı teşkilattan atıldığının kibarca bir ifadesiydi. Zamanımızda ise, özellikle yurtdışına açılımda, geçmişten bugüne taşıdığımız itibarımıza leke düşüren birçok girişimci bunun karşılığında ülkenin diğer girişimcilerinin önünü tıkadığı halde bütün bunları tespit edecek bir referans sistemi bulunmamaktadır.

Avustralya'dan gelen bir eğitimcinin verdiği bir seminerde, ülkemizin SWOT analizi yapılırken, en zayıf tarafımızın sektördeki firmaların birbirleri ile görüşmemesi olduğu tespiti yapılmıştı. Avustralyalıların, dünyanın öbür ucundan bunu görebilmeleri, fakat bizim halen bunun bilincinde olmamamız üzerine düşünülmesi gereken bir durum. Herkes kendi fikrinin ve ürününün en iyi olduğuna inanıyor, 'ben sektördeki herhangi bir firma ile ortaklaşa ne üretebilirim' düşüncesi maalesef çok zayıf, işbirliği ise yok denecek kadar az. Bir firmanın her şeyi üretmek istemesi zaman içerisinde maliyetleri arttırdığı için şirketler başarısız olmaktadır. Bir başkasının ürününü kopyalamak hiçbir zaman başarı garantisi getirmez. Eğer getirseydi ucuz uçuş imkânı sağlayan Amerikan Southwest Airlines'ın stratejisini kopyalayan ve firmaya Continental Lite adını veren Continental şirketi başarılı olurdu. Maliyetlerini kontrol edemeyen Continental 1993'te kurduğu bu şirketi 1995 yılında kapatmak zorunda kaldı.

Biz bu hedeflere ancak çok çalışarak ve inanarak varabiliriz. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı değişiklikler karşısında özellikle yazılım sektöründe firmalarımızın rakiplerden önce hareket etmek, yeniyi sunmak ve var olanı daha da geliştirme bilincini taşımaları başarının anahtarı konumundadır. Bu sektörde kaliteli rekabetin önümüzü açacağını ve çitayı yükselttiğimiz hedeflere ancak çalışarak ve etik kurallara uygun davranarak gelinebileceğini düşünüyoruz. Ülkemizin insanı artık birlikte çalışmayı ve paylaşımcı olmayı öğrenmelidir.

Turgut Gürsoy*

SEKTÖR POTANSİYELİ, GELECEĞE DÖNÜK STRATEJİLER VE 2023 VİZYONU: VİZYONA İLİŞKİN TEMEL AMAÇ VE POLİTİKALAR

Bilgi ve İletişim Teknolojileri Uluslararası Rekabette Belirleyicidir!

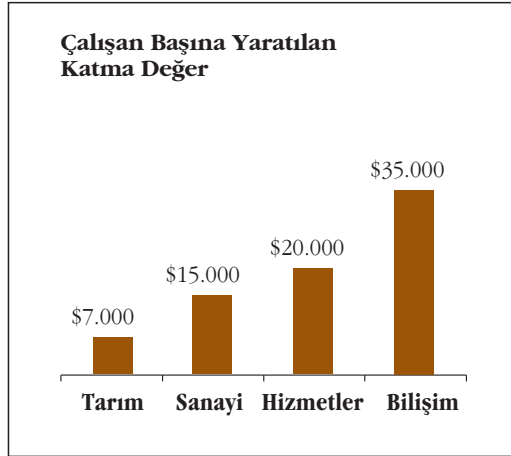
Dünya ekonomisinin kaynakları ve ekonomide yaratılan değer paylaşımı değişim içindedir. Malın bir yerden bir yere transferi sırasında oluşan değer, yavaş yavaş bilgi ve içeriğin bir yerden bir yere transferi sırasında oluşan değerle yer değiştirmektedir. Malı taşıyan aygıtlar ekonomiyi büyütürken, öte yandan paralel bir şekilde bilgi ve iletişimi taşıyan kanallar da yine ekonomiyi büyüten bir parça haline gelmektedir. Önceden birbirinden ayrı olarak gelişen sektörler, şimdi teknolojinin daha da gelişmesiyle birbirinin ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yakınsama, dünyada dijital ekonominin ve bilgi toplumunun itici gücü olmuştur.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin global ölçekteki stratejik önemi, konuyu sadece sektörel bazda değil, ülke ekonomileri boyutlarında da ele almamızı gerektirmektedir. Dünya çapında birçok başarı öyküsü sonuçlarına göre bilişim teknolojileri cihazlarına yatırım, binaya ya da geleneksel makinaya yapılan yatırıma göre 3 ile 7 kat arasında fazla getiri sağlamaktadır. ABD'de Massachusetts Institute of Technology'de (MIT) yapılan araştırmalarda, bilgi teknolojisi alanında yapılan 1 dolar yatırım, topluma getirisi 2 dolar mertebesinde olduğunu göstermektedir.

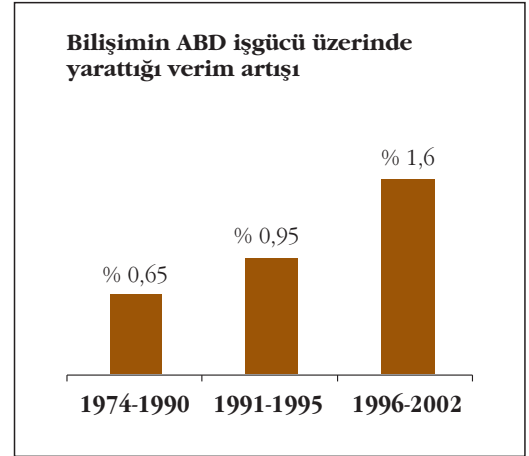
* TUBİSAD Yönetim Kurulu Başkanı

Bilişim sektörü büyümeye iki alanda güç sağlar. Birincisi, bilişimin kendi dikeyinde ürettiği değer ve bunu üretme hızıdır. Bilgi ve iletişim teknolojileri firmaları sanayi firmalarının 50 yılda katettiği mesafeyi, 5 yıl içinde alabilmekte, çok daha düşük sermayelerle büyük sanayi şirketlerinin pazar değerlerini yakalayabilmektedir. Ayrıca bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründe çalışanların ücretleri, diğer endüstrilerin ortalama % 50 üzerindedir ve ülke refahının gelişmesinde daha yüksek etki sağlamaktadır. Fakat bilişim teknolojilerinin sağladığı büyüme daha da yüksek etkiyi kendisi dışındaki sektörlerde göstermektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri her sektörde firmaların üretkenliğini ve verimliliğini arttırmak suretiyle büyümelerini desteklemektedir.

Şekil 1. Ortalama kişi başı katma değer

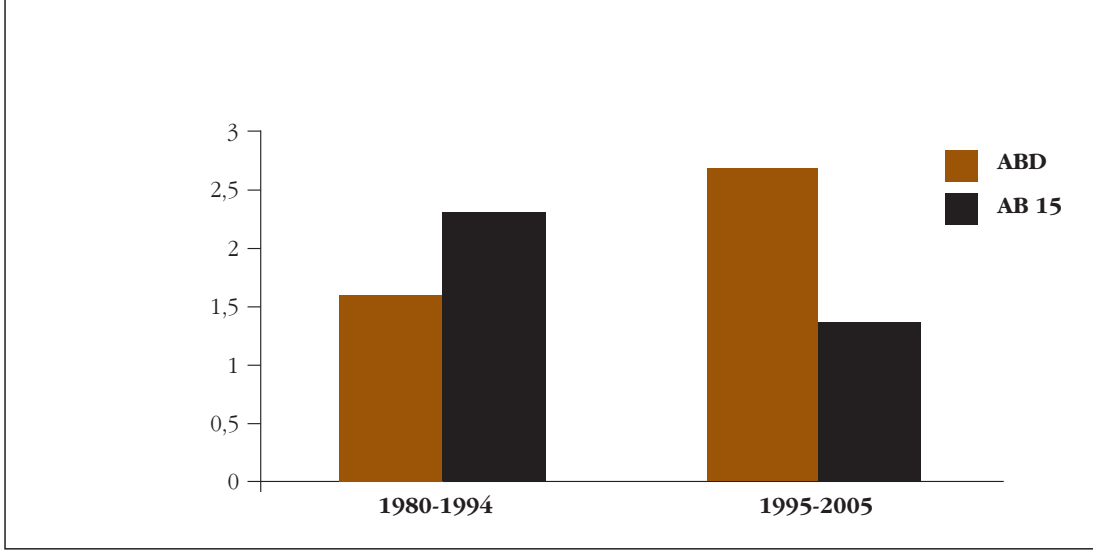


Şekil 2. Verimlilik Etkisi



Dünya Bankası verilerinin gösterdiği şekilde, düşük ve orta gelir sahibi ülkelerde bulunan ve bilişim teknolojilerinden yararlanan şirketlerde satışlar ve istihdam daha hızlı artmakta olması, bilişim teknolojilerinin istihdam artışını teşvik ettiğini açıkça göstermektedir. Bilişim teknolojilerine yatırım yapan şirketlerde BT'ye yatırımın getirisi BT alanı dışına konan sermayenin getirisinden çok daha fazla olmuştur. Özellikle genişbanta yapılan yatırım dijital ekonomi ve bilgi toplumu açısından en yüksek geri dönüşü sunmaktadır. Teknoloji penetrasyonunda her % 10 artış -yani her % 10 daha fazla genişbant- Gayri Safi Milli Hasıla'da % 1,2 ile % 1,4 artış yaratmaktadır. (Kaynak: Qiang, 2009)

Bu artıştan en büyük getiriye son 15 yılda ABD sağlamıştır. 1995'ten sonra ABD'nin hızlı büyümesinin nedeni olarak ekonomistler bilişim teknolojilerinin kullanımının olduğunda fikir birliğine varmışlardır. 1995 yılına kadar, verimlilik konusunda ABD'nin önünde yer alan Avrupa, son 15 yılda, bilişim teknolojilerini daha iyi kullanan ABD karşısında geriye düşmekten kurtulamamıştır.

Şekil 3. Yıllık İşgücü Verimliliği Büyüme Oranı

Türkiye’de Bilgi ve İletişim Sektörü Yüksek Potansiyel Taşımaktadır

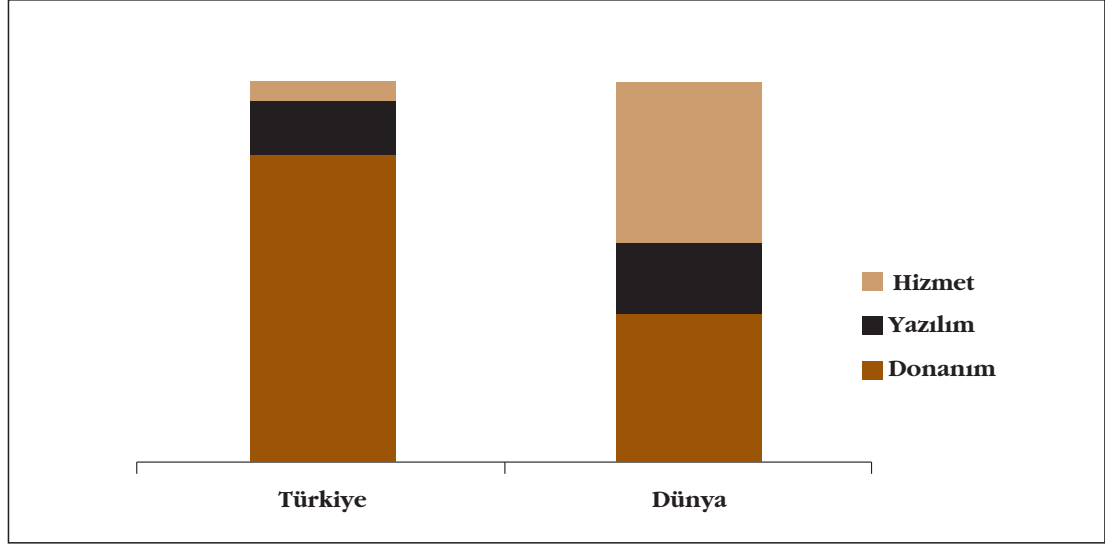
Bilgi ve iletişim sektörünün 2023 yılı hedefleri hakkında Ulaştırma Bakanlığı tarafından yapılan strateji hedeflerine göre, pazarın 30 milyar dolardan 160 milyar dolara çıkması, Nitelikli Bilişim Elemanı istihdamının 100.000’lerden 1.000.000’a yükselmesi, genişbant abone sayısının 8 milyondan 30 milyona çıkması beklenmektedir.

Bugün ulaşılan noktadan hedefe doğru sürdürülebilir büyüme sağlamak ve küresel rekabette öne geçebilmek için en önemli aracımız bilgi ve iletişim teknolojileri olmalıdır. BİT, her sektörden kurumlara etki etmekte ve onların yetkinliklerini geliştirmektedir. Kurumlara yansıyan bu etkiler piyasalarda etkisini göstermekte ve kurumların rekabet avantajlarını oluşturmaktadır. Bu avantajlar direkt olarak Türkiye ekonomisinin makro ekonomik dengelerine etki ederek gerek GSMH’nin gerekse de vergi gelirlerinin artmasını sağlamaktadır.

Türkiye’de bilgi ve iletişim teknolojilerinin geçirdiği evrimi ayrı ayrı değerlendirirsek, iletişim sektörü serbest rekabet, ekonomik ölçek ve denetim alanlarında, bilgi teknolojileri şirketlerine göre daha iyi durumdadır. İletişim sektöründeki abone sayıları, verilen hizmetler ve pazar paylarına bakıldığında yarattığı gelir, vergi, istihdam, Türkiye ekonomisi için önemli değerlere ulaşmıştır. Bilgi teknolojileri alanında ise daha dağınık bir pazar görünümü vardır ve potansiyelini gerçekleştirilememiştir.

Sektör büyük oranda ithalata dayalı ve donanım ağırlıklı olarak büyümüştür. Avrupa ve Amerika pazarlarındaki sektör dağılımında yazılımlar ve hizmetler ortalama pazarın % 60’ını, donanım ise % 40’ını oluşturmaktayken, Türkiye’de bu oran % 20 ve % 80 olarak gerçekleşmektedir.

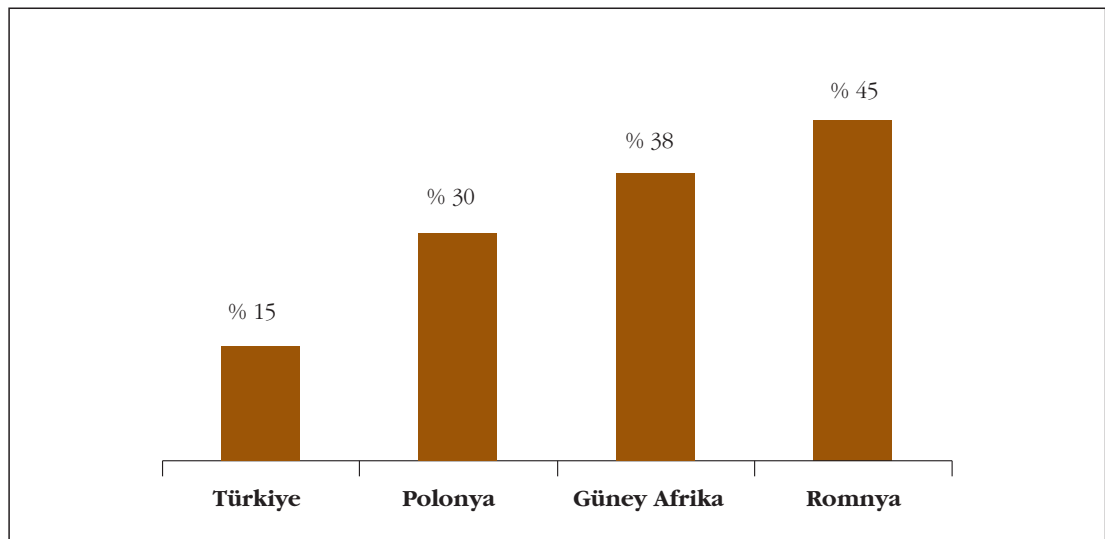
Şekil 4. Bilişimde Hizmet Sektörünün Payı



KOBİ'lerimizde bilgi ve iletişim teknolojileri kullanım oranı düşük seviyelerde gerçekleşmektedir.

Kamunun dijital hizmetler sunma konusundaki hızı diğer ülkelere göre daha yavaş seyretmektedir. Özel sektörde ise belirgin bir ölçek problemi yaşanmakta, büyük bir ekonomi içinde düşük bir talep gerçekleşmesi sonucunda ölçek ekonomilerine uygun büyüklükler yakalanamamış, istihdam konusunda geride kalmış ve sektörde derinleşmeye henüz ulaşamamıştır.

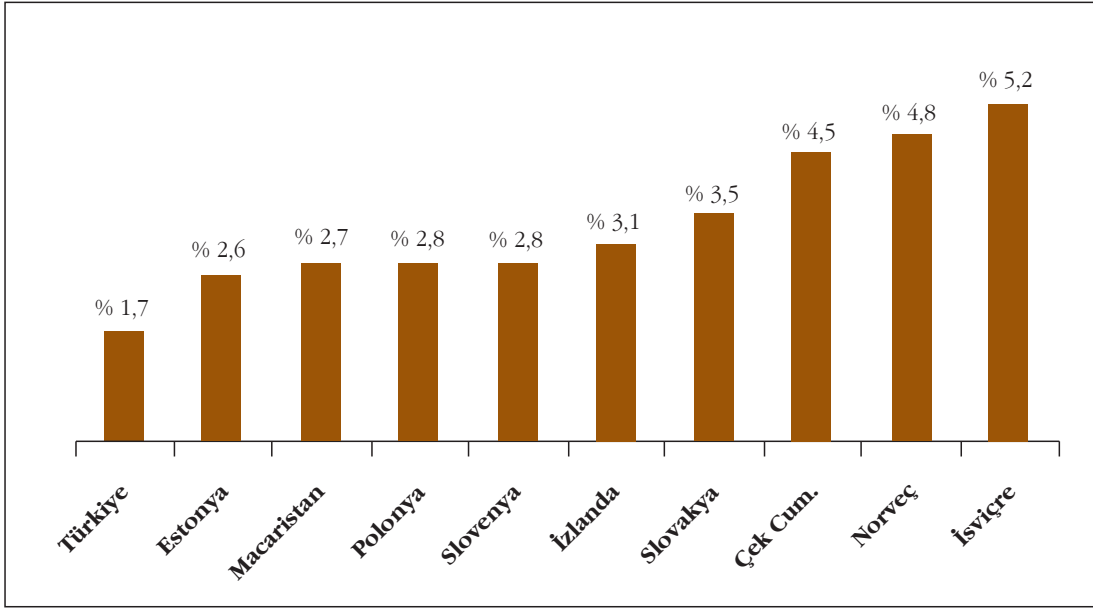
Şekil 5. KOBİ'lerin Bilişim Harcamalarındaki Payı



Devletin Ar-Ge kaynaklarına ayırdığı pay ise toplam GSMH'nin % 0,9'u olarak gerçekleşmiş, bu oran AB ortalamasında yaklaşık % 2,5, ABD'de ise % 3'ün üzerindedir. Ayrıca Ar-Ge kaynaklarının önemli bir kısmı kamu kurum ve kuruluşları tarafından kullanılmakta, özel sektörün payı yerel pazarda ölçek

yakalanamaması ve derinleşme gerçekleşmemesi sonucunda, ihracat rakamları olarak da Türkiye'nin toplam ihracatında bilgi ve iletişim teknolojileri ihracatı çok küçük bir paya sahiptir. Ağırlıklı olarak “katma değeri düşük” ürünler bazında Türkiye'nin 2009 yılındaki dış ticaret açığının önemli bir kısmı ileri teknoloji ürünleri ithalatından kaynaklanmaktadır. Bu da Türkiye ekonomisinde, önemli sıkıntılar yaratan cari açığın kapanmasında zorluklar yaratmaktadır.

Şekil 6. Sektörün İstihdamdaki Payı



Sektörün tüm sektörlerdeki istihdam payı bizim gibi büyümekte olan ülkelerin payına göre çok geridedir. AB ortalaması % 4 olarak seyretmekteyken, Türkiye’de bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaratılan istihdam ortalama % 1,7 seviyelerindedir.

Türkiye’de Bilgi ve İletişim Sektörü Stratejik Sektör Seçilmelidir

Türkiye ekonomik büyüklük açısından dünyanın ilk 20 ülkesi arasında yer almaktadır. Toplam ihracat rakamımız 100 milyar doları ve ekonomik büyüklüğümüz 700 milyar doları aşmıştır. Türkiye’de kamu politika ve stratejileri; Türkiye Cumhuriyeti’nin 100. yılında en büyük ilk 10 ekonomi içinde yer almak, ihracatımızı 500 milyar dolar seviyelerine çıkarmak üzerine yatırımlarını planlamaktadır. 2023’te dünyada en büyük ilk 10 ekonomi arasına girebilmek, ihracat hedeflerimizi yakalayabilmek için büyüme potansiyeli olan, yüksek değer yaratabilecek ve hızlı büyümede yakalanabilecek stratejik sektörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Türkiye’nin mevcut sanayi ve hizmetlerdeki rekabetçi gücünü ve ekonomik hedeflerini doğrudan etkileyebilecek en stratejik sektör bilgi ve iletişim teknolojileridir.

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü, stratejik sektör olarak devletin tüm kurumları ve Türkiye ekonomisinin tüm paydaşları ile koordineli olarak, bir devlet politikası çerçevesinde büyümamızın temeli olarak konumlandırılmalıdır. Türkiye ekonomisinin, uluslararası düzeyde daha iyi rekabet edebilir ve bu rekabeti sürdürebilir bir noktaya taşıyabilmesi için teknolojik bilgi üretimine, ileri teknoloji ve bilgi kullanan sanayi ve hizmetlerde yoğunlaşmaya önem vermemiz gerekmektedir. Türkiye nüfusunun yarısı 30 yaşının altındadır ve bu bizi özellikle Avrupa ülkeleri nezdinde bilgi toplumu olma hedefinde avantajlı duruma getirmektedir. Bilgi temelli topluma taşıyacak en büyük gücümüz, en büyük sermayelerimiz genç nüfusumuz ve büyük pazarımız olacaktır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörünün büyümesinde, diğer sektörlerde yaygınlaşmasına ve değer üretmesine engel olan temel konuları da, tüm ilgili paydaşlarla koordineli olarak çözümlmek için öncelikli adımlarımız şunlardır:

1) Kamu'da Tek Muhatap Olması

Temel misyonu, Türkiye'de bilgi teknolojileri ve iletişim sektörünün büyümesini sağlayacak stratejilerin ve politikaların geliştirilmesi için muhatap organizasyonun netleştirilmesi gerekmektedir. Bu organizasyon ile bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü için:

- Makro stratejilerin planlanması, uygulama hedeflerinin belirlenmesi ve izlenmesi,
- Kamu ve özel sektör ile koordinasyon gerçekleştirilmesi,
- Değişim yönetimi ile tüm stratejilerin şartlara göre güncellenmesi, sağlanmalıdır.

2) Talep Artışının Sağlanması

Türkiye ekonomisinde üretkenliği sağlamak için bilgi teknolojileri ve iletişim sektörünü geliştirecek "talep" bazlı politikaların devreye alınması gerekmektedir. Talep artışı için:

- Nitelikli istihdam artışı, ekonomik büyüme ve bilgi toplumuna geçişte en büyük etkiye sahip olan genişbant'ın yaygınlaştırılması,
- Kamunun kendi içinde sürdürdüğü hizmetleri ve kamu e-dönüşüm projelerinin özel sektöre yönlendireceği dışkaynak modellerinin teşvik edilmesi,
- Evrensel hizmet ve Ar-Ge fonlarının kanunda yeri olduğu gibi kullandırılması,
- Kamu yönetimi ve ticaret işlemlerinde ekonomik gelişmelere uygun ve teknolojiyi teşvik eden yeni Ticaret Kanununun yasalaşması,
- Kamu ve özel sektör online uygulamalarının teşvik edilmesi.

3) Pazarda serbest rekabetin desteklenmesi

Bilişimde liberalleşme sağlanması ve devlet alımlarının sektöre özel yöntemlerle yapılması gerekmektedir. Serbest rekabet şartlarının oluşması için:

- Kamu İhale Kanununun, inşaat sektörü dinamikleri ile değil bilişim sektörüne özel kurallarla mal, hizmet ve danışmanlık olacak şekilde güncellenmesi,
- Türksat, TÜBİTAK gibi devlet kurumları ve vakıfların, ayrıcalıklı konumlarını özel sektör ile rekabet etmek için kullanmalarının engellenmesi.

4) Sektör üzerindeki vergi yükünün azaltılması

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründeki vergilerin büyümeyi teşvik edecek, derinleşmeyi sağlayacak ve ihracatı güçlendirecek şekilde değiştirilmesi için:

- İletişimdeki karmaşık mevzuatın sadeleştirilmesi (8 çeşit vergi ve ücret kalemi),
- Yazılım sektörünün tümüyle vergiden arındırılması,
- Bilgisayarın özellikle eğitim sektöründe, KDV oranlarının eğitim malzemeleri ile aynı oranda kabul edilerek, yeniden düzenlenmesi,
- Yüksek hızlı genişbant üzerindeki verginin azaltılması (Genişbantta yapılan her bir TL vergilendirme beş TL'lik bir kayıp ortaya çıkarmaktadır).

5) Girişim Sermayesi sektörünün desteklenmesi

Yüksek getirili teknoloji sektörünün gelişmesi ve girişimci kültürün güçlendirilmesi için girişim sermayesi oluşumunun hızlandırılması için:

- Kamu özel sektör işbirlikleri ve yatırımları yapılarak sektörün oluşturulması,
- Sermaye ve finansmana erişemeyen inovasyon odaklı şirketlerin Ar-Ge faaliyetlerinin ticarileşmesi.

SEKTÖRE YÖNELİK FIRSATLAR

Ülkemizde “Ar-Ge” ve “İnovasyon”da yeterli farkındalık oluşmuş ve gerekli potansiyel mevcuttur. İhtiyaç olan şey ise dünyada bu konuda oluşmuş birikim ve deneyimlerin, ülkemiz koşullarını da dikkate alarak, sistematik ve ısrarlı bir şekilde uygulanmasıdır. Öncelikle inovasyon ve Ar-Ge’yi birbirinden ayrı düşüneyiz. Bu konudaki bazı hususları ele alacak olursak;

Türkiye'de Ar-Ge'ye ayrılan parasal destek miktarı GSMH ile orantılanacak olursa az sayılmaz ve giderek de artıyor. Bu, son dönemde yaşadığımız ve çok olumlu olarak değerlendirdiğimiz bir konu. Ancak Ar-Ge harcamalarının GSMH'ye oranı hâlâ % 1'in altında. AB ortalaması % 2'nin üzerinde, ileri ülkelerde ise bu oran % 5'ler mertebesinde. Yani parasal teşvik/destek artmasına rağmen Ar-Ge harcamaları buna paralel artmıyor. Bu da yukarıda belirttiğimiz gibi konunun daha bütünsel ele alınması gerekliliğini ortaya koyuyor. Örneğin, destekleme sistemi çok dağınık ve karmaşık bir yapıya sahip. Bugün bu desteklerin dağılımına bakıldığında, Sanayi Bakanlığı, Dış Ticaret Müsteşarlığı, TÜBİTAK/TTGV ve Ulaştırma Bakanlığı Ar-Ge fonu gibi pek çok kurumun ve prosedürün söz konusu olduğu dikkati çekmektedir.

Ar-Ge konusunda Türkiye'nin genel kabul görmüş ve her kişi ve kurumun ortak paylaştığı bir genel bir vizyon stratejisi, teşvik ve desteklerdeki dağınık uygulamayla bu kaynakların ya doğru projelere kanalize edilmemesi ya da Türkiye'nin inovasyon ve Ar-Ge yetkinliğine yeterince katkı sağlamaması sonucunu doğuruyor. Diğer tüm irili ufaklı sıkıntılar bu strateji eksikliğinden kaynaklanıyor.

Ancak yine yukarıda da belirttiğimiz gibi, Türkiye eğer dünyanın 17. büyük ekonomisi ise ve 2023'te 10. ekonomisi olmayı hedefliyor ise her alandaki tüm göstergeler bu sıralamaya yakın olmalı. İnovasyon ve Ar-Ge açısından bakacak olursak bu göstergelerden bazıları aşağıda sıralanmıştır. Bu göstergelerde Türkiye'nin üst sıralarda yer alması gerekliliği vardır.

- Türkiye'nin uluslararası inovasyon indeksi,
- Ar-Ge harcamalarının GSMH'ye oranı,
- Çalışan nüfus içinde araştırmacı oranı,
- Nüfus başına bilimsel yayın sayısı,
- Nüfus başına patent sayısı.

Sonuç olarak konuya sadece parasal destekle çözülecek bir mesele olarak bakmamak, inovasyon ve Ar-Ge konusunda ileri seviyeye gelebilmek için başta ortak vizyon oluşturmak, sonra buna uygun strateji ve uygulama planları hazırlamak ve tüm bunları tek merkezden koordine etmek gibi bir yol izlemek çok önemlidir.

TÜBİSAD olarak Türkiye'deki Ar-Ge çalışmalarına katkıda bulunmak amacıyla, İTÜ ve TÜBİSAD eşgüdümüyle üniversite-sanayi işbirliğinin en önemli projelerinden birisi olarak hayata geçirilecek "Dijital Türkiye Üssü" çalışması için 29 Aralık tarihinde düzenlediğimiz imza töreni ile ilk adımı attık.

Yapacağımız çalışma kapsamında, İTÜ İstanbul Maslak Kampusu'nda 30 bin metrekare kapalı alana sahip bir Ar-Ge merkezi oluşturacağız. Bunun yanında, 6 bin metrekare kapalı alana sahip Bilgisayar ve Bilişim Fakültesi inşaatı da

gerçekleştirilecek. Böylece akademik dünya ile bilişim sanayinin önde gelen şirketleri arasında bir sinerji sağlanacak. Lokasyon, kullanım ve kiralama açısından çok avantajlı şartlara sahip olacak “Dijital Türkiye Üssü”, Türkiye’nin Ar-Ge ve inovasyonda önde gelen şirketlerini aynı çatı altında birleştirecek.

AMAÇ VE POLİTİKALARLA İLGİLİ ÖNCELİKLER VE UYGULAMA ÖNERİLERİ: MEVZUAT DÜZENLEMELERİ, KURUMSAL DÜZENLEMELER

2010 yılında sektör olarak beklediğimiz ancak gerçekleşmeyen ve 2011 yılı içinde gerçekleşmesini beklediğimiz 3 yasal düzenleme var. Halen TBMM gündeminde olan bu düzenlemelerin en kısa süre içinde yasallaşmasını bekliyoruz. Bu yasal düzenlemeler hem sektörün sağlıklı büyümesi hem de e-devlet yolunda Türkiye’nin hızlı ilerlemesi için önemli gördüğümüz konuları kapsamaktadır.

1. Kamu İhale Kanununda (KİK) gerekli değişikliklerin yapılması

4734 Sayılı Kamu İhale Kanunundaki (KİK) “ekonomik açıdan en avantajlı” olma ilkesi kamu kurumları tarafından “fiyatı en ucuz olan” şeklinde algılandığından “kalite”, “performans” ve “toplam sahip olma maliyeti” gibi çok önemli unsurlar dikkate alınmamakta, kamu kurumları da en iyisini almak konusunda da esnekliğe sahip olmadıkları için kendilerini en ucuzunu almak zorunda görmektedir. Kanundaki “ekonomik açıdan en avantajlı” olma ilkesi, “fiyatı en ucuz olan” şeklinde değil “toplam sahip olma maliyeti en düşük olan” şeklinde anlaşılabilir bir yapıya kavuşturulmalıdır.

Bilgi iletişim teknolojileri alımları diğer mal ve hizmet alımlarından farklı özellikler göstermektedir. Yine aynı şekilde bilgi ve iletişim teknolojileri alımlarında birden fazla mal ve hizmetin bir arada alınma ihtiyacı, bu alımların revizyonu, takibi, güncellenmesi, bakım ve onarımı iç içe geçen süreçler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüm bu durumlar dikkate alındığında bilgi ve iletişim teknolojileri alımlarında özel düzenlemelere yer verilmesi, kamu menfaatine olarak, işgücü ve zaman kaybını önlemede, kamu harcamalarının azalmasında bir araç olarak karşımıza çıkabilecektir.

Özünde mevzuat açısından çok önemli eksiklik ya da aksaklıklar olmamasına ve KİK yasası mevcut durumun aksini hedeflemesine rağmen, uygulamalar farklı olmaktadır. Bu nedenle KİK Yasası’nda değişikliklere gidilmesine ihtiyaç vardır. Aksi takdirde bilişim alanındaki kamu ihalelerinin sağlıklı bir şekilde sürdürülmesi ve sonlandırılması çok zordur. Yasanın şu an uygulandığı şekliyle bilişim sektörümüzün de gelişmesi zor görünmektedir.

2. “Kamu Hizmetlerinin Hızlandırılması Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı”nın yasallaşması

TÜBİSAD olarak, TBMM Adalet Komisyonu’nda bulunan ve geniş adıyla “Kamu Hizmetlerinin Hızlandırılması Amacıyla Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Tasarısı” olarak bilinen, kamuoyunda Torba Kanun Tasarısı olarak adlandırılan Kanun Tasarı’sının bir an önce yasallaşmasını bekliyoruz. Bu kanun Türkiye’de e-devlete hayat verecek, Türkiye’yi bir üst lige taşıyacaktır.

Türkiye e-devlet ve e-dönüşüm konusunda Avrupa Birliği (AB) ortalamasının oldukça gerisindedir. “Torba Kanun” olarak nitelediğimiz ve halen TBMM Adalet Komisyonu’nda bekleyen bu yeni yasa ile e-devlet projelerini çok hızlı hayata geçirme ve aradaki farkı kapatma ve hatta girişimci ve iyi eğitilmiş, genç nüfus avantajlarını kullanarak, 2023’te Avrupa’nın bir adım önünde geçme olanağı doğacaktır. Meclisten bu kanunu en kısa sürede yasallaştırarak Türkiye’nin ekonomik alandaki ivmesine da katkı yapacağını düşündüğümüz bu önemli adımı atmasını istiyoruz.

Yeni tasarının yasalaşması ile ıslak imza yerine geçecek elektronik imza alt yapısını kullanan pek çok proje hayata geçecek; mahkemelerde dava açmaktan, pasaport alımına kadar pek çok resmi işlem tamamen elektronik ortamda yapılacak ve belgeler elektronik ortamda saklanacak. Böylece devlet hizmetlerindeki verim de artacaktır.

3. Yeni Ticaret Kanunu’nun bir an önce yasallaşması

Kamu yönetimi ve ticaret işlemlerinde ekonomik gelişmelere uygun ve teknolojiyi teşvik eden Yeni Ticaret Kanunu ivedi olarak uygulamaya konulmalıdır

Yeni Ticaret Kanunu Tasarısı, bilişim sektörünün yanı sıra, iş hayatının getirdiği yenilikleri dikkate alarak pek çok değişikliği öngörmektedir. Bu gelişmeler e-devlet, e-toplum hedeflerine de büyük katkılar yapacaktır.

Bilgi açısından en zengin olduğumuz bir dönemde küresel ekonominin ani değişimlere açık olduğu ve sınırlarının olmadığı bir dünyada yaşıyoruz. Dünya ekonomisi ile entegre olma, yüksek ve sürdürülebilir büyüme oranları ile ekonomik istikrarın sürekli kılınması hedefi doğrultusunda; şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri üzerine kurulu olan yeni Türk Ticaret Kanunu Tasarısı’nın yasalaşmasıyla toplumun tüm paydaşlarının bilgiye erişebilirliği ve çıkarlarının korunması da sağlanacaktır.

Örneğin, Yeni Türk Ticaret Kanunu Tasarısı'nda, iş hayatının gerekleri dikkate alınarak, görüntü ve ses aktarımı suretiyle yönetim kurulu toplantısının yapılmasına imkân tanınmıştır. Her sermaye ortaklığı açısından, bir web sitesi kurmak ve bu yolla menfaat sahiplerini şirket hakkında bilgilendirmek yükümlülüğü öngörülmüştür.

Yine yeni TTK Tasarısı, teşebbüsler arasında yazışmalar bakımından çok önemli bir reforma yer vermektedir. Tarafların birbirleriyle anlaşması kaydıyla, teşebbüsler birbirleriyle yapacakları yazışmaları, karşılıklı olarak yürütecekleri ihbarları ve ihtarları, birbirlerine gönderecekleri faturaları, teyit mektuplarını elektronik yoldan gönderebileceklerdir.

Tüm bunlar yeni Türk Ticaret Kanunu'nun getirdiği önemli değişikliklerden birkaçıdır. TÜBİSAD olarak bu yeniliklerin bir an önce hayata geçebilmesi için, kanunun süratle yasalaşmasını istiyoruz.

SEKTÖREL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

TÜBİSAD'ın 2008 yılından beri Türkiye'den resmi ortağı olduğu EITO (European Information Technology Observatory), 1993 yılından beri "Avrupa bilgi ve iletişim teknolojileri pazar verileri"ni yayınlıyor. Türkiye'de bu verileri yayınlama hakkı sadece TÜBİSAD'a aittir. Tüm Avrupa'da referans olarak kullanılan EITO verileri, OECD, Avrupa Komisyonu ve Avrupa'daki tüm bilişim dernekleri işbirliği ile oluşturuluyor. Pazar araştırmaları ise dünyada bilişim araştırmaları ile tanınan IDC, PAC, IDATE ve GfK tarafından gerçekleştiriliyor. Bu kapsamda, Türkiye bilgi ve iletişim teknolojileri sektörüne ilişkin EITO'ya dayanan yorum ve rakamsal veriler şöyledir:

Dünya ve Avrupa Bilişim Sektörü

2009 yılında ağır etkilerini gösteren ekonomik krizin ardından Avrupa bilişim sektörü hızlı bir canlanma gösteriyor. 2009'da % 4,3 küçülen Avrupa bilişim pazarı bu canlanmayla 2010 yılında, % 1,2 büyümeye gerçekleştirdi.

2010 yılında tüm dünyada 2,5 trilyon Euro'ya ulaşan bilişim pazarında, Türkiye'nin payı ise binde 8'lik bir orana ulaşıyor.

Türkiye Pazarına Bakış

2010 Türkiye pazarında ise, toplam sektör büyüklüğü 27,3 milyar dolara ulaştı. Bu hacmin 20 milyar doları Telekom sektöründen 7,5 milyar doları ise bilgi

teknolojilerinden geldi. Böylece toplam bilişim pazarında % 73 ile Telekom en büyük paya sahip oldu.

Donanım

% 28'i oluşturan bilgi teknolojilerinde ise donanım % 21'lik payla en büyük hacme sahip. 2010 yılında donanımın toplam büyüklüğü ise 5,6 milyar dolara ulaştı. Bu alanda büyüme bir önceki yıla göre % 8,3 olarak gerçekleşti. 2010 yılında PC talebinde, 2009 yılında hızlanan artış devam etti. 2010 yılında, üçüncü çeyrek sonunda toplam 853 bin PC satışı gerçekleşti. Yıl sonunda bu rakamın 1,3 milyon adete ulaşması bekleniyor. Bu satışların dağılımında üçüncü çeyrek rakamlarına göre, 297 bin adet masaüstü PC satışı gerçekleşti. Notebook'ların satışı ise 557 bin adete ulaştı. Pazarın % 68'i taşınabilir, % 32'si masaüstü bilgisayar olarak dağılım gösteriyor. Böylece 2009 yılına göre toplam PC satışlarındaki büyüme, miktar bazında % 20'ye ulaşırken, tutar bazında % 12 dolayında gerçekleşmiş oldu. Tutar bazındaki büyümenin daha düşük gerçekleşmesi, sektör oyuncularları arasındaki fiyat rekabetinden kaynakladığı tahmini yapılmaktadır.

Hizmet ve Yazılım

% 4'lük paya sahip bilişim hizmetleri segmenti ise 1,1 milyar dolara ulaştı. 2009'a göre % 4,2 büyüyen bu alanda en büyük büyüme % 9,5 ile dış kaynak kullanımından geldi. Bu da özellikle kriz döneminde şirketlerin verimlilik yatırımlarını ön plana aldığının bir göstergesi olarak ortaya çıkıyor.

Yazılım ise % 4,1'lik büyüme ile 753 milyon dolara ulaştı. Bu rakamlar, 2009 yılında olumsuz bir yıl geçiren hizmetler ve yazılım sektörünün hızlı bir toparlanma ile büyüme trendine geçtiğini gösteriyor. Bu trendin oldukça güçlü olduğu ve 2011 yılında da artarak devam edeceği bekleniyor. Hizmet ve yazılımda, Telekom ve finans sektörleri yatırımlarını sürdürürken, genel sektörde de, 2009'a oranla çok hareketli bir dönem yaşandığı dikkat çekiyor.

Sektör oyuncularının değerlendirmelerine göre, kriz sonrasında iş yapış biçimlerinin değişmeye başlaması bunda büyük rol oynuyor. Ancak, sektördeki kamu otoritesinden beklentilerin gerçekleşmemesi hâlâ sektörün gerçek potansiyeline ulaşması önünde engel oluşturuyor.

Telekom Sektörü

Bilgi ve iletişim sektörünün % 78'ini kapsayan telekom sektörü geçtiğimiz yıl, 3G yatırımlarının etkisiyle, total pazarın büyümesinde etkin rol oynamıştı. 2009

yılında toplam sektörde büyüme telekomdan gelmişti. 2009 yılında % 7,3 büyüyen telekom sektörü, 2010 yılında bu hızını kaybederek, % 1,8 oranında büyüme kaydetti. Büyüme oranındaki bu azalma, 3G yatırımlarının büyük bölümünün 2009 yılı içinde tamamlanmasından kaynaklanıyor. BTK raporlarına göre, 2009 yılında 4.589 milyar TL olarak gerçekleşen mobil pazar yatırımları, 2010 yılında üçüncü çeyrek sonunda ancak 1,7 milyar TL'ye ulaştı. Mobil pazardaki azalma, sabit pazar yatırımlarında da gözlendi. Yine üçüncü çeyrek BTK raporuna göre sabit pazarda 2009 yılında 1,2 milyar TL olarak gerçekleşirken, Ekim 2010 itibariyle toplam 560 milyon TL olarak gerçekleşti.

Buna göre 2010 yılında telekom ekipmanlarında daralma gözlenirken en büyük büyüme de internet erişimi ve mobil data servislerinden geldi. Mobil data servislerindeki büyüme % 29 olurken, internet büyümesi % 15,5 olarak gerçekleşti.

Ayrıca mobil sektörde, temel olarak numara taşınabilirliğinin uygulanmaya başlamasını takiben birden fazla SIM kart kullanımının % 19'dan % 13'e seviyesine düşmesi nedeniyle 2009 sonunda % 87 olan mobil hat penetrasyonu, 2010'un üçüncü çeyreği itibariyle % 85'e geriledi.

Bilişim Sektörü ve 2011

Tüm bu değerlendirmeleri dikkate alan EITO, 2011'deki Türkiye bilgi ve iletişim teknolojileri sektöründeki büyümeyi % 7,2 olarak tahmin ederken, toplam sektör büyüklüğünün 22 milyar Euro'ya ulaşmasını bekliyor. EITO ayrıca bu yapı ve büyüme hızıyla Türkiye bilgi ve iletişim teknolojileri sektörünü Avrupa'nın en dinamik pazarı olarak nitelendiriyor.

EĞİTİM

Prof. Dr. Murat Karagöz*

BİR HİZMET İHRAÇ POLİTİKASI OLARAK YÜKSEK ÖĞRENİMDE YABANCI ÖĞRENCİ

1. Giriş

Bir ekonomide belli başlı faaliyet alanları ana hatları ile tarım, sanayi ve hizmetler olarak üç grupta toplanmaktadır. Eğitim, sağlık, ulaşım, turizm, haberleşme, danışmanlık, ticaret gibi elle tutulmayan, saklanması mümkün olmayan faaliyet alanlarına genel olarak “hizmet” adı verilmektedir. Hizmette saklama olmadığına göre mülkiyet de olamaz, hizmet bir ürün olarak raflara ya da vitrine dizilemez, teşhir edilemez veya stoklanamaz. Bununla birlikte hizmet kalitesinden söz edilebilir, reklamı yapılabilir, hizmet ihracatı veya ithalatı mümkün olabilir. Bir ekonomide hizmet sağlayan firmaların tümü o ekonomideki hizmet sektörünü oluşturur.

Ülkelerin ya da ekonomilerin gelişme süreci içerisinde tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayi toplumundan bilgi toplumuna doğru bir geçiş söz konusudur. Bu evrilme sürecine göre tarihsel olarak ülkelerin milli gelir kalemleri içinde başlangıçta tarımın payı büyükken, sanayi ikinci sırada, hizmetler ise üçüncü sırada gelmekte idi. Sanayi çağına doğru ilerledikçe sanayinin payı artarken, bilgi toplumuna yaklaştığımız günümüzde artık birçok ülkede GSMH içinde hizmetler sektörü önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Öyle ki, bir ekonomide hizmetler

* Fatih Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dekanı

sektörünün oranı o ülkenin kalkınmışlık düzeyini gösterir hale gelmiştir. Günümüzde gelişmiş ekonomilerde hizmet sektörünün GSMH içindeki payı % 40 ila 70 arasında değişmektedir.

Hemen her ülke için nispi olarak hizmet sektörünün ihracat içindeki payı toplam GSMH içindeki payından daha azdır. Bunun da nedeni herhalde hizmet sektörünün yukarıda sözü edilen saklanamaz stoklanamaz özelliğidir. Hizmet üretildiği anda tüketilen bir ekonomik değerdir.

2. Bir Hizmet Alt Sektörü Olarak Eğitim

Türkiye gelişmekte olan bir ülke olarak diğer alanlarda olduğu gibi eğitim alanında da yatırımlar yapmaktadır. Halen eğitimin her kademesinde mevcut kapasite bir yandan iyileştirilmeye, hizmet kalitesi artırılmaya çalışılırken bir yandan da sektörün topyekûn büyümesi yönünde çabalar gözlenmektedir. Devletin ulaşamadığı veya yetersiz kaldığı bölgelerde özel sektör, vakıflar, dernekler ve nihayet tek tek bireyler devreye girerek bu yöndeki seferberliğe katkı vermektedirler. Birey veya toplum olarak tarihsel planda eğitimin ülkemizde hemen her düzeyde önemi kavranmıştır. Beşeri sermaye her alandaki kalkınmanın motor gücüdür. Savaş sonrası yıkılıp yıkılmış Alman ekonomisinin çok hızlı bir şekilde derlenip toparlanması, bununla da kalmayıp birkaç yıl içinde tekrar dünya ölçeğinde ilk sıralara çıkması bu beşeri sermaye ile açıklanabilir. Çünkü her şey yıkılıp gitmiş olsa da eğitilmiş insan gücü yerli yerinde duruyordu.

Türkiye'nin her yıl bütçe içinde eğitime ayrılan kaynakları oranı giderek artmaktadır. Günümüzde özellikle çeşitli vakıflar aracılığı ile Türkiye'nin eğitim davası artan bir şekilde canlılığını korumaktadır. Bu alanda yapılan ilerlemeler bireyler ve gruplar için bir sosyal tatmin alanı sağlamaktadır. Bu da gelecek adına ümit vericidir. Eğitim alanında halihazırda asırlık markalar oluşmaya başlamıştır. İdeolojik korkular, bürokratik engeller, “gaflet ve dalalet” Türkiye insanının yakasını bıraktığında, Türk toplumu bu alanda çok daha büyük hamleler yapmaya, kalıcı eserler vermeye adaydır.

3. Eğitim Hizmeti İhracatı

Ekonomilerin zaman içinde geçirdiği gelişme evreleri dikkate alındığında hizmet sektörünün GSMH içindeki payına paralel olarak ihracattaki payının da arttığı gözlenmektedir. Türkiye bu konuda bölgesindeki coğrafi konumu ve tarihsel bağları itibarı ile imparatorluk mirasına sahip bir ülke olarak eğitim hizmeti alanında ihracat kalemlerini zenginleştirebilir. Bu alanda çok önemli bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Nitekim son on yılda eğitim sektöründe önemli bir

sivil inisiyatif, sadece komşu ülkelerde değil, belki onlardan daha fazla, dünya genelinde hemen her ülkede konuşlanmış olan Türk okulları örneğinde görülebilir. Yurtdışındaki Türk okulları sadece bir ekonomik değer, bir ihracat türü olarak görülmeyip, aynı zamanda milli varlığımızın, kültürümüzün, değerlerimizin topyekûn medeniyetimizin dünya ölçeğinde temsili anlamına gelmektedir.

Eğitim ihracatı denildiğinde bunun muhtemelen iki başlık altında toplamaları analitik inceleme açısından yararlı olacaktır. Birincisi bizzat ülke sınırları dışına taşınan eğitim hizmeti, ikincisi ise ülke içinde yabancı uyruklu öğrencilere verilen eğitim hizmeti. Birinci tür eğitim ihracatı herhangi bir mevzuat ve devlet politikası desteği olmaksızın tamamen gönüllülük esasına dayalı olarak yukarıda da değinildiği üzere gelişip büyümektedir. Ancak ikinci tür eğitim ihracatında kısmen de olsa hem mevzuat hem devlet desteği vardır. Her iki alanda da uzun yıllara dayanan ihmalden, büyük bir potansiyelin göz ardı edilmesinden söz edilebilir.

4. Türkiye’de Yabancı Uyruklu Öğrenci

Türkiye’de yabancı uyruklu öğrencilere eğitim verilmesi mevzuunda ilk örnekler olarak arkasında ticari bir motivasyon olmasa da harp okullarına yabancı misafir öğrenci kabul etme geleneği gösterilebilir. Türkiye’de yabancı uyruklu öğrencilerin öğrenim görmesine ilişkin mevzuat 19 Ekim 1983 tarih ve 2922 sayılı kanun ile düzenlenmiştir. Kanun 9 maddeden oluşmaktadır.

ÖSYM tarafından merkezi olarak gerçekleştirilen Yabancı Öğrenci Sınavı (YÖS) en son 2010 yılı Mayıs ayında uygulanmıştır. 2011 yılından itibaren yabancı uyruklu öğrenci kabul kriterleri ile yerleştirme işlemleri tamamen üniversitelerin inisiyatiflerine bırakılmıştır. Üniversiteler hangi uluslararası sınavlarla veya diplomalarla yabancı uyruklu öğrenci kabul edeceklerini kendileri belirleyecektir. Bununla birlikte isteyen üniversiteler kendi YÖS sınavlarını da yapabileceklerdir. Bu konuda henüz birçok üniversite net bir açıklama yapmış olmasa da, Yıldız Teknik, Marmara, Samsun 19 Mayıs, İstanbul Kültür, Özyeğin ve Anadolu Üniversiteleri kendileri YÖS uygulayacaklarını duyurmuşlardır. Bunun dışında bazı üniversiteler ise diğer üniversitelerin uygulayacağı yabancı uyruklu öğrenci sınavlarını öğrenci kabulünde değerlendirmeye alacaklarını belirtmişlerdir. Aşağıdaki tabloda halihazırda yabancı öğrenci kabul eden kamu ve özel üniversiteler görülmektedir. Buna göre yabancı uyruklu öğrenci kabul eden üniversite sayısının ve coğrafi dağılımının yeterli olduğu söylenebilir.

Yabancı Uyruklu Öğrenci Kabul Eden Türk Üniversiteleri

Devlet Üniversiteleri

Abant İzzet Baysal Üniversitesi
Akdeniz Üniversitesi
Anadolu Üniversitesi
Ankara Üniversitesi
Atatürk Üniversitesi
Balıkesir Üniversitesi
Boğaziçi Üniversitesi
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Çukurova Üniversitesi
Dokuz Eylül Üniversitesi
Ege Üniversitesi
Erciyes Üniversitesi
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Fırat Üniversitesi
Galatasaray Üniversitesi
Gazi Üniversitesi
Gaziantep Üniversitesi
Hacettepe Üniversitesi
İstanbul Teknik Üniversitesi
İstanbul Üniversitesi
İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü
Kafkas Üniversitesi
Karadeniz Teknik Üniversitesi
Kocaeli Üniversitesi
Marmara Üniversitesi
Mersin Üniversitesi
Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi
Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Sakarya Üniversitesi
Selçuk Üniversitesi
Süleyman Demirel Üniversitesi
Trakya Üniversitesi
Uludağ Üniversitesi
Yıldız Teknik Üniversitesi

Özel Üniversiteler

Atılım Üniversitesi
Bahçeşehir Üniversitesi
Başkent Üniversitesi
Beykent Üniversitesi
Bilkent Üniversitesi
Çağ Üniversitesi
Çankaya Üniversitesi
Doğuş Üniversitesi
Fatih Üniversitesi
Haliç Üniversitesi
Işık Üniversitesi
İstanbul Arel Üniversitesi
İstanbul Aydın Üniversitesi
İstanbul Bilgi Üniversitesi
İstanbul Bilim Üniversitesi
İstanbul Kültür Üniversitesi
İzmir Ekonomi Üniversitesi
İzmir Üniversitesi
Kadir Has Üniversitesi
Koç Üniversitesi
Maltepe Üniversitesi
Okan Üniversitesi
Özyeğin Üniversitesi
Sabancı Üniversitesi
TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Yaşar Üniversitesi
Yeditepe Üniversitesi

5. Eğitim Hizmeti İhracatında 2023 Hedefi

Türkiye, devlet ve milletiyle birlikte ülke olarak her alanda olduğu gibi eğitim hizmeti ihracatı alanında da Cumhuriyetin 100. yılını idrak edeceğimiz 2023 yılı

hedeflerini şimdiden ortaya koymalıdır. Hedefler bir kere ortaya konulduğunda önümüzdeki 10 yılı aşkın zaman içerisinde bu hedeflerin tutturulması veya aşılması makul görünmektedir.

Bugünden o güne, rakamlarla hedefler koymak gerçekçi olmayabilir. Bununla birlikte Türk yüksek öğrenim sisteminin en az % 30 kapasitesinin yabancı uyruklu öğrenci kontenjanına ayrılması ulaşılabilir bir hedef olarak durmaktadır. Bu kontenjanın da en az yarısını İstanbul üniversiteleri yüklenmiş olacaktır. Bu hedefe elbette 10-12 yıl sonra birdenbire ulaşılacak değildir. Tedrici bir şekilde yıldan yıla belirli oranlarda kontenjan artırımına gidilerek ulaşılabilir.

Yabancı öğrenci kontenjanının eğitim dili tamamen İngilizce olan, kısmen İngilizce olan ve nihayet tamamen Türkçe olan üniversiteler arasındaki dağılımı da sırasıyla ve yaklaşık olarak % 50, 25 ve 25 biçiminde olması öngörülebilir. Yabancı dilde eğitim yapan yüksek öğrenim kurumları arasına Fransızca eğitim veren Galatasaray Üniversitesi ile Almanca eğitim verecek olan kuruluş aşamasındaki Türk-Alman üniversitesi de bu alanda kurulacak olan diğer örnekleri ile birlikte yabancılara verilecek eğitimin dili konusundaki çeşitliliği sağlayacaktır. Önümüzdeki süreçte özellikle ilahiyat alanında Türkçe-İngilizce-Arapça olmak üzere karma dilli eğitim verecek kurumlar beklenmektedir.

6. Sonuç ve Değerlendirme

Netice itibarıyla Türkiye’de yabancı uyruklu öğrenci kontenjanının artırılması ve şartların iyileştirilmesi hem ülkemizin hem de ülkemizden her alanda sinerji bekleyen çevre ve komşu ülkelerin çıkarınadır. Bu bağlamda sektörün yabancı uyruklu öğrenci kabul etme potansiyeli gözden geçirilmelidir. Mevcut durum ile hedefler karşılaştırılarak önümüzdeki süreç içerisinde yıllara dağıtılmış biçimde bir eylem planı ortaya konulmalıdır. Bu arada potansiyel müşteri konumundaki tüm ülkelerle bire bir akreditasyon anlaşmaları/protokolleri yapılmalıdır. Yabancı uyruklu öğrenci politikasında öncelikle hükümetlerin ve YÖK makamının bir öncelikler ve destekler paketine sahip olması gerekmektedir. Böylesine bir çalışma sektörün muhatapları durumunda olan üniversiteler için yol gösterici ve motive edici olacaktır.

Türkiye konumu itibarıyla kendinden beklenen yabancı öğrenci açılımında gecikmesi veya ihmal edilmesi halinde geride bıraktığımız yıllarda kimi haksız gerekçelerle kız öğrencilerimizin eğitim hakkının engellenmesi örneğinde görüldüğü üzere, Avusturya, Amerika, İngiltere gibi pek çok ülke tarafından bu boşluk rahatlıkla doldurulabilecektir.

Konuya ilişkin etraflı bir değerlendirme başlı başına bir araştırma projesi çerçevesinde ele alınmalıdır. Ancak birkaç aylık makul bir süre içinde disiplinli

bir akademik çalışma sonunda; sektör potansiyeli, Türk üniversitelerinin yabancı öğrenci açısından yeterlilikleri, olması gereken devlet destekleri, sektörün güçlü ve zayıf yönleri, sektöre yönelik tehditler ve fırsatlar, geleceğe dönük stratejiler ve 2023 vizyonu, vizyona ilişkin temel amaç ve politikalar, amaç ve politikalarla ilgili öncelikler ve uygulama önerileri, mevzuat düzenlemeleri, kurumsal düzenlemeler vb. konularda bir rapor ya da eylem planı hazırlanabilir.

İNŞAAT

Emin Sazak*

TÜRK İNŞAAT-TAAHHÜT SEKTÖRÜNÜN HEDEFLERİYLE İLGİLİ BİR DEĞERLENDİRME

Türkiye Müteahhitler Birliği inşaat sektörü için bir yol haritası üretmek sorumluluğunu ilk kez, Marmara Üniversitesi öğretim üyelerinden 3 kişilik bir bilim adamları grubuna “İnşaat Sektörü Stratejik Planı”nı hazırlatmak ve Ekim 2004’te kitap halinde yayımlamakla yerine getirdi. Bu araştırmanın önemli sonuçlarından biri de, “Kişi başına milli geliri Türkiye kadar olan hiçbir ülkede uluslararası rekabet gücü Türk inşaat-taahhüt sektörününki kadar yüksek bir inşaat sektörü bulunmadığı” oldu.

Bu teşhis, 153 üyesinin yaklaşık üçte ikisi yurtdışında da faaliyet gösteren ve Türk müteahhitlerin uluslararası iş hacminin % 90’ını gerçekleştiren Türkiye Müteahhitler Birliği için büyük gurur vesilesi oldu. Aynı zamanda Türkiye Müteahhitler Birliği’ne, Türk inşaat-taahhüt sektörünün rekabet gücünü daha yüksek düzeylere taşımak için gerekli kararlılığı ve motivasyonu kazandırdı.

Türk müteahhitlerin 2004 sonunda 60 milyar dolar olan toplam uluslararası iş hacmi 6 yıllık sürede neredeyse üçe katlanarak 2010’da 170 milyar dolara ulaştı. “Dünyanın En Büyük 225 Uluslararası Müteahhidi” listesinde o tarihte 11 olan Türk firması sayısı 2010’da 33’e yükseldi. Hayal gücünü zorlayan bu yüksek performans sadece uluslararası iş hacmindeki artışla sınırlı kalmadı. Bir yandan

* Türkiye Müteahhitler Birliği Yönetim Kurulu Başkan Vekili

pazarlar ve projeler çeşitlenirken, diğer yandan üstlenilen projelerin ölçekleri büyüdü. Eskiden sadece müteahhit olarak gidilen ülkelere yatırımcı olarak da gidilmesinin örnekleri çoğaldı. Bu süreçte, sektörü etkisi altında bulunduran çevre koşullarında da küresel, bölgesel ve yerel ölçeklerde siyasi, ekonomik, sosyokültürel ve teknolojik boyutlarıyla önemli değişimler yaşandı.

2004, 2005 ve 2006 yıllarında Türk bankalarının (uluslararası piyasalardaki likidite bolluğunun da etkisiyle) yarış halinde sundukları düşük faizli konut kredilerine ve beraberinde döviz kurları ile faiz oranlarındaki gerilemeye bağlı olarak konut talebinde gerçekleşen hızlı artış inşaat sektöründe sırasıyla % 14,1, % 9,3 ve % 18,5'e ulaşan yıllık büyüme oranlarına kaynaklık etti.

Küresel krizin ayak seslerinin duyulmaya başlandığı 2007 yılından itibaren konut talebi önce hız kesti, sonra azalma sürecine girdi. İnşaat sektörünün 2007'yi % 5,7'ye gerileyen büyüme ile tamamlaması bu nedenle sürpriz olmadı. 2008 ve 2009 yılları ise küresel krizin tüm dünyayı etkisi altına aldığı bir dönem oldu. İnşaat sektöründe 2008'de % 8,1, 2009'da ise % 16,1 küçülme yaşandı.

Kısacası 2009 dünya, ülkemiz ve inşaat sektörü için çetin bir yıl oldu. Gelişmekte olan ülkeleri başta olmak üzere Avrupa, Rusya Federasyonu, bazı BDT ülkeleri, ve Ortadoğu bölgesindeki özel yatırımlar krizden önemli ölçülerde etkilendiler. Latin Amerika, Karayipler, Kuzey Afrika ve Sahra Altı ile Güney Asya bölgeleri ise göreceli olarak hafif atlattılar. Doğu Asya-Pasifik bölgesi ise ekonomik toparlanmada başı çeken coğrafya olarak öne çıktı.

Uluslararası iş hacminin % 90'ından fazlasını Afrika, Ortadoğu ve BDT ülkelerinde gerçekleştiren Türk inşaat-taahhüt sektörünün 2008'de 23,6 milyar dolar olan uluslararası iş hacmi, 2009'da 18,8 milyar dolara geriledi.

2010 yılının ilk yarısında ekonomi % 11 büyürken inşaat sektörü % 15,1 ile en hızlı büyüyen ve ekonominin performansına en güçlü katkıyı sağlayan sektör oldu.

Yılın üçüncü çeyreğinde, hem dünyada hem de Türkiye'de bir yandan toparlanma sinyallerinin alındığı, diğer yandan büyümenin hız kesmesi beklentilerinin yaygınlaştığı ve kimi ekonomistlere göre çift dipli kriz olasılığının henüz bertaraf edilemediği bir süreçte yol almaktayız.

Yukarıda özetlenen konjonktürel faktörler değişken çevre koşullarını ortaya koymaktadır. Öte yandan inşaat sektörünün geçmişten bugüne gündemde olan iç zafiyetleri, ihale ve yapım süreçlerinin yönetimi ile ilgili sorunlardan, rant yağmasına, çarpık kentleşmeye, can güvenliği riski barındıran kalitesiz yapılara, mesleki yetkinlik denetimi eksikliğine ve teminat mektubu maliyetlerinin yüksekliğine uzanan bir yelpazede devam etmektedir.

İnşaat Sektörü Stratejik Planı'nın yayımlanmasından 5 yıl sonra Türkiye Müteahhitler Birliği'nin sektör için üretmiş olduğu yol haritasını yeniden ele almaya karar vermesine bir yandan yukarıda özetlenen iç ve dış koşulların, diğer yandan sektörün plan hedefleri doğrultundaki performansının değerlendirilmesi kaynaklık etti.

İnşaat Sektörü Stratejik Planı'nda sektörün orta ve uzun vadeli geleceği için üç stratejik, iki de dönemsel hedef belirlenmişti. Stratejik hedefler; fiziksel ve beşeri sermayenin geliştirilmesi, yapı üretiminde uluslararası düzeyde yarışabilen kalite ve yüksek verimlilik idi. Sektörün bu stratejik hedefleri geçerliliğini korumaktadır.

Öte yandan aynı planda “2010 yılında sektörün milli gelir içindeki payı % 7.5'e,, yurtdışındaki yıllık iş hacmi ise 12 milyar dolara ulaşmalıdır” denilmişti. 2010 yılının ilk yarısında geline nokta bu hedeflerden birincisinin gerisinde kaldığı, ikincisinin ise aşıldığıdır. Zira sektörün GSYH'deki payı 2009'da % 5,2, 2010'un ilk yarısında ise % 5,7 oldu. Diğer bir deyimle plan hedefinin yaklaşık 1,8 puan gerisinde kaldı. Yurtdışı müteahhitlikte ise 2008'de 23,6 milyar dolar, 2009'da ise küresel krize rağmen 18,8 milyar dolar tutarında bir iş hacmi gerçekleşti. Diğer bir deyimle ikinci hedef öngörülen tarihten bir yıl önce ve büyük bir farkla aşıldı. Bu durumda, gerisinde kalınan hedefe ulaşmanın, aşılın hedefin ise çok daha ötesine geçmenin yollarını yeniden aramak zamanı gelmişti.

Türkiye Müteahhitler Birliği bu ihtiyacın teşhisinden hareketle 03-05 Nisan 2009 tarihlerinde Antalya'da inşaat sektörünün ülke ekonomisine katkılarının ve geleceğinin irdelendiği “Türkiye Müteahhitler Birliği Taahhüt Sektörünün Geleceğini Arıyor?” başlıklı bir arama konferansı gerçekleştirdi. Konferansın devamı olan ikinci toplantı yine geniş bir katılımımla 24 Mayıs 2010'da Ankara'da yapıldı.

Uzman yönetiminde gerçekleştirilen bu toplantılara üç farklı kuşaktan Türkiye Müteahhitler Birliği üyeleri, kamudan ve özel sektörden üst düzey yöneticiler, finans sektörü temsilcileri, akademisyenler, meslek kuruluşları, diğer ilgili STK'lar ve medya mensupları dahil 100'den fazla kişi katıldı. Amacımız, çeşitli kesimlere mensup ve değerli birikimleriyle sektörümüzün geleceğine ışık tutabilecek iddia sahiplerini bir araya getirmek ve ortak aklı harekete geçirmektir. Geleceği tasarlamak, o geleceğe ulaşmamızı sağlayacak yol haritasını üretmek ve bizi hedeflerimize ulaştıracak projeleri öncelikleri ile birlikte belirlemektir. Katılımcılar çözüm üretmekle kalmadılar üretilen çözümleri hayata geçirmek konusunda sorumluluk almaya ve güç birliği yapmaya hazır olduklarını da ortaya koydular. Bu yönüyle Karar Konferansımız, sadece kararların değil, onları hayata geçirmek kararlılığının da paylaşıldığı değerli bir platform oldu.

Detayları, kamuoyuyla yakın zamanda paylaşılacak olan Arama Konferansında, “TMB öncülüğünde, ülkesinde yapılanmasını tamamlamış, dünya taahhüt sektöründe ağırlığı olan ve bölgesinde lider Türk Müteahhitliği markasını oluşturmak” olarak belirlenen vizyonumuz ile yeni bir başlangıcın eşiğindeyiz.

Başarı kriterlerimiz birer kelimeyle; sorumluluk, yenilikçilik, işbirliği, kurumsallık ve kaynak olarak özetlenebilir. İnşaat-taahhüt sektörünün çevreye, insana, topluma karşı sorumluluklarını yerine getirmesini, yeni ürün, hizmet, uygulama ve yaklaşımları hayata geçirebilmesini, kendi içinde farklı iddia sahipleri ile işbirliğini artırmasını, sektördeki aktörlerin kurumsallaşmalarını ve kaynaklarımızın, mali, insani, teknik boyutlarıyla geliştirilmesini önemsiyoruz.

Vizyonumuza doğru yol alırken politikacılarımız, kamu bürokrasisi, bilim ve araştırma kuruluşları, özel sektör, medya, meslek kuruluşları ve vatandaşlar olarak güç birliği içerisinde olmamız gerektiğine inanıyoruz.

Dünyada değişmeyen tek şey değişim olgusudur ve TMB üyeleri başarıda sınır tanımayan bir ulusal rekabet gücünün temsilcileridir. Gücümüzü arttırarak sürdürmenin ön şartı ise geleceği gören, işbirliğini güçlendiren, hedef odaklı ve bilgiye dayalı adımlarla yol almaktır. Türkiye Müteahhitler Birliği bu anlayış içerisinde dünyada ve Türkiye'de olup bitenlerin inşaat-taahhüt sektörü üzerindeki etkilerini analiz etmeye ve stratejik planlamaya önem vermeye devam edecektir.

Geçmişin birikimlerinden aldıkları güçle geleceği inşa eden, sadece yapılar değil, zamanlar, mekânlar ve insanlar arasında ilişkiler inşa eden meslektaşlarıma bu onurlu, heyecan verici ve çetin süreçte başarılar diliyorum. Doğruları aklın ve bilimin ışığında aramaya devam edenlere ve eserleriyle onları hayata geçirenlere bir kez daha gönül dolusu minnet ve şükranlarımızı sunuyorum.

SİNEMA

İsrafil Kuralay*

TÜRK SİNEMA SEKTÖRÜNÜN STRATEJİK DEĞERİ

Türk film sektörü son yıllarda hızlı bir değişim ve gelişim kaydetmektedir. Gerek sinema ve gerekse dizi yapımlarında gözle görülür bir başarı sağlayan sektör, Türkiye'nin ekonomik dinamizmine ve gelişim trendine stratejik bir katkı sağlayacak aşamaya gelmiştir. Bu yüzden sinema sektörü stratejik bir sektör olarak yeniden ele alınmalı ve Türkiye'nin tanıtım, kültür ve turizm potansiyeline yapacağı katkı bu vizyonla değerlendirilmelidir. Son dönemde Türk film sektöründe popüler filmler üst üste izleyici rekorları kırmakta, “art house” yapımlarıyla Türkiye sineması adını, en prestijlileri de dahil, dünya festivallerinde ve sinema çevrelerinde giderek daha çok duyurmaktadır.

Özellikle televizyon dizileri, ülke sınırlarını aşmış ve Türk dizileri pek çok ülkede izlenmeye başlamıştır. Tıpkı bir zamanlar “İrlanda filmlerini gördükten sonra” bu ülkeyi ziyaret etme kararı aldığını belirten Avrupalı sinemaseverler gibi, kendi ülkelerinde gösterime giren ve ödüller alan filmlerin de etkisiyle ülkemize gelen ziyaretçiler artmış, dizilerimizin yayınlandığı ülkelerden gelen turistler, bu yapımların çekildiği mekânların “müze”leşmesine katkıda bulunmuştur; dahası ülkemizin yıllarca salt yabancı turistlerin ilgi gösterdiği önemli yörelerini, kendi insanlarımız televizyon dizileri ve filmler sayesinde keşfederek iç turizmi

* UTESAV Başkanı

canlandırmışlardır. Tüm bu gelişmeler sinemanın “stratejik sektör” statüsünü hak ettiğinin somut kanıtlarıdır.

Ülkemizde film sektöründe, 1980’li ve özellikle de 1990’lı yıllardan sonra “endüstri”ye dönüşme sancılarının yaşandığı bir dönem yaşanmıştır. 2000’li yıllarla birlikte olumlu gelişmeler gözlenmiştir. 2010 senesi 70 kadar dizi, Ortadoğu bölgesi başta olmak üzere çeşitli ülkelere satılarak 50 milyon dolarlık bir gelir elde edilmiştir. Film endüstrisi, hizmet sektörümüz olan turizm sektörünü de olumlu yönde etkilemiştir. Özellikle Ortadoğu ülkelerinden gelen Arap turist sayısı ülkelerinde gösterilen Türk TV dizilerinin popülerliği ile artmaktadır. Film sektöründe;

- 4 milyar TL olan reklam pazarı % 55’i televizyonlardan gelmektedir.
- Büyük TV kanalları da bu rakamın % 80’ini paylaşmaktadır. Dünya izleyicileri arasında en çok yerli film izleyen Türkiye’yi Fransa takip ediyor.
- Toplam izleyicimizin % 60’ı yerli film izlemektedir.
- 2000’lerde sadece 6 yerli uzun metraj film üretilmişken 2009 yılı bir zirve yılıdır; 70 yerli film üretilmiştir, toplam hasılat 147.755.564 TL ve toplam seyirci sayısı 18.849.417 olmuştur.
- Ülkemizde yerli film pazar payı 2002’de sadece % 8,45 iken 2010 yılında % 49,96’ya ulaşmıştır.
- Ülkemizde uzun metrajlı film sektörü pazarında yerli yapımların payı giderek artarken birçok uluslararası platformda Türk filmlerinin elde ettiği başarı ve ödüller (bunlardan birkaçının ismini vermek gerekirse: *Bal*, Semih Kaplanoğlu (2010); *Köprüdekiler*, Aslı Özge (2009); *Uzak İhtimal*, Mahmut Fazıl Coşkun (2009); *Süt*, Semih Kaplanoğlu (2008); *Üç Maymun*, Nuri Bilge Ceylan (2008); *Sonbahar*, Özcan Alper (2007); *Yaşamın Kıyısında*, Fatih Akın (2007); *İklimler*, Nuri Bilge Ceylan (2006); *Babam ve Oğlum*, Çağan Irmak (2005) gibi) ve aynı endüstriyel altyapıdan beslenen televizyon dizi alanındaki başarılar bu durumun bir göstergesidir.

2005 yılında dünya genelinde gişe gelirinin % 24,9’unu çoğunluğu Amerikan yapımı “en çok izlenen on film” oluşturdu. Bu oranın % 22,9’a gerilediği 2006 senesinde ise yerli yapımlar dünya gişe gelirinin üçte birini oluşturdu. Aralık 2005’ten itibaren hızla artan ve toplam hasılat içerisindeki payını genişleten Türk filmlerinin de tüm dünyada gözlemlenen; yerel temalar, dil ve popüler oyuncular ile özellikle ithal etmesi en güç tür olan ve Hollywood’un nispeten daha boş bıraktığı komediye yaslanan yerel pazara yönelik bu üretim akımından ayrı düşünülemeyeceği söylenebilir.

Toplam hasılat içerisinde yerli filmlerin payının yabancı yapımları geçtiği ve yerli filmlerin seyirci rekoru kırdığı 2008 yılında en çok izlenen on filmin onunun da yerli yapım olması dikkat çekicidir. 2005'ten bu yana hem yerli ve yabancı filmlerde ve hem de toplamda en yüksek hasılatla ulaşılan 2010 yılının bir diğer özelliği de yerli ve yabancı yapım hasılatlarının birbirine çok yakın oluşudur.

Türkiye'de yerli yapımların Avrupa ve dünya ortalamalarına göre gözle görünür biçimde öne çıkışı, son yıllarda Türkiye film endüstrisinin büyük ve oturmuş ulusal sinema pazarları ile rekabet edecek ölçüde bir gelişim gösterdiğini ifade etmektedir. Örneğin, 2009'da yerli yapımlarının pazar payı Türkiye'nin yarısından biraz daha fazla olan Almanya'da % 27,4'lük bu pay, 142'si % 100 Alman prodüksiyonu 220 yerli filme giden 40 milyon izleyicinin yarattığı bir pay 19 iken Türkiye'de ilk kez 2010'da toplam sinema izleyicisi 40 milyon barajını aşabilmiştir. Yerel pazarları hedef alan yapımların başarısını gören Amerikan şirketleri de, ortak yapımlar aracılığı ile gişede başarı yakalama potansiyeli yüksek yerli filmlerin getirisinden pay almaya başlamıştır. Avrupa'da örneğine sık rastlanan bu durum Türkiye'de 2010'un en çok izlenen filmi *New York'ta Beş Minare*'de karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'de gösterime giren sinema filmlerinden yerli yapımların pazar payının yaklaşık % 50 civarında olduğu görülmektedir. 2010 yılı için yerli film hasılatı 190.402.367 TL iken yabancı film hasılatı 192.967.337 TL'dir. Bunun yanında yerli ve yabancı film seyirci sayısı da 2010 yılında eşitlenmiş durumdadır; yerli film seyircisi 22.185.745 kişi iken 19.348.340 kişi yabancı film seyircisi olmuştur. 2010 yılında vizyona giren yerli film sayısı 66 adet ve yabancı film sayısı 181 adet olsa da gişe hasılatı bakımından pazar payını yarı yarıya paylaşmaktadır. Bu özelliği ile Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında birinci sırada yer almakta, dünya sıralamasında ise ABD, Hindistan, Çin gibi ülkelerin ardından 6. sıradadır. 2010 yılında Türkiye sinema pazarında en çok gişe yapan 5 filmin tümü yerli yapımlardır.

Türkiye'de 2009 yılı yerli filmlerin izleyici rekoru kırdığı 2008'e nazaran yerli üretimin pazar payının düştüğü bir yıl olmuştur. Bu % 8,4'lük düşüşe rağmen Türkiye'de yerli filmlerin pazar payı Avrupa ortalamasının iki katı kadardır. Yine Avrupa'da Çek Cumhuriyeti ve Danimarka dışında 2009'un en çok izlenen filminin yerli yapım olduğu tek ülke Türkiye'dir. 2009 yılında Avrupa dışı büyük sinema endüstrilerinde yerli filmlerin kapladığı pazar payı açısından ise Türkiye; en çok izlenen ilk 10 filmin tamamının yerli yapımlardan oluştuğu Hindistan, dünya sinema pazarının hâkimi Amerika, yoğun nüfuslu ve yapısal/politik/ekonomik/kültürel özellikleri sebebiyle dışarıya nispeten daha kapalı Mısır, Japonya ve Çin'den sonra dünyada altıncı sırada yer almıştır.

Özellikle de 1990'lı yılların ikinci yarısından itibaren, Türkiye'de ve dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak sinema endüstrisi de bazı değişikliklere uğramıştır. Bu süreç içerisinde yapım aşamasını sırtlanan ve hem sinema filmi,

hem televizyon dizisi, hem de reklam filmi alanında faaliyet gösteren yapım şirketleri hızla çoğalmıştır. Bununla birlikte özellikle finansman, organizasyon ve kurumsallaşma adına geçmişe oranla çok da fazla yol kat edilemediği gözlemlenmektedir.

2010'da Türkiye film endüstrisinin toplam hacminde kaydedilen büyüme ve tüm hasılatın % 49,7'sinin yerli yapımlardan gelişi olumlu bir tablo sunarak 2011 için umut verirken, hasılatın daha detaylı bir analizi yapıldığında, tıpkı kişi başına düşen bilet ortalamaları gibi tablonun o kadar da pembe olmadığı da bir gerçektir. Türkiye'de 66 yerli, 181 yabancı, toplam 247 yeni filmin vizyona girdiği 2010 senesinin tüm hasılatının % 42,5'i en çok izlenen on filmde gelmektedir ve yine bu on filmin seyircisi, toplam sinema izleyicisinin % 45'ini oluşturmaktadır. Yerli yapımların izleyicisinin % 60'ını listenin ilk beş filmi toplarken, en çok izlenen ilk üç filmin çektiği izleyici oranı ise % 49'dur.

Toplumda sinemaya gitme alışkanlığının hâlâ çok düşük düzeyde seyrettiği görülmektedir. Amerikalılar yılda ortalama 4, Fransızlar ise 3 kez sinemaya giderken, Türkiye'de bu rakam iki yılda birdir. Bunun nedenleri arasında sinema salon ve koltuk sayılarının coğrafi olarak dengesiz dağılımı, ülke koşulları açısından hâlâ oldukça yüksek bilet fiyatları gibi ekonomik etkenlerin yanı sıra, başta kadınlar olmak üzere, belli kesimlerin ev dışında kültürel etkinliklere katılım sorunları gibi sosyolojik nedenler de sayılabilir.

Dizilerin parlak bir dönem yaşamasına rağmen, yayın politikalarından kaynaklanan sıkıntılar, sadece film endüstrisi çalışanları tarafından değil, izleyiciler tarafından da yakınma konusu olmakta, her 3 izleyicinin 2'si "yerli dizi yersiz uzun" görüşünü dile getirmektedir. Televizyon reklam düzenlemeleri gerekçe gösterilerek sürdürülen bu durum aslında yeniden değerlendirilmesi gereken bir bulgudur.

Birçok temel ulusal film endüstrilerini güçlendirmiş örnek ülkelerde olduğu gibi film sektörünün paydaşlarıyla birlikte fikri haklar, çalışma koşulları, ekonomik-mali düzenlemeler gibi alanlarda daha somut ve planlı adımlar atması, bütünsel bir politikanın varlığı ve somut olarak uygulamaya koyulması gerekmektedir. Bu, hem iç pazar dinamikleri açısından yarar sağlayacak, hem de uluslararası düzlemde Türkiye'nin yeri ve rolünü güçlendirecektir.

Film endüstrisi, mevcut sorunlara çözüm bulunduğu takdirde, bu, rasyonel ya da yeterince olmayan gelişimini sürdürülebilir kılacak ve hedeflerini daha da büyütebilecek, aksi takdirde, sahip olduğu kaynakları hızla tüketme ve tesadüflere, bu konuda gerekli önlemleri almış ülkelerdekinden çok daha bağımlı olma tehlikesiyle yüz yüze gelecektir. Film endüstrisi alanında faaliyet gösteren kişi, kurum ve kuruluşların üretmesi beklenen çözümlerin başında, kurumsallaşmanın temel şartı olan, doğru örgütlenme, iyi iç iletişim ve mesleki toplumsallaşmanın rasyonel koşullarının oluşturulması gelmektedir.

Film endüstrilerinin kurumsallaşması ve Türkiye'nin stratejik sektörlerinden biri olarak ekonomik, toplumsal, kültürel yaşamda yerini kalıcı biçimde alması yönünde gerekli politikaların üretilmesi gerekmektedir. Türk sinema sektörü artan stratejik önemi dolayısıyla etkin bir kurumsal yapıda temsil edilmelidir. Bunun için Kültür ve Turizm Bakanımız Sayın Ertuğrul Günay'ın da desteklediği Sinema Kurumu bir an önce oluşturularak sektöre kazandırılmalıdır. Sinema sektörü, pek çok disiplinin ve sektörün kesiştiği, kitle iletişim araçları içerisinde en etkili iletişim araçlarından birisidir. Bu yüzden sinema sektörü stratejik bir değer taşımaktadır. Türkiye'nin 2023 vizyonu bu stratejik değeri dikkate alarak şekillenmelidir.

İSTANBUL

Dr. Murat Yalçıntaş*

BİR TİCARET MERKEZİ OLARAK İSTANBUL'UN GELECEK VİZYONU

Bütün Türkiye'nin ve hatta bölge ülkelerinin ebrusudur İstanbul... Kıtaların, tarihin, medeniyetlerin, dinlerin, kültürlerin, halkların, denizlerin, tacirlerin buluştuğu bir kavşak noktasıdır. Yunan, Roma, Bizans, Osmanlı ve nihayet bugünkü Türkiye'nin ruhunu verdiği şehirdir. Farklı kültür ve medeniyetlerin birbirlerine karışıp kaynaştıkları; aynı anda hem Doğu hem Batı olan; belki de ne tam anlamıyla Doğu ne de tam anlamıyla Batı olan gizemli bir şehirdir.

8 bin yıllık geçmişiyle İstanbul, hep çok kültürlü, kozmopolit bir ticaret merkezi oldu. Kent daha Bizantion döneminden başlayarak başlıca uğraşı olan ticaret sayesinde tüm dünyaya açık bir görünüm kazandı. Kentin limanlarında, meydanlarında Suriye'den, Mısır'dan gelen zengin tüccarlar Yunanlılara, Trakyalılara, Araplara karışırdı. Doğal bir liman olan Haliç kıyıları, bu tüccarlarla doluydu.

O yüzden İstanbul, tarihe komutanlarıyla, devlet adamlarıyla, askeri başarılarıyla değil, ticaret kapılarını elinde tutmasıyla, zengin tüccarları, malları ve gelişkin ticari hayatıyla geçti. 13. yüzyılda kısa süreli olarak Bizans İmparatorluğu yerine kurulan Latin İmparatorluğu bile, esasen Venedik ve diğer İtalyan ve Latin devletlerinin ticaret yollarını ve kavşaklarını ele geçirmek istek ve ihtiyacından doğmuştu. Çünkü İstanbul, bu yollar üzerindeki en önemli kavşak noktası idi.

* İTO Yönetim Kurulu Başkanı

Osmanlı egemenliğine kadarki geçmişinde İstanbul birçok iniş-çıkışlar yaşadı, başından büyük felaketler ve zaferler geçti. Bu kenti gören bütün hükümdarlar hep ona sahip olmak istediler. Her çöküşü bir diriliş izledi. Her büyük dirilişte İstanbul yeniden yükselen yeni bir inancın, dinin, kültürün ve uygarlığın merkezi oldu. Ancak tüm bu iniş çıkışlara rağmen hiçbir şey değişmedi: Şehrin zenginliği, ihtişamı, büyüklüğü çekiciliği ve olağanüstü dinamizmi hep aynı kaldı.

Bu gelenek Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde de devam etti. Kentin yaşamında bir gerçek hiçbir zaman değişmedi: Ülke ticaretinin kalbi hâlâ burada atmaktaydı.

Ancak dünyanın en önemli, en hareketli, en kozmopolit ticaret merkezlerinden biri olagelen İstanbul'un bir özelliği vardı. Tarihin her döneminde İstanbul çok büyük ölçüde dışarıya bağımlı bir yapı arz etti. Sözelimi Osmanlı döneminde İstanbul, dünyanın dört bir yanından gelen malları sürekli tüketen bir karakter sergiledi. İthalat ve transit ticaret ağırlıklıydı.

Özellikle 1950'lerden başlayarak Türkiye hızlı bir dönüşüm ve sanayileşme sürecine girdi. Sanayi üretimindeki atılım doğal olarak ticarete de yansdı. 1950'lere kadar ithalatın ve transit ticaretin belirleyiciliği İstanbul'un ticaret hayatında, ihracat öne çıkmaya başlamıştı. Burada üretilen sanayi ürünleri önce yurtiçi piyasalara ve 1980'ler sonrasında da büyük ölçüde yurtdışına satılacaktı. Bu vesileyle İstanbul'un ihracat ve ithalatında artık hammadde ve sanayi ürünleri ön plana geçmeye başladı. Bu durum, şehrin 8 bin yıllık tarihindeki en önemli ekonomik ve ticari yapı değişikliğidir.

1970'lerin ikinci yarısından itibaren İstanbul'da yerleşik olan en büyük işletmeler, üretim birimlerini Kocaeli, Sakarya ve Bursa gibi çevre illere veya Marmara Bölgesi'nin diğer önemli merkezlerine taşımaya başladı. Böylece İstanbul, il sınırlarını aşır çevre illere yayılan geniş bir sanayi metropolü olarak ortaya çıktı. İstanbul da bu büyük bölgenin; üretim kararlarının alındığı merkezi, yani beyni ve iç ve dış ticaret yollarıyla da mal dolaşımının ana merkezi oldu. 1980'e gelindiğinde ise Türkiye'nin toplam ithalatının 1/3'ü, toplam ihracatının da 1/4'ü İstanbul'dan yapılır hale geldi.

Günümüzde ise artık İstanbul, Türkiye'nin ekonomik, ticari, sosyo-kültürel başkentidir. İstanbul, ülkenin milli gelirinin % 25'ten fazlasını üreten, Türkiye'nin toplam dış ticaretinin % 50'den fazlasını gerçekleştiren, devletin vergi gelirlerinin % 40'tan fazlasını ödeyen bir kent oldu. Artık, Türkiye'de kurulu işletmelerin 1/4'ü, tüm bankaların % 85'inin merkezi, Türkiye'nin toplam nüfusunun 1/6'sı, toplam işgücünün % 18'i İstanbul'da bulunuyor. Aynı şekilde tüm ülkenin sanayide oluşturduğu toplam katma değerin % 28'i, hizmetler sektörünün % 31'i, Türkiye'de yatırım yapan yabancı sermayeli şirketlerin % 50'den fazlasının faaliyeti burada gerçekleşiyor.

Kısacası, Türkiye ekonomisinin tüm yükünü İstanbul çekmektedir. 200 milyar dolara yaklaşan büyüklüğüyle İstanbul bugün, dünyanın 184 ülkesinin 140'ından, Avrupa'da ise 18 ülkeden daha büyük bir ekonomik değere sahiptir.

Bildiğiniz gibi Türkiye olarak, 2023 yılında milli geliri 1,5 trilyon dolara ulaşmış, dünyanın en büyük 10. ekonomisi olmuş, nüfusu 80 milyonu aşmış, kişi başı milli geliri 25 bin dolar seviyelerine yaklaşmış bir ülke olmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda yaşam kalitesini, refahını ve demokratik standartlarını önemli ölçüde yükseltmiş, politik istikrarını kayda değer ölçüde pekiştirmiş, yılda 500 milyar dolar ihracat gerçekleştiren bir Türkiye vizyonu koyduk önümüze. Bu hedeflerin boş bir hayal olmadığını, Türkiye'nin özgüveni, potansiyeli ve birikimi ile bunları başarabileceğini biliyoruz. Son 10 yılda başardıklarımız bunun en açık ispatıdır.

Bugün Türkiye'nin geçirmekte olduğu baş döndürücü dönüşüm ve gelişim, bana göre adeta sessiz bir devrimdir. Bana göre yeni milenyumun ilk on yılı Türkiye için bir milat olmuştur. 1980'de 26. sıradayken Türkiye bugün dünyanın en büyük 17. ekonomisi haline gelmiştir ve tüm otoriteler, Türkiye'nin önümüzdeki dönemde basamakları en hızlı tırmanacak ekonomi olacağını teyit ediyor. Şu son on yılda ihracatımızı 4'e katladık ve 130 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren bir dünya üreticisi haline geldik. Türkiye artık tarım, tekstil, demir-çelik gibi geleneksel endüstrilere değil; otomotiv, makine imalat, elektrik-elektronik, beyaz eşya, kimya, gemi imalatı, mücevher, mobilya gibi daha yüksek teknoloji ve katma-değerli sanayilere dayanıyor ve bu ürünleri ihraç ediyor.

Son beş yılda Türkiye 80 milyar dolar doğrudan yabancı yatırım çekti. Uluslararası sermayenin gözdesi oldu. Küresel finansal krizin etkilerini tüm şiddetiyle hissettirdiği, dünya ekonomisi ve küresel ticaretin keskin biçimde daraldığı ve bütün dünyanın adeta sarsıldığı 2009 yılında bile Türkiye, Ortadoğu, Kuzey Afrika, Orta ve Uzak Doğu Asya'da birçok ülkeye ihracatını sıradışı oranlarda artırmayı başardı. Aynı yıl Türkiye tüm dünyada kredi notu bir defada iki kademe birden yükseltilecek tek ülke oldu.

En geç 2012 yılında yeni not artırımlarının gelmesini ve Türkiye'nin çoktandır hak etmiş olduğu "Yatırım yapılabilir" seviyesine yükseltilmesini bekliyoruz. Bu, şu demektir: Önümüzdeki dönemde Türkiye'ye yüklü miktarda ve katlanarak artan oranlarda sermaye akacak. Türkiye, bölgesinde ticaretin çekim ve ağırlık merkezi, itici gücü, dinamosu, kaldırıcı olacak.

Peki, Türkiye ekonomisinin beyni ve kalbi İstanbul'un bu tablodaki yeri ne olacak, ne olmalıdır? Ben İstanbul'un uzun vadede Türkiye ekonomisindeki mevcut ağırlığını koruyacağını ve 2023 yılında bugün sahip olduğu oranları aşağı yukarı devam ettireceğini düşünüyorum. Toplam sanayi üretimi ve toplam ihracat içerisindeki payı bir miktar gerileyebilir. Çünkü Anadolu müteşebbisleri gerek sanayileşme, gerekse dış pazarlara açılma konusunda çok ciddi atılımlar yapıyorlar.

Bu tüm Türkiye'nin gururudur. İstanbul, 30 yıl önce olduğunun aksine, Türkiye'nin sanayi üssü olmaktan yavaş yavaş çıkacaktır. Bunun yerine dünya çapında bir ticaret, finans, lojistik, turizm, kongre/fuar, kültür ve teknoloji merkezi haline gelecektir.

Şunu belirtmeliyim ki, bir süreden beri illerimiz arasında yeni bir işbölümünün şekillendiği yeni bir evreden geçiyoruz. Ancak, İstanbul halen Türkiye ekonomisinin beyni ve ticaretinin kalbidir ve bu konumu orta vadede pek kolay değişemeyecektir. O halde, bundan 12 yıl sonra, yani 2023 yılında, 350-400 milyar dolarlık bir büyüklüğe ulaşmış, nüfusu 20 milyonu aşmış, yılda 20 milyona yakın turisti ağırlayan ve 200-250 milyar dolarlık ihracat gerçekleştiren dev bir İstanbul bekliyor bizleri.

Bu yükü sırtlamak için ise İstanbul'un her anlamda altyapısının hazır hale getirilmesi gerekiyor. İstanbul'un yeraltı ulaşım, metro/tramvay altyapı çalışmaları hızla devam ediyor. İstanbul için çok önemli olan Marmaray Projesi'nin 2013'te tamamlanmasını bekliyoruz. İstanbul Boğazı'na üçüncü köprü, Maslak'ı içine alacak Manhattan tarzında bir ada oluşturulması, İstanbul'a üçüncü bir havalimanının inşası gibi büyük projeler de gündemde. İstanbul'un mimari dokusunun korunması/restorasyonu, merkezi/turistik bölgelerinin yeniden yapılandırılması/gentrifikasyonu, uydu kent ve bölgesel cazibe merkezleri, alışveriş merkezleri, iş merkezleri, konut projeleri, turistik konaklama altyapı ve kapasitesinin geliştirilmesi, yeni kongre ve fuar/sergi alanlarının inşası, uluslararası standartlarda spor kompleksleri hazırlanması, İstanbul Sabiha Gökçen Havalimanı'na ek terminaller vs. İstanbul'un bu yükü sırtlanabilmesi için elzem görünüyor.

Ulaştırma Bakanlığı'na 2011 yılı için ayrılan bütçenin büyüklüğü ve bu meblağın başta demiryolları olmak üzere limanların, havalimanlarının kapasitelerinin artırılması ve modernleştirilmesi gibi acil nitelikteki lojistik-ulaştırma altyapı çalışmalarına ayrılacak olması gelecek için umut vericidir. Yakın bir tarihte bitirilmesi planlanan ek "Hızlı Tren Projeleri" Türkiye'yi bir ağ gibi örecektir. Yine Kars-Tiflis-Bakü demiryolunun yakın bir gelecekte tamamlanacak olması da İstanbul'u bir kez daha yeni "İpek Yolu"na bağlayacaktır.

Bilindiği üzere, Türkiye'nin halihazırda 13 ülke ile serbest ticaret anlaşması bulunuyor. Bunlar Fas, Filistin, Tunus, Suriye, Mısır, İsrail, Gürcistan, Arnavutluk, Makedonya, Bosna-Hersek, Hırvatistan, Sırbistan, Karadağ gibi bölge ülkelerinden oluşuyor. Lübnan ve Ürdün ile anlaşma süreci onay bekliyor. Libya ve Körfez Ülkeleri ile görüşmeler devam ediyor. Ayrıca son dönemde Türkiye, Suriye, Pakistan, Libya, Ürdün, Lübnan, Katar ve Tanzanya ile vize uygulamalarını karşılıklı olarak kaldırdı. Muhtemelen bu gelişmelerin devamı gelecektir.

Türkiye, bölgesinde adeta bir serbest ticaret ağı oluşturma yolunda hızla ilerliyor. İşte Türkiye'nin ulaştırma başta olmak üzere her alanda, gerek içeride gerekse

dışarıda gerçekleştirmekte olduğu altyapıya yönelik yeniden yapılanma tam da böyle bir arka plan üzerine oturuyor.

Sürekli olarak yabancı işadamlarıyla diyalog içinde olan, bu ülkeleri ziyaret edip üst düzey görüşmeler gerçekleştiren bir kişi olarak şunu söylemeliyim ki, bütün dünyanın gözü Türkiye'nin ve İstanbul'un üzerindedir.

Artık tüm dünya burada, bu coğrafyada, bu ülkede, bu şehirde bir şeyler olduğunun, bir şeylerin değiştiğinin farkında ve buraya gelip neler olduğunu anlamak için can atıyor.

Zaman geçiyor, ama dünya dönüp dolaşıp tekrar İstanbul'da buluşuyor. İstanbul gizemli bir biçimde sanki tekrar aslına rücû ediyor, tarihte her zaman ne idiyse yine o oluyor.

Özetle, 2023 vizyonu çerçevesinde İstanbul, tıpkı Londra, Paris, Frankfurt gibi tarihinin zenginliklerine yaslanan ve onları yaşatan dinamik bir ticaret, turizm, kültür, finans ve lojistik merkezi olacaktır. Bugün bağımsız olarak varlığını sürdüren 21 ülkeye bir zamanlar başkentlik yapmış bir şehir olarak İstanbul, kuşkusuz böylesi bir merkez olmayı diğer şehirlerden çok daha fazla hak ediyor.

FUARCILIK

Bülent Ünal*

TÜRK FUARCILIĞININ GELECEK VİZYONU

Giriş

Fuarcılık çabalarında 1996 yılında, doğruluğu tartışılıyor olsa da, Gümrük Birliği'ne geçiş ile başlayan gelişme, Sovyetler Birliği'nin dağılması, Doğu Bloğu ülkelerinin parçalanması ile kurulan yeni devletler ve bazı komşu Arap ülkelerinde yumuşayan yönetim anlayışları, Türkiye'nin bölgesindeki konumunu ve ticari etkinliğini çok olumlu ölçülerde etkiledi. Balkanlar, dağılan Rusya, Kafkasya, Orta Asya, Arap Yarımadası ve Kuzey Afrika'yı içine alan bu yeni ekonomik coğrafyada Türkiye fuarcılık mesleğinde çok önemli bir buluşma merkezi haline geldi.

Bu süreçte hızla oluşturulan nitelikli fuar alanları, yetişmiş insan gücü, hızla gelişen ulaşım, konaklama, eğlence ve alışveriş imkânları, fuarcılık mesleğinde yeterlilik sahibi firmaların nitelikli hazırladığı ihtisas fuarlarında çok önemli gelişmeler kaydedilmesini sağladı.

Bugün için Türkiye ve çevresinde yeni ekonomik coğrafya Avrasya'da, Türkiye merkezli ortalama üç, üç buçuk saatlik bir mesafede bir milyarı aşkın, AB'ye göre oldukça genç ve tüketime açık, hatta aç diyebileceğimiz bir nüfus yaşıyor. Büyük kısım kötü yönetimler veya baskıcı rejimler ile bunalılmış bu ülkelerin

* TÜYAP Tüm Fuarcılık Yapım A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı

ortak zenginliği de uğruna savaşlar çıkartılan enerji kaynaklarına, petrole ve doğalgaza sahip oluşları. Yani genelde zengin veya zenginlik potansiyeli olan ülkeler ve hemen hepsinde sanayi oldukça ihmal edilmiş, sahip olunan teknolojiler de oldukça eski.

Türkiye böyle bir coğrafya içinde fuarcılık mesleğinde bugün için iki önemli merkezle mücadele ediyor, yoğun bir rekabet yaşıyor. Güneyde Dubai, kuzeyde Moskova. Başka bir deyişle İstanbul, Moskova ve Dubai'nin oluşturduğu bu sacayağı, yeni ekonomik coğrafyanın etkili fuar merkezleri olarak öne çıkıyor. Tabiidir ki bu üç merkezin birbirine göre üstün ve zayıf tarafları var. Dubai kuraldışı bir ülke, gümrük ve vergi kaygısı yok. Bu nedenle genelde tüketim malları sergilenmesinde başı çekiyor. Moskova halen kendisi için çok önemli ancak çevre ülkelerden ziyaretçi çekmede sıkıntıları var. Ulaşım, iklim, hukuki uygulamalardaki dönemsel farklılıklar sorun yaratabiliyor. Ancak her şey bir yana çok önemli, kolay kolay terk edilemez bir merkez. İstanbul bu rekabet içinde çok farklı bir gelişim gösterdi. Türkiye bölgenin en güvenilir ülkesi. Özellikle gelişmiş Batı ekonomileri için sergileyebilecekleri, Avrasya coğrafyasını oluşturan ülkeler ile buluşabilecekleri en önemli ticari merkez. Geçmişten gelen tarihi bağlara, benzer kültüre, laik yaşam biçimine, üst düzey yaşam standartlarına, doğrudan ulaşım imkânlarına hatta yirmiyi aşkın ülkeden sabah gelip akşam dönme imkânlarına sahip nadir ülke oluşunun yanı sıra hemen her konuda güvenilir ve işbirliği yapabilir insan gücünü yetiştirmiş olması fuarcılık faaliyetlerinin de önünü açan çok önemli faktörler. Özellikle yatırım malları ve ara malların, hammaddelerin sergilenmesinde bölgesi içinde çok farklı bir yere sahip.

Cumhuriyetimizin yüzüncü yılını kutlayacağımız 2023 yılına bu önemini daha da arttırarak güvenle ulaşacağına inancımızın tam olduğunu ifade etmek isterim.

Yukarıdaki kısa analizin bile 2023 yılı hedeflerine ulaşmada fuarcılık mesleği açısından öngörülerini sunmada ve çalışma taslağının oluşturulmasında yol gösterici olacağını düşünüyorum ve bu rapor için öngörülen çalışma taslağına bağlı kalarak aşağıdaki değerlendirmeleri sizler ile paylaşmak istiyorum.

1. Sektör Potansiyeli

Sektördeki nitelikli firmalar, sahip oldukları deneyimleri, iş ilişkileri, kadroları ve öz bilgi birikimleri ile büyük ölçekli genel hedeflere hizmet etme potansiyeline tam olarak sahiptirler. Faaliyetleri ile kendilerini kanıtlamış olan bu nitelikli firmalar gelecek için büyük bir güveni oluşturmaktadır.

2. Firma Yeterlilikleri

2010 yılı sonu itibarı ile sektörde 148 firma faaliyet göstermektedir. Sektördeki firmaların yeterlilikleri üç ayrı kategoride ele alınabilir.

- a) Pek çok sektör için fuar yapabilecek yeterli uluslararası deneyim, bilgi, donanım, insan gücü ve finans gücüne sahip vizyoner firmalar.
- b) Belirli bir-iki konuda kısıtlı yeterliliğe sahip firmalar.
- c) Yetersiz, gelişme imkânları çok kısıtlı, ticari varlıklarına ihtiyaç olmayan, pazar bozucu, gelişimi aşağı çeken ve sayıları çoğunluğu oluşturan firmalar.

3. Devlet Destekleri

Türkiye gerçekten sürekliliği olan, küresel rekabet gücüne sahip, ihracat ağırlıklı sağlıklı bir ekonomik modele sahip olacak ise;

- a) Devlet destekleri etkin olmalı, yurtiçi ve yurtdışı destekler ayrı planlanmalı, ortak hedefler çerçevesinde etkin bir koordinasyon ve ilgili tüm tarafların katılımı ile kurallar belirlenmelidir.
- b) Şeffaflık sağlanmalı, tüm destek alan firmalar ve destek detayları ilgili internet sitesinde herkese açık ve izlenebilir olmalıdır.

4. Sektörün Güçlü ve Zayıf Yönleri

Güçlü Yönler:

- a) Fuarcılığın uluslararası standartlarda yerine getirilmesi için uygun ve yeterli fuar alanlarının bulunması,
- b) Türkiye’de fuarcılık mesleğinde yer alan yeterlilik sahibi nitelikli organizatör firmaların, pek çok ülkenin önünde olması,
- c) Fuarcılık sektörünün ihtiyacı olan nitelikli insan gücü bulmada sorun yaşamaması,
- d) Fuar açılabilir şehirlerde ulaşım ve konaklama imkânlarının genellikle yeterliliği,
- e) Bölge liderliği, bölgenin en güvenilir ülkesi olması.

Zayıf Yönler:

- a) Yetersiz sektör firmalarının sektörel gelişime olumsuz etkileri,
- b) Devlet (hükümet) özelleşmeyi teşvik ederken kamusal ve yarı kamusal kurum/kuruluşların fuar organizatörü olma çabaları,
- c) Fuarcılık için uygun olmayan alanlarda yapılan, iyi hazırlanmayan, kötü örnek olan fuarların var olması ve bu fuarların zaman zaman devlet destekleri ile desteklenmesi,
- d) Genelde sanayi ve ticaret odaları liderliğinde, gerçekçi fizibilitelere dayanmayan aynı coğrafi bölge içinde birbirine rakip fuar alanı inşa etme çabaları,
- e) Kamudan ve yerel yönetimlerden gerekli desteğin sektör şirketleri veya fuar için sağlanamaması,
- f) Fuarların etkinliği ve mali gücü için çok önemli bir unsur olan birim fiyat yetersizlikleri.

5. Sektöre Yönelik Tehditler ve Fırsatlar*Tehditler:*

- a) Türkiye'nin güçlü olan sektörlerine rakip ülkelerde, komşu ülkelerde ve Avrasya'da halen yapılan ve yapılacak yeni konulu fuarlar,
- b) AB'nin büyük üyelerinin, faaliyetleri daralan güçlü fuar şirketlerinin, iyi tanımadıkları bölge ülkelerinde fuar hazırlama girişimlerinin pazar bozucu etkileri.

Fırsatlar:

- a) 2023 yılı için ortaya konan ihracat hedefinin gerçekleşmesi için üretimin artışı, bu üretim artışını sağlayacak KOBİ'lerin hızla çoğalması ve sergileme ihtiyaçlarının artması,
- b) Türkiye'yi bölgenin güvenli buluşma yeri olarak kabul eden batılı firmaların bölge pazarından yeni ve artan paylar alma istekleri,
- c) Büyüyecek yerli üretim için ihtiyaç duyulacak makine, teçhizat, hammadde ve ara mallarında yeni teknolojilerin ve ürünlerin yoğun bir şekilde tanıtılma ihtiyacı.

6. Geleceğe Dönük Stratejiler ve 2023 Vizyonu

- a) Emek-sermaye yoğun sektörlerin fuarlarının yanında; teknoloji-bilgi yoğun ve yüksek katma değerli sektör fuarlarının gelişimi,
- b) 2023 hedefleri, ülke geneline yayılmış olan koordineli üretim ile elde edilebileceğinden, Anadolu'da konulara göre seçilmiş, sıklet merkezi olan bölgelerde fuarcılığın desteklenerek gelişiminin sürdürülmesi,
- c) Ülke ekonomisinin büyümesi için kritik unsur olan KOBİ'lerin pazarlama ihtiyaçlarına hizmet eden ve KOBİ ürünlerinin toplu pazarlamasında çok önemli etkileri bulunan fuarların, gelişmesine olumsuz etkide bulunan yetersiz ve nitelsiz fuar firmalarının sektörde olmaması,
- d) Kamu/kamusal kurum ve kuruluşların fuar organize ederek dar bir alana yoğunlaşmak, haksız rekabet yaratmak yerine, mevcut nitelikli fuarları koordineli bir yaklaşım ile destekleyen, yönlendiren, kontrol eden, denetleyen bir yönetim yapısının ortaya konması,
- e) Sanayi, ticaret odaları ve ticaret borsalarının kendi coğrafi bölgelerinin içinde bir buluşma merkezi için anlaşarak mal ve hizmet üretimlerinin bu merkezde tanıtılmalarının sağlanması.

7. Vizyon'a İlişkin Temel Amaç ve Politikalar

- a) Fuarcılık sektörü ile ilgili sektörel tanımlama için ticari-yasal çerçeve belirlenmeli ve destek görünümündeki kısıtlamalar ve gereksiz yetkilendirmeler kaldırılmalı,
- b) Fuar alanlarının özel sektör yolu ile gelişimi için devlet politikaları oluşturulmalı,
- c) Yurtiçi ve yurtdışı fuar faaliyetlerinin desteklenmesine yönelik olarak çeşitli bakanlıkları koordineli çalıştırabilecek karar ve uygulama yapısı tanımlanmalı,
- d) Hedeflere ulaşmada kritik rol oynayacak sektörler ve bölgesel pazarlar tespit edilmeli ve bunların desteklenmesi devlet politikası olarak sağlanmalı,
- e) Endüstriyel üretimin toplu pazarlamasına hizmet edecek olan Türk fuarlarının tanıtımında kamu gücünün kullanılması, fuarcılık sektörünün görüş, öneri ve beklentileri ile de oluşturulacak, ortak bir kamu hedef/politikasına dönüştürülmeli,
- f) Dünya/bölge ölçeğinde gelişmesi ve rekabet gücü kazanması hedeflenen endüstrilere ilişkin, üretim ağırlıklı sektörel derneklerin güçlendirilmesine katkı sağlanmalı ve bunların dünya ölçeğinde örgütlenmelerine destek verilmeli.

8. Amaç ve Politikalarla İlgili Öncelikler ve Uygulama Önerileri

- a) Mevzuat düzenlemeleri,
- b) Kurumsal düzenlemeler.

9. Sektörel Değerlendirme ve Sonuç

Türkiye'nin ekonomik ve sosyal gelişiminde ve Cumhuriyetimizin yüzüncü yılı hedeflerine ulaşmada fuarcılık faaliyetlerinin rolü gerçekten önem taşımaktadır. Hazırlandığı şehirleri, ülkeleri zenginleştiren bu uygulamalar hemen hemen tüm iş kollarına alışık olduğu ilişkilerin dışında önemli ek gelirler sağlamak ve ülkenin yeni, verimli, uygulanabilir teknolojiler ile de buluşmasına imkân vermektedir.

Günümüzün rekabetçi ortamında geleceğe uyum sağlayacak bilgi ve görgüyü yakalayabilmek, çevre ülkelerine göre farklılıklar ve dolayısıyla liderlik oluşturabilmede; doğru hazırlanmakta olan ve hazırlanacak ticari fuarların etkisi çok fazla olacaktır.

Türk fuar endüstrisi bugünden sahip olduğu imkânlar, ilişkiler, altyapılar ve yetişmiş insan gücü ile bu gelişmede ve hedeflere ulaşmada üstüne düşen görevi yerine getirebilecek nitelikli kapasiteye ve örgütlü güce sahiptir.

İNSAN KAYNAKLARI

Hasan Altunkaya*

TÜRK YÖNETİCİLER YAKIN TAKİPTE

Son dönemde Türk CEO'lara olan talep artmıştır. Bunun yanı sıra CFO, CHRO, CIO, CSO, COO gibi stratejik öneme sahip orta kademe yöneticilere de talep artmıştır. Bunda, bölgede büyümek isteyen küresel şirketlerin Türk yöneticileri tercih etmesinin önemli rol oynadığı gibi, ABD'deki ve AB'deki yöneticiler kriz yönetimine alışkın değil. Türkiye'deki yöneticiler gibi zor durumlarda başarılı sonuçlar alamayabiliyorlar. Önümüzdeki günlerde Türk CEO'lara olan talep daha da artacak. Halihazırda çokuluslu Amerikalı, Alman ve İngiliz şirketleri için Türk CEO'lar arıyoruz. Özellikle bölge için Türk CEO'lara talep çok fazla artıyor. Türk yöneticiler bölgeyi iyi tanıyor. Batı ile doğunun sentezini iyi yapıyor. Büyük küresel şirketler, Türk yöneticileri ağırlıklı olarak bölgesel pozisyonlar için tercih ediyor.

Türk yöneticilerin gerek satış ve pazarlama becerilerine; gerekse stabil olmayan pazarlar içerisinde çalışma yeteneklerine güvenen firmalar Türkiye'den yönetici ithal ediyor. Bunlardan bazılarını aşağıdaki gibi ülke, sektör ve pozisyon bazında incelemek mümkün:

Türkiye'den yönetici talep eden ülkelerden Arabistan, Katar ve Dubai, otomotiv sektöründe üretim müdürü, CEO, CMO ve COO; telekom ve IT sektöründe CMO

* Data Expert Genel Müdürü

ve ülke müdürü; inşaat/altyapı ve enerji sektörlerinde proje müdürü, 10-15 yıl deneyimli inşaat, makine ve elektrik mühendisleri; FMCG ve perakende sektörlerinde ülke müdürü, COO, CMO, CFO, CHRO ve CEO; hizmet sektöründe satış ve pazarlama direktörü, ülke müdürü, otel müdürü ve tesis müdürü arayışı içerisinde.

Bahreyn ve Kuveyt'in, inşaat/altyapı, enerji sektöründe proje müdürü; 10-15 yıl deneyimli inşaat, makine ve elektrik mühendisi, hizmet ve turizm sektörlerinde ülke müdürü, otel müdürü ve tesis müdürleri talepleri var.

Azerbaycan ve Kazakistan'dan daha çok telekom ve IT sektörlerinde satış müdürü, iş geliştirme müdürü, danışman, CMO ve CFO; FMCG ve perakende sektörlerinde satış müdürü, lojistik müdürü, CMO, CHRO ve strateji geliştirme müdürü; inşaat/altyapı ve enerji sektörlerinde proje müdürü ve 10-15 yıl deneyimli inşaat, makine ve elektrik mühendislerine talep söz konusu.

Libya ve Rusya'nın inşaat/altyapı ve enerji sektörlerinde proje müdürü ve 10-15 yıl deneyimli inşaat, makine ve elektrik mühendisi arayışları var.

Romanya, inşaat/altyapı sektöründe CEO ve COO, FMCG ve perakende sektörlerinde COO ve CMO'ya talep gösteriyor. Hizmet ve turizm sektörlerinde ülke müdürü, otel müdürü ve tesis müdürlerine yine Romanya ve Ukrayna'dan talep var.

Ukrayna'dan aynı zamanda inşaat/altyapı sektöründe proje müdürü; FMCG ve perakende sektörlerinde satış müdürü ve CMO pozisyonlarına da talep geliyor.

Suriye; telekom ve IT sektörlerinde CMO ve ülke müdürü, otomotiv sektöründe ülke müdürü, CEO, CMO ve COO telebinde bulunurken, İran'dan FMCG ve perakende sektörlerinde satış müdürü ve CMO, hizmet sektöründe satış pazarlama direktörü pozisyonlarına da talep geliyor.

Genel olarak CEO'lardan ve yöneticilerden beklenenler şunlar:

- * Mütevazı ve müteşekkir olmak. Kibirli olmamak, dünyayı kendi ekseninde görmemek.
- * Son krizde gösterdi ki paraya, ödüle, prime zafiyet hem CEO'nun hem de kurumların sonunu getirdi. CEO'lar ekonomik ve finansal zafiyetten kaçınmalıdır. Ve en önemlisi "etik", yani "iş ahlakı" uluslararası ilişkilerde en önemli kriterlerden biri haline gelecek.
- * Teknoloji ve yeniliğe meraklı, başarıya güdüsü yüksek, iletişim kanallarını açık tutan, göreve bağlı ve öz disiplini olan.
- * Farklı kültürden insanlarla çalışabilen, kişisel gelişime ve eğitime önem veren, motive eden yapısı ile ön plana çıkan, tek adam olma hevesiyle hareket etmeyen...

YETKİN YÖNETİCİ FİRMAYI BAŞARIYA TAŞIR

Tüm dünyada ekonomik krizden çıkılıp çıkılmadığı tartışılmakta. Bu arada en çok konuşulan da istihdamdaki daralma ve işsizlik. Böyle kriz dönemlerinde firmalar en kolay ve çabuk tasarruf yöntemi olarak ara elamanlarını çıkarmayı düşünmekte. Oysa krizi yönetebilen yetenekli insan kaynağı, özellikle de krizi yönetebilecek yönetici bu dönemlerde çok önemlidir.

Türkiye'nin önde gelen insan kaynakları firmalarından olan şirketimiz Data Expert İnsan Kaynakları'nın geçtiğimiz dönemde Türk ve Avrupalı 1.500 yöneticinin katılımıyla gerçekleştirdiği araştırma, Avrupalı ve Türk yöneticilerin kriz anlarındaki performanslarına ışık tuttu. 2 yıl süren araştırmanın en çarpıcı sonucu Türk yöneticilerin kriz yönetimi konusunda Avrupalı meslektaşlarını sınıfta bırakması. Türkiye'de yaşanan politik ve ekonomik krizlerin yöneticileri daha esnek kıldığını gösteren araştırma sonucu şöyle: "Bir Avrupalıyı ekonomik krizle baş başa bıraktığınızda sudan çıkmış balığa dönüyor. Türk yöneticiler ise farklı çalışma koşulları altında çok iyi bir performans gösteriyorlar. Türk yöneticiler farklı bir ülkeye gittiklerinde o ülkenin ekonomisine ve şartlarına çok kolay adapte olabiliyorlar. Avrupalı yöneticiler de, biraz daha istikrarlı ve biraz daha kendi değerlerinde, inandıkları şeylerde ilerlemeyi tercih ediyorlar."

Araştırma, sorun çözme ve iletişim yeteneğinde ise Avrupalı ve Türk yöneticiler arasında enteresan bir farklılık olduğuna dikkat çekti. Türk yöneticiler, sorun büyüyüp kronik bir hal aldığı zaman müdahale ediyorlar. Avrupalılar ise, sorun çok ufakken onunla ilgileniyorlar.

Türk yöneticilerin büyük çoğunluğu geri bildirim alma, stratejik bakış, sorun iletişimi gibi alanlarda Avrupalı meslektaşlarından geri kalıyor. Ancak esneklik, krizlerle mücadele, satış ve pazarlama yeteneği konusunda da Türk yöneticiler Avrupalı meslektaşlarını sınıfta bırakıyor. Liderlik ise her iki grubun da ortak başarı alanı.

Dünyanın her yerinde krizler yaşanıyor. Ancak iyi yöneticinin dili, dini, ırkı olmaz. Yetkin bir yönetici ile her şekilde krizden başarıyla çıkarsınız.

Kriz dönemlerinde gözden kaçırılan en önemli hususun, bu dönemlerde firmaların nitelikli insan kaynağına ulaşabilmesinin daha kolay olduğu, işlerin iyi gittiği dönemlerde çok zor ya da daha fazla ücret vs. ile ulaşabileceği yetenekli insanları istihdam etme olanağının doğduğudur.

Bugüne kadar krizler belli sürelerin neticesinde sona ermiştir. Unutulmamalıdır ki firmaların üretimini, satışını ve kârlılığını artıran birinci etken nitelikli insan kaynağıdır.

Firmalar işe alımlara devam ederek ekonomik sıkıntıların bulunduğu bu dönemden güçlü çıkabilirler. Ekonomik sorunların baş gösterdiği bu dönemleri firmalar ihtiyaç duydukları nitelikli elemanları kendilerine daha iyi koşullarda çekmek, hatta diğer şirketlerden transfer etmek için kullanabilirler.

Önceki yıllardan edindiğimiz kriz tecrübeleri de bunu göstermiştir. 2001 krizinde, bu krizin bir avantaja dönüştürülmesi için, firmalar işe alımlara, özellikle de yönetici pozisyonlarında işe alımlara devam ettiği ve ihtiyaçlarına uygun nitelikli eleman ve yöneticiyi bünyelerine katmak için danışmanlık firmalarından daha fazla hizmet aldıkları gözlemlerimiz arasındadır. Örneğin 2001 krizinde, İstanbul'da işsiz kalan çok yetenekli yöneticileri Anadolu'da üretim yapan birçok firma bünyesine katarak ilerleyen zamanda ihracat rekorları kırmıştır.

ULUSLARARASI TİCARETE KONU OLAN HİZMET SEKTÖRLERİ

ULUSLARARASI TİCARETE KONU OLAN HİZMET SEKTÖRLERİ

1. MESLEKİ HİZMETLER

A. Uzmanlık Gerektiren Hizmetler

- a. Hukuk Hizmetleri
- b. Muhasebecilik, Danışmanlık ve Defter Tutma Hizmetleri
- c. Vergi ile İlgili Hizmetler
- d. Mimarlık Hizmetleri
- e. Mühendislik Hizmetleri
- f. Entegre Mühendislik Hizmetleri
- g. Şehir Planlama ve Peyzaj Mimarlığı Hizmetleri
- h. Tıbbi ve Diş Hekimliği Hizmetleri
- i. Veterinerlik Hizmetleri
- j. Ebeler, Hemşireler, Fizyoterapistler, Sağlık Görevlileri Tarafından Sunulan Hizmetler
- k. Diğer Hizmetler

B. Bilgisayar ve İlgili Hizmetler

- a. Bilgisayar Hizmetlerinin Yerleştirilmesiyle İlgili Danışmanlık Hizmetleri
- b. Yazılım Hizmetleri
- c. Veri İşleme Hizmetleri

- d. Veri Tabanı Hizmetleri
- e. Diğer Hizmetler

C. Araştırma ve Geliştirme Hizmetleri

- a. Tabii Bilimler İle İlgili Ar-Ge Hizmetleri
- b. Sosyal ve Beşeri Bilimlerle İlgili Ar-Ge Hizmetleri
- c. Disiplinlerarası Ar-Ge Hizmetleri

D. Emlak Komisyonculuğu Hizmetleri

- a. Sahip Olmaya ve Kiralamaya Konu Olan Mülkler
- b. Ücret veya Sözleşme Karşılığı Gayrimenkul Hizmetleri

E. Kiralama ve Leasing Hizmetleri

- a. Gemilerle İlgili
- b. Hava Taşıtları İle İlgili
- c. Diğer Taşımacılık Ekipmanına İlişkin
- d. Diğer Makina ve Ekipmanla İlgili
- e. Diğerleri

F. Diğer Mesleki Hizmetler

- a. Reklam Hizmetleri
- b. Piyasa Araştırması ve Kamuoyu Yoklaması Hizmetleri
- c. Yönetim Danışmanlığı Hizmetleri
- d. Yönetim Danışmanlığına Bağlı Hizmetler
- e. Teknik Deneme ve Analiz Hizmetleri
- f. Tarım, Orman ve Araziciliğe İlişkin Arızı Hizmetler
- g. Balıkçılığa İlişkin Arızı Hizmetler
- h. Madencilığa İlişkin Arızı Hizmetler
- i. İmalat Sektörüne İlişkin Arızı Hizmetler
- j. Enerji Dağılımına Yönelik Arızı Hizmetler
- k. Personel Yönetimi Hizmetleri
- l. Soruşturma ve Güvenlik Hizmetleri
- m. Bilimsel ve Teknik Müşavirlik Hizmetleri
- n. Ekipmanların Bakım ve Onarımı
- o. Bina Temizlik Hizmetleri
- p. Fotoğrafçılık Hizmetleri
- q. Paketleme Hizmetleri
- r. Basın ve Yayın Hizmetleri
- s. Tören ve Sergi Hizmetleri
- t. Diğer Hizmetler

2. HABERLEŞME HİZMETLERİ

A. Posta Hizmetleri

B. Kurye Hizmetleri

C. Telekomünikasyon Hizmetleri

- a. Telefon Hizmetleri
- b. Paket Anahtarlama Veri İletişim Hizmetleri
- c. Devre Anahtarlama Veri İletişim Hizmetleri
- d. Teleks Hizmetleri
- e. Telgraf Hizmetleri
- f. Faksimile Hizmetleri
- g. Özel Kiralık Devre Hizmetleri
- h. Elektronik Posta
- i. Sesli Posta
- j. Online Enformasyon ve Veri Tabanı Yeniden Temini
- k. Elektronik Veri Değişimi (EDI)
- l. Katma Değeri Bulunan Faksimile Hizmetleri
- m. Kod ve Protokol Dönüşümü
- n. Online Bilgi ve/veya Veri İşleme
- o. Diğerleri

D. Audiovisual Hizmetler

- a. Hareketli Görüntü, Videoteyp Üretimi ve Dağıtım Hizmetleri
- b. Hareketli Görüntü Projeksiyon Hizmeti
- c. Radyo ve Televizyon Hizmetleri
- d. Radyo ve Televizyon Yayınları Aktarım Hizmetleri
- e. Ses Kayıt
- f. Diğerleri

E. Diğer

3. MÜTEAHHİTLİK VE MÜHENDİSLİK HİZMETLERİ

A. Binalar İçin Genel Müteahhitlik İşleri

B. İnşaat Mühendisliği İçin Genel Müteahhitlik İşleri

C. Tesisat ve Montaj İşleri

D. Bina Tamamlama İşleri

E. Diğer

4. DAĞITIM HİZMETLERİ

- A. Komisyonculuk Hizmetleri
- B. Toptan Ticaret Hizmetleri
- C. Perakende Ticaret Hizmetleri
- D. Franchising
- E. Diğer

5. EĞİTİM HİZMETLERİ

- A. İlköğretim Hizmetleri
- B. Ortaöğretim Hizmetleri
- C. Yüksek Öğretim Hizmetleri
- D. Yetişkin Eğitimi
- E. Diğer Eğitim Hizmetleri

6. ÇEVRE HİZMETLERİ

- A. Kanalizasyon Hizmetleri
- B. Çöplerin Kaldırılması Hizmetleri
- C. Sağlıkla İlgili Benzeri Hizmetler
- D. Diğer

7. MALİ HİZMETLER

A. Tüm Sigortacılık ve Sigortacılığa Bağlı Hizmetler

- a. Hayat, Kaza ve Sağlık Sigortası Hizmetleri
- b. Hayat Dışı Sigortacılık Hizmetleri
- c. Reasürans ve Retrosesyon Hizmetleri
- d. Sigortacılığa Yardımcı Hizmetler

B. Bankacılık ve Diğer Mali Hizmetler

- a. Mevduat Kabulü
- b. Her Çeşit Kredilendirme
- c. Finansal Kiralama
- d. Bütün Ödeme ve Para Transfer Hizmetleri
- e. Garanti ve Taahhütler
- f. Para Piyasası Araçları
 - Kambyo
 - Türev Ürünler
 - Döviz Kuru ve Faiz Araçları
 - Devredilebilir Menkul Kıymetler
 - Altın Dahil Diğer Ciro Edilebilir Araçlar ve Finansal Kıymetler

- g. Satın Alma Taahhüdü ve Plasman
- h. Bankerlik
- i. Aktif ve Portföy İşletmeciliği
 - Kolektif Yatırım Yöneticiliği
 - Emeklilik Fonu İşletmeciliği
 - Emanet ve Saklama Hizmetleri
- j. Merkezi Saklama ve Takas Hizmetleri
- k. Danışmanlık, Aracılık ve Diğer Yan Hizmetler
- l. Mali Bilgilerin Elde Edilmesi ve Transferi

C. Diğerleri

8. SAĞLIKLA İLGİLİ VE SOSYAL HİZMETLER

- A. Hastane Hizmetleri
- B. Diğer İnsan Sağlığı Hizmetleri
- C. Sosyal Hizmetler
- D. Diğer

9. TURİZM VE SEYAHAT İLE İLGİLİ HİZMETLER

- A. Otel ve Lokantalar
- B. Seyahat Acenteleri ve Tur Operatörlüğü Hizmetleri
- C. Turist Rehberliği Hizmetleri
- D. Diğer

10. EĞLENCE, KÜLTÜR VE SPOR HİZMETLERİ

(Audiovisual Hizmetler Dışındakiler)

- A. Eğlence Hizmetleri (Tiyatro, Müzik Konserleri ve Sirk Hizmetleri Dahil)
- B. Haber Ajansı Hizmetleri
- C. Kütüphane, Arşiv, Müze ve Diğer Kültürel Hizmetler
- D. Sportif ve Rekreatif Hizmetler
- E. Diğer

11. ULAŞTIRMA HİZMETLERİ

- A. Deniz Taşımacılığı Hizmetleri
 - a. Yolcu Taşımacılığı
 - b. Yük Taşımacılığı
 - c. Gemilerin Mürettebatıyla Birlikte Kiralanması
 - d. Çekme ve Kurtarma Hizmetleri
 - e. Deniz Taşımacılığı İçin Destek Hizmetleri

B. İç Suyolları Taşımacılığı Hizmetleri

- a. Yolcu Taşımacılığı
- b. Yük Taşımacılığı
- c. Gemilerin Mürettebatıyla Birlikte Kiralanması
- d. Gemilerin Bakım ve Onarımı
- e. Çekme ve Kurtarma Hizmetleri
- f. İç Suyollarındaki Taşımacılığa Yönelik Destek Hizmetleri

C. Havayolu Taşımacılığı Hizmetleri

- a. Yolcu Taşımacılığı
- b. Yük Taşımacılığı
- c. Hava Taşıtlarının Mürettebatıyla Birlikte Kiralanması
- d. Hava Taşıtlarının Bakım ve Onarımı
- e. Hava Taşımacılığına Yönelik Destek Hizmetleri

D. Uzay Taşımacılığı Hizmetleri

E. Demiryolu Taşımacılığı Hizmetleri

- a. Yolcu Taşımacılığı
- b. Yük Taşımacılığı
- c. Çekme ve Kurtarma Hizmetleri
- d. Demiryolu Taşıtlarının Bakım ve Onarımı
- e. Demiryolu Taşımacılığı Destek Hizmetleri

F. Karayolu Taşımacılığı Hizmetleri

- a. Yolcu Taşımacılığı
- b. Yük Taşımacılığı
- c. Ticari Araçların Kullanıcısıyla Birlikte Kiralanması
- d. Karayolu Ekipmanlarının Bakım ve Onarımı
- e. Karayolu Taşımacılığı Destek Hizmetleri

G. Boru Hattı Taşımacılığı

- a. Yakıt Taşımacılığı
- b. Diğer Malların Taşınması

H. Tüm Taşımacılık Sektörlerine Yönelik Yardımcı Hizmetler

- a. Kargo Teslim Hizmetleri
- b. Ambar Hizmetleri
- c. Yük Taşımacılığındaki Komisyon Hizmetleri
- d. Diğer

This image shows a full page of white paper with horizontal dotted lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page, providing a guide for handwriting practice. There are no margins, text, or other markings on the page.



NOTLAR:

[illegible]



Önce



Sonra

ARTWORKS

HAYAL EVİ REKLAMCILIK VE İLETİŞİM LTD. ŞTİ.
Bestekar Şevkibey Sokak No:4 Balmumcu Beşiktaş 34349 İstanbul **T:** [212] 288 15 71 **F:** [212] 266 31 06
E: info@artworks-tr.com www.artworks-tr.com





Türkiye'nin En İyi Sağlık Yazılımı

Hastane Bilgi Yönetim Sistemlerinde

BİR BAŞARI ÖYKÜSÜ

- Sağlık Yazılım İhracatında Lider
- Dünya Liderleri ile Partner
- Hızlı Eğitim ve Geçiş Süreci
- Kolay Kullanım
- Düşük Toplam Sahip Olma Maliyeti
- Hızlı ve Sınırsız Erişim
- %100 Web Tabanlı Uygulama
- Kağıtsız Dijital Hastane Uygulaması
- Veri ambarı ve İş Zekası ile Raporlama
- Her Dile Uyarlama Özelliği
- e-Sağlık Projeleriyle Tam Uyumlu
- HL7 ile Entegre Hasta Veri Alışverişi
- Mobil Cihazlarla Tam Entegrasyon
- Dünya Çapında Microsoft Desteği
- RFID ve Akıllı Kart Uygulamaları



esimyazılım
www.esimyazilim.com

Dünyayı
IRAK'a
Taşıyoruz

We Transport The World To IRAQ

TAHA KARGO;

- 1994'den bu yana Ortadoğu bölgesinde deneyim kazanan ve kendine özgü lojistik hizmetler geliştiren,
- 1998'de Türkiye'den Irak'a günlük parsiyel taşımacılık hizmetini ilk başlatan,
- 1998'den bu yana Irak'ta müşterilerine adres teslim hizmetini sağlayan,
- 2000'den bu yana müşterilerine teslim anında tahsilat ve para transferi seçenekleri sunan,
- 2004'te Türkiye'den Irak'a ilk kez express kargo hizmeti sunan,
- kuruluşundan itibaren müşterilerine dış ticaret aracılığı, gümrük işlemleri, mal teslimi-ödeme garantörlüğü, bürokratik işlemler ve firma-pazar araştırmaları gibi birçok konuda verdiği hizmetleriyle sektörünün ÖNCÜ kuruluşudur..

IRAK'taki Şubeler:

- Bağdat (8 bölgede)
- Dohuk
- Musul

- Basra
- Kerbela
- Süleymaniye

- Erbil
- Kerkük
- Zaho

444 TA HA (82 42)

Adres: Yeniceriler Cd. Mustafapasahan No:71 Beyazıt / İstanbul-TURKIYE

Tel: +90-212-5168523 (PBX), Fax: +90-212-5168528, www.tahagroup.net, info@tahagroup.net



MÜSTAKİL SANAYİCİ VE İŞADAMLARI DERNEĞİ
Sütlüce M. İmrahor C. No: 28 34445 Beyoğlu-İSTANBUL
Tel: +90 212 222 04 06 (PBX) Faks: +90 212 210 50 82
www.musiad.org.tr • musiad@musiad.org.tr

