

**TURİZM POLİTİKASI, TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİ,  
SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

63960

**Bekir Aydemir ALACA**

**CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü**

**Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin Üretim Yönetim ve  
Pazarlama Bilim Dalı İçin Öngördüğü**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**  
**Olarak Hazırlanmıştır**

**Tez Danışmanı**  
**Yrd.Doç.Dr.Sadettin SALIK**

**SİVAS**

**Mayıs, 1997**

**T.C. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU**  
**DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

**CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE**

İşbu çalışma, jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan: .....

Üye:.....

Üye:.....

**Onay**

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

...../...../ 1997

(İmza)

.....

Enstitü Müdürü

## ÖZET

Turizm, sürekli yaşanan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahatler ve geçici konaklama olayıdır. Turist ise yaşadığı yer dışında bir yeri veya ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre için ziyaret eden kişidir. Turizm işletmeleri konaklama ve yeme-içme işletmeleri, seyahat işletmeleri ve diğer turizm işletmeleri olarak üçe ayrılır.

Turizm politikası, iç ve dış turizmin geliştirilmesi ve turizmin ekonomik fonksiyonlarından azami seviyede yararlanılması için kamu yönetiminin turizm alanında aldığı önlem ve yaptığı müdahalelerin tümüdür. Kendine has özellikleri olan turizm politikası çeşitli elemanlardan oluşmaktadır. Turizm politikasının başarısı için bir çok faktörün birarada değerlendirilmesi gerekir.

Turizm sektöründe makro planlama yapılırken ülke genelindeki siyasal, sosyal ve ekonomik yapı iyice analiz edilmeli, değişik çevrelerin koordinasyonu sağlanmalıdır. Turizm yatırımlarında çeşitli kriterler dikkate alınarak öncelikli turistik bölgeler saptanmalı ve yatırımlara o bölgelerden başlanmalıdır.

Ülkemizde turizm, 1980' li yıllara kadar ödemeler dengesi içinde büyük bir pay alamamış ancak bu tarihten sonra belirli bir gelişme göstererek ekonomik göstergeler içerisinde önemli bir faktör olmuştur.

Dünya'da hızlı bir gelişme gösteren turizm sektöründen gerekli payı alamamamız için finansman, tanıtma, pazarlama, bütünleşme, yönetim ve çevre tahribi gibi sorunların acilen çözülmesi gerekmektedir.

Pazarlama ile ilgili sorunlarımız turistik ürün/hizmet bileşeni, fiyatlandırma bileşeni, tanıtma ve satış geliştirme bileşeni, dağıtım bileşeni gibi konularda yoğunlaşmaktadır. Bu konuların çözümü ise plan ve programların bu problemlerin çözümü için gerçekçi tedbirler içermesi uygulamanın ve kontrolün iyi yapılması ile gerçekleşecektir.

Önümüzdeki yıllarda Türk turizmini tehdit eden bazı unsurlar ve değerlendirilmesi gereken bazı fırsatlar vardır. Yeni politikaların belirlenmesinde ve uygulamasında bu unsurlar çok iyi tesbit edilmeli ve turizmin özellikle gelişmekte olan ülke ekonomilerindeki önemli yeri ülkemiz açısından çok iyi değerlendirilmelidir.



## **SUMMARY**

Tourism means to travel as a consumer and to temporarily stay somewhere outside a residence. A tourist is also a person who visits some cities or countries far away from his home for a duration not less than 24 hours. Tourism business is divided into three parts; accomadations, travelling agancies and others.

The policy of tourism includes all the interventions and measures implemented by the public administration in order to develop domestic and foreign tourism and make the most of the economic functions of tourism. Tourism policy, which has specific features, consists of various factors. All of them should be evaluated together for the success of the policy.

While macro-planning is realized in this sector, it is necessary to analyse the political, social and economic structure throughout the country, in a detailed way and to provide every kind of coordination. The touristic regions in which investments will be made must be determined according to some criteria.

In our country, tourism had not played an important role in the Balance of Payment up to the 1980 s. Yet it has developed since those years, becoming an important factor in the economy.

It is necessary to immediately solve such problems as financing, marketing, presentation, integration, management and destruction of environment so that we can obtain the essential share out of tourism sector.

The marketing problems focus on the subjects of touristic products/ service component, the component of fixing prices, presentation and sale improvement component, and component of delivery. Their solution requires realistic measures application and checking them.

In coming years, there are some factors that threaten Turkish tourism, and some chances to evaluate. It is necessary to determine them well in forming and applying new policies, and to properly evaluate the results of the effects of tourism on developing countries, especially on Turkey.



## İÇİNDEKİLER

### BİRİNCİ BÖLÜM

<b>TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR, TARİHSEL GELİŞİMİ VE TURİZM İŞLETMELERİ</b>	<b>1</b>
I- TURİZMLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR	1
A-Turizm	1
B-Turist	2
C-Turistik Ürün	2
D-Turizm İşletmeciliği	3
E-Turizm Pazarlaması	4
F- Turizm Piyasası(Pazarı)	5
II- TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	6
A-İLK VE ORTA ÇAĞLARDA TURİZM	6
B-YENİ VE YAKIN ÇAĞLARDA TURİZM	7
C-GÜNÜMÜZDE TURİZM	7
III-TURİZM İŞLETMELERİ	10
A- KONAKLAMA VE YEME-İÇME İŞLETMELERİ	11
1- Otel	11
2- Motel	11
3- Pansiyon	11
4- Oberj	12
5- Kamping	12
6- Tatil Köyü	12
7- Kaplıca ve Benzeri Sağlık Turizm Tesisleri	13
8- Diğer Konaklama İşletmeleri	13
9- Lokanta ve Benzeri Yeme-İçme Tesisleri	14
B- SEYAHAT İŞLETMELERİ	14
1- Aracı İşletmeler	15
2- Seyahat İşletmeleri	15

a- Demiryolu İşletmeleri	15
b- Havayolu İşletmeleri	16
c- Denizcilik İşletmeleri	16
d- Otobüs İşletmeleri	16
<b>C- DİĞER TURİZM İŞLETMELERİ</b>	<b>17</b>
1- Turizm İle İlgili Çeşitli Ürünleri Üreten İşletmeler	17
2- Turizme Bağlı Ticari İşletmeler	17
3- Turizm İle İlgili Özel Hizmetleri Üreten İşletmeler	17
4- Turizm Tanıtma ve Reklamcılık İşletmeleri	18

## İKİNCİ BÖLÜM

<b>GENEL TURİZM POLİTİKASI VE TURİZM SEKTÖRÜNDE PLANLAMA</b>	<b>19</b>
I- GENEL TURİZM POLİTİKASI	19
A- TURİZM POLİTİKASI	19
B- TURİZM POLİTİKASININ ÖZELLİKLERİ	20
1- Turizm Politikası Dinamiktir	20
2- Turizm Politikası Çok Yönlüdür	20
3- Turizm Politikası Kurumsaldır	21
4- Turizm Politikası Akılcıdır	21
C- TURİZM POLİTİKASINA OLAN İHTİYAÇ	21
D- TURİZM POLİTİKASINI OLUŞTURAN ELEMANLAR	22
1- Turizm Planı	22
2- Örgüt	23
a-Yönetmel İşler ve Sorumluluk	23
b-Ulusal Turizm Politikasını Hazırlamak ve Uygulamak	23
c-Turizmle Dolaylı ve Dolaysız İlgili Diğer Kamu Kuruluşları İle İlişkiler ve İşbirliği	24
d-Özel Sektör İle İşbirliği	24



4- Otorite	25
5- Koordinasyon	25
6- Esneklik	25
7- Çevre İlişkileri	25
8- Denge	25
9- İnsan	26
10- Kontrol	26
11- Ekonomik Rasyonel ve Global Elemanlar	26
E- TURİZM POLİTİKASININ HEDEFLERİ	27
1- Ülkenin Ekonomik Büyümesine Katkıda Bulunmak	27
2- Ekonomik Kalkınmaya Yardımcı Olmak	27
3- Tam İstihdamın Gerçekleşmesine Yardımcı Olmak	27
4- Fiyat İstikrarının Gelişmesine Yardımcı Olmak	28
5- Dış Ödemeler Dengesine Katkıda Bulunmak	28
6- Uluslararası Turistik Amaçlı İnsan Hareketlerine Etki Etmek	29
7- Turizmin Sosyal Fonksiyonlarından Toplumdaki Bireyleri Yararlandırmak	29
8- Ekonomik Üretim Çeşitliliğini Artırmak	29
9- Gelirin Dağılımındaki Eşitsizliklerin Azalmasına Katkıda Bulunmak	29
10- Bölgeler Arasındaki Gelişme Ayrıcalıklarını Gidermek ve Dengeli Kalkınma Hedefine Katkıda Bulunmak	30
11- Doğal ve Tarihsel Kaynakları Korumak	30
12- Turizmin Sağlık ve Politik Fonksiyonlarından Daha Çok İnsanın Yararlanmasını Sağlamak	30
13- Diğer Hedefler	31
F-TURİZM POLİTİKASININ BAŞARI KOŞULLARI	31
1- Turizm Politikasının Ekonomik Başarı Koşulları	31
2- Turizm Politikasının Sosyal Başarı Koşulları	31
3- Turizm Politikasının Hukuki Başarı Koşulları	32

4- Turizm Politikasının Ahlaki Başarı Koşulları	32
a- Hükümet Ahlakı	32
b- Memur Ahlakı	33
i- Gelenek	33
ii-Ücret	33
iii-Toplum Ahlakı	33
5- Turizm Endüstrisi İle Kamu Yönetimi Arasında Etkin Bir Diyalogun Sağlanması	33
6- Önlemlerin Bir Bütünlük İçinde Getirilmesi	34
7-Turizm Politikasının Felsefi Bir Esasa Dayandırılması	35
a- İki Kesimli Sektör Esası	35
b- Serbest Teşebbüs, Serbest Rekabet ve Piyasa Mekanizması Esası	35
c- Plan Esası	36
8- Turizmin Bir Sistem İçinde Ele Alınması	36
a- Merkezde	36
b- Çevrede	36
II- TURİZM SEKTÖRÜNDE MAKRO PLANLAMA	38
A- PLANLAMANIN ESASI VE AMAÇLARI	38
B- PLANIN HAZIRLANMASINDA VE YÜRÜRLÜĞE KONMASINDA DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR	40
1- Ülkenin Ekonomik ve Siyasal Yapısı	40
2- Ülkenin Gelişme Düzeyi	41
3- Ulusal ve Uluslararası Turizm Hareketleri Arasındaki İlişki	41
4- Koordinasyon	42
5- Turizm Planının Analizi	42
6- Politikacı-Plancı İlişkisi	43
7- Sayısal Veriler ve Gerçekçilik	43
8- Özendirilmede Bütünlük	43
9- Esneklik	44
10- Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Turizm Planının Hazır-	

### ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

#### TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİ, SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

I- TÜRKİYE'DE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	47
A- PLANLI DÖNEM ÖNCESİNDE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	47
B- PLANLI DÖNEMDE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ	48
1-1963-1983 Döneminde Turizmin Ekonomideki Yeri ve Önemi	48
a- Hükümetlerin Plan ve Program Hedefleri	48
b- Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedef- lerine Göre Gerçekleşme Oranları	52
c- Turizm Giderlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedef- lerine Göre Gerçekleşme Oranları	54
d- Gelen Yabancıların Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedef- lerine Göre Gerçekleşme Oranları	56
e- Turizm Gelir-Gider Dengesi	58
f- Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı	59
g- Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İle Turizm Giderlerinin İthalat Giderleri İçindeki Payı	60
2- 1983 Sonrası Dönemde Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi	61
a- Hükümetlerin Plan ve Program Hedefleri	61
b- Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedef- lerine Göre Gerçekleşme Oranları	65
c- Turizm Giderlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedef- lerine Göre Gerçekleşme Oranları	66
d- Gelen Yabancıların Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedef- lerine Göre Gerçekleşme Oranları	67

e- Turizm Gelir-Gider Dengesi	68
f- Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı	69
g- Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Payı	70
II- TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	71
III-TURİZMLE İLGİLİ SORUNLAR	76
A- TEMEL SORUNLAR	76
1- Finansman Sorunu	77
2- Tanıtma Sorunu	78
3- Bütünleşme Sorunu	80
4- Yönetim Sorunu	81
5- Çevre Tahribi Sorunu	82
B-TÜRK TURİZMİNDE PAZARLAMA POLİTİKASI, PAZARLAMA SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	84
1-Türk Turizm Pazarlama Politikası	84
a- Tanımı	84
b- Hedefleri	85
c- İlkeleri	85
i- Devletin Ortam Yaratıcılık Rolü	85
ii-Serbest Fiyat İlkesi	86
iii-Rekabet İlkesi	86
iv-Küçük ve Güçlü Bakanlık İlkesi	86
v-Dinamiklik İlkesi	86
d- Araçları	87
i-Türkiye İmajının Geliştirilmesi	87
- Türkiye'ye Önyargılı Olarak Olumsuz Bakanlar	87
- Bilgi Eksiği Bulunan Kategori	87
- Olumlu İmaja Sahip Kategori	87
ii- Tercih Yönlendirme	88
iii-Talebe Uygun Ürün Geliştirme	88
iv- İç Pazarın Büyümesi	88

v- Destek Sistemleri	89
2- Pazarlama İle İlgili Sorunlar ve Çözüm Önerileri	89
a- Durum Değerlendirmesi	89
b- Turizm İşletmeleri Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri	93
i- Turistik Ürün/ Hizmet Bileşeni	93
ii-Fiyatlandırma Bileşeni	95
iii-Dağıtım Bileşeni	97
<b>SONUÇ</b>	<b>100</b>
<b>YARARLANILAN KAYNAKLAR</b>	<b>105</b>



## **TABLolar LİSTESİ**

### **1963-1983 DÖNEMİNE AİT TABLolar**

Tablo -1: Plan Hedeflerine Göre Turizmle ilgili sayısal Veriler.	51
Tablo - 2: Turizm Gelirlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları.	54
Tablo - 3: Turizm Giderlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları.	55
Tablo - 4: Yurduzumuza Gelen Yabancıların Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları	57
Tablo - 5: Turizm Gelir-Gider Dengesi.	58
Tablo - 6: Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı.	59
Tablo - 7: Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderleri İçindeki Payı.	60

### **1984 SONRASI DÖNEME AİT TABLolar**

Tablo -8: Plan Hedeflerine Göre Turizmle ilgili sayısal Veriler.	64
Tablo - 9: Turizm Gelirlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları.	65
Tablo -10: Turizm Giderlerinin Yıllar İtibariyle Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları.	66
Tablo -11: Yurduzumuza Gelen Yabancıların Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları	67
Tablo -12: Turizm Gelir-Gider Dengesi.	68
Tablo -13: Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı.	69
Tablo -14: Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderleri İçindeki Payı.	70

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZM İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR, TARİHSEL GELİŞİMİ ve TURİZM İŞLETMELERİ

#### I-TURİZMLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

##### A- Turizm

Turizm, kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek şartıyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olayların ve ilişkilerin tümüdür.<sup>1</sup>

Başka bir tanıma göre de turizm, sürekli yaşanılan yer dışında tüketici olarak yapılan seyahat ve geçici konaklama olayı olarak adlandırılır.

Bu tanımlardan yararlanarak turizme ilişkin belirleyici özellikleri;

1-Turizm, çalışan ve doğal gereksinimlerin karşılandığı, sürekli yaşanılan yerlerin dışında yapılan seyahatlerdir,

2- Seyahat eden ve konaklayan kişi bir süre sonra yaşadığı yere geri döner, konaklama geçici bir süre içindedir,

3- Seyahat eden kişiler, genellikle turizm işletmeleri tarafından üretilen mal ve hizmetleri talep eder ve tüketirler, şeklinde sıralayabiliriz.

---

<sup>1</sup> İsmet Sabit Barutcuğil, *Turizm İşletmeciliği*, Gel.3. b.İstanbul: Beta Basımevi, 1988, s.15.

## B- Turist

Sürekli yaşadığı yer dışında psikolojik tatmin amacıyla geçici bir süre için çıkan ve tüketici olarak seyahat eden, konaklayan ve daha sonra yaşadığı yere geri dönen kişiye turist denir. Başka bir tanıma göre de turist "sürekli yaşadığı yer dışında bir yeri veya ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre için ziyaret eden kişidir."<sup>2</sup> Gittiği yerde 24 saatten az kalanlar günübirlikçiler olarak adlandırılmaktadır.

Bu tanımlardan turistin şu nitelikleri ortaya çıkmaktadır.

1- Turist, seyahati boyunca mal veya hizmet üretimi veya satışı yoluyla kazanç elde etmeyi düşünmeyen, ekonomik anlamda tüketici olan temel amacı psikolojik tatmin sağlamak olan kişidir.

2- Turist, dini inançları, sosyal-kültürel gereksinimleri, sağlık nedenleri, ailevi nedenler, eğlenme ve dinlenme arzuları veya boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla başka ülkelere seyahat eden kişidir.

Sportif, politik ve benzeri olaylara veya toplantılara katılmak amacıyla seyahat eden kişiler de turist olarak kabul edilirler.<sup>3</sup>

## C- Turistik Ürün

"Turistin seyahati boyunca yararlandığı konaklama, yeme-içme, ulaştırma, eğlence ve benzeri birçok olayın bileşimi, turistik üründür."<sup>4</sup> Turizmde ürün iki şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi, bir ülke veya yörenin sahip olduğu tüm doğal, tarihi ve turistik kaynakların oluşturduğu turizm ürünüdür. İkincisi ise tüketicilerin yer değiştirmelerine ve tatil yapmalarına imkan veren tüm hizmetler yani bir paket turu oluşturan turistik hizmetlerin

<sup>2</sup> Barutcugil, s. 15.

<sup>3</sup> Barutcugil, s.15.

<sup>4</sup> Necdet Hacıoğlu, *Turizm Pazarlaması*, 2.b. Bursa: Uludağ Ü. Basımevi, 1991,s.39.



tümüdür. Turistik ürün değişik nitelikteki unsurlardan meydana gelen karmaşık bir üretimdir.

Bu turistik ürünü oluşturan unsurlar genel olarak üç ana grupta incelenir.

1- Bir ülkenin veya bölgenin turistleri çeken doğal, kültürel, tarihi, sanatsal varlıkları ve değerleri,

2- Turiste hizmet veren işletmeler (otel, motel, restaurant, eğlence ve spor tesisleri, seyahat acentaları v.b.),

3- Turistin yer değiştirmesini, gidilecek yere ulaşmasını sağlayan taşımacılık hizmetleri.<sup>5</sup>

Bu unsurlar çekicilik, ulaşılabilirlik, turizm hizmet işletmeleri imkanları gibi kriterler dikkate alınarak incelendiğinde turistik ürünün kalitesini belirler.

#### **D- Turizm İşletmeciliği**

Turizm işletmeciliği, ekonomik amaçlarla kurulan ve insanın turizm olayı içindeki gereksinimlerini karşılamaya yönelik üretim ve pazarlama faaliyetleri gösteren birimlerin yönetimi, organizasyonu ve benzeri tüm fonksiyonlarını inceleyen işletmecilik biliminin bir uygulama alanıdır.

Turizm işletmeciliği karmaşık ve çok yönlü olması nedeniyle diğer endüstri işletmelerinden ayrı özellikler arz etmektedir. Bu özellikleri şöyle sıralayabiliriz;

1-Turizm işletmeleri büyük ölçüde insan gücüne dayanır.

2-Bu endüstri dalında çalışan tüm işletmeler, turizm hizmetlerinin niteliği gereği birbiriyle uyumlu olma, yakın bir işbirliği ve karşılıklı yardımlaşma içinde bulunma zorunluluğu duyarlar.

---

<sup>5</sup> Hacıoğlu, s.39.

3-Turizm bir hizmet endüstrisidir ve turizmde satılan hizmettir.

4-Turizm işletmeleri, özellikle konaklama işletmeleri günün 24 saatinde haftanın yedi gününde faaliyet gösterirler.

5-Turizm işletmelerinin kuruluşları sırasında ve faaliyetleri süresince önemli boyutlarda sermayeye ve çoğunlukla sabit sermaye varlıklarına gerek duyulur.

6- "Turizm endüstrisinde talep, önceden kesin bir biçimde öngörülmesi güç olan ekonomik ve politik koşullara bağlı olduğundan ve turizm işletmelerinin talep dalgalanmalarından anında etkilenmesi dolayısıyla risk oldukça yüksektir." <sup>6</sup>

### **E- Turizm Pazarlaması**

Turizm pazarlaması, ulusal turizm örgütleri veya turizm işletmelerinin ulusal ve uluslararası düzeylerde turistlerin ihtiyaçlarını gidermeye yönelik sistematik ve uyumlu çabalarıdır.

Başka bir tanımla turizm pazarlaması, turistik mal ve hizmetlerin doğrudan veya turizm araçları yardımıyla yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası planda, üreticiden nihai tüketici olan turiste akışı ve yeni turistik tüketim ihtiyaçlarının ve arzularının yaratılması ile ilgili sistemli faaliyetlerin bütünüdür.

Bu tanıma göre turizm pazarlaması şu özellikleri arzlemektedir;

1- Turizm pazarlaması, turistin ihtiyaçlarını karşılayacak mal ve hizmetlerin turiste sunulması ve satışı ile ilgili çabalarıdır.

---

<sup>6</sup> Barutcugil, s.61.

2- Turistik mal ve hizmetler turiste doğrudan üretici işletmeler tarafından satılabileceği gibi, aracı kuruluşlar (seyahat acenteleri, tur operatörleri gibi) tarafından da satılabilir.

3- "Turizm pazarlamasında en önemli ilkelerden biri tüketicinin ihtiyaçlarının ön planda tutulmasıdır. Bu nedenle turistlerin yeni ihtiyaçlarının devamlı araştırılması, bilinmesi gereklidir."<sup>7</sup>

## **F- Turizm Piyasası(Pazarı)**

Turizm pazarı, bir turistik ürüne yönelen taleptir. Turizm ürünlerinin farklı olması bunlara yönelecek mevcut ve potansiyel talebin ayrı ayrı belirlenmesini dolayısıyla pazar bölümlendirilmesini çok daha önemli hale getirmektedir. Toplam turizm pazarı, tatil turizmi, iş turizmi ve çeşitli amaçlarla yapılan turizm gibi bölümlere ayrılır.<sup>8</sup>

Turizm pazarının üç özelliği vardır;

- 1- Coğrafi bölgeyi ifade eder.
- 2- Kendisini oluşturan elemanlarla birlikte süreklilik arz eder, çok yavaş değişir.
- 3- Coğrafi bölgeler arasında bir turist hareketi vardır.

Coğrafi açıdan bir ülkenin turizm pazarı makro planda iki kısımda incelenebilir. Bunlardan birincisi; ülke sınırları içinde oturanların oluşturduğu pazar olan ulusal turizm pazarıdır. İkincisi ise; ülke sınırları dışında alıcı ülkeye yönelik oluşan pazardır. Buna da uluslararası turizm pazarı denir.<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Hacıoğlu, s.10.

<sup>8</sup> Hasan Olalı, *Turizm Politikası ve Planlaması*, İstanbul: İk.Fak.Yayınları, 1990, s.23.

<sup>9</sup> Hacıoğlu, s.30.

## II- TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

### A- İlk ve Orta Çağlarda Turizm

Turizm tarihi, insanlık tarihinin ilk çağlarına kadar uzanmaktadır. O dönemlerde insanları turizme iten tek neden, beslenme ihtiyacını karşılamaktı. İnsanlar daha verimli topraklar bulmak amacıyla seyahat ediyorlardı. Orta çağlarda seyahat nedenleri değişmiş, insanlar ticaret amacıyla seyahat etmeye başlamışlardır.

M.Ö. 4000 yıllarında yazıyı, parayı ve tekerleği icat eden Sümer'ler ticaret amacıyla seyahat etmeye başlatan toplum olarak tarihe geçmişlerdir. Daha sonra Finike'liler ticaret etmek amacıyla seyahate önem vermişler Çin ve Hindistan'a yapılan ilk geziler de ticari amaçla yapılmıştır. Zamanla seyahat nedenleri artmış, sosyal, kültürel, sportif ve dini amaçlar turizm için birer neden olmaya başlamıştır.

M.Ö. 3000 yıllarında Piramitler ve Tapınaklar nedeniyle Mısır, gezginlerin ilgisini yoğun bir biçimde çekmiştir. M.Ö. 700 yıllarında Eski Yunan'da Olimpiyat Oyunlarının başlaması dünya turizm tarihi içerisinde önemli bir olay kabul edilmektedir.<sup>10</sup>

Bu dönemin ünlü gezginlerinden olan İbn-i Batuta 14. yüzyılda doğum yeri olan Tanca'dan yola çıkarak Mekke'ye defalarca gitmiş, buradan Arabistan'ı Orta Doğu'yu ve Anadolu'yu gezerek Semerkand üzerinden Hindistan'a ulaşmış ve oradan Seylan ve Sumatra'ya gitmiştir.

---

<sup>10</sup> Ziya Eralp, *Genel Turizm*, Ankara: S.B.F. Yayınları, 1983, s. 1.

## **B- Yeni ve Yakın Çağlarda Turizm**

Rönesansla birlikte değişen düşünceler, Amerika Kıtasının bulunması ve dünyanın etrafının dolaşılması, uzak yörelere yaygın bir ilgi, merak ve heyecanın uyanmasını sağlamıştır. Bu dönemin ünlü denizcileri olan Vasco Dö Gama, Christpopher Columbus ve Magellan'ın başarılı gezileri tüm Avrupa da seyahat arzusunu hızla yaygınlaştırmıştır.

Bir Türk denizcisi olan Piri Reis'in 16. yüzyıl başlarında geziler ve yaşadığı döneme göre olağanüstü nitelikteki haritaları içeren "Kitabı Bahriye" adlı yapıtı ise denizcilik ve turizm tarihi bakımından büyük önem taşımaktadır.

18. yüzyıl başlarında demiryolu taşımacılığının gelişmesi ve buhar gücü ile çalışan gemilerin hizmete girmesi zevk amacıyla yapılan seyahatlerin geniş kitlelere yaygınlaşmasında önemli rol oynamıştır. Bu gelişmeler birçok yazar tarafından modern turizm hareketlerinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir.<sup>11</sup>

## **C- Günümüzde Turizm**

İçinde bulunduğumuz yüzyılda turizm açısından en büyük önem taşıyan olay 1920'lerde otomobil çağının başlamasıdır. Karayolları ağlarının genişlemesi otomobillerin ucuzlayarak kullanımının yaygınlaşması, turizmde beklentilerin ötesinde bir gelişme göstermesine neden olmuştur. Denizyolu ve demiryolu özellikle uzak mesafeler arasındaki seyahatlerde bir süre daha önemini koruyabilmiş ancak zamanla eski etkinliğini kaybetmiştir.

---

<sup>11</sup> Barutcugil, s. 43.

Yaşadığımız yüzyılda cereyan eden dünya savaşları ekonomik ve sosyal refahla birlikte seyahat özgürlüğünü ve güvenliğini azaltarak turizmi olumsuz yönde etkilemiştir. Ancak savaş dönemlerinde ulaştırma alanlarında özellikle havacılık teknolojisinde önemli gelişmelerin savaş sonrasında turizmin gelişmesine büyük katkıları olmuştur. Uzak mesafelerde denizyolu ve demiryolu eski önemini kaybetmiş, yerini havayolu almıştır.

Günümüzde turizm değişen ve gelişen iki boyutunu tur organizatörleri ve konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Yüzyılın başlarında gelir düzeyi üst düzeyde olan kişilerin taleplerine hitap eden oteller, günümüzde kitle turizminin şartlarına uygun, büyük kapasiteli ve standart hizmet sunan konaklama işletmelerine dönüşmüşlerdir.

Endüstride otomasyona geçilmesi sonucu sağlanan verimlilik artışına bağlı olarak çalışma saatlerinin azaltılması, yıllık ücretli izin gibi bazı sosyal hakların verilmesi, çalışan kesimlere turizm faaliyetlerine daha kolay katılabilme imkanı sağlamaktadır.

Ekonomik kalkınma ile birlikte kişisel gelir düzeylerinin yükselmesi daha geniş kitlelerin turizme katılmasını sağlamıştır. 1973-1974 petrol bunalımını izleyen dünya çapındaki durgunluktan sonra hemen bütün ülkelerde ekonomik büyüme devam etmiş, bu da turizm olayını olumlu yönde etkilemiştir.

Teknolojik buluş ve yeniliklerin, özellikle televizyon gibi kitle iletişim araçlarının hızla gelişmesi de turizme katılımı artırmıştır. Kitle iletişim araçlarıyla günümüz insanları değişik ülkeler ve insanlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaktadır. Ayrıca bunlara yapılan reklam ve propogandalar turizme katılma arzusu uyandırmaktadır. Ulaşım araçlarının geçmiş dönemlere nazaran daha hızlı, konforlu ve güvenli olması seyahat

maliyetlerinin geniş kitlelere hitap edecek şekilde uygun düzeylere indirilmesi teknolojinin turizme yaptığı olumlu katkılardandır.

Ayrıca seyahat işletmeciliğinin gelişmesi, seyahat etmek isteyenlere kredi sağlanması, kamping, tatil köyü, pansiyon ve benzeri işletmelerin gelişmesi dolayısıyla bazı finansal kolaylıklar oluşması turizme katılımı yaygınlaştırmıştır.<sup>12</sup>

Bunların dışında uluslararası ekonomik ve politik ilişkilerin artması, değişik ülkeler arasındaki bilim, kültürel, eğitim, sanat ve spor amaçlı ilişkilerin gelişmesi turizm olayına katılanların sayısını artıran önemli faktördür.<sup>13</sup>

Yukarıda sayılan faktörlerin etkisiyle turizm olayındaki gelişme, turizmi günümüzde ekonomik ve sosyal yapı içerisinde büyük bir öneme sahip olan bir temel endüstri dalı olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Günümüzdeki dünya turizminin bazı temel özellikleri şunlardır;

1- Turizmin gelişme hızı %5 dolaylarındadır. Uzun dönemde bu oranın pek fazla değişmeyeceğini iddia edenlerin yanısıra, turizm harcamalarının bir tavanı veya doyum noktasının olmadığı ve bu nedenle artacağına iddia eden görüşler mevcuttur.

2- Uluslararası turizm pazarına yeni ülkeler girmektedir. 15 yıl öncesine kadar turizm pazarında yeri olmayan bazı Ortadoğu ülkeleri ve Japonya günümüzde turist gönderen önemli ülkeler arasına girmişlerdir.

<sup>12</sup> Mehmet Gürdal, *Turizm Ulaştırması*, Ankara: Adım Yayınları, 1990, s. 79.

<sup>13</sup> Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Turizm Pazarlaması*, Ankara: 1983, s.13.

3- Turist gönderen ilk on ülke (Batı Almanya, Amerika, İngiltere, Fransa, Kanada, Hollanda, Belçika, Avusturya, Japonya, Meksika.) uluslararası turizm pazarının yaklaşık %75'ine sahip bulunmaktadır.

4- Avrupa turizmi, komşu ülkeler ve kısa mesafeli seyahatler, Amerika Birleşik Devletlerinde ise iç turizm, Uzakdoğu, Latin Amerika ve Afrika ülkelerinde ise uzun mesafeli seyahatler ağırlık kazanmaktadır. Avrupa'da yaygın görülen sınır turizmi dünya turizm harcamaları toplamının yaklaşık %40' ını oluşturmaktadır.

5- Gelişmiş batı ülkelerinde lüks turizm hareketlerine olan katılım azalmaktadır. Kişiler yaşadıkları yerlere yakın olan sakin bölgelerde tatil yapmayı daha fazla tercih etmektedirler.

6- Alışılmış turizm merkezleri eski cazibesini yitirmektedir. Daha az bilinen, turizm yeni açılan ülkelere seyahat daha fazla ilgi çekmektedir.<sup>14</sup>

### III- TURİZM İŞLETMELERİ

Turizm işletmeleri, turistlerin seyahat ve konaklama ihtiyaçlarıyla, bunlara bağlı diğer ihtiyaçlarının tatminine yarayan mal ve hizmetlerin üretilmesini ve pazarlamasını sağlayan ekonomik birimlerdir.

Turizm olayının gelişmesi ve giderek karmaşık bir yapıya sahip olması, çok sayıda farklı turizm işletmesinin kurulmasına neden olmuştur.

Turistik mal ve hizmet üreten ve pazarlayan işletmeler genellikle yerine getirdikleri fonksiyonlar açısından sınıflandırılırlar. Buna göre turizm işletmeleri üç ana bölüme ayrılır.

---

<sup>14</sup> Barutcugil, s. 46.



## **A- KONAKLAMA VE YEME-İÇME İŞLETMELERİ**

Bu tür işletmeler de kendi arasında şu gruplara ayrılırlar;

### **1- Otel**

Seyahat eden yabancıların geçici bir süre için konaklamaları amacıyla belli standartlarda düzenlenmiş tesislerdir. Geleneksel konaklama tesislerinin en yaygın örneğidir. Oteller büyüklüklerine göre konaklamanın yanında yeme-içme, eğlence, alış-veriş gibi ihtiyaçları karşılayacak yan tesislere de sahip olmaktadır. Günümüz otelcilik anlayışında yalnızca geceleme amacına dönük yatak odası değil, içinde yaşanılacak, oturulacak biçimde tasarlanarak günlük yaşamın her ihtiyacına cevap verebilecek eşya ve araçlarla donatılmaktadır.

### **2- Motel**

Genellikle şehir dışında karayolları üzerinde kurulan konaklama tesisleridir. Karayolları ile seyahat ve otomobil kullanımının artması ile yaygınlaşmıştır. Başlangıçta kısa süreli geceleme ve konaklamalara hizmet eden moteller, günümüzde daha uzun süreli tatil turizmine yönelmektedir.

### **3- Pansiyon**

Uzun süreli konaklamaya uygun, istenildiğinde yeme-içme gereksinimlerinin karşılandığı küçük ölçekli konaklama işletmeleridir. Çoğunlukla bir aile bireyleri tarafından işletilirler. Ayrıca turistlerin yoğun ve konaklama tesislerinin yetersiz olduğu bölgelerde evlerinin belli bir bölümünü pansiyon olarak kiralamak suretiyle pansiyon işletmeciliği yapanlar da bulunmaktadır. Bölge halkı için önemli gelir kaynağı olan

pansiyonculuk, sadeliği, ücretli iş gören çalıştırılmaması nedeniyle ucuz olması bakımından düşük gelir düzeyli turist gruplarına cazip gelmektedir.

#### **4- Oberj**

Spor ve doğal güzelliklerden faydalanmak isteyen turist gruplarının kırsal kesimdeki konaklama ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla kurulan tesislerdir. Genellikle turistik yollarla bağlantılı bölgelerde, yerleşim merkezlerinin dışında, kış ve dağ sporlarının yapılabileceği, doğal güzellikleri bulunan yerlerde kurulurlar.

#### **5- Kamping**

Tabiatla içiçe, sade bir konaklama, ucuz tatil, spor, dinlenme gibi amaçlarla seyahat eden turistlerin konaklama ihtiyaçlarını gidermek amacıyla kurulan sabit veya geçici tesislerdir. Bazı özel ve kamu kuruluşlarının sadece çalışanlarına hitap eden sabit kampları bulunmaktadır.

Kamplar kuruluş yerleri ve amaçları bakımından şu şekilde sınıflandırılırlar;

- a- Şehirlere yakın olan hafta sonu kampları,
- b- Turistik merkezlere yakın olan yollar üzerinde kurulan kamplar,
- c- Orman veya deniz kenarındaki tatil kampları,
- d- Belirli turizm olayları nedeniyle kurulan geçici kamplar,
- e- Öğrenciler, işgörenler veya özürüöler için kurulan kamplar,
- f- Karayolları üzerinde belirli mesafelerde kurulan transit yolcu kampları.

#### **6- Tatil Köyü**

Geleneksel konaklama işletmeleri olan otel, motel, pansiyonla kamping arası bir konaklama tesisidir. Genellikle bir köy biçiminde tasarlanmış tek katlı küçük evlerden oluşur. Spor, eğlenme ve dinlenme turizminin temel ihtiyaçlarını karşılayacak tüm imkanlara sahip olan tatil köyleri uzun süreli konaklamalara uygundur. Doğal güzellikler açısından zengin, dağ ve deniz kıyılarında kurulurlar. Pastane, lokanta, gazino, alış-veriş merkezi, sağlık merkezi, çocuk parkları ile ortak ihtiyaçları karşılayarak kendine yeten bir bütündür.

### **7- Kaplıca ve Benzeri Sağlık Turizm Tesisleri**

Sağlığa uygun, bazı hastalıklara iyi gelen iklim koşulları, sıcak, soğuk veya madensel suların mevcut olduğu bölgelere yakın yerlerde kurulan tesislerdir. Ülkemizde bu tür tesisler; kaplıca, ılıca, kaynarca, termal veya içme suları gibi isimler almaktadır. Günümüzde sağlık turizmi çok büyük önem kazanmış ve buna paralel olarak bu tür konaklama tesislerinin yapılması, mevcutların iyileştirilmesi ve büyütülmesi bu tür tesislere sahip ülkeler için bir amaç olmuştur. Doğal kaynakları açısından çok zengin olan ülkemizde büyük bir sağlık turizmi potansiyeli bulunmaktadır. "Son yıllarda termal turizm ile sağlık tesisleri yatırımlarının devletçe teşvik edilmesi, özel idare ve belediyeleri mevcut tesisleri iyileştirme yönünde motive etmiştir. Bunun yanısıra yeni tesis yatırımlarında da önemli artışlar gözlenmektedir."<sup>15</sup>

### **8- Diğer Konaklama İşletmeleri**

Yukarıda belirtilen konaklama işletmelerinin dışında kalan birçok turizm amaçlı konaklama işletmesi vardır. Bu işletmeler şunlardır;

---

<sup>15</sup> Turizm Bakanlığı , *Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı*, Ankara: 1993, s.33.

i- Özel ve kamu kuruluşlarının, meslek örgütleri ve benzerlerinin dinlenme tesisleri ve misafirhaneleri,

ii- Değişik kişilere belli dönemler için satılan veya kiraya verilen apartman daireleri, ev ve odalardan oluşan tatil beldesi işletmeleri,

iii- Doğa sporlarına uygun yerlerde inşa edilen dağ evleri, avcı kulübeleri,

iv- Okulların tatil olduğu dönemlerde turizme hizmet eden üniversite öğrenci yurtları,

## **9- Lokanta ve Benzeri Yeme-İçme Tesisleri**

Seyahat eden turistlerin beslenme ihtiyaçlarını karşılamak için kar amacıyla kurulan ticari işletmelerdir. Bu tür işletmeler bazen yukarıda belirtilen konaklama tesisleri olarak, bazen de bağımsız bir birim olarak kurulmakta ve işletilmektedirler.

Günümüzde kısa sürede yemek yenilen basit ve küçük lokantalar, turistlerin sınırlı olan zamanlarını daha iyi değerlendirebilmeleri açısından daha fazla ilgi görmektedir. Bu tür lokantalara kafeteryalar, tabldot tipi lokantalar, tek bir yiyecek sunan lokantalar, self servis yapılan lokantalar örnek olarak gösterilebilirler.

### **B- Seyahat İşletmeleri**

Turizm olayının kapasitesini ve büyüklüğünü etkileyen faktörlerden birisi de seyahat işletmelerinin sayıları ve nitelikleridir. Bu gruba giren işletmeler iki ana gruba ayrılırlar.

## 1- Aracı İşletmeler

Ulaştırma ve konaklama hizmetlerinin pazarlanmasına aracılık eden, çeşitli turizm hizmetlerini biraraya getirerek yeni bir komple ürün tasarlayarak bunu satışa sunan toptancı ve perakendeci işletmelerdir. Bu işletmeler turistik mal ve hizmet üreten kuruluşlarla turistler arasındaki iletişimin kurulmasına rol oynarlar. Sorumluluk ve risk almadan komisyon karşılığı turizmle ilgili bilgileri turistlere sunan türleri olduğu gibi, çeşitli turizm hizmetlerini tek tek kendi hesabına satınalarak bunları biraraya getirerek tek bir ürün olarak satan türleri de vardır. Sorumluluk ve risk kendilerine aittir.

## 2- Seyahat İşletmeleri

Turistlerin bir yerden diğerine taşınmasını gerçekleştiren işletmelerdir. Bu işletmeler kullanılan ulaştırma aracının niteliğine bağlı olarak dört ana gruba ayrılırlar;

### a- Demiryolu İşletmeleri

Genellikle devlet denetiminde tekelci bir işletme niteliğindedirler. Turistik amaçlı gezilerde eski önemini yitirmiş, ancak 1970 lerde Amerika Birleşik Devletleri, İngiltere, Fransa ve Japonya gibi ülkelerde hizmete konulan yüksek hızda konforlu trenler sayesinde yeniden ilgi görmeye başlamıştır.

Demiryolu işletmeleri yatırım sermayesi büyük, işletme sermayesi az olması nedeniyle toplu taşımacılığın en uygun araçlarından birisidir. Bu nedenle birçok ülkede devletin desteğiyle çalışmakta ve fiyatları düşük olmaktadır.

### **b- Havayolları İşletmeleri**

Zaman tasarrufu sağlaması, havayolu işletmelerinin en önemli üstünlüğüdür. Havacılık teknolojisinin 1950' lerden başlayarak hızla gelişmesi sonucu güven, konfor ve hız faktörlerindeki büyük gelişmeler havacılık işletmelerini büyük bir taleple karşı karşıya bırakmıştır. Havayolu işletmeleri iyi koordine edilmiş düzenli uçuş programları ve merkezi rezervasyon sistemleri ile büyük etkinliğe ulaşmasına rağmen, yine de artan talebi karşılamakta zorlanmışlardır. Özellikle 1970'lerden sonra artan paket tur uygulamasıyla çoğalan talepler, tarifersiz uçuşlar düzenleyen havayolu işletmelerinin doğmasına yolaçmıştır.

### **c- Denizcilik İşletmeleri**

Havayolu işletmelerinin gelişmesi karşısında eski önemini büyük ölçüde yitirmiştir. Bugün kıtalararası tarifeli seferler yapan yolcu gemileri yok denecek kadar azdır. Buna karşılık yerleşilen bölgelere yakın doğal güzellikleri ziyaret amacıyla düzenlenen kısa süreli turlar günümüzde turistlerin daha fazla ilgi duyduğu bir seyahat şekline dönüşmüştür.

### **d- Otobüs İşletmeleri**

Günümüzde uzun mesafeli seyahatlerde havayolunun, kısa mesafeli seyahatlerde özel otomobillerin tercih edilmesi nedeniyle önemi giderek azalmaktadır. Bununla beraber özel otomobillerin çok yaygın olmadığı ülkelerde ve arazi yapısı nedeniyle diğer ulaştırma araçlarıyla gidilmesi güç olan yerlere gidilmesinde halen tercih edilmektedir. Ayrıca seyahat süresince çevreyi daha iyi görebilme ve istenildiği zaman konaklama imkanı sağlaması nedeniyle diğer seyahat işletmelerine göre daha cazip olma özelliği vardır.

## **C- Diğer Turizm İşletmeleri**

### **1- Turizm İle İlgili Çeşitli Ürünleri Üreten İşletmeler**

Seyahat sırasında giyilen özel giysiler, yolculuğa ve mevsim şartlarına uyum sağlayabilmek için gerekli şapka, ayakkabı, çanta, spor malzemeleri gibi çeşitli malları turistlerin hizmetine sunan işletmelerdir. Turistin bir tatil beldesindeki kalış süresini uzatabilme ve daha fazla harcama yapabilmesini sağlaması bakımından önemli bir faktördür.<sup>16</sup>

### **2- Turizme Bağlı Ticari İşletmeler**

Sattıkları mallar yalnızca turistlere hitap etmediği halde varlıkları büyük ölçüde turizme bağlı olan işletmelerdir. Havaalanları, liman ve istasyonlarda, tatil beldelerinde çeşitli tüketim mallarını satan perakendeci işletmeler ve dövizle işlem yapan gümrüksüz satış mağazaları bu gruba girerler. Bu işletmeler turizmin mevsimlik dalgalanmalarından büyük ölçüde etkilenirler. Hatta bazıları turizm mevsimi dışında faaliyetlerini durdurmayı tercih edecek kadar turizme bağımlıdırlar.

### **3- Turizm İle İlgili Özel Hizmetleri Üreten İşletmeler**

Turizm olayının kişinin psikolojik tatminine yönelik olması nedeniyle çeşitli hizmetleri üretecek kişi ve kuruluşlar çok önemlidir. Bu tür kuruluşlar, tercümanlık ve rehberlik hizmetleri veren, kayak, yüzme, tenis gibi spor dallarında öğretmenlik yapan ve turistlere yönelik eğlence ve şenlikler düzenleyen şahıs ve işletmelerdir. Bunların dışında turistlerin yoğun olduğu

---

<sup>16</sup> Barutcuğil, s.58.

bölgelerde faaliyet gösteren seyahat çekleri ve seyahat sigortası satışı gibi faaliyet gösteren işletmeler de bu gruba dahildirler.

#### **4- Turizm Tanıtma ve Reklamcılık İşletmeleri**

Reklam ve tanıtma faaliyetlerinin tamamı veya bir kısmı turizm işletmeleri ile ilgili olan kamu ve özel reklamcılık kuruluşlarıdır. Bu sınıftaki kamu işletmeleri propoganda, tanıtma ve halkla ilişkiler alanlarında faaliyet gösterirler. Özel işletmeler otel, havayolu ve tur gibi belirli turizm hareketlerinin reklamını yaparlar. Bu işletmeler genellikle turist üreten gelişmiş ülkelerin pazarlarını hedef alırlar. Temel amaç ise fiili ve potansiyel turistlerin tercihlerini reklam yapılan ülke ve ürünler hakkında olumlu yönde etkilemek talep yaratmak ve talebi yönlendirmektir.



## İKİNCİ BÖLÜM

### GENEL TURİZM POLİTİKASI VE TURİZM SEKTÖRÜNDE PLANLAMA

#### I- GENEL TURİZM POLİTİKASI

##### A- TURİZM POLİTİKASI

Turizm politikası özellikle son yıllarda hükümetler, politikacılar ve müteşebbisler tarafından çok önem verilen sık kullanılan bir kavram olmakla beraber, bu kavram değişik çevrelerce değişik şekillerde yorumlanmıştır.

Turizm politikaları klasik anlamda " iç ve dış turizmin geliştirilmesi, ekonomik ve meta-ekonomik fonksiyonlarından en yüksek düzeyde yararlanılması için kamu yönetiminin turizm alanında aldığı önlem ve yaptığı müdahalelerin tümü"<sup>17</sup> olarak tanımlanır. Ekonomik ve sosyal gelişmeler karşısında turizm politikası tanımı da değişikliğe uğramıştır. Modern anlamda turizm politikasının tanımı ise " bir ülkenin tüm insanlarına turizme katılarak maddi ve manevi dinlenme olanaklarını sağlamak, çevreyi koruyarak turizm ihtiyaçlarının karşılanması için gereken en uygun alt ve üst yapıyı kurmak amacı ile kamu yönetiminin turizm alanına dolaylı veya dolaysız her türlü müdahalesi"<sup>18</sup> dir. Bu tanımdan, devletin turistik gelişmenin yönlendirilmesinde bilinçli bir şekilde müdahale etmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır. Bu müdahalenin temel hedefleri şunlardır;

1- Turizm politikası, turizmin arz ve talep açısından mevcut durumunun iyileştirilmesi için gerekli nedenleri belirler.

<sup>17</sup> T.C. Turizm Bankası A.Ş., *Turizm Nedir*, Ankara: 1984, s. 89.

<sup>18</sup> Olalı, s. 30.

2- Turizm politikası, turizm alanında uygulanan ve önerilen müdahalelerin, alınacak önlemlerin yapacağı etkileri araştırır.

3- Turizm politikası turizmin gelişmesi için yeni hedefler, araçlar ve imkanlar ortaya koyar.<sup>19</sup>

## **B- TURİZM POLİTİKASININ ÖZELLİKLERİ**

Turizm politikasının kendine has bazı özellikleri vardır. Bunlar;

### **1- Turizm Politikası Dinamiktir**

Turizm politikası, turizm ekonomisi ile arasında organik bir bağ olması nedeniyle dinamiktir. Yani turizm ekonomisinde teorik verilerde bir değişiklik meydana geldiğinde, turizm politikasında da içerik ve hedefler bakımından değişiklik meydana gelir. Örneğin iş seyahatlerini turizm kapsamı içinde kabul eden bir ekonomide, turizm politikasında iş seyahatlerinin teşviki, organizasyonu gibi konular turizm politikaları içinde yer almaktadır.

### **2- Turizm Politikası Çok Yönlüdür**

Turizm olayının, karmaşık ve kompleks bir olay olması nedeniyle, birbirini tamamlayan ancak birbirlerinden çok farklı çeşitli faktörlerle sıkı bir işbirliği içinde olması gerekmektedir. Ayrıca turizmin sosyal yönü de incelenmesi gereken bir konudur. Örneğin turizm ile ekonomik büyüme, sosyal gelişme, şehirleşme arasında sıkı ilişkiler vardır. Doğal kaynaklar turizmin yaratıcı elemanı olmasına rağmen, turizmin doğal kaynakları tahrip eden bir araç olması gibi bazı sonuçları olabilir. Bu nedenlerle iyi bir turizm politikası doğadan yararlanmak için bazı düzenlemeler öngörürken, diğer

---

<sup>19</sup> Olalı, s. 30.

yandan da doğal kaynakların tahribini engelleyen önlemleri kapsamaması gerekir.

### **3- Turizm Politikası Kurumsaldır**

“Turizm politikasını şekillendiren turizmin arz ve talep yönündeki karar organlarıdır”.<sup>20</sup>

Turizm politikasında arz yönündeki karar organları turizm işletmeleri, talep yönündeki karar organları ise tüketicilerdir. Bunların dışında kamu kurumları da arz ve talebi, değişik yönlerden etkileyerek karar organları arasında yer alırlar. Bütün bu karar organları turizm politikalarının birer faktörü olarak onlara şekil verirler.

### **4- Turizm Politikası Akılcıdır**

Turizm politikasında önceden saptanan hedeflere ulaşabilmek için kaynakların kullanımında uygulanacak yöntem ve tekniklerin akılcı ilkelere dayanma zorunluluğu vardır. Aksi halde kıt kaynaklar heba edilerek ulusal ekonominin turizmden beklediği katkı uzun vadede negatif olabilir.

## **C- TURİZM POLİTİKASINA OLAN İHTİYAÇ**

Turizm politikasına olan ihtiyacı aşağıdaki gibi sıralayabiliriz;

1- Turizm boyutlarının çok büyük olması onun kamu yönetimi tarafından düzenlenip koordine edilmesini gerektirmektedir.

2- Turizm sektörünün dolaylı veya dolaysız birçok sektörle ilişkisinin olması, koordinasyonu kamu yönetiminin yapmasını zorunlu kılmaktadır.

---

<sup>20</sup> T.C.Turizm Bankası A.Ş., *Turizm Nedir*, s. 90.

3- Turizm sektörünün büyük alt yapı ihtiyacı yaratması, alt yapı yatırımlarının büyük yatırım sermayesi gerektirmesi nedeniyle devletin desteği, yardımı ve katkısı gerekmektedir.

4- Gelişmekte olan ülkelerde özel teşebbüsün yeterli düzeyde gelişmemiş olması, gelişmiş ülkelerde ise aşırı yatırım yoğunluğu devletin turizm alanında aktif bir fonksiyon ve rol oynamasını gerektirir.

5- Devletin genel ekonomik politikasında yer alan sağlıklı bir turizmi geliştirme isteği, devlet müdahalesini gerekli kılar.

6- Döviz ihtiyacı, dış ödemeler dengesinin açık vermesi dış, turizm için bazı önlemlerin alınmasını zorunlu kılar.

7- Turistik propoganda ve reklamın ağır maliyetleri, turizmin konjoktür değişimleri karşısında aşırı derecede duyarlı olması nedeniyle ortaya çıkabilecek ulusal kayıplar, sosyal turizmi geliştirme politikası gibi değişik nedenlerden dolayı turizm alanında devlet müdahalesi gereklidir.

## **D- TURİZM POLİTİKASINI OLUŞTURAN ELEMANLAR**

Bir turizm politikası çok değişik elemanlardan oluşmaktadır. Bu elemanlar şunlardır.

### **1- Turizm Planı**

Turizm sektöründe belli bir dönemde ulaşılabacak hedefleri, bu hedeflere ulaşmak için yapılacak işleri, kullanılacak araç ve gereçleri, parasal ve fiziksel imkanları, işlerin kimler tarafından ne zaman, nerede, hangi sürede gerçekleştirileceğini gösterir. Turizm planının sağlayacağı yararlar şunlardır;

a- Geçmiş dönemlerdeki turizm faaliyetleri sonuçları istatistiklerle incelenerek alınan sonuçlarla, belirlenen standartlar arasında fark olup olmadığı belirlenerek başarı veya başarısızlık durumu tespit edilir.

b- İyi bir planla, kullanılacak araç ve alınacak önlemler daha isabetli olur.

c- Planla disiplinli bir çalışma yöntemi oluşturularak başarılar tesadüflere bırakılmamış olur.

d-Turistik yatırımların gerektirdiği finansman tahmin edilerek atıl kaynak doğma riski önlenir.

e-Yetki ve sorumluluklar daha iyi saptanır.

## 2- Örgüt

Turizm örgütü turizm ile ilgili çalışmalarını koordine ederek örgütleyen, turizm ile ilgili her türlü kuruluşun faaliyetlerini bir araya getiren turizm politikasını yürüten kuruluştur.<sup>21</sup> Özellikle turizm alanında örgütün etkinliği çok önemlidir.

Turizm örgütünün görevleri şöyle gruplandırılabilir:

### a- Yönetmel İşler ve Sorumluluk

Ülke ekonomisi içinde turizmin yerini ve önemini saptanması, turizm planının yapılarak yeterli kaynakların sağlanmasıdır.

### b- Ulusal Turizm Politikasını Hazırlamak ve Uygulamak

Genel ekonomi politikasının uygun olarak turizm politikasını saptamak ve yürütmektir.

---

<sup>21</sup>T.C. Turizm Bankası A.Ş., *Turizm Nedir*, s.90.

### **c- Turizmle Dolaylı ve Dolaysız İlgili Diğer Kamu Kuruluşları ile İlişkiler ve İşbirliği**

Bir ülkede yerel ve ulusal kamu kuruluşları arasında sıkı bir işbirliği kurularak turizmle ilgili verilerin toplanması, araştırmaların yapılması, turistik ürünün pazarlanması, el sanatları, güzel sanatlar ve çeşitli sportif gösterilerin düzenlenmesinde örgütün görevleri arasındadır.

### **d- Özel Sektör İle İşbirliği**

Turistik ürün çok sayıda özel sektör birimleri tarafından gerçekleştirilen çalışmalar neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle aralarında sıkı bir işbirliği zorunludur. Özel sektör ile işbirliği, bu ilişkinin devlet turizm örgütü önderliğinde yapılmasıdır. Ayrıca turistik arz ve talep arasındaki dengeyi sağlamak amacıyla devletin özel sektör çalışmalarına katılmasıdır.

### **e- Araştırmalarda Bulunmak**

Ekonomik ve istatistiksel yöntemler yardımı ile yapılan çeşitli araştırmaların değerlendirilmesi, bunların ulusal ve uluslararası araştırmalara ve standartlara uygun olup olmadığının kontrol edilmesi ve pazarlamaya kanalize edilmesidir.<sup>22</sup>

## **3- Parasal Kaynaklar**

Turizm politikasını uygulamak, harekete geçirmek, dinamizm kazandırmak için gerekli kaynakların temin edilmesinde en önemli araçlardan birisi de parasal kaynaklardır.

---

<sup>22</sup> Olalı, s. 30.

#### **4- Otorite**

Turizmle ilgili yasal düzenlemelerin uygulanabilmesi için kamu yöneticilerinin elindeki gücü ifade eder.

#### **5- Koordinasyon**

Turizm ile uzak veya yakından ilişkisi olan bütün kişi ve kuruluşların turizm politikasının başarısı için ahenk ve uyum içinde çalışmaları gerekir. Bunun içinde iyi bir koordinasyonun gereklidir.

#### **6- Esneklik**

Yetkilerin karar alma, uygulama ve kararları değiştirmede sahip oldukları imkanları, sağduyuyu, iyi niyeti ve bilinci ifade eder.

#### **7- Çevre İlişkileri**

Turizm politikasının fiziksel ve sosyal çevreyi tahrip edici etkilerinin önlenmesi amacıyla koruyucu önlemler getirilmesidir. İyi bir ekonomi politikası ekonomik ve sosyal anlamda turizmin neler getirip neler götüreceğini iyice analiz etmeli ve gerekli tedbirleri yerinde ve zamanında alacak nitelikte olmalıdır.

#### **8- Denge**

Kaynak israfına yol açmamak için bir yandan arz ve talebin optimal noktada dengelenmesi, diğer yandanda alt yapı ile üst yapı arasındaki dengenin sağlanmasına imkan verilmesidir.

## 9- İnsan

Turizm sektörünün istihdam yaratıcı özelliği ve bu sektörün hızlı gelişmesi nedeniyle insan gücüne olan ihtiyaç hızla artmaktadır.<sup>23</sup> Turizmin bir hizmet endüstrisi olması nedeniyle insan daima bu endüstrinin temelini oluşturmaktadır. Bu nedenle faaliyetin başarısı, çalışanların kalifikasyon seviyesinin yükseltilmesi de eğitimle olur. Turizm eğitiminde gözünde bulundurulması gereken temel nokta, "turizm sektörünün uluslararası rekabete en açık sektör olduğu ve bu sektördeki globalleşmenin diğer sektörlerden daha ileriye dayandığı ve daha ileri düzeyde olduğudur."<sup>24</sup>

## 10- Kontrol

Turizm politikasında belirlenen hedeflere ulaşmak, varsa sapmaların nedenlerini belirleyerek yeni planlara yön vermesi bakımından önemli bir elemandır.

## 11- Ekonomik Rasyonel ve Global Elemanlar

" Turizm politikası ekonomik bir faaliyet olarak genel ekonomi politikasına uygun bir nitelik taşımak, rasyonel amaçlar izlemek ve bu hedeflere rasyonel şekilde seçilmiş araçlarla ulaşmak zorundadır."<sup>25</sup> Çok yönlü olması gereken turizm politikası yukarıdaki özelliklerin dışında doğrudan veya dolaylı olarak turizmle ilgili kültürel, sosyal ve diğer elemanları dikkate alarak bir bütünlük taşınmalıdır. Bu nedenlerle turizmde en

<sup>23</sup> Osman Yozgat ve diğerleri, *Turizm Eğitiminde Nitelik Araştırması*, İstanbul: Marmara Ü.Yayınları ,1989, s. 3.

<sup>24</sup> Hamdi İslamoğlu, *Turizm Eğitimi*, Turizm Bakanlığı Yayınları, Ankara: 1992, s.59.

<sup>25</sup> T.C. Turizm Bankası, *Turizm Nedir*, s.9.



önemli konulardan birisinin koordinasyon olduğu açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

### **E- TURİZM POLİTİKASININ HEDEFLERİ:**

Turizm olayı bir ülkenin çeşitli ekonomik ve sosyal faaliyetleri ile yakından ilgili olması nedeniyle turizm politikasının hedefleri, genel ekonomi ve sosyal politikaların hedefleri ve başarı şartları doğrultusunda incelenmelidir.

Turizm Politikasının başlıca hedefleri şunlardır;

#### **1- Ülkenin Ekonomik Büyümesine Katkıda Bulunmak**

Ekonomik büyüme, bir ülkede bir yıl içinde gayri safi milli hasılda sağlanan artış olduğuna göre turizm politikasının hedefi üretim faktörlerini, potansiyel kaynakları ve üretici güçleri harekete geçirerek gayri safi milli hasılanın artışına katkıda bulunmaktır. Bu nedenle turizm politikasında alınacak önlemler, üretici ve gelir yaratıcı kaynakları harekete geçirici bir nitelik taşımalıdır.

#### **2- Ekonomik Kalkınmaya Yardımcı Olmak**

Ekonomik kalkınma gayri safi milli hasılda sağlanan artışın üretim faktörleri arasında dengeli bir biçimde dağılımı olduğuna göre, turizm politikasının hedefi bir bölgeye gelir transferi sağlamak suretiyle gelirlerin dengeli bir şekilde dağılımına yardımcı olmaktır.

#### **3- Tam İstihdamın Gerçekleşmesine Yardımcı Olmak**

Turizm sektörü emek-yoğun üretim tekniği özelliğiyle otomasyona fazla imkan vermemektedir. Bu nedenle emek arz-talep arasında denge kurmak da turizm politikasının önemli hedefleri arasında sayılır.

#### 4- Fiyat İstikrarının Gelişmesine Yardımcı Olmak

Turizmin başlangıçta belirli bölge ve dönemlerde maliyet artışlarına, talep yükselmesine, ek ithalata neden olduğu için enflasyonu artırıcı olumsuz etkileri vardır. Ancak, üretim hacmini artırması, döviz girişlerini olumlu yönde etkilemesi nedeniyle serbest döviz sisteminde kurların düşmesine, dolayısıyla ülke parasının değer kazanmasına yardımcı olarak enflasyonu önleyen büyük bir faktördür.

#### 5- Dış Ödemeler Dengesine Katkıda Bulunmak

Dış ödemeler dengesi bir ülkenin bir yılda dış ülkelere olan mal, sermaye, hizmet ve turistik ilişkilerden doğan döviz girdi ve çıktıları toplu olarak gösteren bilançodur.

Bu tanıma göre turistik ilişkilerden doğan dış turizm bilançosu şöyle tanzim edilir.

#### “DİŞ TİCARET BİLANÇOSU”

##### Döviz Girdisi(Aktif Dış Turizmi)

##### **BORÇ**

- Turistik gelirler.
- Turistik özel tüketim malları ihracı.
- Dış turistlerin ulusal araştırma teşebbüslerine ödedikleri ücret .
- Ülkeye turistik alanda yatırım amacı ile gelen dış kapital.
- Dış ülkelerde turizm alanında yapılan yatırımlardan ülkeye gelen kar transferi
- Yabancılara kiralanan turistik tesisler için alınan yıllık kira bedeli
- Ulusal turistik el emeğinin gelirlerinden ülkeye olan döviz transferi.
- Dış ülkelerin ülkede yaptığı reklam ve tanıtma giderleri.
- Dış ülkelerin ulusal seyahat acentalarına ödedikleri komisyon.
- Dış ülkelerin ulusal seyahat büroları giderleri.
- Diğer turistik gelir transferleri

**Turistik Hareketlerden Doğan Borç Bakiyesi Toplamı:**

##### Döviz Çıktısı(Pasif Dış Turizm)

##### **ALACAK**

- Turistik giderler.
- Turistik özel tüketim malları ithali.
- Vatandaşların dış seyahatlerde yabancı ulaştırma teşebbüslerine ödedikleri ücret.
- Yabancı ülkelere turistik amaçla yatırım yapmak üzere çıkan sermaye.
- Dış ülkelere turizm alanındaki yatırımların kar transferi.
- Dış ülkelere kiralanan turistik tesislere ödenen yıllık kira bedeli.
- Yabancı turistik el emeğinin gelirlerinden dış ülkelere gerçekleşen transferler.
- Ülkenin dış ülkelerde yaptığı turistik tanıtma ve reklam giderleri.
- Ulusal seyahat acentalarının dış ülkelerdeki seyahat acentalarına ödedikleri komisyon.
- Dış ülkelerdeki ulusal seyahat büroları giderleri.
- Diğer turistik gelir transferi

**Turistik Hareketlerden Doğan Alacak Bakiyesi Toplamı:**

Turizm politikasının amacı turizmden sağlanan net döviz girdilerinin miktarını artırarak turizmin dış ödemeler dengesine olan net katkısını çoğaltmaktır. Net katkı döviz girişi yaratan aktif dış turizm ile döviz çıkışına neden olan pasif dış turizm arasındaki pozitif farktır.<sup>26</sup>

### **6- Uluslararası Turistik Amaçlı İnsan Hareketlerine Etki Etmek**

Turizm politikası, dış turizmin ödemeler dengesine olumlu katkı sağlamak için bazı dönemlerde dış seyahatlerin miktarını ve tahsis edilen döviz kotalarını sınırlayabilir. Örneğin, ülkemizde 1979, 1980 ve 1981 yıllarında Türk Vatandaşlarının yurtdışına çıkışları ve götürebilecekleri dövizde bazı kısıtlamalar getirilmiştir.

### **7- Turizmin Sosyal Fonksiyonlarından Toplumdaki Bireyleri Yararlandırmak**

Turizm politikasının bir hedefi de turizmin kültürel, sağlık, dinlendirici, eğlendirici özelliklerinden daha çok bireyin yararlanmasını sağlamaktır.

### **8- Ekonomik Üretim Çeşitliliğini Artırmak**

Turizmin dolaylı ve dolaysız bir ihracat türü, diğer üretim imkanlarını yaratmak için itici bir güç, bir üretim çeşidi olması özelliği ulusal ekonomileri dışa açık hale gelmeye zorlamakta ve üretim çeşidi artmaktadır.

### **9- Gelirin Dağılımındaki Eşitsizliklerin Azalmasına Katkıda Bulunmak**

Turizm istihdam yaratan bir sektör olması nedeniyle işgücüne olan talebi artırır. Artan talep ücretleri yukarıya çekerek işgücü sahiplerinin gayri

---

<sup>26</sup> Olalı, s. 42.

safi milli hasıladan daha fazla pay almalarını, dolayısıyla azda olsa ulusal gelirin dağılımındaki adaletsizlikleri gidermiş olur.

### **10- Bölgeler Arasındaki Gelişme Ayrıcalıklarını Gidermek ve Dengeli Kalkınma Hedefine Katkıda Bulunmak**

Turizm parasal değerlerle, doğa ve tarihsel değerler arasında bir mübadele olduğuna göre, turizm politikasının bir amacında bir bölgedeki imkanların harekete geçirilmek suretiyle o bölgenin ekonomik gelişmesine yardımcı olmaktır.

### **11- Doğal ve Tarihsel Kaynakları Korumak**

Turizmin bir ülke veya bölgeye sağladığı ekonomik faaliyetlerden yararlanılırken sadece döviz getiren bir kaynak olarak görülmemelidir. Özellikle sanayileşme yolu ile kalkınmanın bir alternatifi gözüyle bakılmamalıdır. Turizmi sadece ekonomik açıdan ele alan görüş ve politika doğal ve sosyal çevrenin tahrip olmasına neden olur. İyi bir turizm politikası ve planlaması turizmin temel kaynaklarının korunmasını, onların gelecek nesillere aktarılmasını, dolayısıyla ekonomik menfaatlerin de sürekli olmasını hedeflemelidir.

### **12- Turizmin Sağlık ve Politik Fonksiyonlarından Daha Çok İnsanın Yararlanmasını Sağlamak**

Turizmin, toplum bireylerinin dinlenmelerini, tatil yapmalarını, seyahat etmenin maddesel ve manevi yararlarından faydalanabilme gibi fonksiyonları vardır. Aynı zamanda insanları birbirine yaklaştırma, hoşgörü sahibi olmalarını sağlamak gibi özellikleri de bulunmaktadır. Turizm politikasının bir hedefi de toplumdaki daha çok bireyin yukarıdaki özelliklerden faydalanmasını temin etmektir.

### **13- Diğer Hedefler**

Turizm politikasının yukarıdaki hedeflerinin dışında turizm alanında çeşitli psikolojik ve sosyal engelleri, çeşitli yanlış fikir ve davranışlarını engellemek gibi hedefleri de vardır. Ayrıca turizm alanında çeşitli meslek teşekkülünün kurulmasını özendirmek ve desteklemek turizm politikasının önemli hedeflerindedir.

### **F- TURİZM POLİTİKASININ BAŞARI KOŞULLARI**

Turizm politikasının başarısı yani belirlenen hedeflere ulaşılması birbirlerinden farklı birçok şartın birarada gerçekleşmesine bağlıdır. Bu şartların bir kısmı değişen bir kısımda zamanla değişebilir niteliktedir. Bu şartlar aşağıdaki şekilde gruplandırılırlar.

#### **1- Turizm Politikasının Ekonomik Başarı Koşulları**

Bir ülkenin ekonomik yapısının dayandığı veriler turizm politikasının ekonomik başarı koşullarını oluşturur. Bu verilerin bir kısmı genel bir kısımda özel mahiyettedir. Örneğin, bazı turistik yatırımlar için gerekli sermaye, turistik donatım ithalatı için gerekli döviz genel mahiyette verilerdir. Ülkenin sahip olduğu doğal ve kültürel turistik kaynaklar ise özel nitelikteki verilerdir.

#### **2- Turizm Politikasının Sosyal Başarı Koşulları**

"Turizm politikasının başarısını etkileyen sosyal veriler, ülkenin sosyal yapısı, çalışma koşulları, eğitim düzeyi ve turizm bilinci gibi elemanlardan oluşur."<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> T.C.Kalkınma Bankası A.Ş., *Turizm Nedir*, s. 92.

### **3- Turizm Politikasının Hukuki Başarı Koşulları**

Turizm politikasıyla ilgili önlemler ve çalışmalar hukuki bir çerçeve içinde uygulanmak zorundadır. Bu iki unsurun birçok kanunda birbirlerine bağımlı olması nedeniyle tamamen uyum içinde olmaları gerekmektedir. Bu uyum ise hukuki mevzuatı düzenleyici kanunların, denetim sisteminin, cezai müeyyidelerin ve bu müeyyideleri uygulayacak hükümet otorite ve gücünün turizm politikalarını destekleyici nitelikte olmasına bağlıdır.

### **4- Turizm Politikasının Ahlaki Başarı Koşulları**

Bazı görüşler turizm politikasının ekonomik sosyal ve hukuki başarı koşulları arasında ahlaki koşulların yer almasını ve buna büyük önem verilmesini gerekli görmezler. Onlara göre hukuki koşulların beraberinde getirdiği uyulması zorunlu kurallar ahlaki verilerin ayrıca değerlendirilmesine gerek bırakmamıştır. Ancak her problemin ceza vermek yoluyla çözülmesi mümkün değildir. Devletin turizm sektörüne yaptığı müdahaleler o kadar yaygın ve karmaşıktır ki sadece hukuki mevzuatlarla olumlu sonuç almak mümkün değildir. Ayrıca denetim için belki de milyonlarca insanın devlet adına çalışma zorunluluğu ortaya çıkacaktır. Toplumun yeterli bir ahlak düzeyine ulaşması durumunda, birçok yasanın cezai müeyyidelere başvurulmadan uygulanabilme imkanı sağlar.

Turizm politikasının ahlaki başarı koşulları başlıca üç unsurdan oluşur. Bunlar hükümet ahlakı, memur ahlakı ve toplum ahlakıdır.

#### **a- Hükümet Ahlakı**

İyi bir turizm politikası öncelikle hükümet ahlakına dayanır. Hükümet ahlakı ise hükümetlerin yasaları eşit uygulayacağına dair vatandaşlarını inandırması, devletin yükümlülük ve sorumluluklarını yerine getirmesidir.

## **b- Memur Ahlakı**

Turizm mevzuatının uygulanması, politika ile ilgili önlemlerin yerine getirilmesi büyük ölçüde memurun ahlakı ile ilgilidir. Memur ahlakının yeterli olmaması durumunda belirlenen hedeflere ulaşmak mümkün değildir. Ayrıca toplumlarda ekonomik, sosyal ve siyasi bakımdan büyük tehlikeler doğuracak siyasi gerilmeler kaçınılmaz olacaktır.

Memur ahlakı üç unsurdan oluşmaktadır;

**i- Gelenek:** Toplumun manevi, milli, örf ve ananeleriyle sağlanan bir unsurdur. Ancak toplumda bu duyguların yeterince oluşmaması durumunda çok ağır cezai müeyyideler uygulanarak düzeltilmesi yoluna gidilebilir.

**ii- Ücret :** Ücret düzeyinin yetersiz olması memur ahlakını geriletken önemli bir faktördür. Ücretler tatmin edici düzeyde olup, geleneklere uyum sağlandığı takdirde bu problem büyük ölçüde çözülmüş olacaktır.

**iii- Toplum Ahlakı:** Bu unsur müteşebbisler, işçiler, tarım işletmecileri, vergi mükellefleri gibi grupların davranış biçiminden oluşur. Bu grupların kanun hükümlerine uymaları nedeniyle sıkıntı çekmeleri, diğer tarafta kanun hükümlerine uymadıkları için haksız kazanç ve gelir sağlamaları ve cezalandırılmamaları toplumun ahlaki değerlere olan bağlılığını azaltır. Bu da ahlaksızlığın toplumda müzmin bir hastalık haline gelmesi ve turizmle ilgili plan ve politikaların uygulanamaması neticesini doğurur.

## **5- Turizm Endüstrisi İle Kamu Yönetimi Arasında Etkin Bir Diyalogun Sağlanması**

Turizm endüstrisi ile kamu yönetimi arasında etkin bir diyalogun kurulması turizm politikasının başarı şartlarından biridir. Bunun nedeni şöyle sıralanır;

a- Turizme yönelik kararların, önlemlerin alınması, politikanın saptanması turizm ekonomisinin görüşleri alınması, ancak etkin ve sürekli bir diyalog ile sağlanır.

b- Etkin bir diyalog tarafların niyet amaç ve davranışlarının daha iyi anlaşılmasına yol açar.

c- Etkin bir diyalog, turizm politikası ile ilgili kararların aceleye getirilmemesi, daha tutarlı olması, uygulamaların başarı ile yürütülmesi, alınacak kararların ilgililerce bilinmesi, desteklenmesi, sakıncalı kararların alınmaması böylece ulusal zararların daha başlangıçta önlenmesi bakımından zorunludur.

## **6- Önlemlerin Bir Bütünlük İçinde Getirilmesi**

Diğer sektörlerle olan bağlantılarının dikkate alınması, muhtemel yön etki ve tepkilerin önceden değerlendirilmesi şeklinde tanımlanabilir.

Ekonomik, sosyal, hukuki ve ahlaki şartların yanında, turizm politikasının başarısı büyük ölçüde alınacak önlemlerin bütünlük arzmesine, diğer sektörlerle olan ilişkilerinin daha başlangıçta iyi değerlendirilmesine ve özellikle etki ve tepkilerin iyi tahmin edilmesine bağlıdır.

Ülkemizde bu konuda çeşitli zamanlarda değişik uygulamalar olmuştur. Örneğin, geçmiş dönemlerde ihracatı geliştirme amacı yanında turizmin Türkiye'ye yönelmesini, turizimden elde edilen dövizlerin normal piyasaya akışını sağlamak için yapılan devalüasyonlar turistik hizmet fiyatlarının sabit tutulamaması nedeniyle hızla etkinliğini kaybetmiş ve devalüasyondan bir yarar sağlanamamıştır.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup> Olalı, s. 57.



## 7- Turizm Politikasının Felsefi Bir Esasa Dayandırılması

Tespit edilen plan ve politikanın felsefi bir esasa dayanması ve bu esasın herhangi bir yoruma ihtiyaç göstermeyecek biçimde açıklık göstermesi de turizm politikasının başarı koşullarından biridir. Bu felsefi esas ülkenin siyasal rejimi ve genel ekonomik politikasının dayandığı esaslarla aynı olmalıdır. Örneğin, Türk turizm politikasının dayandığı felsefi esaslar aynı zamanda siyasal bakımdan özgürlükçü parlamenter demokrasi rejiminin, ekonomik bakımdan planlı piyasa ekonomisinin dayandığı felsefi esaslardan oluşur. Türk turizmi aşağıdaki esaslara dayandırılmıştır.

### a- İki Kesimli Sektör Esası

Türk turizm sektörü kamu ve özel olmak üzere iki sektörden oluşmaktadır. Bu iki kesimin faaliyet alanı sınırlarının ve fonksiyonlarının çok iyi belirlenmesi turizm politikasının başarısı için şarttır. Çünkü, "iki kesimli karma bir model sadece kamu işletmeleri ile özel işletmelerin yanyana faaliyette bulunmalarını ifade eden bir ekonomik model biçimi değildir. Bunun ötesinde, devlet ekonomik amaçlı ve sonuçlu siyasal tercihlerini topluma empoze edecek politikaya, bir ekonomik mekanizmaya sahip olması ve bunu işlemesidir."<sup>29</sup>

### b- Serbest Teşebbüs, Serbest Rekabet ve Piyasa Mekanizması Esası

Özellikle 24 Ocak 1980' den bu yana uygulanan ve serbest piyasa ekonomisine işlerlik kazandırmayı amaçlayan kararlarla girişim serbestisi,

---

<sup>29</sup> Ahmet Kılıçbay, "*İktisat Felsefesinde Birleşme*", Türk İktisat Gazetesi 30 Kasım 1978, s.4.

rekabet serbestisi ve kendi kendini düzenleyici bir piyasa mekanizmasının varlığı kabul edilmiştir.

### **c- Plan Esası**

Turizm politikası kamu sektörü için emredici, özel sektör için ise yol gösterici bir plan içinde alınacak önlemlerle yürütülecektir.

## **8- Turizmin Bir Sistem İçinde Ele Alınması**

Turizm sosyo-ekonomik faaliyetlerin, ekolojik, politik ve teknolojik çevrelerin faaliyetlerinden ayrı olarak düşünülemez. Çünkü turizmle bu faaliyetler arasında etki ve tepkiden oluşan sıkı ilişkiler vardır. Bu nedenle Türk turizminin sorunları sadece turizme has sorunlar olarak düşünülmemeli, birbirinden farklı olayların oluşturduğu bir sistem olarak meselelere çözüm yolları aranmalıdır.

Turizm sistemi şu faktörlerden oluşur;

### **a- Merkezde**

- i- Turizm sujesi olan insan faktöründen,
- ii-Turizm objesi olan ülke, turizm yöreleri, bu yörelerin turistik verilerinden, turistik teşebbüslerden,

### **b- Çevrede**

- i- Ekonomik,
- ii-Sosyal,
- iii-Ekolojik,
- iv-Politik,
- v-Teknolojik elemanlardan oluşmaktadır.

Turizm bir tüketim olayı, turist bir tüketici olduğuna göre insan, turizm sisteminin merkezinde yer alır ve turizmle ilgili her faaliyetin son amacını oluşturur. Bütün ekonomik faaliyetlerin nihai gayesi insan ihtiyaçlarının arzu edilen nitelikte karşılanması, insanın refah ve mutluluğunun artırılması olduğuna göre turizm sistemini oluşturan bütün alt sistem ve elemanların gayesi bu amaçla yönelik olmak zorundadır.

Turistik yöreler, turistik veriler, teşebbüsler ve örgütlerde turizm objesi olarak hepsinin hedefi insan ihtiyaçlarını karşılamaktır.

Ekonomik çevre tarım, sanayii ve hizmet sektörleri ve bu sektörlerdeki insan ve üretim araçları arasındaki ilişkilerin meydana getirdiği alandır. "Turizm sistemine ekonomik çevre açısından yapılacak yaklaşımda turistik arz verileri, mevcut ve gelecek talebin miktarı, istekleri, gelirleri, rakiplerin sahip olduğu olanaklar talebi karşılayacak üst yapının miktar ve kalitesi, yatırım ihtiyacı, yatırımların makro ve mikro düzeyde karlılığı, yatırım riskleri, finansman olanakları inceleme konusu yapılır."<sup>30</sup>

Sosyal çevre ise nüfus, nüfus yapısı, kültür düzeyi, örf ve ananeler ile toplumu oluşturan birey, aile ve grupların davranışları ve ilişkileri, oluşturduğu alandır.

Turizmin bütün bu faktörleri içeren bir sistem olarak ele alınmasının birçok yararları vardır. Öncelikle planlama aşamasından uygulama aşamasına kadar tüm faaliyetlerde başarılı olmasını sağlar. Ayrıca sektörde yeterli ve etkili bir koordinasyonun gerçekleştirilmesine imkan verir.

---

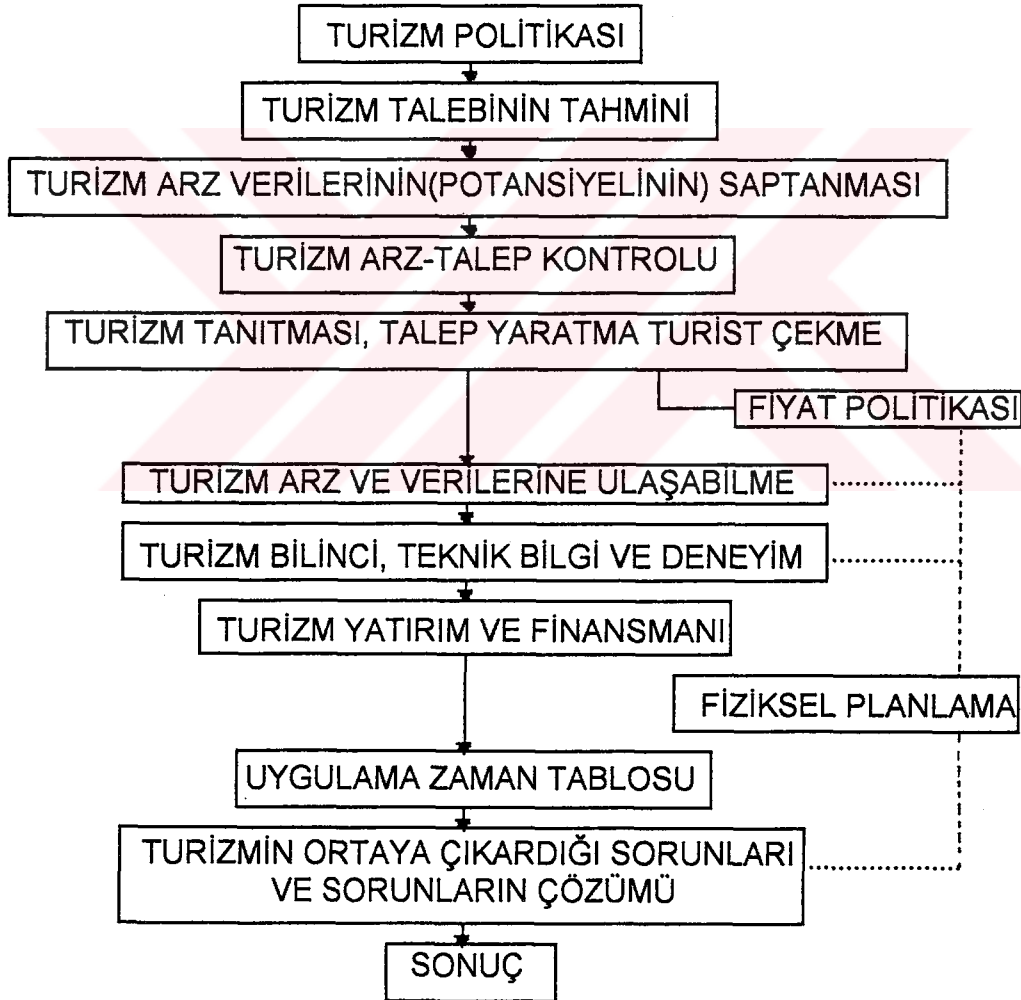
<sup>30</sup> Olalı, s. 58.

## II- TURİZM SEKTÖRÜNDE MAKRO PLANLAMA

### A- PLANLAMANNIN ESASI VE AMAÇLARI

Planlama, genel anlamda amaçlar ile hedeflere ulaşmak için tahsis edilmiş araçların koordine edilmesidir. Turizm planı ise turizm sektöründeki optimal hedeflerin, bu hedeflere ulaşmak için kullanılacak kaynakların, alınacak önlemlerin belirlenmesi ve hedef-kaynak-önlem arasında ülkenin ekonomik sistemine, siyasal rejimine göre analize dayalı gerçekçi bir uyumun kurulmasıdır.<sup>31</sup>

Turizmin makro planlama süreci şeması aşağıdadır.<sup>32</sup>



<sup>31</sup> Jean Fourastie, *Lettre Quverte a' quatre milliards d'hommes*, Paris:1970, s.95.

<sup>32</sup> Olalı, s. 74.

Turizm sektöründe planlama yapılmasını gerektiren birçok neden vardır. Bu nedenleri şöyle sıralayabiliriz;

- 1- Turizm sektörüne kamu yönetimi tarafından yapılacak müdahaleleri düzenlemek,
- 2- Ekonomik yapı, teknolojik yapı ve sosyal yapıdaki değişme ve gelişmeleri tahmin etmek ve meydana gelebilecek olumsuzlukları giderebilecek önlemler tespit etmek,
- 3- Tamamen kar ve kişisel çıkar amacına yönelik faaliyetlerin ortaya çıkabileceği tehlikeleri önlemek,
- 4- Hedef tespitini ve kaynak kullanımındaki öncelik sırasını isabetli tahmin etmek,
- 5- Turizmle ilgili değişik endüstriler arasındaki ilişkileri düzenlemek,
- 6- Turistik arz ve talep tahminleri yapmak bunlar arasında dengeyi sağlayacak önlemleri belirlemek,
- 7- Yetki ve sorumlulukları dağıtarak sorumlu kişileri tespit etmek,
- 8- Tesadüfler sonucu ortaya çıkacak olumsuz etkileri gidermek,

Turizm planının makro düzeyde amaçları ise şunlardır;

#### 1- Temel Hedefler

- a) Turizmin, ülkenin ekonomik ve sosyal kalkınmasında hızlandırıcı, sürükleyici bir sektör olmasını sağlamak,
- b) Turizmin nicelik ve nitelik yönünden gelişmesini gerçekleştirmek amacıyla izlenecek turistik tanıtma ve propoganda stratejilerini belirlemek,
- c) Turizmin ekonomik avantajlarını artırmak, dezavantajlarını azaltmak,
- d) Turizmin bölgesel kalkınmaya olan etkisinden yararlanmak,
- e) Turistik alt yapı ve üst yapı yatırımlarındaki öncelikleri belirlemek,

2- Hedeflenen dönem sonunda, ulaşılabilecek turizm talebini tahmin etmek,

3-Öngörülen gelişme hedefleri doğrultusunda turistik arz ve talep dengesini sağlamak,

4-Turizmin ödemeler dengesine olan net katkısını hesaplamak,

5-Dış ve ulusal turizmin niteliğine ve niceliğine göre öngörülen turistik yatırım ve arzı hesaplamak,

6-Konaklama endüstrisinin doluş oranlarını tahmin etmek,

7-Turizm için öngörülen alt ve üst yapı finansman ihtiyacını belirlemek,

8-Turizm sektörü için gerekli iş gücünü hesaplamak,

9- Turizm mevsiminin uzatılmasına imkan veren sosyal turizme ait önlemlerle ulusal turizmin gelişme imkanlarını tahmin etmek,

10-Satış geliştirme faaliyet programları ile yabancı turist talebinin gelişmesi arasındaki ilişkileri belirlemek,

11- Turistik hizmetlerin ve malların fiyat politikasını saptamak,

12- Ülkenin farklı bölgelerinin gelişme oranlarını dengelemek,

13- Doğal ve kültürel varlığı korumak,

14- Turist çoğaltanını tahminlemek.

## **B- PLANIN HAZIRLANMASINDA VE YÜRÜRLÜĞE KONULMASINDA DİKKAT EDİLECEK HUSUSLAR**

Bir turizm planının hazırlanmasında ve yürürlüğe konulmasında özellikle dikkate alınması gereken bazı hususlar vardır.

### **1- Ülkenin Ekonomik ve Siyasal Yapısı**

Bir turizm planının hazırlama ve uygulama biçimi direkt olarak o ülkenin ekonomik ve siyasal rejimine bağlıdır.

Sosyalist bir rejimde ekonomi bütünüyle piyasa koşulları dikkate alınmadığından merkezi bir otorite tarafından yöneltilir. Yatırımda, üretimde ve tüketimde kullanılacak global miktarları devlet tayin eder. Karşılacak ihtiyaçların öncelik sıralarını saptar.

Piyasa ekonomisinin uygulandığı ülkelerde devlet teşebbüs serbestisine ve özel mülkiyete saygı gösterir. Sadece ülkenin genel çıkarlarını korumak amacı ile muhtemel dengesizliği ortadan kaldırmak veya azaltmak için ekonomiye belli şartlar altında müdahalede bulunur. Müdahalenin belli bir sınırı, süresi ve şartları vardır. Turizm endüstrisinde müdahale kontrol ve koordinasyonda etkin rol oynamak amacına dayanır.

## **2- Ülkenin Gelişme Düzeyi**

Turizm sektörünün planlı gelişme politikasının saptanmasında önemli etkenlerden biride ülkenin turizm bakımından ulaştığı gelişme düzeyidir. Turizm bakımından gelişmemiş ülkelerde öncelikle fiziksel ve sosyal alt yapının kurulması gerekir.

## **3- Ulusal ve Uluslararası Turizm Hareketleri Arasındaki İlişki**

Sanayileşmiş ülkeler genellikle ileri düzeydeki turizm endüstrilerini ulusal turizm alanında değerlendirmişlerdir. Uluslararası turizm toplam turizm içinde daha az yer almakta ödemeler dengesinin pasif bir kalemi olarak dış turizm bilançosu açık vermektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde ise turizm endüstrisi uluslararası turizm üzerine kurulmuştur. Ödemeler dengesinde aktif kalemi oluşturmakta ve dış ticaret bilançosu genellikle aktif kalanı vermektedir.

Bu durum gelişmekte olan ÷lkelerin turizm endüstrilerini gelişmiş ÷lkelerin ekonomik, sosyal, siyasal krizlerine karşı son derece duyarlı hale getirmektedir.

Bütün bu faktörlerin, planlama yapılırken dikkate alınmasının gerekli olduğunu ve planlama yapmanın zorunlu olduğunu göstermektedir.

#### **4- Koordinasyon**

Turizmin ekonomik ve sosyal alanları ilgilendiren bir faaliyet olması nedeniyle her iki plan arasında sıkı bir koordinasyon gerekir. Turizmin gelişmesinde önemli bir konu olan sosyal ve kültürel motifler turizm planında dikkate alınmalıdır. Ayrıca ÷lkenin genel ekonomik ve sosyal planlamasıyla uyum içinde olmalı, arz ve talebin dengeli gelişmesine imkan vermelidir.

#### **5- Turizm Planının Analizi**

Turizm planının iyi uygulanabilmesi için geçmişin ve bugünkü durumun iyi analizinin ve o verilere göre geleceğe ait tahminlerin iyi yapılması gerekir. Geçen süreler için en az 10 yıllık bir süre baz alınmalıdır. Turizm alanında güvenilir istatistikler bulmak genellikle zordur. İstatistikler genellikle politik iktidarların istekleri doğrultusunda hazırlandığı gerçeği gözardı edilmemeli, sondaj yöntemleriyle piyasa ön anket çalışmaları yapılarak elde edilen verilere göre planlar yapılmalıdır.

Turistik gelişme planlarının önemli bir faktöründe kapital katsayısının hesaplanmasıdır. Kapital katsayısı, kapital hasıla oranı ile hesaplanır. Ancak bu hesap yapılırken turistik yatırımın sosyal etkileride gözönüne alınmalıdır.

Turizm planında, turistik gelişmenin gerektirdiği vasıflı personel ihtiyacıda gözönüne alınmalıdır. Ayrıca otel sınıflaması, turizm hizmetleri ile



ilgili yasaların hazırlanması gibi değişik hizmetleri yapacak etkin bir yönetim örgütü gereklidir.

Turizm planının son aşamasında turizm endüstrisini içeride ve dışarıda tanıtımını yapacak satış faaliyetlerinin hazırlanması gerekir. Bu konuda temel şart bu faaliyetlerin beklenen turist düzeyine uyum sağlayacak nitelikte olmasıdır.<sup>33</sup>

## 6- Politikacı-Plancı İlişkisi

Turistik planlamanın en etkin elemanlarından biri olan politikacının oy kaynaklarına şirin görünebilmek için planı yetersiz veya yanlış yapması başarısızlığın en önemli faktörlerindedir. Genellikle teknokratlarla politikacılar ayrı dili konuşurlar. Bunun nedenleri iletişim yetersizliği, teknokratların planları uzun vadeli, politikacıların ise kısa vadeli düşünceleridir. Bu nedenle planın başarısı için başlangıçta dikkate alınacak konu politik tercihlerin değil ulusal ekonomik yararların dikkate alınarak hazırlanması ve uygulanmasıdır.

## 7- Sayısal Veriler ve Gerçekçilik

Turizm hakkında yeterli ve güvenilir bilgilere sahip olmak bir planın başarısı için şarttır. Bu verilere sahip olunamadığı takdirde planın hedeflerini ve araçlarını isabetli bir şekilde saptamak mümkün değildir.<sup>34</sup>

## 8- Özendirme Bütünlük

"Eğer turizm planı belirli hedeflere ulaşmak için hür kesim yatırımcılarının özendirilmesini öngörüyorsa, bu özendirme önlemlerinin bir

<sup>33</sup> Charles Kaiser and Larry Helber, *Tourism Planning Development*, Boston: 1980, s.76.

<sup>34</sup> Jost Krippendorf, *Marketing et Tourisme*, Bern: 1971, s.124.

bütünlük içinde getirilmesi, tutarlı bir sistem içinde oluşturulması zorunluluğu vardır.”<sup>35</sup>

### **9- Esneklik**

İyi bir planda bulunması gereken özelliklerden biri olan esneklik konusu turizm planı içinde çok önemlidir. Ekonomisi ve turizmi gelişme ve hızlı değişme halinde olan bir ülkede planın çeşitli etkenlerden aşırı derecede etkilenme ihtimali yüksek olduğundan planın gerek görüldüğü zaman bir düzeltme yapmaya elverişli olması lazımdır.

### **10- Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Turizm Planının Hazırlanmasında Dikkate Alınması Gereken Konular**

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde turizm planları yapılırken şu hususlara dikkat etmek gerekir.

a- Prof. Waterson planlamadaki krizin, diğer bir deyişle başarısızlığın temel nedenini; planlamanın alt yönetim kademelerinden üst yönetime doğru yapılması gerektiği halde, ısrarla yukarıdan aşağıya doğru yapılmasında bulmaktadır.”<sup>36</sup> Böyle bir planlama yönteminin şu mahzurları vardır.

i- Özel sektörün ağırlıklı olduğu ekonomilerde, toplumun değişik kesimlerinin planın oluşturulmasında ve uygulanmasındaki etkinliği azalmaktadır.

<sup>35</sup> Olaltı, s. 82.

<sup>36</sup> Charles Gearing and William E.Swart, Planning for Tourism Development,New York: 1976, s.196

ii- Alt düzeydeki elemanlar konuyu yeterince kavrayamamakta, emir kumanda zinciri bozulmaktadır.

Bu nedenlerle turizm planının başarı şansının artırılması için ekonomik ve siyasal yapıyı oluşturan tüm kesimlerin planlama çalışmalarına ve uygulamalarına katılmalarının sağlanması gereklidir.

b- Turizm planının başarıya ulaşmasını engelleyen faktörlerden biriside planların iktisatçılar, ekonomistler gibi teorisyenler tarafından yapılmasıdır. Halbuki planlama çalışmalarında mühendis, hukukçu, yönetici, örgüt uzmanları gibi profesyonel uygulamacıların olması gerekmektedir. Özellikle turizm gibi bazı alanlarda gerçekler kurumsal modellere göre çok karmaşıktır. Bu nedenle planlama çalışmalarında uygulamacıların yer alması planların ütöfik olmasını önleyecek ve işlerlik kazandıracaktır.

c- Gelişmekte olan ölkelerde farklı egemen güçlerin olması hükümetlerin kendi içindeki ve dışarıdaki güçlere karşı etkin olamamasına neden olmaktadır. Bu nedenle hükümetlerin bir hedef doğrultusunda yönlendirilmiş uyumlu bir çalışma yapmak imkanından yoksun kalmaları sonucunu doğurmaktadır.

Turizm planının gelişmekte olan ölkelerde başarı şansının artması için kendi üyelerinin, diğfer egemen güçlerin ve bireysel karar veren kesimler üzerinde kesin kontrol ve müeyyide uygulayabilmesi gereklidir.

d- Gelişmekte olan ölkelerde plan ile planlama arasındaki kopukluk turizm planının başarısını engelleyen faktörlerdendir. Planı hazırlayanlar genellikle plan dökümanı hazırlandıktan sonra bütün işlerin bitmiş olduğunu kabul ederler. Bu durum plana statik bir yapı kazandırır. Plana işlerlik kazandıracak olan husus ise dinamik planlama anlayışıdır.

e- Başarısızlığa neden olan diğfer bir konu planlama mercileri ile teknik yatırımcı bakanlıklar arasında yeterli işbirliğinin sağlanamamasıdır.

Planlama mercilerinin bakanlıklar düzeyinde uzman teknik elemanlara sahip olmaması onlardan gelecek önerilerin tam ve objektif değerlendirilmesinin yapılmamasına, dolayısıyla kuruluşlar arasında etkin bir işbirliğinin gerçekleşmesine engel olmaktadır.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> William E.Swart, "Dynamic Planning" *International Tourism Congress*,Marmaris: 1978,s.275.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TÜRK EKONOMİSİNDE TURİZMİN YERİ, SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

#### I- TÜRKİYE'DE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

##### A- PLANLI DÖNEM ÖNCESİNDE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Türkiye'de ilk turizm hareketleri 1846 yılında İstanbul'daki Aya İrini Kilisesi'nin Askeri Müzeye dönüştürülmesi, 1863 yılında İstanbul'da Sergi-i Umumi-i adıyla bir fuarın açılması, aynı yıl İstanbul'da bir seyahat acentasının kurulması, 1890 yılında seyahatlara tercümanlık edenler hakkında bir nizamnamenin yayınlanmasıyla başladığı kabul edilir.<sup>38</sup>

"Osmanlı İmparatorluğu'un parçalanması ve I. Dünya Savaşının etkileri ile turizme ilişkin çabalar önemli ölçüde durmuştur".<sup>39</sup> Cumhuriyet döneminde (1923) Seyyahın Cemiyeti adlı kuruluşla turizmle ilgili gelişmeler tekrar başlamış, bu kuruluş 1930 yılında Turing ve Otomobil Kulübü adını almıştır. Bu kuruluşun amaçları arasında turizmi geliştirecek yayınlar yapmak, tarihsel eserleri korumak ve Türkiye'yi yabancılara tanıtmak gibi ilkeler yer almıştır.

Ülkemizde kamu yönetiminin turizm alanı içinde yer alması 1934 yılında İktisat Bakanlığı bünyesindeki Türk Ofisine bağlı Turizm Bürosu'nun kurulması ile başlamıştır. 1939 yılında Ticaret Bakanlığı bünyesinde bir

<sup>38</sup> Sait Evliyaoğlu, *Türkiye Turizm Coğrafyası*, Ankara: 1988, s.40.

<sup>39</sup> Dündar Denizler, *Turizm Pazarlaması*, Ankara: Yıldız Matbaacılık, 1992, s.16.

Turizm Müdürlüğü oluşturulmuştur. 1943 yılında Başbakanlığa bağlı olarak kurulan Basın Yayın Genel Müdürlüğü'ne devredilmiştir. 1949 yılında bu kuruluş Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü adını almış ayrıca bir de Turizm Dairesi oluşturulmuştur.

Turizm alanında yapılacak yatırımların özendirilmesi için 23.3.1950 yılında Turizm Müesseselerini Teşvik Kanunu çıkartılmış, aynı yıl Türkiye Emlak Kredi Bankasında 1 milyon TL tutarında Turizm Kredisi Fonu oluşturulmuştur. 1953 yılında 6068 sayılı Turizm Endüstrisini Teşvik Kanunu çıkarılmış ve turizm politikasının ana ilkeleri saptanmıştır.

Turizm alanında en önemli aşama başta Ziraat Bankası olmak üzere diğer bazı bankalarında katkısıyla 1955 yılında 10 milyon TL sermayeli T.C. Turizm Bankası'nın kurulmasıdır. Bu bankanın amaçları arasında turizm yatırımlarını finanse etmek ve turizmi geliştirmeye yönelik turizm işletmelerini kurmak gibi konular yer almıştır.

## **B- PLANLI DÖNEMDE TURİZMİN TARİHSEL GELİŞİMİ**

### **1- 1963-1983 Döneminde Turizmin Ekonomideki Yeri ve Önemi**

#### **a- Hükümetlerin Plan ve Program Hedefleri**

Planlı dönemde turizm sektörüne daha önceki dönemlere göre daha fazla ağırlık verilmiştir. Planlı dönemin 1963-1967 yıllarını kapsayan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planında turizmle ilgili temel ilke ve politikalar şunlardır.<sup>40</sup>

i- Türkiye'nin ödemeler dengesi açığının kapatılması konusunda turizmden daha fazla yararlanmak,

---

<sup>40</sup> Türkiye Kalkınma Bankası, *Turizm El Kitabı*, Ankara: 1990, s.24.

ii- Türkiye'ye yönelen turizm talebini daha iyi değerlendirmek amacıyla zengin tarih ve doğa kaynaklarını geliştirebilecek yatırımlar yapmak,

iv- Tanıtma faaliyetlerine ağırlık vermek,

iv- Turizm endüstrisinin çeşitli dallarını canlandırmak,

vi- Turistik yatırımları turistik potansiyeli yüksek olan yerlerde yoğunlaştırmak ve bu amaçla çeşitli talep ve pazar araştırmaları yapmak,

vi- Turizmi geliştirmek amacıyla diğer ülkelerle ikili anlaşmalar yapmak,

1968-1972 yıllarını kapsayan ikinci beş yıllık kalkınma planında belirlenen temel ilke ve politikalar şunlardır;<sup>41</sup>

i- Turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından tam olarak yararlanmak,

ii- Turizm gelirlerini, yabancı turist sayısını ve ortalama tüketimleri artırmak,

iv- İç turizmi geliştirmek,

v- Turizm yatırımlarını kitle turizmine yönelik olarak yapmak,

vi- Turizm yatırımlarını yasal ve finansal olarak desteklemek,

vii- Turizm sektöründe uygulanacak fiyat politikasını uluslararası rekabet şartlarına göre düzenlemek,

viii- Turizm sektöründe alt yapı ve örnek işletmelerin kamu sektöründe, diğer turistik yatırımların ise özel sektör tarafından yapılmasını sağlamak.

1973-1979 dönemini kapsayan üçüncü beş yıllık kalkınma planında tespit edilen temel ilke ve politikalar şunlardır;<sup>42</sup>

i- Turizm yatırım ve işletmeciliğinde özel sektörü teşvik etmek,

ii- Yabancı yatırımlara iştirak etmede, özel sektör yetersiz kalırsa devleti devreye sokmak,

<sup>41</sup> *Turizm El Kitabı*, 1990: 25.

<sup>42</sup> *Turizm El Kitabı*, 1990: 26.

iv- Kıyıları, turistik ve ulusal park niteliğindeki alanları toplum yararına açmak,

v- Turizm sektörünün kredi ihtiyacını, Turizm Bankası'nın yanında diğer banka kaynaklarından karşılanmasını sağlamak,

vi- Sosyal turizmin gelişmesine önem vermek,

vii- Turizm elemanının yetişmesine yardımcı olmak,

viii- Turizmin hızla geliştiği bölgelerde, düzensiz yerleşmenin önlenmesi amacıyla fiziksel planlama çalışmalarını yoğunlaştırmak.

1979-1983 dönemi kapsayan üçüncü beş yıllık kalkınma planında geçmiş dönemlerdeki eksikliklerin ve problemlerin giderilmesiyle beraber bir dizi yeni temel ilke ve politika saptanmıştır. Bu ilke ve politikalar şunlardır;<sup>43</sup>

i- Turizm sektörü kitle turizmini hedef alacaktır,

ii-Özellikle konaklama kapasitesinin artırılmasında kamunun etkinliği artırılacak özel kesim, yabancı sermaye ve küçük tasarrufların yatırımlara dönüşmesi teşvik edilecektir,

iii-Yabancı yatırımcıların ülkedeki turistik tesisleri işletmesine izin verilecek, yabancı uyruklu eleman çalıştırılmasına kolaylık getirilecektir,

iv-Kamu kuruluşlarına ait kamplar ve dinlenme tesisleri tek merkezden yönetilecek ve bu tesislerden daha geniş kitlelerin yararlanması sağlanacaktır,

v-Tanınımın daha etkin yapılabilmesi için Turizm Bankası, Devlet Hava Meydanları ve Limanları Genel Müdürlüğü arasında işbirliği yapılacaktır. Uçak filosu artırılacak, ulaşımın fiyatlandırması konusunda Turizm Bakanlığı' nın görüşleri alınacaktır,

vi-Turistlere ve günübirlikçilere Türkiye'de kalacağı gün başına önceden belirlenen miktarda döviz bozdurma zorunluluğu getirilecektir,

vii-Yılın belirli dönemlerinde yığılma gösteren talebin dengeli dağılımını sağlamak amacıyla yönlendirici çalışmalar yapılacak ve gerekli

---

<sup>43</sup> *Turizm El Kitabı*, 1990: 26.



yatırımlar yapılacaktır,

viii-Giriş kapılarındaki yığılmaları önlemek amacıyla önlemler alınacak, geçiş işlemleri kolaylaştırılacaktır,

ix-Turizm eğitim politikası gözden geçirilerek, gerekli koordinasyon Turizm Bakanlığı tarafından yapılacaktır,

x-Turizm istatistikleri geliştirilecek veri toplamada gerekli koordinasyon sağlanacaktır.

Planlı dönemin 1963-1983 yıllarını oluşturan beşer yıllık kalkınma planları itibariyle gelen yabancı sayısı, turizm gelirleri, turizm giderleri ile ilgili plan hedefleri aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**TABLO 1. PLAN HEDEFLERİNE GÖRE TURİZMLE İLGİLİ SAYISAL VERİLER**

YILLAR	TOPLAM YABANCI SAYISI PLAN HEDEFİ	TOPLAM TURİZM GELİRLERİ PLAN HEDEFİ(MİLYON\$)	TOPLAM TURİZM GİDERLERİ PLAN HEDEFİ(MİLYON\$)
1963	200.000	13,0	20,0
1964	240.000	18,0	21,0
1965	288.000	25,0	23,0
1966	345.000	35,0	25,0
1977	415.000	48,0	28,0
I.BES YIL.PL.TOP.	1.488.000	139,0	117,0
1968	588.000	45,0	45,0
1969	735.000	55,0	50,0
1970	920.000	70,0	55,0
1971	1.150.000	110,0	60,0
1972	1.435.000	135,0	65,0
II.BES YIL.PL.TOP.	4.828.000	422,0	275,0
1973	1.243.000	90,0	62,2
1974	1.404.000	108,0	70,2
1975	1.586.000	129,6	79,3
1976	1.792.000	155,5	89,6
1977	2.026.000	186,6	101,6
III.BES YIL.PL.TOP.	8.051.000	669,7	402,9
1978	1.190.000	248,4	183,1
1979	2.178.000	315,8	188,6
1980	2.461.300	369,2	196,5
1981	2.756.600	454,2	204,8
1982	3.087.700	586,7	214,0
1983	3.458.300	691,6	223,6
IV.BES YIL.PL.TOP.	13.941.900	2.418,1	1.027,5

**Kaynak: Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, Ankara: 1994, 90-91- 92.**

Tablo 1'e göre, I. Beş Yıllık Kalkınma Planında toplam yabancı sayısında yıllar itibariyle ortalama %20, toplam turizm gelirlerimiz itibariyle ortalama %38,25, toplam turizm giderlerimizin ise ortalama 0,085 oranında artması hedeflenmiştir.

II. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise toplam yabancı sayısında yıllar itibariyle ortalama %25, toplam turizm gelirlerimiz itibariyle %31,5, toplam turizm giderlerimiz itibariyle ise ortalama %1 oranında artış hedeflenmiştir.

III. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise toplam yabancı sayısında yıllar itibariyle ortalama %13, toplam turizm gelirlerimiz itibariyle ortalama %31,5, toplam turizm giderlerimiz itibariyle ise ortalama %13 oranında artış hedeflenmiştir.

IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise toplam yabancı sayısında yıllar itibariyle ortalama %12, toplam turizm gelirlerimiz itibariyle ortalama %21,75, toplam turizm giderlerimiz itibariyle ise ortalama %04 oranında artış hedeflenmiştir.

#### **b- Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları**

1963-1983 Yılları itibariyle gerçekleşen turizm gelirlerimizin yıllar itibariyle dağılımı ve plan hedeflerine göre gerçekleşme oranları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Bu tabloya göre turizm gelirlerimiz I. Beş Yıllık Kalkınma Planında ortalama %18 oranında artmıştır. Ancak bu artışın büyük bir bölümü olan %66'sı 1964-1965 yılları arasında gerçekleşmiş, 1966 yılında %12'lik bir düşüş meydana gelmiştir.

II. Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm gelirlerimiz %53 oranında artmıştır. 1970-1971 yılları %22 artış ile bu ortalamanın çok altında kalmıştır.

Turizm gelirlerimiz III. Beş Yıllık Kalkınma Planında %17 oranında artmıştır. Artışlar bu dönemde çok istikrarsız bir seyir takip etmiştir. 1973 yılında %65 gibi bir artış gerçekleşmiş bu yıldan itibaren artış oranı büyük bir hızla düşmeye başlamış, 1976 yılında %10'luk negatif bir artış meydana gelmiştir.

Geçiş yılı olan 1978 yılında %12'lik bir artış gerçekleşmiştir. IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise ortalama %12'lik bir artış meydana gelmiştir. Bu artış dönemin başlangıcından itibaren devamlı azalan bir seyir takip etmiş, ancak son yıl bir önceki yıla göre %5 lik bir artış meydana gelmiştir.

Turizm gelirlerimizin plan hedeflerine göre gerçekleşme oranları ise I. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ortalama %36.6 oranında bir gerçekleşme ile beklenenin çok altında kalmıştır. 1963 yılında % 59.2 olan bu oran dönem sonunda %27.5 seviyesine kadar inmiştir.

II. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm gelirlerimizde ortalama %66 oranında bir gerçekleşme olmuştur. Dönem başında ortalamanın çok altında olan oran dönem sonlarına doğru ortalamasının üstüne çıkmıştır.

III. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm gelirlerimiz ortalama %142 oranında bir gerçekleşme ile yirmi yıllık dönemin en yüksek gerçekleşme oranına ulaşmıştır. 1973 yılında ki %190.6 oranı ile 1963-1983 yılları arasında en büyük gerçekleşme meydana gelmiş, bu yıldan sonra oranlar devamlı düşen bir seyir takip etmiştir.

IV. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ise turizm gelirlerimizde ortalama %73.2 oranında bir gerçekleşme meydana gelmiştir. Gerçekleşme oranları dönem başından dönem sonuna doğru devamlı azalan bir seyir takip etmiştir.

**Tablo.2. TURİZM GELİRLERİNİN YILLAR İTİBARIYLA DAĞILIMI VE PLAN HEDEFLERİNE GÖRE GERÇEKLEŞME ORANLARI**

<u>YILLAR</u>	<u>TURİZM GELİRLERİ(MİLYON\$)</u>	<u>GERÇEKLEŞME ORANLARI(%)</u>
1963	7.7	59.5
1964	8.3	46.1
1965	13.8	55.2
1966	12.1	34.6
1967	13.2	27.5
<b>I.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>55.1</b>	<b>39.6</b>
1968	24.1	33.6
1969	36.6	66.5
1970	51.6	67.0
1971	62.9	57.8
1972	103.7	76.8
<b>II.BEŞ YIL. PLAN TOP.</b>	<b>278.9</b>	<b>66.0</b>
1973	171.5	190.6
1974	193.7	179.4
1975	200.9	155.0
1976	180.5	116.1
1977	204.9	109.8
<b>III.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>951.5</b>	<b>142.0</b>
1978	230.4	92.8
1979	280.7	88.9
1980	326.7	88.5
1981	370.3	83.8
1982	381.3	63.1
1983	411.1	59.4
<b>IV. BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>1.770.1</b>	<b>73.2</b>

*Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994, 92*

### **c- Turizm Giderlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları**

1963-1983 dönemi itibariyle gerçekleşen turizm giderlerimiz ve plan hedeflerine göre gerçekleşme oranları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tabloya göre turizm giderlerimiz I. Beş Yıllık Kalkınma Planında ortalama %7 oranında artmıştır.

II. Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm giderlerimiz ortalama %19 oranında artmıştır. Bu dönemde 1970-1971 yılları arasında %10 oranında negatif bir artış gerçekleşmiş, 1971-1972 yılları arasında ise %41 oranında büyük bir artış meydana gelmiştir.

**Tablo.3 TURİZM GİDERLERİNİN YILLAR İTİBARIYLA DAĞILIMI VE PLAN HEDEFLERİNE GÖRE GERÇEKLEŞME ORANLARI**

<u>YILLAR</u>	<u>TURİZM GİDERLERİ(MİLYON \$)</u>	<u>GERÇEKLEŞME ORANLARI(%)</u>
1963	20.5	102.5
1964	21.8	103.8
1965	24.3	105.7
1966	26.3	105.2
1967	26.8	95.7
<b>I.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>119.7</b>	<b>102.3</b>
1968	33.4	74.2
1969	42.2	84.4
1970	47.7	86.7
1971	42.2	70.3
1972	59.3	91.2
<b>II.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>224.8</b>	<b>81.7</b>
1973	93.0	149.5
1974	151.8	216.1
1975	155.0	195.5
1976	207.9	232.0
1977	268.5	264.3
<b>III.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>876.2</b>	<b>217.4</b>
1978	102.5	56.0
1979	95.1	50.4
1980	114.7	58.4
1981	103.3	50.4
1982	108.9	50.9
1983	127.3	56.0
<b>IV.BEŞYIL.PLAN TOP.</b>	<b>549.3</b>	<b>53.4</b>

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni 1994: s.93**

III. Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm giderlerimiz ortalama %37 oranında artmıştır. 1974-1975 yılları %2 oranındaki artışla ortalamanın çok altında kalmıştır.

IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise turizm giderlerimiz ortalama %15 oranında artmıştır. 1978-1979 yılları %7' lik negatif bir artış göstermiştir.

Turizm giderlerimizin plan hedeflerine göre gerçekleşme oranı ise I.Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ortalama %102.3 oranı ile hedeflere çok yaklaşmıştır. 1967 yılı %95.7 oranında bir gerçekleşmeyle dönem ortalamasının altında kalmıştır.

II. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm giderlerimizde ortalama %81.7 oranında gerçekleşme olmuştur. 1971 yılı %70.3 oranında bir gerçekleşmeyle dönem ortalamasının altında kalmış, 1972 yılı ise %91.2 oranında bir gerçekleşmeyle dönem ortalamasının üstüne çıkmıştır.

III. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm giderlerimizde ortalama %217.4 oranında bir gerçekleşme meydana gelmiştir. 1977 yılı %264.3 oranında bir gerçekleşme ile yirmi yıllık dönemdeki en büyük sapmanın meydana geldiği yıl olmuştur.

IV. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm giderlerimizde ortalama %53.4 oranında bir gerçekleşmeyle 1963-1984 döneminin en düşük gerçekleşmesi meydana gelmiştir. Gerçekleşmeler dönem içerisinde istikrarlı bir seyir takip etmiştir.

#### **d- Gelen Yabancıların Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları**

1963-1983 yılları arasında yurdumuza gelen yabancı sayısı ve plan hedeflerine göre gerçekleşme oranları aşağıdaki tabloda belirtilmiştir.

Tabloya göre yurdumuza gelen yabancı sayısı I. Beş Yıllık Kalkınma Planında ortalama %31 artış göstermiştir. 1963-1964 yılı %58 artışla dönem ortalamasının üstünde bir artış göstermiştir.

II. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise yurdumuza gelen yabancı sayısı ortalama %13 oranında artmıştır.

III. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise yurdumuza gelen yabancı sayısında ortalama %12 oranında artış gerçekleşmiş planın ilk yılında %30 olan artış, ikinci yılında %17 lik negatif bir artış, üçüncü yılında ise %39 luk bir artışla istikrarsız bir seyir takip etmiştir.

**Tablo.4. YURDUMUZA GELEN YABANCILARIN YILLARA GÖRE DAĞILIMI VE PLAN HEDEFLERİNE GÖRE GERÇEKLEŞME ORANLARI**

<u>YILLAR</u>	<u>GELEN YABANCI SAYISI</u>	<u>GERÇEKLEŞME ORANLARI(%)</u>
1963	198.841	99.4
1964	229.347	95.6
1965	361.758	125.6
1966	440.534	127.7
1967	574.055	138.3
<b>I.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>1.804.535</b>	<b>121.2</b>
1968	602.996	102.6
1969	694.229	94.5
1970	724.784	78.8
1971	926.019	80.5
1972	1.034.535	72.1
<b>II.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>3.982.983</b>	<b>82.5</b>
1973	1.341.527	107.9
1974	1.110.298	79.1
1975	1.540.904	97.2
1976	1.675.846	93.5
1977	1.661.416	82.0
<b>III.BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>7.329.991</b>	<b>91.0</b>
1978	1.644.177	86.1
1979	1.523.658	70.0
1980	1.288.060	52.3
1981	1.405.311	51.0
1982	1.391.717	45.1
1983	1.625.099	47.0
<b>IV. BEŞ YIL.PLAN TOP.</b>	<b>7.233.845</b>	<b>51.8</b>

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni 1994: s.90**

IV. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise yurdumuza gelen yabancı sayısında %3 oranında bir artış olmuştur. Dönemin ikinci yılında %15 lik bir negatif artış, son yılında ise %17 lik artışla bu dönem istikrarsız bir seyir takip etmiştir.

Yurdumuza gelen turist sayısı ise plan hedeflerine göre I. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ortalama %121.2 oranında gerçekleşmiştir. Gerçekleşmeler dönem başından dönem sonuna doğru devamlı artan bir seyir takip etmiştir.

II. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde gelen turist sayısında ortalama %82.5 oranında bir gerçekleşme olmuştur. Dönem başında %102.6 olan

gerçekleşme oranı dönem içinde devamlı azalarak dönem sonunda %72.1 oranına düşmüştür.

III. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde gelen turist sayısında ortalama %91 oranında bir gerçekleşme olmuştur. Gerçekleşmeler 1975 yılı dışında, bir önceki yıla göre devamlı düşmüştür.

IV. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ise %51.8 oranıyla yirmi yıllık dönemin en düşük gerçekleşmesi meydana gelmiştir. Bu dönemde gerçekleşme oranları yıllar itibariyle devamlı azalan bir seyir takip etmiştir.

#### e- Turizm Gelir-Gider Dengesi

1963-1983 döneminde turizmimizin ülkemize getirdiği, götürdüğü döviz ve bunun mukayesesi aşağıda gösterilmiştir.

**Tablo.5. TURİZM GELİR-GİDER DENGESİ**

<u>YILLAR</u>	<u>GELİR(MİLYON \$)</u>	<u>GİDER(MİLYON \$)</u>	<u>DENGE(MİLYON\$)</u>
1963	7.759	20.511	- 12.852
1964	8.317	21.807	- 13.489
1965	13.758	24.310	- 10.552
1966	12.134	26.329	- 14.195
1967	13.219	26.813	- 13.594
1968	24.082	33.409	- 9.327
1969	36.573	42.231	- 0.327
1970	51.579	47.738	3.859
1971	62.837	42.192	20.665
1972	103.731	59.320	44.411
1973	171.477	93.013	78.464
1974	193.684	151.797	41.887
1975	200.861	154.954	45.907
1976	180.456	207.893	- 27.437
1977	204.877	265.528	- 63.651
1978	230.398	102.476	127.992
1979	280.727	95.070	185.657
1980	326.654	114.738	211.916
1981	381.268	103.313	277.955
1982	370.370	108.919	261.401
1983	411.088	127.337	283.751

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni 1994: s.89.**



Turizm giderlerimiz 1963-1969 yılları arasında turizm gelirlerinden devamlı fazla olmuştur. Bu dönemlerde turizm gelir-gider dengesi toplam 7.400.330 \$ açık vermiştir. 1970 yılından itibaren denge lehimize gelişmiştir. 1970-1983 yılları arasında iki yıl hariç (1976-1977 yılları toplam açık 91.088.000 \$ olmuştur.) devamlı lehimize gelişen bir seyir takip etmiştir. Bu dönemde turizm gelir-gider dengesi toplam 1.492.777.000 \$ fazla vermiştir.

#### f- Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı

1963-1983 döneminde turizm gelirlerimizin Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı aşağıda gösterilmiştir.

**Tablo.6. TURİZM GELİRLERİMİZİN GSMH İÇİNDEKİ PAYI**

<u>YILLAR</u>	<u>G.S.M.H. (MİLYON \$)</u>	<u>TURİZM GELİRLERİ (MİLYON \$)</u>	<u>TURİZM GELİRLERİNİ GSMH İÇİNDEKİ PAYI(%)</u>
1963	7.422,4	7.7	0.1
1964	7.923,6	8.3	0.1
1965	8.525,1	13.8	0.2
1966	10.157,7	12.1	0.1
1967	11.275,6	13.2	0.1
1968	12.499,3	24.1	0.2
1969	13.877,0	36.6	0.3
1970	9.951,3	51.6	0.5
1971	12.969,9	62.9	0.5
1972	17.200,7	103.7	0.6
1973	22.130,7	171.5	0.8
1974	30.507,0	193.7	0.6
1975	37.598,0	200.9	0.5
1976	41.283,5	180,5	0.4
1977	49.177,1	204.9	0.4
1978	53.690,7	230.4	0.4
1979	52.962,2	280.7	0.5
1980	57.198,3	326.7	0.6
1981	46.087,2	381.3	0.8
1982	52.853,0	370.3	0.7
1983	50.153,5	411.1	0.8

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni 1994: s.90.**

1963 yılında turizm gelirlerimizin gayri safi milli hasıla içindeki oranı %1 iken, 1983 yılında %8' e ulaşmıştır. Bu dönemler içinde gayri safi milli hasılamız devamlı artmasına rağmen turizm gelirlerimiz daha büyük oranlarda artarak gayri safi milli hasıla içinde önemli bir pay teşkil etmiştir.

### g- Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderleri İçindeki Payı

1963-1983 döneminde turizm gelirlerimizin ihracat gelirlerimize oranı ve turizm giderlerimizin ithalat giderlerine oranı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo.7. TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİ VE TURİZM GİDERLERİNİN İTHALAT GİDERLERİ İÇİNDEKİ PAYI**

YILLAR	TURİZM İHRACAT GELİRLERİ (MİLYON\$)	TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİ İÇİNDEKİ PAYI (%)	İTHALAT GİDERLERİ (MİLYON \$)	TURİZM GİDERLERİNİN İTHALAT GİDERLERİ İÇİNDEKİ PAYI (%)
1963	368.0	7.7	688.0	20.5
1964	411.0	8.3	537.0	21.8
1965	464.0	13.8	572.0	24.3
1966	490.0	12.1	718.0	26.3
1967	523.0	13.2	685.0	26.8
1968	496.0	24.1	764.0	33.4
1969	537.0	36.6	801.0	42.2
1970	588.0	51.6	948.0	47.7
1971	677.0	62.9	1171.0	42.2
1972	835.0	103.7	1563.0	59.3
1973	1317.1	171.5	2086.0	93.0
1974	1532.2	193.7	3777.6	151.8
1975	1401.1	200.9	4738.7	155.0
1976	1960.0	180.5	5128.0	207.9
1977	1753.0	204.9	5796.3	268.5
1978	2288.0	230.4	4599.0	102.5
1979	2261.2	280.7	5069.4	95.1
1980	2910.1	326.7	7909.4	114.7
1981	4702.9	381.3	8933.4	103.3
1982	5746.0	370.3	8842.7	108.9
1983	5727.8	411.1	9235.0	127.3

**KAYNAK: Turizm İstatistikleri Bülteni 1994: s.101.**

1963 yılında turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı % 2.1 iken bu oran 1983 yılında %7.2'ye ulaşmıştır. 1972-1980 döneminde bu oran ortalama %11.88'e kadar çıkmıştır. Ancak bu dönemden sonra ihracat gelirlerimizde daha büyük oranlarda artış olması nedeni ile devamlı azalan bir seyir takip etmiştir.

## **2- 1983 Sonrası Dönemde Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve önemi**

### **a- Hükümetlerin Plan ve Program Hedefleri**

Beşinci ve Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planlarını kapsayan bu dönemlerden, 1985-1990 yıllarını kapsayan Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planında saptanan ilke ve hedefler şunlardır.<sup>44</sup>

i- Türkiye'nin mevcut turizm potansiyeli ekolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz tutma ve güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilecektir,

ii- Türkiye, OECD ve OPEC ülkeleri yanında Balkan ve Üçüncü Dünya Ülkeleri ile turistik ilişkilerini geliştirecektir,

iii- Kitle turizmine önem verilecek, ancak bireysel turizmde ihmal edilmeyecektir,

iv- Turizm hareketleri ile ilgili sağlıklı istatistiki bilgiler toplayabilmek için modern teknik imkanlardan yararlanılacaktır,

v- Doğal ve kültürel çevre değerlerinin turizm amaçlı kullanımından koruma stratejileri ile turizm geliştirme stratejilerinin entegrasyonu sağlanacaktır. Turizm kaynakları envanteri ile fiziksel planlama çalışmalarında ilgili kamu kuruluşları, bilim kurumları, gönüllü kuruluşlar ve özel sektör kurumları arasında işbirliği sağlanacaktır,

vi- Turizm Bankasının doğrudan yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullanılması tercih edilecektir.

---

<sup>44</sup> *Turizm Nedir*, 1990: s.29.

1991-1995 yıllarını kapsayan Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planında turizmle ilgili olarak saptanan ilke ve hedefler şunlardır.

i- Sektörde kış, av ve su sporları, festival, sağlık, gençlik, kongre, termal ve golf turizmini daha cazip hale getirecek teşvik politikaları geliştirilecektir,

ii- Turizm sektörüne dayalı veya doğrudan hizmet verenlerin sayıca yeterli düzeye getirilmesi ve eğitilmek suretiyle bilgi ve becerilerinin artırılması sağlanacaktır,

iii- Turizm alt yapısının nitelik ve niceliğinin yükseltilmesine önem verilecektir,

iv- İnsanlığın kültür ve tabiat mirası durumundaki değerler etkin şekilde korunacak, çevre ile kültür peyzajı ilkeleri esas alınarak turizm faaliyet ve yatırımları planlanacak ve uygulanacaktır,

v- Charter taşımacılığı geliştirilecek ve yerli seyahat acentalarının tur operatörlüğü teşvik edilecektir,

vi- Mevcut tesislerde doluluk oranını artırıcı, faaliyet mevsimini uzatıcı ve nitelik yükseltici önlemler alınacaktır,

vii- Doğal güzelliklerin ve kültürel değerlerin korunmasına öncelik verilecek, belirli sahaların korunmaya alınarak turizme açılması teşvik edilecektir,

viii- Turistik tesis işletmeciliği geliştirilecek, küçük kapasiteli tesisler ve aile işletmeciliği özendirilecektir,

ix- Toplumun en uygun şartlarda tatil yapması sağlanacaktır.

1996-2000 yılını kapsayan Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planında saptanan ilke ve politikalar şunlardır.<sup>45</sup>

i- Rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi, yerel halkın ve turistlerin beklentilerinin karşılanması, doğal ve

---

<sup>45</sup> T.C.Resmi Gazete, 25 Temmuz 1995

kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğinin sağlanması, sektörün temel amaçlarıdır,

ii- Turizm gelirlerinin 2000 yılında 10,3-13.8 milyar dolara ulaşması, net turizm gelirlerinin ise 8,5-11,9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmesi beklenmektedir,

iii- Türkiye'ye gelecek turist sayısının plan döneminde 13-17 milyon, yurtdışına çıkacak vatandaş sayısının 4,5-4.8 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir,

iv- Turizm Bakanlığında belgeli konaklama tesislerinin yatak kapasitesinin 800 bin olması, belediyelerden belgeli tesislerle yatak sayısının toplam 1,3 milyon olması beklenmektedir,

v- Mevcut üst yapılardan daha etkin yararlanılması ve doğal sermayenin korunması esas alınacaktır,

vi- Turizmin mevsimlik ve coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarda değişen tüketici tercihleri de dikkate alınarak yeni potansiyel alanlar yaratmak amacı ile golf, kış, dağ, yayla, termal, sağlık, yat, karavan, kongre ve eğlence turizmini geliştirme faaliyetlerine devam edilecektir,

vii- Turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimlerin ve halkın turizm ile ilgili kararlara katılması sağlanacaktır,

viii- Sektördeki fiziki planların, amaçlarına yönelik olarak uygulanmasına özen gösterilecektir,

ix- Talep yapısındaki yeni eğilimlere bağlı olarak küçük işletmelerin gelişmesine öncelik verilecektir,

x- Yerli tur operatörlerinin yaygınlaştırılmasına çalışılacak, tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi ve uygulanması için yeni finansman kaynaklarının oluşturulmasına kamu kesiminin yanısıra, özel sektörün katılımı da sağlanacaktır,

xi- Turizm üst yapısının yeterli bir alt yapı ile bütünleşmesi için gerekli düzenleme ve teknik önlemlere ağırlık verilecek, Akdeniz-Ege Turizm altyapısı ve Kıyı Yönetimi (ATAK) projesinin hızlı uygulanması için gerekli düzenlemeler yapılacaktır,

xii- Turizm sektörünün uzun vadeli ve sağlıklı gelişmesini sağlamak amacıyla yönelik dinamik ve stratejik TUSAP Ana Planı uygulamaya geçirilecektir,

xiii- Sektörde hizmet kalitesinin yükseltilmesi için sertifikasyon sistemine geçilmesi sağlanacaktır,

xiv- Öncelikli bölgelerde mevcut ikinci konutların pazarlanmasına yönelik organizasyonlar geliştirilecektir.

Planlı dönemin 1983 yılı sonrasını oluşturan beşer yıllık iki kalkınma planı itibariyle gelen yabancı sayısı, turizm gelirleri, turizm giderleri ile ilgili plan hedefleri aşağıda gösterilmiştir.

**Tablo. 8. PLAN HEDEFLERİNE GÖRE TURİZMLE İLGİLİ SAYISAL VERİLER**

<u>YILLAR</u>	<u>TOPLAM YABANCI SAYISI PLAN HEDEFİ</u>	<u>TOPLAM TURİZM(MİLYON\$) GELİRLERİ PLAN HEDEFİ</u>	<u>TOPLAM TURİZM(MİLYON\$) GİDERLERİ PLAN HEDEFİ</u>
1984	1.800.000	452.4	142.4
1985	2.000.000	510.0	166.3
1986	2.200.000	579.2	197.1
1987	2.400.000	661.6	235.0
1988	2.700.000	759.4	281.4
1989	3.000.000	878.0	338.0
<b>V.B.Y.P.T.</b>	<b>12.300.000</b>	<b>3.888.2</b>	<b>1.217.8</b>
1990	5.410.000	3.306.9	521.2
1991	5.850.000	3.757.9	617.4
1992	6.330.000	4.270.5	731.3
1993	6.840.000	4.853.0	866.2
1994	7.400.000	5.514.0	1.026.0
<b>VI.B.Y.P.T.</b>	<b>31.840.000</b>	<b>21.702.3</b>	<b>3.762.1</b>

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994: ss.90-92-93**

Plan hedeflerine göre V. Beş Yıllık Kalkınma Planında toplam yabancı sayısında ortalama %10,8 artış hedeflenmiştir. Toplam turizm gelirlerinde ortalama %14, toplam turizm giderlerinde ise ortalama %19 oranında artış hedeflenmiştir.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise toplam yabancı sayısında ortalama %22 oranında bir artış hedeflenmiştir. Bu artışın %80'lik bölümü 1990 yılı için düşünülmüş diğer yıllar %8 olarak hedeflenmiştir. Toplam turizm

gelirlerimizde ise ortalama %69,40'lık bir artış hedeflenmiş, 1990 yılı %277'lik bir artışla ortalamanın çok üstüne çıkmıştır. Toplam turizm giderlerimiz de ise ortalama %25 oranında artış planlanmış, yine 1990 yılı %54'lük artış hedefiyle ortalamanın üstüne çıkmıştır.

### **b- Turizm Gelirlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları**

1983 yılı sonrasını oluşturan dönemde gerçekleşen turizm gelirlerimiz ve plan hedeflerine göre gerçekleşme oranları aşağıda gösterilmiştir.

**Tablo. 9. TURİZM GELİRLERİNİN YILLAR İTİBARIYLA DAĞILIMI VE PLAN HEDEFLERİNE GÖRE GERÇEKLEŞME ORANLARI**

<u>YILLAR</u>	<u>TURİZM GELİRLERİ(MİLYON\$)</u>	<u>GERÇEKLEŞME ORANLARI(%)</u>
1984	840.0	185.7
1985	1482.0	290.6
1986	1215.0	209.8
1987	1721.1	260.1
1988	2355.3	310.2
1989	2556.5	291.2
<b>V.B.Y.P.TOPLAMI</b>	<b>9329.9</b>	<b>257.3</b>
1990	3225.0	97.5
1991	2654.0	70.6
1992	3639.0	85.2
1993	3959.0	81.6
1994	4321.0	78.4
<b>VI.B.Y.P.TOPLAMI</b>	<b>17798.0</b>	<b>82.0</b>

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994: s.92**

V. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm gelirlerimiz ortalama %29 oranında artmıştır. 1985 yılı %76'lık bir artışla ortalamanın çok üstünde, 1986 yılı ise %18'lik negatif bir artışla ortalamanın altında kalmıştır.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ise ortalama %09 oranında artış olmuştur. Artışlar çok istikrarsız bir seyir takip etmiştir. 1990 yılında

%26, 1992 yılında %37 oranında bir artış olurken, 1991 yılında %18 oranında negatif bir artış olmuştur.

Turizm gelirlerimiz V. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde plan hedeflerine göre %134 oranında gerçekleşmiştir. Bu dönemde en büyük sapma %154.5 ile 1988 yılında olmuştur.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ortalama %97.9 gerçekleştirme ile hedeflere çok yaklaşılmıştır. 1992 yılında %111.8 gerçekleştirme oranı ile ortalamanın üstüne çıkmıştır.

#### **c- Turizm Giderlerinin Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları**

1983 sonrası dönemde gerçekleşen turizm giderlerimiz ve plan hedeflerine göre gerçekleştirme oranları aşağıda gösterilmiştir.

**Tablo.10. TURİZM GİDERLERİNİN YILLAR İTİBARIYLA DAĞILIMI VE PLAN HEDEFLERİNE GÖRE GERÇEKLEŞME ORANLARI**

<b>YILLAR</b>	<b>TURİZM GİDERİ(MİLYON \$)</b>	<b>GERÇEKLEŞME ORANLARI(%)</b>
1984	323.6	194.4
1985	313.6	194.6
1986	447.7	159.1
1987	358.0	190.5
1988	323.6	127.2
1989	565.0	167.2
<b>V.BEŞ YIL.PLAN T.2.007.9</b>		<b>164.8</b>
1990	520.0	99.8
1991	592.0	95.9
1992	776.0	106.1
1993	934.0	107.8
1994	866.0	84.4
<b>VI. BEŞ YIL.PL. T. 3.668.0</b>		<b>98.0</b>

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994:s.93.**



V. Beş Yıllık Kalkınma Planında turizm giderlerimizde ortalama %18 oranında bir artış olmuştur. 1986 yılı %43, 1989 yılı %75'lik artışla ortalamanın üstüne çıkmış, diğer yıllarda ise artışlar hep negatif olmuştur.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise artış daha da düşerek ortalama %16 seviyesinde olmuştur. Bu dönemde artışlar bir önceki döneme göre kendi arasında daha istikrarlı bir seyir takip etmiştir.

Turizm giderlerimizde V. Beş Yıllık Kalkınma Planındaki Hedeflere göre %164.8 oranında gerçekleşme olmuştur. Gerçekleşmeler dönem içerisinde istikrarsız bir seyir takip etmiş ve 1989 yılında %167.2 oranıyla dönem ortalamasına çok yaklaşmıştır.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm giderlerimizde ortalama gerçekleşme %98 oranıyla hedeflere çok yakın olmuştur. 1993 yılında %107.8 olan gerçekleşme oranı 1994 yılında %84.4 oranına düşerek ortalamanın altında kalmıştır.

#### **d- Gelen Yabancıların Yıllara Göre Dağılımı ve Plan Hedeflerine Göre Gerçekleşme Oranları**

1983 sonrası dönemde yurdumuza gelen yabancıların yıllara göre dağılımı ve plan hedeflerine göre gerçekleşme oranları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo.11. YURDUMUZA GELEN YABANCILARIN YILLARA GÖRE DAĞILIMI VE PLAN HEDEFLERİNE GÖRE GERÇEKLEŞME ORANLARI**

<u>YILLAR</u>	<u>GELEN YABANCI SAYISI</u>	<u>GERÇEKLEŞME ORANLARI(%)</u>
1984	2.177.094	117.6
1985	2.614.924	130.7
1986	2.391.085	108.7
1987	2.855.546	119.0
1988	4.172.151	154.5
1989	4.459.151	148.6
<b>V.BEŞ YIL.PL.TOP.</b>	<b>16.493.433</b>	<b>134.0</b>
1990	5.389.308	99.6
1991	5.517.897	94.3
1992	7.076.096	111.8
1993	6.500.638	95.0
1994	6.670.618	90.1
<b>VI. BEŞ YIL.PL.T.</b>	<b>31.154.557</b>	<b>97.9</b>

*Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994: s.89*

V. Beş Yıllık Kalkınma Planında gelen turist sayısı ortalama %20 oranında artmıştır. 1988 yılındaki artış %46 oranıyla en yüksek seviyeyi bulmuştur. VI. Beş Yıllık Kalkınma Planında ise artış oranı azalarak ortalama %9 seviyesine inmiştir. 1992 yılı %28'lik bir artış ile dönem ortalamasının üzerine çıkmış, 1993 yılı ise % 8'lik negatif artış ile dönem ortalamasının altında kalmıştır.

Yurdumuza gelen turist sayısı V. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde ortalama %134 artışla hedeflerin üstünde gerçekleşmiştir. 1988 yılı %154.4 oranında bir artışla dönemde en büyük sapmanın meydana geldiği yıl olmuştur.

VI. Beş Yıllık Kalkınma Plan Döneminde turizm giderlerinde olduğu gibi gelen turist sayısında ortalama %97.9 gerçekleşme oranı ile hedeflere çok yaklaşılmıştır. 1992 yılında %111.8 oranında bir gerçekleşmeyle dönem ortalamasının üstüne çıkmıştır.

#### e- Turizm Gelir-Gider Dengesi

1983 sonrası dönemde gerçekleşen gelir-gider şu şekildedir.

**Tablo.12. TURİZM GELİR-GİDER DENGESİ**

<u>YILLAR</u>	<u>GELİRLERİ(Milyon \$)</u>	<u>GİDERLERİ(Milyon\$)</u>	<u>DENGE</u>
1984	840.000	276.806	563.194
1985	1.482.000	323.600	1.158.400
1986	1.215.000	313.570	901.430
1987	1.721.117	447.739	1.273.378
1988	2.355.295	357.966	1.997.329
1989	2.256.529	565.000	1.991.529
1990	2.705.000	520.000	3.225.000
1991	2.654.000	592.000	2.062.000
1992	3.639.000	776.000	2.863.000
1993	3.959.000	934.000	3.025.000
1994	4.321.000	866.000	3.455.000

*Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994: s.89*

1984-1994 yılları arasında turizm gelirlerimiz 563.194 \$' dan başlayarak dönem sonunda 3.455.000.000 \$' a yükselmiştir. Dönem başından dönem sonuna kadar %6163.62 artarak ülkemizin ödemeler dengesinde önemli bir faktör olmuştur. Artışlar 1990 yılına kadar istikrarsız bir seyir takip etmiş, 1991 yılından 1994 yılına kadar devamlı artmıştır.

#### f- Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı

Döneme ilişkin turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı aşağıda gösterilmiştir.

**Tablo.13. TURİZM GELİRLERİNİN GSMH İÇİNDEKİ PAYI**

<b>YILLAR</b>	<b>GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILA (1.000.000 \$)</b>	<b>TURİZM GELİRLERİ (1.000.000 \$)</b>	<b>TURİZM GELİRLERİNİN GSMH İÇİNDEKİ PAYI(%)</b>
1984	48.986,5	840.0	1.7
1985	52.597,6	1.482.0	2.8
1986	57.820,7	1.215.0	2.1
1987	87.142,2	1.721.1	2.0
1988	91.640,6	2.355,3	2.6
1989	109.017,5	2.556.5	2.3
1990	150.060,7	3.225.0	2.1
1991	147.367,5	2.654.0	1.8
1992	153.627,5	3.639.0	2.4
1993	178.714,7	3.959.0	2.2
1994	132.825,9	4.321.0	3.3

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994: s.100.**

Turizm gelirlerimizin gayri safi milli hasıla içindeki payı 1984 yılında %1.7' iken, 1994 yılında %3.3'e yükselmiştir. 1985-1993 yılları arasında bu oran %3'ler seviyesinde seyrederken, 1994 yılından sonra gayri safi milli hasılamızın azalması, turizm gelirlerimizin artması nedeni ile %3.3 seviyesine çıkmıştır.

### g- Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat İçindeki Payı

Döneme ilişkin gelir ve giderlerin ihracat ve ithalat içindeki payları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

**Tablo. 14. TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİ VE TURİZM GİDERLERİNİN İTHALAT GİDERLERİ İÇİNDEKİ PAYI**

YILLAR	TURİZM İHRACAT GELİRLERİ		TURİZM İTHALAT GİDERLERİ		TURİZM İTHALAT GİDERLERİ İÇİNDEKİ	
	(MİLYON \$)	(MİLYON \$)	İÇİNDEKİ PAYI (%)	(MİLYON \$)	(MİLYON \$)	PAYI (%)
1984	7.133.6	840.0	11.8	10.756.9	276.8	2.6
1985	7.958.0	1.482.0	18.8	11.343.4	323.6	2.9
1986	7.456.7	1.215.0	16.3	11.104.8	313.3	2.8
1987	10.190.0	1.721.1	16.9	14.158.0	447.7	3.2
1988	11.662.1	2.355.3	20.2	14.355.0	358.0	2.5
1989	11.625.0	2.556.5	22.0	15.792.0	565.0	3.6
1990	12.960.0	3.225.0	24.9	22.302.0	520.0	2.3
1991	13.593.0	2.654.0	19.5	21.047.0	592.0	2.8
1992	14.715.0	3.639.0	24.7	22.872.0	776.0	3.4
1993	15.349.0	3.959.0	25.8	29.429.0	934.0	3.2
1994	18.106.0	4.321.0	23.9	22.606.0	866.0	3.8

**Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni, 1994: s. 101.**

1984-1994 döneminde ihracat gelirlerimiz 1985 ve 1989 yılları dışında devamlı artmıştır. Turizm gelirlerimizdeki artış oranı, dönem boyunca ihracat gelirlerimizden daha büyük bir oranla artmış, dönem başında %11.8 olan turizm gelirlerimizin ihracat gelirlerimize oranı dönem sonunda %23,9 seviyesine ulaşmıştır.

Turizm giderlerimizin ithalat giderleri içindeki payı ise, dönem başında %2,6'iken dönem sonunda %3,8'e yükselmiştir. Bu oran dönemin ilk sekiz

yılında ortalama %2 seviyesinde seyretmiş, son üç yılında ise ortalama %3,5 seviyesine çıkmıştır.

## II- TURİZMİN TÜRK EKONOMİSİNDEKİ YERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Uluslararası turizm bir ülkede ödemeler dengesine büyük katkılar sağlamaktadır. Bütün dış satımlar da olduğu gibi turizmde ulusal hasılayı artırır. Yan sektörler, işgücü ve gelir yaratmak suretiyle devlet bütçesine kaynak aktarırlar.

Günümüzde bir kitle hareketi niteliği kazanmış olan turizm, hizmet sektörü içinde yer almaktadır. Özellikle son çeyrek yüzyılda kişisel gelirlerin artması, refah düzeyinin yükselmesi, boş zamanlardaki artışlar, tatil düşüncesinin yaygınlaşması, kitle haberleşme araçlarının çoğalması, ulaştırma konaklama ve seyahat sektöründe sağlanan gelişmelerin sonucu olarak turizm çok hızlı bir gelişme göstermiştir.<sup>46</sup> 1950 yılında 2 milyar dolar olan uluslararası turizm gelirleri 1992 yılında 279 milyar dolara, 25 milyon kişi olan turist sayısı 476 milyon kişiye ulaşmıştır. Turizm bu boyutlarıyla gerek turist gönderen ülkeler, gerek turist çeken ülkeler için önemli bir ekonomik sektör haline gelmiştir. Günümüzde turizm dünya ölçeğinde 2 trilyon dolar hasılat ile en güçlü sanayi dallarından biridir. Ayrıca başka sektörlerden sağladığı mal ve hizmetin değeri 1 trilyon doların üzerindedir. Bu rakam dünya dış ticaret hacminin %4.4'ünü oluşturmaktadır. Ayrıca turizm sektörü konaklama, yeme-içme ve seyahat ticareti alanında 45 milyon insana doğrudan istihdam alanı oluşturmaktadır. 2000 yılında dünyada ki turist sayısının 630 milyon kişiye ulaşacağı ve 530 milyar dolarlık bir harcama yapılacağı tahmin edilmektedir. "Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, endüstriyel gelişme stratejilerinin ve perspektiflerinin tartışıldığı bir

---

<sup>46</sup> Turizm Bakanlığı, *Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı*, 1993; s. 11.

dönemde, turizm öncelik alan ve ekonomik büyümenin aracı olarak görülen bir sektör konumuna gelmiştir.”<sup>47</sup>

Turizm sektöründe özellikle son yıllarda işletme düzeyinde yeni hizmet üretimi ve yönetimi teknolojilerinin kullanıma sokulduğu, karlılığı artan bu sektörde yatırım eğilimlerinin arttığı gözlenmektedir. Sanayileşmiş ülkelerde yapılan araştırmalardan turistik hizmetlerin arzında niteliğin ön plana geçtiği, kaliteli, farklılaşmış ve tasarımı iyi olan hizmetlerin bu sektörde rekabetin en önemli unsurlarından biri olduğu tespit edilmiştir.

Turizm sektörünün hızla uluslararası bir özelliğe sahip olması sektördeki hizmet arzının yüksek bir piyasa yoğunlaşması göstermesine ve piyasanın çoğu gelişmiş ülke kaynaklı az sayıda turizm şirketi tarafından kontrol edilmesine neden olmuştur. Günümüzde uluslararası turizm endüstrisi çok uluslu havayolu, tur operatörleri ve seyahat acentaları, otel ve mağaza zincirlerinin bütünleşmesinden oluşmaktadır. Bu işletmeler karşısında yönetim teknolojileri geri, işletme sermayesi zayıf, insangücü kalitesi düşük ve çoğu küçük ölçekli aile işletmeleri olan yerel turizm işletmeleri önemli pazar kayıplarına uğramakta ve düşük karlarla çalışmaktadırlar.

Türkiye’de son yıllardaki turizm hareketlerinin trendine bakıldığında sektörün bazı yıllarda olumsuz etkiler altında kaldığı, gelişmesinde belirgin bir yavaşlamanın olduğu görülmekle birlikte, gerek nitelik gerek nicelik yönünden küçümsenmeyecek bir gelişme sağlanmıştır. Geçmişte güneş-deniz-kum üçlüsünden ibaret sayılan ve basit bir hizmet sektörü olarak kabul edilen turizm sektörü bugün insan-kültür-doğa bütünleşmesi olarak kabul edilmektedir. Türk Turizm Endüstrisinin bu değişime uyum sağlamak için yeniden yapılanma çabaları içerisinde olduğu söylenebilir. Değişim ve gelişim gösteren Türk Turizm Endüstrisinin yanlışlıklara yol açmadan ülkenin

---

<sup>47</sup> *Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayı*, s. 11.

ekonomik ve sosyal hayatına gerekli ve yeterli katkının sağlanabilmesi için sektörün stratejik bir plan doğrultusunda yönlendirilmesi gereklidir. Bu kararlar sektörü işlevsel kılan, belirli alt sektörlerle, hizmet türlerine ve coğrafi bölgelere öncelik veren dinamik sektörel bir plan doğrultusunda alınmalıdır.

Özellikle son onbeş yıldır sürekli inişli çıkışlı bir grafik gösteren enflasyonun ve sektörün alt ve üst yapısal sorunlarının yatırımlarla ilgili gelecekteki belirsizliği artırdığı bir gerçektir. Etkileri günümüze kadar süren körfez krizi içinde bulunduğumuz terör ortamı Türkiye'yi özellikle turistik yatırımlar bakımından riskli ülkeler konumuna getirmektedir.

Turizm sektöründe yüksek kredi faizleri nedeniyle kaynak kullanma maliyeti artmıştır. Kamu kesimindeki borçlanmaların gereğinden fazla olması bu sektörde kullanılacak fonların daralması sonucunu doğurmaktadır. Bir yanda kaynak maliyetinin yüksekliği diğer yanda personel, bakım, onarım, enerji gibi sabit masrafların yüksekliği sektördeki yatırımların karlılığını düşürmektedir. Karlılığın düşük olması ve riskin yüksekliği özel kesim yatırım eğilimini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu olumsuzlukların giderilmesi için sektörü özendirici politikaların gerçekleştirilmesi gerekir. Diğer yandan son yıllarda artan turizm talebi sektörün karlı bir konuma gelmesine mevcut arazilerin değerlendirilmesine ve kısa süreli rant isteğinin artmasına yol açmıştır. Bu durum ise yapılaşma yoğunluğu, alt yapı yetersizliği, çevre kirliliği, çirkin yapılaşma, hizmet kalitesindeki düşüşler gibi önemli sorunları da beraberinde getirmiştir.

Türkiye'de hızla gelişen üst yapıya uygun alt yapının oluşturulamaması turistik hizmetlerin niteliğini düşürmekte ve sektörün gelişmesini engellemektedir. Türk Turizm Endüstrisinin teknoloji bakımından alt yapısını yenilemesi, hizmet kapasitesini artırıcı yeni fiziki yatırımları gerçekleştirilmesi ve özellikle son yıllarda sayıları hızla artan turizm işletmelerini çok güç durumda bırakan nitelikli personel sorununu çözmesi zorunluluğu vardır.

Turizmden beklenen ekonomik katkının gerçekleşmesi kapasite artırıcı yeni yatırımlar kadar, mevcut kapasitelerin iyileştirilmesine de bağlıdır. Türk Turizm Endüstrisinde öngörülen yatırım planlarına ve yapılan sektör araştırmalarına göre eğitilmiş bilgi ve beceri sahibi personel ihtiyaçlarının kısa dönemde karşılanması mümkün görülmemektedir.<sup>48</sup>

Ülkemizdeki turizm gelişmeleri planlı dönemde sağlıklı olarak izlenmeye başlanmıştır. Bu dönemin başlangıcı olan 1963 yılında yurdumuza gelen yabancı sayısı 198.841, turizm geliri 7.7 milyon \$ kamu ve özel sektör yatırım ise 258 milyon \$ düzeyinde bulunmaktadır.<sup>49</sup>

1970'li yılların başına kadar turizm gelirlerimiz turizm giderlerimizi aşamamış, gelen yabancı sayısı yurtdışına çıkan vatandaşlarımızın sayısına yaklaşık eşit olmuştur.

Dünyada ki turizmin gelişmesi ülkemizi de etkilemiştir. Ayrıca Türk toplumunun yaşam biçiminin değişmesi ve fert başına gelir düzeyinin yükselmesi iç turizmin hacmini artırmıştır.<sup>50</sup>

1963-1980 dönemlerinde turizm yatırımlarında kamu sektörü öncü ve örnek yatırımlar yapmıştır. 1980'li yıllardan sonra ise özel sektör yatırımları turizm arzına egemen olmaya başlamış ve bunun meyvelerini 1983'lü yıllardan sonra almıştır.

1963-1983 dönemlerinde planlarda ve uygulamalarda bazı aksaklıklar tespit edilmiştir. Bu aksaklıklar şöyle özetlenebilir.<sup>51</sup>

<sup>48</sup> Devlet Planlama Teşkilatı ve *Özel Sektör Turizm Ortak Çalışma Komitesi Raporu*, Ankara: 1991; s. 6

<sup>49</sup> Devlet Planlama Teşkilatı , *3. İzmir İktisat Kongresi*, 4-7 Haziran 1992 s.238.

<sup>50</sup> Hasan Olalı, *Turizm Ekonomisi*, İzmir: Ofis Matbaacılık Yayını, 1988, s.348.



-Turizm yatırımları toplam yatırımlar içinde, Turizm Bakanlığı Bütçesi ise genel bütçe içerisinde çok düşük bir pay almıştır.

-Turizm Bakanlığı ile diğer bakanlıklar ve turizm bölge müdürlükleri arasında koordinasyon sağlanamamıştır.

- Ulaşım sistemleri yetersiz kalmış, alt yapı ve haberleşme sorunları çözümlenememiştir.

- Turistik bölgelerdeki turistik tesisler yetersiz kalmış, mevcut tesislerde ise kalifiye eleman istihdam edilememiştir.

- Turistik tesislerin bakanlık tarafından gerekli kontrolleri yeterince yapılamamış, tarihi zenginliklerimiz gereğince restore edilememiştir.

- Gerek bakanlık, gerekse turistik işletmeler düzeyinde hedef pazarlarda gerekli tanıtım yapılamamıştır.

Türk turizmi gerek uluslararası turizmdeki gerek Türk toplumunda ki sosyo-ekonomik gelişmelerin etkisi altında kalarak 1980'lerde aranan sektörler arasında yer almış, 1984 yılından sonra ise Türk Ekonomisinde ki en gözde sektörlerden biri haline gelmiştir. 1983 yılında 411.1 milyon \$ olan turizm gelirlerimiz 1984 yılında 2.04 kat artarak 840 milyon \$'a yükselmiş ve bu dönemden sonra devamlı artan bir seyir takip etmiştir.

1985-1990 yıllarında turizm ihracat gelirlerinin %25,2 'sini, ithalat giderlerinin %21,4'nü brüt ulusal gelirin %3.8'ini, özel tüketimin ise %4.9'unu oluşturmuştur.

1991 yılında yurdumuza gelen turist sayısı bir önceki yıla göre %2 oranında artarak 5.517.987 kişiye ulaşmış, turizm gelirleri ise %18 azalarak 2.654 milyon \$'a gerilemiştir. Bu rakamlar üzerinde körfez krizi etkili olmuştur. Turist sayısındaki artış yanıltıcı yorumlara neden olmaktadır. Bu dönemde ülkemize geleneksel turizm pazarlarından gelenlerin sayısı

---

<sup>51</sup> Dündar Denizer, Turizm Pazarlaması, Ankara: Yıldız Matbaacılık Yayını, 1992, s.21.

azalmıştır. Bulgaristan, Romanya, Bağımsız Devletler Topluluğu'ndan gelen turist sayısında büyük artış olmuştur. Bu turistlerin kişi başına harcaması az olduğu için turist sayısında artış olmasına rağmen turizm gelirlerimiz azalmıştır.

1991 yılından sonra artan turizm talebi yatırımları uyarmıştır. Bunun sonucu olarak turizmde büyük gelişmeler sağlanmıştır. 1994 yılı itibariyle turizm gelirlerimiz 4.321 milyar \$'a, yurdumuza gelen yabancı sayısı ise 6.670.618'e ulaşmıştır. Bu rakamlar daha önceki yıllarla kıyaslanığı zaman çok olumlu neticeler vermesine rağmen, turizm ürünü açısından ülkemizle benzer şartlara sahip olan Akdeniz çanağındaki diğer ülkelerle kıyaslandığı zaman yetersiz olduğu görülmektedir.<sup>52</sup> Bu dönemlerde tanıtma ve eğitimle ilgili sorunlar ağırlık kazanmıştır. Özellikle Körfez Krizi sonrası tanıtma daha fazla ağırlık verilmesi görüşü benimsenmiştir.<sup>53</sup> Eğitimde ise eğitim-istihdam ilişkisinin kurulamaması ve bilinçsizlik nedeni ile olumlu sonuçlar alınamamıştır.<sup>54</sup>

Türkiye'nin önemündeki yıllarda turizmden beklentileri oldukça fazladır. 2000 yılında yurdumuza gelen yabancı sayısının 13 milyon kişi, yurtdışına çıkan vatandaş sayısının 4.5 milyon kişi, turizm gelirlerimizin 10.3 milyar dolar, turizm giderlerimizin ise 1.8 milyar dolar olması hedeflenmektedir.

### III- TURİZMLE İLGİLİ SORUNLAR

#### A- TEMEL SORUNLAR

Ülkemizin bir turizm ülkesi olmasına rağmen arzu edilen turist sayısına ulaşılmamış olmasının temel nedeni uluslararası turizme yeterince

---

<sup>52</sup> Turizm Bakanlığı, *Türizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı*, 1993, s.19.

<sup>53</sup> Özen Dalli, *Tanıtım ve Pazarlama Politikası*, I. Tanıtma Şurası, Ankara: 10-11 Nisan 1992, s.34.

<sup>54</sup> Devlet Planlama Teşkilatı, *3. İzmir İktisat Kongresi*, s.239.

açılmamış olmasıdır.<sup>55</sup> Turizmimize uluslararası bir nitelik kazandırabilmek için öncelikle şu sorunların çözümlenmesi gerekmektedir.

### 1- Finansman Sorunu

Doğal, kültürel ve tarihsel çekicilikler bir turizm bölgeleri için gerekli olmasına rağmen yeterli değildir. Bir yörenin turistlerin tam tatminini sağlayan konaklama, ulaşım, beslenme gibi diğer ikinci derecede tamamlayıcı unsurlarla desteklenmesi gerekir. Bu çeşitli ve boyutlu tesislerin yapılması büyük yatırımlar gerektirmektedir.<sup>56</sup>

Turizm yatırımlarında yatırımların fiziksel miktar, yer, kalite ve parasal değer bakımından belirlenmesi ve finansman ihtiyacının hangi kaynaklarla karşılanacağıın tespiti çok önemlidir.

Ülkemizdeki turizm yatırımlarının finansmanında özellikle son yıllarda belli bir aşama göstermesine rağmen istenilen seviyeye ulaşılamamıştır. Uygulamada görülen bu problemler şöyle özetlenebilir.

- Turizm sektörünün büyük yatırımlar gerektirmesi, ülkemizde ise bu sektörde ki büyük ölçekli işletmelerin sayısının az olması öz kaynaklarla finansmanın yeterli olmaması sonucunu doğurmaktadır.

- Ülke içi kredi kaynaklarından finansman konusunda en önemli sorun kredi kaynaklarının yetersizliğidir. Ülkemizde turizm sektörüne kredi veren kamu kuruluşu Türkiye Kalkınma Bankası'dır. Özellikle son yıllarda kamu sektöründeki finans sorunu bu kuruluşun kaynaklarını kısıtlamıştır.<sup>57</sup> Özel bankalar bu sektörün finansmanına fazla katkıda bulunmamaktadırlar. Ayrıca

---

<sup>55</sup> Devlet Planlama Teşkilatı ve *Özel Sektör Turizm Ortak Çalışma Komitesi Raporu* Ankara: 1991, s.6.

<sup>56</sup> Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş., *Turizm Yıllığı*, Ankara: 1990, s.223.

<sup>57</sup> Olalı, 1990, s.339.

kamu finans kurumlarınca aranan teminat marjı çok yüksektir. Bütün bu sorunlara rağmen " Son on yıllık dönemde ki yatırımların sonucu olarak , Akdeniz Çanağında konaklama yatırımları açısından en hızlı ve en istikrarlı büyüme Türk Turizm Sektörü'nde görülmüştür. <sup>58</sup> Ülke dışı kredi kaynakları, dışa açık ekonomik politikaların izlenmesi nedeni ile sektörde daha fazla ağırlık kazanmıştır. Bu olumlu gelişmeler uygulamada görülen bazı sorunlar nedeni ile istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Bu sorunlar şöyle özetlenebilir.

- Yabancı sermaye teşvik mevzuatı yabancılar için yeterince açık değildir ve bürokratik bazı güçlükler ortaya çıkmaktadır. Ekonomik istikrarsızlık yabancı kredi kaynaklarını ürkütmektedir. Fiziksel ve sosyal alt yapı yeterli değildir.

- Ayrıca " turizm alanında yabancı sermayenin hemen hemen daima ülkenin ulusal sermayesi ile birlikte yatırım yapmayı tercih ettiği gözden uzak tutulmamalıdır."<sup>59</sup> Bu nedenle ülke dışı yabancı kaynakları ülkemize çekebilmek için önce ülke içi kaynaklarımızın turizm sektöründe değerlendirilmesi temin edilmelidir.

Turizm sektörünün finansmanında yararlanılan diğer bir yöntem kamu kaynaklarının kullanılmasıdır. Ülkemizde kamu fonu oluşturan Türban Turizm A.Ş., T.C. Emekli Sandığı, Sosyal Sigortalar Kurumu, Vakıf Kuruluşları, İl Özel İdareleri, Belediye'ler gibi kurumlar gerek yatırımcı ve ortak yatırımcı, gerekse işletmeci yada kiralama yöntemi ile turizm sektöründe faaliyette bulunmaktadır.<sup>60</sup>

## 2- Tanıtma Sorunu

Turizmde tanıtma, " hedef gruplara belirli konularda belirli bir tutum, davranış kazandırmak için uygun yöntemler, teknikler ve haberleşme araçları

<sup>58</sup> Devlet Planlama Teşkilatı, *Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, Ankara: 1978, s.48.

<sup>59</sup> OLDE, *Tourism Development and Economic Browty*, Paris: 1967, s.38.

<sup>60</sup> Olalı, s. 359.

kullanılarak yapılan aydınlatma faaliyetleridir.<sup>61</sup>

Tanıtım faaliyetlerinde hedeflerin belirlenmesi şarttır. Daha sonra hedeflere hangi araçlar kullanılarak ulaşılabileceği araştırılmalıdır.

Türkiye'nin mevcut turizm potansiyelinin değerlendirilmesi için tanıtımda aşağıdaki unsurlar dikkate alınmalıdır.<sup>62</sup>

- Temiz ve el değmemiş bir doğa,
- Topraklarımızda kurulan 36 uygarlığın izlerinden oluşan kültür zenginlikleri,
- Eşsiz tarihi değerler,
- Doğayı bozmamış, temiz ve konforlu turizm işletmeleri,
- Daima güler yüzlü personelin sunduğu hizmet.

Turizm işletmelerimizin günümüzde yaptıkları belli başlı tanıtım faaliyetlerini uluslararası turizm fuarlarına katılma, uluslararası otel ve seyahat kataloglarına girme, kamu ve özel sektör tarafından bastırılan broşürler ve gazete ilanları olarak sıralayabiliriz.

"Türkiye'nin makro düzeyde tanıtımının hedefi gelişmiş sanayi ülkeleridir. Bu toplumlar içerisinde de özellikle yüksek gelirli turist gruplarıdır".<sup>63</sup>

Türkiye'nin karşı karşıya bulunduğu uluslararası çetin rekabet koşulları ve yeni pazarlarda yer alma zorunluluğu yanında, aynı zamanda istikrarsızlık içinde olan bir bölgede yer almaktadır. Bu deneylerle Türk Turizmini

<sup>61</sup> Mehmet Sarıtaş, *Türkiye'nin Tanıtılması*, Ankara: D.P.T. Yayınları, 1987, s.35

<sup>62</sup> O.Mesut Sezgin, Yıldırım Acar, *Turizm Tanıtım-Pazarlama-Ekonomi*, Ankara: Baştem Yayınları 1991: s.118.

<sup>63</sup> Orhan İçöz, *Turizm Sektöründe Tanıtım ve Pazarlama Stratejileri Tebliği*, I. Ulusal Turizm Kongresi, Kuşadası: 1990, s.84.

pazarlamak daha yoğun bir çabayı ve daha büyük kaynakları gerektirmektedir.<sup>64</sup>

Türkiye'nin turistik tanıtım faaliyetlerinde istenilen düzeye gelememesinin nedenlerini şöyle sıralayabiliriz.

-Turizmin tanıtılması genellikle pazarlamaya dönük olmamış, ülkenin genel tanıtımı ön plana alınmıştır.

-Türkiye'nin turistik verilerinin miktarı ve kalitesi birincil eleman olarak düşünülmemiştir.<sup>65</sup>

-Etkin bir turizm tanıtma faaliyeti toplam turizm gelirlerinin %2,5' inin turizm reklamcılığına, ülkenin genel tanıtılması için yıllık genel bütçelerinin %02'sinin dış tanıtma faaliyetlerine ayrılması bir genel kural olarak kabul edilmesine rağmen bu oran ülkemizde çok düşük düzeylerde kalmıştır.<sup>66</sup>

-Yurtdışında şubesi bulunan seyahat acentalarının sayısının az olması nedeni ile tanıtma ve reklam açısından etkili olamamışlardır.

### 3- Bütünleşme Sorunu

Turizm olayı karmaşık, kompleks bir olay niteliği taşır. Bunun nedeni turizmin bir çok elemanların oluşturduğu sosyal bir olgu olması ve çok çeşitli faktörlerle sıkı bir işbirliği içinde bulunmasıdır.<sup>67</sup>

Turizmimizin uluslararası turizmle bütünleştirilmesinde güçlükler çekilmektedir. Finansman, tanıtma ve pazarlama sorunlarının çözümünde bu bütünleşme zorunludur. Bu bütünleşme yabancı sermayenin ülkemize getirilmesi, turistlerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayan yoğun ve yaygın turistik

<sup>64</sup> Devlet Planlama Teşkilatı *Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, s.84

<sup>65</sup> Oğuz Ermumcu, *Turizm Raporu*, Planlı Dönemde Turizm Tebliği, Ankara: 1978, s.192.

<sup>66</sup> Olalı, s. 217.

<sup>67</sup> Olalı, s. 31.

ürünler sunulması, Türk girişimciler ile yabancı girişimcilerin özendirilmesi, iyi bir turizm eğitime gidilmesi, turistik yöre halkının isteklerinin dikkate alınması, turizmde etkin ve canlı pazarlar oluşturulması ile mümkündür.<sup>68</sup>

Türk turizminin uluslararası turizme açılabilmesi için uluslararası turizmde uygulanan pazarlama sistemlerinden yararlanılmalıdır. Bu pazarlama sistemleriyle hem uluslararası yabancı işletmeler ülkemize çekilecek hem de sıkıntı çekilen finansman, tanıtma, pazarlama, yönetim ve bütünleşme sorunu hafiflemiş olacaktır.

Türkiye'de bütünleşme ile ilgili en büyük sorun turizm olayının bir bütünlük içinde ele alınamamış olmasıdır. Bir çok kamu ve özel kurumlar kendi faaliyet alanları ile ilgili olarak dağınık ve birbirlerinden habersiz turizm olayına yaklaşmışlardır. Bu faaliyetlerin makro anlamda bir koordinasyon ile yürütülmesi gerekmektedir.

#### **4- Yönetim Sorunu**

Turizm işletmeciliği yönetimi duyarlı, karmaşık ve zor bir uğraştır. Turizmde kaynakların en etkin biçimde kullanılarak amaçların gerçekleştirilmesi için yönetim sorununun mutlaka halledilmesi gerekir. Türkiye'nin bugünkü şartlar altında turizm işletmeciliği ve yönetiminde pek başarılı olduğu söylenemez.<sup>69</sup>

Türk turizmde yönetim ile ilgili sorunları şöyle özetleyebiliriz.

-Turizm Bakanlığı'nın yetkileri diğer kamu kurum ve kuruluşları ile yetki çatışması ve görev ikilemine neden olmaktadır.

<sup>68</sup> Devlet Planlama Teşkilatı ve *Özel Sektör Turizm Ortak Çalışma Komitesi Raporu*, s.7.

<sup>69</sup> Devlet Planlama Teşkilatı ve *Özel Sektör Turizm Ortak Çalışma Komitesi Raporu*,s. 8.

-Bazı görev ve yetkilerin Turizm Bakanlığında olması nedeni ile bürokrasi artmaktadır.

-Turistik yörelerde ki yerel yönetimler bütçelerinde turizm alt yapısı için yeterince kaynak ayıramamaktadırlar. Ayrıca alt yapı yatırımlarına kullanıcıların katılımı sağlanamamaktadır.<sup>70</sup>

### 5- Çevre Tahribi Sorunu

Turizm, geliştiği belli yörelerde çevrenin tahribi sorununu da beraberinde getirmektedir.<sup>71</sup> Bu durumu önlemek için 1980 sonrasında ülkemizde doğal ve kültürel çevrenin korunması konusunda bazı yasal düzenlemelere gidilmiştir.

Türkiye'nin üç tarafının denizlerle çevrili olması nedeniyle bu denizlerdeki kirlenme ülkemizi direkt olarak etkilemektedir. Birleşmiş Milletler'in 1974 yılından bu yana kirliliği önlemek için Akdeniz ülkelerini bir araya getiren düzenli toplantılardan biri 1989 yılında ülkemizde gerçekleşmiştir. "Mavi Plan" adı verilen ve 17 ülkenin katıldığı bu toplantılarda önemli adımlar atılmıştır. Bu dönemde 46.000 metre karelik sahil şeridinin analizi yapılmıştır.<sup>72</sup>

Bu plana göre önlem alınmadığı takdirde, denize atılan suda çözülmeyen maddelerin artması, kent artıklarının denize atılması giderek yüksek maliyetlere ulaşan çözümler getirmektedir. Limanlar, elektrik santralleri, büyük endüstri tesisleri kirlenmeyi giderek artırmaktadır. Akdeniz'e her yıl deniz taşımacılığının ürünü olarak 2.8 ila 5 ton arasında karbondioksit karışmakta, kıyı şeridinde yaşayan 100 milyon turist her yıl 37

<sup>70</sup> Devlet Planlama Teşkilatı, *Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, s. 106.

<sup>71</sup> General Report, *The Impact of Tourism on the environment*, Paris: 1980,s.67.

<sup>72</sup> Devlet Planlama Teşkilatı, *Üçüncü İzmir İktisat Kongresi*, s.344.



milyon metreküp %80'i arıtılmamış pis su bırakmaktadır. Ayrıca 120 büyük kıyı kentinden denize yılda bir milyon ton zehirli madde (kurşun, cıva, krom, kadmiyum, arsenik vb.) bırakılmaktadır. Planın uygulanmaması durumunda Akdeniz'in ölü deniz haline gelmesinin kaçınılmaz olduğu vurgulanmaktadır.

Bu planın uygulanması her şeyden önce finansal kaynakların sağlanmasına bağlıdır. Kıyı kenti atıklarının temizlenme projesi için yaklaşık 5 milyar dolarlık bir harcama gerekmektedir.<sup>73</sup>

Konu yalnız ülkemiz açısından değerlendirildiğinde doğal çevrenin sportif, rekreatif ve turistik gereksinmelere cevap verebilecek biçimde planlama çalışmalarında, ülkemizde geç kalındığı gerçeği ortaya çıkmaktadır. Ülkemizdeki son yıllarda turizm alanında kaydedilen önemli gelişmeler ve devletin turistik yatırımları ciddi bir biçimde desteklememesi sonucu doğal çevrenin hızlı bir tahribata uğradığı görülmektedir.

Bakanlar Kurulu 5 Temmuz 1988 tarihinde 2872 sayılı Çevre Kanunu'nun 9. maddesine göre belirli kıyı bölgelerini "Özel Çevre Koruma Bölgesi" olarak tespit ve ilan etmiştir. Bu kararlar tespit edilen alanların çevre kirlenmesine ve bozulmasına karşı korunması bunların doğal güzelliklerinin ve tarihi kalıntılarının gelecek nesillere aktarılmasının güvence altına alınması hedeflenmektedir. Kararda Başbakanlığa bağlı 10 yıl süreli bir örgüt kurulması öngörülmüştür. Örgütün fonksiyonu bu alanlarda uygulanacak koruma ve kullanma esaslarıyla plan projeleri hazırlamaya ve söz konusu alanlarda yeni düzenleme yapılmaya kadar konu ile ilgili uygulamaların gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Ancak bu karar bazı sakıncaları da beraberinde getirmiştir. Kararla beraber uzun çalışmalar sonucu turizme tahsis edilmesine karar verilen alanlarda yatırıma başlayan yerli ve özellikle yabancı yatırımcıların bazı hakları ihlal edilmiştir. Son derece hassas bir

---

<sup>73</sup> Mustafa Sağcan, *Türk Turizm Politikasında Darboğazlar ve Çözüm Önerileri*, Aydın:

yatırım alanı olan turizmde çok kısa sürelerde birbirine tamamen zıt kararların alınması yatırımcıların güvenini ve şevkini kırmaktadır. Ayrıca Türkiye kıyılarının tümü dikkate alındığında son derece sınırlı bir alanı kapsamaktadır. Özellikle Ege ve Akdeniz kıyılarında Özel Çevre Koruma Bölgeleri niteliğini taşıyan pek çok bölge bulunmaktadır. Bu sorunun kökeninde Türkiye'de ciddi bir arazi planlaması ve sınıflandırılmasının yapılmış olmaması yatmaktadır.

Yukarıda belirtilen sorunlardan ayrı olan ve geniş değerlendirilmesi gereken bir konu da pazarlama sorunlarıdır. Pazarlama sorunlarının iyi anlaşılması için Türk turizmde pazarlama politikasında iyi bilinmesi gerekmektedir.

## **B-TÜRK TURİZMİNDE PAZARLAMA POLİTİKASI, PAZARLAMA SORUNLARI ve ÇÖZÜM ÖNERİLERİ**

### **1- Türk Turizm Pazarlama Politikası**

#### **a- Tanımı**

Türk turizm pazarlama politikasının değişik dönemlerde değişik tanımları yapılmıştır. Turizm ve Tanıtma Bakanlığınca yayınlanan bir dökümanda "turizmden sağlanan ekonomik, sosyal ve kültürel kazançların en yüksek düzeyine çıkarılması ve maliyetleri ise en aza indirmeyi amaçlayan dinamik bir politika"<sup>74</sup> olarak tanımlamaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığınca yapılan başka bir yayında ise "Dünya mevcut turizm pazarında azami payı alabilir durumda bulunmamız için benimsenecek hedefler, bu hedeflere varmak için kullanılabilecek ilkeler ve nihayet araçların bütününe turizm pazarlama politikası" adı verilmiştir.<sup>75</sup>

<sup>74</sup> İhsan Çetin ve Ahmet Yalnız, Türkiye'nin Turizm Politikası, Ankara: 1986, s. 33.

<sup>75</sup> Sağcan, s. 13.

## **b- Hedefleri**

Türk turizm politikasının başlıca iki hedefi vardır.

i- Mevcut turizm ürünlerinden azami gelirin sağlanır durumda olması, bu tanımda turistik ürün kavramı dar ve geniş anlamı düşünölmüştür. Turistik ürün sadece bir mal veya hizmet olabileceği gibi tüm ihtiyaçları kapsayan bir paket ürün şeklinde de olabilir.<sup>76</sup>

ii- Henüz kullanılabilir durumda olmayan potansiyel ürünlerin kullanıcı ve yatırımcılara pazarlanması,

Turizmle ilgili temel hedef doğal ve fiziki kaynakların kullanımındaki kapasitenin artırılmasıdır. Bu konuda atılan en büyük adım özellikle kıyı bölgelerindeki devletin hüküm ve tasarrufu altındaki arazilerin 49 yıllığına kiralanması olmuştur.

## **c- İlkeleri**

### **i- Devletin Ortam Yaratıcılık Rolü**

Devletin piyasaya doğrudan müdahalesi yerine uygun ortamı yaratarak, özel girişimciler ya da sektörün kendi içinde kurmuş olduğu organizasyonlar vasıtasıyla turizmin canlandırılması ilkesi benimsenmektedir. Ancak turizmde geniş tabanlı bir koordinasyonun şart olması ölkemizin içinde bulunduğu şartlar altında değerlendirildiğinde devletin ortam yaratmaktan ziyade belli alanlarda turizme müdahale etmesinin gerekli olduğunu ortaya koymaktadır.

---

<sup>76</sup> Kültür ve Turizm Bakanlığı, *Turizm İçin Politika Dökümanı*, Ankara: 1988, s. 2.

## **ii- Serbest Fiyat İlkesi**

Turizm sektöründe her türlü mal ve hizmetin fiyatının rekabet ilkesi uyarınca serbestçe oluşmasıdır. Ancak bu ilkenin geçerliliği rekabet ilkesinin gerçekleşmesi ile doğrudan bağıntılıdır.

## **iii- Rekabet İlkesi**

Bu ilke ile her türlü pazarlama aracının serbest rekabetin oluşması ve korunması esasına göre tasarlanıp kullanılması benimsenmektedir. Burada özellikle yabancı tur operatörlerinin monopol yaratma isteği karşısında devletin ciddi önlemler alması gerekmektedir.

## **iv- Küçük ve Güçlü Bakanlık İlkesi**

Turizm sektöründe kullanımı öngörülen tüm araçların, mümkün olan tüm hallerde Turizm Bakanlığı'na değil, sektörün kendi içinde örgütlenmesi suretiyle kullanımı öngörülmektedir. Buna göre bakanlık merkezi olmayan yönetim şekliyle yerel yönetimlere azami yetki devrederek yapılacak işleri yerel yönetimler ve sektörün kendi kuracağı örgütler vasıtasıyla yaptıracaktır.

## **v- Dinamiklik İlkesi**

Oluşturulacak politikaların sürekli olarak gözden geçirilmesi ve değişen şartlara göre yenilenmesidir. Başka bir deyişle turizm pazarlamasında kurumsal verilerde değişiklikler ortaya çıktığında değişen şartlara uygun olarak turizm politikasında da içerik ve hedefler bakımından değişiklikler olmasıdır.

## **d- Araçları**

### **i- Türkiye İmajının Geliştirilmesi**

Yabancıların Türkiye hakkında sahip oldukları düşüncelerin araştırılması, yanlış imajların silinmesi, iyi imajların kuvvetlendirilmesi, kötü imajların değiştirilmesi için yapılan çalışmalardır.

Türkiye imajı konusunda üç ayrı kategoriden söz edilebilir.

#### **-Türkiye'ye Önyargılı Olarak Olumsuz Bakanlar**

Burada tarihsel nedenlerle, uluslararası çıkarlar sonucu gündeme gelen olaylar Türkiye aleyhine kullanılmaktadır. Bunların başında etnik grupların olumsuz propagandaları, ülkemizin içinde bulunduğu terör ortamı, dini taassup içinde ülkemizi değerlendiren kişi ve gruplar ve ermeni olayları gelmektedir.

#### **-Bilgi Eksikliği Bulunan Kategori**

Türkiye'nin yeterli ve iyi tanıtılmaması nedeniyle Türkiye'ye yönlendirilemeyen kitleyi oluşturmaktadır.

#### **-Olumlu İmaja Sahip Kategori**

Türkiye'yi gelip gören, turist olarak gezenler, görevli gelen kişiler, gazeteciler, bilim adamları, sanatçılar gibi grupları oluşturmaktadır.<sup>77</sup>

---

<sup>77</sup> Sağcan, s. 23.

## ii- Tercih Yönlendirme

Yabancıların tercihlerinin Türkiye'ye çevrilerek yerli turistlerin mevsim uzatma doğrultusunda yönlendirilmesidir. Bu konuda hedefe ulaşmak için gerekli araçlar şunlardır;

- Tercih araştırması,
- Başka ülkelere yönelen tercihleri Türkiye'ye çevrilmesi,
- Başka ülkelerin olumsuz propogandalarına karşı önlemler,
- Turizm operatörlerinin tekelleşmesine karşı önlemler.

## iii- Talebe Uygun Ürün Geliştirme

Turistik ürünün talebe uygun olması için gerekli araçlar şunlardır;

- Eğitim,
- Turizm genel politikasının tespiti,
- Turizm teşvik mevzuatının revizyonu,
- Turizm sektöründe hizmet kalitesinin yükseltilmesi,
- Konaklama kapasitesinin artırılması,
- Ülkemizde henüz yaygın olmayan turizm türlerinin geliştirilmesi,
- El sanatları ve kültür köyleri teşkili.

## iv- İç Pazarnın Büyümesi

Dış pazarda olabilecek dalgalanmaların olumsuz etkilerinin giderilebilmesi için kararlı bir iç turizm potansiyeli yaratılmasıyla olur. Konuyla ilgili araçlar şunlardır;<sup>78</sup>

- Yerli turistlerin turizm sezonlarını uzatması doğrultusunda yönlendirilmesi,

---

<sup>78</sup> Öcal Usta, *Turizm Olayına ve Türk Turizm Politikalarına Yapısal Yaklaşım*, İstanbul: 1988, s. 63.

- Henüz yaygın olmayan turizm türlerinin yaygınlaştırılması,
- Sosyal turizmin yaygınlaştırılması.

## 5- Destek Sistemleri

Turizm pazarlama politikası araçlarının tümünü en iyi şekilde gerekli destekleyici sistemlerdir. Bu sistemler;

- a- Turizm müteşebbisliği geliştirme programı,
- b- Turizm müteşebbislerinin teşviki,
- c- Turizm gelirleri ile turist sayıları istatistik sisteminin geliştirilmesi,
- d- Meslek birlikleri teşkili,
- e- Yurt dışı turizm teşkilatının reorganizasyonu,
- f- İllerdeki turizm teşkilatının reorganizasyonu,
- g- Sistem kurma becerisinin geliştirilmesi,
- h- Tanıtma ile ilgili teşkilat ve fonların reorganizasyonu,
- i- Turizm piyasasındaki yeniliklerin günü gününe izlenmesi,
- j- Türk Hava Yolları ve Turizm Bakanlığı arasında organik bir ilişki kurulması.

## 2- Pazarlama İle İlgili Sorunlar ve Çözüm Önerileri

### a- Durum Değerlendirmesi

Türkiye'de turizm sektörü bugünkü ulaştığı yere yaklaşık otuz yıllık bir süreçten geçerek gelmiştir. İki binli yıllara doğru gelişen bir trend içinde ilerlemektedir. Konu ülkemizin sahip olduğu şartlar açısından değerlendirilirse, bazı Akdeniz ülkeleri ile kıyaslama yapıldığında gelinen yerin yeterli olmadığı gibi bir sonuç doğmaktadır. Ancak ülkemizdeki gelişme, dünyadaki son 15 yıllık gelişme ile mukayese edildiğinde ülkemize gelen turist sayısı, dünya ortalama artış oranının 4 katını aşmış, turizm gelirlerimiz ise 3 kat daha fazla artmıştır.

Özellikle son yıllarda konaklama kapasitesindeki belli bir sayıya ulaşılmış olmasına rağmen doluluk oranının %50 'lerde seyretmesi turizm sektöründeki tanıtma ve pazarlamanın önemini daha da artırmıştır.

Turizm gelirlerinden tanıtma ve pazarlama için ayrılan payın genel kabul görmüş oranlara ulaşmamasına rağmen son 5 yılda 5 kat artarak 25 milyon dolara yükselmesi ve bunun Turizm Geliştirme Fonu, Tanıtma Fonu, Döner Sermaye gibi bazı destek kaynaklarla 31 milyon dolar'a ulaşması pazarlama alanında çok olumlu gelişmelerin olduğunun bir göstergesidir.

Ancak ülkemizin karşı karşıya bulunduğu uluslararası rekabet koşulları ve yeni pazarlarda yer alma zorunluluğu yanında, aynı zamanda istikrarsız bir bölgede yer alması Türk Turizm Pazarlaması için büyük olumsuzluklar yaratmaktadır. Bu da Türk Turizm Pazarlaması için daha etkin bir çabayı ve daha büyük kaynakları gerektirmektedir.

Turistik talepteki son yıllarda görülen önemli değişikliklerde Türk Turizm Pazarlamasında oluşacak yeni talebe uyum sağlayacak sağlam bir yapının oluşmasını zorunlu kılmaktadır.<sup>79</sup>

Türk Turizm Pazarlamasının günümüzde, içinde bulunduğu problemlerin çözümlenebilmesi için aşağıdaki tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinde etkili kararlar alıp stratejiler tespit etmek için turist profiline, seyahat motivasyonlarına, beğeni ve beklentilerine ilişkin sağlıklı bilgileri ortaya koyabilecek pazar araştırmaları yapılmalıdır.

---

<sup>79</sup> Devlet Planlama Teşkilatı, Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara: 1995, s. 83.



Tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinin finansmanına devletin yanında turizmden doğrudan kazanç sağlayan özel sektör, yerel yönetimler gibi kuruluşlarında katılmaları sağlanmalıdır. Turizm Bakanlığı'nın koordinasyonunda, sağlanacak ve Türkiye Otelciler Birliği gibi bazı kuruluşların yasal kimliklerine kavuşması sadece ek kaynak yaratmak açısından değil, kaynak israfını önlemek açısından ve imaj birliğini sağlamak açısından çok yararlı olacaktır. Günümüzde bazı batılı ülkelerde özel sektör ve yerel yönetimlerin tanıtma giderlerine %50'ye varan oranlarda katkıda buldukları görülmektedir. Bu oran Fransa'da %45, Avusturya'da %40, İngiltere'de %37, Amerika'da %50 dir.

Özel sektör ve yerel yönetimlerin tanıtıma iştirakleri sadece finansal katkı olarak düşünülmemelidir. Günümüzde gelişen pazarlama yöntem ve stratejileri daha çok ön plana çıkaran bölgesel ve yöresel pazarlama uygulamaları önem kazanmaya başlamıştır. Bu konuda özel sektör ve yerel yönetimlerin aktif bir rol almaları zorunlu olmaktadır.

Dış pazarlarda değişen tüketici tercihleri dikkate alınarak turizm çeşitlendirilmesine gidilmelidir. Geleneksel turizm ürünlerimiz olan deniz, plaj, arkeoloji, folklor gibi değerlerimiz korunarak geliştirilmelidir.

Uluslararası ilişkilerin giderek her alanda yoğunluk kazandığı dikkate alınarak uluslararası kongrelerin, iş turizmi seyahatlerinin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kongre turizmi geliştirilmelidir. Bu amaçla ilk aşamada İstanbul'dan başka İzmir ve Antalya'da da kongre sarayları yapılmalıdır.

Uluslararası kongrelerin ülkemizde yapılması için bir çekim unsuru olan festival, folklor gösterileri, sergi gibi kültürel ve sanatsal etkinliklerin kongreler takvimine uyumlu biçimde düzenlenmesine özen gösterilmelidir.

Turizm anlayışında aktif turizmlere doğru paralel olarak gelişen eğilimlere paralel olarak av ve su sporları, golf, rafting, yayla, dağ, kayak turizmi gibi ürünler geliştirilmelidir.

Daha yüksek gelir düzeyinde turistlere hitap eden turizm türleri (yatçılık gibi) geliştirilmelidir.

Uluslararası nitelikte ilgi ve yankı uyandıracak yaz olimpiyatları gibi büyük projeler gerçekleştirmeye çalışılmalıdır.

Kıtalar arası hava taşımacılıyla işbirliği geliştirilmelidir.

Turizm sektöründe işletme ve pazarlama sistemlerinde özellikle dağıtım kanallarında rekabet gücü ve verimliliği artırıcı teknolojik yeniliklerin kazandırılmasına çalışılmalıdır.

Uluslararası boyutlu turizmin geliştirilmesi için benzerlikler gösteren konularda ülkeler arası koordinasyon ve işbirliği sağlanmalıdır.

Doğu Avrupa'nın piyasa ekonomisine yönelik yeniden yapılanması sonucu ortaya çıkabilecek yeni işbirliği imkanları iyi değerlendirilmelidir.

AT'de tek pazar uygulaması ile topluluk içinde turist giriş çıkışlarında her türlü kolaylığın sağlandığı ve sınır formalitelerinin kaldırıldığı bir dönemde giriş kapılarında idari formalitelerin basitleştirilmesi gerçekleştirilmelidir.

Terörün giderek azalan şiddette de olsa bir süre daha Türk turizminin gündeminde kalacağı ihtimali değerlendirilerek, şiddet hareketlerinin olumsuz etkilerini asgariye indirmek için kapsam, yöntem ve zamanlaması iyi belirlenmiş tanıtımın, devletin tüm ilgili kurumlarınca öncelikli ve koordineli yapılması gereklidir.

Yukarıda sıralanan ve Türk Turizm Pazarlamasını dolaylı ve dolaysız yönde etkileyen sorunların çözümü hiç kuşkusuz belirlenen hedeflere ulaşabilmek açısından çok önemli bir rol oynamaktadır.

## **b- Turizm İşletmeleri Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri**

Ülkemiz ekonomisinin genelinde etkili olan unsurlar turizm sektörünü ve işletmelerini kolayca etkileyebilmektedir. Ayrıca turizm sektörünün taşıdığı kendine has özellikler birtakım yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. Kısaca bu sorunlar şunlardır;

### **i- Turistik Ürün/ Hizmet Bileşeni**

Turizmde malın, ulaştırma, konaklama, eğlence, paket turlar ve turizmin amaçları doğrultusunda diğer mal ve hizmetler gibi birçok ürünün bileşiminden oluşması nedeniyle bu ürünlerin kapasitesi ve kalitesi turizm talebini doğrudan etkilemektedir.

Ülkemizdeki birçok turistik tesis ne yazık ki kalite konusunda istenilen seviyeye ulaşamamıştır. Bugün bir kısım dört beş yıldızlı otellerimizde dahi çevre düzenlemesi henüz tamamlanamamıştır. Çevresel faktörlerle desteklenmedikçe turizm pazarlamasında başarılı olmak mümkün değildir.

Hizmet, turizm pazarlamasında en önemli unsurların başında yer almaktadır. Hizmet turizmde görünmeyen bir ürün olarak kabul edilebilir. İyi bir hizmet nitelikli, eğitim görmüş, tecrübeli turizm personelinin varlığına bağlıdır.<sup>80</sup>

---

<sup>80</sup> Turizm Yıllığı, s. 187.

Bugün ülkemizde turizm işletmeciliğinin en büyük sorunlarından biri de yetişmiş eleman sıkıntısıdır. Bu sorun eğitim programlarının yetersizliği, eğitim ve öğretim elemanlarının azlığı, konu ile ilgili staj uygulamalarının kurumsallaşmamış olması gibi konulardan kaynaklanmaktadır. Sorunun çözümü kaynak temini, yasal düzenlemelerde yapılacak değişiklikler ve organizasyon gibi üç ana unsurda toplanmaktadır.

Kaynak temini için çeşitli önlemler alınabilir. Bunları;

- İşletmelerin gelirlerinden kesilecek yüzde,
- Turizm Bakanlığı'nın bütçesinden ayrılan ödenek,
- Mesleki oda ve kuruluşlardan eğitim fonuna kaynak transferi,
- Çıracılık ve mesleki eğitim geliştirme ve yaygınlaştırma fonundan ayrılacak pay,
- Uluslararası fonlardan kaynak temini, şeklinde sıralayabiliriz.

Yasal düzenlemelerle alınacak önlemler ise;

- Öğrenci seçme/yerleştirme sınavı ile ilgili yasal düzenleme,
- Sertifikasyon esasları ile ilgili olarak, sertifikasyon komisyonu, yürütme kurulu, eğitim türleri, teşvik tedbirleri ile ilgili yasal düzenleme,
- Çıracılık yasasının geliştirilip yeniden düzenlenmesi,
- Eğitim programlarının, çeşitli mevzuatların gözden geçirilerek günümüzdeki gelişmelere uyarlanması, şeklinde sıralayabiliriz.

Organizasyon ile ilgili alınacak önlemler ise şunlardır;

- Yaygın eğitimin örgütlenmesi ve kurumsallaştırılması,
- Sertifikasyonda kurumlaşma,
- Örgüt eğitiminde mevcut kurum ve insan kaynaklarının geliştirilmesi ve yeniden yapılanmasının etüdü,

- Eğitim kurumlarında ve hizmet işletmelerinde istihdam edilen kişi ve birimlerin kuruluş aşamasından başlamak üzere verimliliği artıracak yapılanmaya gidilmesi.

## ii- Fiyatlandırma Bileşeni

Turizm talebinin elde edilmesinde önemli faktörlerden bir tanesi ürün ve hizmetlerin fiyatıdır. Ürünlerin fiyatı kalitesi ile doğru orantılıdır. Bu nedenle, fiyat ile turistik ürün arasındaki ilişkileri iyi kurmak çok önemlidir.<sup>81</sup>

Ülkemize gelen turistlerin kişi başına ortalama harcamaları 1963 yılında 38.5 dolar, 1970 yılında 71.2 dolar, 1980 yılında 253.6 dolar, 1990 yılında 621,3 dolar, 1994 yılında 674.0 dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu rakamlar ülkemizde fiyatlandırma bileşeninde büyük bir gelişme olduğunu göstermesine rağmen yeterli değildir.

Ülkemizde turistik ürünlerin kalitesinin yükseltilmesi, dolayısıyla kişi başına düşen ortalama harcamaların artırılması sorunu bir dizi sorununda çözümlenmesi zorunluluğunu beraberinde getirmektedir. Dört-beş yıldızlı otellerin halen mevcudun, %26 sına erişmekte olduğu Türkiye’de bu otellerin çoğu sahip olduğu yıldız gereği fiyat tarifesi uygulanamamaktadır. Bu durum hizmetin kalitesini düşürmekte, turistlerin tatmin olmamaları neticesini doğurmakta ve sonuçta standart kargaşasına neden olmaktadır.<sup>82</sup>

Ülkemizde, turistik tesisler için fiziki kriterlere göre yıldız verilmektedir. Oysa turizmin bir hizmet sektörü olduğu göz önüne alınarak fiziki kriterlerin yanında hizmet kalitesine de önem verilerek yıldız tespit edilmelidir.<sup>83</sup>

---

<sup>81</sup> Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, s.105.

<sup>82</sup> Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu, s. 71.

<sup>83</sup> Osman Unutulmaz, *Hizmet Pazarlamasında Kalite*, Turizm Eğitim Konferansı, 9-11 Aralık 1992, Ankara: s. 126.

İhracat gelirlerimizin 1994 yılı itibariyle %23.9'u turizm gelirlerinde oluşmasına rağmen, turizm hizmet geliri kabul edildiği için ihracatçıya tanınan KDV iadesi ve işletme ihtiyacı için yaptığı ihracatın %5 oranında gümrükten ve fondan muaf mal ithal etme hakkı tanınmamaktadır. Bunun sonucu olarak maliyetler yükselmekte ve fiyatlandırma bileşeni olumsuz yönde etkilenmektedir.

Gelen turist sayısında kişi başına ortalamaı artıracak en önemli unsurlardan birisi de yeme-içme, eğlence ve alışveriş sektörleridir. Ülkemizde özellikle son yıllarda belirli bir gelişme gösteren bu faktörün yaşadığı problemlerin çözümü ve sektörün geliştirilmesi fiyatlandırma bileşenini olumlu yönde etkileyecek büyük bir unsur olacaktır.

Yeme-içme sektöründe otellerde olduğu gibi diğer tesislerin de Turizm Bakanlığın'dan belge alması ve bakanlığın denetiminde olmaları büyük yararlar sağlayacaktır. Üç, dört ve beş yıldızlı oteller ile birinci sınıf lokantalardaki KDV oranının yüksekliği de sektör için olumsuz bir unsurdur.

Turistik alış-veriş sektöründe önemli gelir kaynaklarından birisi de el dokuması halılardır. Bunların maliyetlerinin asgariye indirilmesi için imalatında kullanılan ve ihraç edilen bazı hammaddelerin gümrüksüz ithal edilmesine izin verilmemesi sektörün acil çözülmesi gereken problemlerindendir.

Ülkemizde konaklama tesislerine sağlanan teşviklerin kapsamının geliştirilerek yeme-içme, eğlence, alış-veriş sektörlerinin de teşvik kapsamına alınması ülkemizdeki pazarlama sorunlarından biri olan fiyatlandırma bileşeni konusundaki problemlerin çözümüne büyük katkılar sağlayacağı tartışılmaz bir gerçektir.

### iii- Dağıtım Bileşeni

Ürünün üreticiden tüketiciye doğru hareketinde yer alan işletmeler dağıtım kanalını oluşturmaktadır. Özellikle turizm sektöründe dağıtım kanalında yer alan işletmelerin birbirleriyle uyumlu çalışmaları çok önemlidir.

Turistik ürünlerin dağıtımında Türkiye’de yerli ve yabancı pazarlama kanalları kullanılmaktadır. Yurt içi pazarlama genellikle doğrudan yapılmakta, dış pazarlama ise genellikle büyük yabancı seyahat işletmeleri ve tur operatörleri tarafından gerçekleştirilmektedir. Ancak dağıtım kanalında yabancı işletmelerin yer alması birçok problemi de beraberinde getirmektedir. Bu işletmeler yurt dışı pazarlarda gereksiz yere fiyat indirmekte ve dövizin bir kısmı yurt dışında kalmaktadır.

Bu sistem yabancı tur operatörlerinin yüksek kazanç sağladıkları sürece devam edecektir. Ancak önümüzdeki yıllarda alternatif pazarlar çıkması durumunda Türk turizm pazarı ikinci plana itilecektir. Bu nedenle yabancı seyahat acentaları ve tur operatörlerine olan bağımlılığımızın giderilmesi gerekir. Bunun tek çözümü yerli tur operatörleri ve seyahat acentalarının teşvik edilerek gelişmelerini ve faaliyetlerini yurt dışında da devam ettirmelerini sağlamaktır. Ancak bu konuda özellikle pazara giriş ve büyüme dönemlerinde yabancı seyahat acentaları ve tur operatörlerin oynayacağı rol dikkate alınmalı yerli yabancı karışımı en optimal şekilde belirlenmelidir. Bu aşamada en az zararla maksimum yararlar sağlayacak dağıtım kanallarının belirlenip bunlar içerisinde en etkin olanların devreye sokulması ve selektif bir dağıtım politikası izlenmesi tercih edilmelidir.<sup>84</sup>

Özellikle pazara giriş ve büyüme aşamalarından sonra daha da önem kazanacak olan Türk seyahat acentaları günümüzde birçok problemle karşı

<sup>84</sup> Turizm Yılı, s. 188.

karşıyadır. Türkiye Kalkınma Bankası tarafından yapılan bir araştırmada Türk seyahat acentalarının karşılaştıkları sorunlar kriz dönemlerinde ve normal dönemlerde karşılaşılan sorunlar olmak üzere ayrı ayrı tasnif edilmiştir.<sup>85</sup>

Kriz dönemlerinde karşılaşılan sorunları şöyle sıralayabiliriz;

Bu araştırmadaki kriz ifadesi, ülkemizin içinde bulunduğu bölgede barışı ve can güvenliğini tehdit eden olayların yaşandığı dönemleri temsil etmek amacıyla kullanılmıştır. Yakın geçmişte meydana gelen Körfez krizi nedeni ile ilgili sorunlar temel alınmış varılan sonuçların benzer dönemler içinde geçerli olacağı varsayımından hareket edilmiştir.

Körfez krizinin sıcak savaşa dönüşmesi ile yabancı tur operatörleri ülkemize yönelik programlarının büyük bölümünü iptal etmişlerdir.

Yabancı hava yolları kriz süresince Türkiye'ye olan uçuşları tamamen iptal etmiş, kriz sonrası bu uçuşların büyük bir kısmı yeniden başlamamıştır. Böylece tur programlarını tekrar uygulamaya koymak isteyen bir çok tur operatörü bunu gerçekleştirememiştir.

Turizmde ülkemizin rakibi olan bazı ülkeler o dönemlerde büyük bir propoganda kampanyası ile Türkiye'nin riskli bir ülke olduğu imajını yaymışlar ve ülkemize olan potansiyel turist talebini kendi ülkelerine çekmişlerdir.

Savaş sırasında Türkiye'ye sığınan kitlelere yapılan insani yardımlar, yabancı basın tarafından dünyaya yanlış aksettirilmiş ve Türkiye'ye karşı antipati yaratmakta kullanılmıştır.

<sup>85</sup> Turizm Yıllığı, s. 67.



Krizin yarattığı olumsuz etkilerin giderilmesi için devlet tarafından yabancı televizyon şirketlerine reklam verilmesi, tur operatörlerinin davet edilerek gerçek durumu bizzat yerinde görmeleri, yabancı havayolu şirketlerine %50 indirimli yakıt verilmesi, yer hizmetlerinde bazı kolaylıklar sağlanması gibi bazı uygulamalar organizasyon eksikliğinden dolayı, beklenen ölçüde etkili olmamıştır.

Normal dönemlerde karşılaşılan sorunları ise şöyle özetleyebiliriz;

Döviz kurlarındaki artışın enflasyonun altında kalması, birçok hizmet üreticisinin fiyatlarını döviz bazında artırmalarına neden olmaktadır. Döviz bazındaki fiyat artışını tur operatörlerine kabul ettirmek güç olmakta ve zaman zaman pazar kaybına yol açmaktadır. Döviz bazında artan fiyatlar, karşılayıcı seyahat acentalarının uluslararası rekabet gücünü azaltmaktadır.

Tur programlarının satışından sonra maliyetlerin artması bazı programlardan zarar edilmesine neden olmaktadır.

Gelecekteki maliyet artışları ile karşılaşma endişesiyle, fiyatlarına bir risk payı ekleyen acentalar müşterilerini kaybederek zarar etme tehlikesi ile karşılaşmaktadırlar.

Turistik ürün pazarlaması açısından ayrı bir önemi olan pazarlamacı işletmelerin sorunlarının çözümü Türk turizm pazarlama politikası açısından ayrıca değerlendirilmesi gereken önemli bir konudur.

## SONUÇ

Günümüzde, gelişmiş sanayi toplumları, sanayinin hakim olduğu gelişme aşamasından bilgi ve hizmet üretiminin ön plana çıktığı daha ileri yeni bir gelişme aşamasına geçmektedirler. Diğer taraftan günümüzde tanıdığı olduğumuz bilimsel ve teknolojik değişim sınıai üretim yapısını olduğu kadar, hizmet üretim yapısını da değişime uğratmaktadır.

Bu değişimin doğal sonucu olarak turizm sektöründe firma davranışları, rekabet stratejileri, turistik hizmetlerin arz ve talebi de değişikliğe uğramış bulunmaktadır.

Bir yandan teknolojik ilerleme, bireylerin psikolojik ve sosyo-ekonomik davranışlarındaki gelişmeler, diğer yandan adil, dengeli, hızlı ve sürekli ekonomik kalkınma amacı plan ve politikaların daha gerçekçi yapılması ve çok daha iyi uygulanmasını zorunlu kılmıştır.

Türk turizm sektörünün bugün içinde bulunduğu durumun değerlendirilmesi bakımından geçmişteki plan politika ve uygulamaların çok iyi analiz edilmesi gerekir.

Türkiye'de 1963 yılında planlı kalkınma dönemine girildiğinde turizm sektörü ile ilgili polotikaların tespit edilmesinin zorunlu olmasını gerektiren nedenleri şöyle özetleyebiliriz.

-Turistik donatımı turizme elverişli yerlerde yoğunlaştırmak ve geliştirmek için kamu yönetimi tarafından yapılacak müdahaleleri düzenlemek,

- Tamamen kar hedefine kişisel çıkarlara yönelik faaliyetlerin ortaya çıkaracağı tehlikeleri önlemek,
- Turizmin tahrip ettiği çevreyi korumak,
- Turizm ile ekonomik ve sosyal olaylar arasındaki ilişkilerin gelecekteki durumunu tahmin etmek ve gerekli önlemleri almak,
- Turizm arzını yeni turistik ihtiyaçlara göre düzenlemek,
- Turizmin entegre bir sektör olmasını temin etmek,

Tespit edilen bu politikaların ülkemiz turizmine belli bir katkısı olmuş, ancak politika ve uygulamadaki yanlışlar ve eksikler nedeniyle istenilen seviyeye gelinememiştir. Bu nedenlerin iyice analiz edilmesi bundan sonraki politikaların tespiti ve uygulanması bakımından çok önemlidir. Uygulama ve politikadaki yanlışlar özetle şunlardır.

-Turizm gelişme planları turizm için son derece önemli koşulların oluşturduğu sosyal yapı, yönetim mekanizması gibi temel faktörleri yeterince değerlendirememiştir.

-Turizm sektöründe kamu teşebbüsü genel, sosyal ve kültürel gelişme ve ait alt-yapıyı, özel sektöründe ise üst yapıyı kurmalıdır. Ülkemizde benimsenen karma ekonomi modelinde bu sınırlar iyi tespit edilememiş, kamu sektörü gereğinden fazla üst yapı yatırımı yapmıştır.

-Diğer sektörlerle ilgili faaliyetler bir bütünlük içinde ele alınamamıştır.

-İstikrarlı bir sermaye politikası izlenememiştir.

-Turizm sektörü için büyük önem taşıyan kalifiye personel konusu yeterince değerlendirilememiştir. Kamu kurumlarında personel ihtiyacı temini iç politikanın bir fonksiyonu haline gelmiştir.

Politika ve uygulamalardaki bu yanlışlar sonucu turizm sektörümüzde bir çok sorun ortaya çıkmıştır. Bu sorunlar özellikle finansman, tanıtma, bütünleşme, yönetim, ve çevre tahribi konularında yoğunlaşmıştır. Bu sorunlar dolaylı ve dolaysız şekillerde etkili olarak ayrı bir önemi olan

pazarlama sorununu doğurmuştur. Önümüzdeki yıllarda Türkiye geçmiş dönemlerdeki tecrübelerinden de yararlanarak turizm potansiyelini çok iyi değerlendirmek zorundadır.

Ülkemizin turizm sektöründe olması gereken yere gelmesi bir çok başka sorunun çözümünü de beraberinde getirecektir. Türkiye’de özellikle turizmin ekonomiye doğrudan ve dolaylı katkıları ayrı bir önem kazanmaya başlamış ve turizm hızla stratejik bir sektör durumuna gelmiştir. Turizm, ekonomimizin sık sık girdiği döviz darboğazının aşılması yanında istihdama katkısı, gelir ve harcama akımına yol açması, dış borçların ödenmesi, düzenli bir kamu gelirinin sağlanması, katma değer yaratması açısından işlevsel özelliği olan bir sektör konumundadır.

Bir sektörün ülke ekonomisi içerisinde diğer sektörlerle göre ağırlığının belirlenmesinde yaratılan katma değer yanısıra sektörün çarpan etkisi de kullanılabilir. Turizm sektöründe yaratılan katma değer hesaplanmasında büyük sorunlar doğmaktadır. Bunun nedeni seyahat, alış-veriş ve eğlence alt sektörlerinde girdi niteliğindeki mal ve hizmetlere ilişkin yeterli bilginin olmamasıdır. Ayrıca alt sektörlerde gayri safi satış hasılatı değerleri düzenli olarak elde edilememektedir.

Turizm sektöründe katma değer hesaplanmasında dış turizm gelirlerinden hareket edilmekte ve yaklaşıktaysa katma değer hesaplanması mümkün olmaktadır. 1985 yılında turizm işletmelerinin yarattığı katma değer oranı %48 iken 1990 yılında %68 oranına ulaşmış ve artışlar günümüze kadar devam etmiştir.

Turizm sektöründe turistik çarpan katsayısı ise bu sektörde yapılacak bir birimlik harcamanın kümülatif etkileri neticesinde yaratacağı geliri gösterir. Sektör içinde yapılacak harcama, ülke içindeki sektörel ilişkiler sonucunda tüm ekonomiye yayılma etkisi gösterecektir.

Turizm sektöründe turistlerin yaptıkları harcamaların belli kalemlerde toplanması ile bu sektörler için bir gelir oluşmaktadır. Sektörler arası ileri ve geri bağlantılar sayesinde diğer sektörler etkilenmekte ve nihai turizm gelirleri yapılan ilk harcamardan daha yüksek olarak gerçekleşmektedir.

Ülkemizde 1992 yılı temel alınarak yapılan hesaplama da turistik çarpan katsayısı 4,03 belirlenmiştir. Bu sayı turistlerin yapmış olduğu bir dolarlık harcamanın, Türkiye’de 4.03 dolarlık gelir yaratıcı etkisi olduğunu göstermektedir.

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, endüstriyel gelişme stratejilerinin ve perspektiflerinin tartışıldığı bir dönemde turizm öncelik alan ve ekonomik büyümenin aracı olarak görülen bir sektör konumuna gelmiştir. Geleneksel tarım ürünlerinin ihracatından elde edilen döviz girdisinin yetersiz kalması ve hedeflenen ekonomik yapısal değişimin finansman ihtiyacını karşılamaktan uzak oluşu, gelişmekte olan ülkelerde turizmden beklentilerin artmasına neden olmuştur. Turizm ödemeler dengesindeki açığın kapanması konusunda oynadığı rolden istihdama katkısı, katma değer yaratması ve çoğaltan etkisi yoluyla milli geliri artırıcı özelliğinden kamu gelirlerini artırıcı özelliğine kadar geniş bir alandaki rolü nedeniyle hızla stratejik bir sektör haline gelmiştir.

Bu çalışmamızda bir durum değerlendirmesi yapılan Türk turizm sektöründe oluşturulacak politikaların en önemli unsuru saptanacak yeni plan ve politikaların sektörü stratejik bir hedefe götürmesi ve işlevliğini kolaylaştıracak yasal ve kurumsal düzenlemelerin gerçekleştirilebilecek şekilde olmasıdır. Bunun için, alt ve üst yapısal yatırımların planlanmasından, teşvik ve kredilerin dağılımına kadar uzanan bir alanda, devlet tarafından yönlendirilen, ilgili kamu ve özel kuruluşları arasında tam bir koordinasyon sağlayan ve denetlemenin iyi yapıldığı bir sektör örgütlenmesine geçilmesi gereği vardır. Coğrafi konumu itibariyle tarihsel, doğal ve kültürel varlıkları konusunda büyük bir zenginliğe sahip olan

Türkiye'nin yeni turizm politikalarını tespit ederken sektörde bir tür yeniden yapılanma zorunluluğu vardır. Yeniden yapılanma ile mevcut sorunların çözümü sektördeki işletmelerin verimliliğini, karlılığını ve rekabet gücünü artıracak böylece turizm sektörü Türk ekonomisi içinde layık olduğu konuma gelecektir.



## YARARLANILAN KAYNAKLAR

- BARUTCUGİL İsmet Sabit. "**Turizm İşletmeciliği**". İstanbul. Beta Basımevi, 1988.
- BAYER M. Zekai. "**Turizme Giriş**". İstanbul. İşletme İktisat Enstitüsü Yayını. 1992.
- Charles Kaiser and Cary Helber. "**Tourism Planning Development**." Boston, 1980.
- DEVLET Planlama Teşkilatı "**Temel Ekonomik Göstergeler**" Ankara. DPT Yayınları, 1996
- DEVLET Planlama Teşkilatı. "**Turizm Özel İhtisas Komisyonu Raporu**". Ankara. DPT Yayınları, 1995.
- DEVLET Planlama Teşkilatı. "**Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı 1994 Yılı Programı**". Ankara. DPT Yayınları, 1994.
- DEVLET Planlama Teşkilatı. "**Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı**". Ankara. DPT Yayınları, 1994.
- DEVLET Planlama Teşkilatı. "**1995 Yılı Geçiş Programı**". Ankara. DPT Yayınları, 1995.
- DEVLET Planlama Teşkilatı "**1995 Yılı Geçiş Programı Destek Çalışmaları, Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki gelişmeler**". Ankara. DPT Yayınları, 1995.
- DENİZER Dünder. "Turizm Pazarlaması". Ankara. Yıldız Yayınları, 1992.
- EVLİYAOĞLU Sait. "**Türkiye Turizm Coğrafyası**". Ankara Ofset Reprodüksiyon Matbaacılık Yayınları, 1988.
- ERALP Ziya. "**Genel Turizm**". Ankara. A.Ü., S.B.F. Basın Yayın Yüksek Okulu Basımevi, 1983.
- ERMUMCU Oğuz. "**Planlı Dönemde Turizm**" Makale Kaynakları". Ankara. Türkiye Odalar Borsalar Birliği Mersin Toplantısı, 1978.
- ESİN Arif. "**AT'da Eğitim Sistemi İçinde Diplomaların Denkliği Sorunu**". Ankara. 1990.
- GEARİNG Charles and William E. Swart. "**Statistics for Planning Tourism, in Planning for tourism Development**". New York. 1974.

General Report, "*The Impact of Tourism on the Environment*". Paris. 1980

HACIOĞLU Necdet. "*Turizm Pazarlaması*". Bursa. Uludağ Üniversitesi Basımevi, 1991.

ÇETİN İhsan ve YALNIZ Ahmet. "*Türkiyenin Turizm Politikası*". Ankara. 1986.

İSLAMOĞLU Hamdi. "*Turizm Eğitimi*". Ankara. Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü Yayınları, 1992.

Jean Fourostie L. "*Lettre Ouverte a' quarte Milliords d' hommes*". Paris. 1970.

KRİPPENDORF Jacard. "*Marketing et Tourisme*". Bern. 1971.

Kültür ve Turizm Bakanlığı. "*Turizm İçin Politika Dökümanı*". Ankara. 1988.

KAHRAMAN Nusret. "*Turizmde Yatırım Projeleri*". İstanbul. Çağlayan Basımevi, 1986.

LANOUR Robert. "*Turizm Seyahat Sosyolojisi*".(1991) (Çev.Gülser Öztunalı Kayır). İstanbul. Hür Dağıtım Basın Yayınları, 1985.

KILIÇBAY Ahmet. "*İktisat Felsefesinde Birleşme*". Ankara. Türkiye İktisat Gazetesi,

OCDE, Tourism Development and Economic Growth. Paris. 1967.

OLALI Hasan. "*Turizm Politikası ve Planlaması*". İstanbul. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayınları, 1990.

SAĞCAN Mustafa. "*Türk Turizm Politikasında Darboğazlar ve Çözüm Önerileri*". Aydın. 1989.

SWART E W, Var Turgut. Gearing C. "*Dynamic Tourism Planning*" International Tourism Congress. Ankara. 1978.

TOSKAY Tunca. "*Turizm Eğitiminde Nitelik Araştırması*". İstanbul. Marmara Üniversitesi Yayınları, 1989.

TURİZM Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı. 1993 "*Sağlık Turizmi ve Turizm Sağlığı*". Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1993.



TURİZM Bankası Araştırma ve Eğitim Başkanlığı. **"Turizm Nedir"**. Ankara. Rekmay Yayıncılık Yayınları, 1984.

TURİZM Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı. **"Turizm İstatistikleri Bülteni"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Basımevi, 1994.

TURİZM Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı. **"İç Turizm Talep Profili Araştırması"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1993.

TURİZM Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı. **"Yabancı Ziyaretçiler Talep Profili Araştırması"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1993.

TURİZM Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı. **"Sosyal Turizm Araştırması"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1993.

TURİZM Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı. **"Turizm Katma Değeri ve Çoğaltan Katsayısı"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1993.

TURİZM Bakanlığı Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı. **"Paket Turlar ve Paket Tur Fiyatlarının Dağılımı Araştırması"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1993.

TÜRKİYE. I. Tanıtma Şurası. **"Avrupa Topluluğu ve Tek Pazarda Turizm"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1992.

TÜRKİYE Kalkınma Bankası. **"Turizm Yıllığı 1992"**. Ankara. Rekmay Yayıncılık Yayınları, 1992.

TÜRKİYE Kalkınma Bankası. **"Turizm Yıllığı 1989-1989"**. Ankara. Rekmay Yayıncılık Yayınları, 1989.

TÜRKİYE Kalkınma Bankası. **"Turizm Yıllığı 1987"**. Ankara. Rekmay Yayıncılık Yayınları, 1987.

TÜRKİYE Kalkınma Bankası. **"Turizm El Kitabı"**. Ankara. 1990.

ÜÇÜNCÜ İzmir İktisat Kongresi. **"Turizm Çalışma Grubu Raporu"**. Ankara. Turizm Bakanlığı Yayınları, 1992.

ÜLGER Savaş. **"Genel Turizm Bilgisi"**. Antalya. Akdeniz Üniversitesi Yayınları, 1993.

YOZGAT Osman ve Diğerleri. ***“Turizm Eğitiminde Nitelik Araştırması”***.

İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayınları, 1989.

