

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE ULUSLARARASI HİZMET TİCARETİNİN GELİŞİMİ

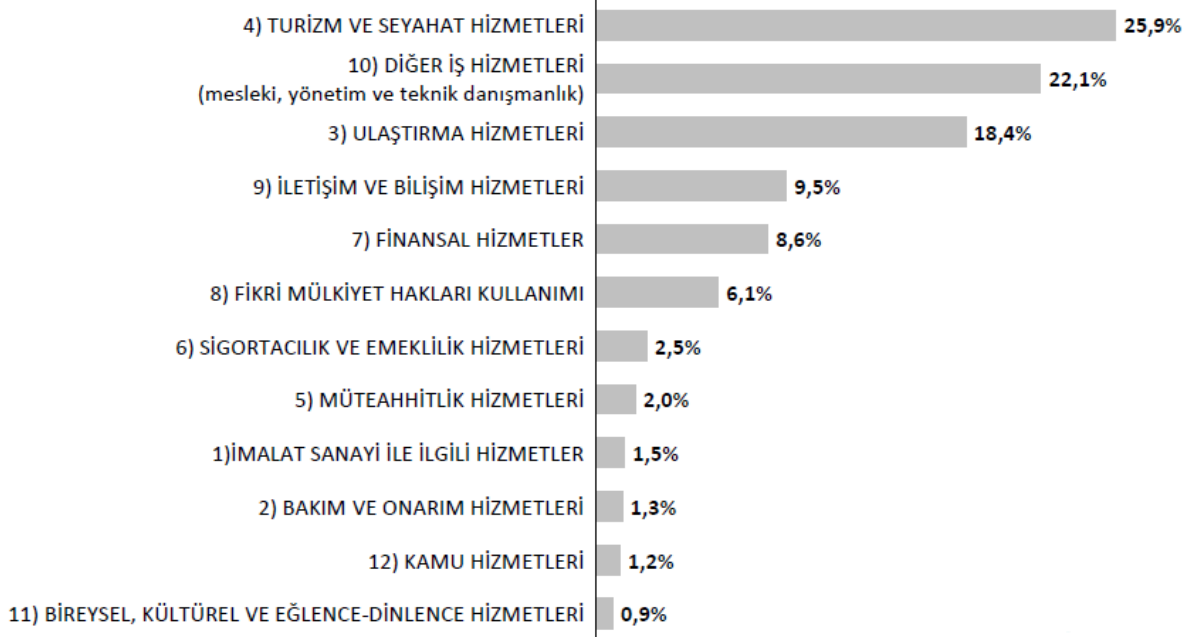
Prof. Dr. İbrahim Birkan

Atılım Üniversitesi, İşletme Fakültesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Bölümü

Ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyinin belirlenmesinde en önemli göstergelerden bir tanesi de ülkedeki hizmet sektörünün gelişmişlik düzeyi olmaktadır. Hizmet sektörünün çok geliştiği ülkeler genellikle gelişmişlik düzeyi açısından ileri gitmiş ülkeler olmaktadır. Rostow ⁽¹⁾ tarafından geliştirilmiş olan ülkelerin ekonomik gelişme sürecine aşamaları çalışmasında tarım sektörü ile başlayan ve hizmet sektörünün ağırlıklı olduğu aşamaya kadar giden beş basamaklı bir gelişme sürecinden bahsedilmektedir (The Traditional Society - agriculture based, The Preconditions for Take – Off, The Take-Off, The Drive to Maturity, The Age of High Mass Consumption - service based).

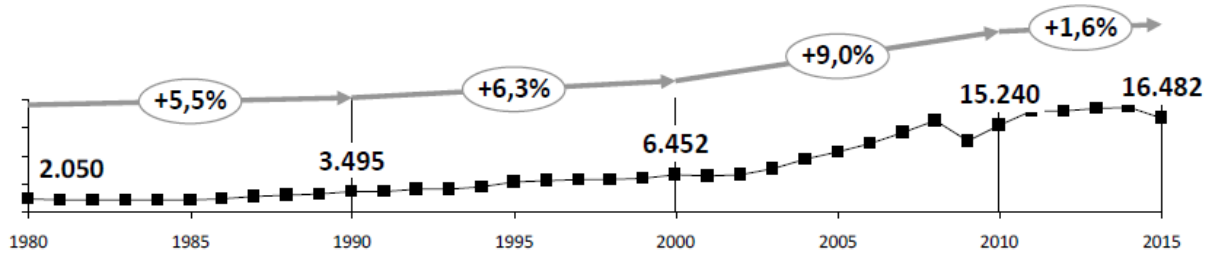
Hizmet sektörü dünya ekonomisi içerisindeki önemini ve ağırlığını ekonomik gelişmelere paralel olarak arttırmakla beraber hizmet sektörünün uluslararası boyutları konusuna sadece son dönemlerde ağırlık verildiği görülmüştür. Dünya Ticaret Örgütü (World Trade Organisation – WTO) tarafından yayınlanan GATS (General Agreement on Trade in Services) belgesi yayınlandığı 1995 yılından bu yana hizmetler ticareti konusunda uluslararası istatistiki çalışmaları ve sınıflandırmaları sadece 22 yıl geriye giderek göstermektedir. GATS, hizmet ticaretini dörtlü mod ile tanımlamıştır: Sınır Ötesi (Cross Border), Yurtdışında Tüketim (Consumption Abroad), Yurtdışında Ticari Mevcudiyet (Commercial Presence) ve Gerçek Kişilerin Varlığı (Presence of Natural Persons). 2010 yılında uluslararası hizmet ticaretine ilişkin bilgi toplamayı amaçlayan, üye ülkelerin raporladıkları ödemeler dengesi hizmet sınıflamasına ilişkin veri tabanı olarak, EBOPS (Extended Balance as Payments Services) devreye alınmıştır ve ülkelerin Merkez Bankaları bu doğrultuda hizmet ticareti raporlamalarını oluşturmaktadır. Türkiye'nin hizmet ihracatına ilişkin resmi raporlama da bu şekilde 12 kategoride yapılmaktadır⁽²⁾.

Söz konusu 12 hizmet ihracat kalemleri WTO tarafından aşağıda belirtildiği üzere raporlanmıştır. %25.9'luk oranla Turizm ve Seyahat hizmetleri dünya hizmeti ihracatı alanında ilk sırayı almaktadır.

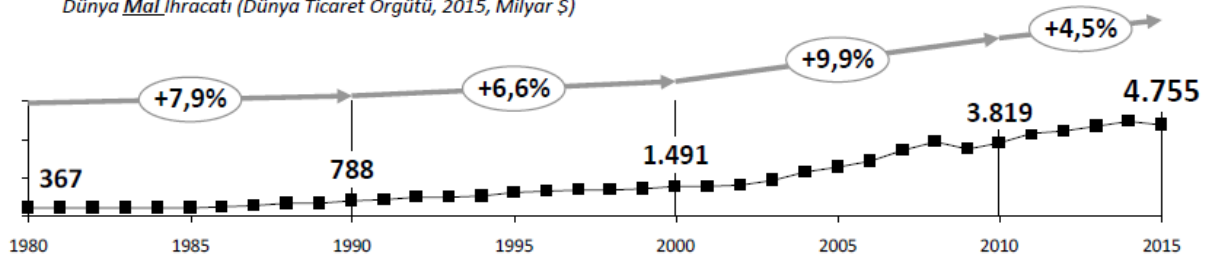


Kaynak: Dünya Ticaret Örgütü, 2014 ve 2015

Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere onar yıllık dönemlerde hizmet sektörünün ihracat büyüme oranları her zaman mal ticaretinin üzerinde gerçekleşmiştir. Dünya hizmet ticaretinin 2015 yılı sonu itibariyle, 4.8 trilyon dolar düzeyine çıktığı ve son beş yılda % 4,5 büyüme gösterdiği, aynı dönemde dünya mal ihracatının artış hızının % 1,6 olduğu aşağıda sunulan tabloda gösterilmektedir.



Dünya Mal İhracatı (Dünya Ticaret Örgütü, 2015, Milyar \$)

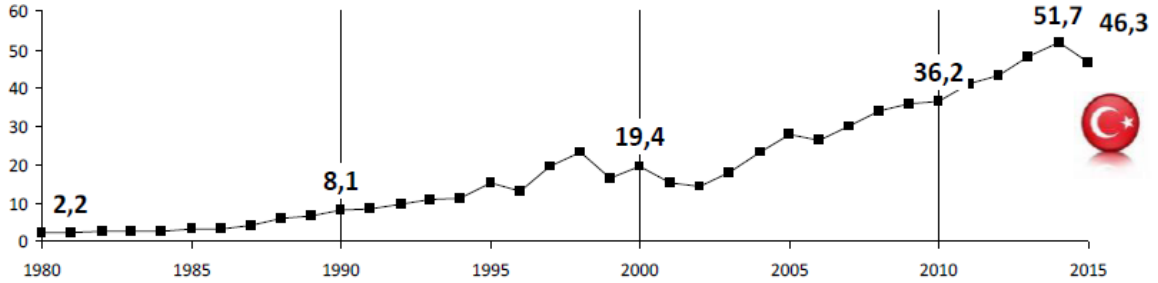


Dünya Hizmet İhracatı (Dünya Ticaret Örgütü, 2015, Milyar \$)

Aşağıdaki tablodan da açıkça görüleceği üzere Türkiye'nin hizmet ihracatı yıllar itibariyle artış göstermekle beraber 2015 yılında bir önceki yıla oranla azalma göstermiş ve 46,3 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Türkiye'nin hizmet ihracatında ağırlıklı olarak seyahat ve

taşımacılık sektörleri yer almaktadır. Türkiye 2015 yılı verilerine göre dünyadan 46,3 milyar dolar hizmet ihracatı ile % 1 pay almaktadır ve hizmet ihracatı sıralamasında dünyada 26. sıradadır. 4,8 trilyon dolarlık dünya hizmet ticareti pastasından Türkiye'nin sadece % 1 pay alıyor olması dikkate alınması gereken önemli bir sorundur.

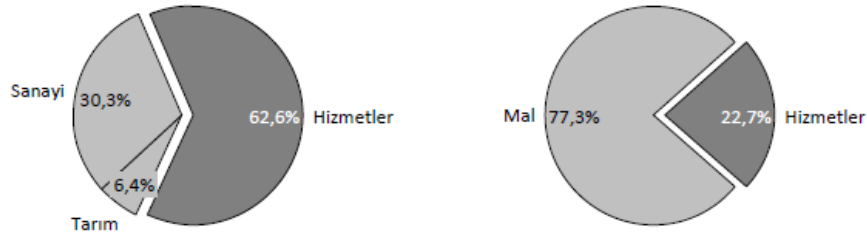
Türkiye Hizmet Ticareti (Milyar \$)



Kaynak: T.C. Merkez Bankası

Hizmetlerin dünya GSYİH içindeki payı ortalama olarak % 62.6 dır ve bu oran bazı ülkelerde % 80'e kadar çıkabilmektedir. Türkiye'de bu oran % 64.3'te dünya ortalamasının üzerindedir. Hizmetlerin dünya ihracatı içindeki payı ise % 22,7 oranındadır.

(3)



Kaynak: WTO 2015 data, World Trade Statistical Review 2016 (3)

Türkiye'nin toplam hizmet ihracatının % 25,9'unu oluşturan ve en büyük hizmet ihracat kalemi olan turizmi ele alacak olursak bu konuda geçmiş yıllarda çok önemli gelişmelerin kaydedildiği ve gelecek yıllarda da doğru politikalarla bu gelişmelerin sürdürülebileceğini söyleyebiliriz. Türkiye'nin dünya turizm pastasından aldığı pay 2000 yılında 8,4 milyar dolar turizm geliri ile % 1,5 iken bu oran 2005 yılında % 2,6'ya, 2010 yılında % 2,4'e, 2014 yılında ise 37,4 milyar dolar turizm geliri ile % 2,7'ye yükselebilmiştir. Dünya turizmi bu süreç içerisinde yıllık ortalama % 4,1 büyürken Türkiye, % 10'un üzerindeki yıllık büyüme hızıyla dünyada bir turizm gelişme rekoru kırabilmiştir. Türkiye'nin 2023 turizm hedeflerine göre dünya turizm pastasından aldığı payı 1 puan artırarak % 3,7'ye çıkartmayı planlamıştır. Bu bir puanlık artış durumunda Türkiye'nin turizm gelirlerinin 2023 yılında 86 milyar dolara ulaşması sağlanmış olacaktır (4). Alınan payın % 3 olması durumunda dahi Turizm gelirlerinin 69,1 milyar dolar olacağı hesaplanmaktadır. Turizm gelirlerinden sağlanacak bu artış Türkiye'nin en büyük ekonomik sorunlarından biri olan cari açık sorununun da çözülmesine etken olacaktır.

Hizmetler sektörü dünya ekonomisindeki etkisini gittikçe arttırmaktadır. Bu anlamda hizmet ihracatı da ülkelerin dış ticaret dengesi içerisinde önemini hissettirmektedir. Hizmet ihracatı konusu, özellikle Türkiye'nin çok büyük rekabet avantajına sahip olduğu turizm hizmetleri konusunda dikkatle ele alınması gereken bir konudur. Dünyada büyük bir hızla gelişme gösteren hizmet ticareti ve hizmet ihracatı konusunda Türkiye bu sektörleri olumsuz yönde etkileyecek her türlü yaklaşımdan uzak durmalıdır. Türkiye'nin 51,7 milyar dolara kadar yükselmiş olan hizmet ihracatı gelirlerini tekrar artış trendine çevirmesi gereklidir.

Kaynakça

- (1) W.W. Rostow, The Stages of Economic Growth, 2nd cd. (Cambridge, The University Press, 1971).
- (2) T.C. Ekonomi Bakanlığı Turizm Hizmet İhracatı ve Döviz Kazandırıcı Faaliyetlerine İlişkin Stratejili Planı, s.13, Şubat 2017
- (3) World Trade Organisation Report, 2015.
- (4) Turizm Sektörü Yönetişim Modeli, TYD sektör raporu, PWC & Strategy, Ocak,2016.