

Hizmet Ticaretinin Dünya ve Türkiye Ekonomisindeki Yeri¹

Doç. Dr. Hamza eştepe
Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü
hamzac@hotmail.com

Arş. Gör. Havanur Ergün
Bartın Üniversitesi, İİBF, İktisat Bölümü
havanurergun@bartin.edu.tr

Özet: Ekonomideki üç temel sektörden biri olan hizmetler sektörü, günümüzde birçok ülke için başlıca üretim ve istihdam kaynağıdır. Bilgi teknolojisindeki gelişmelerin ticarete konu mamul malların hizmet içeriğini artırması, bu sektörün dünya ticaretindeki payını da sürekli artırmaktadır. Hizmet ticaretinin uluslararası ticaretteki ağırlığı anlaşıldıktan sonra, bu alanda hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler dikkat çekici bir gelişme sürecine girmişlerdir. Hizmet ticareti Türkiye ekonomisi açısından da her zaman etkin bir role sahip olmuştur. Birçok dönemde Türkiye'nin dış ticaret ve cari açıklarının dengelenmesinde özellikle turizm, inşaat gibi hizmet sektörlerinden elde edilen döviz gelirleri kullanılmıştır. Türkiye'nin uluslararası hizmet ticaretindeki payının daha da artırılabilmesi için, geleneksel rekabet gücünün olduğu sektörlerle potansiyeli olan yeni alt sektörler eklenmeli ve çalışmalar bu alanlarda daha fazla yoğunlaştırılmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet, Hizmet Ticareti, Türkiye Ekonomisi.

The Role of Service Trade in Economies of the World and Turkey

Abstract: The sector of services, one of the three main sectors in economy, is the main source of production and employment today. The increase in the service content of manufactured goods, subject of trade, by developments in information technology, increases this sector's share in international trade. After getting awareness about the importance of trade of services in international trade, both developed and developing countries have been

¹ Bu çalışma Ergün (2010) kaynağındaki tez çalışmasından türetilmiştir.

improving their situation remarkably in that area. International trade in services has always had an effective role in terms of Turkish economy. During the last periods, foreign exchange earnings obtained from service sectors were used in balancing of Turkey's foreign trade and current account deficits, especially ones from tourism and construction sectors. In order to increase Turkey's share in international trade in services, new sub-sectors should be added to this sector in which there is customary competitive advantage; and further studies should be intensified in these areas.

Key Words: *Services, Service Trade, International trade, Turkish Economy.*

Giriş

Ekonomileri oluşturan temel sektörlerin zaman içinde gelişmesi, bunların ekonomi içindeki ağırlıklarının da değişmesine neden olmuştur. Nitekim tarım sektörünün toplam üretim içindeki ağırlığının azalması tarımsal üretimin özelliklerinden kaynaklanan büyüme hızı değişimlerinin etkisini azaltmış; buna karşılık genel büyüme hızı daha çok hizmetler sektörünün özelliklerini yansıtmaya başlamıştır. İşte bu noktada hizmetler tüm ülkeler için büyümenin temel bir unsuru haline gelmiştir.

Hizmetler sektörü gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülke ekonomilerinde önemli rol oynamaktadır. Çünkü ülkeler uluslararası ticaretten pay elde edebilmek amacıyla, kendi piyasa yapılarına uygun sektörlerle ağırlık vermektedir. Örneğin, gelişmiş ülkeler sigortacılık ve finansal hizmetlere ağırlık verirken, gelişmekte olan ülkeler taşımacılık ve mühendislik hizmetlerinde yoğunlaşmıştır. Bu bağlamda dış ticaret açısından da hizmetlerin önemi gittikçe artmaktadır. Taşımacılık, turizm, inşaat gibi eskiden beri dış ticarete önemli bir yere sahip hizmetlere son 20-30 yılda yenilerinin eklenmesi, hizmet ticaretini birçok ülke için önemli bir döviz kaynağı haline getirmiştir. Özellikle Türkiye gibi dış ticaret bilançosu genelde açık veren birçok gelişmekte olan ülke, hizmet ticaretindeki fazlalıklarla bu açıkları dengelemektedir.

Ülkeler, ticaretteki paylarını arttırdıkça ve liberalizasyon derecelerini yükselttikçe, beklenen tahmini gelir seviyeleri de yükselmektedir. Bu çerçevede gelişmekte olan ülkeler hizmet ticaretine daha fazla önem vermeye başlamıştır. Sektörlere yönelik destekleyici ve teşvik edici ekonomik politikalar gelişmekte olan ülkelere dünya piyasalarında rekabet edebilme özelliği kazandırmıştır. Böylece sayısı giderek artan gelişmekte olan ülkeler dünya piyasasında hizmet ticaretinde rekabet edebilme özelliği kazanmıştır. Bu ise ülkelerin uluslararası ticarete kendi yapılarına uygun

hizmet sektörlerine ağırlık vermesine ve ticari paylarının da artmasına neden olmuştur.

Türkiye açısından da hizmetler sektörü oldukça önemli bir konumdadır. Sektörün GSMH ve toplam istihdam içindeki payı bu durumu açıkça ortaya koymaktadır. GSMH'da %60'ın üzerinde bir paya sahip olan hizmetler sektörü Türkiye'nin dış ticaretinde de etkin bir role sahiptir. Yıllardan beri mal ticaret bilançosu sürekli açık veren Türkiye, bu açıklarını kapatmada ya da azaltmada hizmet ihracatından elde ettiği döviz gelirlerini kullanmaktadır. Başka bir ifadeyle, hizmetler sektörü Türkiye'nin cari açıklarının en önemli ve sağlam finansman kaynaklarından biri durumundadır.

Hizmetler sektörü ve hizmet ticareti ülke ekonomileri için gittikçe önem kazanmakla birlikte bu konuyla ilgili çalışmaların sayısı mal ticaretine göre çok azdır. Özellikle Türkiye'de bu konuda yapılan çalışmaların sayısı sektörün ülke için önemi göz önüne alındığında oldukça yetersizdir. Bu konuyla ilgili çalışmalar daha çok hizmet ticaretinin serbestleştirilmesi ve turizm sektörü ile ilgilidir.

Bu çalışmada, hizmet ticaretinin dünya ve Türkiye açısından önemi tespit edilmeye çalışılmaktadır. Çalışmada güncel istatistiksel veriler kullanılarak sektördeki ticaretin dünya ve Türkiye ekonomisine etkileri ele alınmaktadır. Giriş ve sonuç bölümü dışında üç bölümden oluşan çalışmanın ikinci bölümünde hizmet ve hizmet ticaretinin tanımları yapılarak, hizmetlerin sınıflandırma şekilleri ele alınmıştır. Üçüncü bölümde hizmet ticaretinin genel olarak ekonomideki yeri ve önemi üzerinde durulmuştur. Dördüncü bölümde istatistiksel veriler ve sektörel analizlerle hizmet ticaretinin dünya ve Türkiye'deki gelişimi ve etkinliği ortaya konulmuştur. Çalışmanın sonunda ise ulaşılan genel sonuçlar yer almıştır.

1. Hizmet Ve Hizmet Ticaretinin Tanımı, Hizmetlerin Sınıflandırılması

1.1 Hizmet ve Hizmet Ticaretinin Tanımı

Günümüzde hizmetler sektörü, ekonomilerin en temel sektörlerinden biri durumundadır. Ancak, dünya iktisadi tarihi açısından düşünüldüğünde yakın zamanlara kadar hizmet sektörü ülkeler tarafından ikinci, hatta üçüncü derecede bir faaliyet alanı olarak görülmekteydi. Birçok ülkede hizmet sektörlerinin daha çok emek yoğun ve verimliliği düşük sektörler olduğu, dolayısıyla büyüme ve kalkınmada sanayi sektörüne ağırlık verilmesi gerektiği yönünde yaygın bir düşünce hâkimdi.

Geçmişte, uygulamada hizmet sektörünün öneminin geri plana atılmasına paralel olarak uluslararası ticaret teorilerinde de hizmetlerin rolü ve önemi ihmal edilmiştir. Bu ihmalin nedenlerinin başında hizmetleri tanımlamadaki zorluk ve hizmetleri ticari mallardan ayırt etmenin zorluğu gelmektedir. Çünkü hizmetler malların tersine görünmez ve dayanıksızdır (Melvin, 1989: 1180). Ancak bilgi ve iletişim teknolojisinde meydana gelen gelişmelerle hem ulusal hem de uluslararası düzeyde hizmetlerin öneminin artması, bu alanda da teorik yaklaşımların geliştirilmesine yol açmıştır.

Tarihsel süreç olarak incelendiğinde hizmetlerin farklı şekillerde tanımlandığı görülmektedir. Tablo 1’de görüldüğü gibi, Fizyokratlar tarım sektörü dışındaki sektörleri kısır sektör olarak kabul ettikleri için hizmetleri tarımsal üretim dışında tüm faaliyetler olarak tanımlarken, Adam Smith somut bir ürünle sonuçlanmayan tüm faaliyetler olarak tanımlamaktadır. Benzer şekilde J.B. Say, Alfred Marshall gibi iktisatçılar da hizmete dair çeşitli tanımlar geliştirmişlerdir. Hizmete ilişkin bu tanımlara geçmişten bugüne değin bakmak, hizmetin tarih boyunca nasıl algılandığına bir bakıma fikir oluşturmaktadır.

Tablo 1: Hizmetin Tarihsel Tanımları

Fizyokratlar (1760- 1780)	Tanımsal üretim dışındaki tüm faaliyetler
Adam Smith (1723 – 90)	Somut (dokunulabilir) bir ürünle sonuçlanmayan tüm faaliyetler
J.B. Say (1767 – 1832)	Ürünle fayda ekleyen, tüm imalat dışı faaliyetler
Alfred Marshall (1842 – 1924)	Yaratıldığı anda varlık bulan mallar (hizmetler)
Batı Ülkeleri (1925 –60)	Bir malın biçiminde değişik
Çağdaş Ülkeler	Bir malın biçiminde değişikliğe yol açmayan bir faaliyet

Kaynak: Donald Cowell (1984); *The Marketing of Services*, William Heinemann Ltd., London, s.21.

Hizmetler homojen yapıda olmadığı için tanımlanması zor faaliyetlerdir. Basitçe tanımlamak gerekirse, hizmetler mal imalatı, madencilik ya da tarımla doğrudan ilişkilendirilemeyen çeşitli ekonomik faaliyetler grubudur. Bu faaliyetler genellikle emek, danışma, yöneticilik vasfı, eğlence, eğitim, aracılık ve benzeri şekillerde insan katma değeri tedarikini içerirler (OECD, 2000:7). Hizmet tanımına ilişkin en önemli nokta,

hizmetleri mallardan ya da diğer ekonomik faaliyet türlerinden farklı yapan özelliklerin mevcut olmasıdır. Bu özellikler şunlardır (Miles-Boden, 2000:5):

- Hizmetlerin maddi bir yapısının olmaması,
- Depolanamaz ve transfer edilemez olması,
- Üretici ve tüketici arasında doğrudan bir etkileşim yaratmasıdır.

Hizmetin temini, tedarikçiler ile tüketicilerin karşılaşmalarını gerektirmekte ve bu durum hizmetlerin ticaretinde belirleyici rol oynamaktadır. Bu bağlamda hizmet ticareti çeşitli şekillerde gerçekleşmektedir. Üretici ve tüketicinin hareket edip etmemesine bağlı bu şekiller Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2: Hizmet Ticaretinin Gerçekleşmesi

	Tüketici hareket etmiyor	Tüketici hareket ediyor
Üretici hareket etmiyor	A	B
Üretici hareket ediyor	C	D

Kaynak: Hanifi Aslan (1998); *Hizmet Ekonomisi*, Alfa Yayınevi, İstanbul, s.150.

Hem üretici hem de tüketicinin hareketsiz kaldığı A tarzı ticarete, bir uzmanın hazırladığı rapor veya disketteki bir yazılım örneğinde olduğu gibi, ticarete konu olan hizmet mal biçimine dönüştürülerek ülkelerarası ticareti sağlar.

Üreticinin hareket etmeyip, tüketicinin hareket ettiği B tarzı hizmet ticaretine örnek olarak turizm, eğitim ve sağlık hizmetleri verilebilir.

C tarzı hizmet ticareti sermayenin ve işgücünün serbest dolaşımını içerir. Yabancı sermaye yatırımları ve işgücünün serbest dolaşımı bu tip ticarete örnek teşkil etmektedir.

D tarzı hizmet ticaretine örnek olarak bir turist, gittiği üçüncü bir ülkede yerleşik uluslararası bir şirketin işlettiği bir otelde konaklaması gösterilebilir.

1.2 Hizmetlerin Sınıflandırılması

Ekonomik ve sosyal gelişmelere bağlı olarak yeni hizmetlerin ortaya çıkışı, bunların istatistiksel olarak sınıflandırılmasını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla bu gereklilik çeşitli yaklaşımları da beraberinde getirmektedir. Bunlardan ilki 'klasik yaklaşım'dır. Klasik yaklaşım endüstri temellidir ve hizmetleri 11 temel bölüme ayırmaktadır. Bunlar: Toptan ve Perakende Ticaret; Sağlık ve Restoranlar; Ulaşım, Depolama ve İletişim; Finansal Aracılık; Emlak, Kiralama ve İşletmecilik Faaliyetleri; Kamu Yönetimi ve Savunma; Zorunlu Sosyal Güvenlik Hizmetleri; Öğretim; Sağlık ve Sosyal Çalışma; Diğer Toplumsal ve Kişisel Hizmetler; Özel Ev Hizmetleridir (UN, 1990).

Ekonomide hizmetlerin çeşitliliği, hizmet sektörünün çeşitli açılardan sınıflandırılmasına neden olmuştur. Bu sınıflandırmaları şu şekilde sıralamak mümkündür:

- **Üretim ve Tüketime Göre Hizmet:** Üretim ve tüketime göre sınıflandırıldığında, üretimde etkili olan ülke içindeki mallarken, tüketimde etkili olan ise hane halkının yapmış olduğu harcamalardır (Nicolaidis, 1989: 12).
- **Teknolojik İçeriğine Göre Hizmet:** Teknolojik içeriğine göre bilgiye dayalı olanlar ve geleneksel hizmetler diye ikiye ayrılır: Birinci grupta bankacılık, sigortacılık, bilgi teknolojisi, danışmanlık ve reklamcılık yer alır. İkinci grubu oluşturanlar ise ticaret, turizm, taşımacılık, sosyal hizmetler gibi daha basit yöntemler içeren geleneksel faaliyetlerdir (Seyidoğlu, 2003: 790).
- **Genel Yapısına Göre Hizmet:** Tablo 3'de görüldüğü şekilde hizmetin kimlere yöneltildiği ve bu hizmetlerin maddi ya da maddi olmayan hizmetler oluşu bu sınıflandırılmanın yapılmasına neden olmuştur.

Tablo 3: Hizmetin Yapısına Göre Sınıflandırma

Hizmet Yapısına Göre dokunulabilir Hareketler	1. İnsanların Vücuduna Yöneltilen Hizmetler	2. Mal ve Diğer Fiziksel Nesnelere Yöneltilen Hizmetler
	<ul style="list-style-type: none">➤ Sağlık➤ Güzellik Salonları➤ Restoran➤ Yolcu Taşıma➤ Saç kesimi	<ul style="list-style-type: none">➤ Mal Taşıma➤ Kuru Temizleme➤ Bahçe Bakımı➤ Veterinerlik➤ Endüstriyel makine bakımı, tamiri

Hizmet Yapısına Göre dokunulmaz Hareketler	3. İnsanların Zihinlerine Yöneltilen Hizmetler ➤ Eğitim ➤ Tiyatro ➤ Müze ➤ Yatımcılık	4. Dokunulmayan Aktiflere Yöneltilen Hizmetler ➤ Bankacılık ➤ Sigortacılık ➤ Muhasebecilik ➤ Hukuki Hizmetler
--	---	---

Kaynak: Ayşe Öztürk (1998); *Hizmet Pazarlaması*, Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:3, Eskişehir

2. Hizmet Ticaretinin Ekonomideki Yeri Ve Önemi

Uluslararası ekonominin gelişim süreci incelendiğinde, imalat sanayinin gelişimi ile ortaya çıkan refah artışı ve yüksek gelir düzeyine erişilmesi sonucunda zamanla hizmet sektörünün öneminin arttığı ve hizmet sektörü içinde yer alan bankacılık, pazarlama, dağıtım, iletişim, turizm gibi pek çok faaliyetin kendi başına ekonomik gelişme sürecini etkileyen yaşamsal önemde girdiler olduğunun anlaşıldığı görülmektedir. Bu bağlamda, hizmet sektörünün gelişimini genel ekonomik gelişme ve refahın sonucu olarak değil de, daha çok ekonomik gelişmenin ön koşullarından biri olarak değerlendirmek gerekir (DPT, 2000: 8).

Sanayi toplumlarında üretim mallarına sahip olmak zenginliğin göstergesiyken, sanayi ötesi toplumlara geçiş sürecinde üretim sektörü yerini hizmet sektörüne bırakmıştır. Dolayısıyla zamanla oluşan yeni hizmetler ekonominin en önemli sektörleri haline gelmiştir. Multimedya teknolojilerinden finans sektörüne, eğitimden turizm alanına kadar hizmetler sektöründeki gelişmeler, dünya ekonomisinin can damarı haline gelmiştir. Hizmet sektörlerinde bilgi teknolojisiyle adeta bir devrim yaşanmakta, özellikle iletişim alanında yoğun ölçüde bilgisayarın kullanılması, iletişim maliyetlerini hızla düşürmektedir (Kurtulmuş, 1996: 21). İletişim maliyetleriyle birlikte ulaşım maliyetlerinin düşmesi dış ticareti artırmakta, bu durum da doğal olarak üretim, istihdam ve refah artışını beraberinde getirmektedir.

Günümüzde ekonomik gelişmişliğin göstergelerinden biri olarak hizmet sektörünün ekonomideki ağırlığı gösterilmektedir. Bu konuda ülke örneklerine bakıldığında gelişmiş ülkelerde ekonomik gelişmenin ilk dönemlerinde sanayi sektörünün üretim ve istihdamda ağırlığa sahip olduğu, ancak gelişme ilerledikçe hizmetler sektörünün ilk sırayı aldığı görülmektedir.

Nitekim İngiltere, ABD, Almanya gibi ülkelerde sanayileşmenin başlarında hizmetler sektörünün milli gelirden aldığı pay %10-15'ler civarındayken günümüzde bu oran %60-70'lere kadar yükselmiştir. Benzer durum toplam istihdamdaki pay için de geçerlidir. Tabii hizmet sektörünün zamanla ekonomiler için öneminin artması hizmet ticaretinin de buna bağlı olarak önem kazanmasına yol açmıştır.

Uluslararası ticaret denilince ilk akla gelen mal ticareti yani mal alım ve satımlarıdır. Hizmetler nitelikleri gereği mallar kadar dış ticarete konu olmamıştır. Özellikle bilgi teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte hizmet ticareti gelişmeye başlamıştır. Ancak tarihsel olarak bakıldığında bazı hizmet türleri üzerindeki dış ticaretin oldukça eski tarihlere dayandığı görülmektedir. Örneğin taşımacılık, turizm, sigortacılık ve bankacılık gibi hizmetler uzun zamandan beri dış ticarete konu olmaktadır. Bunlara ilaveten teknolojik gelişmeler mamul malların üretiminde daha fazla oranda hizmet kullanılması sonucunu doğurmuş, böylece yoğun hizmet içerikli mallarla birlikte dolaylı olarak hizmetler de önemli ölçüde dış ticarete konu olmaya başlamıştır. Nitekim yapılan araştırmalar sanayileşmiş ülkelerde mal ihracatında hizmetlerin payının %60-80'ler civarında olduğunu göstermektedir (Seyidoğlu, 2009: 693)

Zamanla gerçekleşen birçok gelişme hizmet ticareti önündeki engelleri kaldırmakla birlikte, hizmetlerin ticarete katılımını daha da arttırmıştır. Bu gelişmeler şöyle sıralanabilir (Aslan, 1998: 140):

- Üreticinin ve tüketicinin fizikî yakınlığını mecburî olmaktan çıkararak teknolojik değişimler. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler hizmetlerin üretim ve tüketiminin aynı yerde ve birlikte gerçekleştirilme zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Günümüzde reklamcılık, bilgisayar programları gibi hizmetler internet gibi araçlarla uzaktan sağlanabilmektedir.
- Hizmetlerin uluslararası planda üretilme ve arz edilme biçimini değiştiren organizasyonel yenilikler. Günümüzde bazı hizmet türleri tıpkı mallar gibi dünya çapında çok uluslu şirketler tarafından üretilmekte ve uluslararası pazarlara sunulmaktadır. Özellikle bankacılık, iletişim, taşımacılık gibi hizmet türleri teknolojinin yoğun şekilde kullanıldığı sektörlerin başında gelmektedir.
- Uluslararası hizmet ticaretinin serbestleştirilmesini hedefleyen GATS'ın (Hizmet Ticareti Genel Anlaşması) oluşturulması. GATS'ın yürürlüğe girmesiyle birlikte mal ticaretinden sonra hizmet ticareti de Dünya Ticaret Örgütü'nün kapsamına alınmıştır. GATS 2000 yılından itibaren düzenlediği çok yanlı görüşmelerle dünya hizmet ticaretini

serbestleştirme yönünde önemli çalışmalar yapmış ve günümüzde de bu çalışmaları sürdürmektedir. Bunun yanında Ticaretle İlgili Fikri Mülkiyet Hakları (TRIPs) ve Ticaretle İlgili yatırım Önlemleri (TRIMs) gibi anlaşmalar ve AB, NAFTA gibi bölgesel entegrasyonlar hizmet ticaretinin serbestleştirilmesinde etkili olan diğer unsurlardır.

- Doğalarında yenilikçi unsur taşıyan hizmetler, ekonomide diğer alanlardaki yenilikleri teşvik edici rol oynamaktadır. Örneğin, iş hizmetleri oldukça gelişmiş ülkelerde, bağlantı kurma ve algılama anlamında haberleşme kabiliyetleri de oldukça güçlü olmaktadır. Bunun yanında kaliteli hizmetlerin sunulması, insanların çalışma yaşamındaki etkinlik ve verimliliklerini de artırmaktadır.

3. Dünya Ve Türkiye’de Hizmet Ticareti

3.1 Dünyada Hizmet Ticareti

İkinci Dünya Savaşı sonrası oluşan bölgeselleşme hareketleri, başta ulaşım ve iletişim olmak üzere hizmet sektörlerinde yaşanan teknolojik gelişmeler, gümrük tarifelerinin kaldırılması veya azaltılması gibi çok sayıda faktör dünya ticaretinin yapısını önemli ölçüde değiştirmiştir. Dünya ticaretindeki bu değişikliklerden hizmet ticareti de etkilenmiş, geleneksel hizmetler yanında yeni birtakım hizmet türleri de yoğun bir şekilde uluslararası ticarete konu olmaya başlamıştır. Tabi bu konuda 1994 GATT Uruguay Görüşmelerinde kabul edilen GATS, hizmet ticaretinin gelişimine önemli bir ivme kazandırmıştır. Bunun yanında, özellikle 1980’li yıllardan sonra başta İngiltere, Fransa, Belçika, Danimarka, İspanya ve İtalya olmak üzere Batı Avrupa’da önemli sayıda gelişmiş ülke ile Latin Amerika, Güneydoğu Asya ülkeleri gibi birçok gelişmekte olan ülkedeki özelleştirme uygulamalarının da hizmetler ve hizmet ticaretinin gelişimindeki rolünü unutmamak gerekir.

Dünyada hizmet ticaretinin boyutunu ortaya koyan istatistiksel verilere bakıldığında 2007 yılında dünya hizmet ihracatı Tablo 4’de görüldüğü gibi 3,29 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu değer söz konusu yıla ait mal ihracatının (13,9 milyar dolar) yaklaşık dörtte birini oluşturmaktadır. 1990-2007 yılları arasında dünya hizmet ticareti yaklaşık %9 büyümüştür.

Dünyada bazı bölge ve ülkeler hizmet ticaretinden özellikle hizmet ihracatından büyük kazançlar elde etmektedir. Bu konuda en önemli örneklerden biri Avrupa Birliği (AB)’dir. AB’nin 2008 yılında dünya hizmet ihracatındaki payı %27’dir (WTO, 2010a). Başka bir ifadeyle dünya hizmet ihracatının yaklaşık ¼’ünü AB gerçekleştirmektedir. Yine alt sektörler

açısından bir örnek vermek gerekirse turizm sektöründe 2008 yılında İspanya'ya gelen turist sayısı 57,2 milyon, elde edilen döviz geliri ise 61,6 milyar dolardır (UNWTO, 2010). Bu rakamı İspanya'nın toplam ihracatına (253,7 milyar dolar) oranladığımızda %24,2'ye tekabül etmektedir ki bu, turizm sektörünün bu ülke için ne kadar önemli bir sektör olduğunu açıkça ortaya koymaktadır.

Hizmet ticareti içinde yer alan faaliyetlerin keskinleşmesiyle dünyada sektörel bazda hizmet rakamları dikkat çekmeye başlamıştır. Dünya hizmet ticaretinin 2007 yılındaki seyrine bakıldığında Tablo 4'de görüldüğü gibi, öncelikle hizmet ihracatının hizmet ithalatından fazla olduğu görülmektedir. Sektörel açıdan incelendiğinde ise, 2007 yılında hizmet ihracatı ve hizmet ithalatı açısından en yüksek payı diğer hizmetler almıştır.

Tablo 4: Dünyada Sektörel Hizmet İhracat ve İthalatı (Milyon Dolar ve Yüzde) (2007).

Dünyada Hizmet İhracatı	Değer (milyon dolar)	Pay (%)	Dünyada Hizmet İthalatı	Değer (milyon dolar)	Pay (%)
Tüm Hizmetler Ticareti	3291.5	100.0	Tüm Hizmetler Ticareti	3085.9	100.0
Ulaştırma	749.9	22.8	Ulaştırma	891.7	28.9
Seyahat	857.1	26.0	Seyahat	777.2	25.2
Diğer Hizmetler Ticareti	1684.5	51.2	Diğer Hizmetler Ticareti	1417.1	45.9

Kaynak: Hazine Müsteşarlığı (2010c); <http://www.treasury.gov.tr/irj/go/km/docs/documents/> (Erişim tarihi: 07.05.2010).

Dünyada sektörel bazda incelemenin önemli olmasının yanında, ülke grupları açısından yapılacak olan kıyaslama da önem teşkil etmektedir. Ülke grupları açısından hizmet sektörü analiz edildiğinde, Gelişmiş Ülkelerin etkin olduğu ortaya çıkmaktadır. Nitekim Kuzey Amerika ülkelerinin 2005 yılı hizmet ihracat hacmi 422 milyar Dolar, ithalât hacmi ise 366 milyar Dolar'dır. Hizmet ihracat ve ithalât hacmindeki esas pay Avrupa ülkelerine aittir. Bu

ülke grubunun hizmet ihracat ve ithalât hacmi sırasıyla 1.245 milyar Dolar ve 1.120 milyar Dolar'dır. Afrika ülkelerinin hizmet ihracat ve ithalât hacmi sırasıyla 57 milyar Dolar ve 69 milyar Dolar'dır. Orta Doğu ülkelerinde bu meblağlar sırasıyla 55 milyar Dolar ve 85 milyar Dolar'dır. Asya ülkelerinin payları ise daha fazla olup, sırasıyla 525 milyar Dolar ve 573 milyar Dolar'dır (WTO, 2007a).

2007 yılı hizmet ticaretinde ihracatçı ülke olarak ilk sırayı Tablo 5'den de görüleceği gibi ABD almaktadır. Dünya hizmet ihracatının yaklaşık %14'ünü gerçekleştiren ABD'yi sırasıyla İngiltere, Almanya ve Fransa gibi diğer gelişmiş ülkeler izlemektedir. Ancak Çin, Hindistan, Singapur gibi bazı gelişmekte olan ülkeler turizm, inşaat, taşımacılık gibi karşılaştırmalı üstünlüğe sahip oldukları geleneksel hizmetler yanında çağrı merkezi, yazılım, bilgisayarlı muhasebe gibi nispeten daha teknoloji yoğun hizmetlerde önemli ihracatçı ülkeler arasına girmişlerdir. Bu açıdan Hindistan ve Çin özellikle ABD'ye yaptıkları hizmet ihracatıyla dikkat çekmektedirler. İthalatçı ülkeler açısından ABD yine ilk sırayı alırken onu Almanya, İngiltere ve Japonya izlemektedir. Türkiye ise dünya hizmet ihracatında 28 Milyar dolarla 29. sırayı almaktadır. Ancak Türkiye'nin gerçekleştireceği yeni atılımlarla ilerleyen yıllarda hizmet ihracatçısı ülke olma açısından kayda değer gelişme sağlaması beklenmektedir.

Tablo 5: Dünya Hizmet Ticaretinde İthalatçı ve İhracatçı Ülkeler (Yüzde) (2007).

Dünya daki Sıralaması	İhracatçılar (milyon dolar)	Değer (%)	Dünyadaki Payı	İthalatçılar (milyon dolar)	Değer (%)	Dünyadaki Payı
1	ABD	456.4	13.9	ABD	335.9	10.9
2	İngiltere	273.0	8.3	Almanya	250.5	8.1
3	Almanya	205.8	6.3	İngiltere	194.1	6.3
4	Fransa	136.7	4.2	Japonya	148.7	4.8
5	İspanya	126.3	3.9	Çin	129.3	4.2
6	Japonya	127.1	3.9	Fransa	124.1	4.0
7	Çin	121.7	3.7	İtalya	118.3	3.8
8	İtalya	110.5	3.4	İspanya	98.4	3.2
9	Hindistan	89.7	2.7	İrlanda	94.5	3.1

Dünya daki Sıralaması	İhracatçılar (milyon dolar)	Değer (%)	Dünyadaki Payı	İthalatçılar (milyon dolar)	Değer (%)	Dünyadaki Payı
10	İrlanda	89.0	2.7	Hollanda	86.8	2.8
11	Hollanda	82.7	2.7	Kore Cumhuriyeti	82.5	2.7
12	Hong Kong, Çin	75.5	2.5	Kanada	80.3	2.6
13	Belçika	67.3	2.3	Hindistan	77.2	2.5
14	Singapur	63.3	2.0	Belçika	70.6	2.3
15	İsveç	62.3	1.9	Singapur	70.1	2.3
16	Lüksemburg	61.8	1.9	Rusya Federasyonu	57.8	1.9
17	Danimarka	62.3	1.9	Danimarka	54.0	1.7
18	Kore Cumhuriyeti	61.5	1.9	İsveç	47.8	1.5
19	İsviçre	61.5	1.9	Hong Kong, Çin	41.0	1.3
20	Kanada	61.4	1.9	Avusturya	38.9	1.3
21	Avusturya	55.2	1.7	Norveç	38.6	1.3
22	Yunanistan	43.1	1.3	Avustralya	38.2	1.2
23	Norveç	40.7	1.2	Tayland	38.0	1.2
24	Avustralya	39.7	1.2	Lüksemburg	36.0	1.2
25	Rusya Federasyonu	30.8	1.2	Tayvan, Çin	35.3	1.1
26	Tayvan, Çin	28.8	0.9	Brezilya	34.8	1.1
27	Tayland	28.6	0.9	İsviçre	33.9	1.1

Dünya daki Sırala ması	İhracatçılar (milyon dolar)	Değer (%)	Dünyada ki Payı	İthalatçılar (milyon dolar)	Değer (%)	Dünya daki Payı
28	Polonya	28.2	0.9	Suudi Arabistan	30.6	1.0
29	Türkiye	28.2	0.9	Malezya	27.8	0.9
30	Malezya	28.2	0.9	Polonya	24.3	0.8
	Toplam	2786	84.6	Toplam	2538	82.3
	Dünya	3291.5	100	Dünya	3085.9	100

Kaynak: Hazine Müsteşarlığı (2010c); <http://www.treasury.gov.tr> (Erişim tarihi: 07.05.2010).

3.2. Türkiye’de Hizmet Ticareti

Türkiye’de hizmetler sektörü ekonominin önemli bir kısmını oluşturmaktadır. I. Beş Yıllık Kalkınma Planı’nın yürürlüğe girdiği 1963’te bu pay % 46,3 düzeyindeydi. O tarihten 1987’ye kadar bu pay azalan bir hızla artmaya devam etmiş ve % 57,9’a ulaşmıştır. Bu tarihten itibaren Tablo 6’dan da görülebileceği gibi hizmet gelir ve gideri kriz dönemleri hariç belli bir istikrar kazanmıştır.

Tablo 6’da Türkiye’nin 1985-2009 arasındaki hizmet ticareti rakamları görülmektedir. Yıllar itibariyle verilen rakamlar incelendiğinde, özellikle hizmet ihracatı gelirlerinde 1985-2000 döneminde giderek artan bir seyir söz konusudur. Ancak 2001 yılında önemli ölçüde düşüş meydana gelmiştir. 2000’de 20 milyon dolar olan ihracat geliri, 2001’de 16 milyon dolara gerilemiştir. Bunda, 1997 yılında Doğu Asya’da başlayıp Türkiye’de kendini 1999’dan itibaren hissettiren global ekonomik krizin etkisinin olduğu ifade edilebilir. Daha sonra Türkiye’de Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerinin ortaya çıkmasıyla hizmet ihracat gelirleri düşmüş ve değişen meblağlarda hizmet ihracat geliri elde edilmiştir. 2002 yılı itibariyle ise tekrar artış sürecine girildiği görülmektedir.

Tablo 6: Türkiye’de Hizmet İthalatındaki ve İhracatındaki Gelişmeler (1985-2009) (Milyon Dolar).

Yıllar	Hizmet Geliri	Hizmet Gideri
1985	3.160	1.560
1986	3.121	1.533
1987	3.945	1.583
1988	5.919	2.086
1989	6.559	2.541
1990	8.083	3.117
1991	8.446	3.282
1992	9.564	3.757
1993	10.919	4.179
1994	11.076	4.024
1995	14.939	5.319
1996	13.430	6.773
1997	19.910	8.998
1998	23.868	10.180
1999	16.800	9.313
2000	20.364	8.996
2001	16.030	6.900
2002	14.785	6.905
2003	17.952	7.441
2004	22.941	10.144
2005	26.763	11.496
2006	25.549	11.937
2007	28.930	15.586
2008	34.824	17.713
2009	32.923	16.742

Kaynak: TCMB (2010), www.tcmb.gov.tr/odemedenge/tablo3.pdf
(Erişim Tarihi: 10.06.2010).

Hizmet ithalat giderinde de 1985-2000 döneminde artan meblağlar söz konusudur. Ancak, 2001 yılı itibariyle düşüş eğilimine girilmiştir. İthalât giderindeki bu düşüşün nedenini, kriz dolayısıyla meydana gelen iç talep azalması şeklinde ifade etmek mümkündür. Hizmet ihracatında olduğu gibi, 2002 itibariyle ise tekrar artış eğilimine girilmiştir. Burada dikkat çekici nokta 1985-2009 döneminde hizmet ihracat gelirinin, ithalât giderinin daima üzerinde olmasıdır. Yani ödemeler dengesinde hizmet kalemi her zaman fazla vermiştir.

Türkiye'yi hizmet ticaretinde ithalatçı ve ihracatçı konumuna getiren başlıca hizmet ticareti işlemleri şöyledir: İnşaat, ulaştırma, turizm ve diğer hizmetler. Bunlar arasında belki de en fazla öneme sahip olan iki sektör turizm ve inşaattır. Özellikle Türkiye için "bacasız endüstri" niteliği taşıyan turizm sektörü, dış ticarete çok önemli bir paya sahip bulunmaktadır. Benzer şekilde dünyanın birçok ülkesi açısından da bu sektör hayati derecede öneme sahip bir hizmet sektörüdür (Yücel, 2002: 50).

Türkiye'nin hizmet ihracatı içinde ilk sırayı alan turizm gelirinde 1980-95 döneminde yaklaşık dört kat, 1988-98 yılları arasında ise 3 katın üzerinde bir artış sağlanmıştır. . Turizmi izleyen gelir kalemi inşaattır. Bu alanda Türkiye firmaları uluslararası sözleşmelerin yaklaşık %9'una sahiptir. Dünyadaki mevcut konjonktüre göre zaman zaman Kuzey Afrika, Orta Asya ve Ortadoğu gibi bölgelerde Türk inşaat şirketleri büyük projeler gerçekleştirerek Türkiye'ye önemli dövizler kazandırmışlardır. İnşaat sektörünün ardından taşımacılık sektörü, üçüncü gelir kaynağıdır. Deniz taşımacılığında Türkiye, sahip olduğu kapasite ile 17. sırayı almaktadır (DPT, 2000: 52).

Türkiye'ye döviz kazandıran hizmet sektörlerinin başında turizm sektörü gelmektedir. 1985 ve 2009 yılları arasında Türkiye'nin turizm hizmeti rakamlarına Tablo 7'den bakıldığında Türkiye için ne kadar önemli bir gelir kalemi olduğu görülecektir. Bu sektörlerde her yıl bir öncekine göre daha fazla gelir elde edilmiştir. Özellikle 1985 ve 2005 yılları arasında gelirlerde bir azalma olmadığı, tersine artış yaşandığı görülecektir. En yüksek gelire ise 2008 yılında 21.910 milyon dolar ile ulaşılmıştır.

Tablo 7: Türkiye'nin Turizm Hizmeti İhracatındaki ve İthalatındaki Gelişmeler (1985-2008) (Milyon Dolar)

Yıllar	Gelir	Gider
1985	1.094	324
1990	3.225	520
1995	4.957	911
2000	7.636	1.713
2001	8.090	1.738
2002	8.479	1.880
2003	13.203	2.113
2004	15.888	2.524
2005	18.151	2.872
2006	16.853	2.743
2007	18.487	3.259
2008	21.910	3.506
2009	21.250	4.147

Kaynak: TCMB (2010), www.tcmb.gov.tr/odemedenge/tablo3.pdf
(Erişim Tarihi: 10.06.2010).

Türkiye açısından öneme sahip bir diğer sektör daha önce belirtildiği gibi inşaatır. Yüksek derecede yerli sanayiye dayanması ve dışa bağımlı olmaması, inşaat malzemesi sanayisinde talebin büyük kısmının iç kaynaklarla karşılanması ve böylece yan sanayileri de destekliyor olması, yüksek katma değer oluşturması, taşıdığı yüksek istihdam potansiyeli ve yurt dışında icra edilen faaliyetlerin döviz kazandırıcı niteliği dolayısıyla inşaat, "lokomotif sektör" olarak tanımlanmaktadır (Cantürk, 2003:6).

İnşaat sektörünün Türkiye açısından bu kadar önemli olmasının bir diğer sebebi ülkeye sağladığı gelirdir. Her yıl milyon dolarlar getirmesine karşın neredeyse gideri yok gibidir. Tablo 8'de de görüleceği gibi 1985 ve 2009 yılları arasında inşaat sektöründe ithalatın hiç olmamasına karşın, inşaat ihracatı hemen hemen her yıl artış göstermiştir. Ancak kimi yıllarda global krizler ve ülke içinde yaşanan ekonomik krizlerin etkisiyle gelirlerinde düşüş yaşanmıştır. 1995 yılındaki 1.857 milyondan 2000'de 968 milyon

dolara düşüşün asıl sebebi de yaşanan bu krizdir. 2004 ve 2009 yılları arasında inşaat gelirleri açısından yüksek gelirler elde edilmiştir. Özellikle 2009 yılı 2000'li yıllardan sonra en fazla gelir elde edilen yıl olmuştur.

Tablo 8: Türkiye'de İnşaat Hizmeti İhracatındaki ve İthalatındaki Gelişmeler (1985-2009) (Milyon Dolar).

Yıllar	Gelir	Gider
1985	246	0
1990	741	0
1995	1.857	0
2000	968	0
2001	654	0
2002	832	0
2003	682	0
2004	724	0
2005	874	0
2006	879	0
2007	759	0
2008	974	0
2009	1.090	0

Kaynak: TCMB (2010), www.tcmb.gov.tr/odemedenge/tablo3.pdf
(Erişim Tarihi: 10.06.2010)

Türkiye'nin geleneksel hizmetler kapsamında etkin olduğu diğer bir hizmet sektörü ulaştırma hizmetleridir. Ulaştırma sektörü yıllarca turizmden sonra hizmet ihracatında Türkiye'ye en fazla döviz kazandıran ikinci sektör konumunda olmuştur. Bu sektörle birlikte turizm, bilgisayar ve inşaat sektörlerinin toplam hizmet ihracatı içindeki payı %70'ler civarındadır (Ekinci, 2010). Türkiye'nin ulaştırma sektöründe karayolu taşımacılığının büyük bir ağırlığı bulunmakta, ancak son dönemlerde denizyolu ve demiryolu taşımacılığında da önemli gelişmeler kaydedilmektedir.

Sonuç

Günümüzde hizmetler, küresel ekonominin en hızlı gelişen unsurlarından birini oluşturmaktadır. Bu hızlı gelişimin yaşanmasındaki en önemli neden ise hizmetlerin üretim, dağıtım ve tüketim süreçlerinin daha geniş bir coğrafyada yer alabilmesi, hizmet ürünlerinin piyasadaki akışının mallara göre çok daha hızlı gerçekleşebilmesidir. Ayrıca hizmet sektörü, teknolojik yeniliklere ve bireylerin artan ihtiyaçlarına cevap verebilecek potansiyele sahiptir.

Hizmet ticareti 1960'lı yıllardan itibaren önemli hale gelirken, özellikle 1980'lerden sonra dünya ticaretinde hiç olmadığı kadar artan bir rol oynamaya başlamıştır. Bunun en önemli nedenlerinden biri, bilgi teknolojisindeki gelişmelerin mamul malların üretiminde daha büyük oranda hizmet kullanımına yol açmasıdır. Bu durum ithal ve ihraç edilen malların hizmet içeriğini gittikçe artırmaktadır. Bunun yanında teknolojik gelişmeler, sürekli olarak yeni hizmet ürünlerinin dış ticarete girmesine sebep olmaktadır.

Hizmetlerin hem ulusal hem de uluslararası arenada önem kazanması sonrasında, ticarete ilişkin liberalizasyon faaliyetleri de hızlanmıştır. Dünyada farklı gelişmişlik düzeyine sahip birçok ülke, hizmet ticaretine ilişkin serbestleştirme faaliyetlerinden özellikle orta ve uzun vadede kazanç sağlamıştır. Böylece, ülkelerin hizmet ticaretindeki paylarında ciddi artışlar gözlenmiştir. Bu çerçevede başta gelişmekte olan ülkeler, stratejik nitelik taşıyan sektörlerle birtakım teşvik ve destekler sağlayarak, uluslararası arenada gelirlerini artırma imkanına kavuşmuşlardır.

Hizmet ticaretinin uluslararası ticarete ağırlığı anlaşıldıktan sonra, bu alanda hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler dikkat çekici bir gelişme sürecine girmişlerdir. Günümüzde hizmet ticaretinde başta ABD olmak üzere İngiltere, Almanya, Japonya gibi gelişmiş ülkelerin büyük bir ağırlığı olmakla birlikte Çin, Hindistan gibi bazı gelişmekte olan ülkelerin de bu alanda söz sahibi olmaya başladığı görülmektedir. Geleneksel emek yoğun sektörler yanında bazı gelişmekte olan ülkeler yazılım, bilgisayarlı finansal hizmetler gibi daha teknoloji yoğun hizmetlerde de son dönemlerde etkin bir konuma gelmişlerdir.

Hizmet ticareti Türkiye ekonomisi açısından da her zaman etkin bir role sahip olmuştur. Türkiye, dış açıklarının finansmanında bir nevi emniyet supabı konumunda olan hizmet ticaretindeki liberalizasyon sürecinde de hep lehte tavır sergilemiştir. Ayrıca Türkiye, mukayeseli üstün olduğu turizm, inşaat gibi sektörlerde uyguladığı teşvik ve destekleyici politikalarla önemli döviz gelirleri sağlayan bir ülke konumunda olmuştur. Nitekim 2000'li yıllarda 20 milyar dolar civarında olan hizmet ticareti gelirini, 2009 yılında 33 milyar

dolara çıkarmıştır. Benzer eğilim turizm, inşaat gibi alt sektörler açısından da sağlanmıştır. Hizmet ticaretindeki payını bazı yıllar dışında sürekli artıran Türkiye'nin, dünya hizmet ihracatında yaklaşık %1'lik bir payı bulunmaktadır. Ancak, ülkemizin uluslararası hizmet ticaretindeki payının daha da artırılabilmesi için, dünyada rekabet gücüne sahip olabilecek alt sektörler belirlenmeli ve çalışmalar bu alanlarda yoğunlaştırılmalıdır. Başka bir ifadeyle geleneksel üstünlüğe sahip olduğumuz sektörlerle yenileri eklenmelidir.

KAYNAKÇA

MELVIN, James R. (1989), Trade in Producer Services: A. Heckscher-Ohlin Approach, Journal of Political Economy, Vol: 97, s. 1180-1196.

COWELL, Donald (1984), The Marketing of Services, William Heinemann Ltd., London.

OECD (2000), The Service Economy, OECD Publications, Paris.

UNWTO (2010), World Tourism Barometer, Interim Update, April, http://www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom10_update_april_en_excerpt.pdf (Erişim Tarihi: 30.09.2010).

MILES I., Boden M. (2000), Introduction: Are Services Special?, Services and the Knowledge-Based Economy, Edited by Boden M and Miles I, London.

ASLAN, Hanefi M. (1998), Hizmet Ekonomisi, Alfa Basım Yayım, İstanbul.

UNITED NATIONS (1990), International Standard Industrial Classification of An Economic Activities — third revision, Statistical Papers, Series M, No. 4, Rev 3, Department of International Economic and Social Affairs, Statistical Office of the United Nations, New York.

NICOLAIDES, Phedon (1991), Services in Growing Economies and Global Market, Trade, Investment, and Technology in the 1990s, Paris.

SEYİDOĞLU, Halil (2009), Uluslararası İktisat, Geliştirilmiş 17. Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul.

ÖZTÜRK, Sevgi Ayşe (1998), Hizmet Pazarlaması, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.

DPT (2000), Hizmet Ticaretinin Serbestleştirilmesi 8.BYKP Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, DPT:2543-ÖİK:559, (Çevrimiçi) <http://www.dpt.gov.tr> (Erişim Tarihi: 15.05.2010)

KURTULMUŞ, Numan (1996), Sanayi Ötesi Dönüşüm, İstanbul.

WTO (2010), http://stat.wto.org/CountryProfile/WSDBCountry_PView.aspx?Language=E&Country=E27, (Erişim tarihi: 07.05.2010)

Hazine Müsteşarlığı (2010), http://www.treasury.gov.tr/irj/go/km/docs/documents/Hazine%20Web/Arastirma%20Yayin/Raporlar/Uluslararası/istatistikler_2007.xls (Erişim tarihi: 07.05.2010)

TCMB (2010), www.tcmb.gov.tr/odemedenge/tablo3.pdf (Erişim Tarihi: 10.06.2010)

YÜCEL, Sunay Ünlü (2002), WTO 2002 Yılından Umutlu, TÜRSAB Dergisi, Sayı: 215, s. 50.

CANTÜRK, Güven (2003), Avrupa Birliği'ne Aday En Dinamik Yeni Yıldız Türkiye, Yapı 2003 İzmir Fuarı, Dünya Eki, s. 6.

EKİNCİ, M. Behzat (2010), Gelişmekte Olan Ülkelerin Hizmet Ticaretindeki Yeri ve Türkiye; Hizmet Ticaretinde Türkiye'nin Stratejik Sektörlerine İlişkin Değerlendirmeler, www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/.../gelismekte1.doc (Erişim Tarihi: 20.09.2010).