

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI  
YÖNETİM VE ÇALIŞMA PSİKOLOJİSİ BİLİM DALI

**DÜNYA'DA TURİZM ENDÜSTRİSİNDE  
İSTİHDAM ve ÇALIŞMA ŞARTLARI**

Yüksek Lisans Tezi

CİHAN BOZ

İstanbul, 2006

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI  
YÖNETİM VE ÇALIŞMA PSİKOLOJİSİ BİLİM DALI

**DÜNYA'DA TURİZM ENDÜSTRİSİNDE  
İSTİHDAM ve ÇALIŞMA ŞARTLARI**

Yüksek Lisans Tezi

CİHAN BOZ

Danışman: DOÇ.DR. ZEKİ PARLAK

İstanbul, 2006

## ÖNSÖZ

Turizm, insanların devamlı yaşadıkları, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin seyahatler ve gittikleri yerlerdeki geçici konaklamalarından doğan ihtiyaçlarının karşılanması ile ilgili faaliyetlerdir. Son yıllarda, ulaşım ve haberleşme teknolojisinin ileri düzeye ulaşması, kişi başına gelirin artması, insanlardaki boş zamanları değerlendirme isteği; turizme, tarihte insanların ticari, dini ve askeri amaçlarla yaptıkları seyahatlerden çok farklı bir boyut kazandırmıştır. Turizm II. Dünya Savaşı'ndan sonra hızla gelişme sürecine girmiş, daha geniş halk kitlelerine ve uzak mesafelere yayılmıştır. Günümüzde turizm; ekonomik, sosyal, kültürel ve doğal çevre ile etkileşim içinde, konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence ve seyahat organizasyonu gibi hizmetlerin tümünü içeren ve dünyanın en hızlı gelişen sektörü konumundadır. Bugün ve gelecekte önemi giderek artan turizm sektörünün yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum, yalnız uluslararası turizm hareketlerinden büyük pay alan gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi arttırmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin karşılaştıkları ekonomik sorunların ve darboğazların aşılmasında, gerekli olan döviz girdisini sağlama, yeni gelir yaratma ve istihdam olanaklarını artırma özelliği ile turizm; söz konusu ülkeler açısından, öncelikli bir sektör haline gelmiştir. Bu çalışma ile, ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir öneme sahip olan turizm endüstrisinin istihdam açısından önemi ve sektörde yer alan işgücünün çalışma şartları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmayı sonuçlandırmamda görüşleri ile katkıda bulunan değerli hocam Doç. Dr. Zeki Parlak'a, desteğini esirgemeyen aileme teşekkür eder, çalışmanın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

İstanbul, 2006

Cihan BOZ

## GENEL BİLGİLER

İsim ve Soyadı	: Cihan Boz
Anabilim Dalı	: Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri
Programı	: Yönetim ve Çalışma Psikolojisi
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Zeki Parlak
Tez Türü ve Tarihi	: Yüksek Lisans – İstanbul 2006
Anahtar Kelimeler	: Turizm Endüstrisi, İstihdam

## ÖZET

### DÜNYA'DA TURİZM ENDÜSTRİSİNDE İSTİHDAM ve ÇALIŞMA ŞARTLARI

Dünyada turizm, özellikle II. Dünya Savaşı'ndan sonra büyük bir gelişme göstermiş ve büyük kitleleri ilgilendiren bir olgu haline gelmiştir. Ulusal ve uluslararası düzeyde kazandığı dev boyutlarla turizm; ülkelerin ekonomik sıkıntılar yaşadığı dönemlerde, büyük bir döviz girdisi sağlayarak, dış ticaret açıklarının ve işsizliğin azaltılmasında, kilit rol oynamaktadır. Özellikle yarattığı istihdam olanakları ile turizm endüstrisi, dünya ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı turizm endüstrisinin istihdam açısından yeri ve önemini ve endüstride çalışan işgücünün çalışma şartlarını ortaya koymaktır. Bu amaca yönelik olarak çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci Bölümde turizm kavramının tanımının yanı sıra, turizmi geliştiren faktörler ve dünyada turizmin geçirdiği tarihsel süreçler açıklanmıştır. Ayrıca, turizmin dünya genelindeki payı önemli turizm ülkeleri ile karşılaştırmalı olarak verilmiştir. Yine aynı bölümde, küreselleşmenin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri açıklanmaya çalışılmıştır. İkinci Bölümde, dünyada, turizm endüstrisinin istihdam açısından önemi ve endüstride çalışanların çalışma şartları incelenmiştir. Son Bölümde ise, turizmin 1980 sonrasında, Türkiye ekonomisindeki yeri ve önemi; özellikle istihdam açısından incelenmeye çalışılmış ve endüstrideki çalışma şartları ortaya konulmuştur. Bu çalışmanın sonucu olarak da; turizmin istihdam açısından önemli olmasının yanında, endüstride çalışan işgücünün çalışma hayatında bazı güçlüklerle karşılaştığı görülmüştür. Buna ek olarak, turizmin kaliteli şekilde sunulması ve çalışanların karşılaştığı zorluklarla mücadele edilmesi için öneriler geliştirilmiştir.

## **GENERAL KNOWLEDGE**

Name and Surname	: Cihan Boz
Field	: Labour Economics and Industrial Relations
Programme	: Management and Labour Psychology
Supervisor	: Associate Professor Zeki Parlak
Degree Awarded and Date	: Master – İstanbul 2006
Key Words	: Tourism Industry, Employment

### **ABSTRACT**

#### **THE EMPLOYMENT AND THE WORKING CONDITIONS in TOURISM INDUSTRY in THE WORLD**

Tourism in world, has shown great progress following the World War II. and has become a phenomenon of greater concern for the large masses in our day. With the giant dimensions it has gained at the national and international levels, tourism is a key to contribute foreign currency in order to helping to decrease foreign trade debt and unemployment while the countries was having economic problems. Especially with the creation employment possibilities, tourism industry has been making greater contributions to the World economy. In this connection, the aim of this study is to exposing the place and importance of tourism in employment and working conditions of the workers in tourism industry. This study is formed by three sections about that aim. In Section One, in addition to the definition of the concepts of tourism, the factors which developing tourism and the historical processes that the sector went through in the world has been discussed. Furthermore, the share of tourism sector within the world total compared with other countries have been explained. Again in the same section, the globalization results in tourism industry have been tried to explain. In Section Two, the importance of tourism in employment and the working conditions of the workers in that sector have been analysed. The Last Section has been devoted to an analysis of the position and importance of the sector in Turkish economy with the regards to employment and the working conditions in sector after 1980's. As a result of this study, it has been pointed out that the workers in tourism industry have some diffuculties. In addition, some suggestions required were made to deliver quality services and cope with diffuculties facing the workers in tourism industry.

## **ÖZGEÇMİŞ**

Cihan BOZ

Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı

Yüksek Lisans

### **Eğitim**

Yüksek Lisans: 2006 Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü

Lisans: 2002 Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Lise: 1996 İstek Vakfı Özel Acıbadem Lisesi

### **İş Deneyimi**

2005-2006 Bölge Müdürü, Metro Travel

2002-2005 Bölge Müdürü, Asya Tur

1999-2002 Sorumlu Rehber, Asya Tur

1996-1997 Rehber, İremtur

1995-1996 Halkla İlişkiler, Forever Club, Bodrum

1994-1995 Rehber, Şeyda Turizm

### **Kişisel Bilgiler**

Doğum Yeri ve Yılı: İstanbul - 16.05.1978

Cinsiyet: Erkek

Yabancı Dil: İngilizce

## TABLULAR LİSTESİ

Sayfa No.

<b>Tablo 1</b>	: Dünya Turizminde Yıllık Büyüme Hızları .....	18
<b>Tablo 2</b>	: Uluslararası Turist Gelişlerinin Bölgesel Dağılımı (Milyon) .....	20
<b>Tablo 3</b>	: Uluslararası Turizm Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı (Milyar Dolar).....	20
<b>Tablo 4</b>	: Uluslararası Turist Gelişlerine Göre Bölgelerin Pazar Payları (%).....	21
<b>Tablo 5</b>	: Uluslararası Turizmde En Fazla Turist çeken Ülkeler (2003-2004).....	22
<b>Tablo 6</b>	: Uluslararası Turizmde En Fazla Gelir Elde Eden Ülkeler (2003-2004).....	22
<b>Tablo 7</b>	: 2020’de Uluslararası Turist Gelişlerinin Tahmini Bölgesel Dağılımı (Milyon) .....	25
<b>Tablo 8</b>	: Dünyada İnternet Kullananların Sayısı ve Bölgesel Dağılımı.....	38
<b>Tablo 9</b>	: Avrupa Online Pazarı ve Seyahat Satışları (1998-2001) .....	41
<b>Tablo 10</b>	: Hizmet veya Ürün Çeşidine Göre 2002 Yılı Online Seyahat Pazarı .....	42
<b>Tablo 11</b>	: Dünya Genelinde Seyahat ve Turizm Endüstrisinde Doğrudan İstihdam .....	46
<b>Tablo 12</b>	: Horeca Sektörü ve Diğer Tüm Sektörlerde Çalışanların Yıllık Artış Oranı .....	49
<b>Tablo 13</b>	: AB Ülkeleri’nde Turizm Sektöründe İstihdamın Yıllık Artış Oranı .....	50
<b>Tablo 14</b>	: Bölgeler İtibariyle Turizm Sektörü İstihdamının Yaş Grupları Bakımından Dağılımı (1996 - %) .....	55
<b>Tablo 15</b>	: Avrupa Birliği’nde Hotel ve Restoranlarda Haftalık Çalışma Süreleri, 2001 .....	60
<b>Tablo 16</b>	: Avrupa Birliği’nde Hotel ve Restoranlarda Part-time Çalışanlar, 1997 .....	63
<b>Tablo 17</b>	: Yıllar İtibariyle Türkiye’ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri.....	88
<b>Tablo 18</b>	: Türkiye’ye Gelen Turistlerin Bölgelere Göre Dağılımı.....	89
<b>Tablo 19</b>	: Türkiye’ye Gelen Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı .....	90
<b>Tablo 20</b>	: Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Payı (1992-2003) .....	93
<b>Tablo 21</b>	: Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapamadaki Payı (1996-2003).....	95
<b>Tablo 22</b>	: Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı (1992-2003) .....	96
<b>Tablo 23</b>	: Turizm Yatırımlarının Sermaye Yatırımları İçindeki Payı (1980-2003).....	98
<b>Tablo 24</b>	: Türkiye’de Turizm Endüstrisinde İstihdam.....	101
<b>Tablo 25</b>	: AB Ülkeleri’nde ve Türkiye’de 2010 Yılına Kadarki Tahmini Turizm İstihdam Artış Oranı.....	102

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b><i>a.g.e</i></b>	Adı geçen eser
<b><i>AB</i></b>	Avrupa Birliği
<b><i>AIEST</i></b>	Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği
<b><i>ASEAN</i></b>	Güney Doğu Asya Milletleri Kurulu
<b><i>CRS</i></b>	Bilgisayarlı Rezervasyon Sistemi
<b><i>FERCO</i></b>	Catering Antlaşmaları ile ilgilenen Avrupa Federasyonu
<b><i>GATT</i></b>	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Antlaşması
<b><i>GDS</i></b>	Global Dağıtım Sistemi
<b><i>GSMH</i></b>	Gayri Safi Milli Hasıla
<b><i>HORECA</i></b>	Hotel-Restaurant-Catering
<b><i>HOTREC</i></b>	Ulusal Oteller, Restoranlar, Kafeler ve Benzer Kurumlar Birliği Konfederasyonu
<b><i>ICFTU</i></b>	Uluslararası Serbest Ticaret Birliği Konfederasyonu
<b><i>IATA</i></b>	Uluslararası Hava Taşımacılığı Örgütü
<b><i>IH&amp;RA</i></b>	Uluslararası Otel ve Restoranlar Birliği
<b><i>ITF</i></b>	Uluslararası Ulaşım İşçileri Federasyonu
<b><i>IUF</i></b>	Gıda, Tarım, Otel, Restoran, Catering, Tütün ve ilgili işkolları işçileri Uluslararası Birliği
<b><i>MÜZİK-SEN</i></b>	Müzik ve Sahne Sanatçıları Sendikası
<b><i>NAFTA</i></b>	Kuzey Amerika Serbest İttifakı
<b><i>OECD</i></b>	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
<b><i>OLEYİS</i></b>	Türkiye Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası
<b><i>TOLEYİS</i></b>	Türkiye Otel, Lokanta ve Dinlenme Yerleri İşçileri Sendikası
<b><i>TUGEV</i></b>	Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı
<b><i>TUREM</i></b>	Turizm Eğitim Merkezleri
<b><i>TURKON-İŞ</i></b>	Turizm Konaklama ve Eğlence Sanayi İşçileri Sendikası
<b><i>TÜRSAB</i></b>	Türkiye Seyahat Acentaları Birliği
<b><i>UNI</i></b>	Uluslararası İşağı Birliği
<b><i>WTO</i></b>	Dünya Turizm Örgütü
<b><i>WTTC</i></b>	Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü
<b><i>WTOBC</i></b>	Dünya Turizm Örgütü İş Konseyi



## İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖNSÖZ.....	III
ÖZET.....	IV
ABSTRACT.....	V
ÖZGEÇMİŞ.....	VI
TABLolar LİSTESİ.....	VII
KISALTMALAR LİSTESİ.....	VIII
GİRİŞ.....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### TURİZM ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİMİ ve KÜRESELLEŞMESİ

I. TURİZM ENDÜSTRİSİ, GELİŞİMİ ve ÖNEMİ .....	5
A. Turizmin Tanımı ve Temel Özellikleri.....	5
B. Turizmin Sınıflandırılması.....	8
1. Kişi Sayısına Göre .....	8
2. Katılanların Yaşlarına Göre .....	9
3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre .....	9
4. Katılanların Amaçlarına Göre.....	9
5. Ziyaret Edilen Yere Göre.....	10
6. Konaklanan Süreye Göre .....	11
C. Turizm Endüstrisinin Yapısı.....	11
D. Turizmin Tarihsel Gelişimi .....	13
E. Turizmin Önemi .....	16
F. Dünyada Turizm Hareketleri.....	18
II. TURİZM ENDÜSTRİSİNİN KÜRESELLEŞMESİ.....	27
A. Genel Olarak Küreselleşme .....	27
B. Küreselleşmenin Yön Verdiği Turizm Endüstrisi .....	31
C. Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Işığında Turizm Endüstrisi ve İnternet.....	35
1. Turizm İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri Kullanımı.....	35

2. İnternet.....	37
------------------	----

## İKİNCİ BÖLÜM

### DÜNYADA TURİZM ENDÜSTRİSİNDE İSTİHDAM ve ÇALIŞMA ŞARTLARI

I. Turizmin İstihdam Açısından Önemi.....	43
II. Turizm Sektöründe İşgücü Piyasası ve Özellikleri.....	51
A. Turizm Sektöründe Ücretler .....	57
B. Turizm Sektöründe Çalışma Süreleri.....	59
C. Kayıtdışı İstihdam ve Çalışma Şartları .....	62
III. Turizm Endüstrisinde İnsan Kaynakları ve Eğitim .....	65
A. Yeni ve Değişen Mesleki Profiller .....	68
B. İşletmede Kariyer Yapılmasının Teşvik Edilmesi.....	69
C. Çalışanın Sorumluluğunu Arttırma Yoluyla Kariyer Geliştirme.....	70
D. Turizm Eğitimi ve Geliştirme.....	71
1. Eğitim ve Becerilerin Geliştirilmesi .....	73
2. Dil Yeteneklerini Geliştirme.....	76
IV. Turizm Sektöründe Sendikal Örgütlenme.....	77
A. Turizmi Geliştirme Politikalarında Sendikaların Etkisi .....	80

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK TURİZM ENDÜSTRİSİNDE İSTİHDAM ve ÇALIŞMA ŞARTLARI

I. Türk Turizminin Gelişimi ve Küresel Turizmde Yeri .....	82
A. Türkiye’de Turizm Politikaları.....	82
B. Küresel Turizm Endüstrisinde Türkiye’nin Yeri .....	86
II. Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi.....	91
A. Milli Gelire Etkisi .....	92
B. Ödemeler Dengesi ve İhracata Etkisi.....	94
C. Turizm Yatırımlarına Etkisi.....	96
III. Türkiye’de Turizm Endüstrisinde İstihdam ve İşgücü Piyasası.....	99
A. Türkiye’de Turizmin İstihdama Etkisi .....	99

B. Türk Turizm Sektöründe İşgücü Piyasası .....	103
1. Türk Turizmde Ücretler .....	106
2. Türk Turizmde Çalışma Şartları .....	107
3. Türk Turizm Sektöründe Eğitim.....	110
4. Türk Turizm Sektöründe Sendikal Örgütlenme .....	112
<b>SONUÇ</b> .....	116
<b>KAYNAKÇA</b> .....	121

## GİRİŞ

Kişilerin, grupların ve kitlelerin yer değiştirme faaliyetleri ilk çağlardan günümüze kadar sürekli ivme kazanarak artmıştır. İlk çağlarda insanların yer değiştirme nedenleri genellikle gıda ihtiyaçlarını karşılama arzularına dayandırılmaktadır. Zamanla bu nedenlere eklenen merak, yeni yerler görme ve kültürleri tanıma isteği turizm olgusunun ortaya çıkmasına ve yaygınlaşmasına etki eden faktörlerdir. Son yıllarda ise, boş zamanlarını etkin biçimde değerlendirme ve stres yaratan kalabalık kent ortamından kısa bir süre de olsa uzaklaşma isteği, doğayla bütünleşme ve doğal ortamlarda tatil yapma arzusu gibi olgular turizm kavramının yeni boyutlar kazanmasına sebep olmuştur.

Ekonomik, sosyal, kültürel ve doğal çevre ile sürekli etkileşim içinde, çok yönlü bir faaliyet alanı olan turizm sektörü; konaklama, yeme-içme, ulaşım, eğlence ve seyahat organizasyonu gibi hizmetlerin tümünü içeren ve dünyanın en hızlı gelişen sektörü konumundadır.

Turizm, günümüzde döviz girdisini arttırıcı, ödemeler dengesini hafifletici ve istihdam yaratıcı özellikleriyle ülke ekonomilerine katkıda bulunmaktadır. Dünya Turizm Örgütü'nün (WTO) yapmış olduğu son araştırmalara göre; turizm, 622 milyar dolarlık gelir yaratan, 763 milyon insanın faaliyetlerinden yararlandığı ve yaklaşık 200 milyon insana istihdam olanağı sağlayan bir endüstridir. Bununla birlikte, geleceğe ilişkin olarak yapılan tahminlere göre; 2020 yılında, yaklaşık 1.6 milyar insan turizm faaliyetlerine katılarak yaklaşık 2 trilyon dolar harcamada bulunacaktır. Verilerden hareketle, turizmin dünya ekonomisinde en büyük ve en hızlı gelişen endüstrilerden biri olduğu açıktır.

Dünyada turizm sektöründe bu gelişmeler yaşanırken, Türkiye, özellikle 1980'li yıllardan sonra, turizm sektörüne önem vermeye başlamıştır. On yıl gibi kısa bir sürede, turizm, Türkiye'nin en önemli sektörlerinden birisi olmuş, sektörde gerek turist sayısında gerekse turizm gelirlerinde önemli artışlar yaşanmıştır. Turizm Bakanlığı verilerine göre; 2005 yılında, Türkiye'ye gelen turist sayısı bir önceki yıla göre %20.59

oranında artarak 21.122 bine, turizm geliri ise %14.8 oranında artarak 13.929 milyon dolara kadar yükselmiştir. Eğer Türkiye'nin dünya turizminden aldığı %1.6'lık payın hiç artmadan sabit kalacağı varsayılırsa, 2020'de Türkiye'nin turizm gelirlerinin 30 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir. Ancak, son yıllarda Türkiye'ye gelen turist sayısında ve turizm gelirlerinde önemli artışlar olmasına rağmen, Türkiye'nin sahip olduğu turistik potansiyele karşılık, dünya turizminden aldığı payın yeterli olmadığını söylemek mümkündür.

Bugün ve gelecekteki önemi giderek artan turizm sektörünü diğer sektörlerden ayıran en önemli özellik ise, bu sektörün hizmet sektörü oluşu, dolayısıyla turistik ürünlerde, kaliteye ulaşabilmenin tek yolunun insan emeğine bağlı olmasıdır. Örneğin, otel odalarındaki yatakların düzeltilmesi, yemeklerin hazırlanması, servis yapılması, resepsiyon, ön büro hizmetleri ve oteldeki bir çok benzeri iş insan emeğine dayalıdır. Bu açıdan bakıldığında, turizm sektöründe, otomasyona diğer sektörler nazaran daha az imkan verilmesi nedeniyle, insan faktörü ve bu faktörün niteliği büyük önem taşımaktadır.

Turizm sektörünün bu derece insan unsuruna bağımlı bir görüntü çizmesi, bu sektörün istihdam yaratmada etkin bir rol oynayabileceği düşüncesini doğurmaktadır. Her ne kadar, turizmin istihdam açısından önemi ve etkisi konusunda kesin bilgilere ulaşılmassa da, ülkeler itibariyle yapılan çalışmalarda genel tahminler yapılabilmektedir. Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi'nin (WTTC) 2002 yılında yapmış olduğu araştırmaya göre, dünya genelinde yaklaşık 200 milyon kişi istihdam edilmektedir. Aynı örgütün geleceğe yönelik yapmış olduğu tahminlere göre; önümüzdeki on yıl içerisinde, dünya genelinde, turizm sektöründe çalışanların sayısı 249 milyona ulaşacak ve bu rakam toplam istihdamın %8.6'sını oluşturacaktır. Türkiye'de ise, DİE'nin 2001 yılı verilerine göre, turizm endüstrisinde yaklaşık 2.500 bin kişi istihdam edilmiş ve turizm istihdamının toplam istihdam içindeki payı %12.76'ya ulaşmıştır.

Bu gelişmelere paralel olarak, dünyanın giderek bir küresel köye dönüşüyor olması turizmin önemini arttıran diğer bir husustur. Küreselleşme sürecinde, son zamanlarda kaydedilen teknolojik gelişmeler, turizm endüstrisinde köklü dönüşümlerin

yaşanmasına kaynaklık etmiş ve üretim sürecinde önemli değişiklikler meydana getirmiştir. Müşteri memnuniyetine dayanan ve soyut ürünlerin üretildiği bir sektör olan turizm sektöründe bilişim ve iletişim teknolojileri kullanımının yaygınlaşması ve ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyattaki olumlu gelişmeler seyahatlerin kolaylaşmasına neden olmuştur. Benzer şekilde, bilişim teknolojilerindeki gelişmeler, müşterilerin internet aracılığıyla seyahat edebilmelerine ve konaklamayı planladıkları yerlere ilişkin bilgi edinebilmelerine ve bilişim ağında (web ortamı) alışveriş ve rezervasyon yapabilmelerine kolaylık sağlamıştır. Bütün bu gelişmeler, turizmin geleceğinin daha parlak olacağını işaret etmektedir. Ancak, üretim sürecindeki tüm bu gelişmelere rağmen, sektörün yapısı gereği insan gücüne bağlı olması ve otomasyonun sınırlı olması nedeniyle, çalışma ilişkilerinde ve çalışma şartlarında köklü bir değişimin olmadığı söylenebilir.

Dünyada turizm endüstrisinde istihdamın nitelik itibariyle yapısı, işgücünün çalışma şartları, işgücünün eğitimi sektör bazında öncelikli konular olmasına rağmen, bu konularla ilgili yeterli araştırmalar yapılmamıştır. Öte yandan Türkiye’de de, Turizm Bakanlığı’nın yapmış olduğu işgücü araştırmaları dışında, konuyla ilgili yeterli bilgi bulunmamaktadır. Ayrıca, turizm endüstrisinin mevsimsel özelliğinden dolayı, kayıtdışı istihdamın en yüksek olduğu sektörlerden biri olması, sektörle ilgili bilgilerin elde edilmesini daha da zorlaştırmaktadır.

Bu bakımdan, bu çalışmamızın amacı; yaptığımız gözlemlere dayalı olarak, küreselleşen dünyada turizmin istihdam açısından önemini, işgücü piyasasının özelliklerini ve sektörde istihdam edilen işgücünün çalışma şartlarını incelemeye yöneliktir. Bu amaç doğrultusunda, çalışma üç bölümden oluşmaktadır:

Birinci bölümde; turizm sektörünün tanımı yapılmış, tarihin akışı içerisinde gelişimi incelenmiş, önemi sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan ele alınmıştır. Yine aynı bölümde, küreselleşme kavramı incelenerek, küreselleşmenin turizm endüstrisi üzerindeki etkileri açıklanmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde; turizmin istihdam açısından önemi vurgulanarak sektördeki çalışanların nitelikleri, çalışma şartları, istihdam-eğitim ilişkisi turizm işletmelerinin bu konulardaki uygulamaları göz önünde bulundurularak incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise; ülkemizdeki turizm gelişmesinin dayandığı turizm politikalarının nereden nereye geldiği, Türk turizminin küresel turizm endüstrisindeki yeri, turizmin Türkiye ekonomisi üzerindeki yeri ve önemi incelenerek, sektördeki işgücünün çalışma şartları analiz edilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM ENDÜSTRİSİNİN GELİŞİMİ ve KÜRESELLEŞMESİ

#### I. TURİZM ENDÜSTRİSİ, GELİŞİMİ ve ÖNEMİ

##### A. Turizmin Tanımı ve Temel Özellikleri

Toprağı işlemeyi öğrenip de göçebe hayattan yerleşik toplum düzenine geçen insanoğlu, tarihin akışı içerisinde çeşitli neden ve amaçlarla bulunduğu yerin dışındaki başka bir coğrafi alana sürekli olarak gidip gelmiştir. Çoğu kez ticari amaç taşıyan bu seyahatler, turizm olgusunun oluşup gelişmesine yardımcı olmuştur.

Turizm, günümüzdeki anlamını II. Dünya Savaşı'ndan sonra kazansa da, bu konuda yapılan çalışmaların tarih boyunca var olduğu ve 19. yüzyılın sonlarına kadar uzandığı kabul edilmektedir. Ancak bu konudaki araştırmacıların, konuya bakış açılarının ve önem verdikleri unsurların farklı olması nedeniyle, günümüze kadar kapsamlı bir tanım yapılamamıştır.

Yaygın kanıya göre, turizm kavramının kökeninin Latince'de dönmek, etrafını dolaşmak, geri dönmek anlamlarına gelen "tornus" kökünden türetildiği kabul edilmektedir. Türkçe'deki "tornistan" ve İngilizce'deki "tour" sözcükleri de aynı köke dayanmaktadır. Bilindiği gibi tornistan etmek sözcüğü, geri dönmek, ters yüz etmek, içini dışına çevirmek anlamında kullanılmaktadır<sup>1</sup>.

Bir diğer kanıya göre ise, turizm hareketinin kökeni "tour" sözcüğü olup, İbranice'de "öğrenme, araştırma" anlamına gelen "torah" sözcüğünden türetilmiştir. Aynı inanişe göre, İbraniler yaşadıkları yerlerin dışındaki uzak yerleri görmek, oralarda

---

<sup>1</sup> Orhan M. Sezgin, Genel Turizm, Tutibay Ltd. Şti. Yayınları, Ankara, 1999, s.3



oturan insanların ekonomik ve sosyal durumlarını incelemek üzere gönderilen kişilere “tourist (turist)” ve bunların eylemlerine de “touring (turlamak)” demektedirler<sup>2</sup>.

Turizm kavramı, bilim adamlarının ilgisini 19. yüzyılın sonlarından itibaren turizmin gelişmesi ile birlikte çekmeye başlamıştır. Bu konuda 1883’de E. Guyer-Freuler tarafından Zürih’te yayınlanan makale ilk olma özelliğini taşımaktadır<sup>3</sup>. 1905 yılında yine, E. Guyer-Freuler tarafından yapılan tanım ise turizm konusunda yapılan ilk tanım olma özelliğinin yanı sıra, dönemin turizme olan bakış açısı hakkında fikir vermektedir. Bu tanıma göre; “turizm, gittikçe artan hava değişimi ve dinlenme gereksinimleri, doğa ve sanatla beslenen göz alıcı güzellikleri tanıma isteğine; doğanın insanlara mutluluk verdiği inancına dayanan ve özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi ve ulaşım araçlarının kusursuz hale gelmelerinin bir sonucu olarak ulusların ve toplulukların birbirlerine daha çok yaklaşmasına olanak veren modern çağa özgü bir olgu”dur<sup>4</sup>.

Diğer bir tanımlamaya göre turizm; devamlı yaşanan yer dışında tüketici olarak, tatil, dinlenme, eğlenme gibi ihtiyaçların giderilmesi amacıyla yapılan seyahat ve konaklama hareketleridir<sup>5</sup>. Ancak bu tanımda bahsedildiği gibi, insanların yaptığı bütün seyahatlerin turizm faaliyeti olarak kabul edilebileceğini söylemek mümkün değildir. Bu bağlamda, W.Hunziker ve K.Krapf turizmde bulunması gereken özellikleri göz önünde tutarak turizm olgusunu şöyle tanımlamışlardır. “Sürekli kalışa dönüşmemek ve gelir sağlayıcı hiçbir uğraşta bulunmamak koşulu ile yabancıların geçici süre konaklamalarından doğan olayların tümü turizm”dir<sup>6</sup>. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, genellikle bir turizm faaliyetinden bahsedebilmek için yapılan seyahatin eğlence-dinlenme amaçlı olarak yapılması gerekmektedir. Yani yapılan seyahatin amacı gelir elde etmek olmamalı ve seyahat sürekli kalışa dönüşmemelidir. Ne var ki; günümüz turizm piyasasındaki değişkenlik, turistik olan olgu ile turistik olmayan olgu arasındaki

---

<sup>2</sup> Hasan Erdoğan, Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslar arası Turizm, Bursa, 1996, s.8

<sup>3</sup> Nasır Niray, Turizm Küreselleşme İlişkisi ve Tekelleşme Eğilimleri, T.C Turizm Bakanlığı, II. Turizm Şurası Bildirileri, III. Cilt, Ankara, 2002, s.242

<sup>4</sup> Nazmi Kozak, Meryem A. Kozak, Metin Kozak, Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar, 5.Baskı, Ankara, 2001, s.1

<sup>5</sup> M. Zekai Bayer, Turizme Giriş, Küre Ajans, İstanbul, 1992, s.3

<sup>6</sup> Savaş Ürger, Genel Turizm Bilgisi, Antalya, 1992, s.10

çizginin çizilmesini güçleştirmektedir. Gerçekten de, iş görüşmesi yapmak üzere başka bir ülkeye giden bir kişinin aynı zamanda şehir turlarına katılarak turizm faaliyetinde bulunduğunu görmek mümkün olmakta ya da eğlence ve dinlence amacıyla yapılan bir seyahatin de iş gezisine dönüştüğü görülmektedir.

Turizm konusunda günümüzde en kabul gören tanım ise, AIEST (Uluslararası Bilimsel Turizm Uzmanları Birliği) tarafından 1980'li yıllarda yeniden düzenlenen tanımdır. Bu düzenleme ile birlikte, turizm “insanların devamlı ikamet ettikleri, çalıştıkları ve her zamanki olağan ihtiyaçlarını karşıladıkları yerlerin dışına seyahatleri ve buralardaki, genellikle turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep ederek, geçici konaklamalarından doğan olaylar ve ilişkiler bütünü” şeklinde tanımlanmaktadır<sup>7</sup>.

Bu tanıma göre, bir seyahat ve konaklamanın turizm olayı içinde kabul edilip edilmeyeceğini belirleyen temel özellikler şunlardır:

-Seyahatin devamlı ikamet edilen, çalışılan ve günlük ihtiyaçların karşılandığı yerler dışında yapılması

-Konaklama esnasında turizm işletmelerinin ürettiği mal ve hizmetleri talep etmesi

-Seyahatin ekonomik anlamda gelir elde etmemek koşuluyla, dinleme, eğlenme, merak, dini gerekleri yerine getirme vb. nedenlerle yapılması

-Konaklamanın sürekli olmaması diğer bir ifadeyle geçici olması gerekmektedir.

Bu özelliklerin ışığı altında kongre ve iş seyahatleri, eğlenme ve dinlenme amacıyla yapılan kısa süreli seyahatler, sağlık turizmine giren seyahatler, inceleme ve araştırma gezileri, dini amaçla yapılan konaklamalar turizm faaliyeti olarak kabul edilmektedir. Diğer taraftan, öğrencilerin öğrenme amacıyla uzun süre konaklamaları, iş arama, devamlı yerleşme amacına yönelik seyahatler ve konaklamalar, günlük ihtiyaçlar için yapılan düzenli seyahatler ise, turizm faaliyeti olarak kabul edilmemektedir.

---

<sup>7</sup> Kozak, a.g.e., s.4

Mevzuatımıza göre, 6086 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu'nun 36. Maddesi gereği, Bakanlar Kurulu'nun 5.8.1955 gün 5643 sayılı kararıyla yürürlüğe konulan Turizm İşbirliği Tüzüğü'nün 3. Maddesiyle yapılan turizm tanımlaması şöyledir: “turizm, yerleşmek niyeti olmaksızın hava tebdili yapmak, tedavi edilmek, eğlenip dinlenmek gibi maksatlarla toplu ya da tek olarak yapılan seyahatlerdir<sup>8</sup>.”

Görüldüğü gibi, turizm konusunda en eski dönemlerden günümüze kadar sektörün içeriğine ilişkin çok şey değişmiş, her yeni gelişme ile birlikte tanımlar yeniden yapılmış ancak henüz bir fikir birliğine varılamamıştır. Ancak turizm kavramının bir çok disiplin ve sektörle yoğun bir ilişki içinde bulunduğu ve kapsamının oldukça geniş olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda, sektöre ilişkin olarak yapılan tanımların yeterli olmadığını söylemek mümkündür.

## **B. Turizmin Sınıflandırılması**

Günümüze kadar turizm konusunda kapsamlı bir tanımın yapılamayışı ve turizm kavramının zamanla içeriğinin zenginleşmesi, turizmin çeşitli kriterlere göre sınıflandırılmasını gerekli kılmaktadır. Bu kriterler; turizm hareketlerine katılanların sayısına, yaşlarına, sosyo-ekonomik durumuna, amaçlarına, ziyaret edilen yere ve konaklanan süreye göre altı başlık altında toplanabilir.

### **1. Katılan Kişi Sayısına Göre**

Bu tür ayırmada turizm hareketlerine katılan kişilerin sayısı dikkate alınmaktadır. Buna göre, kişilerin seyahat ve konaklamayı kişisel olarak düzenlemesine “Bireysel Turizm (Individual Tourism)”, seyahat ve konaklamanın belirli bir grup, dernek veya örgüt tarafından düzenlenmesine “Grup Turizmi (Group Tourism)”, seyahat ve konaklamanın kolektif bir biçimde, birbirleriyle ilişkili olmayan gruplar tarafından kitleler halinde gerçekleştirilmesine “Kitle Turizmi (Mass Tourism)” denilmektedir.

---

<sup>8</sup> Mehmet Özdemir, Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri, Ankara, 1992, s.19

## **2. Katılanların Yaşlarına Göre**

Burada turizme katılmada yaş grubuna göre üç farklı turizm çeşidi karşımıza çıkmaktadır: Bunlar, “Gençlik Turizmi”, “Orta Yaş Turizmi” ve “Üçüncü Yaş Turizmi”dir. Gençlik turizmi; 15-24 yaş grubuna dahil bireylerin anne, baba ve diğer aile yakınları olmaksızın turizm aktivitelerine katılmaları ile gerçekleşen turizm biçimidir. Öte yandan, 25-60 yaş grubunda yer alan bireylerin katıldıkları turizm etkinliklerine “Orta Yaş Turizmi”, 60 ve üzeri yaş grubunda yer alan bireylerin gerçekleştirdikleri turizm etkinliklerine ise “Üçüncü Yaş Turizmi” adı verilmektedir.

## **3. Katılanların Sosyo-Ekonomik Durumuna Göre**

Turizme katılmada önemli bir unsur da insanların sahip oldukları sosyal statü ve gelir düzeyidir. Bu bakımdan, katılanların sosyo-ekonomik durumuna göre turizmi “Sosyal Turizm”, “Lüks Turizm”, “Geleneksel Turizm” olarak üçe ayırmak mümkündür. Sosyal turizm, belirli bir gelir düzeyinin altında bulunan ve turizm faaliyetine katılmak için yeterli gelire sahip olmayan kişilerin, tatil kredileri, taksitli tatil olanağı, sezon öncesi indirimli fiyatlar vb. uygulamalara bağlı olarak, turizm faaliyetlerine katılmalarının kolaylaştırılması ile ortaya çıkan turizm şeklidir. Buna karşın, lüks turizm, genellikle ekonomik gücü ve gelir düzeyi yüksek olan kişilerin bireysel veya küçük gruplar halinde gerçekleştirdikleri turizm biçimidir. Geleneksel turizm ise, tüketim olanakları normalin üzerinde bulunan ve seyahat ve konaklama işletmelerinin hizmetlerinden yararlanarak seyahat eden kişilerin ve ailelerin yarattığı turizm olayıdır<sup>9</sup>.

## **4. Katılanların Amaçlarına Göre**

Günümüzde insanlar çok çeşitli amaçlarla turizm faaliyetine katılmaktadırlar. İnsanların turizmden sağlamayı amaçladığı temel fayda bedensel ve ruhsal sağlığın yeniden kazanılması yani, diğer bir ifadeyle dinlenme (rekreasyon)dir. Dinlenme

---

<sup>9</sup> Sibel Mehter Aykın, Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası ve Türkiye'ye Yönelik Talep Analizi, Basılmamış Doktora tezi, İstanbul, 2001, s.8

amacıyla sakin, dinlendirici ve eğlendirici yerlerin aranması önem kazanmakta ve bu kapsamda turizm, deniz turizmi, çiftlik turizmi, yayla turizmi gibi değişik görünümler almaktadır. Dinlenme amacının yanında insanların turizm işletmelerinden talep ettikleri diğer bir fayda da sağlıktır. Bu amaç kapsamında, son zamanlarda termal turizmi (kaplıca turizmi) alanında önemli yatırımların gerçekleştirildiğini görmek mümkündür.

Öte yandan, alpanizm (dağcılık sporu), trekking (doğa yürüyüşü sporu), akarsu turizmi (kano-rafting), su altı turizmi (scuba diving), golf turizmi, av turizmi gibi kişisel hobilere ve zevklere yönelik, sportif amaçlı turizm faaliyetlerinden bahsetmek mümkündür. Bununla birlikte, eski sanat eserlerini, eski medeniyetlere ait tarihi kalıntıları görmek, gezmek ve bilgi düzeyini arttırmak amacıyla yapılan turizm faaliyetleri “sosyal ve kültürel turizm”, kutsal yerlerin ziyaret edilmesine yönelik turizm etkinlikleri ise “inanç turizmi” olarak tanımlanmaktadır.

Dünyada son yıllarda gelişme gösteren turizm çeşitlerinden biri de kongre turizmidir. Her yıl önemi giderek artan kongre turizmi çerçevesinde yapılan organizasyonlar, bu turizm çeşidinin geleceğinin parlak olduğunu işaret etmektedir.

## **5. Ziyaret Edilen Yere Göre**

Turizm faaliyetleri, ziyaret edilen yere göre “iç turizm” ve “dış turizm” olarak ikiye ayrılmaktadır. İç turizm, bir ülke vatandaşlarının kendi ülkeleri içinde geçici olarak turizm olayına katılmalarıdır. Pasaport, vize ve döviz sorunu gerektirmeyen iç turizmin bu yönüyle ekonomiye döviz getirici etkisi yoktur ancak, milli gelirin bölgeler arasında dengeli dağılımında önemli katkıları bulunmaktadır.

Dış turizm, yurtdışından gelen yabancıların bir ülkeyi ziyaretlerini ve ülke vatandaşlarının yabancı bir ülkeye seyahatlerini ifade eder. İç turizmin tersine, pasaport, vize, döviz gibi işlemleri gerektirir. Döviz getirici etkisi yönüyle incelendiğinde dış turizmi, kendi içinde “dış aktif turizm” ve “dış pasif turizm” olarak ikiye ayırmak mümkündür. Dış aktif turizm yabancıların bir ülkeyi ziyaretlerini ifade eder ve söz konusu ülkeye döviz girişi sağladığından, o ülkenin ödemeler dengesi üzerinde olumlu

etki yapar. Dış pasif turizm ise, ülke vatandaşlarının yabancı bir ülkeye seyahatlerini ifade etmekte olup, döviz çıkışına sebep olmaktadır. Bu yönüyle de ülkenin ödemeler dengesi üzerinde olumsuz etki yapmaktadır.

## **6. Konaklanan Süreye Göre**

Konaklanan süreye göre turizm, “kısa süreli” ve “uzun süreli” olabilmektedir. Kısa süreli turizm hafta sonu tatili veya başka bir yere seyahat sırasında genellikle bir yada iki günlük konaklamalardan oluşan turizm biçimidir. Uzun süreli turizm ise, psikolojik, sosyal ve kültürel gereksinimleri karşılamak için belli yerlerdeki konaklama tesislerinde en az dört gecelemeden oluşan turizm biçimidir.

## **C. Turizm Endüstrisinin Yapısı**

Turizm sektörü emek-yoğun işgücüne dayanan ve hizmet üreten bir sektördür. Bu sektörde, turiste devamlı oturduğu yerden ayrılıp aynı yere dönüncüye kadar geçen süre içerisinde konaklama, yeme-içme, ulaştırma, perakende satış, eğlence vb. bir çok alanda hizmet verilmektedir<sup>10</sup>. Bu bağlamda, turizm sektörünün kapsamının geniş olduğunu, turizm sektörüne ilişkin olarak yapılan tanımların (seyahat etme, tatile çıkma gibi) günümüz itibariyle yeterli olmadığını söylemek mümkündür. Nitekim, turizm sektörü birbirinden farklı bir çok üretim biriminin bir araya geldiği, çok daha geniş boyutlarda bir faaliyetler kompozisyonunu temsil etmektedir. Bu konuya ilişkin olarak, Dünya Turizm Örgütü'nün hazırladığı Turizm Aktivitelerinin Uluslararası Standart Sınıflandırılması (SICTA), turizm talebine bağımlı, turizm sektörü ile ilgili alanları belirlemektedir. Buna göre, ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence gibi gereksinimlerin karşılanmasına yönelik turizm ile doğrudan veya dolaylı olarak ilgili olan yaklaşık 185 tane faaliyet alanı bulunmaktadır<sup>11</sup>. Farklı özellik taşıyan bu üretim

---

<sup>10</sup> <http://www.parliament.uk/commons/research/rp2000/rp00-066.pdf> adresinden 21.02.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>11</sup> 17. Inter-Amerikan Seyahat Kongresi, Sustaining Tourism by Managing Financial and Human Resources, 7-11 Nisan 1997. <http://www.oas.org/TOURISM/docnet/latc1en.htm> adresinden 24.02.2006 tarihinde alınmıştır.

birimlerinin aynı şemsiye altında toplanması turizm alanında işlem hacmini arttırırken yeni pazarların gelişmesine de katkıda bulunmaktadır<sup>12</sup>. Bu özelliği ile turizm, günümüzde dünya ekonomisinde en hızlı gelişen ve genişleyen sektörlerden biri haline gelmiştir.

Sonuç olarak, turizm endüstrisini şöyle tanımlamak mümkündür: “Turizm endüstrisi, turistlerin, ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak tekrar aynı yere dönünceye kadar geçen süre içerisindeki seyahatleri sırasında, gereksinim duydukları ulaştırma, konaklama, yeme-içme, eğlence ve diğer ihtiyaçlarını karşılayan faaliyet alanlarının tümüdür”<sup>13</sup>.

Turistlerin söz konusu bu ihtiyaçlarını karşılayan kurum ve kuruluşlar çok çeşitlidir. Turizm işletmeleri olarak adlandırılan bu işletmeler yedi başlık altında toplanabilir:

- Konaklama işletmeleri: Oteller, Moteller, Pansiyonlar, Oberjler, Kampingler, Tatil Köyleri, Kaplıcalar ve benzeri sağlık turizm işletmeleri
- Yiyecek-içecek işletmeleri: Lokanta ve benzeri yiyecek-içecek tesisleri
- Ulaştırma işletmeleri: Demiryolu işletmeleri, Havayolu işletmeleri, Denizcilik işletmeleri, Karayolu ulaştırma işletmeleri
- Eğlenceye yönelik işletmeler (Rekreasyon işletmeleri)
- Seyahat işletmeleri: Tur operatörleri (toptancı kuruluşlar), Seyahat acentaları (perakendeci kuruluşlar)
- El sanatları, hatıra, hediyelik eşya vb. malların üretim ve satışını yapan işletmeler
- Turizmle kısmen ya da tamamen ilgili kamu kuruluşları

Günümüzde sürekli gelişen ve değişen turizm endüstrisinin iki önemli boyutunu konaklama işletmeleri ve seyahat işletmeleri oluşturmaktadır. Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde, daha çok zengin ve aristokrat kişilerin zevklerine ve taleplerine

---

<sup>12</sup> Erol Bulut Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri, Ankara, 1999  
www.ekitapyayin.com/id/025/index.php adresinden 25.12.2005 tarihinde alınmıştır.

<sup>13</sup> Kozak, a.g.e., s.42

uygun olan oteller, günümüz kitle turizminin koşullarına uygun, büyük kapasiteli ve standart hizmet sunan konaklama işletmelerine dönüşmüşlerdir. Bu işletmeler, turizm sektörünün dışında faaliyet gösteren işletmelerle müşterek çabalar içerisinde bulunmak suretiyle daha da güçlenerek pazar paylarını artırma yoluna gitmektedirler<sup>14</sup>.

Seyahat işletmeleri ise, turizm literatüründe seyahat acentaları (travel agency) ve tur operatörleri (tour operator) olarak adlandırılmaktadır. Tur operatörleri, paket tur olarak adlandırılan turistik ürünler oluşturarak pazarlamacılığın yanı sıra üretici kimliğini de beraberinde taşıırken, seyahat acentaları kendine özgü sıcak satış yöntemleriyle söz konusu ürünlerin sadece satışında aracılık görevini üstlenmektedir<sup>15</sup>.

Ülkemizde, seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü arasında kesin bir ayrım bulunmamakla birlikte, A grubu bir seyahat acentası tur operatörlüğü, kongre turizmi, incoming, outgoing, yat turizmi, avcılık vb. kısacası bütün turizm dallarında uzman olup olmadığına bakılmaksızın faaliyet gösterebilmektedir<sup>16</sup>.

Seyahat acentalarının turist grupları için düzenlediği paket turlar ise, turizm endüstrisinin değişik bir yönüdür. Kişilerin tek olarak yapabileceklerinden daha ucuz, tüm ayrıntıları daha önceden belirlenmiş grup seyahatlerine ilgi gösterilmekte ve buna paralel olarak, bu hizmeti sunan işletmeler hızla gelişmektedir.

#### **D. Turizmin Tarihsel Gelişim Süreci**

Günümüzde milyonlarca insan, çeşitli neden ve amaçlarla geçici süreler için, yaşadıkları yerlerden başka yerlere hareket etmektedir. Bu yer değişimi esnasında, insanlar gezip-görme, dinlenme, eğlenme gibi psikolojik, sosyal ve kültürel

---

<sup>14</sup> Burhan Şener, Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon, Geliştirilmiş 2. Baskı, Ankara, 1997, s.8

<sup>15</sup> Aykın, a.g.e., s.15

<sup>16</sup> Çiğdem Yalçın, Gelecekte Geleceğe Akdeniz’de Turizm Kongresi, Avrupa Birliği’ne Yönelik Türkiye’deki Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları, İstanbul, Kasım 2001  
[http://www.makroporus.com/ab\\_turizm.htm](http://www.makroporus.com/ab_turizm.htm) adresinden 22.11.2005 tarihinde alınmıştır.



gereksinimlerini ulaşım olanaklarından yararlanarak, varılan yerdeki konaklama ve yeme-içme birimlerini kullanarak karşılamaktadırlar. Bu olay XX. yüzyıla özgü modern bir olay olarak görülmesine karşın, yer değiştirme insanlık tarihi kadar eskidir. İnsanın en ilkel şartlarda bile, çoğu zaman tehlikelerden kaçmak güdüsü ile uzun mesafeler kat edebildiğinin ortaya çıkması özellikle yer değiştirme hususunun, oldukça eski tarihlere uzandığının bir ispatı olarak alınmalıdır<sup>17</sup>.

Bu durumda turizm olgusunun başlangıç noktasını; yazıyı, parayı ve tekerleği bularak ticaretin öncülüğünü yapan Sümerlere, yani M.Ö 4000 yılına kadar geriye götürmek mümkündür. Denizci Finikelilerin de bugünkü anlamda, bir yerden başka bir yere giden ilk gerçek gezginler olduğu söylenmektedir<sup>18</sup>. Çoğu kez ticaret amacıyla seyahat etmek zorunda kalan bu insanlar, turizm faaliyetlerinin gelişmesine ön ayak olmuşlardır.

Modern anlamda turizm olayı, Eski Yunan'da M.Ö 700'lü yıllarda, olimpiyat oyunlarının başlaması ile daha yoğun ve belirgin olarak görülmeye başlanmıştır. Örneğin oyunların başlamasıyla oyunlar sırasında bu ülkeye çok sayıda turist geldiği bilinmektedir. Roma imparatorluğu döneminde yapılan seyahatler ise, daha çok zevk amacıyla yapılmış ve imparatorluğun çok geniş bir alana yayılması seyahatlerin yaygınlaşmasına sebep olmuştur. Roma imparatorluğunun çökmesiyle her ne kadar seyahatlerin sayısında bir azalmadan söz edilse de, ortaçağ ile birlikte Hıristiyanlığın hızlı yükselişi dini merkezlere olan ilgiyi arttırmış, ticaret yollarının yapılması ve bu yollar üzerinde konaklama ihtiyacına yönelik kervansarayların ve hanların yapılması turizm kavramının daha da gelişerek farklı bir boyut kazanmasına sebep olmuştur.

Öte yandan, tarih boyunca Heredot, İbni Batuta, Evliya Çelebi gibi tarihçi ve gezginlerin yeni yerlere olan bitmek tükenmek bilmeyen merakları, aydınlanma çağı ile birlikte Vasco de Gama, Christoph Colombus, Magellan, Piri Reis gibi maceraperest

---

<sup>17</sup> Erol Bulut, Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri, Ankara, 1999  
www.ekitapyayin.com/id/025/index.php adresinden 25.12.2005 tarihinde alınmıştır.

<sup>18</sup> Adem Öğüt, Hasan Kürşat Güleş, ve Ali Şükrü Çetinkaya, Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim-Enformatik Bir Bakış, Ankara, 2003, s.15

kişilerin yeni yer ve rotalar keşfetmesi, Jean Jacques Rousseau, Goethe gibi aydınların gezip gördükleri yerleri yazıya dökmeleri ve bu eserlerin matbaa yoluyla maceraya açık zengin kitlelere ulaşması, turizmi aristokrat sınıfın katıldığı ayrıcalıklı bir faaliyet kolu haline getirmiştir<sup>19</sup>.

Ticaret, din ve sağlık gibi etkenlerin etkisiyle ve daha çok macera arayan zengin kitlelerin tekelinde gelişme gösteren turizm, günümüzdeki anlamına ise, “Endüstri Devrimi” ile birlikte ulaşmıştır. Endüstri devriminin doğuşu ile birlikte pek çok alanda değişimler olmuştur. Bu duruma bağlı olarak, zaman içerisinde turizm endüstrisinde de önemli gelişmeler yaşanmıştır. Bu alanda hızlı gelişmeler yaşanmasına neden olan faktörler genel olarak şunlardır:

- Toplu seyahat olanağı sağlayan buharlı tren ve geminin icadı
- Ulaşım araçları alternatiflerinin gelişmesi, çoğalması ve özellikle havacılık teknolojisinde kaydedilen gelişmelerle birlikte kıtalararası mesafenin azalması
- Boş zamanın artması, ücretli izin hakkının yaygınlaşması
- Ekonomik kalkınmaya paralel olarak kişi başına harcanabilir gelirin artması
- Kentleşme ve yoğun iş temposu neticesinde insanların doğa ve eğlenceye yönelmeleri
- Konaklama birimlerinin yaygınlaşması ve çeşitliliği
- Kitle haberleşme araçlarının gelişmesi ve etkilerinin artması
- Paket turların ortaya çıkması ve kabul görmesi
- İnsanlardaki gezme, görme, yabancı kültürleri tanıma isteği
- Turizm bilincinin oluşması ve seyahat özgürlüğünün artması

Turizmin gelişmesine etki eden bu faktörler, turizm kavramının giderek bireysel olmaktan çıkıp, kitlesel bir görünüm kazanmasına ve sınıf farkı gözetmeksizin tabana yayılmasına neden olmuştur.

---

<sup>19</sup> Aykın, a.g.e., s.4

Birinci Dünya Savaşı'na kadar olan dönemde lüks bir ihtiyaç olarak beliren, İkinci Dünya Savaşı sonrasında ve özellikle 1960'lı yıllara kadar olan dönemde kültürel bir hareket olarak ortaya çıkan turizm, günümüz itibariyle, artık zorunlu bir ihtiyaç olarak kabul edilmeye başlanmıştır<sup>20</sup>. Nitekim, bu döneme kadar zevk ve yeni yerler görmek için yapılan seyahatler ancak, varlıklı ve zamanı bol olan kişiler tarafından yapılmaktaydı. Bugün ise turizm, özellikle gelişmiş ülkelerde, büyük bir sektör haline almış, bireyler, kuruluşlar ve hatta ülkeler için bir tüketim ve geçim kaynağı şekline dönüşmüştür. Sadece turizmden elde ettikleri gelirlerle geçinen, yaşamlarını turizme endeksleyen çok sayıda insan vardır. Başka bir deyişle, artık eski geçim kaynaklarını ve uğraşlarını bırakarak, daha kazançlı olması nedeniyle turizmle uğraşan insan ve topluluk sayısı giderek artmaktadır<sup>21</sup>.

Bugün ulaştığı nokta bakımından, turizm, eğlence kavramı ve çerçevesinin dışına çıkmış, kapsamı ve etkileri giderek artan bir sosyo-ekonomik olguya dönüşmüştür. İçinde bulunduğumuz 20. yüzyılın ikinci yarısında büyük bir gelişme ve önemli yapısal değişikliklere uğrayan turizm sektörünün gelecekte de bu gelişme hızını daha da arttırarak sürdüreceği söylenebilir.

### **E. Turizmin Önemi**

Turizm tüm dünyada giderek artan bir önemle gelişmektedir. Bir çok sektör gelecekte var olma savaşı verirken, doğal afetler, nükleer kazalar, salgın hastalıklar ve savaş gibi olağanüstü gelişmeler olmadıkça, turizm gerileme tehlikesi göstermeyen bir sektör olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüzde turizmin yarattığı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik etkiler, ülke ekonomilerinde ve özellikle uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerde önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu durum yalnız, uluslararası turizm hareketlerinden büyük pay alan

---

<sup>20</sup> Akın İlkin, Zeki Dinçer, Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, TOBB yayını, Ekonomik ve Sosyal Sorunlar-Çözümler Önerileri Dizisi:2 No: 217, Ankara, 1991, s.5

<sup>21</sup> Erol Bulut, Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri, Ankara, 1999  
www.ekitapyayin.com/id/025/index.php adresinden 25.12.2005 tarihinde alınmıştır.

gelişmiş ülkelerde değil, aynı zamanda gelişmekte olan ülkelerde de turizme verilen önemi arttırmaktadır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin karşılaştıkları ekonomik sorunların ve dar boğazların aşılmasında, gerekli olan döviz girdisini sağlama, yeni gelir yaratma ve istihdam olanaklarını artırma özelliği ile turizm öncelikli bir sektör haline gelmiştir. Uluslar arası kuruluşlar, geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelere ekonomik kalkınmalarını ancak, planlı ve etkin bir turizm politikası uygulamaları ile gerçekleştirebileceğini söylemekte, bu yolla ekonomik kalkınmasını gerçekleştirmiş ülke olarak İspanya örneğini vermektedir. Öte yandan söz konusu kuruluşlar, Türkiye'nin turizm için elverişli bir potansiyele sahip olduğunu, bu nedenle ekonomik kalkınmasını turizm yolu ile tamamlayabileceğini belirlemekte ve turizmin ülkemiz için ne denli önemli olduğunu vurgulamaktadırlar<sup>22</sup>.

Turizm, bugün ülkelerin ekonomik yapılanmalarını sağlarken, yine bu ülkelerin sosyal ve kültürel yapılarında da etkili ve önemli bir yere sahiptir. Turizmin sosyo-kültürel etkileri turizm süreci içinde bir araya gelen turist ve yerli halkın toplumsal ilişkiler içinde "karşı karşıya gelmeleri" sonucu ortaya çıkmaktadır<sup>23</sup>. Bilindiği gibi, turizm, gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru gerçekleşmekte ve bu ilişkiler ağında, turistler de gelişmiş ülkelerin değerlerinin taşıyıcısı konumundadır. Bu yolla turizm, gelişmiş toplumların değerlerini yaygınlaştırarak evrenselleştirmektedir. Bu bakımdan, turistlerin yabancı bir ülkeye gelmesiyle doğan sosyal etkileşim ve değişmeyi, turizm olayının doğuşunda ve oluşumunda etken olan sosyolojik faktörleri ve turizm olayının yol açtığı etkileri göz ardı etmemek gerekir<sup>24</sup>.

Sonuç olarak, turizm ekonomik kalkınmada kaynak sağlayan bir sektör olduğu kadar, çağdaş uluslar arası ilişkilerde toplumları birbirine kavuşturan, kaynaştıran bir sektör olarak da, özellikle gelişmekte olan ülkelerin üzerinde önemle durması gereken bir konu haline gelmiştir.

---

<sup>22</sup> Nazan Körükçü, "Turizmin Türkiye Ekonomisi İçinde Yeri Ne Olmalıdır?", *Anatolia Dergisi*, İstanbul, 1990, Sayı:1, s.33

<sup>23</sup> Özdemir, a.g.e., s.26

<sup>24</sup> Niray, a.g.e., s.251

## F. Dünyada Turizm Hareketleri

Son yarım yüzyıl içerisinde buldukları ülkeden başka ülkelere giden insanların sayısındaki artış ve gidilen ülkelerde yarattığı kültürel ve ekonomik etkiler sebebiyle turizm sektörü, ülkelerin ilgi odağı haline gelmiştir. Turizm, her ne kadar sosyal ve kültürel boyutları olan bir sektör olsa da, daha çok ekonomik yönü üzerinde durulan bir etkinliktir. Günümüzde ekonomik ve kitlesel bir olgu haline gelen turizmin ülke ekonomileri üzerindeki olumlu etkileri, onun ekonomik yönünü daha ön plana çıkarmıştır<sup>25</sup>.

Türk ekonomisinin de en önemli kaynaklarından birisi olan turizm, bugünkü dış ticaret açığına, enflasyona ve işsizliğe çare arayan ülkelerin üzerinde önemle durduğu bir konudur. Ülkeler, bilhassa ekonomik sorunlarını çözmek ve kalkınmalarını gerçekleştirmek için gerekli olan döviz sağlamak, milli gelirlerini arttırmak, yeni iş imkanları yaratmak amacıyla uluslararası turizmden pay almaya çalışmaktadırlar. Nitekim, II. Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonra, dünya turizminde ülkeler arası rekabetin hızla arttığı ve bu bağlamda, uluslararası turizmde turist sayısı ve turizm gelirlerinin sürekli olarak bir artış eğilimi gösterdiği görülmektedir.

**Tablo 1**

### **Dünya Turizminde Yıllık Büyüme Hızları**

<b>DÖNEMLER</b>	<b>TURİST SAYISINDA YILLIK ORTALAMA(%)</b>	<b>TURİZM GELİRLERİNDE YILLIK ORTALAMA(%)</b>
1950-1970	9,9	11,6
1970-1990	5,2	14,3
1990-2010	3,7	8,6

**Kaynak:** WTO, Statistical Outlook, 1998, s.121

<sup>25</sup> Kozak, a.g.e., s.77

Yukarıdaki tabloya göre; turist sayısındaki yıllık ortalama artışın en yüksek olduğu dönem %9.9 ile 1950-1970 yılları arasında iken, 1970-1990 döneminde bu rakamın %5.2'ye düştüğü görülmekte, 1990-2010 döneminde ise artış oranının daha düşük olması beklenmektedir. Dönemler itibariyle bakıldığında, turist sayısındaki artış oranının düşmesine rağmen, turizm gelirlerinde artma beklendiği görülmektedir. Bunun nedeni olarak, turistlerin gittikleri ülkelerde daha yüksek miktarlarda gelir bırakacağı ve daha çok, gelir seviyesi yüksek kişilerin turizm faaliyetlerine katılacağı tahmin edilmektedir.

Turizm sektörünün dünyadaki gelişme hızını uluslararası turist gelişleri açısından değerlendirme imkanı veren Tablo 2'den de görüleceği gibi, 2004 yılında dünya genelinde 763 milyon kişi turizm faaliyetlerine katılmıştır. 2003 yılına oranla %10.7'lik bir artışın yaşandığı 2004 yılı, turizm verilerinin değerlendirilmeye başlandığı 1980 yılından beri en yüksek turist artışının yaşandığı dönem olmuştur<sup>26</sup>. Bu dönemde, Asya-Pasifik (+%28) ve Orta Doğu (+%18) en fazla turist artışının yaşandığı bölgeler olarak göze çarpmaktadır. Uluslararası turist gelişlerini 1995-2004 yılları arasında değerlendirdiğimizde de, Orta Doğu'nun sahip olduğu tüm olumsuzluklara rağmen, en fazla dikkat çeken bölge olduğu görülmektedir. 1995 yılında Orta Doğu ülkelerini 14.3 milyon kişi ziyaret ederken, 2004 yılında ise yaklaşık 21 milyon kişilik bir artışla, 35.4 milyon kişi ziyaret etmiştir(+%150). Aynı tabloda dikkat çeken diğer bir nokta, 11 Eylül'deki terör saldırısı ve SARS hastalığı gibi sebeplerle, Amerika ve Asya-Pasifik ülkelerinde turist gelişleri açısından ciddi bir düşüş yaşanmasıdır. Özellikle 11 Eylül 2001'deki terör saldırıları sonrasında, Amerika'nın uluslararası turist gelişlerindeki payında ciddi bir azalış söz konusu olmuştur. 2000 yılında 128 milyon kişinin ziyaret ettiği Amerika'yı, 2003 yılında 113 milyon kişi ziyaret etmiştir. Devamlı bir yükseliş trendi çizen Asya-Pasifik bölgesinde ise, 2003 yılında etkisini gösteren SARS hastalığı sonrasında, turist gelişlerinde %9.3'lük bir düşüş yaşanmıştır. Ancak 2004 yılında, dünya turizmindeki olumlu görüntüye paralel olarak, her iki bölgeye gelen turist sayısında artış olmuştur. (Asya-Pasifik +%27.9, Amerika +%11.2)

---

<sup>26</sup> Dünya Turizm Örgütü (WTO) Tourism Highlights 2005 Edition, [www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005\\_eng\\_high.pdf](http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005_eng_high.pdf) adresinden 03.02.2006 tarihinde alınmıştır.

**Tablo 2: Uluslararası Turist Gelişlerinin Bölgesel Dağılımı (Milyon)**

BÖLGELER	YILLAR						BÜYÜME ORANI (%)	
	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2003/2002	2004/2003
Dünya	538	681	680	700	690	763	-1.1	10.7
Avrupa	309.3	384.1	383.8	394.0	396.6	416.4	0.6	5.0
Asya-Pasifik	85.0	114.9	120.7	131.1	119.3	152.5	-9.3	27.9
Amerika	109.0	128.2	122.1	116.6	113.1	125.8	-2.1	11.2
Afrika	20.4	28.2	28.9	29.5	30.8	33.2	4.9	8.0
Orta Doğu	14.3	25.2	25.0	29.2	30.0	35.4	3	18.0

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü (WTO), Tourism Highlights 2005 Edition,  
www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005\_eng\_high.pdf adresinden alınmıştır.

**Tablo 3: Uluslararası Turizm Gelirlerinin Bölgesel Dağılımı (Milyar Dolar)**

BÖLGELER	YILLAR		BÜYÜME ORANI (%)	
	2003	2004	2003/2002	2004/2003
Dünya	524.2	622.7	8.9	18.8
Avrupa	282.9	326.7	17.2	15.0
Asya - Pasifik	94.9	125.0	-3.3	31.7
Amerika	114.1	131.7	0.6	15.4
Afrika	15.5	18.3	21.9	18.0
Orta Doğu	16.8	21.0	8.1	25.0

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü (WTO), Tourism Highlights 2005 Edition,  
www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005\_eng\_high.pdf adresinden alınmıştır.

Uluslararası turizm gelirlerinin bölgelere göre dağılımını gösteren Tablo 3'ü incelediğimizde, uluslararası turizm gelirlerinin arttığını görmekteyiz. Uluslararası turizm gelirleri 2003 yılında 524 milyar dolarken, 2004 yılına geldiğinde, 98 milyar dolarlık bir artışla, 622 milyar dolara kadar yükselmiştir. Tabloyu bölgelerin turizm gelirleri açısından incelersek, turizm gelirlerinin, uluslararası turist gelişlerinde olduğu gibi, yine belli başlı üç bölgede (Avrupa, Amerika, Asya – Pasifik) yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak gerek turist sayısı, gerekse turizm gelirleri itibariyle uluslararası turizmden en yüksek payı alan bölge Avrupa'dır. Avrupa, 1990'lı yıllarla birlikte çok sayıda kültürlere ve turistik ürünlere sahip olması nedeniyle, dünyanın en önemli turizm merkezi haline gelmiştir<sup>27</sup>. Dünya Turizm Örgütü tarafından yayımlanan en son istatistiklere göre, 2004 yılında Avrupa ülkelerini 416 milyon kişi ziyaret etmiş ve yaklaşık 327 milyar dolar harcamada bulunmuştur. Tablo 4'de görüldüğü gibi, 2004 yılı verilerine göre, Avrupa bölgeler bazında uluslararası turist gelişlerinin %54.5'ine sahiptir. Avrupa ülkelerini sırasıyla, %20.0 ile Asya-Pasifik ülkeleri ve %16.5 ile Amerika ülkeleri takip etmektedir.

**Tablo 4**  
**Uluslararası Turist Gelişlerine Göre Bölgelerin Pazar Payları (%)**

<b>BÖLGELER</b>	<b>YILLAR</b>	
	<b>1995</b>	<b>2004</b>
Dünya	100	100
Avrupa	58.6	54.5
Asya – Pasifik	15.6	20.0
Amerika	19.8	16.5
Afrika	3.6	4.4
Orta Doğu	2.5	4.6

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü (WTO) Tourism Highlights 2005 Edition, [www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005\\_eng\\_high.pdf](http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005_eng_high.pdf) adresinden alınmıştır.

<sup>27</sup>Rudiger Leidner, The European Tourism Industry, Mart, 2004, s.6



**Tablo 5****Uluslararası Turizmde En Fazla Turist Çeken Ülkeler (2003 - 2004)**

ÜLKELER	2003 (Milyon)	2004 (Milyon)	2004/2003 (%)	Pazar Payı (%)
1.Fransa	75.0	75.1	1.3	9.8
2.İspanya	51.8	53.6	3.0	7.0
3.ABD	41.2	46.1	11.8	6.0
4.Çin	33.0	41.8	26.0	5.5
5.İtalya	39.6	37.1	-7.0	4.9
6.İngiltere	24.7	27.8	12.5	3.6
7.Hong-Kong(Çin)	15.5	21.8	40.6	2.9
8.Meksika	18.7	20.6	10.1	2.7
9.Almanya	18.4	20.1	9.2	2.6
10.Avusturya	19.1	19.4	1.5	2.5
* Dünya	690	763	10.7	100

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü (WTO): Tourism Highlights 2005 Edition,  
www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005\_eng\_high.pdf adresinden  
alınmıştır.

**Tablo 6****Uluslararası Turizmde En Fazla Gelir Elde Eden Ülkeler (2003 - 2004)**

ÜLKELER	2003 (Milyar \$)	2004 (Milyar \$)	2004/2003 (%)	Pazar Payı (%)
1.ABD	64.3	74.5	15.8	12.0
2.İspanya	39.6	45.2	14.1	7.3
3.Fransa	36.6	40.8	11.4	6.6
4.İtalya	31.2	35.7	14.4	5.7
5.Almanya	23.1	27.7	19.9	4.4
6.İngiltere	22.7	27.3	20.2	4.4
7.Çin	17.4	25.7	47.7	4.1
8.Türkiye	13.2	15.9	20.4	2.6
9.Avusturya	14.0	15.4	1.1	2.5
10.Avustralya	10.3	13.0	26.2	2.1
* Dünya	524	623	18.8	100

**Kaynak:** Dünya Turizm Örgütü (WTO): Tourism Highlights 2005 Edition,  
www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005\_eng\_high.pdf adresinden  
alınmıştır.

Tablo 5 ise, 2003 ve 2004 yıllarında, uluslararası turizmde en fazla turist çeken ilk on ülkeyi göstermektedir. Görüldüğü gibi, dünyada en fazla turist çeken ülkelerin çoğu Avrupa kıtasında yer almaktadır. Bu ülkeler buldukları coğrafi konumları, çok sayıda çeşitli turistik ürünlere sahip olmaları ve potansiyel pazarlara yakın olmaları nedeniyle en çok turist çeken ülkelerin başında gelmektedirler<sup>28</sup>. Buna göre; dünya turizminde en fazla turist çeken ülkeler, sırasıyla 75.1 milyon kişi ile Fransa, 53.6 milyon kişi ile İspanya ve 46.1 milyon kişi ile ABD'dir. Ziyaret eden turist sayısı bakımından üçüncü sırada yer alan ABD, Tablo 6'da da görüldüğü üzere, 74.5 milyar dolar ile en fazla turizm geliri elde eden ülke konumundadır. Bunun nedeni olarak, bu ülkeye giden turistlerin harcama oranının diğerlerine kıyasla, daha yüksek olduğunu söyleyebiliriz. Yine, aynı tabloda İspanya'nın 45.2 milyar dolar ile ikinci sırada, Fransa'nın ise 40.8 milyar dolar ile üçüncü sırada olduğu görülmektedir. Her iki tabloda da, İngiltere yerini korumaktadır. Turist gelişleri açısından 4. sırada yer alan Çin, turizm gelirleri bakımından 7. sırada, turist gelişlerinde 9. sırada yer alan Almanya, turizm gelirleri bakımından 5. sırada yer almaktadır.

Burada dikkati çeken diğer bir nokta, turizmden en fazla gelir elde eden ülkeler arasında Türkiye'nin üst basamaklara doğru hızla yükselmesidir. Gerçekten de daha önceleri bu kadar önemine varılmayan turizm endüstrine, Türkiye'nin bakış açısı, 1980 dönüşümünden sonra değişmiştir. Bu dönemden sonra, turizm Türkiye ekonomisinde en gözde alt sektörlerden biri haline gelirken; bu gelişmenin sosyal, kültürel ve ekonomik etkileri önemli boyutlara ulaşmıştır<sup>29</sup>. O yıldan günümüze kadar geçen süre içerisinde, ülkemizde turizm, hem turist sayısı hem de turizm gelirleri yönünden, önemli sayılabilecek artışlar göstermiş ve sektör göstermiş olduğu gelişmeyle Türk ekonomisinin ve dolayısıyla ekonomik kalkınmanın önemli unsurlarından biri olmuştur. Ancak, rekabet içindeki ülkelere baktığımızda, gerek turist sayısı gerekse turizm gelirleri açısından Türkiye'nin dünya turizminden aldığı payın yeterli seviyede

---

<sup>28</sup> Hüseyin Çeken, Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003, s.130

<sup>29</sup> Bulut, Türk Turizminin Dünya'daki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt.2, Sayı.3, <http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/ye9.htm>(12.11.2005), par.18

olmadığını söylemek mümkündür. Turizmin Türkiye açısından önemi, üçüncü bölümde daha ayrıntılı olarak değerlendirilecektir.

Yukarıdaki verilerden anlaşılacağı üzere; turizm sürekli büyüyen, ülkelerin ekonomileri üzerinde olumlu etkiler yapan bir sektördür. Bugün ve gelecekte önemi giderek artan turizm sektörünü diğer sektörlerden ayıran en önemli özellik, sektörün hizmet sektörü oluşu, dolayısıyla turistik ürünlerde kaliteye ulaşabilmenin tek yolunun insan gücüne bağlı olmasıdır<sup>30</sup>. Turizm sektörünün emek-yoğun bir sektör olması, insan unsuruna bağımlı bir görüntü çizmesi ve otomasyona diğer sektörlerle nazaran daha az imkan sağlaması bu sektörün istihdam yaratmada etkin bir rol oynamasını sağlamaktadır. Dünya Seyahat ve Turizm Örgütü'nün 2002 yılında yapmış olduğu bir araştırmada, dünya genelinde turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı olarak istihdam edilen kişi sayısı 198 milyon olarak tespit edilmiştir<sup>31</sup>. Aynı örgütün geleceğe yönelik yapmış olduğu tahminlere göre, 2012 yılında dünya genelinde turizm sektöründe çalışanların sayısı 249 milyona ulaşacak ve bu rakam toplam istihdamın %8.6'sını oluşturacaktır.

Yapılan araştırmalar, içinde bulunduğumuz 21.yüzyılda turizm endüstrisinin dünyanın en büyük endüstrisi olacağı yönünde sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Uluslararası seyahatte politik engellerin kaldırılması ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerinin güçlenmesi ile birlikte uluslararası turizm, büyük bir hızla büyümeye devam edecektir<sup>32</sup>. Bu bağlamda, uluslararası turizme katılanların sayısında günden güne artış olacağını söylemek mümkündür. Dünya Turizm Örgütü tahminlerine göre, uluslararası turist sayısı 2020 yılında 1.6 milyara ulaşacak ve uluslararası turizm gelirleri 2 trilyon doları aşacaktır<sup>33</sup>. Bu, turist varışlarının sürekli olarak, her yıl ortalama %4.3 ve turizm gelirlerinin de %6.7 büyüyeceği anlamına gelmektedir.

---

<sup>30</sup> Çeken ve Barış Erdem, Turizmin İstihdam Yaratmadaki Etkisi, [http://www.isguc.org/turizm\\_istihdam.php](http://www.isguc.org/turizm_istihdam.php) (16.05.2005) par.2

<sup>31</sup> WTTC, World Travel and Tourism Council, 2002, Special Reports. s.14

<sup>32</sup> Çeken, a.g.e., s. 122

<sup>33</sup> WTO, Tourism 2020 Vision, A New Forecast, Executive Summary, Madrid, [www.world-tourism.org/market\\_research/facts/menu.html](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/menu.html) adresinden 03.02.2006 tarihinde alınmıştır.

2020 yılında toplam turist gelişlerinin bölgesel dağılımını tahminsel olarak veren Tablo 7 incelendiğinde, turist gelişlerinin 2010 yılında 1 milyara, 2020 yılında ise yaklaşık 1.6 milyara ulaşacağını tahmin edildiği görülmektedir. Tabloya göre, 2020 yılında en çok turist çekecek bölgelerin başında 717 milyon turistle Avrupa, 397 milyon turistle Doğu Asya – Pasifik, 282 milyon turistle Amerika gelmektedir. Bu bölgeleri sırasıyla Afrika, Orta Doğu ve Güney Asya takip etmektedir.

**Tablo 7**  
**2020’de Uluslararası Turist Gelişlerinin Tahmini Bölgesel Dağılımı**  
**(Milyon)**

BÖLGELER	YILLAR			YILLIK BÜYÜME ORANI (%)	PAZAR PAYI (%)	
	1995	2010	2020			
Dünya	565.4	1.006.4	1.561.1	4.1	100	100
Avrupa	338.4	527.3	717	3	59.8	45.9
D. Asya/Pas.	81.4	195.2	397.2	6.5	14.4	25.4
Amerika	108.9	190.4	282.3	3.9	19.3	18.1
Afrika	20.2	47.0	77.3	5.5	3.6	5
Orta Doğu	12.4	35.9	68.5	7.1	2.2	4.4
Güney Asya	4.2	10.6	18.8	6.2	0.7	1.2

**Kaynak:** WTO, Tourism 2020 vision, July, 2000

[www.world-tourism.org/market\\_research/facts/menu.html](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/menu.html) adresinden alınmıştır.

Yine aynı tabloya göre, Doğu Asya ve Pasifik, Güney Asya, Orta Doğu ve Afrika ülkelerinde, turizm sektöründe %4.1’lik dünya ortalamasına oranla, rekor bir büyümeyle yıllık %5’in üzerinde bir büyüme olacağı tahmin edilmektedir<sup>34</sup>. Sanayileşmiş bölgeler olan Avrupa ve Amerika’yı turist gelişleri açısından

<sup>34</sup> WTO, Tourism 2020 Vision, A New Forecast, Executive Summary, Madrid, [www.world-tourism.org/market\\_research/facts/menu.html](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/menu.html) adresinden 03.02.2006 tarihinde alınmıştır.

değerlendirdiğimizde, ortalama büyüme oranının diğer bölgelere nazaran daha düşük kaldığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak; turist tercihlerinin alışılmış turizm merkezlerinden uzaklaşma yönünde bir eğilim gösterdiğini ve yeni yerlerin daha çekici hale geleceğini söylemek mümkündür. Ancak aynı tabloda, turist gelişleri açısından pazar payında bir gerileme yaşayacağı tahmin edilen Avrupa'nın, tüm bu gelişmelere karşın, yine de dünyada en fazla pazar payına sahip bölge olacağı tahmin edilmektedir.

Dünya turizminde sağlanan bu gelişmelerin ve yönelimlerin ışığında, 20. yüzyılın sonunda dünya turizminin geldiği noktayı şu şekilde özetleyebiliriz;

- Dünya turizmi, bir büyüme sürecine girmiştir. Zaman zaman yaşanan duraklamalara rağmen, turizm endüstrisindeki bu büyümenin devam edeceği ve 2050 yılında turizmin, dünyanın en büyük endüstrisi olacağı tahmin edilmektedir.
- Günümüzün cazibe merkezleri zamanla önemini kaybetmekte ve uluslararası turizm pazarına yeni ülkeler girmektedir. Uluslararası turizmde, gelecek yüzyılda en çok turist çekecek ülkelerin arasında, daha düne kadar, turizm pazarında payı küçük olan Çin, Meksika, Endonezya, Hindistan, Brezilya gibi yeni gelişmekte olan ülkelerin bulunacağı tahmin edilmektedir.
- Tüketici profilinde değişim gözlenmekte, lüks turizm hareketlerine katılım azalmaktadır. Kişiler yaşadıkları yerlere yakın, sakin ve dinlendirici turizm beldelerinde tatillerini geçirmeyi tercih etmektedirler.
- Küreselleşme, tüm sektörlerde olduğu gibi, turizm sektörünü de etkilemektedir. İçinde bulunduğumuz 21 yüzyılda, küreselleşmenin giderek hız kazanması sonucunda, ülkelerarasındaki coğrafi sınırların ortadan kalkması, yatırımların uluslararasılaşması, farklı kültürlerle sahip milletlerin birbirlerini tanıması, kaynaşması, dünyanın herhangi bir yerinde geçerli olan ortak dili kullanmaları ve kültür alışverişinde bulunmaları uluslararası turizmin gelişmesine neden olmaktadır<sup>35</sup>.

---

<sup>35</sup> Çeken, a.g.e., s.120

## II. TURİZM ENDÜSTRİSİNİN KÜRESELLEŞMESİ

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılda, dünyada ekonomik, teknolojik, siyasi ve kültürel alanlarda devrim niteliğinde bir dönüşüm yaşanmıştır. Küreselleşme olarak adlandırılan bu süreç, her alanda kullanım alanı bulmuş ve her sektörde belirli etkilere neden olmuştur. Müşteri tatmininin temel olduğu, soyut ürünlerin üretildiği bir endüstri dalı olan turizm endüstrisi de küreselleşmenin tüm dünyada yol açtığı değişimlerden etkilenmektedir.

Günümüzde, küreselleşmenin giderek hız kazanması sonucunda, bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, uluslararası ve bölgesel birleşme ve bütünleşmelerin artması, ülkelerarasındaki coğrafi sınırların ortadan kalkması, farklı kültürlere sahip milletlerin birbirini tanınması ve kültür alışverişinde bulunmaları turizm endüstrisinin gelişmesine ve yeniden yapılanmasına neden olmaktadır.

### A. Genel Olarak Küreselleşme

21. yüzyılın ilk yıllarını yaşadığımız günümüzde, dünya, geleneksel siyasi blokların ortadan kalktığı, her alanda liberalleşme eğilimlerinin arttığı, ideolojik kutuplaşmanın sona erdiği, uluslararası rekabetin arttığı ve yeni teknolojik gelişmelerin hızla gelişip yayıldığı bir dönemden geçmektedir. Uluslararası iletişim alanındaki gelişim ve değişimler, bilgisayar teknolojisi, ucuzlayan ulaşım olanakları dünyayı hızla küçültmekte ve küreselleşme diye adlandırılan yeni bir çağın başlangıcına ortam hazırlamaktadır<sup>36</sup>.

Küreselleşme sözcüğünün bugünkü anlamıyla kullanımı oldukça yenidir. 1980'li yılların ikinci yarısından itibaren, ulus devletler arasındaki ilişkilerin ve etkileşimlerin giderek yoğunlaşması sonucunda kullanılmaya başlanan küreselleşme kavramı, 1990'lı yıllara gelindiğinde, dünya ekonomisindeki en önemli gelişme olmuştur. Yeni dünya düzeni olarak da adlandırılan küreselleşme, dünya ekonomisinde meydana gelen

---

<sup>36</sup> Çeken, a.g.e., s.5

özellikle mal, hizmet ve işgücü piyasalarındaki gelişmenin ve ulus devlet sınırlarının aşılmasının bir simgesi olarak görülmektedir<sup>37</sup>.

Genel anlamda küreselleşme; malların, hizmetlerin, yatırımların, teknolojinin, üretim faktörlerinin, bilginin, eğitimin, kültürün, demokrasinin, siyasetin ve çevresel faktörler gibi ortak değerlerin milli sınırları aşarak uluslararasılaşma sürecidir. Diğer bir tanıma göre küreselleşme, ülkeler arasındaki ekonomik, politik ve sosyal ilişkilerin yaygınlaşması ve gelişmesi; ideolojik akımlara dayalı kutuplaşmaların çözülmesi; farklı toplumsal kültürlerin, inanç ve beklentilerin daha iyi tanınması ve bunların çerçevesinde oluşan birikimlerin milli sınırları aşarak dünya çapında yayılmasıdır<sup>38</sup>.

Günümüzde, ülke ekonomilerinin birbirine bağımlılığını işaret eden küreselleşme kavramı üzerinde tam bir fikir birliğine varılamamakla birlikte, söz konusu kavram değişik açılardan hareketle farklı anlam ve içerikte kullanılabilir. Bu bağlamda, küreselleşme kavramını savunanlardan bahsedildiği gibi, küreselleşme kavramına karşı olanlardan da bahsetmek mümkün olmaktadır.

Küreselleşmeyi savunanlara göre, ulus devlet küreselleşme sürecine ilişkin olarak önemini yitirmiştir. Piyasalar artık devletlerden daha güçlüdür ve hükümetlerden daha rasyonel çalışmaktadır<sup>39</sup>. Bunlara göre, geleneksel ulus devletlerden dünya toplumu anlayışına doğru bir yönelim söz konusudur. Bazılarına göre de, küreselleşme ekonomik yeni imkanlar ve kültürel çeşitlilik yaratan bir süreç olarak görülmekte ve servet, demokrasi ve mutluluk artışının bir kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Buna karşın, küreselleşmeye karşı olanlar ise, küreselleşmeyi, devletlerin kendi ülkeleri üzerindeki egemenliklerinin, piyasa ekonomisinin etkisinde, giderek kısıtlanmasına, dünya ekonomisi içerisindeki işsizliğin ve eşitsizliğin artmasına yol açan zararlı bir süreç olarak değerlendirmektedir. Yine bu grup, dünyanın küresel bir

---

<sup>37</sup> Gökhan Güllü, Küreselleşme ve Çalışma Standartları, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2004, s.5

<sup>38</sup> DPT, Küreselleşme, Bölgesel Entegrasyonlar ve Türkiye, Ankara, DPT Yayın No:2190, 1995, s.1

<sup>39</sup> Veysel Bozkurt, Küreselleşmenin İnsani Yüzü, İstanbul, 2000, s.19

uygarlık yerine, bölünmeye doğru gittiğini ve küreselleşmenin bir bütünleşmeye değil, farklı kültürler ve farklı uygarlıklar arasında çatışmalara yol açacağını iddia etmektedir.

Diğer taraftan bazı yazarlar, küreselleşmenin ekonomik boyutunu göz önüne alırken, bazıları ise, siyasi ve kültürel boyutunu vurgulamaktadırlar. Çok boyutlu bir gelişme olmasına rağmen, küreselleşme olgusu karşımıza daha çok ekonomik bir kavram olarak ortaya çıkmaktadır.

Ekonomik küreselleşme, çok uluslu şirketlerin üretim faaliyetlerini tüm dünyaya yayması, yabancı sermaye yatırımlarının ve uluslar arası ticaretin artması ile birlikte, dünyanın her yerinde endüstri ilişkilerini, istihdamı, çalışma koşullarını ve ücretleri etkileyen bir kavramdır.

Ekonomik küreselleşme çok sayıda faktörden etkilenmektedir. Bu faktörler içinde; amacı ülkeler arasındaki ticaretin serbestleştirilmesini sağlamak olan 1947 tarihli GATT (Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Antlaşması) Müzakereleri'nin, bölgesel entegrasyonların ve görevi ticaretin hiç bir engelle karşılaşmadan serbestleştirilmesi olan ve 1995'de yürürlüğe giren Dünya Ticaret Örgütü'nün önemli bir payı vardır.

Genel olarak, ekonomik küreselleşme kavramı; üretim ve tüketimin standartlaşmasını ve tüm bağımsız ulusal ekonomilerin bütünleşerek tek bir dünya ekonomisi veya tek bir pazar içinde toplanmasını ifade etmektedir. Bu genel tanımın yanı sıra, ekonomik küreselleşme çeşitli şekillerde tanımlanabilmektedir. Bir tanıma göre ekonomik küreselleşme, ulaşım ve haberleşme alanlarında meydana gelen gelişmeler neticesinde, dünyadaki ekonomilerin bütünleşerek tek bir pazar oluşturmasıdır<sup>40</sup>.

Bir diğer tanıma göre, ekonomik küreselleşme; siyasi, sosyal ve teknik sebeplerle dünyada sermayenin, ticaretin, üretimin ve işgücünün uluslar arası rekabete

---

<sup>40</sup> Yusuf Tuna, Dünyada Globalleşme Eğilimleri ve Dengeler, Çerçeve Dergisi, Sayı:14, İstanbul, 1995, s.22



konu olma eğiliminin kuvvetlenmesini dolayısıyla faktör ve ürün piyasalarının bütünleşmesini ifade etmektedir<sup>41</sup>.

Sonuç olarak, iletişim ve ulaşım alanındaki hızlı gelişim ve değişimlerin sağladığı ekonomilere paralel olarak, milli ekonomilerin gittikçe daha çok dışarı açılmaları, GATT ve Dünya Ticaret Örgütü gibi uluslar arası kuruluşların çabaları ile uluslar arası ticaretteki engellerin ortadan kaldırılması, ülke ekonomilerini birbirine yakınlaştırmış ve küreselleşme olgusuna hız kazandırmıştır.

Küreselleşme sürecinin etkilerinin tam olarak ortaya konulması güç olmakla birlikte, sürecin ekonomik, siyasal ve kültürel alanlarda meydana getirdiği etkileri aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür;

- Küreselleşme ile birlikte şekillenen yeni toplumsal yapı bilgiye dayalıdır. Özellikle 1970'li yılların ikinci yarısından itibaren bilgi işlem ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişim ve yenilikler, ileri teknoloji içeren telekomünikasyon hizmetlerinin kullanımını yaygınlaştırmıştır. Elektronik mektuplaşma, internet, uydu haberleşmesi bunların başında gelmektedir.

- İşletmelerin üretim yapısında önemli değişiklikler meydana gelmiş, önceki dönemde cazip olan kitle üretim sistemi, yerini sipariş usulü üretim sistemine bırakmıştır.

- Küreselleşme ile birlikte, sınırların ortadan kalkması, teknolojik gelişmelerin hızlanması ve ürün çeşitliliğinin artması gibi etkenler, rekabet anlayışının, ulusal rekabetten uluslararası rekabete, ardından da ulusaşırı rekabete doğru bir gelişim göstermesine sebep olmuştur<sup>42</sup>.

---

<sup>41</sup> Mustafa Aykaç, Globalleşen Dünyada İşgücü Piyasaları, Çerçeve Dergisi, Sayı:14, İstanbul, 1995, s.30

<sup>42</sup> Güllü, a.g.e, s.29

- Küreselleşmenin en önemli etkilerinden birisi, sermayenin üzerinde hissedilmektedir. Sermaye vatansız hale gelmekte, teknolojideki hızlı gelişmeler sermayenin çok kısa zaman içerisinde bir ülkeden başka bir ülkeye hiçbir engel ve sınır tanımadan yer değiştirmesine olanak sağlamaktadır.

- Küreselleşme sonucunda bölgeselleşme eğilimleri hız kazanmakta ve sınırların ortadan kalkmasıyla ulus devletlerin etkileri zayıflamaktadır.

- Küreselleşme sonucunda, yeni teknolojilerin gelişimi ürünlerin ömürlerini kısaltmış, üretimde standardizasyon sağlanmış ve firmalar üretim sektörü yerine hizmet sektörüne yönelmişlerdir. Küreselleşen dünya ekonomisinde hizmet sektörünün önemi artarken, ulaşım, haberleşme, bankacılık ve turizm gibi alt sektörler de buna bağlı olarak, küreselleşme sürecinden etkilenmektedir. Hizmetler sektörü içerisinde ise, son on yıllık süreçte en hızlı gelişen ve istihdam hacmi yaratan alt sektör turizm sektörü olmuştur<sup>43</sup>. Bu sebeple, biz bu çalışmamızda konumuzla da ilgili olduğundan, küreselleşme sürecinin turizm sektörü üzerindeki etkileri üzerinde duracağız.

## **B. Küreselleşmenin Yön Verdiği Turizm Endüstrisi**

Günümüzde küreselleşmenin ortaya çıkardığı yeni gelişmeler sonucunda, ulaşım araçlarındaki hız, konfor, kapasite ve fiyat faktörlerindeki gelişmeler, bilgi ve bilişim teknolojisindeki yenilikler, çeşitli ekonomik birliklerin kurulması turizm endüstrisinin gelişmesine ve yeniden yapılanmasına neden olmaktadır. Özellikle teknolojinin yol açtığı değişim, turistik tüketicilerin bilgi arama ve turistik hizmet ve ürün satın alma yollarını ve turizm işletmelerinin faaliyetlerini etkilemektedir.

Turistik tüketiciler, bilgi ve bilişim teknolojilerinin sağladığı imkanlardan yararlanmakta, turistik ürün için ödedikleri paranın ve harcadıkları zamanın karşılığını en iyi şekilde almak istemektedirler. Gelişmiş ülkelerde bireylerin zamanlarının kısıtlı oluşu, turistik tüketicileri turistik ürünler hakkında güvenilir ve doğru bilgilere ulaşmak,

---

<sup>43</sup> OECD, Employment Outlook, 1999, s.44

rezervasyonlarını kısa sürede gerçekleştirmek için bilgi teknolojilerinden ve internetten yararlanmaya itmektedir<sup>44</sup>. Turistik ürün hakkında doğru, güncel ve geniş bilgiye ihtiyaç duyan turistik tüketiciler, ihtiyaç duydukları bilgilere kolayca internet üzerinden ulaşabilmekte ve beklentilerine en uygun ürünü seçebilmektedirler.

Teknolojik gelişmeler, turistik tüketicilerin seyahat etmelerini kolaylaştırmanın yanı sıra, seyahat maliyetlerini düşürmekte ve dolayısıyla turizm faaliyetlerine katılanların sayısını arttırmaktadır. Örneğin, yıllardır Uluslararası Hava Taşımacılığı Örgütü (IATA)'nın kurallarına bağımlı kalarak gelişmeye çalışan hava taşıma endüstrisinde, fiyatlar, kapasite ve uçuş hatları üzerindeki sınırlayıcı kuralların ortadan kalkmasıyla, rekabet yolu açılmış, daha fazla sayıda hava yolu şirketi kurulmuş, uçuş fiyatlarında düşüşler gözlenmiş buna paralel olarak da turizm faaliyetlerine katılanların sayısında artış yaşanmıştır. Gelişmekte olan ülkelerde, hava taşıma endüstrisi uluslararası turist varışlarının yaklaşık %80'ini karşılamaktadır. 1998'de dünya genelinde 28 milyon kişiye iş sağlayan hava taşıma endüstrisinde, 2010 yılında seyahat edenlerin sayısının yılda 2.3 milyarı aşacağı ve endüstrinin 31 milyon kişiye iş imkanı sağlayacağı tahmin edilmektedir<sup>45</sup>.

Küreselleşme ve bilgi teknolojilerinin turistik tüketicilerin istek ve beklentilerinde meydana getirdiği değişimler turizm endüstrisini de değişime zorlamaktadır. Geçmişte lüks bir ihtiyaç olan turizm faaliyetlerine sadece prestij kazanmak amacıyla katılan turistik tüketiciler için, günümüzde turizm faaliyetleri zorunlu bir ihtiyaç haline gelmiştir. Değişen dünyada değişen turistik tüketiciler, daha sık seyahat eden, kaliteye daha fazla değer veren, harcadıkları zamanın ve paranın karşılığını en iyi şekilde almak isteyen, daha güç beğenir yapıda tüketiciler haline gelmişlerdir. Kültürel ve çevresel konulara daha duyarlı hale gelen ve beklentileri

---

<sup>44</sup> Özgür Devrim Yılmaz ve Burcu Selin Yılmaz, Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=576](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=576), (10.02.2006) par:11

<sup>45</sup> Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector, Geneva, 2-6 Nisan 2001, [www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm](http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm) adresinden 12.01.2006 tarihinde alınmıştır.

sürekli artan turistik tüketiciler, bilgi teknolojilerinin ve internetin sunduğu olanaklar sayesinde daha bilgili hale gelmektedirler<sup>46</sup>.

Küreselleşen turizm pazarında başarının anahtarı, turistik tüketicilerin isteklerini hızlı bir şekilde belirleyebilmek ve beklentilerine etkin bir biçimde yanıt verebilmektir. Bilgi teknolojileri devrimi, turizm endüstrisindeki yenilikçi işletmelere turistik tüketicilerin istek ve beklentilerini karşılamaya yönelik, rekabet gücünü sağlayacak bir çok araç sunmaktadır. Bilgi teknolojileri sayesinde, turizm işletmeleri artan rekabet ortamında ayakta kalabilmek için, dünya çapındaki diğer işletmeler ile etkin ve maliyetleri azaltacak şekilde şirket birleşmelerine gidebilmektedir. Örneğin, çok uluslu şirketlerin birleşme eğilimleri ile turizm sektöründeki aldıkları pay her geçen gün artmakta ve özellikle dünya turizm hareketinin merkezi olan Avrupa'da son hızla büyümektedir. Son yıllarda yaşanan birleşmeler sonucunda, Almanya'da pazarın %68'i iki grubun, İngiltere'de ise pazarın %75'i dört firmanın eline geçmiştir<sup>47</sup>. Hapag, TUI'nin birleşmesiyle ortaya çıkan HTU; Condor ve Neckermann'ın birleşmesiyle oluşan C&N, Thomson, Thomas Cook, My Travel Group, Kuoni, GTİ (Kayı Group) gibi dev turizm operatörleri dünya seyahat pazarının dengelerini belirler durumdadırlar.

Gelişen iletişim ve ulaşım sistemleri dışında, küreselleşme sürecinin etkisiyle ülkeler arasında ekonomik sınırlar ortadan kalkarken; turizm endüstrisinde, bölgesel bütünleşme hareketleri ile yerelleşme olarak ifade edilebilecek bir değişim daha yaşanmaktadır. Avrupa Birliği (European Union – AB), Kuzey Amerika Serbest İttifakı (The North American Free Trade Agreement – NAFTA), Güney Doğu Asya Milletleri Kurulu (Association of South-East Asian Nations – ASEAN) gibi birliklerdeki ekonomik gelişmeler, dünya seyahat ve turizm sektörü üzerinde bazı etkiler yaratmaktadır.

---

<sup>46</sup> Dimitrios Buhalis, The Tourism Phenomenon/The New Tourist and Consumer. Ed. Salah Wahab & Chris Cooper, Tourism in the Age Of Globalisation, aktaran: Özgür Devrim Yılmaz ve Burcu Selin Yılmaz, Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=576](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=576), (10.02.2006) par: 14

<sup>47</sup> Talha Çamaş, Avrupa Birliği ve Turizm Politikaları, Yeni Türkiye Dergisi, Sayı:5, Ankara, 2000, s.15

1990'lı yıllara kadar turizme sektörel bir yaklaşımda bulunmayan Avrupa Birliği, 1990'lı yıllarla birlikte, turizm sektörünün bölgesel kalkınma ve istihdam yaratmadaki öneminin farkına varmış, kurumsal örgütlerin baskısıyla, turizme sektörel bir yaklaşımda bulunma doğrultusunda adımlar atmıştır. 1995 yılında, Avrupa Komisyonu tarafından hazırlanan Yeşil Kitap'ta gelecekteki turizm politikası için dört seçenek sunulmuştur:<sup>48</sup>

- Turizm için özel bir program olmaksızın farklı topluluk politikaları altında turizme destek vermek
- Var olan topluluk yapılanmasını geliştirmek
- Turizmi destekleyecek tedbirlerin sayısını arttırmak ve bu tip hareketler için bütçeyi yükselterek var olan antlaşma temelinde AB hareketini takviye etmek
- Turizm üzerine bir topluluk politikası kurarak, üye devletlerin politikalarını takviye ederek Kurucu Antlaşmaya turizm bölümü eklemek

Kuzey Amerika Serbest Ticaret İttifakı (NAFTA), seyahat ve turizm endüstrisine bir çok yoldan yarar sağlamaktadır. Birlik kendi içinde, charter uçak ve otobüs seyahatleri için talep yaratmaktadır. Yine, turizmin gelişimi Güney-Doğu Asya Milletleri Kurulu (ASEAN)'nun gündeminde de öncelikli bir konu durumundadır. Birliğin turizmin gelişime yönelik stratejilerini kısaca şöyle özetleyebiliriz<sup>49</sup>; Turizmin gelişiminin teşviki, çevresel ve kültürel kaynakların korunması, göç işlemlerinin basitleşmesi, insan kaynaklarının gelişimi. Özellikle, son yıllarda Asya'daki gelişmeler iştah kabartıcı bir görüntü sergilemektedir. Küreselleşen turizm pazarında, şirketler arası birleşmeler, modernleşen 21. yüzyıl Asya'sında büyük bir hızla ilerlemektedir. Turizm endüstrisine yönelik yapılan çok kapsamlı uluslararası yatırımlar, kalkınmanın hızlı gerçekleşeceğini habercisi durumundadır.

Görüldüğü gibi, küreselleşmenin ve bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin devrimsel dönüşümlere yol açtığı dünya ekonomisinde turizm endüstrisinin önemi

---

<sup>48</sup> TURSAB, Avrupa Birliği ve Turizm, Boyut Matbaacılık, İstanbul, 2001, s.141

<sup>49</sup> [www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm](http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm) 12.01.2006 tarihinde adresinden alınmıştır.

giderek artmaktadır. Artan rekabet koşulları nedeniyle, pazardan pay kapma yarışında olan turizm işletmelerinin bu dönüşümün sunduğu olanaklardan yararlanması gerekmektedir. Değişen yeni şartlara uyum sağlayamayan ülkeler ve turizm işletmeleri ise turizm alanında geri planda kalacaklardır.

### **C. Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Işığında Turizm Endüstrisi ve İnternet**

Buharlı makinelerin 18. yüzyılda keşfedilmesi ile hız kazanan gelişmeler endüstri toplumunu ortaya çıkarmış, 20. yüzyılda bilgisayar teknolojisinde yaşanan değişimler ise endüstri toplumundan bilgi toplumuna geçişi sağlamıştır<sup>50</sup>. Küresel bir özelliğe sahip olan turizm endüstrisi de, doğru ve zamanlı bilgiye çoğunlukla ihtiyaç duyan, bir anlamda bilgiye dayanan bir endüstridir. İşletmelerin ihtiyaç duydukları bilgilerin elde edilmesi, işlenmesi, saklanması, çoğaltılması ve raporlaştırılması bilgisayara dayalı teknolojilerin kullanımıyla daha etkin ve verimli yapılabilmektedir. Bu nedenle turizm endüstrisinde bilgi kullanımı yaşamsal bir öneme sahiptir. Gerçekten de son yıllarda, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, diğer endüstrilerde olduğu gibi, bilgi yoğun bir endüstri olan turizm endüstrisinde sürdürülebilir rekabet avantajının stratejik bir silahı haline gelmiştir. Küreselleşen ve teknolojik devrime bağlı olarak yeniden yapılanan turizm endüstrisinde turizm işletmeleri ile turistik tüketiciler arasında bilgi alışverişini sağlayacak yeni yöntemler geliştirilmekte, turizm endüstrisinin pazarlamasında, rezervasyon ve satış işlemlerinde önemli değişimler gözlenmektedir.

#### **1. Turizm Endüstrisinde Bilgi Teknolojileri Kullanımı**

Turizm endüstrisinde rekabet avantajının sağlanmasında kullanılan bilgi teknolojileri, bilginin elde edilmesi, analizi, depolanması, yayılması ve uygulanmasında yararlanılan bilgisayar, elektronik ve iletişim teknolojilerindeki son gelişmelerin

---

<sup>50</sup> Belkıs Özkara, Evrimci ve Devrimci Örgütsel Değişim, İleri Ofset Matbaacılık, Afyon, s.21

tümünü ifade eden bir kavramdır<sup>51</sup>. Turizm endüstrisinde bilgi teknolojilerinin gelişimi ve kullanımı birbirini izleyen farklı aşamalarda gerçekleşmiştir:

- ABD’de başlayan havayolu taşımacılığını kamu müdahalelerinden arındırma faaliyetlerinin sonucunda fiyatlar, kapasite ve uçuş hatları üzerindeki ekonomik denetimin kaldırılması ile birlikte bilgisayarların kullanımı turizm endüstrisinin dağıtım kanallarında önemli değişikliklere neden olmuştur. Bilgi teknolojilerinin turizm işletmelerince satış ve rezervasyon sürecinde kullanılmasının temelleri 1950’li yıllarda American Airlines’ın IBM ile birlikte gerçekleştirdiği uçak yolculuklarına ilişkin bilgilerin merkezi bir bilgisayar sistemine aktarılması projesiyle başlamıştır. Ancak rezervasyonlar için gerekli olan on-line sistemlerin gelişimi ve bilgisayarlı rezervasyon sistemlerinin faaliyete geçmesi 1970’li yılların başında olanaklı duruma gelmiştir. Bu dönemde bir çok havayolu işletmesi, seyahat pazarlamasını geliştirmek için Bilgisayarlı Rezervasyon Sistemini (computerized reservation systems – CRS) kullanmaya başlamıştır<sup>52</sup>. Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri, satış büroları ve satış ortaklarına elektronik dağıtımı gerçekleştiren ve turizm işletmelerinin stoklarını yürüten bir veri bankasıdır<sup>53</sup>. Bilgisayarlı rezervasyon sistemleri, turistik ürünlerin küresel ölçekte kontrolü, tanıtımı ve satışını kolaylaştırırken, arz ve talep dalgalanmalarını karşılayacak esnek fiyatlandırma ve kapasite düzenlemelerine olanak vermektedir. Bu sistem ile birlikte, seyahat acentaları, havayolu işletmelerinin satış ofisleri ile iletişim kurmadan, on-line bağlantılı bilgisayar terminalleri aracılığıyla koltuk satar duruma gelmişlerdir.

- 1978’de ABD’deki havayolu taşımacılığında yaşanan serbestleşmenin sonucunda, uçuş sayısı artarken, hızlı rekabet uçak fiyatlarında düşüşe neden olmuştur. Artan sistem sayısı, bir seyahat acentasında farklı sistemlere ait birden fazla terminal bulunması ihtiyacını doğurmuştur. Sonuçta, 1980’lerin ortalarında, hızla büyüyen havayolu şirketlerinin coğrafi dağıtım alanlarının genişlemesine paralel olarak aralarında entegrasyona gitmeleri sonucunda Global Dağıtım Sistemi (global

---

<sup>51</sup> Özgür Devrim Yılmaz ve Burcu Selin Yılmaz, Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=576](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=576), (10.02.2006) par:15

<sup>52</sup> Medet Yolal, Türkiye’deki KOBİ’lerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı, Eskişehir, 2003, s.36

<sup>53</sup> Melek Ece Öncüer ve Selin Yılmaz, Yeni Ekonominin Turizm Sektörüne Etkileri, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=575](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=575), (10.02.2006) par:46

distribution systems – GDS) kullanılmaya başlanmıştır. Global dağıtım sistemi; farklı rezervasyon sistemlerinin birleşmesiyle (hava yolu işletmeleri, konaklama işletmeleri, tur operatörleri, seyahat acentaları, oto kiralama şirketleri vb.) ortaya çıkan bir sistemdir<sup>54</sup>. Bu sistem ile birlikte, turizm işletmeleri bünyelerinde otel konaklaması ve araba kiralaması gibi farklı turizm ürünlerinin rezervasyonlarını yapar duruma gelmişlerdir. Global dağıtım sistemleri sayesinde, bir çok turistik ürün elektronik ağ üzerinden zaman kaybetmeden, kolayca, özgürce seçilebilmekte ve satın alınabilmektedir. Bireye kendi özgürlüğünü tanıyan bu iletişim sistemi ile dileyen herkes, ödemelerini kolaylıkla yapmakta ve istediği zaman sisteme ulaşarak istedikleri değişiklikleri yapabilmektedir. Küresel bir iletişim standardı belirleyen CRS ve GDS uluslararası turizm piyasasında başlıca dağıtım ve pazarlama aracı haline gelmiş ve turizm işletmelerinin verimini büyük ölçüde arttırmıştır.

- Bu gelişmelerin ardından, havayolları, konaklama işletmeleri, tur operatörleri, seyahat acentaları ve diğer turizm işletmeleri, gelişen bu sistemlere bağlı olarak, yeniden yapılanmaya başlamışlardır. Bilgi ekonomisine geçişin yaşandığı bu dönemde, turizm endüstrisi büyürken, yeni bilgi-iletişim sistemleri kurulmuş ve özellikle internet kullanımını ön plana çıkmaya başlamıştır. İnternet, turizm işletmelerine yepyeni fırsatlar ve dağıtım olanakları sunmaktadır.

## 2. İnternet

Turizm endüstrisi açısından bilgi teknolojilerinin sunduğu en son olanak İnternet'tir. Teknik olarak, iki veya daha fazla bilgisayarın belirli bir sitem içinde birbirine bağlanması ile oluşturulan bilgisayar ağına yerel ağ denmekte olup, farklı sistemlere ait birden fazla bilgisayarın veya yerel bilgisayar ağlarının birbirine bağlanmasıyla oluşan bütüne İnternet adı verilmektedir<sup>55</sup>. İnternet, 1960'larda askeri sistemleri birbirine bağlayarak olası bir nükleer savaş durumunda, iletişimin aksamaması için askeri bir araç olarak ABD ordusu tarafından düşünülmüş ve

---

<sup>54</sup> Melek Ece Öncüer ve Selin Yılmaz, Yeni Ekonominin Turizm Sektörüne Etkileri, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=575](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=575), (10.02.2006) par:36

<sup>55</sup> Yolal, a.g.e., s.39-40



1970'lerde ABD'de ARPAnet adıyla kullanılmaya başlanmıştır. Daha sonra, sivil ortamda da kullanılmaya başlandığında; eğlence, eğitim ve ticaret gibi alanlarda etkinliği artan internet, fark gözetmeksizin her kesimden insanı bir araya getirmiştir<sup>56</sup>. Özellikle 1990'lı yıllardan sonra internet, bir çok endüstri dalı tarafından iş yaşamında etkin bir şekilde kullanılmaya başlanmış ve çok kısa bir zamanda dünyanın en büyük bilgi deposu haline gelmiştir.

Günümüzde, internet mesafe ve zaman kavramını ortadan kaldırarak insanlığa yeni bir iletişim, dayanışma, paylaşım ve ortak çalışma ortamı getirmektedir. Bilgi teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler karşısında internetin öneminin gün geçtikçe artması, bu teknolojilerden yararlanan kişi sayısını da hızlı bir şekilde arttırmaktadır. Bugün, internetten yararlanan kişi sayısını kesin olarak belirlemek mümkün olmamakla birlikte, yapılan hesaplamalara göre; yaklaşık 6.5 milyar insanın yaşadığı dünyada, 2005 yılında internet kullananların sayısı 1 milyar kişiye ulaşmıştır (Tablo 8).

**Tablo 8**  
**Dünyada İnternet Kullananların Sayısı ve Bölgesel Dağılımı**

<b>BÖLGELER</b>	<b>İNTERNET KULLANANLARIN SAYISI</b>	<b>DÜNYA NÜFUSUNA ORANI (%)</b>	<b>BÜYÜME ORANI (%) 2005/2000</b>
Afrika	23.649.000	2.3	423.9
Asya	364.270.713	35.6	218.7
Avrupa	291.600.898	28.5	177.5
Orta Doğu	18.203.500	1.8	454.2
Kuzey Amerika	227.303.680	22.2	110.3
Latin Amerika	79.962.809	7.8	342.5
Okyanusya	17.872.707	1.7	134.6
Dünya	1.022.863.307	100	183.4

**Kaynak:** <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> adresinden 25.01.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>56</sup> Bora Aktan ve Alaattin Arslan, İş Hayatında İnternet Kullanımı ve Elektronik Ticarete Genel Bir Bakış, Standard Dergisi, Ekim – 2002, s.84

“Internetworldstats”ın araştırma şirketi ACNielsen’e dayanarak yayımladığı verilere göre son 4.5 yılda dünyada internet kullananların sayısı Orta Doğu’da yüzde 454, Afrika’da yüzde 423, Latin Amerika’da yüzde 342, Asya’da ise yüzde 218 oranında artmıştır.

21. yüzyıla girdiğimiz şu günlerde, hızla gelişen ve yaygınlaşan internetten etkin olarak yararlanmayı amaçlayan ve uygulayan endüstrilerin başında turizm endüstrisi gelmektedir. Turizm endüstrisi, bilgisayar endüstrisinin ardından internet uygulamalarından en çok yararlanan endüstri olarak görülmektedir<sup>57</sup>.

İnternetin her geçen gün güncelliğinin artması, pek çok konuda turizm endüstrisine kolaylık sağlamaktadır. Bu kolaylıkların bazıları:

- Küresel ölçekte her zaman her yerde ulaşım olanağı sağlaması
- Satışların ve rezervasyonların daha kolay gerçekleştirilmesi
- Seyahat ile ilgili her türlü bilgiyi sağlaması
- Dağıtım maliyetlerini düşürmesi
- Daha fazla turistik tüketiciye ulaşma imkanı sağlaması

Turizm endüstrisinde yer alan seyahat acentaları, tur operatörleri, hava yolu şirketleri, konaklama işletmeleri ve diğer turizm işletmeleri internetin sağladığı bu olanakları görerek, son zamanlarda internet üzerinden faaliyet göstermeye başlamışlardır. Bir çok turizm işletmesi internetin büyüyen potansiyelinden yararlanmak için, kendi web sitelerini oluşturarak interneti pazarlama, satış ve rezervasyon gibi çok çeşitli amaçlarda kullanmışlardır. Turizm işletmelerinin kendi web sitelerini hazırlamaları, turistik tüketicilerin işletme hakkında daha fazla bilgi sahibi olmasına, ne gibi avantajlar sağladığını görmesine ve diğer işletmelerle karşılaştırmalar yapabilmelerine olanak tanımaktadır. Ayrıca, web siteleri üzerinden faaliyet gösteren işletmeler, zaman tasarrufuna önem veren, harcadıkları para ve zamanın karşılığını tam

---

<sup>57</sup> P.J.Sheldon, Tourism Information Technology, Wallingford, United Kingdom, aktaran: Özgür Devrim Yılmaz, Burcu Selin Yılmaz, Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=576](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=576) adresinden 10.02.2006 tarihinde alınmıştır.

olarak verebilen ürünlerin ve hizmetlerin arayışında olan turistik tüketicilere ulaşabilme bakımından, diğer işletmelere nazaran avantajlı duruma geçeceklerdir. Bu gelişmelere ayak uyduramayan işletmeler ise, artan rekabet ortamında bu dönemin kaybedenleri arasında yer alacaklardır.

İnternetin sağladığı göz ardı edilmez yararları nedeniyle, gün geçtikçe turizm endüstrisinde faaliyet gösteren işletmeler bu nimetten yararlanmak için internet üzerinden pazarlamaya yönelmişlerdir. Rynaair bilet rezervasyonlarının %93'ünü, Easyjet ise %90'unu web siteleri üzerinden almaktadır. Amerika Seyahat Sektörü Birliği'nin (TIA-Travel Industry Association of Amerika) internet üzerinden yapılan seyahat satışları ile ilgili yaptığı araştırmalar, ABD'li seyahatçilerin büyük bir kısmının uçak biletleri ve konaklama ile ilgili rezervasyonlarını internet üzerinden yaptığını ortaya koymuştur<sup>58</sup>. ABD'de, 2000 yılında yaklaşık 16 milyon kişi internet üzerinden seyahat rezervasyonu yaptırmıştır. Rezervasyon yapanların %47'si havayollarının işlettiği sitelerden alışveriş yapmış, %37'si ise hem bağımsız on-line sitelerinden hem de havayollarından satın alma işlemi gerçekleştirirken, %18'i on-line seyahat acentalarına başvurmuştur<sup>59</sup>. 2001 yılında Kanadalı seyahatçilerin yaklaşık 3 milyonu ve ya %18'i, havayolu ulaşımı, otel konaklamaları ve otomobil kiralama hizmetleri de dahil olmak üzere seyahat planlarındaki bir öğeyi rezerve etmek için interneti kullandığını söylemiştir. Bunun yanı sıra, seyahatlerin bir kısmını on-line rezerve etmiş Kanadalıların %92'si, internet nedeniyle artık seyahat acentalarını daha az kullandığını belirtmiştir<sup>60</sup>. Avrupa'da ise, sadece altı aylık dönem içerisinde (Kasım 2000'den Nisan 2001'e kadar) seyahat web sitelerini ziyaret eden Avrupalıların sayısı 4 milyon kadar artmış olup, internet kullanımı ile ilgili, belirgin mevsimsel eğilimler şöyledir: İngiltere ve Almanya'da en yüksek kullanım Temmuz, Ocak ve Şubat aylarında meydana gelmiştir. Fransa'da ise, en yüksek kullanım Temmuz ve Mart aylarında gözlenmiştir. internetin yoğun olarak kullanıldığı bu dönemlerde, bu ülkelerdeki web sörfçüleri,

---

<sup>58</sup> Dünya Turizm Örgütü İş Konseyi (WTOBC), Turizmde E-iş, Destinasyonlar ve İşletmeler İçin Pratik Yönergeler, 2003, s.19

<sup>59</sup> Gartner/cPulse Report: Net Users Favor Niche Travel Sites, <http://www.ecommercetimes.com> adresinden 07.03.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>60</sup> Ipsos-Reid, İnternet Transforming Canadian Travel Habits, Cyberatlas, 2001, s.38

perakende satış, haber ve bilgi siteleri de dahil birçok popüler sitelere oranla, seyahat sitelerinde daha fazla zaman harcamıştır<sup>61</sup>.

**Tablo 9**  
**Avrupa Online Pazarı ve Seyahat Satışları (1998 – 2001)**

<b>YILLAR</b>	<b>TOPLAM ONLİNE SATIŞLAR (MİLYAR \$)</b>	<b>TOPLAM ONLİNE SEYAHAT SATIŞLARI (MİLYON \$)</b>	<b>TOPLAM SATIŞLARDA SEYAHATLERİN PAYI (%)</b>
1998	172	250	0.15
1999	179	800	0.45
2000	186	2.200	1.2
2001	194	4.000	2.1

**Kaynak:** <http://www.turizm gazetesi.com> adresinden alınmıştır.

Avrupa’da online satışlar ve online seyahat satışları ile ilgili 1998 ve 2001 yılları arasındaki rakamlar Tablo 9’da verilmektedir. Tablodan da anlaşılacağı üzere, Avrupa’da internet aracılığı ile yapılan seyahat satışlarının oranları düşük olmakla birlikte, yıllar itibariyle internet kullanımının yaygınlaşmasına paralel olarak, internet üzerinden yapılan satışların arttığı görülmektedir. Carl. H. Marcussen tarafından hazırlanan bir rapora göre, 2002 yılında internet üzerinden yapılan satışların %3.6’sını online seyahat satışları oluşturmaktadır. Aynı rapora göre, İngiltere ve Almanya, 2002 yılı verilerine göre Avrupa’da en büyük on-line seyahat pazarına sahip iki ülke konumundadır. İngiltere, Avrupa on-line seyahat pazarının %34’üne, Almanya ise %22’sine sahiptir<sup>62</sup>.

<sup>61</sup> Dünya Turizm Örgütü İş Konseyi (WTOBC), a.g.e, s. 138

<sup>62</sup> European Travel Commission (ETC), New Media Review, <http://www.etcnewmedia.com/review>  
Rudiger Leidner, The European Tourism Industry, March, 2004, s.52

**Tablo 10**  
**Hizmet veya Ürün Çeşidine Göre 2002 Yılı Online Seyahat Pazarı**

<b>HİZMET veya ÜRÜN ÇEŞİDİ</b>	<b>YÜZDELER</b>
Hava Yolu Satışları	%61
Otel Satışları	%14
Paket Tur Satışları	%11
Tren Yolu Satışları	%9
Araba Kiralama Satışları	%3
Diğer Turistik Satışlar	%2

**Kaynak:**European Commission, E-business Watch, sector report, no:13 11/july 2003, s.17, The European Tourism Industry, Rudiger Leidner, March, 2004, s.53

Tablo 10 ise, Avrupa’da yapılan on-line seyahat satışlarının, ürünün veya hizmetin çeşidine göre dağılımını göstermektedir. Tabloya göre, 2002 yılında yapılan online seyahat satışlarının çoğunluğunu (yaklaşık %61) hava yolları bilet satışları oluşturmaktadır. Bunu otel ve paket tur satışları takip etmektedir.

Dünya Turizm Örgütü İş Konseyi (WTOBC) tarafından yayımlanan bir raporda da, önümüzdeki beş yıl içerisinde seyahat harcamalarının dörtte birinin internet üzerinden gerçekleşeceği ileri sürülmektedir. Rapora göre, günümüzde turizm harcamalarının yüzde on beşi internet üzerinden gerçekleşmektedir ve bu rakamın önümüzdeki dört ya da beş yıl içinde yüzde yirmi – yirmi beşi bulacağı tahmin edilmektedir<sup>63</sup>.

Görüleceği gibi, hızlı gelişen bilgi teknolojileri, turizm endüstrisi için yeni olanaklar sunmakta ve sunmaya devam edecektir. Ancak, her ne kadar bilgisayar teknolojisindeki hızlı gelişmeler, fiyatların düşmesi ve kullanımının kolaylaşması turizm işletmelerinde bilgisayar kullanımına ivme kazandırmış olsa da, turizm sektörünün emek-yoğun bir sektör olması nedeniyle, turizm işletmelerinde özellikle konaklama işletmelerinde bilgi teknolojileri kullanımı sınırlı kalmaktadır.

<sup>63</sup> “İnternet üzerinden turizm giderek yaygınlaşıyor” <http://www.turizmtoday.com> adresinden 28.03.2006 tarihinde alınmıştır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### DÜNYADA TURİZM ENDÜSTRİSİNDE İSTİHDAM ve ÇALIŞMA ŞARTLARI

#### I. TURİZMİN İSTİHDAM AÇISINDAN ÖNEMİ

İçinde bulunduğumuz 21. yüzyılın ilk çeyreğinde, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin en önemli amaçları arasında, ülkelerini bir sanayi toplumuna dönüştürmek, ekonomik kalkınmalarını gerçekleştirmek ve bu anlamda ülke insanlarına gelir kazandırıcı iş sahaları açmak ve istihdamı arttırmak vardır. Ancak gelişmekte olan ülkelerde, küreselleşmenin etkisiyle, giderek işgücünden daha çok tasarruf eden yeni teknolojilerin kullanılması istihdamda artış sağlanamamasına neden olmaktadır. Ayrıca bu ülkelerde görülen hızlı nüfus artışı, işsizliğin giderek önemli boyutlara ulaşma tehlikesini de beraberinde getirmektedir. Bu sorun, daha ileri safhalara ulaşmadan, ülkelerin sahip olduğu bir takım kaynakların değerlendirilmesi suretiyle giderilebilir. Bu bakımdan, alt yapı yatırımları ve konut yapımı yanında, çeşitli yönleriyle önem kazanan turizmi geniş istihdam olanakları yaratabilme açısından ön plana çıkarmak gerekmektedir<sup>64</sup>.

Modern ekonomik yapıda hizmetler sektörü içerisinde yer alan turizm sektörü, sektörün yapısal bütünleşmesinde emek-yoğun üretim tarzı sebebiyle, diğer sektörlerle nazaran farklı bir sektör görünümündedir. Turizm sektörü içerisinde, makineleşme ve otomasyona gidilmesi belli oranlar dışında mümkün olmadığından, sektörün meydana getirdiği istihdam yoğunluğu diğer sektörlerle göre daha yüksektir. Diğer bir ifadeyle, turizm sektöründeki işletmelerin görevi ağırlama olduğundan, bu kişisel hizmetin makineleştirilmesi ve otomasyona dönüştürülmesi olanağı diğer sektörlerle nazaran sınırlı kalmakta, teknolojik yeniliklerin uygulanmasına rağmen yine de işlerin büyük bir bölümü insanlar tarafından yapılmaktadır. Örneğin, otel odalarındaki yatakların düzeltilmesi, yemeklerin hazırlanması, servis yapılması, resepsiyon, ön büro hizmetleri ve benzeri işler insan emeğine dayalıdır. Bu açıdan bakıldığında, turizm sektörünün

---

<sup>64</sup> İlkin, a.g.e, s.27

emek-yoğun üretim tekniğine dayanan bir sektör olma özelliği, turizmden elde edilen gelirlerin doğrudan istihdam etkisi yaratmasına neden olmaktadır. Bunun yanında, turizm sektörüne mal ve hizmet sunan yan sektörler de yeni iş olanakları sağlayarak dolaylı istihdam etkisi meydana getirmektedir. Bu anlamda, genel olarak turizm sektörünün bir ülke ekonomisinde üç farklı türde istihdam yarattığını belirtmek gerekir. Bunlar<sup>65</sup>:

**i) Doğrudan İstihdam:** Turizm sektöründe tesislere gelen turistlerin ihtiyaçlarını karşılayan otel, motel, restoran gibi yerlerde çalışan personelin yarattığı istihdam türüdür.

**ii) Dolaylı İstihdam:** Turistik arzı destekleyen, tesisleri yapan inşaat sektörü, yiyecek-icecek üreten tarım ve sanayi sektörü, ticaret sektörü gibi alanlarda çalıştırılan personelin yarattığı istihdam türüdür.

**iii) Ek İstihdam:** Turizmden elde edilen gelirin harcanması sonucunda oluşan ve uyarılmış istihdam olarak da bilinen istihdam türüdür. Market, kuyumcu gibi işyerlerinde meydana gelen istihdam artışı bu kapsamda incelenebilir.

Sektörün istidam etkisi, turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlıdır. Turizmin gelişmesine paralel olarak, sektörel turistik tesis yatırımlarının artması, turizm işletmelerinin işgücü talebini arttırmaktadır. Diğer taraftan, turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarak, turizm faaliyetlerinin yoğunlaştığı dönemlerde işgücü talebi artmakta, faaliyetlerin azaldığı dönemlerde ise işgücü talebi azalmaktadır. Bu bakımdan, her ne kadar turizm sektöründe doğrudan ve dolaylı olarak istihdam edilen kişi sayısı konusunda bazı tahminler yapılsa da, sektörün yarattığı istihdam hacminin rakamsal boyutlarını tam ve kesin olarak belirlemek zordur. Bu durumun başlıca nedenleri şu şekilde açıklanabilir:

- Kitle turizminin yoğun olduğu bölgelerde, turizm faaliyetlerinin yılın belirli aylarında yoğunlaştığı, dolayısıyla turizm sektörünün mevsimlik işgücü çalıştırdığı

---

<sup>65</sup> Cem Kılıç, Turizm Sektöründe İstihdamın Niteliğini Etkileyen Faktörler ve Türkiye’de Beş Yıldızlı Otellerin Analizi, Ankara, 2000, s.33

gözlenmektedir. Ayrıca, turizm işletmelerinde çalışanların sayısı, yıldan yıla önemli değişiklikler göstermekte dolayısıyla, istatistiki bilgilerin elde edilmesi zorlaşmaktadır.

- Turizm sektöründe istihdam edilen işgücünün ne kadarının doğrudan turizm sektörüne, ne kadarının bölge halkına hizmet sunduğunu belirlemek güçtür. Diğer bir ifadeyle, turistik hizmet veren yerlerde istihdam edilenlerin pek çoğu, turizmle ilgisi olmayan fakat benzeri işlerde çalışan kişilerden çok güç ayırt edilebilmektedir. Örneğin, bazı resmi kaynaklarda, konaklama işletmelerinin yiyecek işletmeleri ile birleştirilmesi suretiyle sektörün istihdam yaratıcı etkisi belirlenmekte, diğer taraftan ulaştırma sektörünün yarattığı istihdam turizmle ilişkisi belirtilmeden verilmektedir.

- İstihdam istatistikleri, yalnız istihdam edilenleri kapsamaktadır. İstihdam edenleri ve kendi işyerinde çalışanları kapsamaz. Turizm hizmetlerinin büyük bir kısmı, dünyanın hemen her yerinde, çok sayıda ve küçük ölçekli aile işletmelerinde turistlere sunulmaktadır. Bunun sonucu olarak, kendi işyerinde çalışanların toplam işgücü içindeki oranı önemli bir düzeye ulaşmaktadır. Bu nedenle, turizm sektöründeki istihdam istatistiklerinin yetersiz kaldığı söylenebilir<sup>66</sup>.

- Turizm sektöründe işgücü devir oranı yüksektir. Çalışma şartlarının zorluğu, ücretin düşüklüğü ve cazip teklifler bu oranı yükseltmekte<sup>67</sup> buna paralel olarak, turizm işletmelerinde istihdam edilenlerin sayısı değişiklik gösterebilmektedir.

Turizm sektörünün bu özellikleri ve veri yetersizliği nedeniyle, ülkeler itibariyle yapılan çalışmalarda, turizmin istihdam açısından önemi ve etkisi konusunda yalnızca genel tahminler yapılabilmektedir. Örneğin, bu konuda yapılan tahminlere göre, dünya genelinde, turizm ekonomisi içerisinde doğrudan ve dolaylı olarak 198 milyon kişi istihdam edilmektedir. Özellikle turizmin bel kemiğini oluşturan otelcilik ve restoran alanlarında doğrudan istihdam fazladır. Dünya Turizm Örgütü tahminlerine göre, turizmde istihdamın %75'i otelcilik alanındadır.

---

<sup>66</sup> Bulut, [www.ekitapyayin.com/id/025/index.php](http://www.ekitapyayin.com/id/025/index.php) adresinden 25.12.2005 tarihinde alınmıştır.

<sup>67</sup> Kozak, a.g.e, s. 86



**Tablo 11****Dünya Geneline Seyahat ve Turizm Endüstrisinde Doğrudan İstihdam (2000)**

<b>ÜLKELER</b>	<b>İSTİHDAM EDİLEN KİŞİ SAYISI</b>	<b>TOPLAM İSTİHDAM İÇİNDE TURİZM İSTİHDAM ORANI</b>	<b>BÜYÜME ORANI (%) 2000/1999</b>
Avusturya	180.100	4.9	0.9
ABD	7.629.400	5.6	1.6
Barbodos	16.500	10.5	1.9
Brezilya	2.321.000	3.2	-1.9
Endonezya	1.732.200	2.3	-6.0
Filipinler	999.400	3.3	1.1
Fransa	1.193.100	4.3	-1.3
Güney Afrika	337.200	3.4	6.5
Hollanda	228.500	3.3	5.7
İspanya	1.175.400	8.3	-1.1
İsviçre	200.200	5.7	-1.4
İtalya	1.189.100	5.9	2.8
Kanada	744.800	5.0	3.4
Mauritius Adası	27.200	10.0	11.2
Meksika	863.200	2.8	-1.2
Mısır	693.400	4.9	17.9
Portekiz	261.600	5.8	2.4
Tayland	1.623.500	5.0	6.5
Yeni Zellanda	112.600	6.2	6.5
Dünya	73.100.000	3.1	2.0

**Kaynak:** WTTC, a.g.e., s.17

Tablo 11 ise, 2000 yılı itibariyle, seyahat ve turizm endüstrisinin ülke ekonomileri üzerinde yarattığı istihdamı tahminsel olarak göstermektedir. Tablodan da anlaşılacağı gibi, turist tüketimi ile ilgili doğrudan istihdam, dünya genelindeki toplam istihdamın %3'üdür. Tabloda dikkati çeken noktalardan biri, turizm sektörünün ülke ekonomisi üzerindeki istihdam etkisinin ülkeden ülkeye değişiklik gösterdiğidir. Bu anlamda, turizm sektöründe istihdam edilen işgücünün sayısı ile bölgelerin gelişmişlik düzeyi arasında ilişki kurmak mümkündür. Gelişmiş ülkelerde işgücü maliyeti yüksek olduğu gibi, turizm ve özellikle konaklama alt sektöründeki işlemlerin teknolojik araçlar ile yapılması tercih edilirken, gelişmekte olan ülkelerde ise işgücünün ucuz olma özelliği nedeniyle, işlemlerin mekanik araç yada teknolojiden daha çok emek ile yapılmasının tercih edilmesi, bu bölgelerde turizm sektörünün istihdam oranını arttırmaktadır<sup>68</sup>. Tablodan da görüleceği üzere, dünyanın en önemli turizm merkezlerinden biri olan Fransa'da etkin işgücünün %4.3'lük kısmı turizm sektörü tarafından istihdam edilmektedir. İtalya'da ise, turizm sektörünün yarattığı doğrudan istihdam, ülke genelindeki toplam istihdamın %5.9'udur. Buna karşılık, Barbados (%10.5), Mauritius Adası (%10) gibi ülkelerde doğrudan istihdam edilen işgücü miktarı, toplam istihdam içerisinde büyük bir paya sahiptir. Yine aynı tabloda, Yeni Zelanda, Tayland, Güney Afrika gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm faaliyetlerinin ciddi istihdam artışları yarattığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak, bu tür turizm destinasyonlarının yüksek işsizlik oranı, ekonomik kalkınma, dış borçlanma gibi temel sorunların çözümü olarak turizm sektörünü öncelikli sektör olarak görmeleridir.

Dünyanın en önemli turizm merkezi olarak kabul edilen Avrupa'da ise, turizm ile ilgili doğrudan istihdamın toplam istihdama oranı yaklaşık %6'dır ve biraz önce yukarıda belirtilen dünya ortalamasının üstündedir. Bu oran Akdeniz havzasında yer alan İspanya, Portekiz, Yunanistan gibi ülkelerde %10'lara ulaşmaktadır. OECD istatistiklerine göre, bazı Avrupa ülkelerinde, ülke genelindeki istihdamın önemli bir bölümü turizm sektöründe bulunmaktadır. Örneğin, Avusturya'da her 100 kişiden 14'ü turizm sektöründe istihdam edilmektedir. Yunanistan'da bu sayı her 100 kişiden 10'u iken, İspanya'da 9'u, İsviçre'de 8'i, Almanya'da ise 7'sidir<sup>69</sup>. Avrupa turizminin

---

<sup>68</sup> Kozak, a.g.e, s. 85

<sup>69</sup> Turpress, Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye, Derleyen:Mert MERSİN, İstanbul, 1997, s.12

gelişmesinin istihdam üzerindeki olumlu etkilerinin farkına varan Avrupa Parlamentosu, turizm alanındaki çalışmalarını son dönemde, özellikle istihdam konusu üzerinde yoğunlaştırmış ve Luxemburg’da düzenlenen “Turizm ve İstihdam” konulu konferansın ardından, turizmin hangi şartlarda Avrupa’daki düzen ve büyümeye katkıda bulunacağını incelemek ve önerilerde bulunmak amacıyla, “Turizm ve İstihdam üzerine Yüksek Düzeyde Grup” kurmuştur<sup>70</sup>. Söz konusu çalışma grubunun Parlamento’ya hazırladığı raporlarda, turizmin gayri safi hasılaya %5.5 oranında katkıda bulunduğu, toplam istihdamın %6’sını karşıladığı, hizmetler ticaretinin %30’unu oluşturduğu ve gelecek on yıllık dönemde turizm sektöründe 2.2 ila 3.3 milyon kişiye yeni iş olanağı yaratılacağı ifade edilmiştir. Yine ayı raporlarda sektörün rekabet gücünün artırılması için alınması gereken tedbirler ve önündeki engeller sıralanarak, başta istihdam olmak üzere Topluluğun temel amaçlarına ulaşılmasında turizmin rolünün politik düzeyde daha fazla takdir edilmesi gerektiğinin altı çizilmiştir<sup>71</sup>.

Bu çalışma grubunun raporu doğrultusunda, Bakanlar Konseyi aldığı kararlarda, turizm sektöründe büyüme ve istihdam için dört alan belirlemiştir<sup>72</sup>;

- üye devletler arasında daha yakın bir işbirliği sağlanması ve ilişkileri geliştirmek
- hizmetler sektöründe istihdam edilebilirliği arttırmak
- yaşam boyu eğitime öncelik verilmesi
- eşit olanakların geliştirilmesi

Turizm sektöründe istihdamı arttırmak amacıyla yapılan bu çalışmalar sayesinde, 1995-1997 yılları arasında, sadece otelcilik ve yeme-içme sektöründe 300.000 kişiye istihdam olanağı sağlanmıştır. 1995-2001 yılları arasında ise, Horeca (hotel-restaurant-catering) sektöründe çalışanların sayısında %12 oranında bir artış olmuş ve 2001 yılı verilerine göre, AB ülkelerinde turizm sektöründe yaklaşık 7 milyon kişi istihdam edilmiştir<sup>73</sup>.

---

<sup>70</sup> TURSAB, a.g.e, s.142

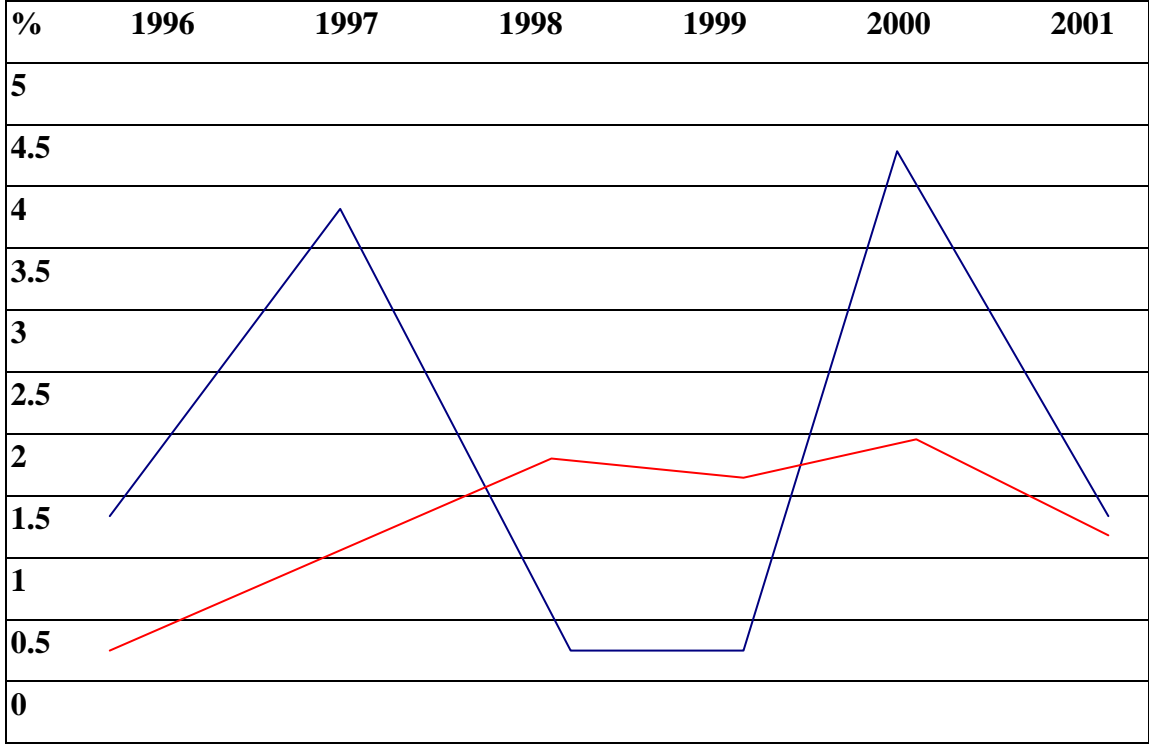
<sup>71</sup> Aykın, a.g.e, s.215

<sup>72</sup> Greg Richards, Panorama of EC Industries, Mobility in the European Tourism Sector, Luxemburg,2001, s.12

<sup>73</sup> Leidner, a.g.e, s. 43

**Tablo 12**

**Horeca Sektörü ve Diğer Tüm Sektörlerde Çalışanların Yıllık Artış Oranı**



**AB toplam istihdamı:** —————  
**AB Horeca istihdamı:** —————

**Kaynak:** European Commission Employment report, 2002, s.166

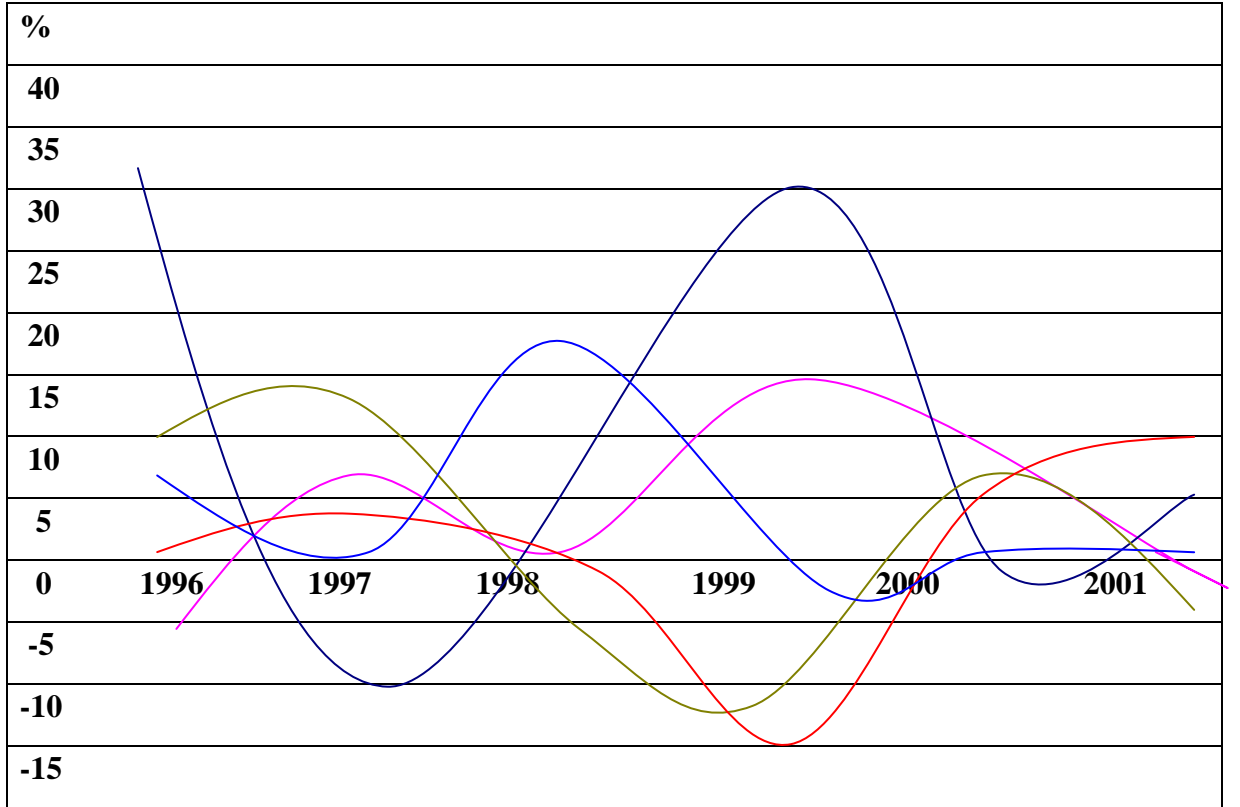
Eurostat, Statics in Focus, 6/2003, 11.02.2003, s.2

Yukarıdaki tabloda, AB’nde Horeca ve diğer sektörlerdeki çalışan işgücünün yıllık artış oranı görülmektedir. Sadece 1998 ve 1999 yıllarında, Horeca sektöründeki istihdam artış oranı toplam istihdamdaki artış oranından düşük kalmıştır. 1997 yılında ani bir düşüş yaşayan Horeca sektörü, 2000 yılında %4 oranında bir artış göstermiştir. Diğer seneler itibariyle, Horeca sektörünün diğer sektörlerle nazaran daha çabuk gelişim gösterdiği söylenebilir

Tablo 13’de ise, 1996-2001 tarihleri arasında, bazı AB ülkelerinin turizm sektöründeki istihdam artış oranı görülmektedir. Tabloya göre; Finlandiya’da, 1996

yılından itibaren, turizm istihdam oranında dalgalanmalar söz konusudur. Ülkede, turizm istihdamında, 1996 yılında başlayan düşüş, 1997 yılında yerini yükselişe bırakmış; 1999 yılından sonra ise tekrar düşüşe geçmiştir. Danimarka'da, turizm sektöründeki istihdam oranı 1997 yılında düşüşe geçmiş ancak, 1999 yılından sonra yaklaşık %15 dolayında artış göstermiştir.

**Tablo 13**  
**AB Ülkelerinde Turizm Sektöründe İstihdamın Yıllık Artış Oranı**



Finlandiya: —————

Danimarka: —————

İtalya: —————

Portekiz: —————

İspanya: —————

**Kaynak:** Eurostat, Tourism in Europe-trends 1995-98, p.2

Eurostat, Statics in Focus, 6/2003, 11.02.2003, s.2

Tabloda dikkati çeken diğerk bir nokta da, Avrupa'nın kuzey ÷lkelerine nazaran, Akdeniz havzasında yer alan güney ÷lkelerinde, turizm sektöründeki istihdam oranlarında, seviyenin aşağı yukarı korunduğudur. Bunlardan sadece İtalya'da, 1998 yılında turizm istihdamında düşüş olmuş ancak 1999'dan itibaren turizm sektörü kendisini toparlayarak, %20 dolayında bir istihdam artışı göstermiştir. 1997-1998 yılları arasında, %15 dolayında artış gösteren Portekiz'de turizm istihdamı, 1998 yılında aynı oranda azalma göstermiş, daha sonraki dönemde aynı seviyesini muhafaza etmiştir. Tablodan da anlaşılacağı gibi, Avrupa genelinde, turizm sektöründe istihdam bakımından en başarılı ÷lkenin İspanya olduğu söylenebilir. Şüphesiz İspanya'nın bu kadar başarılı olmasında ikliminin turizm açısından elverişli olmasının yanı sıra, turizm tesislerine uyguladığı teşviklerin de büyük payı vardır<sup>74</sup>.

Görüleceğı üzere, turizm, gelişmekte olan ÷lkelerde; istihdam yaratıcı özelliğı nedeniyle, işsizliğın giderilmesinde en etkili alternatiflerden birisi olarak dikkati çekmektedir. Bu bakımdan, son dönemlerde özellikle işsizliğe çare arayan ÷lkelerin turizm sektörü üzerinde yoğunlaştığı gör÷lmektedir. Bu açıdan bakıldığında da, turizm sektörünün gelişimine bağılı olarak, turizm işletmelerinin ve buna bağılı tali işletmelerin sayısında artışın yaşanacağını söylemek mümkündür. Ayrıca, turizm işletmelerinin inşasını yapan, binaların temizliğini yapan, turistik tesislere geçici işçi temin eden özel şirketler ve benzeri işletmeler turizm sektöründeki bu talep genişlemesinden yararlanacaklardır. Verilen bu sonuçlar, turizm sektörünün istihdam yaratma açısından önemli bir kalem niteliğı taşıdığını göstermektedir.

## **II. TURİZM SEKTÖRÜNDE İŞGÜCÜ YAPISI ve ÖZELLİKLERİ**

Uluslararası turizm, 2004 yılı verilerine göre 622 milyar dolarlık gelir yaratan, 763 milyon insanın faaliyetlerinden yararlandığı ve yaklaşık 200 milyon insana istihdam olanağı sağlayan büyük bir sektör konumundadır. Bununla birlikte, yapılan tahminlere göre, 2020 yılında yaklaşık 1.6 milyar insan turizm faaliyetlerine katılarak yaklaşık 2 trilyon dolar harcamada bulunacaktır. Verilerden hareketle, turizmin dünya ekonomisinde en büyük ve en hızlı gelişen endüstrilerden biri olduğu açıktır. Giderek

---

<sup>74</sup> Richards, a.g.e, s.35

artan önemiyle turizm endüstrisi, emek-yoğun özelliği nedeniyle, özellikle işsizliğe çare arayan hükümetler için önemli bir istihdam yaratıcı özellik arz etmektedir. Konaklama sektörü hem daha çok istihdam hacmine sahip, hem de istihdamın değişik şekillerinin en çok görüldüğü alt sektör konumundadır. Endüstriye ağırlıklı olarak küçük veya orta büyüklükteki işletmeler hakimdir. Avrupa’da sektörde faaliyet gösteren yaklaşık 2.7 milyon küçük veya orta büyüklükte işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerin %94’lük kısmı on kişiden daha az sayıda çalışanın istihdam edildiği mikro kuruluşlardır<sup>75</sup>. Ve bu işletmeler, endüstride çalışan işgücünün yarısından fazlasını istihdam etmektedir.

Özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerinde sosyo-ekonomik açıdan çok yönlü etkilere sahip olan turizm endüstrisinde, işgücü piyasası çok karmaşık bir özellik göstermekte ve çeşitli ekonomik, politik, ekolojik, jeopolitik ve meteorolojik faktörlerden etkilenmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, bir ülkede yaşanabilecek ekonomik durgunluk, salgın hastalıklar, doğal afetler veya terörist saldırılar, o ülkenin turizm sektörünü olumsuz etkileyebilmektedir. Nitekim, 1997 ve 1998 yıllarında, Asya’daki mali kriz turizmin kötüye gitmesine neden olmuştur. Bu krizden etkilenen ülkelerdeki turizm gelirleri ciddi derecede azalmış ve krizden etkilenen ülkeler, ancak, belli bir müddet sonra kendilerini toparlayabilmişlerdir. Bir çok ülkeyi zora sokan akut solunum yetmezliği (SARS) salgını, Asya kıtasında, turizm sektöründe 3 milyon kişilik istihdam daralmasına sebep olan diğer bir örnektir. Bu konuda, 1300 otel ve seyahat şirketinin üye olduğu dönemin Asya Pasifik Seyahat Birliği Başkanı Peter de Jong, Çin, Hong Kong, Singapur ve Vietnam’da turizmle ilgili yemek hizmetleri ve perakende satışlar da hesaba katıldığında, Asya’daki işgücü kaybının 7 milyonu bulunduğunu söylemektedir<sup>76</sup>.

11 Eylül şoku, turizm sektörünün terörizme karşı dokunulmazlığı olmadığını gösteren diğer bir örnektir. Olay, altı binden fazla insanın hayatını kaybetmesine neden olmuş ve sonrasında da dünya çapında milyonlarca insanın hayatını etkilemeye devam etmiştir. 11 Eylül’den bir çok sektör zararla çıkmış olmakla birlikte, olayın

---

<sup>75</sup> World Travel and Tourism Council (WTTC): Tourism Satellite Accounting Research, Estimates and Forecasts for Governments and Industry, Londra, 2000, s.25

<sup>76</sup> <http://dosyalar.hurriyet.com.tr/sars/sars49.asp> adresinden 05.01.2006 tarihinde alınmıştır.

gerçekleşmesinde hava araçlarının terörizmin silahı olarak kullanılması sonucu en büyük etkiler turizm sektöründe ve alt sektör olarak hava taşımacılığında görülmüştür. Saldırıların ardından, turizmle ilgili işlerde çalışan binlerce insan işini kaybetmiş, Swissair ve Sabena gibi önde gelen havayolu işletmelerinden bazıları iflas etmiştir. Dünyanın en büyük havaalanı işletmesi İngiliz BAA (British Airport Authority) da 11 Eylül saldırılarından sonraki 19 günde, kargo trafiğinde %28'lik bir düşüş olduğunu açıklamıştır<sup>77</sup>. Batmanın eşliğindeki diğer havayolu işletmeleri de, maliyetleri düşürmek amacıyla küçülmeyi seçmişler ve personel azaltma yoluna gitmişlerdir. Terörün ABD'ye olan ekonomik maliyetinin turizm sektörü açısından 12 milyar dolara ulaştığı ve sektörde, 1.8 milyondan fazla kişinin işini kaybettiği tahmin edilmektedir.

Yine, turizmi olumsuz yönde etkileyen bir faktör olarak; Türkiye'de son zamanlarda yaşanan Kuş Gribi salgını örnek gösterebiliriz. 2006 yılı başında ortaya çıkan Kuş Gribi'nin turizm endüstrisi üzerindeki etkisi yavaş yavaş görülmeye başlanmıştır. Avrupa'nın en büyük tur operatörü olan TUI, Türkiye'ye yönelik turist talebindeki düşüşe dikkat çekmekte ve rezervasyonlarda ciddi bir azalmanın söz konusu olduğunu söylemektedir<sup>78</sup>. Bu durumda, turizmin hareketli olduğu merkezlerde bulunan turizm işletmelerinin işgücü talebinin, olumsuz olarak etkileneceğini söylemek mümkündür. Bu çeşitli faktörler, turizm endüstrisindeki istikrarsızlığın kaynağı konumundadır.

Turizm endüstrisinde işgücünün yapısı bu tip faktörlerden etkilenirken, istihdamın türleri farklılaşmaktadır. Turizm işletmelerinin büyük bir bölümünde, istihdamın mevsimsel özellik taşıması nedeniyle dalgalanmalar göstermesi, toplam istihdam içerisinde mevsimlik ve kısmi süreli istihdam şekillerinin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Bu istihdam şekillerinin artışı ise, turizm işgücü piyasasında genç ve kadın işgücünün kullanımını arttırmaktadır. Özellikle, okulda geçen zamanlarını otellerdeki ve restoranlardaki esnek çalışma saatleri ile birleştirmek isteyen öğrencilerin ve gençlerin endüstrideki istihdam oranı yüksektir. Turizm endüstrisinde kariyer

---

<sup>77</sup> Çamaş, a.g.e., s.16

<sup>78</sup> <http://www.haberturk.com/news/212534.html> adresinden 05.01.2006 tarihinde alınmıştır.



hedefleyen gençler, kısmi süreyle çalışma şekliyle (part-time) kendilerini iş dünyasına hazırlamaktadırlar. Yine turizm endüstrisinde çalışmayı tercih eden kadınların yaklaşık yarıya kadar olan kısmının, özellikle gelişmiş ülkelerde, part-time ve geçici süreli istihdam şeklini seçtiği görülmektedir. Böylelikle, kadınlar, kısmi süreli istihdam yapısı sayesinde aile yükümlülükleri ile iş hayatlarını dengeleme olanağına sahip olmaktadır. Mevcut istatistikler, endüstrinin aynı zamanda yüksek oranda bayan çalışana sahip olduğunu göstermektedir.

Turizm endüstrisinde iş gücünün geçerli modelleri aşağıda yer alan istatistiklerle gösterilmektedir:

- Birleşik Devletler'deki Ulusal Restoran Derneği tarafından 1996 yılı verileri esas alınarak yapılan bir çalışmada,<sup>79</sup> Birleşik Devletlerdeki restoran çalışanlarının yüzde 52'sinin bayan olduğu, çalışanların %25'inin yaşlarının 16 ila 19, %19'unun yaşlarının 20 ila 24 ve bir %25'inin de yaşlarının 25 ila 34 arasında olduğu belirtilmiştir.

- Avusturya'da, toplam turizm endüstrisi istihdamında kadınların payı yüzde 60 ila 70 arasında değişmektedir. Aynı ülkede, alt sektörlerle ilgili olarak, kadınların sektördeki istihdam oranı yiyecek ve konaklama sektöründe oldukça yüksektir. Aynı ülkede, endüstride çalışanların %14.5'inin yaşı 20'nin altındadır<sup>80</sup>.

- Hollanda'da, endüstride çalışanların ortalama yaşı 23'tür; Danimarka'da, tüm çalışanların %50'si 30 yaşın altındadır; İspanya'da ise, tüm çalışanların %50'sinden fazlası 34 yaşın altındadır ve 16-24 yaş grubu sektördeki toplam istihdamın %20.4'ünü temsil etmektedir<sup>81</sup>.

---

<sup>79</sup> J. Soeder: "Vital signs: Who are these people?", in Restaurant Hospitality, Nisan, 1998, s.28

<sup>80</sup> K. Weiermair: Human resources in the alpine tourism industry: Workers and entrepreneurs, Innsbruck, 2-5 Mayıs 1996, s.34

<sup>81</sup> C. Juyaux: Quels emplois dans le tourisme?, European Tourism Liaison Committee (ETCL), Brüksel, s.41

- Avustralya’da konaklama sektöründe çalışan bayanların oranı %58, Danimarka’da %62, Hollanda’da %52’dir. İtalya’da erkekler ve kadınlar arasında % 50’lik bir bölünme mevcuttur. İspanya’da ise, bu rakam %42.5 olmasına rağmen, sektörde istihdam edilen kadınların sayısı yıllar itibariyle artış göstermektedir<sup>82</sup>.

**Tablo 14**  
**Bölgeler İtibariyle Turizm Sektörü İstihdamının**  
**Yaş Grupları Bakımından Dağılımı (1996 - %)**

<b>BÖLGELER</b>	<b>18-29</b>	<b>30-44</b>	<b>45 +</b>
Kuzey Amerika	33.0	47.0	20.0
Avrupa	27.0	51.0	22.0
Orta ve Güney Amerika	41.0	37.0	22.0
Afrika	49.0	34.0	17.0
Pasifik	51.0	38.0	11.0
Güney Asya	47.0	40.0	13.0

**Kaynak:** WTO, Statistical Outlook, 1998, s.142

Yukarıdaki tablo ise, bölgeler itibariyle turizm sektörü istihdamının yaş grupları bakımından dağılımını göstermektedir. Bu tabloya göre, gelişmiş bölgelerde turizm endüstrisinde çalışanların önemli bir bölümü 30-44 yaş grubu içerisinde bulunmaktadır. Oysaki, gelişmekte olan bölgelerde, turizm endüstrisinde çalışan 18-29 yaş grubunun istihdam oranı diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir. Örneğin, gelişmiş bölge olan Avrupa’da, 30-44 yaş grubunun toplam turizm istihdamı içerisinde oranı %51 iken, 18-29 yaş grubunun oranı ise %27 civarındadır. Diğer taraftan, gelişmekte olan ülkelerin bulunduğu Pasifik’te ise tam tersi bir durum söz konusudur. Bu bölgede, 30-44 yaş grubunun toplam turizm istihdamı içerisinde oranı %38 iken, 18-29 yaş grubundakilerin oranı ise %51’dir. Bu durum, nüfus artış hızı, işgücüne katılma oranı gibi değişkenlerin, gelişmiş ve gelişmekte olan bölgelerde göstermiş olduğu farklılıkların bir sonucudur.

<sup>82</sup> Juyaux, a.g.e, s.42

Turizm istihdamı içerisinde çalışan kadınların oranı da genel istihdam yapısına uygun olarak, gelişmiş ve gelişmekte olan bölgeler bakımından farklılıklar göstermektedir. Kadınların işgücüne katılma oranları gelişmiş ülkelerde eğitim seviyesi, toplumun sosyal ve kültürel gelişmişliği, uzmanlaşma vb. nedenlerle yüksek iken, yine aynı faktörlerin bulunmayışı yüzünden gelişmekte olan ülkelerde düşüktür<sup>83</sup>. Gelişmekte olan ülkelerin bulunduğu bölgelerde turizm endüstrisi içerisinde yer alan kadınların toplam turizm istihdamı içerisinde oranı, yüzde 35 ile 40 arasında iken, gelişmekte olan bölgelerde bu oran yüzde 5 ile 10 arasında değişmektedir. Örneğin, dünya turizm pazarında önemli bir yeri olan Fransa'da kadınların sektörel istihdamdaki payı %40 iken, yine dünyanın önemli turizm potansiyeline sahip ülkelerinden biri olan Kanada'da bu oran %38 seviyesindedir<sup>84</sup>.

Büyük ölçüde genç ve kadın işgücünü istihdam eden turizm endüstrisinin belirtilen mevsimlik özelliği, sektörde yoğun bir nitelikli işgücü sıkıntısı ile birlikte yaygın bir işsizliği de beraberinde getirmektedir. Böylece rasyonel bir işgücü piyasasının oluşumu mümkün olmamaktadır. Ayrıca, gerek bu olumsuzluğun sonucu olarak, gerekse işletmelerin daha düşük ücretle işçi çalıştırma veya çalışanların yüksek ücret beklentileri sebebiyle, sektörde iş verimliliğini etkileyecek boyutta, yüksek işgücü devri gözlenmektedir<sup>85</sup>. Bu konuya çözüm olarak, Birleşik Krallık'taki bir otel, turizm faaliyetlerinin yoğun olduğu dönemlerde çalıştırılmak üzere -minimum 55 yaşında fakat genellikle yaşı 60'ın üzerinde olan- yaşlı çalışanların istihdam edildiği bir konaklama projesini uygulamaya koymuştur. Böylelikle, otel yönetimi, diğer yaş gruplarına nazaran işe gelmeme oranları genelde daha düşük olan bu grubu istihdam etmek suretiyle, işgücü devri sorununa çözüm bulmaya çalışmıştır.

Her ne kadar, işgücü devir oranı; sektör bazında sağlıklı bir işgücü piyasasının bulunmaması, işsizlik oranının sektörde yüksek olması, mevsimlik çalışmaya yoğun olarak başvurulması gibi faktörlerden etkilense de, özellikle niteliksiz işgücünün yoğun

---

<sup>83</sup> Kılıç, a.g.e, s.61

<sup>84</sup> Dünya Bankası, Bölgeler İtibariyle Makro Ekonomik Büyüklükler, Seçilmiş Ülke Örnekleri, No:124, 1998, s.244

<sup>85</sup> Kılıç, a.g.e, s.90

olduğu ekonomilerde, yüksek seviyelerde bulunmaktadır. Nitelikli işgücünün yaygın olduğu gelişmiş ülkelerde, iş güvencesi sisteminin bulunması sektör açısından işgücü devrinin düşük oranlarda bulunmasına sebep olmaktadır. Buna karşılık, niteliksiz işgücünün yoğun olduğu gelişmekte olan ekonomilerde, iş güvencesi sisteminin bulunmaması ve sendikal örgütlenmenin turizm sektörü içerisinde etkin olmaması işgücü devir oranının yüksek seviyelerde bulunmasına neden olmaktadır<sup>86</sup>.

### A. Turizm Sektöründe Ücretler

Turizm endüstrisinde en çok dikkat edilmesi gereken konuların başında ücretler konusu gelmektedir. Nitekim, turizm endüstrisindeki mesleki eğitim ve iş güvencesi sorunlarından sonra gelen en önemli sorun düşük ücret sorunudur. Böyle bir problemle karşı karşıya kalınması, endüstride faaliyet gösteren işletmeler açısından önemli sonuçlar doğurabilecektir. Çünkü, bu tip sorunların yaşandığı bir endüstride, işgücü devir oranı yüksek olabilmekte, çalışanlardan beklenen verimlilik arzu edilen seviyeye gelmemektedir. İLO tarafından yapılan bir araştırmada; İspanya, Portekiz ve İtalya'da turizm sektöründe çalışanların karşılaştığı en önemli sorunun ücret problemi olduğu ön plana çıkmaktadır<sup>87</sup>. Yine bu konuda, 1996 yılında, 15 Avrupa Birliği ülkesini kapsayan, Yaşam ve Çalışma Koşullarının İyileştirilmesi ile ilgili Avrupa Parlamentosu tarafından yapılan bir araştırmaya göre; endüstride, düzensiz çalışma saatleri, Pazar günleri sıkça çalışma, yaygın şekilde mesai ücreti ödenmemesi ve genelde ücret seviyelerinin Avrupa Birliği ortalamasının %20 altında olması gibi bir çok karmaşık sorun ve belirsiz koşul bulunmaktadır<sup>88</sup>. Sektörde ücret problemlerinin var oluşu; turizmin mevsimlik istihdam özelliğinin olması, sektörde faaliyet gösteren işletmelerin önemli bir bölümünün küçük veya orta büyüklükte işletmeler olması, çalışanların sektör bazında iş güvencelerinin bulunmayışı, işletmelerin daha düşük ücretle personel çalıştırma veya çalışanların daha yüksek ücret beklentileri ve çalışanlar arasında

---

<sup>86</sup> Frank Ehrenberg, Thomas Smith, "On the Importance of Accurate Data on, and Balanced Analysis of Tourism'S Economic Impacts" Tourism Economic Report, Madrid, 1998, s.58

<sup>87</sup> İLO, World Employment Report 1998-1999, Employability in the Global Economy, ILO, Geneva,1998, s.212

<sup>88</sup> H. Wiedenhofer tarafından İstihdam ve Turizm konulu Avrupa Birliği Konferansından aktarılmıştır, Lüksemburg, 4-5 Kasım,1997, s.11

sendikal örgütlenmenin zayıf oluşu sebepleri ile açıklanmaktadır<sup>89</sup>. Bundan dolayı, sektörde çalışmayı tercih eden işgücünün büyük bir bölümü, ekonomik tatminsizlik nedeniyle turizm endüstrisi içerisinde çalışmaktan vazgeçmekte veya endüstride geçici bir süreliğine çalışıp, işinden ayrılmakta ve işgücü devir oranının artmasına neden olmaktadır. Sonuçta, işgücünün endüstri içerisindeki verimi ve niteliği olumsuz olarak etkilenmektedir.

Aşağıdaki örnekler, Avrupa ve Kuzey Amerika’da, turizm endüstrisinde uygulanan ücret politikaları hakkında bilgi vermektedir:

- İsviçre’de, 1 Ocak 1999 tarihinde tüm otel ve restoran çalışanlarını kapsayacak şekilde bir anlaşma imzalanmış olmasına rağmen, turizm endüstrisinde çalışanlar, ekonomideki diğer sektörlerde çalışan işgücüne göre daha düşük kazanç elde etmektedirler. Turizm endüstrisi çalışanları, 42.8 saatten oluşan etkin bir çalışma haftası için aylık ortalama 3,394 İsviçre Frangı kazanç elde ederken, ekonominin diğer sektörlerinde çalışanlar aylık ortalama 5,000 İsviçre Frangı kazanç elde etmektedir.

- Birleşik Krallık’ta, 1998 yılında otel ve yiyecek işletmelerinde tam gün süreyle çalışanlar için, ödenen ortalama haftalık ücret erkekler için 225.80£ ve kadınlar için yalnızca 170.80£’dir<sup>90</sup>.

- Birleşik Devletler’de, New Orleans’ta, Konaklama, Otel ve Restoran Organizasyon Kurulu (HOTROC), ortalama bir otel çalışanın saatte 5.48 ABD\$ kazandığını ve bu rakamın pek çok otel çalışanın ve onların ailelerini yoksulluk düzeyinin %20 altında kalmalarına sebep olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, New Orleans’taki otel çalışanları arasında sendikalaşma oranının çok düşük olduğunu belirtmek gerekir<sup>91</sup>.

---

<sup>89</sup> Kılıç, a.g.e, s.85

<sup>90</sup> S. Wheat: “All work and low pay: Working conditions in the tourism industry amke dire holiday reading”, 14 Ağustos,1999, s.57

<sup>91</sup> <http://www.hotroc.org/articles/hotroc3.htm> adresinden 03.03.2006 tarihinde alınmıştır.

- Kanada’da, 1998-1999 yılları arasında konaklama sektöründe çalışanların ortalama haftalık kazançları %5 oranında artırılmıştır, fakat yiyecek ve içecek kısmında çalışanların kazançları çok geride kalmış olup, enflasyonla paralel olarak yalnızca %1.9 oranında artış göstermiştir. Kanada’da, konaklama sektöründe ortalama haftalık ücret 309.14 Kan\$, yiyecek ve içecek kısmında 221.30 Kan\$’dır.

Bu gibi karşılaştırmalar endüstrideki ücret yapısını tam olarak yansıtmamaktadır. Çünkü, yasa veya toplu iş anlaşmaları ile oluşturulan turizm endüstrisi ücretleri ile ulusal ortalama kazançların karşılaştırılması, bahşişlerin çalışanların kazançlarının büyük bir kısmını oluşturduğu bu kollarda, gerçek ücretleri tam anlamıyla ortaya koymayabilir. Bunlar, vergi nedeniyle her zaman beyan edilmemekte dolayısıyla, vergiye tabi olmayan, net bir gelir kaynağını temsil etmektedir. İkincisi, karşılaştırmaların diğer sektörlerdeki benzer mesleklerde bulunan eşdeğer yetenek ve eğitim düzeyleri ile yapılması gerekmektedir, fakat bu karşılaştırmaları yapabilmek için gerekli istatistiki bilgiler yeterli seviyede değildir.

## **B. Turizm Sektöründe Çalışma Süreleri**

Turizm endüstrisinde üzerinde önemle durulması gereken konulardan biri de çalışma süreleridir. Bu konuda yapılan araştırmalar, çalışanların, endüstrideki çalışma koşullarını ve iş saatlerini ağır bulduğunu göstermektedir. Örneğin, Avrupa Yaşam ve Çalışma Koşullarını İyileştirme Vakfı tarafından 15 Avrupa Birliği ülkesinin tamamını kapsayacak şekilde gerçekleştirilen bir araştırmada; otel ve restoran sektörü çalışanlarının %50’sinin düzensiz saatlerde, %80’inin bir ayda iki ila beş Pazar günü ve %41’inin ayda altı veya daha fazla sayıda gece çalıştığını ortaya koymuştur.

Tablo 15, Avrupa Birliği’nde turizm sektöründeki haftalık çalışma sürelerini göstermektedir. Tabloya göre, turizm sektöründeki ortalama haftalık çalışma saatlerini (39.1 saat) diğer sektörlerdeki ortalama haftalık çalışma saatleriyle (37.7 saat) kıyasladığımızda, turizm sektörünün çalışma süreleri açısından daha ağır koşullar içerdiği görülmektedir. Nitekim, Horeca sektörü, diğer sektörlerdeki ortalama haftalık çalışma saatlerini 1.4 saat aşmaktadır.

**Tablo 15**  
**Avrupa Birliği'nde Hotel ve Restoranlarda Haftalık Çalışma Süreleri, 2001**

			<b>DEĞİŞİM ORANI 1999-2001</b> (%)	
<b>ÜLKELER</b>	<b>TÜM EKONOMİ</b>	<b>HORECA</b>	<b>TÜM EKONOMİ</b>	<b>HORECA</b>
EU-15	37.7	39.1	-0.8	-1.3
Belçika	37.5	42.2	0.8	-7.5
Danimarka	36.4	31.8	1.7	0.6
Almanya	36.8	38.9	-1.3	-2.5
Yunanistan	43.3	49.5	-	-3.3
İspanya	40.1	43.9	-0.2	-0.2
Fransa	36.9	41.1	-2.1	-2.8
İrlanda	37.7	34.1	-0.8	-
İtalya	39.0	42.4	-0.5	-1.9
Lüksemburg	38.2	43.8	-1.0	0.5
Hollanda	31.7	26.8	-1.9	-3.2
Avusturya	38.4	39.7	-0.5	-1.0
Portekiz	40.1	48.1	-1.0	-0.4
Finlandiya	38.4	36.6	-0.8	0.3
İsveç	36.9	36.1	0.5	-
İngiltere	38.1	31.0	-	0.3

**Kaynak:** Eurostat, “Rising Employment in the hotels and restaurants”, Statics in Focus, 6/2003, s.6.

Aynı tabloda dikkati çeken diğer bir nokta, Avrupa Birliği ülkelerinde turizm sektöründeki çalışma saatlerinin birbirinden farklılık göstermesidir. Örneğin, Hollanda’da haftalık çalışma saati 26.8 saat iken, diğer bir Avrupa ülkesi olan Yunanistan’da haftalık çalışma saati 49.5 saattir. Bu, ülkeler arasındaki kısmi

sürelî(part-time) çalışma şekline olan bakış açısının farklı olduğunu göstermektedir. Yine tabloda, dikkat edilmesi gereken diğerk bir nokta da İsveç, Danimarka, Finlandiya gibi Kuzey Avrupa ülkelerindeki çalışma sürelerinin Yunanistan, Portekiz gibi Güney Avrupa ülkelerine göre düşüklüğüdür. Bunun nedeni olarak, Güney Avrupa ülkelerinde turizme yönelik faaliyetlerin Kuzey Avrupa ülkelerine göre daha yoğun olduğunu ve bu ülkelerde Horeca sektöründe çalışmanın çoğunlukla, çalışanlar açısından tek bir seçenek olarak görüldüğünü söyleyebiliriz<sup>92</sup>.

1 Ocak 2001 tarihi itibariyle, 20'nin üzerinde çalışanın istihdam edildiği işletmeler için ve 1 Ocak 2002 tarihi itibariyle de tüm işletmeler için 35 saatlik çalışma haftasının yürürlüğe girdiği Fransa'da, bir seyahat acentesi olan Dégriftours, 1 Haziran 2000 tarihinden itibaren, 35 saat mevzuatını uygulamaya koymuştur. Bu uygulama ile birlikte, acenta bazında çalışanların sayısı yüzde 10 oranında artırılırken, çalışma günü 6.8 saate indirilmiş ve çalışanlara yedi saat üzerinden ödeme yapılmıştır. Yine aynı uygulama ile acenta çalışma sürelerini haftanın yedi günü saat 08.00-19.00 saatleri arasında olarak belirlemiştir. Bu sistem, örneğin çocukları ile ilgilenebilmek amacıyla Pazar günleri çalışıp, haftanın diğerk bir gününde izin almayı tercih eden personel tarafından memnuniyetle kabul edilmiştir. Acenta, sosyal çalışma sürelerinin adil bir şekilde dağıtılmasını temin üzere haftasonunda, personeli işe dönüşümlü olarak devam ettirmektedir<sup>93</sup>. Diğerk bir tur operatörü, Nouvelles Frontières, dokuz ay süren bir çalışma sonunda, devletin yardımıyla personel sayısını yüzde 8 oranında artırmak için farklı bir anlaşma imzalamıştır. Bu antlaşmaya göre, çalışanlar, ücrette indirim yapılmaksızın, haftalık çalışma süresi 40 saat olmak suretiyle, haftanın dört günü, dört buçuk günü veya beş günü şeklindeki üç formülden birine uygun olarak çalışma saatlerini organize edecekler ve formüllerden birine bir yıllık süre için karar vereceklerdir<sup>94</sup>.

---

<sup>92</sup> Leidner, a.g.e, s. 46

<sup>93</sup> [www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm](http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm) adresinden 12.01.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>94</sup> Article in L'Echo Touristique, No:2443, 15 Ocak 1999, s.32



Fransız fast food sektörü, 1 Kasım 1999 tarihi itibariyle, haftalık çalışma sürelerini 35 saate indirmek üzere 15 Nisan 1999 tarihinde bir anlaşma imzalamıştır. Bu anlaşma ile birlikte, 80.000 kişinin istihdam edildiği Fransız turizm sektöründe, 2.000 ila 3.000 kişi ek olarak istihdam edilmiştir. Yine, Fransa’da, 1 Nisan 1999 tarihinde imzalanan bir anlaşma doğrultusunda, herhangi bir ücret kaybı olmaksızın eğlence sektöründe çalışanların haftalık çalışma saatleri 35 saate indirilmiştir.

Birleşik Krallık’ta, Britanya Ağırlama Derneği (BHA), yeni Avrupa Birliği Çalışma Saati Direktifinin iş saatlerini sınırladığını iddia etmektedir. BHA, vardiyalar arasında bulunması gereken 11 saatlik zorunlu aranın, misafirleri gece girerken ve sabah çıkarken görececek olan resepsiyonistler ve akşam yemeği ve sabah kahvaltı servisi yapacak olan mutfak ve restoran personeli için problem yaratacağını düşünmektedir<sup>95</sup>.

### **C. Kayıtdışı İstihdam ve Çalışma Şartları**

Turizm endüstrisi yapısı gereği, mevsimlik istihdam, esnek çalışma saati, geçici veya part-time istihdam gibi çalışma koşullarını içermektedir. Turizmin mevsimlik özelliği, turizm talebinin belli bir zaman parçasında, belli yörelerde yoğunlaşması demektir<sup>96</sup>. Diğer bir ifadeyle, turizm bütün bir yıl boyunca devam eden bir faaliyet olmasına rağmen, turizm faaliyetlerinin zaman olarak yoğunlaştığı döneme turizm mevsimi adı verilmektedir. Turizm mevsimin başlamasıyla, turizm endüstrisinde yer alan işletmelerin faaliyetleri yılın belirli aylarında (Mayıs-Ekim) artmakta, geri kalan diğer aylarında mevsimin bitimiyle azalmaktadır. Bu nedenle, turistik işletmeler daha çok geçici, sezonluk personel çalıştırmayı tercih etmektedirler. Turizm endüstrisinde geçici istihdam oranı, diğer endüstrilerle karşılaştırıldığında oldukça yüksek seviyededir. Örneğin, Avusturya’da, turizm endüstrisi istihdamında sezona bağlı olarak, %26 oranında değişiklik olmaktadır. İspanya’da bu oran %47; İtalya’da %50’inin üzerinde olup, Danimarka’da ise endüstride çalışanların sayısı yaz sezonunda (Mayıs-Ekim) iki katına çıkmaktadır<sup>97</sup>.

<sup>95</sup> www.bha-online.org.uk adresinden 27.03.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>96</sup> İlkın, a.g.e, s.88

<sup>97</sup> www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm adresinden alınmıştır.

**Tablo 16****Avrupa Birliği'nde Hotel ve Restoranlarda Part-Time alışanlar, 1997**

ÜLKELER	1997 (BİN)		TURİZM İSTİHDAMINDAKİ ORANI (%)		BÜYÜME ORANI (1995-1997) (%)	
	Tam Gün	Part-Time	Tam Gün	Part-Time	Tam Gün	Part-Time
Belçika	99	31	76.4	23.6	0	18.8
Danimarka	42	37	53.1	46.9	10.3	41.9
Almanya	865	300	74.2	25.8	3.7	37.4
Yunanistan	219	11	95.3	4.7	3.3	-5.4
İspanya	677	108	86.2	13.8	-1.4	27.5
Fransa	558	169	76.8	23.2	-5.7	17.2
İrlanda	54	22	71.3	28.7	4.7	28.7
İtalya	781	102	88.4	11.6	3.7	17.8
Lüksemburg	8	1	91.5	8.5	7.3	25.4
Hollanda	90	130	41.0	59.0	-4.8	-9.4
Avusturya	171	34	83.3	16.7	10.4	7.6
Portekiz	206	13	94.1	5.9	6.0	24.8
Finlandiya	42	18	69.6	30.4	10.9	51.7
İsveç	61	40	60.4	39.6	-4.3	25.0
İngiltere	628	601	51.1	48.9	1.2	11.4

**Kaynak:** Eurostat, a.g.e., s.7

Kayıtdışı istihdam modelleri arasında, turizm endüstrisinde yoğun olarak başvurulan istihdam şekillerinden birisi de “kısmi süreli istihdam (part-time istihdam)”dır. Turizm sektörü içerisinde, gelişmiş olan ülkelerde “kısmi süreli istihdam” daha çok görülen istihdam şekli iken, “geçici veya mevsimlik istihdam” ise, daha çok gelişmekte olan ülkelerde yaygın olarak görülen istihdam şeklidir. Dünya Turizm Örgütü verilerine göre; Avrupa Birliği üyesi ülkelerde turizm sektöründe kısmi süreli

olarak çalışanların oranı %35 seviyesinde iken, Kuzey Amerika ülkelerinde bu oran %40, gelişmekte olan ülkelerin bulunduğu Asya-Pasifik bölgesinde ise, %20-25 seviyesindedir<sup>98</sup>.

Tablo 16, 1997 yılı itibariyle, Avrupa Birliği ülkelerinde part-time olarak çalışan turizm personelinin göstermektedir. Tabloda; Avrupa turizm sektörünün büyük bir bölümünde, part-time istihdam oranının yıldan yıla artış gösterdiği ve çoğu Avrupa ülkesinde tam gün istihdam oranından daha hızlı büyüdüğü görülmektedir. İtalya'da, restoranlardaki part-time sözleşmeler aynı iki yıllık dönemde %80 oranında ve otellerdeki part-time sözleşmeler ise %30 oranında artış kaydetmiştir<sup>99</sup>. Hatta, Hollanda'da part-time istihdam oranı, tam gün istihdam oranına göre daha yüksek seviyelerdedir. Ancak, bu ülkedeki turizm işletmeleri, son zamanlarda, bünyelerinde daha çok, tam gün süreli personel çalıştırmayı tercih etmektedirler. Tabloda, Hollanda'da part-time çalışanların sayısında azalma olduğu görülmektedir; şöyle ki, 1995 yılında part-time çalışanların sayısı 143.000 iken, 1997 yılında 130.000'e düşmüştür.

İş Esnekliği ve Çalışma Saatinin Organizasyonu, Part-time İş ve İş Oluşturma ile ilgili, 1995 yılı Ortak ECF-IUF (Gıda, Tarım, Otel, Restoran, Catering, Tütün ve ilgili işkolları işçileri Uluslararası Birliği) Bildirisi, turizm endüstrisinde, tam gün istihdamının oluşturulmasının öncelikli hedef olduğunu belirtirken, bunun yanında part-time istihdamının hem işverenler hem de çalışanlar açısından sunabileceği bir çok avantajı ve dezavantajı da sıralamaktadır. Bildiriye göre, bu tip istihdam sayesinde, belirli çalışan gruplar (öğrenciler, aile sorumlulukları olan ebeveynler, eğitim için zamana gereksinim duyan çalışanlar) ihtiyaçlarını karşılayabilmekte ve uzun süredir işsiz olanların işgücü pazarına yeniden dahil olmaları için kolaylık sağlanabilmektedir. Diğer taraftan, part-time istihdam oranının yıllar yılı artış göstermesi, turizm istihdamının niteliğini olumsuz olarak etkilemektedir. Çünkü, part-time çalışanların oranının fazla olduğu işletmelerde, işverenin yönetim üzerindeki kontrolü daha az

---

<sup>98</sup> WTO, Tourism Economic Report, First Edition, Madrid, 1998, s.88

<sup>99</sup> Juyaux, a.g.e, s.50

olacaktır. Yapılan araştırmalar, part-time çalışanların tam gün çalışanlara nazaran, işletmeye daha az bağlı olduğunu göstermektedir. Bu da işletmenin verimini, hizmet kalitesini düşürecek bir unsurdur. Yine, part-time çalışanların işe giriş ve çıkış hızları diğer çalışan gruba göre daha fazla olmakta dolayısıyla, işletmelerin maliyetleri de artmaktadır. Birleşik Krallık'ta, 1997 yılında Personel ve Geliştirme Kurumunun hazırladığı bir rapor, otel ve konaklama endüstrisinde bir çalışanın işe giriş ve çıkışının maliyetinin 1.922 Euro olduğunu belirtmiştir. Ayrıca, bu tip istihdamda bulunanların iş deneyimleri ve yetenekleri kısıtlı olduğundan, yeterli mesleki eğitime sahip olamadıklarından ve işletmeler tarafından verilen hizmet içi eğitim faaliyetleri genellikle bu gruba uygulanmadığından, part-time olarak çalışanların nitelikleri sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek düzeyde olamamaktadır. WTO tarafından hazırlanan bir istihdam raporuna göre, turizm endüstrisine yönelik mesleki eğitim faaliyetlerinin önemli bir bölümünün hedef kitle olarak part-time çalışanları kapsaması gerektiği önerilmektedir. Buna göre, bu kitlenin nitelik seviyesinde sağlanabilecek bir iyileşmenin tüm istihdam üzerinde olumlu etki yapacağı belirtilmektedir<sup>100</sup>. Bu konuda iyi bir rneği, pek çok lunapark, gece kulübü ve otele sahip Birleşik Krallık'taki Granada Eğlence ve Otel Grubu sunmaktadır. Grup, iş gücünün %50'sini temsil eden part-time çalışanlarına, mesleki yeterliliklerini kazanmaları için tam gün çalışanlarına verdiği resmi eğitimden yararlanma olanağını sunmuştur<sup>101</sup>.

### **III. TURİZM ENDÜSTRİSİNDE İNSAN KAYNAKLARI ve EğİTİM**

Turizm sektöründe mal ve hizmet üretiminin spesifik özellikleri ve sektörün yapısal bütünleşmesinde hakim olan emek-yoğun üretim tarzı sebebiyle, makineleşme ve otomasyona gidilmesi belli oranlar dışında mümkün olmadığından insan faktörü ön plana çıkmaktadır<sup>102</sup>. Çünkü; insanlar örneğin otele geldiklerinde, otel personeli tarafından karşılanmakta, kayıt işlemleri resepsiyon görevlileri tarafından yapılmakta, odaları kat hizmetlileri tarafından temizlenmekte, yemekleri aşılar tarafından

---

<sup>100</sup> WTO, a.g.e, s.31

<sup>101</sup> The Times, 14 Ağustos 1998, s.6

<sup>102</sup> Alp Timur, Türkiye'de Turizm Eğitiminin Yapısı, Uygulanan Politikalar ve Sonuçları, Turizm Eğitimi Konferansı, Ankara, 1992, s.47

hazırlanmakta, servisleri servis personeli tarafından yapılmakta ve otelden ayrılan kadar tüm ihtiyaçları otel personeli tarafından karşılanmaktadır. Bu bakımdan insan faktörünün belki de en yoğun olarak kullanıldığı sektör turizm sektörüdür. Bu faktörün sektörde giderek önem kazanması, rekabet avantajı elde etmek isteyen işletmelerin çalışanları en önemli kaynak olarak görmesine neden olmaktadır. Bu açıdan, hizmet sektöründe yer alan ve işletme başarısının temelde çalışana bağlı olduğu turizm işletmelerinde, insan kaynakları yönetimi işgücünün verimli kullanılması konusunda çok etken bir rol oynamaktadır.

İnsan Kaynakları Yönetimi; işletmelerin hedeflerine ulaşabilmeleri için gerekli olan işlevleri gerçekleştirecek yeterli sayıda vasıflı elemanın işe alınması, eğitilmesi, geliştirilmesi, motive edilmesi ve değerlendirilmesi işlemidir<sup>103</sup>. İnsan Kaynakları Yönetimi'nin temel konusu insandır. Bu durum, özellikle otel işletmelerinde olduğu gibi, yaygın olarak insan emeğine dayalı olarak çalışan turizm işletmelerinde daha fazla önem kazanmaktadır. Çünkü, turizm işletmelerinde geliri de gideri de yaratan insan unsurdur. Birebir ilişkilerin ve insanın insana hizmeti olgusunun en yoğun yaşandığı böyle bir sektörde, insan unsurunun yönetilmesi, ancak bu alanda özel bilgi ve beceri gerektiren İnsan Kaynakları Yönetimi ile mümkündür.

İnsan Kaynakları Yönetimi; çalışanı geliştiren, motive eden, doğru kişinin doğru zamanda doğru yerde olmasını sağlayan, örgüt ihtiyaçları ile çalışanların ihtiyaçlarını bir arada gözetleyen bir anlayışa sahiptir. İKY'nin gelişimi turizm işletmeleri açısından değerlendirildiğinde; bu yönetim yaklaşımının turizm sektöründe, diğer sektörlerle nazaran daha yavaş bir gelişim gösterdiğini söylemek mümkün olacaktır. Turizm endüstrisi, emek-yoğun bir özellik taşımasına rağmen turizm işletmelerinde insan kaynaklarının önemi 1980'li yıllarla birlikte artmış ve müşteri tatmini, kalite, verimlilik gibi konularda insan kaynakları ön plana çıkmıştır<sup>104</sup>. İnsanın insana hizmet ettiği turizm işletmelerinde, artan rekabet nedeniyle, hizmet kalitesi işletmelerin fiziki

---

<sup>103</sup> Yasemin Alkaya, Turizm Endüstrisinde Bilgi Sistemleri Uygulanmasında İnsan Kaynaklarının Yönetimi, <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/99.doc> adresinden 24.04.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>104</sup> Barış Erdem, Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Önemi, [http://www.isguc.org/?avc=arc\\_view.php](http://www.isguc.org/?avc=arc_view.php) adresinden 24.04.2006 tarihinde alınmıştır.

yapılarından daha çok, müşterilere sunulan hizmetin kalitesine, bu hizmetleri gerçekleştiren kişilerin seçimine, işe alınmasına, eğitime ve benzeri işlere bağlıdır. Günümüzde ve gelecekte insan kaynaklarını geliştiren, daha kaliteli hizmet sunan işletmeler, daha çok aranan ve daha çok müşteri ağırlayan işletmeler konumuna gelirken, bunu başaramayan örgütler, zaman içerisinde yok olma tehlikesi ile karşı karşıya kalacaklardır. Bu bakımdan, turizm işletmelerinin İKY anlayışını benimsemeleri ve uygulamaya koyabilmeleri, bu işletmelerin etkin ve verimli çalışmasına imkan vermekle beraber, amaçlarına daha kolay ulaşmasını sağlayacaktır. Bugün, Hilton, Rixos, Ritz-Carlton, WOW (Worlds of Wonders) gibi büyük otel zincirlerinin başarılarının ardında insana yapılan yatırımın yattığını söylemek mümkündür.

Turizm işletmelerinde İKY'nin başlıca görevleri şu şekilde sıralanabilir<sup>105</sup>;

- İş analizi
- İnsan gücü politikalarının planlanması
- Personelin işe alınması
- Personelin seçimi
- İş değerlendirilmesi
- Personelin ödüllendirilmesi
- Personelin özel sorunlarının çözümü
- Personelin eğitimi

Turizm faaliyetlerine katılan insanların istek ve ihtiyaçlarının sürekli değişmesi ve gittikleri yerlerde daha kaliteli hizmet alma beklentileri, turizm işletmelerinin değişen bu istek ve ihtiyaçlara en hızlı şekilde uyum sağlamalarını gerektirmiştir. Bir hizmet sektörü olan turizm sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerinin varlıklarını sürdürebilmeleri, büyük oranda mevcut personelle belli standart ve kalitede bir hizmetin müşteriye sunulmasına bağlıdır. Mümkün olan en kaliteli hizmetin, işgücünden ekonomik ve sosyal bakımdan optimal bir biçimde yararlanılarak verilmesi gerektiğinden, istihdam edilen işgücünün istenilen düzeyde ve yeterli bir eğitim almış olması gerekmektedir. Bu nedenle, turizmin makro düzeyde planlamasında önemli

---

<sup>105</sup> Şener, a.g.e., s.160

aşamalardan birisi, insan kaynakları planlaması yoluyla personel ihtiyacının belirlenmesi ve bu ihtiyacın karşılanması için gerekli eğitim ve öğretim planlamasının yapılmasıdır<sup>106</sup>.

### **A. Yeni ve Değişen Mesleki Profiller**

İnsanoğlunun yeni teknolojilerin gelişimi ve İnternet yoluyla sürekli bilgi edinebilmeleri nedeniyle giderek bilinçlenmesi, otelcilik sektörünü, turizm faaliyetlerini geleneksel yiyecek ve konaklama hizmeti sağlamanın ötesine taşımak zorunda bırakmıştır. Günümüzde, büyük otel zincirleri hem müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılama hem de konaklamadan ziyade bir “deneyim” sunma gayretiyle daha fazla hizmet vermeye çalışmaktadır. Örneğin, Fransız Accor Grubu, faaliyetlerini seyahat acentesi, araba kiralama, casino ve tren hizmetleri şeklinde genişletmiş, diğer gruplar ise sigorta, seyahat eşyaları, sağlık ve güzellik hizmetleri gibi turizm sektörü ile dolaylı olarak ilişkili sektörlerle bağlantı kurmuşlardır. Bugün, müşterinin beklediği hizmetlerin çeşidi doğal olarak, bu hizmetlerin büyük kısmını idare etmesi gerekecek olan ön büro çalışanlarının yeteneklerini artırmasını gerektirecektir. Bu, sosyal ilişkileri mükemmel olan ve insanların ne istediğini anlayabilen motive olmuş personel demektir.

Bilgisayar teknolojisindeki yenilikler, kalite ve ekonomik performans ile ilgili bilgilerin çok daha hızlı ve ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmesine imkan tanımaktadır. Otel müdürlerinin bu sayede daha çabuk hareket etmesi, durumları analiz etmesi ve uygun kararları alması gerekecektir. Sunulacak hizmetlerin çeşitliliği önceden ihtiyaç duyulandan daha fazla pazarlama yeteneği gerektirecektir. Büyük otellerde ve otel zincirlerinde bu, bütçe analizi ve yönetim muhasebesi uzmanı, kalite müdürü, ürün müdürü, teknik ve bilgisayar hizmetleri müdürü gibi endüstri için yeni fakat diğer alanlarda hali hazırda, mevcut olan görevlerin oluşturulması sonucunu doğurmaktadır. Otel personel müdürleri; yerlerini çalışana destek olan, çalışanı geliştiren, doğru elemanı doğru yerde konumlandıran işletme içerisinde stratejik yönetime sahip insan kaynakları yöneticilerine bırakmaya başlamışlardır. Çevre korumasına daha fazla önem

---

<sup>106</sup> Kılıç, a.g.e, s.50

verilmesiyle, çevresel turizm gelişmesinin planlanması hususlarında uzmanlaşmış kişilere giderek daha fazla ihtiyaç duyulmaktadır. Benzer şekilde, gıda güvenliğine daha fazla önem verilmesi, gıda güvenliği ve sağlığı uzmanlarına duyulan ihtiyacı arttırmaktadır. Yine, müşterilerin eğlenceye yönelik ihtiyaçlarını karşılamak için, bu hizmetleri sunan spor ve oyun uzmanları ve aynı zamanda müşterilerin daha keyifli ve programlı tatil yapmasını sağlamak için, acenta tarafından görevlendirilen tur rehberleri turizm sektörü içerisinde kariyerlerini geliştirme imkanı bulabilmektedir.

### **B. İşletmede Kariyer Yapılmasının Teşvik Edilmesi**

Turizm sektörü içerisindeki yeni iş kolları ve sektörün yapısında meydana gelen değişiklikler, endüstriyi giderek artan çeşitlilikte çalışan istihdam etmeye zorlamaktadır. Bununla birlikte, çok uluslu otel endüstrisi içerisinde, müşteri odaklı hizmet için duyulan ihtiyacı karşılamak üzere eğitim, öğretim ve geliştirme konularına yatırım yapmaya yönelik eğilim görülmektedir. The Radisson Hotel Group şirketin başarısının çalışanlarının bilgisine, yeteneğine, kabiliyetine, motivasyonuna ve inançlarına dayalı olduğunu ve sonuç itibarıyla aynı zamanda dışarıdan eğitim kuruluşları ile bağıntılı çok iyi geliştirilmiş bir eğitim sistemine sahip olduklarını ve her bir otelin toplam cirosunun 0.4'ünü bunun için ayırdıklarını beyan etmektedir. Eğitime verilen önem, sürekli öğrenmeden bireysel olarak çalışanların potansiyelini artırmaya kadar değişiklik göstermektedir. 1999 yılında Radisson SAS Yönetim Okulunda toplam 515 çalışan 11 farklı alanda (işletme maliyesi, gelir yönetimi, euro kullanımı ve iş planlaması alanları gibi) özel eğitim almışlardır. Kuruluş, Avrupa ve Amerika'daki otelcilik okulları ile ilişkiler kurmak suretiyle, öğrencilere bir Radisson otelinde staj görme olanağı sağlamıştır. Per-Axel Brommesson Bursu her yıl dört yetenekli çalışanına Cornell Üniversitesi gibi kurumlarda ve diğer işletme okullarında mesleki geliştirme programlarına katılarak kendilerini geliştirme imkanı sunmaktadır<sup>107</sup>.

Resmi eğitim kurumları tarafından verilen eğitim ile işin genel operasyonunun gerekliliklerini birleştirmek amacıyla endüstri, öğrencilere tüm alanlarda pratik deneyim kazanmalarını temin etmek için eğitim kuruluşları ile ortak çalışmalar yapmışlardır. Bu

---

<sup>107</sup> Radisson SAS Hotels and Resorts Annual Report, 1999, s.4



anlamda örneğin, Birleşik Devletler’de 1996 yılında, Ulusal Restoran Birliği ve Amerikan Otel ve Motel Birliği arasında, bir okulla kariyer programı oluşturmak için Ağırhama İŖi İttifakı (HBA) kurulmuştur. Bu programa göre, okul yıllarında öğrenciler işletmede haftada 15 ila 20 saat arasında çalışmakta ve ön büro operasyonları, kat işleri, oda servisi, güvenlik ve sağlık, rezervasyon, satış ve pazarlama ve kongre hizmetleri ile ilgili deneyim kazanmaktadır. 1997 yılında üç liseyi içeren bu sistem, 1999 yılında 600 liseye ulaşmış olup, 25 Eyalet ve 11,000 öğrenciyi kapsamıştır.

Birçok otel zinciri, personelin işe giriş çıkışlarını azaltmak için, kendi yapıları içerisinde, çalışanların kariyerlerini geliştirici programlar uygulamaya başlamışlardır. Örneğin, Birleşik Devletlerdeki Choice Hotels International, uygun mevcut yeterlilik modellerini esas alarak, üst düzey yöneticileri ile ilgili gereklilikleri analiz etmiş, ardından, mevcut üst düzey yöneticilerin yeterliliklerini değerlendirmiş ve bunları gelecekte ihtiyaç duyulacak yeterlilikler ile karşılaştırmıştır. Bu uygulama, şirketin yıllık hazırlık değerlendirmeleri yapmasını ve grup içerisinde gerçek bir kariyer yapısı oluşturmasını böylece, yönetici personelin değiştirilmesinin vereceği zararı ve gideri ortadan kaldırmasını mümkün kılmaktadır. Diğer bir örneği, üç kademeli eğitim planı yoluyla her bir çalışanın yönetici olmaya aday hale getirildiği bir HRD yaklaşımı oluşturan Motel 6 ortaya koymuştur. Bu sistem ile birlikte, işletme bazında uygulanan kariyer geliştirme programı, işletmedeki kalifiye yönetici ihtiyacının karşılanmasına yardımcı olmuş ve yaklaşık 300 Motel 6 çalışanın genel müdür derecesine ulaşmasını sağlamıştır.

### **C. Çalışanın Sorumluluğunu Arttırma Yoluyla Kariyer Geliştirme**

Turizm endüstrisinde çalışanlar arasında görülen isteksizliğin nedenleri olarak sıkça gösterilenlerin arasında terfi olanaklarının bulunmaması en başı çekmektedir. Diğer taraftan, endüstri içerisinde geliştirilen sistemler, personeli performanslarına göre ödüllendirmek üzere tasarlanmış olup, personelin işe giriş çıkış hızını azaltmak ve işletmeye bağlı olma duygusunu geliştirmeyi amaçlamaktadır. The Ritz-Carlton Company, her bir çalışanın yetkilendirilmesini, iş memnuniyetini artırma yoluyla personelinin tutmanın bir yolu olarak tanımlamıştır. Otel yönetimi tarafından

çalışanlardan belirli yönetim görevlerini almaları istenmiştir. Örneğin, ön büro çalışanlarına, ön büro müdürünün rolünü üstlenmeleri söylenerek, çalışanlar teşvik edilmeye çalışılmıştır. Diğer bir otelde, kendi kendini yönlendiren kat ekibi sistemi oluşturulmuş ve kendi çalışma alanlarını seçme, oda kalitesini değerlendirme ve odaların incelenmesini gerçekleştirme ile ilgili sorumluluk ekiplere verilmiştir. Bu yöntem, personel tutma oranını attırdığı gibi, kat hizmetçileri arasındaki morali de artırmıştır<sup>108</sup>. 1993 yılında, Accor Grubu, misafirlerine kaliteli hizmet verebilmek için çalışanları yetkilendirmek ve otel tarafından sunulan hizmetlerin iyileştirilmesi konusunda çalışanların da fikirlerinin alındığı bir çalışma ortamı yaratmak üzere üç yıllık bir program tasarlamıştır. Bu program sayesinde, iyileştirme ve değişiklikler ile ilgili önerilerin artık çalışanlardan gelmesi nedeniyle, her bir departmanın içerisindeki uyumsuzluk minimum düzeye inmiş ve bir güven ve iletişim kültürü oluşturulmuştur. Sonuçta, yalnızca müşteri memnuniyetinde değil aynı zamanda çalışan memnuniyetinde de artış görülmüş, 1993 yılında %58 olan personel işe giriş çıkış oranı, 1998 yılında endüstri ortalamasının altına düşerek %39'a inmiştir<sup>109</sup>.

#### **D. Turizm Eğitimi**

Bir şirketin üretkenliği ve karlılığını etkileyen, işletme içi ve işletme dışında olmak üzere, bir çok faktör vardır. Ancak, en önemlisi örgüt yapısının doğru kurulması ve bu yapıya uygun çalışan iş görenlerin verimliliği ve başarımıdır. Bu olgu turizm sektöründe, özellikle insan kaynaklarının çok önemli bir yer tuttuğu konaklama ve ağırlama işletmelerinde, daha ön plana çıkmaktadır. Hizmet üretiminin ve tüketiminin aynı anda gerçekleştiği konaklama ve ağırlama işletmelerinde, hizmetin bir parçası, hatta en önemlisi durumunda olan iş görenin kaliteli olması gerekir. İnsan kalitesini geliştirmenin en önemli ve en gerekli adımı ise hiç şüphesiz eğitimidir. Eğitim, toplumun her katmanında ve iş dünyasının her alanında önemi ve eksikliği hissedilen bir olgu haline gelmiştir. Turizm sektörü de, diğer hizmet üreten sektörlerde olduğu gibi sunulan hizmetin kalitesine ve niteliğine göre gelişen bir sektör konumundadır. Bu

---

<sup>108</sup> C.A. Enz; J.A. Siguaw: Best practices in human resources, s.66

<sup>109</sup> Global good practices in travel and tourism human resource development, Vol. 2, No. 1, World Travel and Tourism Human Resource Centre, Kuzey Vancouver, Kanada, Mart, 1998, s.28

anlamda, hizmetin kalitesi çalışanların niteliği ile ölçülmektedir. Dolayısıyla, turizmi geliştirmek için, öncelikle, sektördeki personel ihtiyacının belirlenmesi ve bu ihtiyacın karşılanması için gerekli eğitim sisteminin oluşturulması gerekmektedir.

Günümüzde, küreselleşen turizm dünyasında, işgücünden daha çok tasarruf eden yeni teknolojilerin kullanılması, turizm sektörünün emek-yoğun bir sektör olmasına rağmen, bu teknolojileri kullanabilecek personel ihtiyacını doğurmuştur. Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu araştırmaların sonuçlarına göre; sektör içerisinde yoğun olarak niteliksiz işgücünün bulunması nedeniyle, turizm sektörünün gelişimi için, çalışanlara yönelik mesleki eğitime ve yönetici kadronun formasyonuna ihtiyaç duyulmaktadır. Nitekim, özellikle gelişmekte olan ülkelerin turizm istihdamı açısından en çok sıkıntı çektikleri konu, eğitimsiz işgücünün sektörde istihdam ediliyor olmasıdır<sup>110</sup>. Turizm sektörünün gelişme potansiyeline sahip olduğu gelişmekte olan ülkeleri ele alan bir çalışma raporuna göre, Güney Asya ve Kuzey Afrika'nın ülkelerinde, turizm istihdamında bulunanların %70'e yakın kısmının eğitimsiz ve ilk öğretim seviyesinde bulunduğu görülmektedir<sup>111</sup>. Gelişmiş ülkelerin bulunduğu Avrupa'da da turizm sektöründe özellikle otelcilik sektöründe çalışan personelin eğitimin düşük olduğu söylenebilir. Örneğin, İngiltere'de otelcilik sektöründe çalışanların sadece %20'si eğitimidir. Fransa'da bu oran %30, Almanya'da %70'dir<sup>112</sup>. 1995 yılı itibariyle, Danimarka'da turizm sektöründe çalışan niteliksiz işgücü, turizm sektöründeki istihdamın %54'ünü, Yunanistan'da ise % 50.9'unu oluşturmaktadır.

Görüleceği gibi, sektör içerisinde çalışanların önemli bir kısmının niteliksiz olması, müşteriye verilen hizmetin istenilen kalitede olmamasına ve bilgi gerektiren yeni teknolojilerin uygulanmasında sıkıntılar yaşanmasına neden olmaktadır. Sektördeki kalifiye personel ihtiyacına karşın, işletmeler yeterli vasıfların bulunmaması nedeniyle, çoğu zaman yeni eleman istihdam etmekte zorlanmaktadır. Bu bakımdan, turizm

---

<sup>110</sup> WTO, a.g.e, s.65

<sup>111</sup> John Miller, Woman in Tourism Sector, Tourism Economic Review, No:132, 1996, s. 98

<sup>112</sup> Richards, a.g.e., s.16

sektörünün yeni taleplerine karşılık verebilmek için mevcut becerilerin yükseltilmesi ve geliştirilmesi gerekmektedir.

## 1. Eğitim ve Becerilerin Geliştirilmesi

Eğitim ve mesleki eğitim, turizm sektöründe kalitenin ve istihdam edilebilirliğin geliştirilmesi ile çalışanların yeterlilik açısından hazır hale getirilmesi için oldukça önem arz etmektedir. Sektördeki eğitim ihtiyacı, özellikle bilgi ve iletişim teknolojileri alanında, gittikçe artmaktadır. Söz konusu bu ihtiyaçların giderilmesi için ülkeler, işletmeler çeşitli eğitim programları uygulayarak, turizmi geliştirme çabası içerisindedirler. Örneğin, Avrupa Birliği eğitim ve mesleki becerilerin geliştirilmesi için pek çok Topluluk programı geliştirmiştir. Bunlar<sup>113</sup>:

- **Leonardo Da Vinci Programı:** Bu program; yeni beceriler kazandırmayı, eğitim ve mesleki eğitim kurumları arasında yakın bağlar kurmayı, dışlanmanın önüne geçmeyi, insan kaynaklarına yatırımı teşvik etmeyi ve yaşam boyu eğitim kapsamında bilgi toplumu kanalıyla becerilere ulaşmayı kolaylaştırmayı hedeflemektedir.

- **Socrates Programı:** Programın amacı; turizm alanında eğitim kurumları tarafından yürütülen ulusak düzeydeki projelerin finansal açıdan desteklenmesinin sağlanmasıdır.

- **Youth Programı:** Gençliğe ilişkin konularda işbirliği sağlanmasına yönelik Avrupa programıdır. Özellikle, genç işsizlerin turizm sektöründe istihdamını hedef alan bu çalışmalar çerçevesinde, turizm sektöründe genç işçilere ağırlık verilmesi gerektiğine dikkat çekilmektedir. Program aynı zamanda, turizm faaliyetlerini etkileyen projelerin finansal açıdan desteklenmesini sağlamaktadır.

- **Equal Programı:** Programın amacı; iş yerinde eğitimin sağlanması ve ayrımcılığın önüne geçilmesidir. Bu program ile, istihdam ve eğitim alanlarında

---

<sup>113</sup> Türkiye Turizm Yatırımcıları Derneği, Avrupa Birliği Turizm Mevzuatı Rehberi, Eylül, 2003, s.55-56

gelecekteki politikaları değiştirebilecek ve geliştirilebilecek yeni fikirler için alan yaratılmaktadır.

- **Tempus Programı:** Bu program yüksek eğitimde işbirliğini arttırmayı, üye devletler ile aday ülkelerin konsorsiyum oluşturmak yoluyla, yapısal bir işbirliğine gitmelerini sağlamayı hedeflemektedir. Program ayrıca, yüksek öğretim kurumlarında çalışan bireylere bireysel mobilite (dolaşım) bursları verilmesini ve bu bireylerin değer ülkelerdeki belirlenmiş alanlarda çalışmalarının sağlanmasını öngörmektedir.

Büyük otel zincirleri ise, büyük bir oranda kendi içsel eğitim sistemlerine güvenmektedirler. Son yıllarda, özellikle simülasyon adı verilen yeni eğitim tekniği içsel eğitim sistemlerinde uygulamaya konmuştur. Simülasyon sistemi, gerek turizm eğitimi veren kurumlarda gerekse turizm işletmesi içerisinde, eğitim verilen kişiye; müşteri karşısında olmaksızın, olayı yaşama, deneyim kazanma, sonradan sağladığı tartişma ortamı sayesinde farklı değişken durumlar karşısında farklı alternatifleri değerlendirebilme, yatırım projelerini önceden değerlendirip mevcut riskleri elemine edebilme konularında önemli bir çalışma ve uygulama ortamı sağlamaktadır<sup>114</sup>. Simülasyon yöntemi, bütün Avrupa ülkelerinde yaygındır ve özellikle uluslararası zincir işletmeler tarafından sıkça kullanılmaktadır. Örneğin, 132 ülkede yaklaşık 140.000 insan istihdam eden Accor Grubu, simülasyon yönetimi yardımıyla, personel harcamalarının %5'iyle, üç temel alanda eğitim uygulamaktadır: yeni çalışanların bilgilendirilmesi için yapılan ilk eğitim, müdür-seviyesindeki çalışanlar için devamlı eğitim (Bu eğitim programı; satış, liderlik, müşteriyle temas ve benzeri konuları kapsamaktadır) ve kültürler arası eğitim. Accor'un eğitimi, çeşitli yerlerde ve ülkelerde eğitim merkezleri bulunan grubun Paris'teki akademisi tarafından yürütölmektedir. Accor akademisi her sene 14.000 öğrenci almaktadır. Bunlara ilaveten, Accor Grubu, personelini çeşitli derslere kabul etmesi için birkaç okulla anlaşma yapmıştır.

---

<sup>114</sup> Lucies Guetzkov, Adam Kotler, The Effects of International Tourism on a Small Open Economy, No:132, Paris, 1991, s.55

Dünyanın en önemli turizm işletmelerinden biri olan Ritz-Carlton Hotel Şirketi ise, kendilerine özgü ve farklı bir eğitim programı uygulamaktadır. Bu oryantasyon ve eğitim programı ile birlikte, Ritz-Carlton otellerinde çalışanların, kendilerinden beklenen teknik görevler ve sorumluluklar konusunda mükemmel bir anlayışa olmaları sağlanmaktadır. Şirketin eğitim direktörü Mary Anne Ollman; 1984 yılından beri şirket bünyesinde eğitim faaliyetlerinin devam ettiğini, şirketin 14.000 çalışanından her birinin sadece oryantasyon ve eğitim almadığını, ayrıca kendi pozisyonlarında da sertifika almak zorunda olduklarını belirtmektedir. Ritz-Carlton Otelleri'nin bu eğitim işlevi, işletmeye turizm eğitiminde mükemmel bir saygınlık kazandırmıştır<sup>115</sup>.

Okullar ve ticari kurumlar tarafından sağlanan turizm eğitimi de, sanayileşmiş bir çok ülkede yaygın bir şekilde uygulanmaktadır. Bu konuda örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde Amerikan Hotel ve Motel Kurumu Eğitim Enstitüsü, turizmde kariyer hedefleyen, yaklaşık 300.000 kişiye eğitim hizmeti sağlamıştır. Enstitü, altı farklı uzmanlık alanında başarılı olanlara, kendi diplomasını ve sertifikasını sunmaktadır<sup>116</sup>. Brezilya ve Çin gibi yakın zaman önce endüstriyelmiş ülkelerde bulunan oteller de , tanınmış Amerikalı ve Avrupalı otel ve restoran okullarıyla işbirliği yaparak, çalışanlarının niteliklerini geliştirebilmek için eğitim programları uygulanmaktadır. Benzer şekilde, uluslar arası otel zincirlerinin kendilerine ait yüksek okullarda çalışanlarını eğittikleri de görülmektedir. Örneğin, Holiday Inn oteller zinciri ve Mc Donalds grubu kendine ait okullarda, çalışanlarına akademik seviyede eğitim vermektedir.

Diğer taraftan, otel zincirlerinin çalışanlarına yönelik sürdürdüğü eğitim yönetim düzeyinde de oldukça yaygındır. Bu konuda, Hyatt grup "kurumsal yönetim eğitim programı"nı yürütenlerden biri olarak örnek verilebilir<sup>117</sup>. Bu uygulama ile, Hyatt grup işletmesi, çalışanlar arasında şirket kültürüne güçlü bir bağlılık ve rekabet avantajı elde etmeyi planlamaktadır. Birleşik Krallık'ta yapılan bir araştırma sonucuna göre, bütün

---

<sup>115</sup> Dursun Bingöl, İnsan Kaynakları Yönetimi, Beta Yayınları, 5. Baskı, İstanbul, Nisan, 2003, s. 197

<sup>116</sup> C.Y. Gee: "In search of professionalism for the twenty-first century", in Human capital in the tourism industry of the twenty-first century, s. 184.

<sup>117</sup> K. Weiermair et al: Verbesserung der Qualität touristischer Dienstleistungen, Institut für Verkehr und Tourismus, Innsbruck, Aralık,1999, s. 39.

otellerin %60'ının, restoranların %53'ünün, pubların ve catering firmalarının % 70'inin bu tür eğitim programını düzenledikleri görülmüştür<sup>118</sup>.

## 2. Dil Yeteneklerini Geliştirme

Dil, turizm sektöründe kilit bir kavramdır. Çünkü, turizm faaliyetine katılanlar yabancı bir ülkede, yabancı bir kültürle karşılaştıklarından, kendi dillerini konuşabilen personele ihtiyaç duymaktadırlar. Ancak, sektörün genelinde, yabancı dil bilgisine sahip olmayan personel çalıştıran işletme sayısı fazladır. Örneğin, Avrupa'nın önde gelen turizm merkezlerinden biri olan Fransa'da, yabancı dil konuşabilen personelin ortalama sayısı 3.4 iken, Britanya'da bu sayı 1.8'dir ve Britanya otellerinin sadece %25'inde, yabancı dil konuşabilen personel istihdam edilmektedir<sup>119</sup>.

Bu çerçeveden bakıldığında, turizm endüstrisinde dil eğitimi önemli bir konu haline gelmiştir. Turizm faaliyetlerine, gün geçtikçe farklı kültürlere sahip turistlerin katılması nedeniyle, sektördeki turizm işletmeleri, personeline dil eğitimi vermeye başlamıştır. Hawaii adalarında birçok resort otel işleten ITT Sheraton, Japon müşterilerin fazlalığı nedeniyle, personeline yönelik, Japon dili ve kültürü ile ilgili eğitim kursları açmıştır. Bu uygulama ile birlikte, otele gelen Japon misafirlerin sayısında önemli bir artış sağlanmıştır. 1992 yılında Four Seasons Group, Endonezya'da yeni açtığı resort otelde, istihdam etmek için aldığı yerel personele, İngilizce eğitimi için, Örgün Öğrenme Merkezi kurmuştur. Kurslarda, personelin yaklaşık %80'inin ilkökul mezunu olduğu dikkate alınarak eğitim verilmesi tasarlanmış ve personele İngilizce'nin yanı sıra, Fransızca, Japonca ve Endonezya dili konusunda eğitim verilmiştir. Kursun beş seviyesinden her birini tamamladıklarında, çalışanlar 100,000 Rps ila 250,000 Rps (yaklaşık 8-20\$) arasında değişen prime ve bir başarı sertifikasına hak kazanmaktadır<sup>120</sup>. Yine, yazın gerçekleştirilen opera faaliyetleri ile ünlü bir şehir olan Savonlinna'da (South-Savo, Finlandiya) bulunan bir otel, yaz festivali nedeniyle,

---

<sup>118</sup> The Hospitality Training Foundation: Look who's training now: Perspectives on training in the hospitality industry, London, 1999, s.34

<sup>119</sup> Richards, a.g.e, s.20

<sup>120</sup> G. Dutton, "Case Study: a language for all seasons" in Management Review, New York, Aralık, 1998, s.75

müşterilerine daha kaliteli hizmet verebilmek amacıyla, otel personeline sezon dışında dil yeteneklerini, yiyecek ve şarap bilgilerini ve liderlik kabiliyetlerini geliştirmelerine yönelik eğitim kursları düzenlemektedir. Bu tip uygulamalar, turizm işletmeleri açısından, bir masraf olarak değil; işgücünün verimini arttıran, çalışanları motive eden, işe giriş çıkış oranının düşük olmasını sağlayan yani, diğer bir ifadeyle karşılığı çok iyi alınan bir yatırım olarak görülmektedir.

#### **IV. TURİZM SEKTÖRÜNDE SENDİKAL ÖRGÜTLENME**

Hızla ilerleyen turizm endüstrisi sendikalar açısından, gitgide artan bir ilgi odağı olmuştur. Turizm endüstrisinde en kapsamlı ve en eski olarak bilinen sendika 1866 yılında Chicago’da, barmenlerin ve garsonların bir araya gelerek kurdukları sendikadır. Bu sendikanın üyeleri, sendika fikrini bu ülkeye getiren Almanlar’dır<sup>121</sup>. Günümüzde ise, turizm endüstrisinin işçi ve işveren örgütleri tarafından kapsamlı ülkeden ülkeye ve bölgeden bölgeye değişiklik gösterebilmektedir. Sektörde, genellikle işçi örgütlenmeleri işveren örgütlenmelerine göre daha çeşitlidir. Avrupa genelinde iki adet işveren sendikası bulunmaktadır. Otel ve restoranları temsil eden Ulusal Oteller, Restoranlar, Kafeler ve Benzer Kurumlar Birliği Konfederasyonu (The Confederation of National Associations of Hotels, Restaurants, Cafe’s and Similar Establishments – HOTREC) ve kurumsal restoranları temsil eden, Catering Antlaşmaları ile ilgilenen Avrupa Federasyonu (The European Federation of Contract Catering – FERCO). Dünya genelinde ise, Uluslararası Otel ve Restoranlar Birliği (The International Hotel and Restaurant Association – IH&RA) otel ve restoran işverenlerini temsil eden uluslararası düzeydeki en büyük sendikadır. Kuruluş, 150’den fazla ülkede, 750 binin üzerinde birliği temsil etmektedir. Üyeleri arasında, 50’ye yakın ulusal ve uluslararası otel ve restoran zincirleri, bir çok bağımsız otel ve restoran işletmecisi, 110’un üzerinde ulusal otel ve restoran birlikleri ve otel ve restoran sektöründe hizmet veren 130 eğitim kuruluşu bulunmaktadır.

Sektördeki uluslararası düzeydeki en büyük işçi sendikası ise Gıda, Tarım, Otel, Restoran, Catering, Tütün ve ilgili işkolları işçileri Uluslararası Birliği (The

---

<sup>121</sup> James R. Keiser, *Principles and Practices of Management in the Hospitality Industry*, s.238



International Union of Food, Agricultural, Hotel, Restaurant, Catering, Tobacco and Allied Workers Associations – IUF) dir. 118 ülkede bulunan, 326 birliğe bağlı 10 milyon işçiyi temsil eden kuruluşun, işkolu ve coğrafi bölge esasına göre alt örgütleri bulunmaktadır: Uluslararası Ulaşım İşçileri Federasyonu (The International Transport Workers Federation – ITF) ve seyahat acentasında çalışan işçileri temsil edip, işçilerin IUF ile bağlantılarını sağlayan Uluslararası İşağı Birliği (Union Network International – UNI). Avrupa Ticaret Birliği İlişkiler Komitesi Turizm Bölümü ise Avrupa’da turizm endüstrisinde çalışanlar ile IUF arasındaki bağlantıyı sağlamaktadır<sup>122</sup>.

Turizm sektöründeki çalışanlar diğer sektörlerle nazaran, daha az örgütlenme eğilimi içerisindedir. Sektördeki işletmelerin daha çok, küçük ölçekli olması nedeniyle, endüstrideki sendikalaşma oranı %10 kadar düşük bir orandadır. Büyük şehirlerdeki belli başlı otellerde çalışanların sıklıkla örgütlenmelerine karşın, küçük çaplı veya şehir merkezleri dışında hizmet veren otellerde çalışanların örgütlenmeleri daha zayıf kalmaktadır. Örneğin, önemli bir turizm potansiyeline sahip Kanada’da, şehir merkezindeki ve havaalanı çevresindeki otellerin %80’inde, çalışanlar 1990’lı yılların ortalarında, şehir merkezi dışındaki otellerde çalışanlar ise ancak, 1990 yılların sonlarında örgütlenebilmişlerdir<sup>123</sup>. Öte yandan, turizm istihdamının daha çok genç nüfus yapısına sahip olması, sektördeki sendikalaşma eğilimini olumsuz olarak etkileyen bir faktör olarak görülmektedir. Çünkü, genç işgücünün işsiz kalma riskinin yüksek olması ve işgücü devrinin gençlerde daha çok olması nedeniyle, bu işgücü grubunun sendikalaşma eğilimi zayıflamakta, dolayısıyla endüstrideki sendikalaşma oranı düşük kalmaktadır. Yine, sektörün özelliği nedeniyle, mevsimlik, geçici ve part-time işçi kullanımının sektör bazında yaygın olması, sendikalaşma eğilimini olumsuz olarak etkileyen diğer faktörlerdir. İngiltere’de yapılan bir araştırmada, sendikada geçici süre çalışan işgörenin sürekli çalışan işgörene göre, sendikaya üye olmanın kendilerine sağlayacağı faydalar konusunda daha şüpheli oldukları ve geçici süre çalışan işgörenin sendika üyeliği konusunda daha isteksiz olduğu tespit edilmiştir<sup>124</sup>.

<sup>122</sup> <http://www.iuf.org> adresinden 14.09.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>123</sup> D. Stokes:“Bargaining power”, originally published in *Hotelier*, Toronto, Mar.-Apr. 1997, s.27-30.

<sup>124</sup> Keiser, a.g.e, s.239

Turizm endüstrisi sendikaları, çalışanların haklarını ve çalışma koşullarını korumak için öncelikle, ulusal toplu görüşme ve antlaşmalara güvenmektedir. Genelde, endüstrideki sendikaların çoğunluğu, çalışma sürelerinin düzeltilmesi, ücretlerin artırılması, işçi sağlığı, iş güvenliği gibi konuların görüşülmesine katılmaktadırlar. Bu görüşmelere sendikaların katılımı, daha önceden beri süre gelen çalışma sürelerinin düzeltilmesi konusunda etkili bir sonuç vermemiştir. İstihdamın yapısına yönelik yapılan araştırmalarda, çalışanların endüstride karşılaştığı en önemli sorunların başında çalışma sürelerinin geldiği görülmektedir<sup>125</sup>. Amerika’da yapılan bir araştırmada, ülkedeki otel ve restoranlarda çalışanların üye oldukları sendikalardaki üye sayısının önemli bir düşüş gösterdiği tespit edilmiştir. 1970 yılında 507 bin olan sendikalı otel ve restoran işgören sayısı 1989 yılında, 280 bine düşmüştür. Bu düşüşteki en önemli sebep olarak, bu sektörde çalışan işgücünün sendikal örgütlenmeye karşı isteksiz davranmaları gösterilmektedir. Çünkü otel ve restoranlarda çalışan işgörenin %40’ı haftada 35 saatin üzerinde çalışmakta ve sektörde çalışan işgörenler sıklıkla iş değiştirmektedir<sup>126</sup>.

Sektördeki sendikalar, benzer oranlarda endüstriyel eylemleri efektif olarak kabul etmektedirler. Sendikaların çoğunluğu, son beş yılda grev hareketine, gösterilere ve halk protestolarına aktif olarak katılmışlardır. Grev hareketine katılmalarının en önemli iki hedefi ücret ve çalışma koşullarıyla ve endüstrinin mevsimlik özelliğinden dolayı işten çıkarılmalarla bağlantılıdır. Endüstriyel eylemlerin en önemli nedenleri çalışma süreleri ve düzeni ve yeni çalışma uygulamaları ile bağlantılı konulardır.

Grev hareketi, sendikaların hem ulusal hem uluslararası düzeyde, hem global birleşme partnerleri tarafından tanınan hem de birleşme grupları dışında kalan sendikalar ile işbirliği yaptıklarında genellikle daha etkili olmaktadır. Bu konuda, 1997’de ITF tarafından British Airways kabin personelini desteklemek için kurulan dayanışma kampanyası örnek olarak gösterilebilir. Ancak, sektörün özelliği nedeniyle, sektör genelinde, part-time ya da geçici süreyle çalışanların çokluğu ve sektörde

---

<sup>125</sup> Employee development in tourism hospitality, Comparative study of hotel employment and employee development in Finland, Spain, UK and Bulgaria, funded by the European Commission under the Leonardo da Vinci Programme and supported by the IH&RA, 2000, s. 8.

<sup>126</sup> Chuck Y. Gee, International Hotel Management, s.330-331

uygulanan uygunsuz mesai saatleri çalışanlar arasındaki iletişimin düşük kalmasına neden olmakta ve sendikal hareketi olumsuz etkilemektedir.

### **A. Turizmi Geliştirme Politikalarında Sendikaların Etkisi**

İşçi ve işveren sendikaları, bir çok ülkede, turizmi geliştirme politikalarında önemli rol oynamaktadır. Uluslararası düzeyde, işçi ve işveren sendikaları turizmi geliştirme adına, 1992 yılında düzenlenen Birleşmiş Milletler Çevre ve Gelişim Konferansı'na katılarak önerilerde bulunmuşlardır. Konferansta, turizm, sağlanabilir gelişmeye olumlu yönde katkı sağlayabilecek, ekonominin kilit sektörlerinden birisi olarak tanımlanmıştır<sup>127</sup>. Yine, başka konuların yanı sıra, turizmin gelişimini tartışan, çözümler üretmeye çalışan Sağlanabilir Gelişme Komisyonu'nun 1999'daki yedinci toplantısında, sağlanabilir turizm gelişmelerinin sosyal boyutu geniş çapta ele alınmıştır. Toplantıda, iş dünyası ve endüstrisi Uluslararası Otel ve Restoran Birliği (IH&RA) ile Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC) tarafından temsil edilirken, çalışanlar da Uluslararası Serbest Ticaret Birliği Konfederasyonu (The International Confederation of Free Trade Unions – ICFTU) ve Ticari Birliklere Yardımcı Komite tarafından temsil edilmişlerdir<sup>128</sup>. İki grup temsilcileri, küreselleşme ve yabancı ülkelere yatırımdan kaynaklanan ülkelerarası rekabet ortamı nedeniyle, turizm sektöründeki çalışma koşullarında ve iş haklarında bozulmalar olduğuna dikkat çekerek, otel ve turizm personelinin eğitiminin ve turizmin istihdam yaratmadaki etkisinin önemine değinmişlerdir.

Bir çok gelişmiş veya gelişmekte olan ülkede, işçi ve işveren sendikalarının yerel ve merkezi düzeylerde eğitim politikaları üzerinde etkisi bulunmakta, personel eğitimi sendikalar tarafından idare edilmektedir. Örneğin, Kanada'da Otel Çalışanları ve Restoran Çalışanları Uluslararası Birliği (The Hotel Employees and Restaurant

---

<sup>127</sup> United Nations Department of Public Information: Press summary of Agenda 21, New York, 1992, s.3

<sup>128</sup> United Nations Commission on Sustainable Development, Seventh Session (CSD-7), New York, 19-30 April 1999: Tourism and sustainable development: The global importance of tourism, Background Paper No. 1, prepared by the World Travel and Tourism Council and International Hotel and Restaurant Association; and Tourism and sustainable development: Workers and trade unions in the web of tourism, Background Paper No. 2

Employees International Union – HERE), turizm çalışanlarına yönelik eğitim programları geliştiren Turizm İnsan Kaynakları Konseyi'ne yardımcı olmaktadır. Artan uluslararası rekabet çerçevesinde; sendikaların desteğiyle, turizm ürünlerinin kalitesinin geliştirilmesinde ve turizm eğitimi alanında hızla ilerlemeler kaydeden bir ülke olarak İspanya örneği verilebilir. Ülkede, sürekli eğitim hizmeti veren kuruluşların desteğiyle, işçi ve işveren örgütlerinin delegeleri tarafından oluşan sektörel komite, kamuya eğitim planlarıyla ilgili görüşlerini sunmakta ve ülkedeki turizm eğitim politikasına yön vermektedir.

Avrupa Birliği'nde de, 1999 yılında ECF-IUF ve FERCO, sürekli eğitim alanında, kadın-erkek ve kısmi süreli (part-time)- tam gün çalışanlar arasındaki ayrımcılığı ele alan “Avrupa Catering Sektöründe Mesleki Eğitim Antlaşması” imzalamışlardır. Bu antlaşmadan önce, ECF-IUF Avrupa catering sektöründe, sürekli eğitim üzerine bir anket araştırması hazırlamışlardır<sup>129</sup>. Araştırma sonuçlarında, eğitimin çalışanların kariyerlerini geliştirmede ve çalışanlara alternatif istihdam olanağı yaratmada yardımcı olduğu belirtilmiş ve işletmeler tarafından sürekli eğitimin düzenlendiği vurgulanmıştır.

---

<sup>129</sup> ECF-IUF: Continuous training practices in contract catering, Evaluation of questionnaire, Temmuz, 1999, s. 26

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK TURİZM ENDÜSTRİSİNDE İSTİHDAM ve ÇALIŞMA ŞARTLARI

#### I. TÜRK TURİZMİNİN GELİŞİMİ ve KÜRESEL TURİZMDE YERİ

Son yirmi yılda giderek etkisini hızla arttıran küreselleşme süreci, tüm toplumların ortak değerler transferinde bir araya gelmelerine yol açarken, değerler transferinde yoğun rekabeti de beraberinde getirmiştir<sup>130</sup>. Dünya tek pazarının bu rekabet sürecinde oluşan değerlere göre yeniden biçimlenmesi, toplumları değişime zorlamaktadır. 21. asrın değişen dünyasında, bazı endüstriler de aynen toplumlarda olduğu gibi, değişime anında ayak uydurmak zorunda kalacaklardır. Bunlar; finans, iletişim, sağlık, sigortacılık ve turizm gibi hizmet endüstrileridir. Bu sektörler içerisinde turizm sektörü, yeni küresel sistemde, özellikle ülkelerin ekonomik çıkmazlarına çözüm üreten bir sektör olması nedeniyle ön plana çıkmaktadır.

Türkiye'nin yıllardır bir çıkış yolu olarak gördüğü en önemli sektörlerden birisi turizm sektörüdür. Türkiye, son yıllarda küresel turizm arenasında önemli sayılabilecek gelişmeler göstermiş ve bu konuda dünyanın en hızla gelişen destinasyonlarından biri haline gelmiştir. Bu bölümde, ülkemizdeki turizm gelişmesinin dayandığı turizm politikalarının nereden nereye geldiği, Türk turizmin küresel arenadaki yeri ve Türk turizmindeki istihdam ve çalışma koşulları incelenecektir.

#### A. Türkiye'de Turizm Politikaları

Turizm politikası son yıllarda hükümetlerin, politikacıların, akademisyenlerin, bürokratların, iş adamlarının, genelde turizmle yakından-uzaktan ilgilenen her kesimin giderek daha sık kullandığı bir kavram haline gelmiştir<sup>131</sup>. Turizm politikası turizmin

<sup>130</sup> Ercan Tatlıdil, Küreselleşme Sürecinde Turizmin Ekonomik ve Sosyal Boyutları, s.189

<sup>131</sup> Feyza Sürücü, Turizm Sektöründe Ülkemizin Genel Politikaları, 21.yy'da Sürdürülebilir Turizm Politikaları, I. Uluslar arası Turizm Sempozyumu, 16-17 Aralık 1998, s.25

arz ve talep yönündeki durumunu belirlemede, turizm alanında uygulanan ve uygulanacak önlemlerin etkilerini araştırmakta, turizmin gelişmesi için yeni hedefler ve planlar ortaya koymaktadır. Bu yönüyle, ülkelerin sosyal ve ekonomi politikalarının ayrılmaz bir parçası olan turizm faaliyetlerine yönelik olarak plan ve politika geliştirmesi kaçınılmaz bir ihtiyaçtır.

Yüzyıllardan beri, seyahat eden insanların ilgisini yoğun bir biçimde üzerine toplayan Türkiye’de, turizm ile ilgili çalışmaların başlangıcını yaklaşık 180 yıl öncesine kadar geriye götürmek mümkündür. Osmanlı İmparatorluğu döneminde “Kırlangıç” adlı buharlı geminin alımıyla başlayan deniz taşımacılığı, 1829 yılında, Tersane-i Amire tarafından Kebir ve Sagir buharlı gemilerinin alınmasıyla gelişmeye başlamıştır. Diğer yandan, 1846 yılında, İstanbul’daki Aya İrini Kilise’sinin askeri müzeye dönüştürülmesi, 1863 yılında İstanbul’da Sergi-i Umumi-i Osmani adı ile ulusal bir fuarın açılması, aynı yıl yine İstanbul’da bir seyahat acentasının kurulması Türkiye’de turizmin ilk önemli olayları olarak kabul edilebilir<sup>132</sup>.

Daha sonraki yıllarda, Birinci Dünya Savaşı’nın başlaması ve Osmanlı İmparatorluğu’nun parçalanması ile, turizm yönelik çalışmalar büyük ölçüde duraklamıştır. Bu dönemde, turist gönderen ülkelerle savaşılması ve turistler için seyahat güvenliğinin azalmasının yanı sıra, yabancılara karşı güvensizlik duygusunun yaygınlaşması da turizmin gelişmesine etki eden faktörlerdir.

Cumhuriyet ile birlikte Türkiye, yeni bir toplumun dönüşümün ilk adımlarını atarken, tepeden tırnağına her kurumuyla, her sektörüyle yeniden yapılanmaya başlamıştır. Bu döneme bakıldığında, turizm alanındaki bir dizi atılıma rağmen, turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerinin ancak 1940’lardan sonra fark edildiğı ve 1960’lı yıllara kadar turizm alanında ciddi hiçbir girişimin olmadığı söylenebilir.

Türkiye’de, turizm sektörü ile ilgili ilk ciddi girişimler 1960’lı yıllarda başlamıştır. 1960 sonrası turizm sektörü için en önemli gelişme, sektörün bir hizmet

---

<sup>132</sup> İsmet S. Barutçugil, Turizm İşletmeciliğı, Uludağ Üniversitesi Yayını, 1982, s. 197

sektörü olarak kabul edilip, Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'na (1963-1967) alınmasıdır. Bu dönemin diğer önemli gelişmeleri; 1963 yılında Turizm Bakanlığı'nın ardından, 1972 yılında, günümüzde 4000'den fazla seyahat acentasının üye olduğu ve 1618 sayılı Seyahat Acentaları Birliği Yasasına dayalı olarak faaliyetlerini sürdüren Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)'nin kurulmasıdır.

Türkiye'de uygulanan planlar "kalkınma tipli plan" olarak nitelendirilmektedir. Bu planlar uzun dönemli olup, hızlı bir ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi için bütünsel bir ekonomide veya çeşitli sektörlerde karşılaşılabilecek sorunların çözümünü göstermektedir. Bu anlamda, turizm alanındaki ilk üç Kalkınma Planı ağırlıklı olarak; ülkenin ödemeler dengesindeki açığını kapatmada turizmden yararlanabileceğini belirtmekte, turizm gelirlerinin, turist sayısının ve ortalama tüketim harcamalarının artırılması, iç turizmin, dış turizmin ve sosyal turizmin geliştirilmesi, kitle turizmine yönelik yatırımlara ağırlık verilmesi ve bunun için de özel sektörün desteklenmesi konusunda yoğunlaşmaktadır. 1978 yılı Geçiş Programı'nda, turizm sektörünün gelişmesine ilişkin uzun vadeli hedefleri ortaya koyan "Turizm Sektörü Ana Politikası"ndan ve yine ilk kez, Türkiye'yi tanıtıcı yurt dışı tanıtım kampanyasından söz edilmektedir. Planlı döneme girildiğinden beri, turizm gelirlerinde ve yatırımlarında büyük artışlar yaşanmış, 1963-1980 yılları arasında turizm gelirleri 1 milyon dolardan 327 milyon dolara, yatak sayısı 16 bin civarından 56 bin'e ulaşmıştır. Ancak buna rağmen, turistik yatak arzı, Avrupa'dan kaynaklanan talep artışına karşılık, nitelik ve nicelik olarak önemli turizm potansiyeline sahip diğer Akdeniz ülkelerine göre yetersiz düzeyde kalmıştır.

Türkiye'de 1980 yılı, turizm sektörü açısından dönüm noktasıdır. 1980 sonrasında, sektörde büyük bir gelişme yaşanmış, gelen turist sayısında ve buna bağlı olarak döviz girdisinde artış olmuş ve özellikle 2634 sayılı "Turizmi Teşvik Kanunu" çerçevesinde, sektöre şimdiye kadar görülmemiş bir destek sağlamıştır<sup>133</sup>. Bu yasal düzenlemeyle, turizm alan, merkez ve bölge tanımları belirlenmiş, bu alanlarda altyapıyı kamunun yapması, kamu arazilerinin belli koşullar altında, belli bir süre için

---

<sup>133</sup> Yalçın, [http://www.makropolorus.com/ab\\_turizm.htm](http://www.makropolorus.com/ab_turizm.htm) adresinden 22.11.2005 tarihinde alınmıştır.

yatırımcıya tahsisi gibi pek çok teşvik unsurları getirilmiştir. Bu teşvik tedbirlerinin sağladığı ivme ile, 1982 yılında 62 bin olan turizm işletme belgeli yatak sayısı giderek yükselmiş ve 1990 yılında 173 bine, yatırım belgeli yatak sayısı ise 325 bine çıkmıştır<sup>134</sup>.

1990'lı yıllar, tanıtıma daha fazla kaynağın ayrıldığı ve Türkiye'nin dünya turizm arenasında adını duyurduğu bir dönem olmuştur. Bu dönem ile birlikte, uygulamaya konan gerek 1995 Geçiş Programı gerekse Altıncı ve Yedinci Kalkınma Planları'nda; tarihi ve fiziki çevre değerlerinin korunmasına, turizm mevsimin uzatılmasına, eğitilmiş personel ihtiyacının giderilmesine, turizmin çeşitlendirilmesine ve pazarlama çalışmalarına yönelik konulara önem verilmiştir. Anlaşıldığı gibi bu döneme kadar arz kapasitesini geliştirmeyi amaçlayan turizm politikaları geliştiren Türkiye, son zamanlarda, turizm politikalarında, küreselleşmenin de etkisiyle turizmin çeşitlendirilmesi, tanıtma, pazarlama, ürün ve hizmetin kalitesinin artırılması gibi konulara az da olsa ağırlık vermiştir. Turizm sektörü ile ilgili olarak planlarda uygulanmaya çalışılan konuları şu şekilde özetlemek mümkündür<sup>135</sup>:

- Türkiye'ye gelen turist sayısını arttırarak gerekli döviz sağlama ve ödemeler bilançosunun açığının kapatılmasında yararlanmak
- Turizmde öncelikli yöreleri tespit etmek, alt yapı ve fiziksel planlama faaliyetlerini tamamlamak
- İç turizm hareketlerini geliştirmek, bu amaçla özellikle çalışanlara tatil olanakları sağlamak
- Kitle turizmine uygun konaklama ve ulaştırma yatırımlarını teşvik etmek
- Yabancı yatırımcıları özendirmek
- Fiyat politikasını belirlemek ve tanıtma etkinliklerine ağırlık vermek
- Kamunun alt yapıyı, özel kesimin üst yapıyı gerçekleştirmesine yardımcı olmak
- Doğal varlıkların korunmasını sağlamak
- Teşvik ve kredi politikasını yönlendirmek
- Turizm eğitimi politikasını belirlemek

---

<sup>134</sup> Turizm Bakanlığı, Konaklama İstatistikleri Bülteni, Ankara,1999, s.8

<sup>135</sup> Kozak, s. 119



Genel olarak, Türkiye’de turizm sektörü ile ilgili olarak önerilen politikaların üç temel amaç çerçevesinde oluştuğu söylenebilir:

1. Uluslararası arenada rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisi geliştirmek
2. Turizm kaynaklarını, toplumun çalışan kitlelerinin ihtiyaçlarını karşılayacak şekilde geliştirmek
3. Yeniden üretilmez bir miras olan tarihi, kültürel ve doğal güzelliklerin zenginleştirilerek gelecek kuşaklara aktarılmasını sağlamak

Görüldüğü üzere, bugüne kadar hazırlanmış olan tüm kalkınma planlarında ve geçiş programlarında turizmin ekonomik yönüne önem verilmiş ve bu anlamda politikalar uygulanmıştır. Ancak, turizm politikalarında özellikle nitelikli işgücü oluşumunda turizm eğitimi, hizmet kalitesinin yükseltilmesi, teknolojik gelişmelerin kullanılması, turistlerin birer tüketici olarak haklarının korunması, çevre değerlerinin korunması gibi sosyal konulara gereken önem gösterilmemiştir. Turizmin sosyal yönüne şimdiye dek yapılmayan vurgu, Avrupa Birliği’ne üyelik sürecinde bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır<sup>136</sup>.

## **B. Küresel Turizm Endüstrisinde Türkiye’nin Yeri**

Türkiye yüzyıllardan beri, birçok positif ve negatif değerlerin kesiştiği bir coğrafyada bulunmaktadır. Bunlardan positif değerler olarak; Asya ile Avrupa’yı birbirine bağlayan İstanbul ve Çanakkale Boğazları, Avrupa’ya yakınlığı ile bilinen, modern dünya sentezini en iyi temsil eden tek İslam ülkesi olması, doğu ile batı değerlerinin kesiştiği bir noktada bulunması ve Balkanlar, Ortadoğu ve Kafkasya ülkelerinin oluşturduğu kargaşa üçgeninde en istikrarlı ülke olması gibi değerler sayılabilir. Ancak Türkiye tüm bu stratejik değerlerle birlikte, bazı negatif değerleri de barındırmaktadır. Bunlar; bütün sınır komşuları kaynayan, dünyanın en sıcak çatışmalarının yaşandığı ülkelere komşu olan, radikal islamın ve terörizmin kıskacında bir ülke olması, istikrarsız bir politik yapıya sahip olması gibi olumsuz gelişmelerdir.

---

<sup>136</sup> Yalçın, [http://www.makropolorus.com/ab\\_turizm.htm](http://www.makropolorus.com/ab_turizm.htm) adresinden 22.11.2005 tarihinde alınmıştır.

Türkiye; tarih, kültür, doğal değerler açısından da bir çok rakip ülkeye karşı rekabet üstünlüğü sağlayacak büyük bir zenginliğe sahiptir. Sahip olduğu ve çoğu henüz keşfedilmemiş doğal ve kültürel özelliklerinden dolayı, bir çok turistik ürüne sahip olan Türkiye, hem yaz turizminin hem de kış turizminin yaşandığı bir ülkedir. Üç tarafının denizlerle çevrili oluşu, eşsiz koyları, ince kum plajları ve bol güneşi ile Türkiye, büyük bir turizm potansiyeline sahiptir. Fakat, Türkiye’de turizm, 1980’li yıllara kadar önemsenmediğinden göreceli olarak genç bir sektör konumundadır. Gelişmelerin bir çoğu, son 20 yıllık dönem içerisinde yaşanmıştır. Bu dönemde Türk turizmi, hem ulusal ekonominin diğer sektörleriyle, hem de diğer ülkelerin turizm sektörleriyle karşılaştırıldığında önemli sayılabilecek bir gelişme göstermiştir.

Dünya ekonomisinde küreselleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, özellikle ulaştırma ve iletişim sektörlerindeki gelişmeler turizm sektörünün ekonomik boyutunu ön plana çıkarmıştır<sup>137</sup>. 1991-2001 döneminde küresel ekonomide toplam üretim artışı %3.5 olurken, küresel turizm gelirlerinin ise aynı dönemde yıllık artışı %6.6 olarak gerçekleşmiştir. Doğal olarak, turizm sektörü bir çok sektörü geride bırakarak bir numaraya yükselmiştir. Söz konusu dönemde, Türkiye’de turizm gelirleri yıllık %12.2’lik ortalama ile artarak dünya ortalamasını ikiye katlamıştır<sup>138</sup>. Ancak böyle bir gelişime rağmen, Türkiye’nin uluslararası turizmden yeterli bir pay aldığını söylemek mümkün değildir.

Tablo 17’yi incelediğimizde, 1963 yılından günümüze kadar geçen sürede, Türkiye’nin hem gelen turist sayısı bakımından hem de turizm gelirleri bakımından önemli sayılabilecek gelişmeler kaydettiği görülmektedir. Tablodan görüleceği üzere, Türkiye’ye gelen turist sayısı 1963 yılında 198 binden, dönüşümün yaşandığı 1980 yılında 1.288 bine kadar yükselmiştir. Türkiye ekonomisi içinde önemli etkilere sahip turizm endüstrisi, son 25 yıllık süreç içerisinde, özellikle terör sorununun had safhaya ulaştığı 1998-1999 yılları arasında kayıplar yaşamakla birlikte, 2000 yılında yükselme trendine girmiştir. 2000 yılında, Türkiye’ye gelen turist sayısı bir önceki yıla göre %39 oranında artarak tarihinde ilk kez 10 milyon düzeyini aşmıştır. 2000-2005 yılları

---

<sup>137</sup> Çeken, s. 135

<sup>138</sup> Tavik Köletavitoğlu, Türk Turizminin Geliştirilmesi, II. Turizm Şurası, Cilt:1, 2002, s.113

arasında Türkiye'ye gelen turist sayısını incelediğimizde, turist sayısının her geçen yıl arttığını, 2001 yılında 11.569 bin olan turist sayısının 2005 yılında 21.122 bine yükseldiğini görmekteyiz.

Diğer taraftan, turizm gelirlerine baktığımızda, gelirlerin 1980-2005 yılları arasında, gelen turist sayısına paralel olarak yıllar itibariyle arttığı görülmektedir. Buna göre; Türkiye'nin turizm geliri, 1980 yılında 326 milyon dolarken 2005 yılında 13.929 milyon dolara kadar yükselmiştir. Bu da Türkiye'nin dünya turizm gelirlerinden yıllık %1 ile %1.6 arasında pay aldığı anlamına gelmektedir.

**Tablo 17**  
**Yıllar İtibariyle Türkiye'ye Gelen Turist Sayısı ve Turizm Gelirleri**

yıllar	TURİST SAYISI (BİN)	DEĞİŞİM ORANI (%)	TURİZM GELİRLERİ (MİLYON \$)	DEĞİŞİM ORANI (%)
1963	198	-	7	-
1970	724	4.3	5.1	41.7
1980	1.288	-15.4	326	16.4
1981	1.405	9.1	381	16.9
1990	5.389	20.9	2.705	5.8
1998	9.752	0.6	7.177	2.4
1999	7.464	-23.4	5.193	-27.64
2000	10.412	39	7.636	47
2001	11.569	11	8.090	5.9
2002	13.247	14.5	8.491	4.7
2003	14.030	5.3	9.677	14.1
2004	17.517	24.86	12.125	25.3
2005	21.122	20.59	13.929	14.8

**Kaynak:** <http://www.kultur.gov.tr> adresinden 23.04.2006 tarihinde alınmıştır.

Türkiye'ye gelen turistlerin bölgelere göre dağılımını gösteren Tablo 18'e baktığımızda, 2003-2005 yılları arasında, Türkiye'ye gelen turistlerin yarısından fazlasını Avrupa ülkelerinden gelenlerin oluşturduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, Türkiye'ye yönelik turizm talebinin yaklaşık %60'ı OECD ülkelerinden, %27'si de Doğu Avrupa ülkelerinden gelmektedir. Doğu Avrupa ülkelerini sırasıyla Asya ve Afrika ülkeleri takip etmektedir.

**Tablo 18**  
**Türkiye'ye Gelen Turistlerin Bölgelere Göre Dağılımı**

<b>BÖLGELER</b>	<b>2003</b>	<b>%</b>	<b>2004</b>	<b>%</b>	<b>2005</b>	<b>%</b>
<b>AB(*)</b>	7.738.095	55.2	9.594.968	54.8	11.474.634	54.3
OECD	8.674.990	61.8	10.806.760	61.7	12.800.358	60.6
Doğu Avrupa	3.796.225	27.1	4.836.286	27.6	5.783.514	27.4
Asya	1.335.742	9.5	1.626.889	9.3	2.223.519	10.5
Afrika	181.653	1.3	197.712	1.1	233.159	1.1
Latin Amerika	26.988	0.2	30.737	0.2	59.249	0.3
Diğer	13.960	0.1	19.226	0.1	22.999	0.1
Toplam	14.029.558	100	17.517.610	100	21.122.798	100

(\*) AB verileri OECD rakamları içindedir.

**Kaynak:** <http://www.kultur.gov.tr> adresinden 23.04.2006 tarihinde alınmıştır.

Aynı dönemde Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turistlerin ülkelere göre sıralamasında; ülkelerin yerlerinin değişmediği Tablo 19'da görülmektedir. Buna göre, Türkiye'ye gelen turistlerin ülkelere göre dağılımında; Almanya 4.243.602 turist ile birinci, BDT ülkeleri 3.431.860 turist ile ikinci, İngiltere 1.758.072 turist ile üçüncü sırada yer alırken, ilk üç ülkenin turist sayısının toplam turist sayısı içindeki payı %44.7 dolayındadır. Bu ülkeleri sırasıyla, Bulgaristan ve Hollanda ülkeleri takip etmektedir.

**Tablo 19**  
**Türkiye'ye Gelen Turistlerin Ülkelere Göre Dağılımı**

ÜLKELER	2003	%	2004	%	2005	%
Almanya	3.332.451	23.8	3.983.939	22.7	4.243.602	20.1
BDT	2.121.254	15.1	2.792.123	15.9	3.431.860	16.3
İngiltere	1.091.404	7.8	1.387.817	7.9	1.758.072	8.3
Bulgaristan	1.006.612	7.2	1.309.885	7.5	1.621.916	7.7
Hollanda	940.098	6.7	1.191.382	6.8	1.254.209	5.9
İran	497.282	3.5	628.726	3.6	956.979	4.5
Fransa	470.582	3.4	548.858	3.1	701.192	3.3
Yunanistan	393.517	2.8	485.417	2.8	584.952	2.8
Belçika	308.118	2.2	426.971	2.4	503.825	2.4
Avusturya	379.830	2.7	455.863	2.6	486.066	2.3
Toplam	14.029.558	100	17.517.610	100	21.122.798	100

**Kaynak:** <http://www.kultur.gov.tr> adresinden 23.04.2006 tarihinde alınmıştır.

2001 yılında, Devlet İstatistik Enstitüsü ve Turizm Bakanlığı işbirliği ile gerçekleştirilen Yabancı Ziyaretçiler Araştırması sonuçlarına göre; Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin %46.4'ü Gezi ve Eğlence amacıyla gelmiş olup, bu grubu sırasıyla; Kültür (%8.1), Alışveriş (%7.4) ve Yakınları Ziyaret (%7.0) amaçlı gruplar takip etmiştir. Bu grupların %59'unu erkekler, %41'ini ise kadınlar oluşturmuştur. Anket sonuçlarının yaş grupları açısından değerlendirilmesi yapıldığında; erkeklerin %7.8'inin 15-24, %47.1'inin 25-44, %36.2'sinin 45-64, %8.9'unun 65 ve üzeri yaş grubunu oluşturduğu, buna karşın kadınların ise %10.1'inin 15-24, %48.7'sinin 25-44, %32.5'inin 45-64 ve %5.7'sinin 65 ve üzeri yaş grubunu oluşturduğu gözlemlenmiştir. Aynı araştırma sonuçlarına göre, Türkiye'yi ziyaret eden turistlerin seyahatlerini organize ediş şekline bakıldığında; ziyaretlerin %36.6 oranında bireysel, %63.4 oranında seyahat acentaları aracılığı ile organize edildiği anlaşılmıştır. Turistlerin Türkiye'ye gelmeden önce başvurdukları "Ana Bilgi Kaynakları"nın ise; ağırlıkla

%33.0 oranında seyahat acentaları ve %25.2 oranında akraba ve arkadaş tavsiyesi olduğu görülmekle birlikte, bunları sırasıyla medya (%7.2), Türk Turizm Ofisleri (%3.3), ve turizm fuarları ve sergileri (%3.1) izlemiştir<sup>139</sup>.

Görüldüğü gibi, 21.yy'a girdiğimiz şu sıralarda Türkiye, sahip olduğu turistik potansiyeller sayesinde bir çekim merkezi haline gelmiştir. Sürekli artan bir trend izleyen Türk turizmi, hem turist sayısı açısından hem de turizm gelirleri açısından dünyada ilk 20 ülke arasına girme başarısını göstermiştir. Türkiye 2004 yılı verilerine göre, Avrupa ülkeleri sıralamasında, turizm sektöründe en fazla gelir artışının yaşandığı ülke konumundadır. 2001 yılı içerisinde Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu bir araştırmaya göre, 2010 yılında Türk turizm gelirlerinin 25 milyar dolara ve turist sayısının da 30 milyona ulaşacağı tahmin edilmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün yapmış olduğu bir diğer tahmine göre, 2020 yılında, dünyada 1.6 milyar insan turizm faaliyetine katılacak ve turizm gelirleri 2 trilyon dolara ulaşacaktır. Ve eğer Türkiye'nin dünya turizminden aldığı %1.6'lık payın hiç artmadan sabit kaldığı varsayılırsa, 2020'de Türkiye'nin turizm gelirlerinin 30 milyar dolara ulaşacağı söylenebilir. Şayet Türk turizminin gelişimi için ihtiyaç duyulan, yılda 100 milyon dolar tanıtım, 100 milyon dolar altyapı, 250 milyon dolarda teşvik sağlanırsa, 2020'de Türkiye'nin turist sayısının 60 milyona, döviz gelirinin de 50 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir<sup>140</sup>. Bu bilgiler ışığında, 21.yy'da turizm, Türkiye'yi sırtlayacak sektör konumuna gelecektir. Bu bakımdan kültürlerarası bir geçit görevi yapan Türkiye, 21.yy'daki gelişmelere paralel turizm politikaları hazırlamak zorundadır.

## **II. TURİZMİN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ ve ÖNEMİ**

Küreselleşme sürecinde, Türk turizminin ifade ettiği anlam, Türkiye'nin turistik arz ürünlerini koruyarak, turizm sektörünün küresel turizme daha etkin bir biçimde katılmasını sağlamak ve döviz gelirlerini arttırarak ekonomimizin küresel ekonomi ile bütünleşmesini sağlamaktır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için bu bir

<sup>139</sup> T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, Yabancı Ziyaretçiler Araştırması, s.4-6

<http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx> adresinden 23.04.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>140</sup> T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı 2002 Yılı Mali Bütçe Konuşması

zorunluluktur. Çünkü, Türkiye’de yatırımların artması, istihdamın yükselmesi, kalkınma düzeyinin hızlandırılması, bölgelerarası dengesizliğin azaltılması ve ödemeler dengesinin açığının giderilmesi gibi sorunların çözümü turizm sektörünün gelişimine bağlıdır<sup>141</sup>.

Türkiye’de turizm sektörünün önemi, planlı dönemin başladığı 1960’lı yıllardan beri vurgulanmış olmasına rağmen, gelişimi doğrultusundaki ilk adımlar ancak 80’li yıllarda atılmaya başlanmıştır. Türkiye’nin bu dönemle birlikte, turizmi önemli bir hükümet politikası olarak kabul ederek buna göre yönlendirici düzenlemeler yapması ve özellikle teşvikleri artırması turizm yatırımlarına ilgiyi çekmiş ve hız kazandırmıştır. Artan yatırımlar ve başarılı tanıtımlar sonucunda döviz gelirlerinde önemli artışlar sağlanması, milli gelire olan katkısı ve yarattığı iş ve istihdam hacmi ile turizm, genel ekonomi üzerinde büyük etkiler yaratmaya başlamış ve yarattığı etkilerle Türk ekonomisinin vazgeçilmez taşlarından biri olmuştur.

#### **A. Milli Gelire Etkisi**

Turizm sektörü sahip olduğu özellikler nedeniyle, bir çok sektörle doğrudan veya dolaylı olarak ilişki içerisindedir. Ülkemize gelen yabancı turistlerin ve iç turizme katılan yerli turistlerin yapmış oldukları turistik tüketim harcamaları ile artan turizm talebini karşılamak amacıyla yapılan turistik yatırımlar, hem turizm sektöründe hem de sektörü besleyen diğer sektörlerde yeni istihdam olanakları yaratmakta ve faktör gelirlerini arttırmaktadır<sup>142</sup>.

Turistlerin yapmış oldukları harcamalar sonucunda meydana gelen gelir, kişilerin gelir ve refah seviyelerini yükseltirken, döviz geliri olması nedeniyle de ülkemizin dışalım (ithalat) gücünü ve yeni yatırımlar yapabilme olanağını arttırmaktadır. Yatırımların artması aynı zamanda milli gelirin de artması demektir. Turizmde yaratılan gelirin başta tarım, inşaat, mobilya-dekorasyon, gıda ve benzeri pek

---

<sup>141</sup> Çeken, s. 139

<sup>142</sup> Hasan Olalı ve Alp Timur, Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988, s. 106

çok sektörü doğrudan veya dolaylı olarak etkilediği kuşkusuzdur. Ayrıca, turizm harcamalarının sektörel dağılımı konusunda çok genel olmakla birlikte, bazı sonuçlara ulaşan araştırmalar bulunmaktadır. Buna göre; bir ülkede turizm gelirinin yaklaşık %30'unun tarıma, %20'sinin çalışanlara, %15'inin turizm işletmelerine, %15'inin ticari kuruluşlara gittiği ve kalan %20'sinin ise vergi geliri olarak kamuya yansıdığı hesaplanmıştır<sup>143</sup>. Bu verilerden yola çıkarak, 2005 yılı turizm geliri olan yaklaşık 14 milyar doların; 4.200 milyon dolarının tarıma, 2.800 milyon dolarının çalışanlara, 2.100 milyon dolarının turizm işletmelerine, yine bir 2.100 milyon dolarının ticari kuruluşlara ve 2.800 milyon dolarının vergiler yoluyla kamuya yansıdığı hesaplanabilir.

**Tablo 20**  
**Turizm Gelirlerinin Gayri Safi Milli Hasıla İçindeki Payı (1992-2003)**

YILLAR	GSMH (1) (MİLYAR \$)	TURİZM GELİRİ (2) (MİLYAR \$)	PAY (2/1) (%)
1992	158	3.6	2.3
1993	179	4.0	2.2
1994	132	4.3	3.3
1995	170	5.0	2.9
1996	184	5.6	3.0
1997	192	7.0	3.6
1998	207	7.2	3.5
1999	185	5.2	2.8
2000	201	7.6	3.8
2001	145	8.1	5.6
2002	181	8.5	4.7
2003	239	9.7	4.1

**Kaynak:** <http://www.ttyd.org.tr/tablo10.htm> adresinden 23.04.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>143</sup> Kozak, s. 127



Turizmin Türkiye ekonomisi içindeki yerini belirleyebilmek için, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payının incelenmesi gerekmektedir. Tablo 20, turizm gelirlerinin GSMH içindeki payını yıllar itibariyle göstermektedir. Buna göre, turizmde dönüşümün yaşandığı 1980 yılından itibaren uygulanan teşviklerin etkisiyle, turizm yatırımlarındaki artış turizm gelirlerini arttırmıştır. Turizmden sağlanan döviz gelirlerinin GSMH içindeki payı son yıllarda, Marmara depreminin yaşandığı ve terör faaliyetlerinin has safhaya ulaştığı 1999 yılında %2.8'e düşmesi dışında sürekli artmıştır. Bu oran, 2001 yılında %5.6 ile en yüksek seviyesine çıkmış, 2002 ve 2003 yıllarında biraz gerileyerek sırasıyla %4.7 ve %4.1 olarak gerçekleşmiştir.

## **B. Ödemeler Dengesi ve İhracata Etkisi**

Ödemeler dengesi, bir ülkenin uluslararası ekonomik durumunu en iyi ve en açık şekilde gösteren bir ölçüdür. Hızlı nüfus artışı, düşük gelir düzeyi, işsizlik, eğitim, sağlık gibi sorunların var olduğu Türkiye'de, sorunların üzerine gidebilmek ve teknoloji, enerji ve alt yapı yetersizliklerini ortadan kaldırmak için büyük yatırımların yapılması gerekmektedir. Tüm bu yatırımların gerçekleştirilebilmesi için, Türkiye'nin dövize ihtiyacı bulunmaktadır. Diğer taraftan, sürekli olarak artan dış borç, anapara ve faizlerin ödemeleri döviz ile yapıldığından, Türkiye'nin dövize olan ihtiyacı günden güne artmaktadır.

Türkiye'nin söz konusu döviz ihtiyacını karşılayabilmesi için dışsatımı (ihracat) arttırması gerekmektedir. Bu anlamda yapılan tarımsal yada sanayi ürün ihracatı, önemli bir döviz kaynağı olmasına rağmen, artan ithalat faturasını karşılamaya her zaman yeterli olmamaktadır. Bu nedenle, çok az dışalım gerektiren ve önemli bir döviz girdisi sağlayan turizm sektörünü ön plana çıkarmak gerekmektedir. Türkiye'nin turizm politikasının en önemli hedeflerinden biri de, ödemeler dengesindeki açığın bir kısmının turizm gelirleri ile kapatılmasıdır<sup>144</sup>. Çünkü, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde en büyük sorun ödemeler dengesi açığı sorunudur.

---

<sup>144</sup> Orhan M. Sezgin ve Yıldırım Acar, Genel Turizm , Ankara, 1983, s. 43

Tablo 21’de görüldüğü üzere, turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapamadaki payı yıllar itibariyle dalgalanmalar gösterse de, genellikle 1996-2000 yılları arasında %27-37 aralığında gerçekleşmiştir. 1999 yılında yaşanan Marmara Depremi sonrasında, dış ticaret açığı yaklaşık %100 oranında artarak 27.178 milyon dolara ulaşmış, buna karşılık krizlerden ve dış etkenlerden çok çabuk etkilenebilen turizm gelirlerindeki toparlanma da istenilen seviyede olmamıştır. Bu sebeple, 2000 yılındaki turizm gelirlerinin dış ticaret açığını kapama oranı %28 seviyesinde kalmış ve Kasım 2000 ve Şubat 2001 krizlerini takiben uygulanan istikrar programı sonucu, dış ticaret açığındaki azalmaya karşılık turizm gelirlerindeki artış, turizm gelirlerinin dış ticaret açıklarını kapama oranını arttırmıştır<sup>145</sup>. Bu dönemde, turizm gelirin dış ticaret açığını kapama oranı (DTA), dış ticaret açığındaki büyük daralma sonucu %77’ye çıkmış, takip eden iki yılda ise dış ticaret açığındaki yükselme ile birlikte yine düşüş göstermiş ve 2003 yılında %56.6 olmuştur.

**Tablo 21**

**Turizm Gelirlerinin Dış Ticaret Açıklarını Kapamadaki Payı (1996-2003)**

<b>YILLAR</b>	<b>DIŞ TİCARET AÇIĞI (1) (MİLYON \$)</b>	<b>TURİZM GELİRİ (2) (MİLYON \$)</b>	<b>PAY (2/1) (%)</b>
1996	20.402	5.650	27.7
1997	22.298	6.208	27.8
1998	18.947	7.177	37.9
1999	14.100	5.203	36.9
2000	27.178	7.636	28.1
2001	10.500	8.090	77
2002	13.500	8.473	62.8
2003	16.230	9.676	56.6

**Kaynak:** [www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler](http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler) adresinden 23.04.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>145</sup> Muhsin Kar, Ebru Zorkirişçi ve Metin Yıldırım, Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme, Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi, No:8, 2004, s.96

Tablo 22 ise, döviz gelirlerinin ihracattan elde edilen döviz gelirleri içindeki payını göstermektedir. Buna göre; 1992-2003 yılları arasında, dış faktörlere bağlı turizm sektöründe Marmara depreminin olduğu 1999 yılında turizm gelirlerinin ihracat içindeki payı %19 civarında olurken, diğer yıllarda ise %20'nin üzerinde gerçekleşmiştir. Bu oran, 2000 yılında %27.3 ile en yüksek seviyeye yükselmiş, daha sonraki üç yıl içinde biraz gerileyerek sırasıyla %25.9, %23.5 ve %20.7 olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 22**  
**Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı (1992-2003)**

<b>YILLAR</b>	<b>İHRACAT GELİRİ</b> <b>(1) (MİLYAR \$)</b>	<b>TURİZM GELİRİ</b> <b>(2) (MİLYAR \$)</b>	<b>PAY</b> <b>(2/1) (%)</b>
1992	14.7	3.6	24.5
1993	15.3	4.0	26.1
1994	18.1	4.3	23.8
1995	21.6	5.0	23.1
1996	23.2	5.6	24.1
1997	26.3	7.0	26.6
1998	27.0	7.2	26.7
1999	26.6	5.2	19.5
2000	27.8	7.6	27.3
2001	31.3	8.1	25.9
2002	36.1	8.5	23.5
2003	46.9	9.7	20.7

**Kaynak:** <http://www.ttyd.org.tr/tablo10.htm> adresinden 23.04.2006 tarihinde alınmıştır.

### **C. Turizm Yatırımlarına Etkisi**

Bir ülkeye turistlerin gelmesi, bu ülkede önemli harcamalar yapması ve yaptıkları ziyaretlerin ekonomik ve sosyal sonuçlar doğurması, devleti ve özel

girişimcileri ÷lkeye daha fazla turist çekmek amacıyla yatırım yapmaya teşvik edecektir.

Yatırım, gelecekte sağlanabilecek bir dizi faydanın beklentisi ile sahip olunan kaynakların mevcut kaynaklara aktarılmasıdır. Turizmde yatırım, turizm işletmesinin amacı olan faaliyetlerin tatmin edici koşullar içerisinde yapılabilmesi, geliştirilebilmesi, rekabet gücünün korunabilmesi için, bir yıldan uzun süre kullanılacak sermaye mallarının temin edilmesi ve gerekli döner sermaye varlıklarının satın alınmasıdır<sup>146</sup>. Diğer bir ifadeyle; turizm yatırımları, turistlerin konaklama, yeme-içme, eğlenme ve dinlenme ihtiyaçlarını karşılayan tesis, arazi ve teçhizatların bütününe ifade etmektedir.

Turizm alanında gerçekleştirilen yatırımları üç başlık altında incelemek mümkündür<sup>147</sup>:

- **Altyapı yatırımları:** Merkezi veya yerel yönetimlerce doğrudan turizm sektörüne dönük olmayan yatırımlardır. Yol, liman, havaalanı gibi yatırımlar bu grupta değerlendirilmektedir.
- **Konaklama tesisleri yatırımları:** Turizme katılan kimselerin başta konaklama üzere yeme-içme, eğlence vb. hizmetlerini üreten işletmelere yapılan yatırımlardır. Otel, motel, tatil köyü, oberj gibi yatırımlar bu kapsamda değerlendirilmektedir.
- **Diğer hizmet tesisleri yatırımları:** Alt yapı ve konaklama tesisleri dışında kalan ve herbiri kendi alanında ayrı hizmetler sunan, turistlerin yeme-içme, eğlenme, spor yapma, alışveriş gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan lokanta, gazino, kafeterya, çay bahçesi, yüzme havuzu, spor tesisleri, plajlar vb. hizmetlerdir.

Turizm önemli bir ekonomik faaliyet olmasına rağmen, bu alanda planlanan yatırımlar, 1980'li yıllara kadar yetersiz bir düzeyde kalmıştır. 1980-1983 yılları arasında yaşanmakta olan duraklama devam etmiş ve turizm yatırımlarında, bu sektöre yapılan yatırımları özendirmek için, 1983 yılında yürürlüğe giren 2634 sayılı "Turizm

---

<sup>146</sup> Ali Çımat, Ozan Bahar, Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi, Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi, No: 6, 2003, s.12

<sup>147</sup> Kozak, s.125

Teşvik Kanunu'nun etkisini göstermeye başlaması ve özellikle sektörün 1985 yılında, kalkınmada özel önem taşıyan sektör kapsamına alınması ile birlikte artış gözlenmiştir.

**Tablo 23**  
**Turizm Yatırımlarının Sermaye Yatırımları İçindeki Payı (1980-2003)**

YILLAR	TOPLAM YATIRIMLAR (1) (MİLYAR \$)	TURİZM YATIRIMLARI (2) (MİLYAR \$)	PAY (2/1) (%)
1980	11952.0	73.1	0.6
1985	10707.9	153.4	1.4
1986	13573.5	316.3	2.3
1987	16437.9	438.2	2.6
1988	16886.2	550.8	3.2
1989	18052.7	726.3	4.0
1990	24649.5	992.2	4.0
1991	24555.0	976.0	4.0
1992	37619.0	1082.0	2.9
1993	47834.0	1056.0	2.2
1994	32060.0	712.0	2.2
1995	41182.0	974.0	2.4
1996	46314.0	980.0	2.1
1997	51000.0	1050.0	2.1
1998	50120.0	1450.0	2.8
1999	41335.0	1625.0	3.9
2000	46940.0	1860.0	4.0
2001	27142.0	1181.0	4.3
2002	33234.0	1538.0	4.6
2003	44500.0	2718.0	6.1

**Kaynak:** 1980-1988, 1989-2003 DPT Ekonomik Göstergeler

Turizm yatırımlarının toplam sermaye yatırımları içindeki payı, sektöre sağlanan bu imkanların etkisiyle, Tablo 23'den de anlaşıldığı gibi, 1983-1991 yılları arasında sürekli artan bir trend izleyerek %4 seviyesine ulaşmıştır. Ancak 1992 yılından itibaren, turizm yatırımlarının toplam sermaye yatırımı içindeki payı, Körfez Savaşı'nın ve teşviklerdeki duraklamanın etkisiyle gerilemeye başlamış ve 1997 yılına kadar %2.1 seviyesine kadar düşmüştür. 1998 yılı sonrasında ise, özel sektör yatırımlarının artması ile bu düşüş yerini yeniden hareketlenmeye bırakmış ve 2000 yılında %4 ve 2003 yılında %6 seviyesine ulaşmıştır.

### **III. TÜRKİYE'DE TURİZM ENDÜSTRİSİNDE İSTİHDAM VE İŞGÜCÜ PİYASASI**

#### **A. Türkiye'de Turizmin İstihdama Etkisi**

Herhangi bir sektörün ekonomi üzerinde gözle görülebilir en önemli ve belirgin etkilerinden biri yaratılan istihdamdır. Turizm sektörünün ekonomi üzerindeki etkisi, sadece turistik tüketim harcamalarının yapılması ve bu yolla gelir yaratılmasından ibaret değildir. Bununla beraber, turizm talebini karşılamak için işletmelerin yeni yatırımlar gerçekleştirmeleri ve dolayısıyla doğası gereği emek-yoğun üretim tarzına sahip olan bu sektörün gelişimi, istihdam olanakları yaratarak ülkelerin ekonomilerine katkılar sağlamaktadır<sup>148</sup>. Ayrıca, Türkiye gibi işsizlik sorunuyla karşı karşıya bulunan ülkelerde turizm, az yatırımla çok işgücü yaratma özelliği ile, istihdam olanaklarını arttırdığı gibi, işsizlik sorununun da çözümünde önemli bir rol oynamaktadır.

Türkiye, hızla artan nüfusun kentlerde yoğunlaşması nedeniyle, işgücünün önemli bir kısmı için, iş bulma olanakları kısıtlı bir ülkedir. Özellikle ekonomik kriz dönemlerinin oluşturduğu ortam, çalışabilecek durumdaki insanlara yeni iş sahaları açma konusunda bir takım zorluklar yaratmaktadır. Mevcut koşullar içerisinde, Türkiye sahip olduğu bir takım kaynaklarla bu sorunları giderebilir. Bu kaynaklardan biri ve belki de en önemlisi turizmdir. Türkiye gerek bulunduğu konum, gerek sahip olduğu

---

<sup>148</sup> Kar, s.90

temiz plaj ve koylar, gerekse dört mevsimin bir arada yaşandığı bir ülke olması sebebiyle bir turizm cenneti görünümündedir. Türkiye'nin sahip olduğu bu değerleri turizm amaçlı kullanması, istihdamı arttıracığı gibi işsizliği de azaltacaktır.

Turizm faaliyetlerinin diğer sektörlerden ayrı bir yapıya sahip olması ortaya çıkan istihdam istatistiklerinin ayrıntılı bir biçimde elde edilmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, Türkiye'de turizm sektöründeki istihdam miktarı değişik yollarla tahmin edilmektedir. Türkiye'de yapılan çeşitli araştırmalar, konaklama tesislerinde yatak başına 0.5 kişinin istihdam edildiğini göstermektedir. 2004 yılının Ağustos ayı istatistiklerine göre; Turizm Bakanlığı Belgeli Yatak sayısı 685.000 civarındadır<sup>149</sup>. Bu durumda, konaklama tesislerinde istihdam edilen işgücü sayısı 342.000'i bulmaktadır. Bu rakama marina ve yatçılık, ulaştırma şirketleri, seyahat acentaları, alış-veriş merkezleri gibi turizmle ilgili çeşitli birimlerde çalışan işgücünü ilave ettiğimizde, sektördeki doğrudan istihdam edilen işgücü sayısı yaklaşık 600 bini bulmaktadır. Yine, aynı araştırma sonuçlarına göre, turizmde bir birim doğrudan istihdam yan sektörlerde 1.5 birim dolaylı istihdam yaratmaktadır. Böylece, turizm sektöründe dolaylı olarak istihdam edilen işgücü sayısı 900.000'i, doğrudan ve dolaylı istihdam toplamı ise 1.500.000'u bulmaktadır.

Tablo 24, Türkiye'de, DİE'nin yayınladığı turizm sektörüne ait istihdam istatistiklerini göstermektedir. Tablodan da görüldüğü gibi, turizm sektörünün yarattığı istihdamın toplam istihdam içindeki payında istikrarlı bir artış söz konusudur. 1993 yılında, turizm sektöründe istihdam edilen işgücü sayısı 1.655.203 kişi iken, bu rakam 1997 yılına gelindiğinde 2 milyon kişiyi aşmıştır. Bu, toplam istihdam edilen işgücünün yaklaşık %10.66'sına tekabül etmektedir. DİE'nin 2001 yılı verilerine göre ise, turizm endüstrisinde 1.007.793 kişi doğrudan, 1.511.689 kişi dolaylı olmak üzere toplam 2.519.482 kişi istihdam edilmiş ve turizm istihdamının toplam istihdam içindeki payı %12.76'ya ulaşmıştır.

---

<sup>149</sup> www.ttyd.org/tablo7.htm adresinden 28.04.2006 tarihinde alınmıştır.

**Tablo 24**  
**Türkiye’de Turizm Endüstrisinde İstihdam**

<b>YILLAR</b>	<b>DOĞRUDAN İSTİHDAM</b>	<b>YILLIK DEĞİŞİM ORANI (%)</b>	<b>DOLAYLI İSTİHDAM</b>	<b>DOĞRUDAN + DOLAYLI İSTİHDAM (1)</b>	<b>TÜRKİYE’DE TOPLAM İSTİHDAM (2)</b>	<b>PAY (1/2) (%)</b>
1993	662.081	-	993.122	1.655.203	18.600.000	8.90
1994	711.477	7.46	1.067.216	1.778.693	20.078.000	8.86
1995	703.022	-1.19	1.054.532	1.757.554	20.546.000	8.55
1996	760.916	8.24	1.141.374	1.902.290	21.015.000	9.05
1997	891.334	17.14	1.377.000	2.228.334	20.900.000	10.66
1998	975.399	9.43	1.463.099	2.438.498	21.374.000	11.41
1999	1.012.152	3.77	1.518.277	2.530.379	21.860.000	11.58
2000	1.009.211	-0.29	1.513.816	2.523.027	20.934.000	12.05
2001	1.007.793	-0.14	1.511.689	2.519.482	19.742.000	12.76

**Kaynak:** DİE, <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler> adresinden alınmıştır.



**Tablo 25**  
**AB Ülkeleri'nde ve Türkiye'de**  
**2010 Yılına Kadarki Tahmini Turizm İstihdam Artış Oranı**

<b>ÜLKELER</b>	<b>YILLIK ARTIŞ ORANI (%)</b>
İrlanda	4.3
Türkiye	3.9
İspanya	3.0
Portekiz	2.8
Danimarka	2.3
İngiltere	2.3
Lüksemburg	2.1
Finlandiya	2.0
İsveç	1.6
Almanya	1.5
Fransa	1.4
Avusturya	1.1
Belçika	0.8
İtalya	0.7
Hollanda	0.5
Yunanistan	0.1

**Kaynak:** WTTC, a.g.e., s.21

TÜRSAB Ar-Ge Departmanı tahminlerine göre, 2003 yılı sonu itibariyle, turizm endüstrisindeki doğrudan istihdam 1 milyon 200 bini aşmış ve dolaylı istihdamla birlikte endüstride toplam istihdam 3 milyon sınırını geçmiştir<sup>150</sup>. Tablo 25, Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC)'nin 2010 yılına kadar, AB ülkelerinde ve Türkiye'de turizm endüstrisinin yarattığı yıllık istihdam artış oranlarına ilişkin

<sup>150</sup> www.tursab.org adresinden 27.04.2006 tarihinde alınmıştır.

tahminlerini göstermektedir. Buna göre, Türkiye'nin 2010 yılına kadarki dönemde yıllık toplam istihdam artışının %3.9 olması beklenmektedir<sup>151</sup>. Tablodan da görüleceği gibi, Türkiye İrlanda'dan sonra, AB ülkeleri arasında turizm sektöründe en fazla istihdam artışın yaşandığı ülke olmakla beraber, turizm istihdamında İspanya, Portekiz gibi yüksek turizm potansiyeline sahip AB ülkelerini geride bırakmaktadır.

Türkiye'nin 2010 Turizm Vizyonu ve II. Hamle Dönemi Toplantısı'nda da, 2010 yılında turizm sektörünün doğrudan unsurları sayılan konaklama, yeme-içme, eğlence vb. alanlarında istihdam edilen işgücü sayısının 3 milyona ulaşacağı tahmin edildiği açıklanmıştır. Bu rakam, 2003-2010 döneminde 1.5 milyon kişinin daha sektörde istihdam olanağı bulacağını göstermektedir.

## **B. Türk Turizm Sektöründe İşgücü Piyasası**

Turizm sektörü gelişen, dinamik bir sektör olarak ülke ekonomilerine milli gelir içerisinde önemli bir pay oluşturmaktan istihdam yaratmaya kadar pek çok katkı yapmaktadır. Turizm sektörü, bu konumu nedeniyle, sektörü ekonomik kalkınmanın lokomotifleri olarak gören ve işsizlik sorunu çeken Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından bir çıkış noktası haline gelmiştir.

Potansiyeli bakımından 9.700 milyon dolar gelir yaratan, dış ticaret açığını kapamada önemli bir kalem niteliği taşıyan Türk turizm sektörü, sektörün makineleşme ve otomasyon imkanlarının sınırlı olması ve emek-yoğun özelliği taşıması nedeniyle, önemli bir istihdam yaratıcı özellik arz etmekte ve yaklaşık 3 milyon insana istihdam olanağı sağlamaktadır.

Özellikle son yıllarda kazandığı ivme ile hızla üst basamaklara doğru tırmanan ve giderek artan önemiyle ekonomi üzerinde önemli etkilere sahip olan Türk turizm sektöründe, sektörün istihdam yapısı ile ilgili çalışmalar 1989 yılından itibaren sektör gündeminde yer almaya başlamıştır. Bu amaçla, Uluslararası Çalışma Örgütü ve Kültür

---

<sup>151</sup> TÜRSAB, Seyahat ve Turizmin İstihdam ve Ekonomi Üzerindeki Etkisi, 2002, s.37

ve Turizm Bakanlığı, belli aralıklarla işgücü araştırmaları yapmaya başlamış ve bu araştırmalarda sektör çalışanlarının durumları farklı açılardan araştırılarak, gelecek için projeksiyonlar yapılmıştır. Bu araştırma sonuçlarından sektördeki erkek ve kadın çalışanların yaş gruplarına göre dağılımı ve sayısal gelişimi ve izlenebilmektedir.

İLO Ankara'nın yayınladığı "Turizm Endüstrisi ve İşgücü Araştırması" sonuçlarına göre; 1994 yılı itibarıyla, Türkiye'de konaklama sektöründe istihdam edilenlerin dörtte üçünden fazlasının yaşlarının 15 ila 34 arasında olduğu belirtilmiştir. Yine aynı araştırmada, restoran sektöründe istihdam edilenlerin yaklaşık %75'inin 15 ila 34 yaş grubu arasında ve seyahat acentalarında çalışan işgücünün %75'inden fazlasının 20 ila 39 yaş grubu arasında olduğu vurgulanmıştır<sup>152</sup>.

Türkiye'de toplam turizm istihdamında erkeklerin payı kadınların payından fazla olmakla birlikte, sektördeki aile tipi işletmelerin fazlalığı nedeniyle, kadınların istihdam oranında istikrarlı bir artış söz konusudur. Türkiye'de TİSK'in yaptığı bir araştırma sonucuna göre, sektörde istihdam edilen işgücünün % 82.6'sını erkekler, %17.4'ünü ise kadınlar oluşturmaktadır<sup>153</sup>. Sektördeki çalışma koşulları, uzun çalışma saatleri, hafta sonu yoğun çalışma şartları; sektörde çalışan kadınların istihdam oranının düşük kalmasına neden olmaktadır. Buna karşılık, konaklama ve restoran sektörüne nazaran, daha düzenli çalışma koşulları sunan seyahat acentalarında kadınların istihdam oranının daha yüksek olduğu söylenebilir. Erkek ve kadın yöneticilere yönelik yapılan diğer bir araştırma sonuçları ise, bütün departmanlarda erkeklerin oransal olarak kadınlara göre daha fazla istihdam edildiğini göstermektedir. Hatta, küçük tesislerde erkek çalışan sayısının kadın çalışan sayısının yaklaşık iki katı olduğunu söylemek mümkündür. Yine aynı araştırmada, kadın personelin yoğunlaştığı otel bölümlerinin %59 ile kat hizmetleri bölümü olduğu belirtilmiştir. Ayrıca, yiyecek-içecek servisi ve ön büro departmanı da kadınların daha fazla istihdam edildiği bölümlerdir. Bu bölümlerde üretilen hizmetlerin kadınlar tarafından daha kolay yapılabilir olması nedeniyle, kadınların yoğun olma özelliği gösterdiği söylenebilir.

---

<sup>152</sup> İLO Ankara, Turizm Endüstrisi ve İşgücü Araştırması, Ankara, 1994, s. 57-58

<sup>153</sup> [http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=77&id=5](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=77&id=5) adresinden 13.09.2006 tarihinde alınmıştır.

Büyük ölçüde genç ve erkek işgücünün istihdam edildiği ve kadınların en yoğun istihdam edildiği sektörlerden biri olan turizm sektöründe, işgücünün piyasasının en önemli özelliklerinden birisi sektörün mevsimsel özelliği taşıması yani diğer bir ifadeyle, turizm talebinin yapısı gereği yılın belirli aylarında (Mayıs-Ekim) yoğunlaşmasıdır. Bu nedenle, turizm işletmelerinin çoğu, sürekli çalışan personelin yanında sezonluk personel çalıştırmayı da tercih etmekte sonuçta, istihdam edilen personel sayısında, sezonluk talep değişimlerinden kaynaklanan aşırı dalgalanmalara rastlanmaktadır. Örneğin, yüksek sezonda işletmelerdeki çalışan işgücü sayısı, sezon sonunda işletmelerin kapanmasıyla birlikte en düşük seviyeye inmektedir. Turizm işletmelerinin büyük bir bölümünde, istihdamın mevsimsel özellik taşıması nedeniyle dalgalanmalar göstermesi, toplam turizm istihdamı içerisinde sezonluk ve geçici süreli istihdam şekillerinin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Özellikle sezonluk faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin daha çok, geçici işgücü istihdam etmeyi tercih ettiği söylenebilir. Bu istihdam şekillerinin artışı, turizm işgücü piyasasında genç ve kadın işgücünün kullanımını arttırmaktadır. Nitekim, okulda geçen zamanlarını turizm işletmelerinin esnek çalışma saatleri ile birleştirmek isteyen öğrencilerin ve gençlerin Türk turizm endüstrisindeki istihdam oranı günden güne artmaktadır.

Türkiye’de Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV) tarafından yapılan bir araştırmaya göre; araştırma kapsamındaki konaklama işletmelerinin içerisinde yıl boyu faaliyet gösteren işletmelerin sadece %3’ünde geçici personel bulunmamaktadır. Geri kalan %97’sinde ise, istihdam edilen işgücünün önemli bir kısmı geçici olarak çalışmaktadır ve toplam turizm istihdamı içerisindeki payı %35’dir. Yine aynı araştırma kapsamında, sadece sezonluk faaliyet gösteren konaklama işletmelerine bakıldığında ise, ortaya farklı bir tablo çıkmaktadır: Bu konaklama işletmelerinde istihdam edilen işgücünün %76’sı geçicidir ve istihdam içinde geçici işgücünün payı sadece üç işletmede %60’ın altına düşmekte, diğer işletmelerde en çok %94, en az %63 arasında değişmektedir<sup>154</sup>. Doğal olarak, işletmelerin yıl boyunca veya sezonluk faaliyette bulunması, çalışanların sürekli ya da geçici istihdam edilmelerinde belirleyici olmaktadır. Ancak, genel olarak Dünya Turizm Örgütü raporlarında da belirtildiği gibi,

---

<sup>154</sup> Turizm Geliştirme ve Eğitim Vakfı (TUGEV), Turizm Sektöründe İstihdamın Niteliği Üzerine Bir Değerlendirme, No:27, İstanbul, 1994, s.10-11

turizm istihdamı içerisinde sürekli, kadrolu istihdamın daha fazla olması istihdamın nitelik yapısını olumlu etkileyecektir.

Öte yandan, turizm endüstrisinin belirtilen mevsimlik özelliği, sektörde yoğun bir nitelikli işgücü sıkıntısını beraberinde getirmektedir. Özellikle, sezonluk faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin geçici işgücü istihdam etmeyi tercih etmesi nedeniyle, söz konusu işletmelerde işgücü seçimi ve işe alma genellikle üzerinde pek durulmayan, gelişigüzel çözümlenen konulardır. Bu işletmelerde, nitelikli işçi istihdam etmek sadece gider olarak değerlendirilmekte, kaliteli, nitelikli çalışanların sağlayacağı yararlar göz ardı edilmektedir. Bu bakımdan, sektör genelinde mesleki eğitim alanların istihdam oranı çok düşük seviyelerdedir. TİSK'in yapmış olduğu araştırmaya göre, sektörde istidam edilen çalışanların %35.8'i İlkokul, %16.2'si Ortaokul, %21.7'si Genel Lise, %15.3'ü Meslek Lisesi ve %11'i Yüksek Okul mezunudur<sup>155</sup>.

Türkiye'de turizm sektörünün istihdam yapısının diğer bir özelliği de, çalışma zamanının karmaşıklığı ve günlük çalışma sürelerinin fazla olmasıdır. Turizm işletmeleri resmi tatillerde, bayramlarda faal olarak çalışan, haftanın yedi günü 24 saat hizmet veren kuruluşlardır. Çalışma sürelerinin bu düzensizliği ve karmaşıklığı, sektörde çalışan işgücünün özel yaşantısını ve aile hayatını olumsuz bir biçimde etkilemektedir. Bu olumsuz etkilerin aynı zamanda çalışma hayatına da yansımaları kaçınılmaz olmaktadır.

## **1. Türk Turizminde Ücretler**

Türkiye'de turizm endüstrisinde çalışanların en önemli problemlerinden birisi düşük ücret sorunudur. Böyle bir problemle karşı karşıya kalınması, endüstride faaliyet gösteren işletmeler açısından önemli sonuçlar doğurmaktadır. Özellikle, belirli niteliklere sahip vasıflı işçinin diğer sektörlerdeki çalışanlara nazaran daha düşük ücret alması nedeniyle, çalışanlardan beklenen verimlilik arzu edilen seviyede olamamakta ve yüksek oranda bir işgücü devri ile karşılaşılabilir. Yapılan araştırmalar, yüksek

---

<sup>155</sup> [http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=77&id=5](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=77&id=5) adresinden 13.09.2006 tarihinde alınmıştır.

ücretlerin işgücü devrinin düşük olmasında etkin rol oynadığını göstermektedir. Benzer şekilde, konaklama işletmelerinde çalışan üzerinde yapılan bir araştırmada, çalışanların işlerini bırakmadaki en önemli etkenin ücret ve yetersiz maaş faktörünün olduğu belirlenmiştir<sup>156</sup>.

Bu konuda, OLEYİS (Türkiye Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre, sektörde çalışanların çoğunluğu aldıkları ücreti yetersiz bulmaktadır. Ücreti yetersiz bulan işgücünün önemli bir bölümünü, mevsimlik faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanlar oluşturmaktadır. Mevsimlik çalışanların %64'ü aldıkları ücretten memnun değilken, bunun yanı sıra sürekli çalışan işgücünün %47'si de ücret memnuniyetsizliği yaşamaktadır<sup>157</sup>. Sektörde ücretler açısından yaşanan bu olumsuz durum; çalışanların ve sektöre girmeye hazırlanan işgücünün niteliğini olumsuz olarak etkilemekte, bunun sonucu olarak yaygın bir mesleki eğitimle bütünleşemeyen, kalifikasyonu az bir istihdam yapısı ortaya çıkmaktadır.

## 2. Türk Turizminde Çalışma Şartları

Turizm endüstrisindeki çalışma koşullarından bahsederken öncelikle aşırı iş yükü, işlerin karmaşıklığı gibi hususlar akla gelmektedir. Gerçekten de emek-yoğun özelliği taşıyan turizm endüstrisinde, yüksek sezon olarak adlandırdığımız Mayıs-Ekim ayları arasında turizm işletmelerinin faaliyetlerinin yoğun olması, çalışanlarda bitkinlik ve ümitsizlik duygularını ortaya çıkararak çalışanların stres altına girmelerine neden olmaktadır. Çalışma hayatında yaşanan stres, turizm endüstrisi çalışanlarını fizyolojik ve psikolojik açıdan yıpratmakta ve hatta çalışanların sağlığını etkilemektedir. Davranışsal açıdan ise, çalışanların daha az verimli ve etkili olmalarına neden olmaktadır. Sektörde stresin yoğun olarak yaşanması, çalışanları, işten ayrılmalarına neden olabilecek kadar baskı altında bıraktırmaktadır<sup>158</sup>.

---

<sup>156</sup> Şule Aydın, Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi: İlkeler ve Uygulamalar, İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği, Mayıs, 2005, s.277

<sup>157</sup> OLEYİS, Turizm Sektörü Çalışanları Araştırması, Ankara, 1997, s.23

<sup>158</sup> Melih Topaloğlu ve Muharrem Tuna, Otel İşletmelerinde Stresin Değerlendirilmesi Ampirik Bir Çalışma, Anatolia : Turizm Araştırmaları Dergisi (Eylül-Aralık 1998), s.39

Turizm sektöründe, işgücü devir hızının yüksekliği bir anlamda çalışanların stres altında olduğunun bir göstergesidir. Çünkü, sürekli olarak yoğun stres altında çalışan işçi, iş tatmini konusunda sorun yaşayabilmekte ve bunun sonucunda işi bırakma eğilimine gidebilmektedir. Turizm endüstrisinde çalışan işgücüne yönelik yapılan bir araştırmanın sonucu, yaşanan stresin işi bırakma ile yakın ilişkisi olduğunu göstermektedir. Yine aynı çalışmada, buna ilişkin olarak, çalışanlara sırf aşırı stres nedeniyle işlerini bırakıp bırakmayacakları sorulduğunda, ankete katılanların %62'si işlerini bırakabileceklerini belirtmişlerdir<sup>159</sup>.

Öte yandan, zaman kavramının çok önemli olduğu turizm endüstrisinde çalışan pek çok insan, zaman baskısı hissetmektedir. Örneğin, kat hizmetlerinde çalışan görevlilerin, yeni giriş alıncaya kadar tüm odaları temizlemek zorunda oluşu, servis elemanlarının ve mutfak personelinin yemek saatlerine kadar yemekleri ve servisi hazır duruma getirme zorunluluğu çalışanların zaman baskıları yaşamalarına ve dolayısıyla strese girmelerine neden olmaktadır. Bu durum, iyi bir iş planlaması gerektirdiği kadar, iş saatlerinin düzeltilmesi ile de ilgilidir<sup>160</sup>.

Türk turizm endüstrisinde, çalışma zamanının karmaşıklığı ve günlük çalışma sürelerinin fazlalığı sorunu sıkça yaşanan problemlerin başında gelmektedir. Turizm işletmeleri, haftanın yedi günü 24 saat hizmet veren kuruluşlardır. Çalışma sürelerinin bu düzensizliği, sektörde çalışan işgücünün zaman baskısı hissetmesine neden olduğu kadar, kişinin özel yaşantısını, aile hayatını ve hatta sağlığını olumsuz bir biçimde etkilemektedir. Çalışma saatlerinin uzunluğu ve yeterince dinlenememe, çalışanların fiziksel dayanıklılıklarını ve dolayısıyla direnç, güç ve dikkat gibi hususları olumsuz etkileyeceğinden, işletme bünyesinde kazaların oluşmasına sebebiyet verebilmektedir. Örneğin, gece vardiyasında çalışan ön büro personelinde uykusuzluk, sosyal hayata adapte olamama gibi sorunlar çıkabilmekte veya restoran bölümünde çalışan servis elemanı, çalışma saatlerinin düzensizliği nedeniyle müşteri ile olan diyalogunda problem yaşayabilmektedir. Yine çamaşırhane bölümünde çalışan bir işçi, mevcut

---

<sup>159</sup> Topaloğlu ve Muharrem Tuna, a.g.e., s. 42

<sup>160</sup> Şule Aydın, a.g.e., s.331

makineler ve kullanılan deterjan ve kimyasal maddeler nedeniyle kendisini tehlike altında hissedebilmektedir. Benzer şekilde, mutfak personeli de yorgunluk, dikkat azalması gibi nedenlerle, kullandıkları pişirme araçlarıyla, iş kazalarına sebebiyet verebilmektedir. Bu konuya örnek olarak yemek sırasında yaşanan kazaları söylemek mümkündür.

Diğer taraftan Türkiye’de, çoğu turizm işletmelerinin yüksek ısı derecelerinin olduğu bölgelerde faaliyet göstermesi ve yaz mevsimlerinde işçilerin aşırı bir sıcak ortamda çalışmak zorunda olmaları işçilerde gerginlik ve stres yaratabilmektedir. Örneğin, havuz başında veya açık alanlarda çalışan işçiler aşırı sıcaklıklardan etkilenebilmektedir. Benzer şekilde, çamaşırhane veya mutfak bölümü gibi kapalı mekanlarda çalışan işçiler, hem aşırı sıcaklığa hem de yüksek oranda neme maruz kalabilmektedir. Bu şartlar, işçilerde stres yaratabilmekte dolayısıyla, işçilerin verimli çalışmasını olumsuz etkileyebilmektedir.

Türkiye’de turizm işletmelerinde işgücü verimliliğini etkileyen diğer bir husus ta cinsel tacizdir. İşçilerin müşterilerle yüz yüze geldikleri turizm işletmelerinde, müşterilerin işçiler tarafından olduğu kadar, işçilerin de müşteriler tarafından tacize uğrama olasılığı mevcuttur. Özellikle diğer sektörlerle nazaran, daha fazla kadın işgücünün istihdam edildiği turizm sektöründe, kadınların erkek yöneticiler ve iş arkadaşlarıyla çalışıyor olmaları nedeniyle, cinsel tacizlerin yaşanma olasılığı yüksek orandadır. Bu sebeple, cinsel taciz turizm işletmelerinin çözmesi gereken önemli konulardandır. Çünkü, hem çalışma koşullarının iyileştirilmesi hem de işçi devrinin azaltılması için, bu konuyla ilgili bir mücadele gerekmektedir.

### **3. Türk Turizm Sektöründe Eğitim**

Dünya Turizm Örgütü’nün verilerine göre, Türk turizmi 2020 yılına kadar %5 oranında büyüyecektir. Bu büyüme oranı Avrupa ülkeleri arasında en yüksek 4. büyüme



oranı olacaktır<sup>161</sup>. Geleceğin Türkiye'sinde ekonominin en önemli sektörlerden biri olarak kabul edilen turizm sektörünün, kendisine yönelen talebin ihtiyaçlarına cevap vermesi ve ülkeye daha fazla yarar sağlayabilmesi için, var olan alt yapı, üst yapı, nitelikli insan kaynağı gibi sektörel sorunların çözümüne odaklanması gerekmektedir. Çünkü turizm sektörü, diğer hizmet üreten sektörler gibi, verilen hizmetin niteliğine göre gelişen bir sektördür. Hizmetin niteliği sadece maddi unsurlara değil, daha çok istihdam edilenlere yani doğrudan hizmet üretenlerin niteliğine bağlıdır<sup>162</sup>. İşe uygun demografik özelliklere, mesleki yeterlilik ve deneyime sahip işçileri diğerlerinden ayıran en önemli özellik niteliksel değerlerdir. Yapılan işin kalitesi ancak çalışanların deneyimi ve sahip oldukları nitelikleri sayesinde ortaya çıkmaktadır. Bu sebepten dolayı, turizm alanında hizmet veren işgücünün hizmet içi eğitimi alması gerekliliği yanında, turizm alanına henüz adım atmamış olan işgücünün mesleki eğitim almış, nitelikli bir işgücü olarak sektörde çalışması gerekmektedir. Bu anlamda günümüzde, turizmi geliştirmek için yapılacak yatırımların başında çalışanların eğitimine yönelik yatırımlar öncelik kazanmaktadır.

Sektörel olarak istihdama önemli katkılar yapan Türk turizm sektörü için, işgücü piyasasında niteliksel olarak sağlanacak ilerlemeler büyük anlamlar ifade edecektir. Nitekim, turizm sektörünü geliştirmiş ya da geliştirmekte olan ülkelerde üzerinde önemle durulması gereken nokta da budur. Dünya Turizm Örgütü de bu konuda sürekli çalışmalar yapmakta, hazırlanan tavsiye programlarında ülkelere hizmette kaliteyi arttırmanın temel koşulunun işgücü niteliğinde sağlanacak gelişme olduğu belirtilmektedir. Yine aynı örgütün yapmış olduğu araştırmalar sonucunda, turizm endüstrisinin giderek artan oranda mesleki eğitime ve yönetici kadronun formasyonuna ihtiyaç duyduğu belirtilmektedir. Nitekim, özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde turizm endüstrisinde istihdam edilenlerin mesleki ve teknik bilgilerin yetersiz oluşu nedeniyle, kendilerinden istenilen hizmetleri istenilen kalitede yerine

---

<sup>161</sup> Tülay Polat Üzümcü ve Süheyla Bayraktar, Türkiye'de Turizm İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yüksek Öğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etiksel Açıdan İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması, İzmit, s.83 <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/02-05.pdf> adresinden 10.11.2006 tarihinde alınmıştır.

<sup>162</sup> Kılıç, a.g.e, s.66-67

getirememeleri, seyahat acentalarını bu ülkelere seyahat organizasyonları yapma konusunda çelişkide bırakmaktadır<sup>163</sup>.

Bir hizmet sektörü olarak nitelikli işgücüne ihtiyaç duyulan turizm sektöründe, mesleki bilgi kazandıran eğitimin amacı; çalışanların verimliliğini ve yeteneklerini arttırmak, yetki ve sorumlulukları arasında denge kurmalarını sağlamak ve karşılaşılabilecekleri problemler karşısında çözüm üretme kabiliyetlerini geliştirmektir. Türkiye’de turizm meslek eğitimi, Turizm Bakanlığı tarafından Turizm Eğitim Merkezleri (TUREM) adı verilen kurumlarda verilmektedir. Ancak verilen turizm eğitimin kısa olması, eğitmen konusunda yanlış tercihlerin yapılması, uygulanan pratik eğitimde yeterli alt yapının sağlanamaması gibi etkenler bu kurumların etkinliğini azaltmaktadır. Nitekim, Türkiye’de 2000’li yıllarda, üniversitelerin turizm ile ilgili bölümlerinden mezun olan öğrencilerin yaklaşık %80’sinin turizm sektörünü tercih etmeyerek başka sektörler yöneline, bu alanda verilen eğitimin yetersizliğinin en büyük göstergesidir. Bu kişilerin eğitimini aldıkları alanda çalışmaları ve turizm ile ilgili iş kollarını benimsemeleri ancak nitelikli bir eğitim ile mümkün olacaktır.

AB’ye giriş sürecinde bulunan Türkiye’de turizmin yarattığı ekonomik değerler göz önüne alındığında, AB’ye üye devletlerde istihdam politikalarının uygulanması konusunda Avrupa Konseyi’nce alınacak tavsiye kararlarına ilişkin öneriler arasında “yaşam boyu eğitim” ile “istihdam edilebilirlik” ilkesi çerçevesinde, mesleki eğitim çalışmaları ülkemizin gündemi ve geleceği açısından ayrı bir öneme sahiptir<sup>164</sup>. Bu anlamda AB, Türkiye’de, turizm sektöründe bir mesleki eğitim programını finanse etmiştir. Programın amacı, otelcilik sektöründeki çalışanların ve çalışacak olanların eğitimi konusunda Türkiye Turizm Bakanlığı’nın çabalarına katkıda bulunmaktır. Program için 2,4 milyon euro ayrılmıştır ve program, 1997’den 1999’a kadar devam etmiştir<sup>165</sup>.

---

<sup>163</sup> Yalçın, [http://www.makropolorus.com/ab\\_turizm.htm](http://www.makropolorus.com/ab_turizm.htm) adresinden 22.11.2005 tarihinde alınmıştır.

<sup>164</sup> Üzümcü ve Süheyla Bayraktar, a.g.e., s. 84

<sup>165</sup> AB Turizm Politikası, <http://www.deltur.cec.eu.int/abturizm.rtf> adresinden 10.04.2005 tarihinde alınmıştır.

Türkiye’de, turizm sektöründe çalışacak işgücü için uygulanan mesleki eğitimin yanında, hizmet içi eğitim de, turizm işletmelerinin çalışanları için uyguladığı eğitim yöntemlerinden birisidir. Ancak, Türkiye’de turizm işletmelerinde hizmet içi eğitim öncesinde, yönetim kadrosunca belirlenmesi gereken kısa, orta ve uzun vadeli stratejilerin, işletme amaçlarının çalışanlara benimsetilmemesi ya da çalışanlara bu konularda yeterli bilgi verilmemesi nedeniyle, uygulanan eğitimler planlanan stratejilerden uzak ve sadece kısa bir süreyi hedefleyen uygulamalar haline dönüşmektedir. Öte yandan, işletmelerin özellikle mevsimsel işçi çalıştırma yoluna gitmesi nedeniyle, sektörde hizmet içi eğitime yeterince önem verilmemektedir. Sonuç olarak, çalışanların verimliliğini arttırmak için uygulanan turizm eğitimlerinin sektöre nitelikli istihdam sağlanması konusunda etkinliğinin zayıf olması, turizm istihdamının nitelik olarak yetersiz kalmasına neden olmaktadır.

#### **4. Türk Turizm Sektöründe Sendikal Örgütlenme**

Türkiye’de turizm endüstrisinin öneminin geç fark edilmesinin bir sonucu olarak, sektördeki sendikalaşma olgusu da geç başlamıştır. Buna paralel olarak, turizm sektöründe sendikaların örgütlenmeye başlaması hayli gecikmiştir. İlk olarak 1936 yılında çıkarılan 3008 sayılı İş Kanunu ile sektördeki işçi-işveren arasındaki ilişkiler düzenlenmeye çalışılmıştır. Daha sonra, sınıf örgütlenmelerin kurulmasına izin verildiği ve sendikal örgütlenmenin yasal zemine kavuştuğu 1947 yılında, sektördeki ilk örgütlenen kesim otel ve lokanta işçileri olmuştur. Sektör işçileri ilk örgütlenmeyi 17 Nisan 1947’de, Ankara’da Garsonlar Cemiyeti’ni kurarak yapmışlardır<sup>166</sup>. Ancak, sektör bazında gerçek anlamda endüstriyel ilişkiler düzenine, 1963 yılında, 274 sayılı Sendikalar Yasası ve 275 sayılı Toplu İş Sözleşmesi Grev ve Lokavt Yasası ile geçilmiştir. Bu açıdan bakıldığında, turizm sektöründeki sendikalaşmayı 1980 öncesi ve sonrası olarak iki ayrı dönemde incelemek daha anlamlı olmaktadır. 1980 öncesi dönemde, 274 ve 275 sayılı yasaların sağladığı ortam içinde sendikacılık daha rahat bir gelişme ortamı bulmuşken, 1980 sonrasında çıkarılan 2821 ve 2822 sayılı yasaların

---

<sup>166</sup> <http://www.oleyis.org.tr/tarihce.asp> adresinden 15.11.2006 tarihinde alınmıştır.

kısıtlayıcı yaklaşımı ile sektördeki sendikalaşmanın gelişmesi ve yaygınlaşması yavaş bir biçimde gerçekleşmiştir<sup>167</sup>.

Bilindiği gibi, Türkiye’de, 1980 yılların ortalarından itibaren, turizm sektörüne geniş çapta önem verilmesiyle birlikte sektör birçok işsize iş imkanı yaratan, geniş istihdam olanağı sağlayan bir sektör olarak ekonominin vazgeçilmez yapı taşlarından biri olmuştur. Bu gelişmelerle birlikte, bir çok insan turizm sektöründe çalışmaya başlamış ve buna paralel olarak bu iş kolunda çalışan sendikalı işçi sayısı da artış göstermiştir.

**Tablo 26**  
**Türk Turizm Endüstrisindeki Sendikaların Üye Sayıları**

SENDİKALAR	YILLAR				
	2001	2002	2003	2004	2005
TOLEYİS	34.347	36.162	38.075	39.368	41.308
OLEYİS	24.680	30.290	30.328	31.246	32.138
TURKON-İŞ	9.951	12.800	15.080	17.134	20.087
MÜZİK-SEN	1.136	1.233	1.280	1.330	1.362
TOPLAM	70.114	80.485	84.763	89.078	94.895

**Kaynak:** T.C Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, İşkollarındaki İşçi Sayıları ve Sendikaların Üye Sayıları, (2001, 2002, 2003, 2004, 2005 Yılları Sendikalaşma İstatistikleri), <http://www.csgeb.gov.tr/istatistik/istatistik.htm> adresinden 15.11.2006 tarihinde alınmıştır.

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı’nın 2004 yılı verilerine göre, 25 nolu işkolu olarak adlandırılan Konaklama ve Eğlence Yerleri’ne ait işletmelerde faaliyet gösteren sendikaların üye sayısı Tablo 26’da gösterilmiştir. Tablo 26 üye sayıları

<sup>167</sup> Cengiz Demir ve Özgür Hakan Çavuş, Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi: İlkeler ve Uygulamalar, İşçi Sendikaları, Mayıs, 2005, s.222

itibariyle incelendiğinde; 2001 yılında TOLEYİS'in (Türkiye Otel, Lokanta ve Dinlenme Yerleri İşçileri Sendikası) üye sayısı 34.347, OLEYİS'in (Türkiye Otel, Lokanta ve Eğlence Yerleri İşçileri Sendikası) üye sayısı 24.680, TURKON-İŞ'in (Turizm Konaklama ve Eğlence Sanayi İşçileri Sendikası) üye sayısı 9.951, MÜZİK-SEN'in (Müzik ve Sahne Sanatçıları Sendikası) üye sayısı 1.136 iken; 2005 yılına gelindiğinde TOLEYİS'in üye sayısı 41.308, OLEYİS'in 32.138, TURKON-İŞ'in 20.087 ve MÜZİK-SEN'in 1.362 olmuştur. Yine aynı tabloda, sektörde en fazla üyeye sahip olan sendikanın TOLEYİS (Türkiye Otel, Lokanta ve Dinlenme Yerleri İşçileri Sendikası) olduğu, en az üyeye sahip sendikanın ise MÜZİK-SEN (Müzik ve Sahne Sanatçıları Sendikası) olduğu görülmektedir. Tüm bu veriler değerlendirildiğinde, son beş yıl içinde TURKON-İŞ sendikasının sektördeki diğer sendikalara nazaran, daha güçlendiği açıkça görülebilir.

Tablodan da anlaşılacağı üzere, sektörel olarak istihdama önemli katkılar yapan Türk Turizm Sektörü, diğer sektörlerle göre, sendikalaşma daha az yaygın olduğu bir sektör konumundadır. 28 işkolu ile karşılaştırıldığında; konaklama ve eğlence yerlerindeki sendikalaşma oranı, oransal itibari ile 24. sırada yer almaktadır<sup>168</sup>. Sektör bazında daha çok, genç işgücünün istihdam ediliyor olması, işgücü devir hızının yüksek olması, eğitimsiz ve deneyimsiz işçilerin yoğun olarak çalışma fırsatı bulması, ücretlerin düşük olması, çalışma sürelerinin uzunluğu ve işverenlerin tutumu gibi hususlar, sendikal faaliyetlerin turizm endüstrisinde çok düşük oranlarda temsil edilmesinin en önemli nedenlerindedir<sup>169</sup>.

OLEYİS sendikası tarafından yapılan bir araştırmada; turizm endüstrisinde çalışanların %42.87'si, sendikanın anlamının sosyal güvence olduğunu, %25.1'i de güç birliği anlamına geldiğini belirtmişlerdir. Çalışanların %49.52'si iş güvencesi, %5.44'ü de ücret artışı sağlamak için sendikaya üye olmuşlardır. Yine aynı araştırmaya göre; sektörde herhangi bir sendikaya bağlı olmadan çalışanların %58'i sendikaya üye

---

<sup>168</sup> Saime Oral, Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri, İzmir, 1999, s.289-290

<sup>169</sup> Şener, a.g.e, s.110

olabileceklerini belirtmişlerdir ki bu bilgiden sektördeki sendikaların daha aktif çalışmalarını durumunda, üye sayılarını arttırabilecekleri sonucu çıkmaktadır<sup>170</sup>.

Turizm sektöründe sendikalaşma oranının düşük olmasının yanında, sigortasız işçi çalıştıran, sigorta bildirimini geç yapan, sigortalı göstermemek ve kıdem tazminatı vermemek için sık zaman aralıklarıyla çalışanlarına girdi-çıkı yaptıran çok sayıda işletme bulunmaktadır. Söz konusu bu durumlar, sektör bazında sendikalaşma oranının düşük olmasının bir sonucu olarak görülebilir. Bu bakımdan, bu tip uygulamalara karşı en etkili mücadelenin sendikalaşmayı desteklemek olduğu söylenebilir.

---

<sup>170</sup> OLEYİS, a.g.e, s.32

## SONUÇ

Ortaya çıkardığı ekonomik, teknolojik, sosyal, siyasi, hukuki ve kültürel sonuçları ile son yirmi beş yıl, büyük değişme ve gelişmelerin yaşandığı bir dönem olmuştur. Başlangıcı biraz daha gerilere gitmekle birlikte, teknoloji alanında görülen bu hızlı değişme ve gelişmeler; “küreselleşme”, “yeni dünya düzeni”, “bilgi çağı” gibi isimlerle anılan yeni bir ekonomik sistemin doğuşuna zemin hazırlamıştır. Yaşanan kıyasıya rekabet, bilgiye hızlı erişim ve teknolojik gelişmelerin günlük yaşamın ayrılmaz parçaları haline gelmesi, dünya ekonomisini çok farklı bir yönde değiştirmiş ve dünya ekonomisi daha rekabetçi, daha küresel ve artan ölçüde bilgi teknolojilerine dayalı hale gelmiştir. 21. Yüzyılın değişen dünyasında, bazı endüstriler küreselleşmenin getirdiği değişimlere anında ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Bunlar; finans, iletişim, sağlık, sigortacılık ve turizm gibi hizmet endüstrileridir. Bu endüstriler içerisinde turizm endüstrisi, özellikle ülke ekonomilerine sağladığı yararlar nedeniyle, yeni küresel sistemde ön plana çıkmaktadır.

Turizm endüstrisi sürekli gelişen, dinamik bir endüstri olmakla birlikte, gelişmiş, gelişmekte olan veya az gelişmiş olan ülkelerin hepsinde önemli bir kaynak olarak görülmektedir. Turizm; döviz akışını ve yabancı sermaye girişini arttırması, milli gelire olumlu etkileri, istihdama katkısı, ek ihracat özelliği göstermesi, dış ticaret açığını hafifletmesi, sosyo-ekonomik ve kültürel gelişmeyi hızlandırması nedenleri ile ülkelere bir çok ekonomik fayda sağlamaktadır. Turizm sektörünün bu konumu, gelişimini turizm ile ilişkilendiren, bu sektörü ekonomik kalkınmanın bir lokomotif olarak değerlendiren Türkiye gibi ülkelerde, sektörün hassas bir biçimde ele alınmasını gerekli kılmaktadır.

Bugün önemi giderek artan turizm endüstrisini diğer endüstrilerden ayıran en önemli özellik ise, endüstrinin emek-yoğun bir yapıya sahip olması dolayısıyla turistik ürünlerde kaliteye ulaşabilmenin tek yolunun insan gücüne bağlı olmasıdır. Diğer bir ifadeyle, turizm sektöründeki işletmelerin görevi ağırlama olduğundan, bu kişisel hizmetin makineleştirilmesi ve otomasyona dönüştürülmesi olanağı diğer sektörlerle nazaran sınırlı kalmakta, teknolojik yeniliklerin uygulanmasına rağmen yine de işlerin

büyük bir kısmı insanlar tarafından yapılmaktadır. Örneğin otel odalarındaki yatakların düzeltilmesi, yemeklerin hazırlanması, servis yapılması, ön büro hizmetleri ve oteldeki bir çok benzeri iş, insan emeğine dayalıdır. Turizm sektörünün bu derece insan gücüne dayalı bir sektör olması, sektörün istihdam yaratmada etkin bir rol oynayabileceği düşüncesini doğurmaktadır.

Turizm ve seyahat sektörü dünyada en fazla iş sahası yaratan sektörlerden biri konumundadır. Özellikle, otelcilik ve restoran alanlarında doğrudan istihdam fazladır. Ancak turizm faaliyetlerinin belli bir kısmı, yılın belirli aylarında yoğunlaşmakta, dolayısıyla sektörde istihdam edilen işgücü sayısı aydan aya değişiklik gösterebilmektedir. Bu bakımdan, turizmin istidama olan etkisini tam ve kesin olarak belirlemek zor olmaktadır. Dünya genelinde yapılan son araştırmalara göre, turizm sektöründe yaklaşık 200 milyon kişi doğrudan veya dolaylı olarak istihdam edilmektedir. Bu rakam dünyadaki toplam istihdamın %8.2'sini oluşturmaktadır.

Özellikle, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler üzerinde çok yönlü etkilere sahip olan turizm endüstrisinde, işgücü piyasası çok karmaşık bir özellik göstermekte ve çeşitli ekonomik, jeopolitik, meteorolojik, politik faktörlerden etkilenmektedir. Bu çerçeveden bakıldığında, bir ülkede yaşanabilecek ekonomik durgunluk, salgın hastalıklar, doğal afetler, terörist saldırılar o ülkenin turizm sektörünü olumsuz olarak etkileyebilmektedir. Örneğin, 11 Eylül saldırıları turizm sektörünün terörizme karşı dokunulmazlığı olmadığını gösteren bir örnektir. Bu saldırıların ardından, turizm ile ilgili işlerde çalışan bir çok insan işini kaybetmiş, Swissair, Sabena gibi önde gelen havayolu işletmelerinden bazıları iflas etmiştir.

Turizm endüstrisinde işgücünün yapısı bu tip faktörlerden etkilenirken, istihdamın türleri farklılaşmaktadır. Turizm işletmelerinin büyük bir bölümünde, istihdamın mevsimsel özellik taşıması nedeniyle dalgalanmalar göstermesi, toplam istihdam içerisinde mevsimlik ve part-time istihdam şekillerinin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Bu istihdam şekillerinin artışı ise, turizm işgücü piyasasında genç ve kadın işgücünün kullanımını arttırmaktadır. Özellikle part-time istihdam sayesinde, okulda geçen zamanlarını, otellerdeki ve restoranlardaki esnek çalışma saatleri ile



birleştirmek isteyen öğrencilerin ve aile yükümlülükleri ile iş hayatlarını dengelemek isteyen kadınların sektördeki istihdam oranı, diğer sektörler nazaran daha fazladır. Ancak sektör genelinde çalışma şartlarının ağır olması, erkeklerin daha fazla tercih edilmesine neden olmaktadır.

Büyük ölçüde genç ve erkek işgücünü istihdam eden turizm endüstrisinde, istihdama yönelik sorunların başında, çalışma dönemlerinin, turizmin sezonluk ve coğrafi dağılımıyla bağlantılı olarak kısa süreli olması diğer bir ifadeyle mevsimsel olması gelmektedir. Özellikle gelirini önemli ölçüde turizmden elde eden bölgelerde, sezon dışı dönemlerde istihdam büyük ölçüde daralmakta ve yılın büyük bir bölümünde işsizlik sorunu yaşanmakta ve böylece rasyonel bir işgücü piyasasının oluşumu mümkün olmamaktadır. ayrıca, gerek bu olumsuzluğun sonucu olarak, gerekse işletmelerin düşük ücretle işçi çalıştırma veya çalışanların yüksek ücret beklentileri sebebiyle, sektörde işin verimliliğini etkileyecek boyutta yüksek işgücü devir oranı gözlenmektedir. Turiste doğrudan hizmet veren işletmelerde (konaklama işletmeleri, seyahat acentaları, ulaşım işletmeleri vb.) çok daha önemli boyutlarda hissedilen bu sorunun çözümü için, sezon dışı dönemlerde işsiz kalan turizm personelinin diğer dönemlerde istihdamını sağlamaya yönelik çalışmalar yapılmalıdır. Bu anlamda, turizm faaliyetleri sadece yaz turizmi olarak düşünülmemeli ve kongre, dağ, rafting turizmi gibi unsurlarla tüm yıla yayılmalıdır. Böylelikle, istihdam daralmasının ve işsizliğin önüne geçilebilir.

Turizm sektörü, çalışanlarına yeterince güvence vermemesinden dolayı çekici bir meslek alanı olamamaktadır. Turizm sektöründe mevsimsel, geçici ve part-time işçi kullanımının yaygın olması bunun nedenleri arasındadır. Öte yandan, sektördeki düzensiz çalışma saatleri, düşük ücret koşulları ve sektör genelinde işçi sağlığı ve iş güvenliğine yönelik önlemlerin alınmaması çalışma şartlarını olumsuz olarak etkileyen başlıca unsurlardır. Bu bakımdan, turizmin çekiciliğini arttırmak amacıyla; hem ücret konusunda hem de esnek çalışma saatlerinin düzenlenmesinde yeni yaklaşımların aranması, çocuklu olan çalışanların yararlanması için işletme içinde ve yakınında kreş oluşturulması veya yakınında bulunan kreşle, bu amaçla özel anlaşmalar yapılması, yıllık izinlerin planlanmasında yalnızca sezonun yoğunluğu değil, çalışanların ihtiyaç ve

tercihlerinin dikkate alınması ve çalışanlara yönelik piknik, gezi, eğlence, yemek organizasyonları gibi kültürel ve sportif etkinlikler düzenleyerek çalışanlara, sektörün yarattığı monotonluktan ve stresten kurtulmaları konusunda destek verilmesi gerekmektedir.

Turizm sektöründe çalışanlara yönelik bir diğer problem ise, sektör genelinde yüksek oranda niteliksiz işgücünün istihdam ediliyor olmasıdır. Günümüzde, insanların ihtiyaçları sonsuz olduğu ve turizm türleri de günden güne çeşitlilik gösterdiği için, insanlar, ihtiyaçlarına uygun turizm türlerini seçerek tatmin olmaya çalışmaktadırlar. Örneğin, bir Rus turist sadece şifalı sulardan yararlanabilmek için, Türkiye’de Pamukkale’ye gelebilmektedir. Bu durumda, bu Rus turistin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilecek yeterli hizmeti sunmak gerekmektedir. Ancak, dünya genelinde turizm endüstrisinde yetişmiş, kalifiyeli çalışan sayısı yeterli olmadığı gibi, bu çalışanların çeşitli turizm türlerine yönelik olarak görev yapabilmeleri de söz konusu değildir. Öte yandan, küreselleşmenin bir sonucu olarak, sektörde yeni teknolojilerin kullanılmaya başlanması, bu teknolojileri kullanabilecek personel ihtiyacı doğurmuştur. Bilgisayar destekli turizm yönetimi ve işletmeciliği alanlarında, çalışanların yeni ve gelişen teknolojileri devreye sokabilmek için, örgüt yapılarında ve insanların çalışma biçimlerinde radikal dönüşümlere yol açan bilgi sistemleri konusunda eğitim almaları bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, hem bilgi sistemleri konusunda yeterli sayıda kalifiyeli elaman yetiştirebilecek hem de bu elemanları her tür turizm için çalıştırabilecek turizm okulları açmakta fayda vardır. Ayrıca, turizm çalışanlarının işbaşında veya hizmet içi eğitim programları ile eğitilerek beceri ve yeteneklerinin geliştirilmesi, belirlenmiş bir kariyer planı çerçevesinde terfilerine olanak tanınarak maddi ve manevi doyumlarının arttırılmasına fırsat verilmesi, genel olarak işgücü kalitesinin ve verimliliğinin yükselmesine yardımcı olacaktır.

Sonuç olarak, 21.yüzyılın ilk çeyreğinde dünyada, ülkelerin en önemli amaçları arasında, ülkelerini bir sanayi toplumuna dönüştürmek, ekonomik kalkınmalarını gerçekleştirmek ve bu anlamda ülke insanlarına gelir kazandırıcı iş sahaları açmak ve istihdamı arttırmak vardır. Ancak, küreselleşmenin etkisiyle, giderek işgücünden daha çok tasarruf eden teknolojik yeniliklere ağırlık vermesi ve otomasyona geçilmesi,

istihdamda artış sağlanamamasına neden olmakta ve işsizlerin sayısını daha da arttırmaktadır. Söz konusu sorun, daha fazla büyümeden ülkelerin sahip olduğu bir takım kaynakların değerlendirilmesi suretiyle giderilebilir. Bu kaynaklardan biri ve belki de en önemlisi turizmdir. Turizm endüstrisi; diğer endüstrilere nazaran, daha fazla insan gücüne dayalı ve teknolojinin kullanımının daha sınırlı kaldığı endüstrilerden biridir. Bu bakımdan, alt yapı yatırımları ve konut yapımı yanında, çeşitli yönleriyle önem kazanan turizm endüstrisini, geniş istihdam olanakları yaratabilme açısından ön plana çıkarmak gerekmektedir.

## KAYNAKÇA

- “AB Turizm Politikası”, <http://www.deltur.cec.eu.int/abturizm.rtf> (10.04.2005).
- ALKAYA Yasemin, **Turizm Endüstrisinde Bilgi Sistemleri Uygulanmasında İnsan Kaynaklarının Yönetimi**, <http://ab.org.tr/ab06/bildiri/99.doc> (24.04.2006).
- AKTAN Bora ve Alaattin Arslan, “İş Hayatında İnternet Kullanımı ve Elektronik Ticarete Genel Bir Bakış”, **Standard Dergisi**, Ekim – 2002.
- AYDIN Şule, **Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi: İlkeler ve Uygulamalar, İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği**, Mayıs, 2005.
- AYKAÇ Mustafa, “Globalleşen Dünyada İşgücü Piyasaları”, **Çerçeve Dergisi**, Sayı:14, İstanbul, 1995.
- AYKIN Sibel Mehter, **Avrupa Birliği’nin Turizm Politikası ve Türkiye’ye Yönelik Talep Analizi**, (Basılmamış Doktora tezi), İstanbul, 2001.
- BARUTÇUGİL İsmet S., **Turizm İşletmeciliği**, Uludağ Üniversitesi Yayını, 1982.
- BAYER M. Zekai, **Turizme Giriş**, Küre Ajans, İstanbul, 1992.
- BİNGÖL Dursun, **İnsan Kaynakları Yönetimi**, Beta Yayınları, 5. Baskı, İstanbul, Nisan, 2003.
- BOZKURT Veysel, **Küreselleşmenin İnsani Yüzü**, İstanbul, 2000.
- BUHALİS Dimitrios, **The Tourism Phenomenon/The New Tourist and Consumer**. Çeviren: Özgür Devrim Yılmaz ve Burcu Selin Yılmaz, Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=576](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=576) (12.02.2006).
- BULUT Erol, “Turizmin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Ekonomik Etkileri”, Ankara, 1999, [www.ekitapyayin.com/id/025/index.php](http://www.ekitapyayin.com/id/025/index.php) (25.12.2005).
- \_\_\_\_\_ Erol, “Türk Turizminin Dünya’daki Yeri ve Dış Ödemeler Bilançosuna Etkisi”, **Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt.2, Sayı.3, [www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/ye9.htm](http://www.econturk.org/Turkiyeekonomisi/ye9.htm) (15.11.2005).
- ÇEKEN Hüseyin, **Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi**, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003.
- ÇEKEN Hüseyin ve Barış Erdem, “Turizmin İstihdam Yaratmadaki Etkisi”, [http://www.isguc.org/turizm\\_istihdam.php](http://www.isguc.org/turizm_istihdam.php) (16.05.2005).

- ÇİMAT Ali, Ozan Bahar, “Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi İçindeki Yeri ve Önemi”, **Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi**, No: 6, 2003.
- DEMİR Cengiz ve Özgür Hakan Çavuş, **Konaklama İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi: İlkeler ve Uygulamalar, İşçi Sendikaları**, Mayıs, 2005.
- DPT, **Küreselleşme, Bölgesel Entegrasyonlar ve Türkiye**, Ankara, DPT Yayın No:2190, 1995.
- DUTTON G., **Case Study: a language for all seasons in Management Review**, New York, Aralık, 1998.
- Dünya Bankası, **Bölgeler İtibariyle Makro Ekonomik Büyüklükler, Seçilmiş Ülke Örnekleri**, No:124, 1998.
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), **Tourism Satellite Accounting Research, Estimates and Forecasts for Governments and Industry**, Londra, 2000.
- Dünya Seyahat ve Turizm Konseyi (WTTC), **Special Reports**, 2002.
- Dünya Turizm Örgütü (WTO), **Statistical Outlook**, 1998.
- Dünya Turizm Örgütü (WTO), **Tourism 2020 Vision, A New Forecast, Executive Summary**, Madrid.
- Dünya Turizm Örgütü (WTO), “Tourism 2020 Vision”, July, 2000  
[www.world-tourism.org/market\\_research/facts/menu.html](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/menu.html).
- Dünya Turizm Örgütü (WTO), **Tourism Economic Report**, First Edition, Madrid, 1998.
- Dünya Turizm Örgütü (WTO), “Tourism Highlights 2005 Edition”,  
[www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005\\_eng\\_high.pdf](http://www.world-tourism.org/facts/eng/pdf/highlights/2005_eng_high.pdf)  
(03.02.2006).
- Dünya Turizm Örgütü İş Konseyi (WTOBC), **Turizmde E-iş, Destinasyonlar ve İşletmeler İçin Pratik Yönergeler**, 2003.
- ECF-IUF, **Continuous training practices in contract catering, Evaluation of questionnaire**, Temmuz, 1999.
- EHRENBERG Frank, Thomas Smith, “On the Importance of Accurate Data on, and Balanced Analysis of Tourism’S Economic Impacts” **Tourism Economic Report**, Madrid, 1998.

- Employee Development in Tourism Hospitality**, “Comparative study of hotel employment and employee development in Finland, Spain, UK and Bulgaria”, the European Commission, 2000
- ENZ C. A. ve J.A. Siguaw, **Best practices in human resources**.
- ERDEM Barış, “Otel İşletmelerinde İnsan Kaynakları Yönetimi ve Önemi”, [http://www.isguc.org/?avc=arc\\_view.php](http://www.isguc.org/?avc=arc_view.php) (24.04.2006).
- ERDOĞAN Hasan, **Ekonomik Sosyal Kültürel Çevresel Yönleriyle Uluslararası Turizm**, Bursa, 1996.
- European Commission Employment Report**, 2002.
- European Travel Commission (ETC), “New Media Review”, <http://www.etcnewmedia.com/review>
- Eurostat, “Rising Employment in the hotels and restaurants”, **Statics in Focus**, 6/2003, s.6.
- Article in L’Echo Touristique, No:2443, 15 Ocak 1999.
- Eurostat, Tourism in Europe-trends 1995-98, Eurostat, Statics in Focus.
- Gartner/Cpulse Report**, Net Users Favor Niche Travel Sites, <http://www.ecommercetimes.com> (07.03.2006).
- GEE Chuck Y., **International Hotel Management**.
- \_\_\_\_ Chuck Y., **In Search of Professionalism for the 21. Century**, in Human Capital in the Tourism Industry of the 21. Century.
- Global Good Practices in Travel and Tourism Human Resource Development**, Vol. 2, No. 1, World Travel and Tourism Human Resource Centre, Kuzey Vancouver, Kanada, Mart, 1998.
- GUETZKOV Luces, Adam Kotler, **The Effects of International Tourism on a Small Open Economy**, No:132, Paris, 1991.
- GÜLLÜ Gökhan, **Küreselleşme ve Çalışma Standartları**, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2004.
- “Human Resources Development, Employment and Globalization in the Hotel, Catering and Tourism Sector”, Geneva, 2-6 Nisan 2001, [www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm](http://www.ilo.org/public/english/dialogue/sector/techmeet/tmhct01/tmhctr1.htm) (12.01.2006).

- İLKİN Akın, Zeki Dinçer, “Turizm Kesiminin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi”, TOBB yayını, **Ekonomik ve Sosyal Sorunlar-Çözümler Önerileri Dizisi:2** No: 217, Ankara, 1991.
- İLO Ankara, **Turizm Endüstrisi ve İşgücü Araştırması**, Ankara, 1994.
- İLO, **World Employment Report 1998-1999**, Employability in the Global Economy, ILO, Geneva, 1998.
- “İnternet üzerinden turizm giderek yaygınlaşıyor” <http://www.turizmtoday.com> (28.03.2006).
- KILIÇ Cem, **Turizm Sektöründe İstihdamın Niteliğini Etkileyen Faktörler ve Türkiye’de Beş Yıldızlı Otellerin Analizi**, Ankara, 2000.
- JUYAUX C., **Quels emplois dans le tourisme?, European Tourism Liaison Committee (ETCL)**, Brüksel.
- KAR Muhsin, Ebru Zorkirişçi ve Metin Yıldırım, “Turizmin Ekonomiye Katkısı Üzerine Ampirik Bir Değerlendirme”, **Akdeniz İ.İ.B.F Dergisi**, No:8, 2004.
- KEİSER James R., **Principles and Practices of Management in the Hospitality Industry**.
- KOZAK Nazmi, Meryem A. Kozak, Metin Kozak, **Genel Turizm İlkeler ve Kavramlar**, 5.Baskı, Ankara, 2001.
- KÖLETAVİTOĞLU Tavik, “Türk Turizminin Geliştirilmesi”, **II. Turizm Şurası**, Cilt:1, 2002.
- KÖRÜKÇÜ Nazan, “Turizmin Türkiye Ekonomisi İçinde Yeri Ne Olmalıdır?”, **Anatolia Dergisi**, İstanbul, 1990, Sayı:1.
- LEİDNER Rudiger, **The European Tourism Industry**, Mart, 2004.
- MİLLER John, **Woman in Tourism Sector**, **Tourism Economic Review**, No:132, 1996.
- NİRAY Nasır, “Turizm Küreselleşme İlişkisi ve Tekelleşme Eğilimleri”, T.C **Turizm Bakanlığı, II. Turizm Şurası Bildirileri**, III. Cilt, Ankara, 2002.
- OECD, **Employment Outlook**, 1999.
- OLALI Hasan ve Alp Timur, **Turizm Ekonomisi**, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988.
- OLEYİS, **Turizm Sektörü Çalışanları Araştırması**, Ankara, 1997.
- ORAL Saime, **Otel İşletmeciliği ve Otel İşletmelerinde Verimlilik Analizleri**, İzmir, 1999.

- ÖĞÜT Adem, Hasan Kürşat Güleş, ve Ali Şükrü Çetinkaya, **Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim-Enformatik Bir Bakış**, Ankara, 2003.
- ÖNCÜER Melek Ece ve Selin Yılmaz, “Yeni Ekonominin Turizm Sektörüne Etkileri”, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=575](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=575) (10.02.2006).
- ÖZDEMİR Mehmet, **Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkileri**, Ankara, 1992
- ÖZKARA Belkıs, **Evrimci ve Devrimci Örgütsel Değişim**, İleri Ofset Matbaacılık, Afyon.
- RADISSON SAS HOTELS and RESORTS ANNUAL REPORT**, 1999.
- REİD Ipsos, **Internet Transforming Canadian Travel Habits**, Cyberatlas, 2001.
- RICHARDS Greg, **Panorama of EC Industries, Mobility in the European Tourism Sector**, Luxemburg, 2001.
- SEZGİN Orhan M., **Genel Turizm**, Tutibay Ltd. Şti. Yayınları, Ankara, 1999.
- SOEDER J., **Vital signs: Who are these people? in Restaurant Hospitality**, Nisan, 1998.
- STOKES D., **Bargaining power**, originally published in *Hotelier*, Toronto, Mar.-Apr. 1997.
- SÜRÜCÜ Feyza, “Turizm Sektöründe Ülkemizin Genel Politikaları, 21.yy’da Sürdürülebilir Turizm Politikaları”, **I. Uluslar arası Turizm Sempozyumu**, 16-17 Aralık 1998.
- ŞENER Burhan, **Modern Otel İşletmelerinde Yönetim ve Organizasyon**, Geliştirilmiş 2. Baskı, Ankara, 1997.
- TATLIDİL Ercan, **Küreselleşme Sürecinde Turizmin Ekonomik ve Sosyal Boyutları**.
- T.C Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, **İşkollarındaki İşçi Sayıları ve Sendikaların Üye Sayıları**, <http://www.csgeb.gov.tr/istatistik/istatistik.htm> (15.11.2006).
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, **Yabancı Ziyaretçiler Araştırması**, <http://www.kultur.gov.tr/TR/BelgeGoster.aspx> (23.04.2006)
- T.C Kültür ve Turizm Bakanlığı, **2002 Yılı Mali Bütçe Konuşması**
- The Times**, 14 Ağustos 1998.



**The Hospitality Training Foundation**, “Look who’s training now: Perspectives on Training in the Hospitality Industry”, London, 1999.

**TİMUR Alp, Türkiye’de Turizm Eğitiminin Yapısı, Uygulanan Politikalar ve Sonuçları.**

**TOPALOĞLU Melih ve Muharrem Tuna**, “Otel İşletmelerinde Stresin Değerlendirilmesi Ampirik Bir Çalışma”, **Anatolia Dergisi**, İstanbul, Eylül-Aralık 1998.

**TUNA Yusuf**, “Dünyada Globalleşme Eğilimleri ve Dengeler”, **Çerçeve Dergisi**, Sayı:14, İstanbul, 1995.

**TURİZM BAKANLIĞI, Konaklama İstatistikleri Bülteni**, Ankara,1999.

**TURİZM EĞİTİMİ KONFERANSI**, Ankara, 1992.

**TURİZM GELİŞTİRME VE EĞİTİM VAKFI (TUGEV), Turizm Sektöründe İstihdamın Niteliği Üzerine Bir Değerlendirme**, No:27, İstanbul, 1994.

**TURPRESS, Avrupa Birliği Turizm Politikaları ve Türkiye**, Derleyen:Mert MERSİN, İstanbul, 1997.

**TÜRSAB, Avrupa Birliği ve Turizm**, Boyut Matbaacılık, İstanbul, 2001.

**TÜRSAB, Seyahat ve Turizmin İstihdam ve Ekonomi Üzerindeki Etkisi**, 2002.

**TÜRKİYE TURİZM YATIRIMCILARI DERNEĞİ, Avrupa Birliği Turizm Mevzuatı Rehberi**, Eylül, 2003.

United Nations Commission on Sustainable Development, Seventh Session (CSD-7), **Tourism and sustainable development: The global importance of tourism, Background Paper No. 1**, New York, 19-30 April 1999.

“United Nations Department of Public Information”, **Press Summary of Agenda 21**, New York, 1992.

**ÜRGER Savaş, Genel Turizm Bilgisi**, Antalya, 1992.

**ÜZÜMCÜ Tülay Polat ve Süheyla Bayraktar**, “Türkiye’de Turizm İşletmeciliği Alanında Eğitim Veren Yüksek Öğretim Kuruluşlarındaki Eğitimcilerin Turizm Mesleki Eğitiminin Etiksel Açından İncelenmesine Yönelik Bir Alan Araştırması”, İzmit, <http://iibf.ogu.edu.tr/kongre/bildiriler/02-05.pdf> (10.11.2006).

**WEIERMAİR K., Human resources in the alpine tourism industry: Workers and entrepreneurs, Innsbruck**, 2-5 Mayıs 1996.

- \_\_\_\_\_ K., **Verbesserung der Qualität touristischer Dienstleistungen, Institut für Verkehr und Tourismus, Innsbruck, Aralık,1999.**
- WHEAT S., **All Work and Low Pay: Working Conditions in The Tourism Industry Amke Dire Holiday Reading, 14 Ağustos,1999.**
- WIEDENHOFER H., **İstihdam ve Turizm konulu Avrupa Birliği Konferansı, Lüksemburg, 4-5 Kasım,1997.**
- YALÇIN Çiğdem, “Gelecekte Geleceğe Akdeniz’de Turizm Kongresi, Avrupa Birliği’ne Yönelik Türkiye’deki Tur Operatörleri ve Seyahat Acentaları”, İstanbul, Kasım 2001 [http://www.makropolorus.com/ab\\_turizm.htm](http://www.makropolorus.com/ab_turizm.htm) (22.11.2005).
- YILMAZ Özgür Devrim ve Burcu Selin Yılmaz, “Küreselleşme ve Bilgi Teknolojilerinin Turizm Endüstrisine Etkileri”, [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl\\_gos.php?nt=576](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=576) (10.02.2006).
- YOLAL Medet, **KOBİ’lerde Bilgi Teknolojileri Kullanımı**, Eskişehir, 2003.
- 17. Inter-Amerikan Seyahat Kongresi**, “Sustaining Tourism by Managing Financial and Human Resources”, <http://www.oas.org/TOURISM/docnet/latc1en.htm> (24.02.2006).
- <http://www.bha-online.org.uk> (27.03.2006)
- <http://dosyalar.hurriyet.com.tr/sars/sars49.asp> (05.01.2006)
- <http://www.haberturk.com/news/212534.html> (05.01.2006)
- <http://www.hotroc.org/articles/hotroc3.htm> (03.03.2006)
- <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> (25.01.2006)
- <http://www.iuf.org> (14.09.2006)
- <http://www.kultur.gov.tr> (23.04.2006)
- <http://www.oleyis.org.tr/tarihce.asp> (15.11.2006)
- <http://www.parliament.uk/commons/research/rp2000/rp00-066.pdf> (21.02.2006)
- [http://www.tisk.org.tr/isveren\\_sayfa.asp?yazi\\_id=77&id=5](http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=77&id=5) (13.09.2006)
- <http://www.ttyd.org/tablo7.htm> (28.04.2006)
- <http://www.ttyd.org.tr/tablo10.htm> (23.04.2006)
- <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler> (23.04.2006)