

**BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ VE OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**TURİZMİN EKONOMİK ETKİLERİ
VE ÜLKEMİZ AÇISINDAN BU ETKİLERİN YARARLARINI
ARTTIRICI POLİTİKALAR**

87648

YÜKSEK LİSANS TEZİ

87648

**DANIŞMAN
Doç. Dr. Bedriye TUNÇSİPER**

**HAZIRLAYAN
Levent MÜNGER**

**TC. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

BALIKESİR, Ocak, 1999

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik
Anabilim Dalında hazırlanan Yüksek Lisans/~~Doktora~~ tezi, jürimiz tarafından
incelenerek aday Levent Münger....., 28/01/1999 tarihinde tez savunma
sınavına alınmış ve yapılan sınav sonucunda, sunulan tezin Başarılı.....
olduğuna oy Birliği..... ile karar verilmiştir.

BAŞKAN



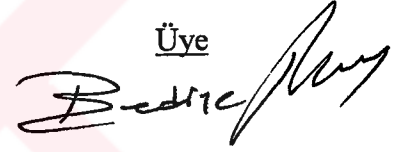
Prof. Dr. Necdet HACIOĞLU

Üye



Yrd. Doç. Dr. Ali Kemal GÜRBÜZ

Üye



Doç. Dr. Bedriye TUNÇSİPER

**TC. YÜKSEKÖĞRETİM KURULU
DOKÜMANTASYON MERKEZİ**

TÜRKÇE ÖZET

“Turizmin Ekonomik etkileri ve Ülkemiz açısından bu etkilerin ekonomik yararını arttırıcı politikalar” başlığını taşıyan bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, turizm ekonomisi ve turizmle ilgili genel tanım ve özellikler incelenmektedir. Turizmin ekonomideki yeri ve önemi, turizmin ekonomik fonksiyonları, turizmin yararlarının dağılımı incelenen diğer konuları oluşturmaktadır.

İkinci bölümde, Ülkemizde turizmin, planlı dönem öncesi ve planlı dönemdeki mevcut durumu amaç ve ilkeler dahilinde, ekonomik boyutları ise dış aktif turizm selir ile siderlerinin ödemeler dengesine sağladığı yük ve katkılar açısından incelenmiş, ayrıca ülkemizde turizmin 2000’li yıllara doğru gelişimi, diğer Avrupa ülkelerindeki trendlere göre bir değerlendirmeye tabii tutulmuştur.

Son bölümde, turizmin gerek genel, gerekse ülkemiz açısından yaratacağı etkileri ve bu ekonomik etkilerin, yedinci plan dönemi ve daha sonra yaşanacak planlı dönemlerde dengeli ve sürekli gelişmeye yönelik etkili politika ve maddelerin nasıl oluşturulacağı analiz edilmektedir.

Sonuç ve öneriler kısmında, Türk turizminin, turizm pazarında hakettiği yere gelmesi ve bu pazarda önemli bir paya sahip olabilmesi için gerekli sorunlar dahilinde oluşturulacak çözüm ve önerilere yer verilmektedir.

ABSTRACT

This thesis is composed of three parts and subtitled by “Economic effects of Tourism and its importance of economic development policies”.

In the first part, Tourism Economy and general explanations and specialities are introduced. The Functions and importance of tourism in economy and other benefits are examined.

In the second part the pre-planned period and post-planned period of our country’s tourism, its targets, economic dimensions, incomes and expenditures, balance of trade and its burdens had been introduced. Besides, the tourism in Turkey towards 2000, according to the trends, among other European Countrizs had been explained.

In the last part, economic effects of tourism in our country as well as in general are discussed. The answer of how the new models will be developed during the seventh planned-period and the Following periods are analized.

In the end and in the proposal section, some possible solutions and advices are introduced which includes proposals of the place which Turkey deserve the part in the tourism market.

ÖNSÖZ

Türkiye'nin turizmdeki pazar payı son on yılda sürekli artış göstermiştir. Turizmin Gayri Safi Milli Hasıla, döviz gelirleri ve ihracat içindeki payı artmış, turizm endüstrisi Türkiye ekonomisi için önem kazanmıştır. Yerel, bölgesel veya Avrupa Birliği çerçevesinde uluslar arası düzeyde gerçekleştirilecek işbirliği ve entegrasyona dayalı oluşturulacak model ve politikalar dahilinde Türk turizm dinamiğinin geliştirilmesi, geçmişten alınacak dersler, turizm endüstrisinde sağlanabilecek dengeli ve sürdürülebilir bir gelişme ile Türkiye'ye yönelik talep'i arttırabileceği gibi beklentilere de daha iyi cevap verecektir.

Türkiye'nin 2000 yılın da dünya turizminden aldığı payın yüzde 2.08'lere yükselmesi ve turizmden en yüksek gelir sağlayan ilk on ülke arasına girebilmesi için başta altyapı olmak üzere bir çok ekonomik kriterler, arzı arttıracak ve talebi yükseltecek şekilde etüd edilmeli ve bu yapılacak atılımların hem ülke hem de bireyler menfaatleri doğrultusunda istikrarlı bir hukuksal mevzuatla sağlam temeller üzerine oluşturulması şarttır.

Bu sebeble tez çalışması, potansiyeli büyük olmasına karşın dünya turizminde aldığı pay düşük olan Türkiye'nin, sahip olduğu potansiyele uygun olarak turizmi; yönlendirmesi, ekonomik etkisini arttırması ve bu etkiyi dengeli, sürekli hale getirebilecek politikalar ve ilkelerden oluşmaktadır.

Bu tez çalışmasının her safhasında, özveri, ilgi ve desteğini esirgemeyen değerli hocam sayın Doç. Dr. Bedriye TUNÇSİPER'e teşekkür etmeyi bir borç bilirim.

Levent MÜNGER

Balıkesir, Ocak 1999

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
Tablo Listesi	viii
Giriş	x
BİRİNCİ BÖLÜM	
TURİZM VE TURİZM EKONOMİSİ	
İLE İLGİLİ TANIM VE ÖZELLİKLER	
I. TURİZM VE TURİZM EKONOMİSİ İLE İLGİLİ TANIM VE ÖZELLİKLER	1
a. Turizmin Ekonomi Açısından Tanımları Ve Genel Özellikleri	1
b. Turizmin Ekonomideki Yeri Ve Önemi	2
c. Turizmin Ekonomik Fonksiyonları	7
II. TURİZMİN ANA ÜRETİM SEKTÖRLERİNE ETKİSİ	10
a. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi	11
b. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkisi	12
c. Turizmin Hizmet Sektörüne Etkisi	13
III. TURİZMDE ARZ VE TALEP KAVRAMLARI	14
a. Turizm Arzına Etki Eden Faktörler	14
b. Turizm Talebi ve Talebine Etki Eden Faktörler	16
b.1 Turizm Talebine Etki Eden Faktörler	18
b.1.1 Milli Gelir ve Üretim Faktörleri Arasındaki Dağılımı	19
b.1.2 Piyasa Fiyatlandırılması	24
b.1.3 Ulaşım ve Uzaklık	29
b.1.4 Konaklama Potansiyeli ve Arz Kapasitesi	30
İKİNCİ BÖLÜM	
TÜRKİYE'DE TURİZMİN, PLANLI DÖNEM ÖNCESİ VE PLANLI DÖNEMDE	
EKONOMİK ETKİLERİ, ÖDEMELER DENGESİNE SAĞLADIĞI KATKILAR	
I. PLANLI DÖNEM ÖNCESİ YAŞANAN GELİŞMELER	33
II. PLANLI DÖNEMDE TURİZMİN EKONOMİK ETKİSİ VE ÖDEMELER DENGESİNE KATKISI	36
a. 1936-1967 1.B.Y.K.P'ında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi	37
b. 1968-1972 2.B.Y.K.P'ında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi	40
c. 1973-1977 3.B.Y.K.P'ında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi	42
d. 1979-1983 4.B.Y.K.P'ında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi	46
e. 1985-1989 5.B.Y.K.P'ında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi	48

g. 1995-2000 7.B.Y.K.P'nında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi

52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM
TURİZMİN GENEL EKONOMİK ETKİLERİ, ÜLKEMİZ AÇISINDAN TURİZMİN YARARINI VE EKONOMİK ETKİLERİNİ ARTTIRICI POLİTİKALAR

I. TURİZMİN MİLLİ GELİR ETKİSİ VE TÜRKİYE'NİN DIŞ AKTİF TURİZM GELİRLERİ TARAFINDAN YARATILAN KATMA DEĞERİN GAYRİSAFİ MİLLİ HASILAYA KATKISI	63
II. TURİZMİN DIŞ ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ	68
III. TURİZMİN İSTİHDAM ETKİSİ	72
IV. TURİZMİN YATIRIM ETKİSİ	77
a. Turizm Yatırımlarının Katma Değer ve İstihdam Etkisi	77
b. Ülkemizde Turizm Yatırımlarının Gelişimi ve Yatırım Finansmanı	78
V. TURİZM SEKTÖRÜNDE YABANCI SERMAYENİN YERİ VE ÖNEMİ	82
VI. TURİZMİN MONETER ETKİSİ	85
a. Turizmin Enflasyon Üzerine Etkisi	85
a.1. Enflasyonun Turizm Etkisi	87
b. Turizm ve Devalüasyon	88
VII. ÜLKEMİZ AÇISINDAN TURİZMİN YARARINI VE EKONOMİK ETKİLERİNİ ARTTIRICI MODEL VE POLİTİKALAR	89
a. Koordinasyona Dayalı İktisadi Devlet Teşekkülünün Oluşturulması	91
b. Statik ve Dinamik Mukayeseli Pazarlama Anlayışının Benimsenmesi	92
c. İstikrarlı Bir Programa Dayalı Tanıtma Politikası	95
d. Ülkemizde İç Turizm Geliştirme Politikası	98
e. Mesleki Eğitim ve İstihdam Politikasının Oluşturulması	100
f. Yeni Teşvik sistemi ve Kredilerin Yeniden Düzenlenmesine Olanak Sağlayacak İstikrarlı bir Kamu Politikasının Oluşturulması	102
g. Tüketici Haklarının Ulusal ve Uluslararası Alanda Korunmasına Yönelik Politikaların Oluşturulması	104
h. Sürekli ve Dengeli Turizm Kapsamında, Çevreyle Bütünleşmiş Alternatif Turizm Olanakları Yaratıcı Projelerin Program ve Politikalar Dahilinde Oluşturulması	106
1. Yatırım Politikası	107
i. Çevre Politikasının Oluşturulması	109
VIII.SONUÇ VE ÖNERİLER	111
YARARLANILAN KAYNAKLAR	113

TABLOLAR

Tablo 1	Turizme Genel Bakış, 1998 Sektör Projeksiyonları	5
Tablo 2	Turizm’de Avrupa	6
Tablo 3	Otel, Lokanta, Ulaştırma ve Haberleşme Faaliyet Kollarına Göre Gayrisafi Milli Hasılanın Ülkemizde Yıllara Göre Dağılımı	9
Tablo 4	15/30 Temmuz 1996 Tarihi İtibariyle İnoflarda Türkiye Fiyatları ve Türkiye’ye Almanya’da Dağıtılan El İlanlarında Last Minute Fiyatları	27
Tablo 5	1996 İngiliz Pazarında Katalog ve Last Minute Fiyatları	27
Tablo 6	Turizm İşletme Belgeli Tesislerde Konaklayan Kişilerin Tesis, Cins ve Sınıflara Göre Dağılımı	28
Tablo 7	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Toplam Yabancıların Yıllara Göre Karşılaştırılması	39
Tablo 8	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Gelirleri	41
Tablo 9	Türkiye’nin Döviz Girdileri	43
Tablo 10	Türkiye’nin Döviz Çıktıları	45
Tablo 11	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Giderleri	47
Tablo 12	Plan Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Gelir-Gider Dengesi	51
Tablo 13	Turizm Gelir, Gider Dengesi ve Ortalama Harcama	56
Tablo 14	Program Hedefleri İle Gerçekleşen Turizm Gelir-Gider Dengesi	57
Tablo 15	Turizm Gelirlerinin Gayrisafi Milli Hasıla İçindeki Payı	64
Tablo 16	Dış Aktif Turizm Gelirleri Tarafından Yaratılan Katma Değerin, Toplam Katma Değere Katkısı	67
Tablo 17	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri ve Turizm Giderlerinin İthalat Giderleri İçindeki Payı	71
Tablo 18	Bazı Ülkelerde İstihdamın Kesimsel Dağılımı	72
Tablo 19	İktisadi Faaliyet Kollarına Göre İstihdam Edilenler	74
Tablo 20	OECD Ülkelerinde, 1996’dan 2006’ya kadar yaratılacak iş olanağı	75

Tablo 21 1996 Yılında DECD Ülkelerinde Seyahat ve Turizm Endüstrisinin Yarattığı İstihdam	76
Tablo 22 Gerçekleşen Yatırımlar, Yatırım Teşvik belgeleri, Teşvik Belgesi	79
Tablo 23 Sabit Sermaye Yatırımlarının Turizm, İmalat Sanayi, Ulaştırma-Haberleşme Yatırımları Arasında Dağılımı	80



GİRİŞ

Ülkemizde turizm sektörü, son yıllarda inişli çıkışlı bir süreçten geçmiş, ancak bu dönemlerde karşı karşıya kaldığı sorunlara rağmen gelişmiş ve bugün yapısal bir değişim sürecine girmiştir. Sektörün ödemeler dengesi, istihdam, uluslararası ilişkiler ve tanıtım gibi Türkiye açısından her biri ayrı öneme sahip konularda oynadığı rol ve sağladığı katkıda artarak devam etmektedir.

Turist ithal eden ülke olarak Türkiye, Avrupa merkezli bir yapıya sahiptir. Bu aslında Türkiye'nin bir tercihi olmaktan çok sektörün uluslararası konumunun doğal sonucudur. Bu yüzden turizm hareketlerinin Avrupa'ya endeksli olması gayet normaldir. Türkiye'nin turizmde ki konumu ve sahip olduğu olanakların belirlenmesi diğer ülkeler açısından ne kadar önemliyse, bu olayları ülkeye kendilerine potansiyel pazar olarak görenler kadar, onlardan önce Türkiye'nin kendisi görmeli ve üzerinde önemle durmalıdır.

Ülkemiz açısından turizmdeki pazar payımızı arttırmak ve turizmde ekonomik etkinliğin artırılması için geçmişteki ve gelecekteki plan-politikalar dahilinde oluşturulacak amaç ve hedeflerin iyi analiz edilmesi şarttır. Çünkü bu analizler ışığında hedefler belirlenecek bu hedeflerin istikrarlı bir seyre kavuşturulabilmesi, istikrarlı politikalar ile gerçekleşecektir. Bunun yanında farklı ülkelerdeki gelişmeleri takip etmek, bu konuda yapılabilecek plan, proje uygulamalarının daha yararlı oluşturulmasını sağlayacaktır. Tezin amacı bu noktaya göre tespit edilmiştir.

Tez çalışması toplam üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde turizmin ekonomi açısından tanımları ve genel özellikleri ile Turizmin ekonomideki yeri, turizmin ekonomik fonksiyonu ve turizmin ana üretim sektörlerine etkileri üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde, ülkemizin geçmiş ve gelecek yıllara ait turizmi yönlendirici ve geliştirici politikaları kalkınma planlarıyla incelenerek, ülkemizin mevcut ve gelecekteki turizm potansiyelleri turizm gelirlerinin yarattığı yük ve katkılarla belirlenmeye çalışılmış, ileriye yönelik tahmin ve yorumlarda bulunulmuştur.

Üçüncü bölüm, ilk olarak turizmin ekonomik etkileri genel olarak belirtilmiş ve ülkemiz açısından değerlendirilmiştir. İkinci olarak, bu etkilere işlerlik kazandırıcı ve bu etkileri yararlarını arttırıcı politikaların neler olacağı üzerinde durulmuştur.

Çalışmanın sonuç ve öneriler kısmında ülkemizdeki turizm olgusunun planlı ve düzenli bir şekilde geliştirilmesi ile turizmin hizmet ve ekonomik standardını yükseltici çözüm ve önerilere yer verilmiştir.



BİRİNCİ BÖLÜM

TURİZM EKONOMİSİ VE TURİZM İLE İLGİLİ GENEL TANIM VE ÖZELLİKLER

I. TURİZM VE TURİZM EKONOMİSİ İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR VE ÖZELLİKLER

a. Turizmin Ekonomi Açısından Tanımları Ve Genel Özellikleri

Turizmin ekonomi açısından genel tanım ve özellikleri şu şekilde sıralayabiliriz:

İlk olarak, turizm; gizli bir dışsattım (ihracat) endüstrisidir. Tüketicinin mal ve hizmeti üretildiği yerde biraraya getirdiği az sayıdaki endüstrilerden biridir.

İkinci bir özellik olarak, Turizm; ekonominin diğer sektörlerini doğrudan doğruya etkileyen ve onlarla entegre bir üretim biçimidir. Turistler üretilen bu ürünü tüketir yada kullanırlar ve bu ürünü bazen turizmde uzmanlaşmış olan firmalardan doğrudan doğruya satın alırken, bazende turistik ürünü oluşturan parçaları kendileri birleştirir. Örneğin, turist harcamaları otellere, mağazalara, restoranlara ve rekreasyon alanlarına enjekte olur. Dolaylı olarak turistik harcamalardan elde edilen gelirler; bölgesel vergiler, gelişmeler, kazançlar şeklinde bölgede kalabilir. Özel zevklere hitap eden bir takım satışlarda, örneğin hatıra eşya satışları gibi, bölgesel gelir ve istihdama ek bir katkı sağlar. Bir ekonomide çok sayıda girişimler turizm sektöründe yatırım yapmak suretiyle bu etkilerin artmasını sağlayabilir. ¹

Üçüncü bir özellik olarak, Turizm; özellikle gelişmekte olan ülkeler bakımından oldukça büyük bir ihtiyaç olan, döviz girdisi sağlayan, istihdam imkanlarını arttıran ve milletlerarasında ortak bir yaşama biçiminin gelişmesine yardımcı olan bir faaliyet olarak kabul edilmektedir. Buna karşılık özellikle geleneksel hayat tarzına yaptığı menfi etkileri sebebiyle, bir nevi yeni bir dış bağımlılığa sebep olacağı da söylenebilir. ²

¹ Orhan İçöz, "Gelişmekte olan ülkelerde turizmin ekonomik önemi" Turizm Yıllığı, 1986, s.115

² H. Schneider., "Tourism Development in Africa, Africa Spectrum", n.76, 1976

Dördüncü olarak, 21. yy da ülke ekonomilerinin karşılaştığı ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların çözümünde ve darboğazların aşımında kullanılan ekonomik ve dinamik bir olgudur.³

b. Turizmin Ekonomideki Yeri ve Önemi

Ekonomilerde turizmin gelişmesi için geçerli sebepler ve sonuçlar incelendiğinde bu endüstrinin ekonomilerdeki yeri ve önemi ortaya çıkmaktadır. Şöyleki; gelişmekte olan ülkelerde en çabuk ekonomik yararını gösteren ve ortaya çıkan turizmdir. Turistik yatırımların hazırlık dönemlerinin diğer endüstrilere oranla kısa olması, başarılı bir tanıtım ve etkin reklamlarla bir yada iki yıl içinde turizmden döviz girişi sağlanabilir. Turizm sektörüne yapılan yatırımların kârlılığı diğer endüstrilerden daha iyidir. Fakat turizm yatırım projeleri, turizm yatırımlarının ve yatırım projelerinin ekonomiye olumlu etki yapması için belli bir sınıflamaya tabii tutulması şarttır. Bu sınıflama içine; yeni yatırım projelerini, Tamamlama-Genişletme yatırım projelerini, Modernleştirme-Modernizasyon yatırım projeleri dahil edilmelidir.⁴

Turizmde çarpan etkisi çok belirgin bir özellik gösterir. Turistik talepler önce bölge halkına, ardından belirli çarpan katsayıları yoluyla devlet gelirlerine etki eder. Her ülkenin problemi olan işsizlik oranı turizm sayesinde düşürülebilir. Özellikle vasıfsız işgücüne yeni iş olanakları sağlanır.

Turizmin gelişmesiyle altyapı önem kazanacağından alt yapının gelişmesi artar ve kullanımı daha titiz ve ekonomik olur.

Turizmle gelirin yeniden dağılımı sağlanır. Gelişmekte olan ülkelere döviz akışı sağladığı gibi bölgeler arası dengesizliklerin giderilmesinde etkilidir. Sanayi kesimine uzak, ticaretin daha az olduğu, sadece doğal güzelliklere sahip bölge halklarının gelirleri artar. Ülke insanlarını kendi doğal kaynaklarını korumaya ve geliştirmeye iter.

³ Nazmi-Metin Kozak., Meryem Akoğlan, Genel Turizm: İlkeler-kavramlar Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1994, s.58

⁴ Nüzhet Kahraman., Turizm yatırım projeleri analizi, Ankara, 1997, s.7

Turist geldiği ülkede, kendi ülkesinden farklı şeyler bulmak ister. Farklı yaşantı tarzı, adetler ve sanat, ziyaretçilerin ilgisini çekecek konular arasındadır. Bu sayede gelişmekte olan ülkenin kendi özbenliğine sahip çıkması ve kaybetmesi önlenmiş olur. Farklı kökenlerden ve değişik değer yargılarına sahip insanların biraraya gelmesi dünya barışına hizmet eder. Buraya kadar özetlenen turizm yararlarının gerçekleşmesi için Turizmin bilinçli hale getirilmesi ve Türk halkının her kesimine turizm olgusunun ve bilincinin öğretilmesi, turizm örgütlemesi ve koordinasyonunu etkili hale getirilmesi, yaygın bir turizm modelinin uygulanması, nüfus artışı, altyapı ve kentleşme sorunlarının çözümü, psikolojik faktörlerin ve sosyal yapının dikkate alınması, nitelikli yönetici ve işgören sorununu ortadan kaldırmak turizmin ekonomik yararlarını arttıran özelliklerdir.

Turizm'den söz etmek için, uygun doğa ve iklim koşullarının yanısıra kolay ulaşılabilirlik, güvenliğin sağlanması ve uygun nitelikteki konaklama tesislerinin mevcudiyeti geçerlidir.⁵ Yeterli koşulların varlığı ancak etkin bir turizm politikasıyla değerlendirilebilir. Bu nedenle öncelikle bölge bazında master planı çalışmaları yapılması, çevre düzenlemesine önem verilmesi ve bölge alt ve üst yapı çalışmalarının koordine edilmesi gerekmektedir.⁶

Örneğin ülkemizde turizm-ekonomi ilişkisi yapısal değişimin yansımasıyla belirgin bir hale gelmiştir.⁷

- Tek tek firmalardan başlayarak sektör genelinde uluslararasılaşma eğimleri yaygınlaşmakta, yabancı şirketlerle ortaklıklar şeklinde başlayan süreç faaliyet gösteren ülkelerdeki şirketleri satın alma ve doğrudan şirket kurma olarak devam etmekte, Türk kökenli firmalar yabancı şirketleri satın alarak kurtaran firmalar olmaktadır.

⁵ T. Toskay., Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım: İÜ. İktisat Fak. İst. 1978. S.165

⁶ Turizm Bankası A.Ş. Yönetim Kurulu Başkanı ve Genel Müdür Serhat Altınordu ile konuşma., Tatınım Dergisi, Haziran-Temmuz 88, s.20.

⁷ Forum Dergisi, Ağustos, 1997, "Özel Rapor", s.37

- Entegrasyon süreci yaşanmaktadır. Sektör kendi içinde olduğu kadar bankacılık ve ulaştırma gibi alanlarla da birlikteliklere devam etmekte, uluslararasılaşmanın artması da bu süreci olumlu etkilemektedir.
- Yurtdışındaki Türkiye orjinli firmalar “Türkiye spesiyalisti” olmaktan çıkarak uluslararası tur operatörlerinin çalıştığı bütün pazarlarda faaliyet göstermeye başlamıştır. Özellikle Almanya’da Türkiye’den gitmiş firmalar büyük Alman tur operatörleri ile hedef ülke pazarlarındaki rekabetinde denge unsuru olmuştur. Örneğin İspanya’da Almanya’nın en büyük tur operatörleri arasında 3 ve 4. sırada olan tur operatörleri 1 ve 2. sıradakilerle rekabet edebilmek için Türk firmalarla işbirliği yapmaktadır.
- Türkiye yabancı işletmeci ve yatırımcının gelmesi için uğraşırken, Türkiye kökenli operatörler başka ülkelerde yatırım yapmakta, oteller işletmektedirler.
- Sektör gelişmesini esas olarak kendi iç dinamizmiyle sağlar hale geldi. Turizmin start aldığı 80’lerin başında sektöre dışarıdan yatırımcılar girmiştir ama halen en büyüklerin hepsi turizmin içinde yetişmiş insanlardır.
- Altı yedi yıl öncesine kadar hafif rüzgarlar bile sektörü etkileyebiliyordu. Kriz deneyiminden çıkarttığımız derslerle bağımsızlık kazandık. Öğrenmesini bildik ve krizlere karşı elastikayet kazandık. Krizden uluslararası alanda başarılı sonuçlar çıkartmayı başarabildik.
- İlk başlarda finansman gereksinimini kamu kaynaklarından karşılayan sektör şimdi ulusal ve uluslararası alanda kendi olanakları ile finansman bulabilmekte, Bankacılık ve yakın ilişki bunun göstergesi olarak düşünülebilmektedir.
- Dünya pazarına yetersiz yatakla girdik ama eksikliğimizi gidermeyi bildik. Yüzbinlerce yatağa, binlerce tesise sahip olduk. Hem de Avrupa’nın en yeni tesislerine.
- Eskiden “35” olarak tanımlanan deniz-kum-güneş ağırlıklı ürün yelpazesini genişletmeyi bildik. 10-15 ürünle çıktığımız dünya piyasasına, şimdi 40’a yakın ürün sunabilmekteyiz.
- Pazarımız çeşitlendi. Dört-beş ülkeye bağlıyken, artık Rusya, İsrail gibi yeni pazarlara girme başarısı gösterdik.
- Sektör değişti, sorunlarda değişti. Eskiden “bizim neyimiz eksik de bize turist gelmiyor” tartışılıyordu. Şimdi havaalanlarının yetersizliği, farklı merkezler

yaratma gibi gelişmenin sıçratılmasına ilişkin sorunları nasıl çözmeliyiz tartışması yapılmaktadır.

- Fuarlara katılarak dünyadaki gelişmeleri yakından izlenmeye başladık. Artık ABD, OECD gibi kurumların aldığı kararlar yakın takibe alınarak, uluslararası platformlara doğrudan katılarak nabız tutulmaya çalışılmaktadır.
- Yabancı turist gelmediği zamanlar için “dolgu maddesi” olarak görülen iç turizm başlı başına bir pazar haline gelmiştir.

Yukarıda ülkemiz için saydığımız yapısal değişimler turizm trendimizin yükseldiğini bize açık bir şekilde göstermektedir.

Turizmin ekonomik etkilerini rakamsal verilerle açıklamak istersek;

1980 yılından bu yana turist sayısında yıllık ortalama yüzde 25 civarındaki artışla dünyada en hızlı yükselen ikinci ülke olduk. Yapılan araştırmalara göre; Türkiye 2000 yılına 15 milyona yakın bir turist sayısı ve 10 milyar doları aşan turizm geliri ile girecektir. Bu rakamla, turizm politikalarını ve projelerinin iyi biçimde geliştirilmesi ve sektörün iyi organize olmasıyla iki katına çıkabilecektir. Yapılan çalışmaya göre varolan dengeler, böyle devam ettiği sürece, Türkiye’ye gelen turist sayısı 1997-1999 yılları arasında 9,5 milyon ile 11,5 milyon ve 2000 yılında 14 milyona çıkacaktır. Diğer yandan, bu tahminler ışığında turizm gelirimiz 97 yılında 6 milyar doların biraz üstüne çıkarken 2000’de 8 milyar dolara yaklaşacaktır.

TURİZME GENEL BAKIŞ				
Turist Sayısı (Milyon kişi)	97	98	99	2000
Normal Trend	9.2	9.9	10.7	11.5
Olumlu Trend	11	11.9	12.9	13.8
Olumsuz Trend	8.7	9.4	10.2	10.9
Turizm Geliri (Milyon Dolar)				
Normal Trend	6.3	6.9	7.5	8.2
Olumlu Trend	7.9	8.6	9.4	10.2
Olumsuz Trend	5.8	6.3	6.9	7.5

Tablo 1: Turizme Genel Bakış. Kaynak: 1998 Sektör Projeksiyonları. TÜRSAB

Dünya da turizm sektörü ise; yüzde 5 oranında bir büyümeye sahip olacaktır. 1996'da 255 milyon olan istihdamın 2006 yılında 385 milyona ulaşması beklenmektedir. Otel fiyatları ortalama yüzde 4 artacaktır. En büyük artış Roma'da yaşanacak. Avrupa, uluslararası turizm merkezi olacaktır. Fransa, İspanya, İtalya ve İngiltere popülerliğini koruyacak. Çin ve Meksika ise ilk beşi zorlayacaktır. ABD 1998'de turizmde 64 milyar dolar, İspanya ve Fransa 28 milyar dolar kazanacaktır. Ortadoğu da turizm sektörünün durumu, barışın korunmasına bağlı olacak ve Güney Afrika'ya da 1998 yılı içinde 5 milyon turist gelmesi beklenmektedir. Emu'daki belirsizlikler, Avrupa'da turizmi etkileyecek, şirketler muhasebe sistemlerini yeniden düzenlemek zorunda kalacaklardır. Turizmin Avrupa iktisadi hayatına etkilerini Turizm gelirleri ve turist sayısı açısından tablo olarak gösterecek olursak.⁸ (Tablo 2)

Tablo 2
TURİZM'DE AVRUPA

	TURİZM GELİRLERİ (milyar \$)	TURİST SAYISI (milyon)
Avrupa	240	370
Amerika Kıtası	115	130
Asya	85	100
Afrika	20	8

Kaynak: EUROMONİTOR 1997, s.79.

⁸ Nihal Köz İmeryüz, Ahmet Destici, Yaşar Aydın., "1988 Sektörel Projeksiyonları" Ek Power Dergisi, Aralık, 1997

c. Turizmin Ekonomik Fonksiyonları

Turizm, belli bir zamana dayandırılarak ekonomik kararlarla başlayan ve dolaylı doğrudan istihdam, yatırım, ödemeler dengesi, kamu gelirleri gibi birçok iktisadi değerlere etki eden bir hareketliliğe sahiptir. Turizmde yapılan harcamalar toplumda etkisini çoğaltarak gösterir. Bu etkiler yeni mal ve hizmetlerin üretilmesine ve yeni istihdam alanlarının yaratılmasına sebep olur.⁹

Turizm çeşitli sektörlerle olan talep miktarını arttırır. Turizm gelişmesine paralel olarak ulaştırma, konaklama, animasyon ve turizm organizasyonu yapan sektörlerle talep artar. Bu talep artışı yeni iş kollarının kurulmasını ve mevcutlarının da kapasitelerini arttırmasına ve öncelikle turistin geldiği bölgedeki kişilerde, ardından tüm halk da gelir artışının sağlanmasına yol açar. Ülkedeki üretim ve tüketim miktarı turizmle artar. Mevcut kapasitelerin arttırılması sağlanır. Turizmde sağlanan gelirler dengeli bir şekilde topluma dağıtılmak suretiyle, diğer ekonomik sektörlerde canlılık meydana getirmektedir. Ayrıca turizm ile döviz miktarı artarak, ödemeler dengesi de olumlu gelişmelerle karşı karşıya gelir.¹⁰

Turizmde çarpan etkisi de önemlidir. Turizm amaçlı yatırımlardaki artış ve turizm etkileri-seyahat, konaklama, yiyecek-içecek tüketimi, bölgesel el sanatları ve perakende hizmetlere olan talep yoluyla yeni gelirin yaratılması, öncelikle bölge halkına doğrudan yararlar sağlayabileceği gibi, daha sonra da bu yararlar ulusal ekonominin diğer kesimlerine yayılarak değişik kişi ve kuruluşların ve devletin gelirini belirli bir çarpan katsayısı kadar arttıracaktır.

Turizmin gelişmesi durumunda altyapı kullanımında da etkinlik sağlanmaktadır.

Mevcut altyapıyı geliştirmenin ekonomik yapılabilirliği arttırdığı gibi, gerçekte, turizmin bir endüstri olarak doğması için belirli düzeyde bir altyapının olması önkoşul olarak gözükmemektedir.

⁹ Ergun Göksan., Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği, Ankara, 1968, s.8

¹⁰ Turizm fonksiyonları konusunda bkz. O.M. Sezgin – Yıldırım ACAR, Turizm – Pazarlama – Ekonomi”, İstanbul, s.19-23

Turizm tarımsal ürün ve hammadde dışsatımında da büyük bir üstünlüğe sahiptir. Her şeyden önce, turizm mal ve hizmet fiyatları geleneksel dışsatım ürünlerinin fiyatlarına oranla çok daha fazla kendi denetimi altındadır. Genellikle turizm, yarattığı her bir birim döviz için, diğer endüstrilere oranla daha az dış girdi, yani döviz çıkışı gerektirir. Dolayısıyla turizm dövizlerinin daha büyük bir kısmı imalat endüstrilerinin geliştirilmesinde veya dış borçlarının kapatılmasında da kullanılabilir.

Turizm, gelir ve refahın yeniden dağıtılmasını sağlar. Uluslararası turizm hareketlerinin gelişmesi, gelişmiş ülkelere az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere doğru bir gelir akımı doğurur. Belirli turizm çekiciliklerinin gelişmekte olan ülkelerde ve bölgelerde yoğunlaşması ve ayrıca emek-yoğun faaliyetlerin turizmde önemli yer tutması gelir ve refahın bölgeler ve toplum kesimleri arasında dengeleyici yönde yeniden dağıtılmasını sağlar.

Turizm, doğal kaynakların korunması ve geliştirilmesi yönünde bir ilginin doğmasını sağlar. Ülkenin turistler açısından çekici özelliklerini arttırmak için doğal kaynakların korunmasını ve zenginleştirilmesi yönünde ulusal çabaları yoğunlaştırır.¹¹

Turizmin ekonomik yararlarının dağılımında ise; turist değişik oranlarda çeşitli ihtiyaçları için para harcar. Bu harcamalar ekonomideki dolaşım sonucu çok çeşitli gelir gruplarına yayılır. Yapılan bazı araştırmalar tüketim harcamaları para dolaşımının yavaş olduğu ekonomilerde 2-3, 3-4 kez gelişmiş ekonomilerde ise 5-6, kez el değiştirdiğini göstermiştir.¹² Bir ekonomide turistlerin harcamalarından yararlananlar a) Turizmin işleri açısından taşıdığı önem derecesine göre, b) Turistlerin harcamalarından doğrudan ve dolaylı olarak gelir elde edenler olmak üzere ikiye ayrılmaktadır.

İlk gruptakiler tümüyle veya büyük ölçüde turizme bağlıdır. Oteller, lokantalar, seyahat acentaları ve tur düzenleyicileri bu grubun belli başlı örnekleridir. Bazı işletmeler ise kuruluş yerine göre bu gruba dahil edilebilirler. Bunlar daha çok bölge halkına hizmet veren ve turist harcamalarından gelirlerinin yalnızca belirli bir kısmını

¹¹ Mehmet ÖZDEMİR., Turizmin Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik yapısına etkileri, 1992, s.41,42

¹² H. Olalı., "Turizm Dersleri", İzmir, 1987 s.86

sağlayan kuruluşlardır. (Banka Şubeleri, mağazalar, dükkanlar ve benzin istasyonları). İkinci grup ise; doğrudan gelir sağlayanlar turist harcamasını turistin kendisinden alırlar. Oteller, restoranlar, seyahat acentaları, ulaştırma işletmeleri ve bazı perakendeciler bu gruba girerler. Dolaylı gelir sağlayan işletmeler ise turist harcamasının yararını ilk gelir sağlayanların harcamaları sonucu elde ederler.

Otel, lokanta, ulaştırma ve haberleşme faaliyet kollarına göre Gayri Safi Milli Hasılanın ülkemizde yıllara göre dağılımı, Tablo 3’de gösterilmiştir.

Tablo 3: Otel, Lokanta, ulaştırma ve haberleşme faaliyet kollarına göre Gayri Safi Milli Hasılanın ülkemizde yıllara göre dağılımı.

	(milyon TL)	
	<u>Otel, Lokanta Hizmetleri</u>	<u>Ulaştırma ve Haberleşme</u>
	Cari Fiyatlarla	
1991	16.666	74.561
1992	30.330	133.338
1993	54.679	236.860
1994	121.562	514.110
1995	238.738	981.070
1996	483.491	1.941.574
91-96 (a)	157.578	646.919
1995 I	35.230	164.828
II	54.472	218.044
III	82.014	290.548
IV	69.022	307.650
1996 I	65.774	304.005
II	97.565	416.698
III	160.199	566.180
IV	159.952	654.691
1997 I	124.850	602.807
II	194.255	801.626
III	327.416	1.175.250

Kaynak: İstatistik ve Yorumlar. Devlet İstatistik Enstitüsü

OCAK-ŞUBAT 1998

II. TURİZM'İN ANA ÜRETİM SEKTÖRLERİNE ETKİSİ

Şu anda içinde yaşadığımız çağda halen üretim endüstrisi ağırlığını sürdürmektedir. Bununla birlikte, ekonomide ve sosyal yaşantıda hizmet sektörünün ağırlığı gün geçtikçe artmaktadır. Önümüzdeki ilk on yıl içerisinde özellikle kalkınmış ülkeler açısından “yüksek seviyede toplu tüketim devri” olacaktır. Bir başka deyişle, bu dönemde gelişmiş olan ekonomilerde lider sektör, dayanıklı tüketim malları ve önemli ölçüde hizmet sektörü olacaktır. Bunun doğal bir sonucu olarak da çalışan işgücünün yapısı da değişerek, istihdam daha fazla olarak yüksek beceri gerektiren fabrika işlerine ve özellikle ofis ve hizmet işlerine kayacaktır. Halen gelişmiş ülkelerde ve hatta gelişmekte olan ülkelerde bu durumu hissedilir bir şekilde görmek mümkündür.¹³

Turizm, sağlık, sigorta, finansal hizmetler, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde her geçen gün daha fazla gereksinim duyulan ve istihdam sağlayan dallar olarak dikkatleri üzerine çekmektedir. Bu gelişmeler ışığında önümüzdeki yıllarda hizmet endüstrisinin daha da hızla artarak gelişeceğini ve üretim sektörünün, gelişmiş olan ekonomilerde, egemen sektör olma özelliğini yitireceğini söylemek yanlış olmayacaktır.¹⁴

Hizmet endüstrisi konusunda, ürün endüstrisi konusunda olduğu gibi, yeterli miktarda inceleme ve araştırmalar, maalesef yapılmamıştır. Ürün pazarlaması için yazılan bazı kitap ve makalelerde, hizmetlerden de mal olarak bahsedilmekte ve aynı pazarlama yaklaşımı ve teknikleri hizmet sektöründe de kullanılmak istenmektedir.¹⁵

Hizmet pazarlamasının ürün pazarlamasından farklı olduğu gerçeğinin önemle korunması, yalnız makro anlamda değil, mikro anlamda da gereklidir. Bu bakımdan, hizmet sektöründe çalışanlar ve özellikle yöneticiler bu hususta çok dikkatli davranmalıdırlar. Üretim, halen içinde bulunduğumuz yüzyılda ağırlıklı olarak hakim olan ekonomik güç olmasından dolayı, yöneticilerin büyük bir kısmı doğal olarak ürün kökenli eğitimlerini almış ve tecrübelerini kazanmışlardır. Türkiye gibi turizm alanında kısa zamanda büyük bir atılımı gerçekleştiren bir ülkede, turizm alanında yetişmiş

¹³ İbrahim Birgan., “Bir hizmet sektörü olarak, Turizm”, *Anatolia Dergisi*, s.4, Ankara, Aralık, 1994, s.34

¹⁴ Tomos, D.R., “Strategy is Different in Service Business” *Harward Business Riview*, Temmuz, 1981

¹⁵ Hacettepe Üniversitesi, *İ.İ.B.F Dergisi*, Cilt 1, sayı 1-2, 1989, s.147

pazarlama yöneticilerinin yeterince bulunmaması, bu alana değişik endüstrilerden yöneticilerin girmesine neden olmuş ve hizmet kökenli düşünülebilen pazarlama yöneticilerine olan talebi arttırmıştır. ¹⁶

a. Turizmin Tarım Sektörüne Etkisi

Turizm tarım sektörü üzerindeki etkileri; daha çok gelir ve istihdam üzerinde görülmektedir. ¹⁷

Turizmin tarım sektörü üzerindeki gelir meydana getirici etkisi iki açıdan değerlendirilebiliriz.

- a. Turistik bölgelerde artan turizm talebine paralel olarak, turistin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan tarım ürünlerine olan talebin artması sonucu, tarım sektöründe yer alan kişilerin ürünleri daha iyi değerlendirilecek ve böylece gelirlerinde de artış olacaktır. ¹⁸
- b. Turistik bölgelerde arazi sahibi olan yöre halkı, bu arazilerin kamp alanı olarak turizme açılması sayesinde ek bir gelir elde etme imkanına kavuşacaktır. ¹⁹

Turizm ve tarım sektörü arasındaki diğer bir özellikte, turizmin tarım sektöründen doğacak mevsimlik işsizliği ortadan kaldırabilmesidir. ²⁰

Tarımsal ürünlere yönelik direkt tüketim harcamaları yanında, turizmden gelir elde edenlerin harcamaları da dolaylı gelir etkisi yaratır. Milli tarım ürünleri piyasasında meydana gelen talep kaymaları bir dereceye kadar turizm talebi tarafından giderildiğinden, dolaylı gelir etkisi tahmin edilenden de fazla olmaktadır. ²¹

¹⁶ Hasan Olalı, Alp Timur., Türkiye Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık Sn. Ltd. Şti. İzmir, 1988, s.207

¹⁷ İ.S Barutçugil, a.g.e., s.23

¹⁸ Türk Ticaret Sanayi, Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Derneği Dergisi, s.60

¹⁹ Mert Bican., "Turizmin Sektörel İlişkileri" Sayı 8, Aralık, 1995, s.12

²⁰ Aynı., a.g.m., s.12

²¹ Brian H. ARCHER., "The Impact of Domestic Tourism", University of Wales Press, Banger, 1973, s.78

Tarım sektörü ile ilgili olarak, bahsedilen olumlu etkilere, turizmin arazi kullanımında spekülasyon, tarım kesiminde çalışanların yaşama biçimlerinde değişiklik, tarım alanlarında daralma gibi olumsuz etkileri de ilave etmek gerekmektedir. Tarım sektörüyle, turizmin birlikteliği bir takım alternatif turizm çeşitlerini de beraberinde oluşturabilir. Örneğin; Kırsal turizm, Av turizmi, Dağ turizmi gibi.²²

b. Turizmin Sanayi Sektörüne Etkisi

Turizm sektörünün sanayi sektörüne etkisi üç şekilde ortaya çıkmaktadır.

i. Tüketim malı üreten sanayiler üzerinde turizmin etkisinin fazla olduğu görülür.

Turistik ihtiyaçların yönlendirdiği talebe uyum sağlanması amacıyla, gıda ve içki sanayilerinde üretilen malların turistik standartlarına uygun olmasına çalışılırken, çoğu defa yalnız turistik tüketime yönelik üretimde bulunduğu da gözlemlenir. Aynı durum tütün sanayiinde de söz konusudur. Dokuma ve giyim sanayisinde ise, ülke özelliklerini yansıtan, turistin ilgisini çeken, ihracata dönük üretimde bulunulur.

ii. Ara malı üreten sanayilerde ise, özellikle deri ve deri mamulleri ile seramik sanayi üzerinde turizmin etkisi olduğu görülür. Deri ve deri mamulleri bir ihracat kaynağı olduğu gibi, derin konfeksiyon ürünlerinin turistlere satılması ek ihracatı artırıcı bir özellik gösterir.

Turistik tesis yatırımlarında ise seramik, cam, sıhhi tesisat, demir ve çelik sanayilerine ek bir talep söz konusudur.

iii. Yatırım malı üreten sanayilerde ise turizmin etkisi azdır. Sadece ulaştırma araçları üreten sanayilerde turizmin gerektirdiği bazı değişiklikler yapılması söz konusu olur. Örneğin kurvaziyer turizmde kullanılacak bir gemi inşaatında veya turistik turlarda kullanılacak karayolu taşıtlarının yapılmasında turistik tüketimin özelliklerine uygun

²² TOBB Yayınları, Akın İlkin, Zeki Dinçer., 1 o 2 a d e f u l 1

değişiklikler yapılır. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik yatırımların artması, inşaat malzemeleri sanayinde bir canlanmaya yol açacağı gibi, bu inşaatlarda istihdam edilen personelin gelirinde de bir artış sağlayacaktır. Gelirlerin tekrar harcanması ile yaratılacak ek talebin bir kısmı sanayi sektörüne yansiyacaktır. Turizmin sanayi üzerinde yarattığı diğer bir etkide, çevre kirlenmesinin önlenmesi için, sanayi kuruluşlarını tedbir almaya teşvik etmesidir.²³

c. Turizmin Hizmet Sektörüne Etkisi

Turizmin hizmet sektörü üzerindeki etkileri şunlardır;

- i. Cari tüketimle ilgili üretim sektörlerinin geliştirilmesi (manav, et, bakkaliye gibi)
- ii. Donatım sanatları ile ilgili üretim sektörünü geliştirir. (Elektrikçi, boyacı, demirci gibi)
- iii. Konforla ilgili üretim sektörünü geliştirir. (Moda evleri, spor malzemeleri, parfümeri...)
- iv. Yardım ve güvenlik hizmetleri ile ilgili sektörleri geliştirir. (Sağlık tesisleri, banka, sigorta gibi)
- v. Lüks hizmetlerle ilgili üretim sektörünü geliştirir. (Kuyumcu, gece kulübü, sauna, antikacılar gibi)

Turizm sektöründe çalışan personelin mutlaka mesleki formasyona sahip olması gerektiğinden, sektörde istihdam edilecek personele belli beceri ve tecrübenin kazandırılması, aynı zamanda hizmet sektörünün de kaliteyi artırıcı bir rol oynayacaktır.²⁴

2000'li yıllara doğru girildiğinde hizmet sektörü olarak turizme etkisi en yoğun sektör sigortacılık olacaktır. Ülkeler dışarıdan turist çekebilmek için rekabeti en üst düzeylere çıkarmışlar, tanıtım bütçelerine astronomik miktarlar koymuşlardır. Türkiye konunun bilincinde olarak tanıtım için yoğun çabalar sarf etmekte, pastadaki payını

²³ Olalı-Timur., a.g.e., s.159

²⁴ Olalı, a.g.e., s.159

arttırabilmek amacıyla dış tanıtım etkinliklerine önem vermektedir. Bu kadar koordinasyon faaliyetinin sistemi bozmamak için gerek ulaştırma sektörlerimizde gerekse destinasyon olarak ülkemizi talep eden turizm tüketicilerine yerinde sigorta hizmetlerinin devreye girmesi için ulaştırma hizmetleri, haberleşme kolaylıkları, yerel düzenlemeler, satış yerlerinin etkinleştirilmesi turizme yeni mekanlar ve bir hizmet kalitesi kazandıracaktır.

III. TURİZMDE ARZ VE TALEP KAVRAMLARI

a. Turizm Arzına Etki Eden Faktörler

Ekonomik anlamda arz; belli bir dönemde, belirli fiyat düzeylerinde satılmak istenen mal veya hizmet miktarıdır. Turizm arzına gelince; belli bir fiyattan, bir ülkenin veyahut bölgenin son tüketici olan turiste yada turistlerin faydalanmasına sunduğu turistik zenginliklerin tümü turizm arzını oluşturmaktadır.²⁵

Turizm arzının etkili bir rant şekline dönüşebilmesi için ürünlerin çekicilik özelliğini kaybetmemesi, şarttır. Çekicilik, turistik ürünün temelini oluşturmakta ve alternatiflerin geliştirilmesine yardımcı olmaktadır. İstikrarlı bir turizm arzından söz edebilmek için turizm arzına etki eden faktörlerin veyahut ülke çekiciliklerinin yalnız ticari amaçlı gözükmeyip, seyahatin çekim gücünü oluşturan yöre ve bölge özelliklerini de kapsamaları gerekmektedir.²⁶

Turizm arzını oluşturan özellikler genel olarak üç ana başlık altında toplayabiliriz. Bunlar;²⁷

- Turistin ziyaret ettiği ülke, yöre ve bölgenin çekicilikleri,
- Turistin gittiği turistik yöredeki yeme, içme, yatma, eğlence, dinlenme olanakları, tecrübe ve hatıraları,

²⁵ Orhan M. Sezgin – Yıldırım ACAR., Turizm Tanıtma – Pazarlama – Ekonomi, Ankara, 1991, s.68

²⁶ Gülçin Tanurbuluç “Turistik ürün çeşitlendirmesinde alternatif kaynaklar” Makale Çalışması.

²⁷ Saime Oral., Türk Turizm Pazarlamasında Dağıtım – Fiyat Politikaları ve Turist Profili Analizi, İstiklal Matbaası, İzmir, 1989, s.42

- Ulaşım olanakları ve yörenin ulaşılabilirliği,

Turizm arzına etki eden faktörlerden; doğal kaynaklar, insanların herhangi bir katkısı olmadan meydana gelmiş kaynaklardır. Bunlar; doğal güzellikler, iklim, şifalı sular ve kaplıcalardır. Sosyal kaynaklar ise; ülkenin veya bölgenin tarihi zenginliklerini oluşturur. Bunlar; tarihi eser-anıtlar ve müzelerdir. Psikolojik kaynaklar ise; çeşitli ülkelerde yaşayan insanlar arasındaki tarih, din, aile, kültürel ilişkiler ve yakınlıklardan oluşmaktadır. Son olarak ekonomik kaynaklar ise; turistlerin ihtiyaçlarına cevap verebilecek nitelikteki konaklama tesisleri, turistik işletmeler ile turistik kuruluşları (ulaştırma, sanayi, seyahat acentaları) kapsamaktadır. Ekonomik faktörler oluşturulmadan, diğer arza etki eden faktörler ise işlerliğini kaybetmektedir.

Ülke kapsamında turizm arzının etkilerini arttırmak amacıyla turizmin günümüz rekabet ortamında tarih ve doğal güzellikler olarak ifade edilen değerlerin sabit kıtas kapsamından çıkartılması gereklidir. Dış yardımlar, finansal destekler turizm endüstrisinde profesyonelliği yükselterek, bir yandan da yeni fikirlerle turizmi çeşitlendirmeli ve buna bağlı olarak turizm arzının çevresini genişletmelidir.²⁸

Turizm arzının temelini oluşturan turistik ürünün çeşitlendirilmesinde çeşitli alternatifler sunan turistik çekiciliklerin değişik sınıflandırılma şekilleri mevcuttur. Bunları şu şekilde açıklayabiliriz.²⁹

²⁸ Peris Jone, The Marayement of Tourism London, 1996

²⁹ Gülçin Tanarbuluç, a.g.m., s.27

İnşa Edilmiş Çevre

- Endüstriyel Arkeoloji
- Tarihi Yerler
- Müzeler
- Kültürel Yaşam Tarzı, Gelenekler
- Politika
- Din
- Mimari Tarz
- Alışveriş Merkezleri

Acık Hava Rekreasyonları ve Sporlar

- Gece Hayatı
- Yemekler
- Dünya Fuarları

Kültürel Aktiviteler

- Festivaller
- Sanat
- El Sanatları
- Ulusal ve Yöresel Yaşam Tarzı ve Gelenekler
- Dil
- Din
- Politika
- Bilim
- Fiziki Çevre
- İklim
- Doğal Manzara
- Vahşi Doğa
- Gözlem Yapma
- Avcılık ve Balıkçılık

b. Turizm Talebi ve Turizm Talebine Etki Eden Faktörler

Ekonomik anlamda talep; yeterli satın alma gücü ile desteklenen istek ve arzulardır. Turizm talebi ise; turistik gezi yapma arzusunda olan ve bu arzusunu gerçekleştirebilecek gelire sahip olan insanların sayısına turizm talebi denmektedir.

Daha geniş bir tanımıyla turizm talebi “Belirli bir piyasada, belirli bir fiyata, turistik mal ve hizmetleri rasyonel veya irrasyonel nedenlerle, kendi konaklama yeri dışında satın alma isteğinde bulunan, bu isteğini gerçekleştirmeye imkan verecek kadar satın alma gücüne ve boş zamana sahip olan ve satın almayı gerçekleştiren insanların miktarıdır.”³⁰

Turizm talebinden bahsederken, turizm hareketlerine katılan kişinin tercih sebebine göre turizmde incelenmesi gereklidir. Tercih sebebine göre turizm “İç Turizm” ve “Dış Turizm” olmak üzere iki şekilde ele alınmaktadır. Ulusal turizm olarak ifade edilen iç turizm, insanların kendi ülke sınırları içerisinde kalmak şartı ile yapmış oldukları turizm amaçlı seyahatleri oluşturmaktadır. Uluslararası turizm olarak da ifade edilen dış turizm ise; insanların kendi ülke sınırları dışına, diğer bir deyişle, başka ülkelere yapmış oldukları yada başka ülke insanların o ülkeye yaptıkları turizm amaçlı seyahatleri oluşturmaktadır. Yukarıdaki açıklamalar ışığında bir ülkenin turizm talebi; ülke içi ve ülke dışı talepten oluşmaktadır. Ülke dışı turizm talebi de kendi arasında Dış aktif ve Dış pasif turizm talebi olarak ikiye ayrılmaktadır. Dış aktif turizm talebi; ülke dışından gelen yabancı ülke vatandaşlarının turistik ihtiyaçlarını o ülke içinde karşılama istemleri, Dış pasif Turizm Talebi ise; ülke vatandaşlarının turistik ihtiyaçlarını başka ülkelere giderek karşılama istekleridir.³¹ Turizm talebinin genel özellikleri ise;

- Turizm talebi bağımsız bir taleptir. Çünkü insanları seyahate yönelten bir çok nedenler vardır. Kişiden kişiye önem derecesi farklılık arz eden, birbirinden bağımsız bu nedenlerin aslında temel dayanağı insanların içinde yaşadıkları ortamdan uzaklaşma isteği veya kişisel uyarıcı bir gücün etkisi olmaktadır.
- İnsanları seyahate iten çeşitli nedenler vardır. Böylece çeşitli amaçlarla seyahate katılan insanların, ihtiyaçlarını karşılamak yönündeki tüketimleri farklı olacağından turizm talebi de farklı olacaktır.

³⁰ Hasan Olalı, Alp Timur, Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık, İzmir, 1988, s.195

³¹ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e., s.195

- Turistik mal ve hizmet fiyatlarında oluşan değişimler turizm talebinde daha fazla değişmelere neden olacağını gösterir. Buda bize turizm talebinin değişken yapısını göstermektedir.³²
- Turizm talebi her zaman için kişisel gelirle doğru orantılıdır. Tüketici gelirindeki değişimler talep üzerinde değişmelere neden olur. Kişinin gelirindeki artış, kişinin harcama olanağını arttıracığından turistik ürünü satın olma olanağı artırır.
- Turizm talebi, televizyon, video, özel araba gibi lüks vb kültürel özellikteki mal ve hizmetlere olan taleple sürekli bir rekabet halindedir. Her iki talep arasında ikame imkanlarının yüksek olmasından dolayı her an turizm talebi ile başka mal ve hizmetlere olan talep birbirlerinin yerine geçebilir.
- Turistik tüketim ile ekonomideki diğer mal ve hizmetler için yapılan tüketim arasındaki rekabet, turizm talebine aşırı elastik bir özellik kazandırır. Çünkü turizm talebi siyasal, ekonomik, mali nitelikteki faktörlerde meydana gelen değişmelere karşı oldukça duyarlıdır.
- Turizm talebine konu olan mal ve hizmetler arasında da bir rekabet vardır. Kişisel tercihlere bağlı olarak konaklamaya ayrılan süre ile ulaşımaya ayrılan süre arasında bir rekabet olduğu gibi turistik tüketim harcamalarından konaklamaya ayrılan gelir payı ile ulaşımaya ayrılan gelir payı arasında da bir rekabet söz konusudur. Kişinin elde ettiği gelirden turistik tüketime ayırdığı pay bellidir.
- Yaz aylarının tatil dönemleri için seçilmesi, okulların tatile girdiği dönemlerde ücretli izin hakkının kullanılması, turizm talebinin belli mevsimlerde yoğunlaşması veyahut dağılması turizm talebine mevsimlik bir özellik kazandırır.³³

b.1. Turizm Talebine Etki Eden Faktörler

Turizm talebini etkileyen başlıca ekonomik unsurlar; turistik mal ve hizmetlerin fiyatları, kişilerin gelir düzeyleri, turist kabul eden bölge ile turist gönderen bölge

³² Orhan İçöz, Turizm talebinin Yapısal Analizi ve Türkiye'ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörler, İzmir, 1991, s.93

³³ Hasan Olalı, Alp Timur, a.g.e., s.196-197

arasındaki uzaklık ve gidilecek bölgede turizm talebini karşılayacak olan konaklama arz kapasitesidir.³⁴

b.1.1 Milli Gelir ve Üretim Faktörleri Arasındaki Dağılım

Harcanabilir gelir; kurum tasarrufları, vergi ve transferler için gereken ayarlamalar yapıldıktan sonra kişilerin tüketime harcaabilecekleri ve tasarruf edebilecekleri gelirdir. Kişiler elde ettikleri gelirlerin bir kısmını sayı itibarıyla sınırsız olan zorunlu, lüks ve sosyal ihtiyaçlarına ayırlabildikleri gibi bir kısmında tüketim malı alımında (dayanıklı), tasarruf yapmada ve seyahate çıkmada da kullanabilirler.³⁵

Genellikle tüketim için, üretim faaliyetlerindeki değişik sosyal sınıflardan olan kişilerin turizme katılmasına olanak tanıyacak gelir düzeyinde olmaları gerekir. Seyahat etmek için gelire ihtiyaç olduğuna göre, ekonomik refah ölçüsü olan milli gelirle turizm talebi arasında bir bağlantı vardır. Turizm talebi milli gelir hacmine bağlı olduğundan, milli gelir veya gayri safi milli hasıla turistik tüketimi etkiler.³⁶ Gelirler ile turizm talebi arasında pozitif yönlü bir ilişki vardır. İnsanların gelir düzeyindeki artışlar seyahate çıkanların sayısını da artırmaktadır. İnsanların yaşam ve refah düzeylerinin yükselmesi onların daha fazla tüketimde bulunmalarını sağlamaktadır. Gelir arttıkça turizm talebi artar, azaldıkça turizm talebi düşüktür.

Yapılan araştırmalarda gelir ve eğitim düzeyi düşük olanların gelir düzeylerinin %3'ünü turizme ayırırken, gelir ve eğitim düzeyinde yükselme turizme katılma oranını³⁷ %7 ve %8 oranında artırmaktadır.

Pazarlardaki gelişmelerin, ülkemizin turizm talebine etkilerine değinecek olursak; uluslararası ekonomik gerçeklerin zorlanması ile turizm talebi ekonomik ve sosyal

³⁴ Nazmi-Metin Kozak, Meryem Akoğlan, a.g.e., s.61

³⁵ Richard G. Lipsey, Peter O. Steiner, Dougio D. Puruis, Poul N. Courant, E. CONOMICS Harper and Row, Publishers, Inc., Ninth Edition, New YORK, 1992, s.165

³⁶ Uysal Yenipınar, "Doğu Akdeniz Mevcut Turizm Talebinin yapısı ve Talebinin geliştirilmesine ilişkin model önerisi", 1995, s.7

³⁷ Enver Tutucu, "Turizmin Ekonomiye Etkileri" Türkiye için bir değerlendirme, Y. Lisans tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir, 1988, s.37

açından son derece önemli bir etkiye sahip olmaktadır. Ülkemizin turizm sektöründe son 25 yıldır gösterdiği gelişim rakamlar ile ifade edilecek olur ise, gelen turist sayısı 9.5 kat, sağlanan gelir dolar bazında 85 kat artmıştır. Ülke ekonomisine önemli ölçüde ve giderek artan tempoda döviz girdisi (ihracat gelirlerini %25'i) sağlayan sektörün, çoğu zaman hak ettiği ölçüde önemsenmeyen özelliklerinden biri de istihdama olan katkısıdır. Bu katkının rakamsal ifadesi 1 oda=0.7 personel şeklinde özetlenebilir. Buradan da anlaşılacağı gibi ülkemizin her yıl %2-4.5 dolayında artan nüfusunun yarattığı işgücü arzının karşılanabilmesi açısından sektörün sağladığı doğrudan katkı küçümsenemeyecek boyutlardadır. Ayrıca sektör, yatırım aşamasında 13, işletme aşamasında 21 ayrı sektöre dolaylı iş imkanı sağlamaktadır. Sektör yatırımlarının çarpan etkisi 2 olup, her 1 TL turizm yatırımı, doğrudan ve dolaylı çarpan etkisi ile ülke ekonomisine 2 TL düzeyinde katkı sağlamaktadır. Tüm bunlara ilaveten, sektör yatırımlarının yurtiçi üretimden karşılanan bölümü %86 olup, dışa bağımlılık açısından ülkemizin en sorunsuz sektörlerinden biridir. Turizm gelirlerinin GSMH içindeki payı son yıllarda %4,5 dolaylarına ulaşmıştır. Tüm bu veriler ülkemizde turizm sektörü ile ilgili ciddi çalışmaların yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır.

Turizm talep tahminlerini yönlendirmek ve belirlemek amacıyla ülkemiz baz alınarak yapılan çeşitli model tahminleri de ülkemizin turizm talebini belirlemede önemli bir etkiye sahiptir. Ülkeye turizm talebini arttıran nedenlerle, ülkemize turist transferi yapan ülkelerin genel durumlarına bakacak olursak;

- Turist gönderen ülkelerin nüfuslarındaki % değişme, ülkemize gelen turist sayısını arttırmaktadır.
- Ülkemizin döviz kurunun artışı turist sayısını belirli oranda arttırmaktadır.
- Turist gönderen ülkelerin kişi başına düşen milli gelirlerin artışı, ülkemize gelen turist sayısını da arttırmaktadır.
- Turist gönderen ülkenin tüketici fiyatlarında görülen artışlar ve uçuş süresinin uzaması ülkemize gelen turist sayısını ise olumsuz yönde etkilemektedir.

Bu varsayımlar altında turist gönderen ülkelerin veya Türkiye'ye olan talebin etkilenme nedenleri ise ülkeler seviyesinde şu şekildedir;

AVUSTURYA: Avusturyalı turistler Türkiye'ye karşı istikrarını her zaman korumuşlar, sadece seyahat süresi, Avusturyalı turistlerin Türkiye'ye olan talebini diğer ülke turistlerine nazaran olumsuz yönde daha az etkilemektedir.

FİNLANDİYA: Finlandiyalı turistlerin talebini etkileyen en önemli etkenler, kur değişimleri ve ülkemizin turizm pazarında olası fiyat düşüştür. Bu etkenlere dayalı olarak Finlandiyalı turistler genelin yaklaşık 2.5 katı kadar turist artışı ile cevap vermektedir.

FRANSA: Fransız turistler Finlandiyalı turistler gibi kur değişkeni haricinde herhangi bir değişmeye tepki vermemektedirler. Ülkemizin turizm pazarındaki olası fiyat düşüşleri Fransız turistlerinin talebini genelin çok altında etkilemektedir.

ALMANYA: Alman turistler Türkiye'ye karşı istikrarını korumuşlardır. Olağan dışı sebepler haricinde turizm talebinde herhangi bir oynama söz konusu değildir.

İTALYA: İtalyan turistler nüfus ve kurlardaki artışa genelin altında cevap vermektedir. Başka bir deyişle İtalya'nın nüfus artışı veya ülkemiz turizm pazarında olası fiyat düşüşleri İtalyan turistlerin talebini genelin çok altında etkilemektedir.

HOLLANDA: Hollandalı turistlerin etkilendiği değişken ise Milli Gelirdir. Hollanda'nın milli gelirindeki olası artışlar ülkemize gelen Hollandalı turist sayısını arttıracaktır.

İNGİLTERE: İngilizler ülkemize potansiyelin üzerinde turist gönderen bir ülke konumundadır. Milli Gelirdeki yükselme oransal olarak diğer ülkelere göre İngilizlerin ülkemizi tercih sebebini arttırmaktadır. Ayrıca genelde turist gönderen ülkelerde yaşanan enflasyon Türkiye'ye gelen turist sayısını negatif yönde etkilerken bu etki İngiliz turistler için genelin altında gerçekleşmektedir.³⁸

³⁸ Mehmet T. URAY, "Pazardaki Gelişmeler Türkiye'nin Turizm Talebini Nasıl Etkiliyor", Makale Çalışması, TÜRSAB, Haziran, sayı 139, 1995, s.60

Turizm talebini etkileyen faktör olarak Milli Gelirden sonra fert başına düşen gelir miktarı yüksek olduğu ülkelerde turizm talebi fazla, düşük olduğu ülkelerde ise az olmaktadır. Kişisel gelirdeki tüketime ayrılan pay turizm tüketimini ve turistik hareketleri etkilemektedir. Araştırmalara göre belli bir gelir seviyesine ulaşan ülkelerde fert başına turizm harcamaları, fert başına harcanabilir gelir artışının üzerinde olmaktadır. Bu nedenle dünyada dış turizm harcamalarının yıllık ortalama artışı gayri safi milli hasılanın yıllık ortalama artışından fazla olmaktadır. Milli Gelirdeki artış ülke ekonomilerinde çift yönlü bir etki kurmaktadır. Turizm Talebinin artışı ülke açısından milli gelir seviyesinin büyümesini, buna bağlı olarak da fert başına gelirin artması ve son olarak ülke insanının turizm olgusuna daha fazla katılmasını sağlamaktadır.

Turizm talebinin Milli Gelir etkisini arttırırken bir takım kriterlerin iyi analiz edilmesi ve büyüme hızı ile plan hedeflerinin birbirine paralel olarak gerçekleşmesi şarttır. Şöyle ki;

YIL	GELEN TURİST	ARTIŞ HIZI
1994	6.670.618	
1995	7.726.886	% 15.8
1996	8.614.085	% 11.5
1997	8.733.101	% 11.0

Genelde bu değerler ile 1995 O.E.C.D verilerine göre, turist artış hızında Türkiye birinci sıradadır.

1. inci Türkiye % 15.8 artış hızı
2. inci İsrail % 13.4 artış hızı
3. üncü İngiltere % 7.9 artış hızı

Akdeniz ülkelerindeki artış hızı ise şu şekildedir.

Fransa % 1.2

İspanya	% 4.4
İtalya	% 6.2
Portekiz	% 6.3
Yunanistan	% 3.6

Bu araştırmalardan çıkarılan sonuç “Türkiye’nin Avrupa’da Talep edilen bir ülke olmasıdır.” demeler dengesinin turizm gelirlerine endeksli olması ve 2000 yılının başında 15 milyon turist ve 9 milyon dolar turizm geliri tahmini Türkiye’nin son 4 yıl içerisinde gerçekleştirdiği değerler ve plan hedeflerinin altında kalmıştır. Bunun en büyük sebebi, her geçen yıl yatak kapasitesinde plan hedeflerine göre büyük sapmaların gerçekleşmesidir. Turist sayısı ve turizm gelirlerindeki sapma bu yatak arzındaki yavaşlamanın doğal sonucudur. Bu yüzden Türkiye, Avrupa’da talep edilen ülke konumuna devam etmesi için belgeli yatak sayısını ve bu sayıya göre büyüme hızını belirlemelidir.³⁹

Artan Turizm talebine bağlı olarak Milli Gelirin topluma dağılış şeklide önemli bir yer tutmaktadır. Eğer Milli Gelir toplumdaki fertler ve sosyo-profosyonel gruplar arasında sosyal adalet ilkelerine göre dağılıyorsa fert başına düşen gelir payı hem yüksek hem de gerçeği ifade edeceğinden turizm talebi fazla olur. Milli gelir adaletsiz bir şekilde dağılıyorsa kişi başına düşen gelir hem az hem de gerçeği ifade etmeyeceği için turizm talebi düşük olur.

Milli Gelirin topluma dağılışıyla birlikte, Milli Gelirin retim faktörleri arasında dağılımı da istikrarlı bir plana dayandırılmalıdır. Üretim faktörlerinin milli gelir paylaşımında aldıkları “gelir, ücret, faiz ve kar” nispi payları son yıllarda çok değişmiştir. Bu gelişme genellikle ücret gelirlerinin lehine, kr, faiz ve arazi gelirlerinin aleyhine olmuştur. Gelirin retim faktörleri arasında dağılımında gözlenen bu değişme, ücretlilerin tüketime katılma olanaklarını arttırmış, kitle turizminin doğmasına neden olmuş ve turizm talebinin yapısını değiştirmiştir.

³⁹ Yılmaz Işıkci, “Turizm Sektörünün son yıllardaki büyüme hızı ve plan hedefleriyle karşılaştırılması” 2. Bilkent Turizm Formu, 1997, s.67

b.1.2 Piyasa Fiyatlandırılması

Bir mal yada hizmetin talebini ilk olarak etkileyecek olan unsurun o mal veya hizmetin fiyatı olması, talep yasasının normal bir sonucudur. Bu nedenle turizm talebini, turistik mal ve hizmetlerin fiyatları ile bağlantılı olarak göstermek mümkündür.⁴⁰

Diğer mal ve hizmetlerin fiyatları da turizm talebini etkilemektedir. Örneğin; potansiyel turistler, diğer mal ve hizmetlere harcama yapabilmek ve daha fazla pay ayırabilmek amacıyla turizmin daha ucuz yada daha pahalı türlerini seçmeye karar verebilirler. Bu eğilim, turizmde özellikle tamamlayıcı mallar söz konusu olduğu zaman daha da artar. Örneğin; hava yolu fiyatlarında bir düşme olduğu zaman turizm talebinde artış görülür. Turizm de ikame olanakları söz konusu olduğu zaman ise, alternatif mal ve hizmetlerin fiyatlarında oluşan düşme turizm talebinde de düşmeye yol açacaktır. Örneğin birbirine yakın turistik arz potansiyeline sahip iki bölgeden birisinin fiyatlarındaki düşme, diğer bölgeye yönelik turizm talebinde de düşmeye yol açacaktır. Turistler, yalnızca belirli bir destinasyonda * yapılacak olan bir tatilin fiyatını kendi ülkelerindeki fiyat düzeyi ile karşılaştırmakla yetinmezler, aynı zamanda onlar, yabancı destinasyonların seyahat maliyetlerini diğer benzeri yabancı destinasyonlar ile karşılaştırırlar. Örneğin; Avusturya'nın kış sporları açısından İsviçre'nin bir ikamesi durumunda olması gibi. Aynı şekilde konaklama işletmeleri kapsamında yer alan otel, motel, pansiyon vb işletmeler birbirlerinin ikamesi durumundadır. Otel fiyatlarındaki olası bir artış, diğer konaklama işletmelerine olan talebi arttırmaktadır.

Turistik ürün fiyatları karşısında kişiler farklı eğilimler gösterebilirler. Örneğin; havayolu fiyatlarındaki artışı telafi etmek için daha ucuz bir destinasyonu seçebilir, daha yakın bir destinasyon tercih edebilir, destinasyondaki kalış süresi kısa tutulabilir, bir paket tur satın alabilir, konaklama ihtiyaçlarını daha aşağı düzeyde tutabilir, tatilini sezon dışında geçirmeyi tercih edebilir.⁴¹ Bununla birlikte fiyatı rasyonel kılan

⁴⁰ Nazmi-Metin Kozak, Meryem Akoğlan, a.g.e., s.61-62

* Destinasyon: Çekim bölgesi

⁴¹ I. Crouch Geoffrey, "Effect of income And Price On International Tourism" Annals of Tourism Research, Pergamon Press Ltd, Vol:19, Number:4, London, 1992

politikalar oluşturulurken pazardan pazara farklılıklar gösterebilir. Bu farklılıkları oluşturan faktörler;⁴²

- Pazardaki rekabet,
- Tatil için önerilen ülkelerdeki ekonomik ve sosyal istikrar,
- Pazardaki arz ve talep dengesi,
- Alım gücü ve yaşam düzeyindeki değişimler,
- Alternatif tatil beldelerinin cazibesi ve pazardaki tutunma durumlarıdır.

Turizm talebini etkileyen unsurların incelenmesinde, uluslararası turizm talebi açısından, döviz kuruyla ilişkisi de önemli yer tutar. Uluslararası turizm talebi fonksiyonlarından döviz kuru değişkeninin kullanılmasının nedeni; tüketicilerin gittikleri ülkelerdeki zorunlu giderlerin neler olabileceğinden çok döviz kurlarını bilmeleri ve bu nedenle kendilerine ölçü olarak döviz kurlarını almaları gereklidir. Turistlerin çok azı gidecekleri ülkedeki fiyatları tümüyle bilmektedir. Ülkemizde, Türk lirasının günlük kur ayarlaması ile sürekli devalüe edilmesi ve konaklama işletmelerinin döviz bazında düşük fiyat uygulamaları yabancı turistler açısından Türkiye'yi çekici hale getirmektedir. Ülkemizde uygulanan politikalar sonucunda Türkiye'ye yönelik seyahatleri sırasında satın alma güçleri artan yabancı turistler, tatil için ayırdıkları bütçe ile daha uzun konaklama yapabildikleri gibi alışverişe de daha fazla pay ayırabilmektedir.⁴³

Turistik ürünün makül talep oranını arttırıcı bir etkiye sahip olabilmesi için uygulanması gerekli etüdler ise;⁴⁴

- Ürünün satış fiyatı saptanırken dayanılacak maliyetler,
- Fiyatlandırma hedefleri,
- İşletmenin dağıtım kanalındaki yeri,

⁴² Gürkan Eliçin, "Türk operatörlerinin fiyat politikaları rasyonelmi", 2. Bilkent Turizm Formu 1997, s.12

⁴³ N, M.Kozak-M. Akoğlan, a.g.e, s.64

⁴⁴ Tunay Akoğlu, "Turizm yatırım projeleri ve değerlendirme metodları", Turizm ekonomisi ve Türkiye ekonomisinde turizm", DPT Dergisi, sayı 10, no.943, Eylül, 1970, s.88

- Ürünün niteliği,
- Pazarın yapısı,
- Arz ve Talep,
- Müşterilerin Davranışları,
- Yasal Düzenlemelerden oluşmalıdır.

Ülkemiz açısından bir değerlendirme yapacak olursak; Türkiye'nin şu anda uluslararası pazarda sattığı fiyatın ucuz mu pahalı mı olduğu ancak benzer özellikler gösteren ve daha da önemlisi müşteri için alternatif oluşturan diğer ürün/ülke fiyatları ile karşılaştırılarak belirlenir. Fiyat sorununun bütün sektörün sorunu olduğunu görebilmek için turizm gelirlerinin hangi kalemlerden oluştuğuna ve bu kalemlerden kimin ne kadar pay aldığına bakmak gerekir. Böyle bir değerlendirme yapıldığında fiyat konusunun sektörün her kesimini yakından ilgilendirdiği görülecektir. Zira fiyat tek başına ifade ettiği anlamların yanında bir de fiyattan dolayı oluşan turist profili açısından da önemlidir. Ucuz fiyatlı bir ülkeye giden turistin harcama gücü ile pahalı denebilecek fiyatlarla bir ülkeye giden turistin harcama gücü farklıdır. Turizm sektörünün çarpan katsayısının diğer sektörlerle göre yüksekliği ve turizm gelirlerinin etki alanının genişliği dikkate alındığında fiyat konusunun önemi daha iyi anlaşılabilir.

Örneğin uçak dahil 7 günlük bir turu 450 DM satın alan tüketicinin geldiği ülkede 750 DM bir deri ceket yada binlerce dolara halı alacağını beklemek hayaldir. Çünkü bu kişinin tatil için ayırdığı yada harcamayı düşündüğü paranın tümü 450 DM iken bunun üzerinde bir para harcayıp ceket almayacaktır. Fiyatı ucuz ama yapılacak alışverişten telafi edilecek diye belirlenen fiyatlardan bir süre sonra geriye yalnız ucuz fiyatla satılan tur kalabilir.

Dolayısıyla fiyat ile ilgili tartışmalar ancak böyle bir zeminde yapıldığında bir anlam kazanmaktadır. Bu anlamda da Türkiye'nin turizmde ucuz yada pahalı olmanın ötesinde ciddi bir "fiyat sorunu" vardır düşüncesine hakim olunabilir.

Tablo 4:

15/30 Temmuz Tarihi İtibariyle İnoflarda Türkiye Fiyatları
15/30 Temmuz 1996 Tarihli İtibariyle Almanya'da Dağıtılan El İlanlarında Yer Alan
Fiyatlar Esas Alınarak Oluşturulan Ortama Lastminute Fiyatları

	Didim	Çeşme	Kuşadası	Belek	Kemer	Marmaris	Fethiye	Alanya	Antalya	Side	Bodrum
Beş Yıldız	-	-	1099/1	1073/12	1108/22	1299/2	-	915/3	1133/7	1043/7	-
Dört Yıldız	-	994/2	949/2	975/8	985/12	887/8	1094/2	880/16	899/1	824/20	849/2
Üç Yıldız	709/2	829/1	789/2	-	706/9	763/10	757/15	694/31	799/1	705/8	753/11
İki Yıldız	599/3	-	629/1	-	635/3	-	639/5	631/4	619/2	-	589/7

Kaynak: TÜRSAB Dergisi, Ağustos 1996, Sayı 151, S.8

Bu fiyatlar Almanya Frankfurt Havaalanında inoflarda yer alan fiyatlar esas alınarak hesaplanmıştır. Hesaplamalarda adı geçen bölgeyi satan acentaların uyguladıkları fiyatlar ortalaması alınmıştır. Fiyatların yanında (1) işaretinden sonraki rakamlar esas alınan tesis sayısını göstermektedir.

Tablo 5: 1996 İngiliz Pazarında Katalog ve Last Minute Fiyatları

ÜLKELER	Katalog Fiyatları (14 G+HB)			Son Dakika Satışları (14 G+BB)		
	Air Tour	First Choice	Değişim %	Air Tour	First Choice	Değişim %
AKDENİZ						
1) İspanya (Majorko)	620.0	669.0	+7.9	286.0	326.0	+14.0
2) Yunanistan (Corfu)	605.0	659.0	+8.9	288.0	326.0	+13.2
3) Portekiz (Algorve)	560.0	619.0	+5.4	276.0	316.0	+14.0
4) Tunus	535.0	605.0	+13.1	266.0	296.0	+11.2
5) Türkiye (Marmaris)	539.0	599.0	+11.1	286.0	316.0	+10.5
6) Karaippler (Jamaika)	1.139.0	1.300.0	+14.1	555.0	656.0	+17.9
7) Uzak Doğu (Tayland)	8.79.0	925.0	+5.2	606.0	716.0	+18.1

Kaynak: TÜRSAB Dergisi, Ağustos 1996, Sayı 151, S.10

Katalog fiyatları itibarıyla baktığımızda Türkiye şu anda rakip sayılabilecek ülkelerin hiç gerisinde değildir. 1998 yılı itibarıyla Yunanistan'ın yaptığı devalüasyon bu ülkenin fiyatlarını aşırı biçimde aşağıya çekmiş, bu yüzden Türkiye'nin fiyatları daha yüksek bir seviyede kalmıştır.

Tüketici hangi ülkenin fiyatları hangi gerekçeye dayandırarak aşağı çektiğine değil, kendisinin ödeyeceği paraya bakmaktadır. Fiyatlarda böyle belirlenir. Talebi çekmenin bir yolu ucuz değil ama satılabilir bir fiyat verilmesidir. Önceki yıllarda Rusya Pazarında Türkiye'nin fiyatı İspanya ve Yunanistan'a nazaran düşüktü ve bu pazarda Türkiye'ye büyük bir ilgi olmuştu. Ancak Rusya pazarında, Türkiye potansiyelini arttıramadı ve birkaç senedir Türkiye'ye gelen Rus turist başka destinasyonlar aramaya başladı. Tabi ki geçen senelerde 25 dolara satılan otelin şimdi 50-60 dolardan satılması bu sorunu oluşturan küçük bir örnek olarak gösterilebilir. Yani fiyatlar geçen seneye nazaran artmış durumdadır.⁴⁵

Tablo 6:

**TURİZM İŞLETME BELGELİ TESİSLERDE KONAKLAYAN KİŞİLERİN
TESİS CİNS VE SINIFLARINA GÖRE DAĞILIMI (1995-1997)**

TESİS CİNS ve SINIFI	YABANCI			YERLİ			TOPLAM		
	1995	1996	1997	1995	1996	1997	1995	1996	1997
OTEL									
***** YILDIZ	1.382.798	1.691.403	2.368.610	867.300	945.003	1.233.904	2.250.098	2.636.406	3.602.514
**** YILDIZ	797.846	1.030.721	1.813.016	584.644	725.389	1.026.815	1.382.490	1.756.119	2.839.831
*** YILDIZ	1.112.791	1.773.978	2.524.287	1.004.520	1.334.981	1.650.879	2.117.313	3.108.959	4.175.166
** YILDIZ	588.172	885.292	1.111.520	1.392.580	1.525.498	1.959.748	1.980.752	2.410.790	3.071.268
* YILDIZ	122.056	137.253	189.315	637.042	593.133	695.56	759.098	730.386	884.371
ÖZEL BELGELİ YÜZER OTEL	23.387	29.284	44.866	20.344	37.823	67.519	43.731	67.107	121.385
TERMAL OTEL	108.053	110.799	111.214	212.704	276.063	274.867	320.757	386.862	386.081
APART OTEL	7.421	37.814	99.701	6.978	7.213	24.889	14.399	45.027	124.590
TOPLAM	4.142.524	5.699.305	8.337.406	4.726.114	5.448.497	6.964.481	8.868.638	11.147.802	15.301.887
MOTEL	38.159	53.035	71.377	57.567	58.470	112.758	95.726	111.505	184.135
PANSİYON	33.808	66.470	114.862	60.070	90.976	147.542	93.868	157.446	292.368
TATİL KÖYÜ	402.269	620.566	791.659	148.744	221.151	292.412	551.013	841.717	1.084.071
ÖBERJ	278	356	20.722	7.151	16.193	66.920	7.429	16.549	87.641
KAMP	12.577	7.493	41.840	12.117	9.240	46.941	24.694	16.733	88.781
EĞ. UYG. TES.	-	1.708	19.422	-	681	13.312	-	2.389	32.734
GOLF TES.	-	-	15.948	-	-	5.718	-	-	21.660
GENEL TOPLAM	4.629.615	6.448.433	9.443.200	5.011.763	5.845.208	7.650.084	9.641.378	12.294.141	17.093.281

Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni 1997

⁴⁵ Fehmi Köfteoğlu, "Türkiye'de fiyat tartışması sağlıklı zeminde yapılmıyor" Makale Çalışması, TÜRSAB, Ağustos, Sayı 151, s.8

b.1.3 Ulaşım ve Uzaklık

Ulaşım ve turizm birbirinden ayrılmaz bir bütünün parçalarıdır. Ulaşım olanağı olmayan yörelerin turistik açıdan değerlendirilmesi zordur. Ulaşım alanında meydana gelen değişimler, ulaşımdan kazanılan zaman, turistin konaklama süresine eklenir.⁴⁶

Turistlerin turistik ürünün mevcut olduğu üretim piyasalarına tüketim için ulaşabilmeleri, ulaştırma ağının zaman ve yer bakımından ucuz ve geniş bir alana, kitleleri taşıyabilecek olanaklara sahip olmasının bir sonucudur. Ulaştırma aracının seçimi zaman ve uzaklığa bağlı olarak değişiklik gösterecektir. Kişilerin seyahate çıkacaklarında kullanacakları ulaşım araçlarını seçmelerinde etkili olan beş değişken mevcuttur. Bunlar;⁴⁷

- Maliyet,
- Uzaklık,
- Seyahat zevkleri ve deneyimi,
- Gelir,
- Zaman hesabıdır.

Turist gönderen ve turist kabul eden ülkeler açısından aradaki mesafe yani uzaklık turizm talebine sürekli etki yaratabilir. Uzaklık ile konaklama süresi arasındaki ters ilişkinin mevcudiyetinin yanı sıra, turistik tüketim harcamalarına akan pay ile ulaştırmaya yapılan ödemeler arasında ters yönde ilişki mevcuttur. Geçmiş yıllarda havayolu taşımacılığı fiyatlarının çok yüksek olması nedeniyle diğer ülkeler seyahat etmek isteyen turistler iki seçenek ile karşı karşıya bulunmaktaydılar.

Bunlardan birincisi, gittikleri bölgelerdeki konaklama sürelerini daha az tutma, ve daha ucuz konaklama türlerini seçmeleridir. İkincisi ise, bu seyahatten vazgeçmek zorunda kalmalarıdır. Ancak kitle turizmindeki son gelişmeler sonucunda turistler

⁴⁶ T.O.B.B Ekonomik ve Sosyal Sorunlar – Çözüm Önerileri Dizisi Ankara, 1992, s.92

⁴⁷ Robert W. McIntosh ve Charles Goeldner, "Tourism: Principles, Practice, Philosophies" 6 th Edition, Sons Inc, ABD, 1990, s.257

açısından ulaştırmaya ayrılan pay daha da azalarak konaklama süreleri artış göstermeye başlamıştır. Ülkelerarası düzenlenen 7,14 ve 21 günlük paket turları bunun en güzel örneğidir. Uzaklık unsuru, turist kabul eden ülke ile turist gönderen ülke arasındaki ekonomik ve kültürel uzaklık olarak ta incelenebilmektedir.

Ekonomik Uzaklık: Kişilerin sürekli yaşadıkları yerleşim yerlerinden ziyaret edecekleri bölgelere gidip-gelmelerinin zaman ve para olarak maliyeti, ekonomik uzaklık azaldıkça diğer bir anlatımla, bölgeye yönelik seyahatin süresi, mesafesi ve fiyatı azaldığında, talebi yükseltecektir.

Kültürel Uzaklık: Turistin geldiği bölgedeki kültür ile ev sahibi bölgenin kültürel yapısı arasındaki farklılık kültürel uzaklığı oluşturur. Kültürel uzaklık ilişkisi ters yönlü bir ilişkidir. Diğer bir anlatımla, iki bölge arasındaki kültürel farklılıklar arttıkça turist kabul eden bölgeye yönelik turizm talebinde artış görülür. Çünkü insanların yapısında farklı kültürleri tanıma isteği vardır.⁴⁸

b.1.4 Konaklama Potansiyeli ve Arz Kapasitesi

Bir turistik destinasyondaki turistik altyapı ve üst yapının durumu, turist kabul olanakları, turistlere sunulan mal ve hizmetlerin kalitesi turizm talebi üzerinde etkili olduğu gibi konaklama potansiyeli ve arz kapasitesini de etkileyecek önemli etkenlerdir. Diğer bir ifadeyle, eğer bir ülkenin turizm sektörü miktar ve kalite bakımından ihtiyaçlara cevap verebilecek durumda ve turistlerin aradığı özelliklere sahip, hizmet kalitesi yüksek ve fiyatları da satın alma güçleri vasat olan turistlerin imkanlarını aşmıyor ise o ülkeye karşı turizm talebi artacaktır.⁴⁹

Konaklama ve arz kapasitesinin bilinçli olarak yapılması için, arz ve talep analizleri yapılmadan, alt sektörler, coğrafi bölgeler ve turizm türleri itibariyle ürün geliştirme stratejileri ortaya konulmadan teşviklerin sektörlere tahsis edilmesi boşlukların büyümesine sebep olabilmektedir. Bu yüzden ülkenin çeşitli turizm türlerine imkan

⁴⁸ Nazmi-M. Kozak-Akoğlan, a.g.e., s.67

⁴⁹ H. Olalı-A. Timur, a.g.e., s.203

veren potansiyeline paralel olarak arz çeşitliliğinin yaratılması ve turizm faaliyetlerinin belirli coğrafi bölgelere, türlere, aylara yığılması engellenmelidir.

Ülkenin turistik talebi karşılayabilir duruma gelmesi için, alt yapı, üst yapı, ulaştırma, su, enerji, kanalizasyon sistemi, tesis ve araçlar, spor tesisleri, toplantı ve kongre tesisleri, haberleşme sistemleri gibi hizmetlerle hazır duruma gelmesi şarttır. Ancak bu şekilde, gelişmede gözle görülür bir artış sağlanır.⁵⁰ Turistik talebin belli bir bölgede yoğunlaşması genelde üst yapı yatırımlarına bağlıdır. Üst yapı genelde turistik ihtiyacı direkt olarak karşılamaya yöneliktir. Bu bakımdan, ulaşım sistemleri, kıyı, dağ, kış, ve termal turizmle ilgili yapılan organizasyon ve yatırımlar, Tarihi değerler üzerindeki yatırımsal faaliyetler *Regrasyon donatımı ve düzenlemeleri, sağlık ve güvenlik üzerine yapılan yatırımlarda bize ikinci derecede üst yapı çeşitlerini vermektedir.⁵¹

Bu tür altyapı ve üst yapı uygulamaları için turizmin teşvik edilmesi, yönlendirilmesi, henüz hayata geçirilmemiş fakat çekiciliği olan atıl turizm potansiyelinin ortaya çıkarılması için özel projelerin oluşturulması şarttır. Bu oluşturulacak projelerde amaçların;

- Turizmin ülke sathına ve bütün yıla yaygınlaştırılması,
- Ülkenin çekicilik yaratan geleneksel değerlerinin tanıtılması,
- Turizm gelirlerinden elde edilen faydanın ülkenin geneline yaygınlaştırılması,
- Yurt içi turizm hareketliliğinin artırılması,
- Turizm girdilerinin artırılması ve ülkenin turizm potansiyelinin yabancılara tanıtılması şeklinde oluşturulması gereklidir.⁵²

Talep profilinde meydana gelen gelişmelerde mevcut potansiyel, arz açısından önemli bir yer tutmaktadır. İnsanların tatil süreleri boyunca sportif faaliyetle katılması, tatil ürün ve hizmetlerin kapsamının bu yönde gelişmesini sağlayacaktır. Diğer yandan

⁵⁰ P.G. Sadler, B.H Archer; "The Economic Impact of Tourism in Developing Countries" Anais of Tourism Research, Volume III, Number 1, Winconsin-STOUT, September-October, 1975, s.24-25

⁵¹ TÜRSAB Dergisi, Sayı 155, Aralık 1996, s.47

⁵² Ziya Eralp; Genel Turizm, Ankara Üniversitesi, Basın Yayın Yüksekokulu Yayını, Ankara, 1983, s.135

Avrupa ve Dünya çapında artan rekabetle birlikte havayolları fiyatlarının hızlı biçimde düşmesi uzun mesafeli uçuşlara olan talebi arttırırken, yılda birden fazla tatile çıkanların havayolunu tercih etme oranlarını da yükseltmektedir. Talep cephesinde görülen diğer olguda, nüfusun Avrupa'da yaşlanmaya başlaması ve bu yaşlı nüfusun tatiller içindeki payının artmasıdır. Özellikle Kuzey Avrupa'da görülen bu olgunun karşısında Doğu Avrupa ve **Benelux ülkelerinden gelen talebin artması diğer turizm ülkeleri ve ülkemiz açısından alternatif bir gelir yaratacaktır. Mevcut arz politikaları, uluslararası, ulusal, bölgesel ve hatta firmalar açısından uygulanacak olan turizm planlamasıyla geliştirilecektir. Bu planlar dahi artık müşteri memnuniyetine dayalı talep profillerinin çıkartılmasından oluşmaktadır. Haberleşme gibi alt yapı faktörleri artık acil planların içine alınmaktadır. Diğer yandan konaklama sektöründe bölgesel ve yapısal düzenlemeler, havayollarının yaygınlaştırılması ve hizmet kalitesinin yükseltilmesi, sağlık ile ilgili ekipman ve teçhizat yatırımları, turizm bölgelerindeki suç unsurlarının azaltılması, yatırımlarla ilgili ticari kaygıların ortadan kaldırılması ülkelerin arz potansiyelini arttırıcı etmenler üzerinde önemli rol oynayacaklardır. Bir politika olarak, aynı bölge hattında bulunan ülkelerin gerek çevre ve gerekse arz potansiyellerini birlikte arttırabilmek amacıyla ortak entegrasyonlara gitmesi, ortak kampanya ve ortak fonlar oluşturmaları mevcut potansiyellerini arttırıcı bir özellik taşıyacaktır.⁵³

** Benelux Devletleri: Belçika, Hollanda, Lüksemburg

⁵³ T.C Turizm Bakanlığı Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Yatırımlar, Turizm 1997, s.2

II. BÖLÜM

TÜRKİYE'DE TURİZMİN, PLANLI DÖNEM ÖNCESİ ve PLANLI DÖNEMDE EKONOMİK BOYUTLARI, PLANLI DÖNEMDE DIŞ AKTİF TURİZM GELİR VE GİDERLERİNİN ÖDEMELER DENGESİNE SAĞLADIĞI KATKILAR

I. PLANLI DÖNEM ÖNCESİ YAŞANAN GELİŞMELER

1963 yıllarından önce turizm sektörü kayda değer bir gelişmeyle karşılaşmamıştır. 1934 yılında turizm ilk yasal düzenlemelere tabii olmuştur. 1949 yılında yapılan Birinci Turizm Danışma Kurulu toplantısı ile başlamış olup, bu tarihten 1963 yılına kadar turizmle ilgili yapılan yasal düzenlemeler şunlardır:

- 1953 yılında; Turizm Endüstrisi Teşvik Kanunu.
- 1954 yılında; Turizm Müesseselerinin ve bunlara ait olup hizmetlerinde kullanılacak ulaştırma tesis ve vasıtalarının haiz olacak vasıflara dair yönetmelik.
- 1956 yılında; Turizm Bankası Kanunu.
- 1960 yılında; T.C Turizm Bankası Kanunu.

Bu dönemde turizmden elde edilen gelirler ise çok düşük kalmıştır. Turizmden elde edilen gelirler, 1950'de 7 milyon dolar civarında, 1955'te 2 milyon dolar, 1961'de 6 milyon 900 bin dolar, 1962'de de 8 milyon 300 bin dolar olmuştur. 1950 yılında ülkemizi ziyaret edenlerin sayısı 28.625 olarak gerçekleşmiştir.⁵⁴

Planlı dönemden önce Türk Turizmini dönemlere ayıracak olursak:

1. dönem: 1923 - 1930 arası,
2. dönem: 1931 - 1939 arası,
3. dönem: 1940 - 1949 arası,
4. dönem: 1950 - 1962 arası.

şeklinde bir sınıflama yapabiliriz.

⁵⁴ İsmet Kaya, Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve ülkemiz açısından bir değerlendirme, Doktora Tezi, Balıkesir, Haziran 1997, s.105

Birinci dönem: 1923-1930 arası: Bu dönemde Turizmin ülke ekonomisi içinde öneminin anlaşılmasıyla beraber, Cumhuriyetten sonra, 1923 yılında Türkiye Seyyahin Cemiyeti (bugünkü Turing otomobil Kurulu) kurulmuştur. Bu kurum gemiyle gelen turist kabilelerinin limandan geçişlerini kolaylaştırmak, yolcu eşyalarını taşıyan ve ilk izlenim veren kayıkçı, hamal ve taksicilere bir tarife belirlemek gibi güncel tedbirlerin yanı sıra, ileriye dönük bazı düzenlemelere de girişmiştir.⁵⁵

İkinci Dönem: 1931-1939 arası: 30'lu yıllarda Türkiye Seyyahin Cemiyetinin çalışmaları sürerken, turizm işlerine devlet tarafından ilk resmi ilgi, 1934 yılında başlamıştır. 1934 yılında İktisat Vekâleti Teşkilat ve vazifeleri hakkında 2450 sayılı kanunda kamu hizmetleri arasında, turizme de yer verildiği görülmektedir.

Bu hizmet 1934 yılından 1987 yılına kadar Dış Ticaret dairesi-Türk Ofis tarafından görülmüştür. 1938 yılında Türk Ofis'in nesriyat ve propaganda servisi içinde turizm masası bir şube haline getirilmiştir. 1939'da Ticaret vekaletinin kuruluşunun sırasında bu şube Turizm Müdürlüğü adını almıştır.

Üçüncü dönem: 1940-1949 arasında: Turizm işleri Basın ve Yayın Umum Müdürlüğünü alan teşekkül içinde bırakılmıştır. 1943'de yürürlüğe giren 4475 sayılı Basın ve Yayın Umum Müdürlüğü Kanununun da Turizm Dairesinin görevleri içinde iç ve dış turizmi geliştirme düşünceleri bulunmaktadır.

Turizme gereken önemin verilmesi için, 1949'da 5392 sayılı kanun ile Basın Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğü kurulmuş ve turizm işleri bu müdürlük içindeki turizm dairesine bırakılmıştır. Bu konunun en yararlı maddesi Turizm Danışma kuruluna ait olan maddedir. 1949 yılında toplanan bu kurul önemli kararlar almıştır. Turizm konusunda devlet düzenleyici ve teşvik edici bir role sahip olacaktır. Özel teşebbüsün yapacağı işler arasında ise üst yapı yatırımları, kalifiye personel yetiştirilmesi, turist çekmek için tanıtım yapma işlerinden oluşmaktadır.⁵⁶

⁵⁵ Mithat Zeki Dinçer, Turizm Ekonomisi ve Türkiye ekonomisinde Turizm, 1991, Ankara, s.100-101

⁵⁶ Füsun İstanbullu, "Yabancı Tur Operatörleri ve Türk Turizmi", Türsab Turizm Araştırmaları Dizisi 3, İstanbul, 1991, ss.31-34

Dördüncü Dönem: 1950-1962 arası; fiziki yapı bakımından ülkemizin karayolları şebekesi son derece iptidai ve limanları oldukça yetersiz idi. Yabancı turistlerin konaklamalarına uygun standartlara sahip oteller hemen hemen yok denecek kadar azdı. Oysa Yunanistan ve Lübnan gibi komşu ülkeler, o dönemin düşük yoğunluk içindeki turizm hareketlerinden dahi Türkiye'ye oranla daha büyük pay almakta idi. Turizmi geliştirmeye yönelik mevzuat ve teşkilat değişiklikleri 1949 yılında yapılmış, ancak bunların olumlu etkileri 1950'den sonra görülmeye başlanmıştır. Buna paralel olarak 1950-1960 döneminde çıkarılan kanunlarla, bir yandan turizm politikalarımız şekillendirmeye çalışılırken, politikaların uygulanabilmesi için gerekli kurum ve araçlar yaratılmaya çalışılmıştır. Bunlar arasında en çok dikkat çeken, 1953 yılında çıkarılan 6086 sayılı Turizm Endüstrisi Teşvik kanunudur. Bu kanun bilhassa özel girişimcilerin turizm alanına yatırım yapmalarını teşvik etmiş ve turizm yatırımlarının on yıl süreyle vergi muafliğından yararlanmalarını hükme bağlamıştır. Kanunun getirdiği yeniliklerden bir diğeri de, ülkede ilk defa turizm sektörüne kredi imkanı sağlanmasıdır. Bu ise, İller Bankası Kanalıyla Turizm Endüstrisini Teşvik Fonu adı altında bir kredi kaynağı yaratılmasıyla gerçekleştirilmeye çalışılmıştır.

Turizm Endüstrisi'ni Teşvik Kanununu bir yıl sonra çıkaran 6224 sayılı Yabancı Sermaye Yatırımlarını Teşvik Kanunu'nu takip ederek, yabancı sermayenin de turizm alanına girişinin kolaylaştırılmasına gayret edilmiştir.

Bu dönemde turizm endüstrisini geliştirme yönünde önemli diğer bir adımda, 23.06.1955 tarihinde Türkiye Turizm Bankasının kurulmasıyla Turizm Endüstrisinin Teşvik Kanunu ile öngörülmeyen, ancak turizm faaliyetlerinin finansman ihtiyacının karşılanması için gerekli olan uzman bir kredi kurumunun yaratılması idi. Finansman ihtiyacının giderek artması ve Bankanın turizm endüstrisinde düzenleyici bir görevi de yerine getirilmesi gereğinin duyulması üzerine 4.5.1960 tarihli ve 7470 sayılı kanunla Türkiye Turizm Bankasının yerin geçmek üzere TC Turizm Bankası kurulmuştur. Bankanın bir diğer önemli görevi de yatırımlar yaparak yeni turistik tesisler kurmaktır.

1950-1960 dönemi içinde turizmle ilgili başka bir yasal düzenleme ise, Basın-Yayın ve Turizm Genel Müdürlüğünün 25 Kasım 1957'de Basın-Yayın ve Turizm vekâleti adı

altında Bakanlığa dönüştürülmesidir. Bakanlık 1963 yılında yeni bir düzenlemeyle Turizm ve Tanıtma Bakanlığı adını almıştır. Böylece kamu sektörü olarak turizm politikası Turizm ve Tanıtma Bakanlığa tarafından yürütülmeye başlanmıştır. Nitekim Turizm ve Tanıtma Bakanlığının kuruluş amacı şöyle açıklanmıştır. “Turizmi Milli Ekonominin verimli sektörü haline getirmek için yurdun turizmle ilgili bütün imkanlarını değerlendirir, turizmle ilgili bütün işleri yapar, yaptırır, koordine eder, devletler-milletlerarası çalışmalara katılır ve turizm hizmetleri ile ilgili milletlerarası kuruluşlara işbirliği yapar; ülkenin tarihi yörelerine tanıtıcı yayınlar yapar, memleketi tanıtmaya yarayan her türlü çalışmayı yürütür.

II. PLANLI DÖNEMDE TURİZMİN EKONOMİK YÖNDEN İNCELENMESİ ve ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ

Turizmle ilgili bakanlığın kendisine kanunla verilen işleri başarı ile yürütülmesi için, turizm faaliyetlerini temel, değişmez, sürekli ve istikrarlı ilkelere dayanması gereklidir. Sistemli bir politika, turizmde Türkiye’yi başarıya götürür. Fakat Turizm Bakanlığı Bütçe müzakere zabıtları, 5 yıllık planlar, günlük gazetelerin bu konudaki şikayetleri ve diğer Akdeniz ülkeleriyle yapılan istatistiki karşılaştırmalar yapılan veyahut oluşturulan planların hedeflerine istikrarlı bir şekilde varmadığını göstermektedir.⁵⁷

Turizm; Milli Ekonomiye katkısı, Dış ödemeler dengesine olumlu etkisi ve sosyo-kültürel gelişmeye yararları yönünden ülkemizde alternatifi bulunmayan bir sektör olarak kabul edilmektedir.⁵⁸

Bir ülkenin ekonomik kalkınmasını yönlendiren ve ödemeler dengesinde olan önemli katkıları, döviz miktarının sağlanması, turizm gelirlerinin artırılması ancak sağlıklı ve istikrarlı bir planlamayla mevcut olacaktır.

⁵⁷ M. Zeki Dinçer., a.g.e, s.101

⁵⁸ D.P.T. Yeni Strateji ve Kalkınma, Yayın no: 1273, Başbakanlık Basımevi, Ankara, 1983, s.342

a. 1963-1967 I.B.Y.K.P'nında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi

1963-1967 yıllarını kapsayan Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı ile Türkiye'nin ödemeler dengesi açığının kapatılması için turizmden daha fazla yararlanılmaya çalışılmıştır. Ülkeye daha fazla turist çekebilmek ve ülkenin turistik değerlerini geliştirmek amacıyla, yatırıma, tanıtıma ağırlık verilmesi ve turizm sektörünün alt dallarının canlandırılması öngörülmüştür. Ancak ülke kaynaklarının sınırlı olması nedeniyle, turizm yatırımlarının turizm potansiyeli yüksek alanlarda yoğunlaştırılması benimsenmiştir.⁵⁹

1. Beş yıllık plânda öngörülen temel ilke, yılda %12 artan turist sayısının, yapılacak yatırımlar ve propaganda çalışmaları ile %20'ye, turistlerin ortalama kalış sürelerinin 4 günden 6 güne ve ortalama harcamalarının 60 dolardan 100 dolara çıkarılması, Turizm tesis yatırımlarının özel sektör tarafından, alt yapı yatırımlarının ise kamu sektörü tarafından yapılması, Marmara, Ege ve Antalya bölgelerinin öncelikle ele alınması turizm politikalarının ilkeleri olarak belirtilmiştir.⁶⁰

I. Planda tanımlanan hedefler ilk 3 yılda genel olarak gerçekleşmişlerse de, öngörülen tedbirler, uygulamadaki aksaklıklar nedeni ile zamanında alınamamıştır. Beklenen talep artışı gerçekleşmiş, planda 1967 yılı için turist sayısı 415.000.000 kişi öngörülmüş, 1967 yılında Türkiye'ye gelen yabancı sayısı 574.055 kişi olmuş ve plan hedefi aşılmıştır.

1967 yılı için öngörülen yabancı sayısına 1966 yılında yaklaşık olarak erişilmiştir. 1966 yılında gerçekleşen yabancı sayısı 440.534'ü bulmuştur. 1963 yılında 198.841 olan yabancı sayısı 1967 yılında %189'luk bir artışla 574.055 kişiye ulaşmıştır. I. B.Y.K.P için yıllık gerçekleştirme oranı %117.3 ve toplam gerçekleştirme oranı ise %121.3'tür. I. Planlı dönemde yurt dışına çıkan vatandaşlar 41.843 kişi iken %211'lik bir artışla plan dönemi sonunda 130.140 kişiye ulaşmıştır IMF tanımına göre, 1963'te

⁵⁹ İsmet Kaya, a.g.e., s.106

⁶⁰ D.P.T., Kalkınma Planı Birinci Beş Yıl 1963-1967, Başbakanlık Devlet Matbaası, Ankara, Ocak 1963, s.425

7.659.000 olan gelirler, 1967 yılında %72.6'lık bir artışla 13.219.000 dolara ulaşmıştır. Turizm Gelirleri için plan döneminde toplam gerçekleşme oranı %44'tür. I Plan dönemi başında 20.511.000 dolar olan turizm giderleri ise dönem sonunda %30.7 artış göstererek 26.813.000 dolara ulaşmıştır. ⁶¹

Bu dönem içinde toplam gerçekleşme oranı %102'dir. Yabancı başına ortalama harcama, I. Plan döneminde toplam olarak %36,2 oranında gerçekleşerek, plan hedeflerin altında kalmıştır. Toplam turizm yatırımlarının en düşük gerçekleşme oranı 1963 yılında oluşmuştur. Birinci plan dönemindeki yatırımların, programlar açısından gerçekleşme oranı %57.6'dır. Genel olarak I.B.Y.K.P,'nın ödemeler dengesi üzerinde mobilitesini artırmak için kısmi bir takım tedbirlerde alınmıştır. Bu tedbirler; ⁶²

- Teşkilatın kurularak, Türkiye'nin bütün turizm işlerinin gereken yetki ve imkanlarla düzenli olarak yürütülmesi,
- Yabancı turist çekmek için turistik çalışmaların yoğunlaştırılması, turist eğilimleri araştırmalarına dayanılarak bu konuda deneyimli yabancı reklam kuruluşları ile işbirliğinin sağlanması,
- Turistik tesislere yeterli ve turizm endüstrisinin gereklerine uygun kredilerin verilmesi,
- Turizmi teşvik edici, geliştirici nitelikte hükümlere, gümrük ve vergi mevzuatında, diğer yasa ve tüzüklerde yer verilmesi,
- Turizm eğitimi ve öğretimi konusunda etkili çalışmaların başlatılmasıdır.

1963-1967 yıllarını kapsayan Birinci Beş Yıllık Kalkınma planı döneminde Türkiye'nin elde ettiği 2 milyon dolarlık döviz miktarının sadece %2'lik bölümünü dış turizm gelirleri oluşturmaktadır. Bu dönemin toplam döviz girdileri içinde; ihracat gelirleri % 81, işçi dövizleri girdileri %10.3, diğer döviz girdileri ise % 6.5'luk bir paya sahiptir. ⁶³

⁶¹ Mehmet Özdemir, a.g.e., s.108

⁶² Turgut Var, Planlı Dönemde Turizm Politikamız, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, No71, Ankara, 1970, s.36

⁶³ Pembegül Çakır, Türkiye'nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler Dengesine Katkısının Analizi, Doktora Tezi, Eskişehir, 1996, s.127

Türkiye ekonomisi, Birinci Beş Yıllık Kalkınma planı döneminde (1963-1967) toplam 3.5 milyar dolarlık döviz çıktısına sahne olmuştur. Bunun yüzde 89.8'lik kısmı ithalattan, yüzde 3,4'lük kısmı turizmden, yüzde 4'lük kısmı dış borç faiz ödemelerinden, yüzde 28'lik kısmı da diğer giderlerden kaynaklanmıştır.

YILLAR	PLAN HEDEFİ	TOPLAM YABANCILAR	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	200.000	198.841	99.4
1964	240.000	226.347	95.6
1965	288.000	361.758	125.6
1966	345.000	440.534	127.7
1967	415.000	574.055	138.3
I. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	1.488.000	1.804.535	121.3
1968	588.000	602.996	102.6
1969	735.000	694.229	94.5
1970	920.000	724.784	78.8
1971	1.150.000	926.301	80.5
1972	1.435.000	1.034.995	72.1
II. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	4.828.000	3.983.023	82.5
1973	1.243.000	1.341.527	107.9
1974	1.404.000	1.110.298	79.1
1975	1.586.000	1.540.904	97.2
1976	1.792.000	1.675.846	93.5
1977	2.026.000	1.661.416	82.0
III. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	8.051.000	7.329.991	91.0
1978	1.910.000	1.644.177	86.1
1979	2.178.100	1.523.658	70.0
1980	2.461.300	1.288.060	52.3
1981	2.756.600	1.405.311	51.0
1982	3.087.700	1.391.717	45.1
1983	3.458.300	1.625.099	47.0
IV. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	13.942.000	7.233.845	51.9
1984	1.800.000	2.117.094	117.6
1985	2.000.000	2.614.924	130.7
1986	2.000.000	2.391.085	119.5
1987	2.400.000	2.855.546	119.0
1988	2.700.000	4.172.727	154.5
1989	3.000.000	4.459.151	148.6
V. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	12.300.000	16.493.433	134.1
1990	5.410.000	5.359.308	99.1
1991	5.850.000	5.517.897	94.3
1992	6.330.000	7.076.096	111.8
1993	6.840.000	6.500.638	95.0
1994	7.400.000	6.670.618	90.1
VI. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	31.830.000	31.124.557	97.8
1995	7.750.000	7.726.886	99.7
1996		8.614.085	
1997		9.689.004	
2000	15.000.000		
VII. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI			

Kaynak: 1963-1971 DİE, 1972-1997 Emniyet Genel Müdürlüğü, Ankara, 1997

b. 1968-1972 II. B.Y.K.P'nında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi

1968-1972 yılları arasındaki II. Beş Yıllık Kalkınma Planında, turizmin ekonomik ve sosyal fonksiyonlarından tam olarak istifade etmek, turist sayılarını ve turizm gelirlerini arttırmak başlıca hedeflerdendir. Bu dönemde turizm yatırımları kitle turizmine paralel olarak amaçlanmaktadır.⁶⁴

II. B.Y.K.P ile özellikle dış turizm gelirleri, yabancı turist sayısı ve ortalama tüketimlerinin araştırılması ve iç turizm hareketlerinin geliştirilmesi, turizm yatırımlarının turistik potansiyelinin yüksek bölgeler içindeki belli yörelerde yoğunlaştırılması, kitle turizmine uygun konaklama ve ulaşım olanaklarının sağlanması ve bu yatırımların kredi yolu ile mali ve hukuki tedbirlerle desteklenerek, fiziki plâna göre yapılmalarının gerçekleştirilmesi, sektördeki fiyat politikasının uluslararası rekabet şartlarına göre düzenlenmesi, sektördeki örgütlemenin yeniden düzenlenmesi, kredi politikasına yeni bir yön verilmesi, turistik yatırımların özel sektör tarafından yapılması, alt yapı tesislerinin ve buna yardımcı imkanları ile örnek tesislerin kamu sektöründe ele alınması II. B.Y.K.P'nin hedefleri arasındadır.⁶⁵

II. Plan dönemi başında ülkemize giren yabancı sayısı 602.996 kişi iken plan dönemi sonunda %71.6 oranında bir artışla 1.034.995 kişiye ulaşmıştır ve bu dönem için toplam gerçekleşme oranı %82.5 olmuştur. Yurt dışına çıkan vatandaşlar ise 1963 yılına göre %385'lik bir artışla, 1972 yılında 904.605 kişiye ulaşmıştır.

IMF tanımına göre; II. Plan dönemi başında 24.082.000 dolar olan turizm gelirleri %330'luk bir artışla dönem sonunda 103.731.000 dolara ulaşmıştır ve bu dönem için de toplam gerçekleşme oranı %66.1 olmuştur. 1968 yılında 33.409.000 dolar olan turizm giderleri ise 1972 yılında %77.5 oranında bir artış göstererek 59.320.000 dolara ulaşmıştır. Dönem için toplam gerçekleşme oranı %81.7 olmuştur. 1970 yılında turizm gelirleri 51.6 milyon dolara yükselerek ilk defa 47.6 milyon dolar olan turizm giderlerini aşmış ve Türkiye bu yılda döviz üretici durumuna gelmiştir. II. B.Y.K.P'nin da yabancı başına ortalama harcama, dönem başında 40.0 dolar iken %150'lik bir artışla

⁶⁴ İsmet S. Barutçugil, Turizm İşletmeciliği, Uludağ Üniversitesi Basımevi, Mayıs, 1984, s.199

⁶⁵ D.P.T., Kalkınma Planı İkinci Beş yıl 1968-1972, s.593

dönem sonunda 100.2 dolara ulaşmıştır. Bu dönem için toplam gerçekleşme oranı %80.1 ile plan hedeflerinin altında kalmıştır. ⁶⁶

Tablo 8

PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİRLERİ

YILLAR	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN GELİR	DEĞİŞİM ORANI (%)	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	13.0	-7.37	-	59.2
1964	18.0	8.3	7.8	46.1
1965	25.0	13.8	66.3	55.2
1966	35.0	12.1	-12.3	34.6
1967	48.0	13.2	9.1	27.5
I. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	139.0	55.1	-	39.6
1968	45.0	24.1	82.6	53.6
1969	55.0	36.6	51.9	66.5
1970	77.0	51.6	41.0	67.0
1971	110.0	62.9	21.9	57.2
1972	135.0	103.7	64.9	76.8
II. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	422.0	278.9	-	66.1
1973	90.0	171.5	65.4	190.6
1974	108.0	193.7	12.9	179.4
1975	129.6	200.9	3.7	155.0
1976	155.5	180.5	-10.2	116.1
1977	186.6	204.9	13.5	109.8
III. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	669.7	951.5	-	142.1
1978	248.4	230.4	12.4	92.8
1979	315.8	280.7	21.8	88.9
1980	369.2	326.7	16.4	88.5
1981	454.8	381.3	16.7	83.8
1982	586.7	370.3	-2.9	63.1
1983	691.6	411.1	11.0	59.4
IV. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	2.415.1	1.770.1	-	73.2
1984	542.4	840.0	104.3	185.7
1985	510.0	1.482.0	76.4	290.6
1986	579.2	1.215.0	-18.0	209.8
1987	661.6	1.721.1	41.7	260.1
1988	759.4	2.355.3	36.8	310.2
1989	878.0	2.556.5	8.5	291.2
V. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	3.388.2	9.329.9	-	275.4
1990	3.306.9	3.225.0	26.1	97.4
1991	3.757.9	2.654.0	-17.7	70.6
1992	4.270.5	3.639.0	37.1	85.2
1993	4.853.0	3.959.0	8.8	81.6
1994	5.514.0	4.321.0	9.1	78.4
VI. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	21.702.3	17.798.0	-	82.0
1995	4.500.0	4.957.0	14.7	110.2
1996		5.962.1	20.3	
1997		8.088.5	35.7	
2000	12.000.0			
VII. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI				

Kaynak: 1963-1971 Devlet İstatistik Enstitüsü
1972-1997 Emniyet Genel Müdürlüğü
Turizm İstatistikleri Bülteni - 1997

⁶⁶ D.P.T., Kalkınma Planı İkinci Beş yıl 1968-1972, s.593

Türkiye'nin toplam döviz girdileri İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972) döneminde birinci plana göre %82.9'luk artış göstermiş ve 5.2 milyar dolara ulaşmıştır. Toplam döviz gelirlerinin %60'lık payı ihracat geliri, yüzde 5,3'lük kısmı dış turizm geliri, yüzde 32,8'lik kısmı işçi döviz geliri, kalan yüzde 1.8'lik payı da diğer döviz gelirleridir. Bir önceki döneme göre bu dönemde, ihracat gelirleri yüzde 41.1 oranında artarken, turizm gelirleri 4.1 kat, işçi gelirleri de yaklaşık 5 kat artmıştır.

Türkiye'nin toplam döviz çıktıları İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972) döneminde birinci plan dönemine göre yüzde 68.6 oranında artmış ve 6 milyar dolar seviyesine ulaşmıştır. Toplam döviz çıktılarının yüzde 87,3'lük kısmı ithalat gideri, yüzde 3,7'lik kısmı dış turizm gideri, yüzde 3.8'lik kısmı dış borç faiz ödemesi, geriye kalan yüzde 5,2'lik kısmı da diğer döviz çıktılarıdır. Birinci plan dönemine göre bu dönemde; ithalat giderleri yüzde 64 oranında, turizm giderleri yüzde 86,7 oranında, faiz ödemeleri de yüzde 60.1 oranında artmıştır.⁶⁷

c. 1973-1977 3. B.Y.K.P'ında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi

3. Plan döneminde; turizmde çalışan ve çalışacak olan işgücünün eğitilmesi, düzensiz yerleşmenin önlenmesi, sosyal turizme önem verilmesi, yatırımların, tanıtma faaliyetlerinin, sektörün tüm organizasyonunun ve kamu denetiminin kitle turizminin esaslarına uygunluğu sağlanacaktır. Turizm yatırım ve işletmeciliğinde dış ve iç turizm talebine uygun biçimde özel sektör esas alınacaktır. Kamunun yatırımı ve işletmeciliği öncü ve örnek tesislere veya yabancı yatırımlara özel milli sektörün kifayetsizliği ölçüsünde eşlik amacına yönelecektir.⁶⁸ Fiziksel Planlama çalışmalarına devam edilecek ve turizm alt-üst yapı yatırımlarının fiziksel planlara uygun olarak yapılması sağlanacaktır.

⁶⁷ Pembegül Çakır, a.g.e, s.128

⁶⁸ D.P.T Yeni Strateji ve Kalkınma Planı Üçüncü Beş Yıl 1973-1977, Yayın No: DPT 1272 Başbakanlık Basımevi, Ankara 1973, ss.620-621

III. plan hedefi olarak da, Türkiye'ye gelecek turist sayısında ve yurt dışına gidecek vatandaş sayısında yılda ortalama %13, turizm gelirlerinde %20, giderlerinde ise %13 oranında artış olacağı tahmin edilmiştir.

III. B.Y.K.P dönemi başında yaklaşık 72.000 yatak olan konaklama tesisleri kapasitesinin dönem sonunda 126.000 yatağa çıkarılması hedef alınmıştır. Gerek bu kapasitesinin yaratılması gerek alt yapı için toplam yatırım ihtiyacının 1971 yılı fiyatları ile 4.5 milyar TL olacağı tahmin edilmiştir.

Tablo 9

TÜRKİYE'NİN DÖVİZ GİRDİLERİ (Milyon Dolar)

Yıllar	İhracat Gelir.	Turizm Gel.	İşçi Gel.	Diğer Döviz Girdileri	Toplam Döviz Girdileri
I. PLAN					
1963	368	8	-	38	414
1964	411	8	9	66	494
1965	464	14	70	23	571
1966	590	12	115	20	637
1967	523	13	93	35	664
TOPLAM	2.526	55	287	182	2.780
II. PLAN					
1968	496	24	107	29	656
1969	537	37	141	8	723
1970	588	52	273	22	935
1971	677	63	471	8	1.219
1972	885	104	740	30	1.759
TOPLAM	3.183	280	1.732	97	5.292
III. PLAN					
1973	1.317	172	1.183	110	2.782
1974	1.532	194	1.426	249	3.401
1975	1.401	201	1.312	553	3.467
1976	1.960	181	982	552	3.675
1977	1.754	205	982	476	3.416
1978	2.288	234	983	432	3.937
TOPLAM	7.963	953	5.885	1.940	16.741
IV. PLAN					
1979	2.261	281	1.694	591	4.827
1980	2.910	327	2.071	683	5.991
1981	4.701	381	2.490	1.005	8.577
1982	5.746	370	2.187	1.872	10.175
1983	5.905	420	1.513	1.913	9.751
1984	7.389	548	1.807	2.141	11.885
TOPLAM	21.523	1.779	9.955	6.064	39.321
V. PLAN					
1985	8.255	1.094	1.714	2.358	13.421
1986	7.583	950	1.634	2.630	12.797
1987	10.322	1.476	2.021	3.110	16.929
1988	11.929	2.355	1.776	4.073	20.133
1989	11.771	2.557	3.040	5.080	22.448
TOPLAM	39.060	8.432	10.185	17.251	85.728
VI. PLAN					
1990	13.026	3.225	3.246	6.980	26.477
1991	13.667	2.654	2.819	8.966	28.106
1992	14.891	3.639	3.008	7.863	29.401
1993	15.345	3.959	2.919	8.678	30.901
1994	18.106	4.321	2.627	7.835	32.889
TOPLAM	75.035	17.798	14.619	40.322	147.774

Kaynak: Beş Yıllık Kalkınma Planları ve Ekonomik Raporlardan yararlanılarak hazırlanmıştır.

III. Plan dönemi başında Türkiye'ye gelen yabancı sayısı plan hedeflerini aşarak 1.341.527 kişi olmuştur. 1974 yılında ise ülkeye giren yabancılarda bir önceki yıla göre %17'lik bir azalma gözlenmektedir. 1974 yılında Türkiye turizmi açısından önem taşıyan OECD ülkelerinde görülen %15.5 dolayındaki enflasyon yanında, yaygınlaşan ekonomik durgunluk, turizm hareketlerinin de yavaşlamasına yol açmıştır. Bu durum 1975 yılının ilk yarısında gelen yabancılar sayısının önceki yıllara göre daha yavaş artması biçiminde Türkiye'ye yansımıştır. 1974 yılında gerek dünyadaki olumsuz gelişmeler gerekse siyasi olaylar nedeni ile Türkiye'ye gelen yabancı sayısındaki artışın yavaşlaması 1975 yılında da devam etmiştir.

1973 yılında çıkan vatandaş sayısı 1.004.821 kişi iken 1975 yılında %39'luk bir artışla 1.397.425 kişiye ulaşmıştır. IMF tanımına göre turizm gelirleri dönem başında 171.477.000 dolar iken %17.1'lik bir artışla 1975 yılında 200.861.000 dolara ulaşmıştır.

Turizm giderleri ise, dönem başında 93.013.000 dolar iken 1975 yılında %66.6 oranında artış göstererek 154.954.000 dolara ulaşmıştır. Toplam turizm yatırımları, 1973 yılında konulan plan hedefini aşarak %100.2 oranında gerçekleşmiş, 1974 yılında ise plan hedefleri altında kalarak %90.0 oranında gerçekleşmiştir. 1975 yılı için gerçekleşme oranı %90.5 olmuştur. Yabancı başına ortalama, üçüncü plan döneminin ilk üç yılında hedefleri aşarak sırası ile %176.6., %227 ve %159,6 oranında gerçekleşmiştir.⁶⁹

III. Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1973-1977), toplam 16.7 milyar dolarlık döviz girdisi temin edilmiştir. Bu bir önceki döneme göre yaklaşık 3 katlık bir artış ifade etmektedir. Toplam girdinin %48'ini ihracat gelirleri, yüzde 6'sını turizm gelirleri, yüzde 37'sini işçi gelirleri, geriye kalan yüzde 69'unu da diğer girdiler oluşturmaktadır. Bu dönemde ihracat gelirleri yaklaşık 0.5 kat, turizm gelirleri yaklaşık 2.5 kat artmış bulunmaktadır.

⁶⁹ M. Özdemir, *a.g.e.*, s.110

Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde (1973-1977), yurt dışına çıkan döviz miktarı 24.5 milyar dolardır. Bir öncesi döneme göre 4 katlık bir artış ifade eden bu dövizin yüzde 90.8'lik kısmı ithalattan, yüzde 3,7'lik kısmı turizmden, yüzde 3,5'lik kısmı faiz ödemelerinden, yüzde 2'lik kısmı da diğer çıktılardan kaynaklanmıştır. Çıktı kalemleri itibariyle artış oranları ithalata 4 kat, turizm ve faiz ödemelerinde 3 kat olmuştur.

Tablo 10
TÜRKİYE'NİN DÖVİZ ÇIKTILARI

Yıllar	İhracat Gider.	Turizm Gider.	Faiz Giderleri	Diğer Döviz Çıktıları	Toplam Döviz Çıktıları
I. PLAN					
1963	688	21	24	8	741
1964	537	22	31	14	604
1965	572	24	28	22	646
1966	718	26	28	23	795
1967	685	27	32	34	778
TOPLAM	3200	120	143	101	3564
II. PLAN					
1968	764	33	34	47	878
1969	801	42	39	50	937
1970	948	48	47	63	1.106
1971	1.171	42	47	68	1.328
1972	1.563	59	62	82	1.766
TOPLAM	5.247	224	229	310	6.015
III. PLAN					
1973	2.086	93	59	59	2.297
1974	3.778	152	102	88	4.120
1975	4.739	143	124	346	5.352
1976	5.128	194	217	421	5.960
1977	5.796	253	320	477	6.846
1978	4.599	71	489	273	5.432
TOPLAM	21.527	835	822	1.391	24.575
IV. PLAN					
1979	15.069	95	546	303	6.013
1980	7.909	115	668	509	9.201
1981	8.933	103	1.193	400	10.629
1982	8.734	109	1.465	925	11.233
1983	8.895	128	1.441	1.115	11.579
1984	10.331	277	1.5186	1.098	13.292
TOPLAM	39.540	550	5.313	3.252	48.655
V. PLAN					
1985	11.230	324	1.753	1.122	14.429
1986	10.664	313	2.134	1.214	14.325
1987	13.551	448	2.387	1.349	17.735
1988	13.706	358	2.7989	1.674	18.534
1989	15.972	565	2.907	2.038	21.482
TOPLAM	65.123	2.008	11.980	7.397	86.505
VI. PLAN					
1990	22.581	520	3.264	2.737	29.102
1991	21.007	592	3.430	2.829	27.848
1992	23.082	776	3.217	3.269	30.344
1993	29.428	934	3.574	3.321	37.256
1994	23.270	866	3.923	3.147	31.206
TOPLAM	117.368	3.688	17.408	15.293	155.756

Kaynak: Beş Yıllık Kalkınma Planları ve Ekonomik Raporlardan yararlanılarak hazırlanmıştır.

d. 1979-1983 4.B.Y.K.P'nında Turizmin Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi

IV. Beş yıllık plan döneminde ülkemize toplam 17.925.000 kişinin geleceği, toplam geceleminin IV. plan döneminde 150.040.000 olması, IV plan döneminde toplam 3.917.735.000 dolar turizm geliri, 970.000.000 dolar turizm gideri olması, iç turizm açısından yerli turist sayısının IV. plan döneminde 24.300.000 kişi olacağı, toplam gecemelerin ise 243.000.000 olması, yine bu dönemde iç turizm gelirlerinin 18.225 milyon TL olması, Türkiye'ye gelecek yabancıların %35'inin karayolu, %31'inin denizyolu, %29'unun havayolu ve %5'inin demir yoluyla ülkemize gelmesi 4. Beşyılılık kalkınma planlarının genel hedef ve ilkelerindedir. Ayrıca; IV plan döneminde yatak başına personel arttırılacak ve turizm eğitimi yaygınlaştırılacaktır. Yatak başına ortalama 0.60 kişi hesabıyla, IV plan döneminin her yılı için 29.500 kişiye ek istihdam olanağı hedeflenmiştir.⁷⁰

4. planda, sektörün işleyişi öncelikle kitle turizmi ilkesine göre düzenlenecektir. Kitle turizmi, özellikle turistik önceliğe olan yörelerde, ülkenin altyapı ve turistik üst yapısı kitle turizminin gereklerini karşılayacak düzeye gelinceye kadar bireysel turizm ile kitle turizmi bir arada değerlendirilecektir.⁷¹

4. plan döneminde Türkiye'nin elde ettiği toplam döviz girdileri bir önceki döneme göre 1.5 kat artarak 39.3 milyar dolara ulaşmıştır. Bu dönemde elde edilen döviz girdilerinin, % 54,7'sini ihracat gelirleri, % 4,5'ini dış turist gelirleri, % 25,3'ünü işçi gelirleri, %15,4'ünü de diğer gelirler oluşturmaktadır. Dış turizm gelirlerinin bir önceki döneme göre artış oranı % 86,7 seviyesinde gerçekleşmiştir.

4. plan döneminde Türkiye'den çıkan toplam döviz miktarı, bir önceki döneme göre 1 kat artarak, 48,6 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Bu dövizin, % 81,3'ünü ithalat giderleri, %1,1'ini turizm giderleri, %10,9'unu faiz ödemeleri, %6,7'sini diğer giderler

⁷⁰ D.P.T., Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1979-1983, Yayın No: D.P.T: 1664, Ankara, Nisan, 1979, s.431

⁷¹ D.P.T., Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı 1978-1983, s.432

oluşturmaktadır. Turizm giderleri, bir önceki döneme göre % 37.3 seviyesine gerilmiştir.⁷²

Tablo 11
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GİDERLERİ

YILLAR	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN GİDER	DEĞİŞİM ORANI (%)	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	20.0	20.5	-	102.5
1964	21.0	21.8	6.3	103.8
1965	23.0	24.3	11.5	105.7
1966	25.0	26.3	8.2	105.2
1967	28.0	26.8	1.9	95.7
I. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	117.0	119.7	-	102.3
1968	45.0	33.4	24.6	74.2
1969	50.0	42.2	26.3	84.4
1970	55.0	47.7	13.0	86.7
1971	60.0	42.2	-11.5	70.3
1972	65.0	59.3	40.5	91.2
II. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	275.0	224.8	-	81.7
1973	62.2	93.0	56.8	149.5
1974	70.2	151.8	63.2	216.2
1975	79.3	155.0	2.1	195.5
1976	89.6	207.9	34.1	232.0
1977	101.6	268.5	29.1	264.3
III. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	402.9	876.2	-	217.5
1978	183.1	102.5	61.8	56.0
1979	188.6	95.1	-7.2	50.4
1980	196.5	114.7	20.6	48.4
1981	204.8	103.3	-9.9	50.4
1982	214.0	108.9	5.4	50.9
1983	223.6	127.3	16.9	56.9
IV. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	1.027.5	549.3	-	53.5
1984	142.4	276.8	117.4	194.4
1985	466.3	323.6	16.9	194.6
1986	197.1	313.6	-3.1	159.1
1987	235.0	447.7	42.8	190.5
1988	281.4	358.0	-20.0	127.2
1989	338.0	565.0	57.8	167.2
V. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	1.217.8	2.007.9	-	164.9
1990	521.2	520.0	-8.0	99.8
1991	617.4	592.0	13.8	65.9
1992	731.3	776.0	31.1	106.1
1993	866.2	934.0	20.4	107.8
1994	1.026.0	866.0	-7.3	84.4
VI. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	3.762.1	3.668.0	-	98.0
1995	900.0	912.0	5.3	101.3
1996		1.265.0	38.7	
1997		1.716.0	35.7	
2000	1.850.0			
VII. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI				

Kaynak: 1963-1978 MALİYE BAKANLIĞI
1979-1997 MERKEZ BANKASI

⁷² Çakır, a.g.e, s.130

e. 1985-1989 5.B.Y.K.P'nında Turizm Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi

5.B.Y.K.P'nında genel hedefler şunlardır;

- Dış turizm gelirlerinde yılda ortalama yüzde 14.2 giderlerinde ise %18.9 artışla V. Plan dönemi sonunda, 540 milyon dolarlık net döviz geliri sağlanması hedef alınmıştır.
- Dönem sonunda Türkiye'ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısı yılda yüzde 10.8 artışla 3 milyon kişi, yurt dışına gidecek vatandaş sayısının ise yılda ortalama %35 artışla 2 milyon 500 bin kişi dolayında olacağı tahmin edilmektedir.
- Belgeli konaklama tesisleri kapasitesinin, inşa halindeki tesislerin yaratacağı ilave 38.000 yatak ile V. Plan dönemi sonunda 100.000 yatağa ulaşması beklenmektedir.
- İlke ve politikalar;
- Türkiye'nin tabii, tarihi, arkeolojik ve kültürel varlığı, av ve su sporları, festivaller, sağlık ve gençlik turizmi ile mevcut diğer turizm potansiyeli, ekolojik dengeyi koruma, çevreyi temiz ve sağlıklı tutma ve güzelleştirme ilkeleri doğrultusunda değerlendirilecektir.
- Türkiye, OECD ve OPEC ülkelerin yanı sıra Balkan ve Üçüncü Dünya ülkeleri ile turistik ilişkilerini geliştirecektir.
- Kitle turizmine öncelik verilecek ancak, bireysel turizm de ihmal edilmeyecektir. Çalışanların en uygun şartlarda tatil yapmaları ve dinlenmeleri sağlanacaktır.
- Turizm hareketleri ile ilgili istatistik verilerin yetersizliği dikkate alınarak, yurda gelen yabancılar ve işçi aileleri ile yurt dışına çıkan vatandaşlar konusunda ayrıntılı ve güncel bilgilerin toplanmasında modern teknik imkanlardan yararlanılacaktır. İç turizm hareketleriyle ilgili bilgiler oluşturulmaya çalışılacaktır.
- Turizm Bankasının doğrudan yatırım yapması yerine fonların kredi olarak kullanılmasını tercih olunacaktır. ⁷³

⁷³ D.P.T., Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 1990-1994, D.P.T, Ankara, 1989, s.275

1987 yılında ise hedeflere ulaşabilmek amacıyla yapılacak ve uygulanacak tedbirleri ise şöyle sıralayabiliriz;

Turizm öncelikli yöre, yerleşim merkezlerinde gelişmesi desteklenecektir. Antalya ve İzmir havaalanlarının uluslararası yolcu taşıma faaliyetlerinin arttırılmasına çalışılacaktır, Kruvaziyer turizmin geliştirilmesi ve yaratıcılığın yaygınlaştırılması için gerekli destekler temin edilecektir. Turizm sektörünün yönlendirilmesi için ihtiyaç duyulan sınır giriş-çıkış istatistiklerinin sağlıklı ve seri olarak derlenmesi ile ilgili kuruluşlar arasında bilgi akışının temini için bilgisayar sistemi geliştirilecektir, turizm mevzuatı günün şartlarına uygun hale getirilecektir, çalışanların en uygun şartlarda tatil yapmaları ve dinlenmeleri sağlanacaktır. Turizm Bankasının kaynakları özel yatırımların verimliliğini ve hacmini arttıracak yönde kullanılacaktır. Mesleki Turizm öğretim ve eğitimi için Turizm Eğitim Merkezleri modernize edilerek, çağdaş otel işletmeciliğinin ihtiyaç duyduğu personeli yetiştirecek düzeye getirilmesi amacıyla otel-okul sistemine geçilerek, yabancı dil ağırlıklı uygulamalı eğitim yapılacaktır. ⁷⁴

Bu dönemde; toplam 85.7 milyar dolarlık döviz girdisi sağlanmıştır. Bir önceki dönemlere göre döviz girdileri %118 oranında artmıştır. Bu dönemde elde edilen döviz girdilerinin %58.2'lik kısmını ihracat gelirleri, %9.8'lik kısmı turizm gelirleri, %11.9'luk kısmı işçi gelirleri, geriye kalan %20.1'lik kısmı da diğer gelirler oluşturmaktadır.

Ülkemizin turizm giderleri, bir önceki yıla göre döviz çıktısı olarak %77,8 oranında artmış, 86,5 milyar dolar seviyesine yükselmiştir. Bu miktarın %75.3'lük kısmı ithalattan, %1.3'lük kısmı turizmden, %138'lik kısmı faiz ödemelerinden, %8,6'lık kısmı da diğer çıktılardan kaynaklanmıştır. Bu dönemde turizm giderleri 2,6 kat artmıştır. ⁷⁵

⁷⁴ Özdemir, a.g.e., s.112

⁷⁵ Çakır, a.g.e., s.130

f. 1990-1994 6. B.Y.K.P'nında Turizm Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkisi

Turizm sektöründe çalışanlar eğitmek, kapasite açığını kapatmak, Turizm ürününü çeşitlendirmeye devam etmek, charter taşımacılığını geliştirmek ve yerli tur operatörlüğünü teşvik etmek, ⁷⁶ mevcut tesislerin doluluk oranlarını arttırıcı, faaliyet mevsimini uzatıcı ve nitelik yükseltici önlemler alınacaktır, Doğal güzelliklerin ve kültürel değerlerin korunmasına öncelik verilecek, belirli sahaların korunmaya alınarak turizme açılmasının teşvik edilmesi, Turistik tesis işletmeciliği geliştirilerek, küçük kapasiteli tesisler ve aile işletmeciliğinin teşvik edilmesi, Toplumun en uygun ve sağlıklı şartlarda tatil yapılması ⁷⁷ 6. Beş Yıllık Kalkınma Planlarının genel politikalarını oluşturmaktadır. 6. Plan dönemindeki hedef ve amaçlarımız ise; V. Plan dönemi sonunda 145 bin yatak olacağı tahmin edilen belgeli konaklama tesisleri kapasitesinin, inşa halindeki ve proje aşamasındaki tesislerin tamamlanmasıyla VI. Plan dönemi sonunda 350 bin yatağı aşması beklenmektedir, Türkiye'ye gelecek turist ve ziyaretçi sayısının Plan döneminde yılda ortalama yüzde 8.2 artarak 5.0 kişiden 7.4 milyon kişiye, yurt dışına çıkacak vatandaş sayısının ise yılda ortalama %4.8 artarak 2.2 milyon kişiden 2.8 milyon kişiye ulaşacağı tahmin edilmektedir, 1989 yılında 2.910 milyon dolar olacağı tahmin edilen turizm gelirin Plan döneminde yılda ortalama %13.6 oranında artarak %18.4'lük bir artışla, 1994 yılında 1.026 milyon dolara ulaşması beklenmektedir. Böylece VI. Plan dönemi sonunda net döviz geliri 4.488 milyon dolar olacaktır.

⁷⁶ Halil Can, Semih Güner, Açıklamalı – İctihatlı Turizm Hukuku ve Mevzuatı, Ağustos, 1992

⁷⁷ D.P.T., Altıncı Beş yıllık Kalkınma Planı 1990-1994, Yayın No: DPT: 2174, Ankara, 1989, s.281-183

Tablo 12
PLAN HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM GELİR-GİDER DENGESİ

YILLAR	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN GİDER	DEĞİŞİM ORANI (%)	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	-7.0	-12.8	-	-
1964	-3.0	-13.5	-	-
1965	2.0	-10.5	-	-
1966	10.0	-14.2	-	-
1967	20.0	-13.6	-	-
I. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	22.0	-64.6	-	-
1968		-9.3	-	-
1969	5.0	-5.6	-	-
1970	22.0	3.9	-	17.7
1971	50.0	20.7	430.8	41.4
1972	70.0	44.4	114.5	63.4
II. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	147.0	54.1	-	36.8
1973	27.8	78.5	76.8	282.4
1974	37.8	41.98	-46.6	110.8
1975	50.0	45.9	9.5	91.3
1976	65.9	-27.4	-	-41.6
1977	85.0	-63.6	-	-74.8
III. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	266.8	75.3	-	-
1978	65.3	127.9	-	195.9
1979	127.2	185.6	45.1	145.9
1980	172.7	212.0	14.2	122.8
1981	250.0	278.0	31.1	111.2
1982	372.7	261.4	-6.0	70.1
1983	468.0	283.8	8.6	60.6
IV. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	1.390.6	1.220.8	-	-
1984	310.0	563.2	98.4	181.7
1985	343.7	1.158.4	105.7	337.0
1986	382.1	901.4	-22.2	235.9
1987	426.6	1.273.4	41.3	298.5
1988	478.0	1.997.3	56.8	417.8
1989	540.0	1.991.5	-0.3	368.8
V. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	2.170.4	7.322.0		-
1990	2.785.7	2.705.0	35.8	97.1
1991	3.140.5	2.062.0	-23.8	65.7
1992	3.539.2	2.863.0	38.8	80.9
1993	3.986.8	3.05.0	5.7	75.9
1994	4.488.0	3.445.0	14.2	77.7
VI. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI	17.940.2	14.110.0	-	78.7
1995	3.600.0	4.045.0	17.1	112.4
1996	4.900.0	4.697.0	16.1	95.9
1997		6.372.5	35.7	
2000	10.150.0			
VII. BEŞ YILLIK PLAN TOPLAMI				

Kaynak: 1963-1978 MALİYE BAKANLIĞI

1979-1997 MERKEZ BANKASI

Turizm İstatistikleri Bülteni, Ankara, 1997

6 Beş Yıllık kalkınma Planında, plan hedeflerdeki turizm politikaların istikrarlı bir şekilde gerçekleştirilmesi şarttır. Özellikle sözü edilen plan dönemi sonunda yatak kapasitesi yaklaşık %81.5 artmıştır. Bu, bize turizmden kaynaklanan çevresel zorlamaları ve bunların sonucu olarak ek altyapı gereksinimlerinin hangi seviyede olduğunu göstermektedir. Bu yüzden mevcut tesislerin iyileştirilmesi çevreyi zorlayacak yatırımlardan kaçınılmasını sağlayacaktır. Örneğin, mevcut belediye belgeli konaklama tesislerinin yenileme yatırımları ile turizm belgeli tesisler haline getirilmesi akılcı bir politika olarak yatak kapasitesinin de artmasını sağlayacaktır. ⁷⁸

1990-1994 yıllarını kapsayan Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı döneminde elde edilen döviz girdisi 147.7 milyon dolar seviyesindedir. Bu miktarın %50.7'lik kısmı ihracat gelirleri, %12'lik kısmını turizm gelirleri, %9'luk kısmını işçi gelirleri, %27'lik kısmını da diğer gelirler oluşturmaktadır.

6. Plan döneminde yurt dışına çıkan döviz miktarı 155.7 milyar dolardır. Bunun %76.6'lık bölümü ithalat giderleri % 2.3'lük miktarı turizm gideri, % 11.1'lik bölümü ise faiz ödemesidir. ⁷⁹

g. 1995-2000 7. B.Y.K.P'ında Turizm Amaç ve İlkeler Dahilinde Ekonomik Etkileri

7. plan döneminde amaç, ilke ve politikalar şunlardır. ⁸⁰ Yerel halkın ve turistlerin turizmden beklentilerinin karşılanması ve doğal-kültürel değerlerin zenginleştirilerek sürekliliğin sağlanması sektörün temel amaçları olduğu belirtilmektedir. Sayısal olarak şu hedeflerin gerçekleşmesi umut edilmektedir. Turizm gelirlerinin 2000 yılında 10.3 – 13.8 milyar dolar giderlerin ise 1.8 – 1.9 milyar dolar, net turizm gelirlerinin de plan dönemi sonunda 8.5 – 11.9 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmesi, ülkemize gelecek ziyaretçi sayısının plan dönemi sonunda 13-17 milyona, ülkemizden çıkacak vatandaş sayısının ise 4.5 – 4.8 milyon kişiye ulaşması ve Turizm Bakanlığında belgeli

⁷⁸ Bedriye Tunçsiper, "Bir Bölgesel Kalkınma Modeli olan Güneydoğu Anadolu Projesinde Turizm Yeri", Turizm Yılığ, 1993, T.K.B, Ankara, Ağustos 1995, s.173

⁷⁹ Çakır, a.g.e., s.131

⁸⁰ D.P.T, s.162, Kaya, a.g.e., s.141

konaklama tesisleri yatak kapasitesinin dönem sonunda 800 bin, belediye belgeli tesislerle birlikte toplam yatak kapasitesinin ise 1.3 milyon civarında olması beklenmektedir.

7. plan amaçları, ilkeleri-politikaları ise; bu plan döneminde mevcut üst yapıdan daha etkin yararlanılması ve doğal sermayenin korunmasının hedef alınmasının öngörülmesi, buna yönelik olarak, turizmin mevsimlik-coğrafi dağılımını iyileştirmek ve dış pazarda değişen tüketici tercihlerini de dikkate alarak, yeni potansiyel alanlar oluşturmak amacı ile golf, kış, yayla, dağ, termal, yat, karavan, kruvaziyer, kongre ve eğlence turizmini geliştirme faaliyetlerine devam edebileceği, turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimlerin ve halkın turizm ile ilgili kararlara katılmasının sağlanması, sektörde fiziki planların amaçlarına göre uygulanmasına özen göstermesi, talep yapısındaki yeni eğilimlere bağlı olarak, sektörde küçük ölçekli işletmelerin gelişmesine öncelik verilmesi, yerli tur operatörlerinin yaygınlaştırılmasına çalışılması, tanıtma ve pazarlama faaliyetlerinin geliştirilmesi ve uygulanması için yeni finansman kaynaklarının oluşturulmasına kamu kesiminin yanı sıra, özel sektörün katılımının da sağlanması, turizm üst yapısının yeterli bir altyapı ile bütünleşmesi için gerekli düzenleme ve teknik önlemlere ağırlık verilmesi, ATAK projesinin hızla uygulanması için gerekli düzenlemelerin yapılması, öncelikli bölgelerde mevcut ikinci konutların pazarlamasına yönelik organizasyonların geliştirilmesi 7. Plan döneminin amaçlarındandır. Bu plan dönemindeki hukuki ve kurumsal düzenlemeler ise; Turizm Bakanlığı'nın ekonomik, sosyal, teknolojik değişikliklere hızla ayak uydurabileceği Turizm Bakanlığı Teşkilat Kanununun çıkarılması, Türkiye Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları birliği yasasının günün koşullarına uygun hale getirilmesi, uluslararası pazarda rekabet gücünü koruyarak ve fiyat ayarlamalarının disiplinli bir şekilde oluşturulması, Türkiye Turistik Otelciler ve İşletmeciler birliği yasasının çıkarılması, amaçlanan düzenlemelerden bazılarıdır.

Bu plan döneminde arz kapasitesindeki hızlı artış karşısında dış talepteki artışın yetersiz kalması boş kapasitelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu plan döneminde turizmde yeni potansiyel alanların oluşturulması ve değişik turizm türlerinin geliştirilmesi, mevcut turistik alanlardaki baskıların hafifletilmesi açısından az da olsa

olumludur. Yerli tur operatörlerinin teşvik edilmesi, bu plan döneminin olumlu katkılarından. Fakat planda, iç turizme değinilmemesi büyük bir eksikliği oluşturmuştur.

7. plan döneminde özellikle dış ilişkilerde de başarılı olunmuştur. Şöyle ki, 1997 çok hareketli ve verimli bir yıl olmuştur. Hükümetler arası düzeyde; her zaman olduğu gibi samimi ve yapıcı bir işbirliği politikası uygulanarak, diğer ülkelerle akdedilen turizm anlaşmalarının sayısı arttırılmıştır. 1997 yılında Tataristan, KKTC, Bulgaristan, Polonya ve Malta ile turizm işbirliği anlaşmaları imzalanmıştır. Böylelikle Türkiye'nin turizm işbirliği anlaşmalarının sayısı 52'ye ulaşmıştır. Bu anlaşmalar ışığı altında ziyaretler karşılıklı olarak başlamıştır. Uluslararası kuruluşlarla ilişkiler düzeyinde ise, Başkanlık, Bakanlığın üyesi olduğu uluslararası kuruluşlarla, bakanlık ilgili birimleri arasında koordinasyonu sağlamak ve kendilerini ilgilendirdiği ölçüde özel sektör ve akademik çevreler bu kuruluşların faaliyetlerinden haberdar edilmekte, gerektiğinde görüşleri alınmaktadır. Üyesi olduğumuz Dünya Turizm Örgütü'nün 12. Genel Kurulu 17-24 Ekim 1997 tarihlerinde İstanbul'da ülkemizin ev sahipliğinde gerçekleştirilmiştir. 133 ülkeden 98'i Turizm Bakanı ve Ulusal Turizm İdareleri yöneticilerinden oluşan 800 yabancı delege ile 200 den fazla gazete D.T.Ö 12. Genel Kuruluna iştirak etmiştir.⁸¹

1995-2000 yılları arasında oluşturulan yedinci planda amaç, 2000 yılına kadar 15 milyona yakın bir turist sayısı ve 11 milyar dolara aşkın bir turizm geliridir. Bu rakamlar, turizm politikalarının ve projelerinin iyi biçimde geliştirilmesi ve sektörün iyi organize olmasıyla iki katına çıkabilir. Sektörde normal trendler dahilinde ülkemize giriş yapacak turist sayısı 9.8 milyon kişi ve 8.9 milyar dolar turizm geliri, 1999 yılında 10 milyon turist sayısı ve 9.3 milyar dolar turizm geliri, 2000 yılında ise 15 milyona yakın turist ve 11 milyar doları aşkın bir turizm geliri beklenmektedir. Önceki plan dönemlerindeki ekonomik göstergelerle 7. Plan dönemindeki 1996-1997 verilerini karşılaştıracak olursak, 1986 yılında turizmin GSMH içindeki payı yüz 2.1 iken bu oran, 1997 yılında 4.2'ye çıkmıştır. 1986 yılı itibariyle ihracat içinde %16 olan turizm gelirleri, 1997 yılında %30.8 ülkemize gelen turist sayısı 9.689.004 kişiye ulaşmıştır.

⁸¹ Turizm 1997, TC Turizm Bakanlığı, Dış İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Ankara, ss.16-17

Bu gelişme trendleri, turizm endüstrimizin istikrarlı bir yolda olduğunu göstermektedir.⁸²

7. plan dönemindeki gelişmeleri yıllar itibariyle belirtecek olursak;⁸³

1995 yılında; Turizm gelirlerimiz 4.9 milyar dolar, gelen yabancı sayısı 7.7 milyon kişi olmuştur. Turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı %22.9, Turizm giderlerinin ithalat giderleri içindeki payı %2.6 olmuştur.

1996 yılında; Turizm gelirimiz 5.9 milyar dolar, gelen yabancı sayısı 8.6 milyon kişi olmuştur. Turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı %25.8, turizm giderlerinin ithalat giderleri içindeki payı %3 oranındadır.

1997 yılında; Turizm geliri 8 milyar dolar, gelen turist sayısı 9.6 milyon kişi, olmuştur. Turizm gelirlerinin ihracat gelirleri içindeki payı %30.8, Turizm giderlerinin ithalat giderleri içindeki payı %3.5 oranındadır.

⁸² Türsab, "20 Milyon Turist 15 Milyar Turizm Geliri Zor Değil" değerlendirme, Ağustos, 1997, sayı 163, s.12

⁸³ Turizm İstatistikleri Bülteni, Yayın No: 1998/1

Tablo 13
TURİZM GELİR-GİDER DENGESİ VE ORTALAMA HARCAMA

YILLAR	GELİR	GELEN YABANCI SAYISI	YABANCI BAŞINA ORTALAMA HARCAMA	GİDER	ÇIKAN VATANDAŞ SAYISI	VATANDAŞ BAŞINA ORTALAMA HARCAMA	DENGE
	(1.000 %)		(%)	(1.000 %)		(%)	(1.000 %)
1963	7.659	198.841	38.5	20.511	41.833	490.3	-12.852
1964	8.317	229.347	36.3	21.807	113.083	192.8	-13.490
1965	13.758	361.758	38.0	24.310	186.520	130.3	-10.552
1966	12.134	440.534	27.5	26.329	155.293	169.5	-14.195
1967	13.219	574.055	23.0	26.813	130.140	206.0	-13.594
1968	24.082	602.996	39.9	33.409	186.449	179.2	-9.327
1969	36.573	694.229	52.7	42.231	270.417	156.2	-5.658
1970	51.597	724.784	71.2	47.738	515.992	92.5	3.859
1971	62.857	926.019	67.9	42.192	719.668	58.6	20.665
1972	103.731	1.034.955	100.2	59.320	904.605	65.6	44.411
1973	171.477	1.341.527	127.8	93.013	1.004.821	92.6	78.464
1974	193.684	1.110.298	174.4	151.797	1.186.228	128.0	41.887
1975	200.861	1.540.904	130.4	154.954	1.397.425	110.9	45.907
1976	180.456	1.675.846	107.7	207.893	1.412.391	147.2	-27.437
1977	240.877	1.661.416	123.3	266.528	1.545.801	173.7	-63.651
1978	230.398	1.664.177	140.1	102.476	1.498.345	68.4	127.922
1979	280.727	1.523.658	184.2	95.070	1.534.872	61.9	185.657
1980	326.654	1.288.060	253.6	114.738	1.794.808	63.9	211.916
1981	381.268	1.405.311	271.3	103.313	1.783.891	57.9	277.955
1982	370.320	1.391.717	266.1	108.919	1.899.377	57.3	261.401
1983	411.088	1.625.099	253.0	127.337	1.998.162	63.7	283.751
1984	840.000	2.177.094	396.8	276.806	2.071.189	133.6	563.194
1985	1.482.000	2.614.924	566.7	323.600	1.806.163	179.2	1.158.400
1986	1.215.000	2.391.085	508.1	313.570	1.622.237	193.3	901.430
1987	1.721.117	2.855.546	562.7	447.739	1.921.681	233.0	1.273.378
1988	2.355.295	4.172.727	567.5	357.966	2.114.780	169.3	1.997.329
1989	2.556.529	4.459.151	570.3	565.000	2.646.318	229.3	1.991.529
1990	3.225.000	5.389.308	621.3	520.000	2.917.118	178.3	2.705.000
1991	2.654.000	5.517.897	519.7	592.000	2.770.758	213.7	2.062.000
1992	3.639.000	7.076.096	533.0	776.000	2.997.318	258.9	2.863.000
1993	3.959.000	6.500.938	668.1	934.000	3.311.313	282.1	3.025.000
1994	4.321.000	6.670.618	674.0	866.000	3.446.618	251.3	3.455.000
1995	4.957.000	7.726.886	684.0	912.000	3.981.391	229.1	4.045.000
1996	5.962.000	8.614.085	748.0	1.265.000	4.260.701	296.9	4.697.100
1997	8.088.549	9.689.004	876.0	1.716.000	4.632.876	372.0	6.372.549

Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni Yayın no:1998/1 s.72

Tablo 14
PROGRAM HEDEFLERİ İLE GERÇEKLEŞEN TURİZM
GELİR-GİDER DENGESİ

YILLAR	PROGRAM HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN DENGE	DEĞİŞİM ORANI (%)	GERÇEKLEŞME ORANI (%)
1963	-12.0	-12.8	0.0	0.0
1964	-3.0	-13.5	0.0	0.0
1965	-10.0	-10.5	0.0	0.0
1966	-8.0	-14.2	0.0	0.0
1967	-2.0	-13.6	0.0	0.0
1968	-2.0	-9.3	0.0	0.0
1969	5.0	-5.6	0.0	0.0
1970	5.0	3.9	0.0	78.0
1971	7.0	20.7	430.8	295.7
1972	10.0	44.4	114.5	444.0
1973	38.0	78.5	76.8	206.6
1974	94.6	41.9	-46.6	44.3
1975	124.0	45.9	9.5	37.0
1976	90.0	-27.4	0.0	0.0
1977	60.0	-63.6	0.0	0.0
1978	35.0	127.9	0.0	365.4
1979	200.0	185.6	45.1	92.8
1980	325.0	212.0	14.2	65.2
1981	275.0	278.0	31.1	101.1
1982	350.0	261.4	-6.0	74.7
1983	375.0	283.8	8.6	75.7
1984	325.0	563.2	98.4	173.3
1985	250.0	1.158.4	105.7	463.4
1986	650.0	901.4	-22.2	138.7
1987	750.0	1.273.4	1.3	169.8
1988	1.090.0	1.997.3	56.8	183.2
1989	2.045.0	1.991.5	-0.3	87.4
1990	2.504.0	2.705.0	35.8	108.0
1991	2.560.0	2.062.0	-23.8	80.5
1992	3.300.0	2.863.0	38.8	86.8
1993	2.950.0	3.025.0	5.7	102.5
1994	3.700.0	3.445.0	14.2	83.4
1995	3.600.0	4.045.0	17.1	112.4
1996	4.900.0	4.697.0	16.1	95.9
1997	5.500.0	6.372.5	35.7	115.9
1998	6.250.0			

Kaynak: Turizm İstatistikleri Bülteni Yayın no: 198/1

7. plan döneminde mevcut turizm potansiyellerimizi belirtmek istersek;

1997-1998 yılları itibariyle, Belgeli Turizm İşletmelerinin mevcut durumu şöyledir;⁸⁴

<u>TURİZM YATIRIMI BELGELİ TESİSLER</u>		<u>TURİZM İŞLETMESİ BELGELİ TESİSLER</u>	
TESİS SAYISI	YATAK SAYISI	TESİS SAYISI	YATAK SAYISI
1.309	202.631	1.886	301.524

TURİZM YATIRIMI BELGELİ YAT LİMANLARI

YAT LİMANLARI	KAPASİTE
8	1592

TURİZM YATIRIMI BELGELİ YAT LİMANLARI

İŞLETME SAYISI	YATAK SAYI.	YAT. SAY.
71	3.628	324

TURİZM İŞLETME BELGELİ

	İŞLETME SAYISI	YATAK SAYI.	YAT. SAY.
Yerli	98	585	5.905
Yabancı	10	398	2.542
Toplam	108	982	8.447

SEYAHAT ACENTALARI

A GEÇİCİ	A GRUBU	B GRUBU	C GRUBU	TOPLAM
Merkez-Şube	Merkez-Şube	Merkez-Şube	Merkez-Şube	Merkez-Şube
790 65	988 437	188 16	195 26	2161 544

Turizm sektöründe, yukarıda verdiğimiz verilere dayanarak, ülkemizde planlı dönem boyunca gerçekleşen plan hedefleri, gerçekleri ve sapmaları da dikkate alarak Avrupa Birliği ve Akdeniz ülkeleriyle bir karşılaştırma yaptığımızda şu gibi sonuçlara ulaşabiliriz.⁸⁵

⁸⁴ Turizm 1997, T.C Turizm Bakanlığı, İşletmeler Genel Müdürlüğü, s.4

⁸⁵ Yılmaz Işıkcı, a.g.m., s.68-69

Turizm sektörü bildiğimiz gibi Avrupa Birliği için büyük önem taşıyan sektörlerden biridir ve AB'nin başlıca gelir kaynaklarından birini oluşturmaktadır. Avrupa Birliğinin Gayri Safi Milli Hasılasının %5.5'i Turizm sektörü tarafından yaratılmaktadır. Ancak Avrupa Birliği'nin Akdeniz ülkesi üyelerinde bu pay yukarıdaki oranın takriben iki katına yakındır. Örneğin;

Fransa'da	%11
İspanya'da	%11
Yunanistan'da	%10
Portekiz'de	%8
İtalya'da	%4

Ödemeler dengesi açığına Turizm ile çözüm yolu bulmaya çalışan Türkiye'de ise, turizmin, Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı, ancak son üç yıl içerisinde %3 değerine ulaşabilmiştir.

1991 yılında	%1.8
1992 yılında	%2.3
1993 yılında	%2.3
1994 yılında	%3.3
1995 yılında	%3.0
1996 yılında	%3.2

Tüm Avrupa Birliği çapında, turizm sektöründe 9 milyon kişi istihdam edilmektedir. Bu sayı Avrupa Birliği toplam istihdamının yaklaşık %6'sını oluşturmaktadır. O.E.C.D istatistiklerine göre bu değer,

Avusturya'da	14
Yunanistan'da	10
İspanya'da	9
İsviçre'de	8
Almanya'da	7

Portekiz’de	6
Fransa’da	5

kişi olarak gerçekleşirken, Türkiye’de çalışan 100 kişi den sadece 1 kişi turizmde istihdam edilmektedir.

Dünya Turizm Örgütü’nün verilerine dayanarak turistlerin en fazla rağbet ettiği ülkeler arasında ise;

Fransa	60.5 milyon turist
İspanya	45.1 milyon turist
İtalya	29.2 milyon turist
Yunanistan	11.1 milyon turist
Portekiz	9.7 milyon turist
Türkiye	7.2 milyon turist

Yukarıdaki veriler dahilinde, Yunanistan’a bile bizden %55 daha fazla turist geldiğini görmekteyiz.

Akdeniz ülkeleriyle yatak kapasitesi bakımından yaptığımız karşılaştırmalarda ise;

İtalya’da	1.723.465 Turizm belgeli yatak
Fransa’da	1.193.340 Turizm belgeli yatak
İspanya’da	1.053.355 Turizm belgeli yatak
Yunanistan’da	508.410 Turizm belgeli yatak
Türkiye’de	329.755 Turizm belgeli yatak
Portekiz’de	202.442 Turizm belgeli yatak

bulunmaktadır.

IV. beş yıllık plan dönemi başlangıcında “Turizm Teşvik Çerçevesi Kararnamesi” ile ilk defa bu işe başlarken;

58.242 Turizm belgeli yatak
553.088 Yabancı turist
381.000.000 Dolar turizm gelirine sahiptik.

Bu tarihlerden itibaren ülkemiz Avrupa ülkelerinin çoğundan fazla bir büyüme hızına sahip olmuştur. Örneğin yıllık yabancı girişinden Türkiye 1988 yılında %28 gibi bir artış hızı ile dünya sıralamasında birinci olmuştur. 1950'yi takip eden yıllarda bu artış hızı yavaşlamıştır.

YIL	GLEN TURİST	ARTIŞ HIZI
1994	6.670.618	
1995	7.726.886	% 15.8
1996	8.614.085	% 11.5
1997	8.733.101	% 11.0

Genel olarak 1995 O.E.C.D verilerine göre turist artış hızında Türkiye Avrupa ülkeleri arasında birinci sıradadır.

Türkiye %15.8 artış hızı
İsrail %13.4 artış hızı
İngiltere % 7.9 artış hızı

Ödemeler dengesi açısından ümidini turizm gelirlerine bağlayan ülkemiz, 2000 yılının başında 15 milyon turist ve 10 milyar dolar turizm gelirini şartlamış, Türkiye'nin son 4 yıl içerisinde gerçekleştirdiği değerler plan hedeflerinin altında kalmıştır. Şöyle ki;

Turist Sayısında,

YIL	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN	SAPMA
1994	8.500.000	6.670.618	% 21
1995	9.500.000	7.726.886	% 19
1966	10.750.000	8.614.085	% 20
1997	12.000.000	9.614.611	% 19

Turizm Gelirinde;

YIL	PLAN HEDEFİ	GERÇEKLEŞEN	SAPMA
1994	5 milyon dolar	4.321 milyon dolar	% 15
1995	5.700 milyon dolar	4.957 milyon dolar	% 13
1996	6.450. milyon dolar	5.800 milyon dolar	% 10
1997	8.000 milyon dolar	7.202 milyon dolar	% 10

Gelen turist sayısının artış hızındaki yavaşlama veya plan hedefindeki sapmalar, birebir turizm arzındaki düşüşten ileri gelmektedir. 1989 yılında konaklama kapasitesi artış oranında Türkiye yılda %22.6'lara düşmüştür. 2000 yılı başında amacımız 600.000 Belgeli Yatak, 15.000.000 turist, net 9 milyar USD turizm geliridir.



III. BÖLÜM

TURİZM ENDÜSTRİSİNİN GENEL EKONOMİK ETKİLERİ, ÜLKEMİZ AÇISINDAN TURİZMİN YARARINI VE EKONOMİK ETKİLERİNİ ARTTIRICI POLİTİKALAR

I. MİLLİ GELİR ETKİSİ ve TÜRKİYE'NİN DIŞ AKTİF TURİZM GELİRLERİ TARAFINDAN YARATILAN KATMA DEĞERİN GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILAYA KATKISI

Turizmin ekonomideki rolü ve genel ekonomik değerlendirmeler arasında en yaygın olarak kullanılan yöntem, turizm gelirlerinin milli gelir yada gayri safi milli hasıla ile olan ilişkisinin ölçülmesidir. Bu ölçümler yapılırken de çeşitli kavramların teker teker irdelenmesi şarttır. Bunlar; ⁸⁶

Hasıla Yöntemi; Bir yıl içinde üretilen mal ve hizmetlerin değerlerinin toplanmasıdır.

Gelir Yöntemi; Milli Gelirin tüm kişisel ve kurumsal gelirlerin toplanması yoluyla hesaplanmasını ifade eder.

Harcama Yöntemi; Bir yıl içinde insanların mal ve hizmet satın alımı için yaptıkları harcamalarla tasarrufların toplanmasını gerektirir. Bu üç aşama yada yöntem Milli Geliri değişik yollardan irdelenmekte fakat aynı sonuçlara varmaktadırlar.

Genel ifade ile gayri safi milli hasıla veya Milli Gelir, herhangi bir ekonomide bir yıl içinde bütün iktisadi faaliyet kollarından elde edilen toplam katma değer miktarını (üretim faaliyeti sonucu elde edilen çıktılar ile bu üretimde kullanılan girdiler arasındaki fark) temsil etmektedir. ⁸⁷ Turizm sektöründe katma değer oranı ortalama %75 gibi yüksek bir düzeydedir. Bu konuda yapılan tahminler bir yana turizm sektöründe katma değer yüksek olması mantıklıdır. Çünkü satılan hizmet olduğu için satış fiyatları ile malzeme maliyetleri arasındaki bağ oldukça kopuktur. Hatta satış fiyatları ile malzeme maliyetleri arasında büyük farklılıklar bulunabilmektedir. Örnek olması açısından bir otelin restoranında satılan bir çorbanın satış fiyatı ile maliyetini hatırlamak yeterli olacaktır. Yukarıdaki örneğimize dayanarak işletmenin lüks derecesi arttıkça katma değer oranının da yükselebileceğini söyleyebiliriz. ⁸⁸

⁸⁶ İsmail Yören, İktisadi Büyüme ve Milli Gelir, İstanbul, 1993, s.44

⁸⁷ M.K. Aydın, a.g.m., s.43

⁸⁸ Ali Kemal Gürbüz, Turizmin Ekonomik Analizi, 1. Baskı, Balıkesir, 1988, s.162

Hizmetler sektöründe yer alan turizm sektörünün ürettiği mal ve hizmetlerde genel olarak ara tüketim harcamaları düşük kalacağından, sektörde yaratılacak katma değer yüksek oranlarda gerçekleşebileceği söylenebilir. Sektörde üretilen mal ve hizmetlerin her biri için (mikro düzeyde) katma değer

Tablo 15
TURİZM GELİRLERİNİN GAYRİ SAFİ MİLLİ HASILA İÇİNDEKİ PAYI
(CARİ ALICI FİATLARIYLA)

YILLAR	GAYRİSAFİ MİLLİ HASILA		GELİR	TURİZM GELİRLERİNİN G.S.M.H İÇİNDEKİ PAYI (%)
	MİLYON TL	MİLYON %	MİLYON %	
1963	66.801.4	7.442.4	7.7	0.1
1964	71.312.8	7.923.6	8.3	0.1
1965	76.726.3	8.525.1	13.8	0.2
1966	91.429.0	10.157.7	12.1	0.1
1967	101.480.6	11.275.6	13.2	0.1
1968	163.892.7	12.499.3	24.1	0.2
1969	183.356.2	13.877.0	36.6	0.3
1970	207.814.8	9.951.3	51.6	0.5
1971	261.072.6	12.969.9	62.9	0.5
1972	314.139.6	17.200.7	103.7	0.6
1973	399.088.6	22.130.7	171.5	0.8
1974	537.477.6	30.507.0	193.7	0.6
1975	690.900.8	37.598.0	200.9	0.5
1976	868.065.8	41.283.5	180.5	0.4
1977	1.108.270.7	49.177.1	204.9	0.4
1978	1.645.968.5	53.690.7	230.4	0.4
1979	2.876.522.9	52.962.0	280.7	0.5
1980	5.303.010.2	57.198.3	326.7	0.6
1981	8.022.745.3	46.087.2	381.3	0.8
1982	10.611.859.2	52.853.0	370.3	0.7
1983	13.933.008.1	50.153.5	411.1	0.7
1984	22.167.739.9	48.986.5	840.0	1.7
1985	35.350.318.4	52.597.6	1.482.0	2.8
1986	51.184.759.3	57.820.7	1.215.0	2.1
1987	75.019.388.1	87.142.2	1.721.1	2.0
1988	129.175.103.7	91.640.6	2.355.3	2.6
1989	230.369.937.1	109.017.5	2.556.5	2.3
1990	397.177.547.4	150.060.7	3.225.0	2.1
1991	634.431.097.0	147.367.5	2.654.0	1.8
1992	1.103.843.422.9	153.627.5	3.639.0	2.4
1993	1.997.322.597.4	178.714.7	3.959.0	2.2
1994	3.903.300.804.3	132.825.9	4.321.0	3.3
1995	7.644.206.056.4	165.519.4	4.957.0	3.0
1996	15.125.091.739.0	183.577.0	5.962.1	3.2
1997	29.694.889.144.0	194.305.0	8.008.5	402

Kaynak: Devlet İstatistik Enstitüsü Verileri
Turizm İstatistikleri 1997, Ankara

hesaplamalarına gidilebileceği gibi, tüm mal ve hizmetler için (makro düzeyde) de katma değer hesaplanabilir. Diğer bir ayırmada mal ve hizmetlere harcamalarını yönelten turistlerin, yerli ve yabancı olarak sınıflandırılarak hesaplamalara gidilmesidir.

Turizm sektöründe; makro açıdan turizm sektörü katma değeri hesaplanırken, ülkenin iç ve dış turizm gelirlerinden hareket edilir. Bu yöntemde, turizm gelirleri üretim (çıktı) olarak kabul edilip, sektöre katma değer oranı üretim değerine uygulanarak katma değer bulunur.⁸⁹ Hesaplamalarda öncelikle turistlerin yapmış oldukları harcamaların turizm sektörü içindeki alt sektörlerle (ulaşım, konaklama, eğlence vb) hangi oranda katıldığı bulunur. Sektörlerin katma değer rakamları toplanarak ta, turizm sektöründe toplam katma değere ulaşılır.

Dış aktif turizmden elde ettiği gelirler tarafından yaratılan katma değerleri her yıl için ayrı ayrı hesaplayıp ilgili yılın gayri safi milli değerine oranladığımız takdirde, bir iktisadi faaliyet kolu olarak turizmin, milli gelire katkısını yahut etkisini, Türkiye ölçeğinde de somut olarak görebilme imkanına sahip olabilmekteyiz. Söz konusu katma değerlerin hesaplanabilmesi için, yabancı turistler tarafından yapılan harcamaların, daha teknik bir ifade ile dış aktif turizm gelirlerinin, üretim değeri yada çıktı olarak düşünülmesi gerekmektedir. Öte yandan, bu harcamaların turistik tüketim tipleri itibariyle nasıl bir dağıtım gösterdiği ve bu dağıtıma göre toplam harcamalardan belli paylar alan turistik tüketim tiplerinin hangi oranlarda katma değer yarattıklarında biliniyor olmalıdır. Aşağıdaki tabloda söz konusu oranların gösterildiği gibi olduğu ve yıllar itibariyle herhangi bir değişikliğe maruz kalmadığı varsayılmıştır.⁹⁰

⁸⁹ Olalı-TİMUR, a.g.e., s.76

⁹⁰ M.K. AYDIN, a.g.m.; s.44

TURİSTİK HARCAMALARIN TURİSTİK TÜKETİM TİPLERİ İTİBARIYLA
DAĞILIMI VE KATMA DEĞER YARATMA KATSAYILARI (1991)

TÜKETİM TİPLERİ	HARCAMALARIN DAĞILIM		KATMA DEĞER YARATMA
	(%)		KATSAYISI
Konaklama	23.1		0.6353
Yiyecek-İçecek	23.3		0.4417
Yerel Ulaştırma	14.7		0.6473
Alışveriş	20.6		0.8131
Eğlence	18.3		0.88.08

Bu veri tabanlarına dayanarak 1997 yılında dış turizmden sağlanan yaklaşık 8 milyar dolar (Turizm Bakanlığı+DİE) tutarındaki girdinin yarattığı katma değeri hesaplayalım.

1997 yılında ülkeye gelen yabancı turistlerin yaptıkları harcamaların toplam tutarı ifade ettiği için bu meblağı (8 milyar dolar) üretim değeri olarak alabiliriz. Bu meblağın %23.1'lik bölümünü oluşturan 18 milyar dolar, konaklama harcamalarıdır. Konaklamaya dönük tüketim harcamalarının katma değer yaratma katsayısı ise, 0.5363'tür. Bu durumda, 1997 yılı içinde yabancı turistler tarafından konaklama amacıyla yapılan harcamaların yarattığı katma değer miktarı ise 1 milyar 174 milyon dolar almaktadır. Diğer tüketim tiplerine yapılan harcamaların yarattıkları katma değerlerinde aynı şekilde tek tek hesaplamak ve böylece toplam katma değer miktarını bulmak mümkündür. Şöyle ki;

Konaklama	8.000	x	0.231	x	0.6353	=1174.034
Yiyecek-İçecek	8.000	x	0.233	x	0.4417	=823.329
Yerel Ulaştırma	8.000	x	0.147	x	0.6473	=761.225
Alışveriş	8.000	x	0.206	x	0.8131	=1339.988
Eğlence	8.000	x	0.183	x	0.8808	=129.491
Toplam Katma Değer						=5.388.067

1997 yılı içinde turistik tüketim tipleri itibariyle yaratılan katma değer miktarlarını alt alta yazarak topladığımızda bulduğumuz meblağ (5.3 milyar dolar) söz konusu

dönemde dış aktif turizm gelirleri tarafından yaratılan katma değer miktarını vermektedir. Türkiye'nin 1997 yılı gayri safi milli hasıla 194.3 milyar dolar olduğuna göre, Turizm gelirlerinin gayri safi milli hasılası içindeki payı %4.2 oranında gerçekleşmiştir. Aynı hesaplama yönetimi kullanarak planlı dönemin başlangıcından itibaren bu katkının nasıl bir gelişme trendi ortaya koyduğunu incelemek mümkündür Buna göre;

Tablo 16

DIŞ AKTİF TURİZM GELİRLERİ TARAFINDAN YARATILAN KATMA DEĞERİN, TOPLAM KATMA DEĞERE (Gayri Safi Yurtiçi Hasılaya) KATKISI

	Gayri Safi Milli Hasıla (Milyon Dolar)	Dış Aktif Turizm Gelirleri Tarafından Yaratılan Katma Değer (Milyon Dolar)	Dış Aktif Turizm Gelirleri Tarafından Yaratılan Katma Değerin Gayrisafi Milli Hasılaya Oranı (%)	Dış Aktif Turizm Gelirlerin İhracat Gelirine Oranı (%)
1.B.Y.K.P (1963-1967)	9.060.9	7.4	0.10	2.4
2. B.Y.K.P (1968-1972)	17.199.9	38.2	0.22	8.4
3. B.Y.K.P (1973-1977)	45.718.9	128.1	0.28	12.2
1978	66.829.7	155.2	0.23	10.1
4. B.Y.K.P (1979-1983)	69.258.0	238.4	0.34	9.1
1984	59.100.0	565.4	1.00	11.8
5. B.Y.K.P (1985-1989)	85.210.7	1.256.7	1.47	18.8
6.B.Y.K.P (1990-1994)	150.014.0	2.396.8	1.59	23.8
1995	170.075.0	3.338.6	1.96	22.9
1996	183.576.8	3.805.3	2.07	24.5
1997	194.305.0	5.388.0	4.2	30.8

Yıllık ortalama değerler itibariyle, Birinci Plan döneminde (1962-1967) ancak %0.1 seviyesinde olan bu katkı, giderek artmış ve Altıncı plan döneminde %1.6 seviyesine ulaşmıştır. Yedinci plan döneminin (1995-1999) ikinci yılı olan 1996 ise, bu katkının %2.1, 1997 yılında ise %4.2 oranına ulaşmıştır. Görüldüğü gibi, dış turizm gelirleri tarafından yaratılan katma değer gayri safi milli hasılaya oranı, halen daha yüksek değildir. Bunun iki temel sebebi olduğu ileri sürülebilir: Birincisi, bu hesaplamalara veri

tabanı oluşturan değerlerin, iç turizm hareketlerinden kaynaklanan harcama gelir akımını kapsamasıdır. İkinci sebebi ise, özellikle Beşinci Plan döneminin ilk yıllarından itibaren yoğunlaşan turizm yatırımlarının, çarpan etkisi ile gayri safi milli hasıladaki yıllık büyümelere ivme kazandırdığının dikkate alınmamış olmasıdır. İç turizm harcamalarıyla birlikte, turizme dönük yatırımların çarpan etkisini dikkate alan bir yaklaşım oluşturulduğunda, turizmin, bir iktisadi faaliyet kolu olarak, gayri safi milli hasılaya olan katkısı gerçek boyutları ile ortaya çıkabilir.

II. TURİZMİN DIŞ ÖDEMELER DENGESİNE ETKİSİ

Belli bir dönemde (gerekli bir yıl) bir ülkenin diğer ülke veya ülkelerle gerçekleştirmiş olduğu mal, hizmet, sermaye akımlarından doğan döviz hareketlerini gösteren tabloya; dış ödemeler dengesi (ödemeler bilançosu) adı verilir. Ödemeler dengesi iki ana bölümden oluşur. Bu bölümlerden biri; Aktif bölüm; ülkeye döviz girdisi sağlayan kalemlerden oluşur, bir diğeri ise; Pasif bölüm; ülkeden döviz çıkışına neden olan kalemlerden oluşur.⁹¹

Uluslararası turizm nedeniyle elde edilen dövizler, döviz arzı ve talebi üzerinde etkili olmaktadır. Bu etki, turist gönderen ülkede döviz talebi, turist kabul eden ülkede ise döviz arzını uyarıcı ve arttırıcı rol oynamakta ve sonuçta ödemeler dengesi üzerindeki etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir ülkenin döviz kazançları turistik döviz kayıplarından daha fazla olduğu sürece ödemeler dengesine olumlu katkıda bulunacaktır. Turistik döviz kayıpları, turistiklerin çeşitli gereksinimlerini karşılayabilmek için, yalnız mal ve hizmetlerin değil, aynı zamanda yatırım mallarının da dış alımıyla (ithalat) ortaya çıkan turistik yatırımların döviz şeklindeki maliyetidir.⁹²

Genel bir yaklaşımla turizm ödemeler dengesi üzerine etkilerinin döviz girişi ve döviz çıkışı olmak üzere iki yönlü olduğu görülmektedir⁹³

⁹¹ Olalı-Timur, a.g.e., s.52

⁹² Orhan İçöz, Turizmin Bölgesel Etkileri ve Kuşadası Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi

⁹³ Kozak, a.g.e., s.60-1

Döviz girişi bakımından ödemeler dengesi üzerine etkisi, ülkeye gelen turistlerin gereksinimlerini karşılamak üzere doğrudan doğruya veya dolaylı olarak yaptıkları her türlü harcamalar o ülkenin dış turizm gelirini oluşturulmakta ve dışsatımda (ihracat) olduğu gibi olumlu bir etki yapmaktadır. Bu dış satıma görünmeyen ihracat denilmektedir. Görünmeyen ihracat, turistik hareketler nedeniyle bir ülkeye gelen yabancılara, mal ve hizmetlerin satılması sonucu elde edilen döviz girişleri ile, turizmi bu konuda önemli bir kaynak haline getirmiştir. Görünmeyen dışsatım olarak turizm taşıdığı şu özelliklerle ticari ilişkilerden ayrılmaktadır;

- Turistik tüketim, üretimin yapıldığı yerde gerçekleştirildiğinden dış satımcı ülke açısından navlun, sigorta vb. gibi ihracat giderleri söz konusu değildir.
- Turizm sayesinde fiilen ihracı mümkün olmayan jeo-ekonomik, sosyo kültürel varlıkları ve değerlerin döviz getiren kaynaklar haline dönüşmesi mümkün olmaktadır.
- Turizm de, bir ülkenin mal ve hizmetlerini başka bir ülkeye gönderme olanağı yoktur. Turist ülkeye gelir ve tüketimi yapar. Bu bakımdan bir ülkeye turist gelmesi ile dışsatımda sağlanan gelir arasında bir fark yoktur.

Görünmeyen dışsatım yanı sıra, turistlerin gittikleri ülkelerden satın aldıkları hatıra eşyaları, tüketim malları gibi alışverişler ek ihracatı oluşturmaktadır. Turistler gittikleri yerlerde zevk eğilimlerine uygun yabancı malları satın almak, seyahatten bir anı için bu tür harcamalarda bulunurlar. Ancak amaç ne olursa olsun turistlerin tüketim malları için ödedikleri bedeller dışsatım istatistikleri arasında yer almamakla beraber küçümsenemez.

Turizmin ödemeler dengesi üzerindeki olumlu etkisinden başka, dış turizme katılan ülke vatandaşlarının götördükleri döviz ile turistik yatırım malları dışarıya harcanan dövizler yoluyla döviz çıkışı şeklinde etkisi de vardır. Görünmeyen dışalım denilen bu etki, ödemeler dengesi üzerinde turizm nedeniyle oluşan döviz çıkışlarının ifadesidir. Başka bir deyişle, turistik hareketler, bir ülkeye gelen yabancıların turistik ürünlere yaptıkları ödemeler nasıl turist kabul eden ülke için görülmeyen ihracat olarak döviz girişine neden oluyorsa, aynı şekilde turist gönderen ülke açısından da görülmeyen

ithalat döviz çıkışına neden olmaktadır. Ayrıca, turizm hizmeti üretimi nedeniyle döviz çıkışı gerektiren bir diğer dışalım şekli de ek ithalattır. Ek ithalat kapsamındaki konular şu şekilde sıralanabilir,

- Turistik tesisler için ithal edilen her türlü inşaat ve donanım malzemesi,
- Turistlerin tükettikleri mal ve hizmetler için yurt dışından alınan mallar,
- Ülkede yabancı sermaye ile kurulmuş turistik işletmelerin kâr transferi,
- Turizm sektöründe çalışan yabancı personele ödenen ücretler,
- Propaganda ve reklam için yurt dışında yapılan ödemeler,
- Turizm için yetişen personelin yurt dışındaki eğitim harcamaları,
- Yurt dışında yapılan turistik yatırımlar.

Turizmin ödemeler dengesi açıklarını kapatırken ise,

- Turistik dövizleri elde etmek için katlanılan giderler (döviz giderleri) ile döviz gelirleri arasındaki oran 1'in altında olmalıdır,
- Kazanılan bir birimlik dövizin milli para fiyatının 1'den büyük olması gerekir, diğer bir deyişle, net döviz kazancının bu kazancı elde etmek için yapılan ve ulusal para ile belirtilen toplam giderlerden fazla olması gerekir,
- Turizm sektörünün döviz kazancı payının söz konusu ülkede turizm sektörü bulunmaması halinde, getireceği dövizden fazla olması gerekir. Yani turistik ürünün turistlere satılması sonucu sağlanacak gelirin bu ürünün fiilen dışarıdan elde edilecek dövizden fazla olmasıdır. (Fırsat Maliyeti)

Yukarıdaki açıklamalara dayanarak turizm eşitlik sağlayıcı bir faktör olarak uluslararası ticarete dengeleyici olabilir. Böylelikle turizm hem coğrafi alanlarda hem de uluslararası ekonomik dengesizlikte belirleyici bir özellik taşır. Turizm gelişmekte olan ülkelere gelişmiş dünya ülkelerine ihracatı arttırması, önemli bir döviz kaynağı oluşturması, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerle aradaki teknoloji farkını

kaldırması, turizm endüstrisinin ekonomi içinde olduğu kadar, uluslararası ticarete de dengeleyici bir faktör olduğunu göstermektedir.⁹⁴

Ödemeler dengesinde turizmin uluslararası ticaret açısından da denge sağlayıcı bir faktör oluşturması turizmi gerekli bir fonksiyon haline getirmektedir.⁹⁵

Tablo 17
TURİZM GELİRLERİNİN İHRACAT GELİRLERİ VE TURİZM GİDERLERİNİN İTHALAT GİDERLERİ İÇİNDEKİ PAYI (1.000.000 %)

YILLAR	İHRACAT	Turizm Gelirleri	Turizm Gelirlerinin İhracat Gelirleri İçindeki Payı %	İTHALAT	Turizm Giderleri	Turizm Giderlerinin İthalat Giderleri İçindeki Payı
1970	588	51.6	8.8	948	47.7	5.0
1971	677	62.9	9.3	1171.0	42.2	3.6
1972	835	103.7	12.4	1563.0	59.3	3.8
1973	1317.1	171.5	13.0	2086.0	93.0	4.5
1974	1532.2	193.7	12.6	3777.6	151.8	4.0
1975	1401.1	200.9	14.3	4738.7	155.0	3.3
1976	1960.0	180.5	9.2	5128.0	207.9	4.1
1977	1753.0	204.9	11.7	5796.3	268.5	4.6
1978	2288.0	230.4	10.1	4599.0	102.5	2.2
1979	2261.0	280.7	12.4	5069.4	95.1	1.9
1980	2960.1	326.7	11.2	7909.4	114.7	1.5
1981	4702.1	381.3	8.1	8933.4	103.3	1.2
1982	5746.0	370.3	6.4	8842.7	108.9	1.2
1983	5727.8	411.1	7.2	9235.0	127.3	1.4
1984	7133.6	840.0	11.8	10756.9	276.8	2.6
1985	7958.0	1482.0	18.6	11343.4	323.6	2.9
1986	7456.7	1215.0	16.3	11104.8	313.6	2.8
1987	10190.0	1721.1	16.9	14158.0	447.7	3.2
1988	11662.0	2355.3	20.2	14335.0	358.0	2.5
1989	11625.0	2556.5	22.0	15792.0	565.0	3.6
1990	12960.0	3225.0	24.9	22302.0	520.0	2.3
1991	13593.0	2654.0	19.5	21047.0	592.0	2.8
1992	14715.0	3639.0	24.7	22871.0	776.0	3.4
1993	15345.0	959.05	25.8	29428.0	934.0	3.2
1994	18106.0	4321.0	23.9	23270.0	866.0	3.7
1995	21636.0	4957.0	22.9	35709.0	912.0	2.6
1996	23082.1	5962.1	25.8	42463.8	1265.0	3.0
1997	26246.0	8088.5	30.8	48657.0	1716.0	3.5

Kaynak: Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara, 1997

⁹⁴ Alan M. WILLIAMS, Gareth SHAW, *Tourism And Economic Development* London, 1995, s.89-90

⁹⁵ Alberto Sessa, *Tourism in Developins countries*, 1985, s.147

III. TURİZMİN İSTİHDAM ETKİSİ

Turizm faaliyetlerinin bir çok ülkede teşvik edilmesinin ve gelişme operasyonlarının bir nedeni yeni iş olanaklarının ve alanlarının yaratılmasıdır. Fakat yeni istihdam olanaklarını yaratmak sanıldığı kadar kolay olmamaktadır. Özellikle giderek işgücünden daha çok tasarruf eden yeni teknolojinin kullanılması, gelişen ülkelerde istihdam konusunda yeni sorunlar yaratmaktadır. Bu bakımdan altyapı yatırımları ve konut yapımı yanında çeşitli yönleriyle önem kazanan turizmi, geniş istihdam olanakları yaratabilme açısından ön plana çıkarmak gereklidir. Ayrıca gelişmiş ülkelerde istihdamın kesimsel dağılımına bakıldığında, hizmetler kesiminin payının büyüklüğü göze çarpmaktadır.⁹⁶

Tablo 18
BAZI SEÇİLMİŞ ÜLKELERDE İSTİHDAMIN
KESİMSSEL DAĞILIMI %

	TARIM %	SANAYİ %	HİZMETLER %
ABD	3.1	27.7	69.3
DANİMARKA	6.2	26.9	66.8
İNGİLTERE	2.6	31.1	66.4
FRANSA	7.3	31.3	61.3
JAPONYA	8.5	34.5	57.1
ALMANYA	5.9	40.9	53.7
YUNANİSTAN	28.5	28.1	43.4
TÜRKİYE	50.9	13.7	35.4
MISIR	46.0	20.0	34.0

Turizm kesiminde hizmet unsuru çok önemli yer tutmakta, hizmet de ancak insan tarafından gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla turizm işletmelerinde “işgücü” etkinliği gerçeği ortaya çıkmaktadır. Turizm işletmeleri, gerek mamül üretiminde ve hizmet sunmada, gerekse işlevlerinin yerine getirilmesinde geniş ölçüde insan gücünden

⁹⁶ TOBB, Ekonomik ve Sosyal Sorunlar-Cözüm Önerileri, Dizisi 2, Yayın No:47, 1991, Ankara, s.27.

yararlanmaktadır. Turizm kesiminde teknolojik yeniliklerin uygulanmasına rağmen, yine de işlerin büyük bir kısmı insanlar tarafından yapılmaktadır. Örneğin; otel odalarındaki yatakların düzeltilmesi, yemeklerin hazırlanması, servis yapılması, resepsiyon, ön büro hizmetleri gibi bir çok iş insan emeğine dayalıdır.

Turizm alanındaki işgücünün yapısı değişiktir; bazı dallarda gayet kalifiye ve eğitilmiş eleman gerekirken, bazı alanlarda ise çok kalifiye olmayan ve orta düzeyde eğitilmiş elemana ihtiyaç vardır.⁹⁷ Bu özellikten doğan sonuç ise, turizm alanında, değişik yapıda ve özellikle büyük bir gruba iş sahası açılması demektir.

Turizmin istihdam yaratan bir özelliği de gelirdir. Çünkü Turizm gelir kadar istihdam yaratmaktadır. Turistik tüketim harcamalarının ilk aşamasında elde edilen gelirler direkt istihdam etkisi yaratırken, elde edilen gelirin tekrar harcanması ile ikinci derecede istihdam etkisi ortaya çıkar. İstihdam etkisi turizmin gelişmesine ve turizm talebinin yoğunluğuna bağlı olarak artar. Turizmin gelişmesine paralel olarak turistik tesis yatırımlarının artması, işgücü talebini arttırdığı gibi, turizmin mevsimlik özelliğinin bir sonucu olarak talebin yoğunlaştığı dönemlerde turistik işletmelerinde iş gücü talebini artırır.

Turizmin yarattığı istihdam etkisini dolaysız istihdam etkisi ve dolaylı istihdam olarak ikiye ayırmak mümkündür. Sektörde emek- yoğun üretim tarzı ile çalışması ,turizmin dolaysız etkisini arttırmaktadır. Turizmin mevsimlik özelliği nedeniyle, yılın belli aylarında faaliyet gösteren işletmelerin, devamlı personel yanında mevsimlik personelde çalıştırmaları, turizm talebinin yoğunlaştığı dönemlerde dolaysız istihdam etkisini dönemin uzunluğuna bağlı olarak arttırmaktadır.

Turizm yukarıda da belirtildiği gibi istihdama önemli katkısı olan bir hizmet sektörüdür. Özellikle emek-yoğun bir yapısı olması nedeniyle sermaye iş gücü oranının diğer sektörlerle karşılaştırıldığında düşük olduğu bilinmektedir.⁹⁸ Yani turizm sektöründe daha az sermaye ve yatırımla daha çok kişiye istihdam sağlama durumu vardır. Ama

⁹⁷ İge Pınar, "Turizmin Ekonomik Etkileri", Amfora Dergisi, Kasım 1992, sayı 6, s.28

⁹⁸ Çakır, a.g.e., s.68

sermaye/hasıla oranı yüksek olan bir sektördür. Şöyle ki; elde edilen üretim yapılan yatırım mahiyetinden önce gider ve daha fazladır.

Ülkemizde 1990 yılında turizm belgeli konaklama tesislerinde 127.720 kişi istihdam edilmiş, söz konusu istihdamın %89'unu oluşturan 114.159 kişi işletme aşamasında %11'ini oluşturan 13.750 kişide yatırım aşamasında yer almıştır. ⁹⁹ 1993 yılında ise, bu sektörde yaklaşık 196.000 insanın çalıştığı tespit edilmiş olup, bu çalışanların alt sektörler ve gruplara göre dağılımı ise şöyledir. ¹⁰⁰

- Turist Rehberliği	5.324
- Konaklama, yiyecek-içecek	171.219
- Seyahat Acentacılığı	18.000
- Turizm Bakanlığı	2.222

Ülkemizde dolaylı istihdamın ise direkt istihdamın üç katı olduğu tahmin edilmektedir. Diğer taraftan, sadece konaklama tesislerinde 1993 yılında 53.000 personel sayısı mevcut olup, 1994-1998 arasında 94.000 yeni personelin istihdam edilmesi ve eğitilmesi gereklidir. ¹⁰¹

Tablo 19
İKTİSADİ FAALİYET KOLLARINA GÖRE İSTİHDAM EDİLENLER

1990	2136	1993 Nisan	2293	1996 Ekim 2705
1991	2220	1993 Ekim	2545	1997 Nisan 2770
1992	2437	1994 Nisan	2317	
1993	2419	1994 Ekim	2647	
1994	2482	1995 Nisan	2570	
1995	2591	1995 Ekim	2612	
1996	2676	1996 Nisan	2446	

Kaynak: TÜRKİYE EKONOMİSİ İSTATİSTİK VE YORUMLAR DİE-OCAK-ŞUBAT-1998
TOPTAN VE PEREKANDE TİCARET, LOKANTA VE OTELLER (BİN)

⁹⁹ Süreyya Yıldırım, "Türkiye'de Turizmin İstihdama Katkısı" *İşletme ve Finans Dergisi*, Mart, 1996, s.33

¹⁰⁰ Turizm Yatırımcıları Derneği "Turizm Yatırımlarının Ekonomiye Katkıları", İstanbul, Nisan, 1992, s.111-112

¹⁰¹ Kaya, a.g.e., s.54

Turizm Bakanlığı, uluslararası çalışma örgütü (ILD), Teknik İşbirliği ve Birleşmiş Milletler Kalkınma Programının (UNDT) mali katkılarıyla otelcilik ve turizm endüstrisinde işgücü araştırması ile sektörün mevcut işgücü envanterini çıkarmak suretiyle her yıl ihtiyaç duyulacak yeni personel sayısının oran olarak değerini %6 dolaylarında saptanmıştır. Buna göre bakanlık belgeli işletmelerde 75.000 personelin çalıştığı ve bu sayının büyük bir bölümünün Turizm eğitimi görmedikleri ortaya çıkmıştır. Yine söz konusu araştırmalara göre önümüzdeki 5 yıl içinde mevcut personele ilave olarak 120 bin eğitilmiş personele ihtiyaç duyulacağı tespit edilmiştir. Turiste asgari düzeyde sağlıklı şartların verilebilmesi ve kalitenin yaratılabilmesi için bu sorunların en kısa zamanda ortadan kaldırılması şarttır. Geleceğe yönelik toplam personel istihdamı projeksiyonuna bakacak olursak; konaklama tesislerinde 1997 yılı için 111.480 bin kişi istihdam edilirken 1998 de bu rakamın 126.690 bin kişiye ulaştığı görülmekte, 1998 yılında 94.000 yeni personele ihtiyaç duyulmuştur. Yiyecek-içecek işletmelerinde; 1997 yılı için 10.180 bin kişi istihdam ederken 1998'de bu rakamın 11.430 bin kişiye ulaştığı görülmekte, 1998 yılında 8300 yeni personele ihtiyaç duyulmuştur. Seyahat acentaları açısından; 1997 yılında 25.000 bin kişi çalışmış 1998 yılında bu rakam 29.000 bin kişiye ulaşmıştır. 1998 yılında 19.000 bin personele ihtiyaç duyulmuştur.

Tablo 20
OECD ÜLKELERİNDE 1996'dan 2006'ya KADAR
YARATILACAK İŞ OLANAĞI

	Oran %	Milyon İş
Meksika	49.3	1.10
Finlandiya	36.8	0.09
Avustralya	27.0	0.26
Türkiye	26.7	0.56
ABD	24.4	3.41
Kanada	23.0	0.45
Almanya	17.5	0.71
Y. Zelanda	15.6	0.03
Hollanda	15.0	0.09
İrlanda	14.3	0.01
Lüksemburg	13.5	0.00

Kaynak: TÜRSAB DERGİSİ, SAYI 152, EYLÜL, 1996, s.40

Tablo 21
1996 YILINDA OECD ÜLKELERİNDE SEYEHAT VE
TURİZM ENDÜSTRİSİNİN YARATTIĞI İSTİHDAM

ABD	13.9
JAPONYA	6.1
ALMANYA	4.1
İNGİLTERE	3.0
FRANSA	3.0
İTALYA	3.0
İSPANYA	2.4
MEKSİKA	2.2
TÜRKİYE	2.2
KANADA	1.9
AVUSTRALYA	0.9
PORTEKİZ	0.7

Kaynak: TÜRSAB DERGİSİ, SAYI 152, EYLÜL, 1996, s.44

İstihdam politikalarının, turizm istihdamında karşılaşılan sorunlardan olan,¹⁰²

- Eğitim,
- Gerekli verilerin yetersizliği,
- Mevsimlik talep,
- Kalifiye olmayan personel,
- İnsan gücü planlamasında yapılan hatalar gibi sıralanan problemlerin çözümlenmesi için oluşturulması şarttır. Turizm politikalarını oluşturan turizm planlamasının devlet değil, ilgili kurum ve kuruluşların oluşturacağı bir kurum veya komisyon tarafından yapılması gerekli hale gelmiştir. Turizm mevsimlik olmaktan çıkıp turizmde çeşitlendirmeye gidilmesi de istihdamı olumlu yönde etkileyecektir. Çünkü talepte

¹⁰² Pınar, a.g.m., s.28

değişmeler meydana gelince turizm mallarında veya turizm arzında da değişmeler olacak, turizm yılın bütün aylarına yayılacak sonuç olarak ta turizm istihdamı artacaktır.

Turizmde istihdamı artırmanın ve aynı zamanda verimliliği artırmanın bir yolu da, belki de en önemlisi turizm eğitime gerekli önemin verilmesidir. ¹⁰³

IV. TURİZMİN YATIRIM ETKİSİ

Turizm yatırımları ekonomik anlamındaki yatırımlardan sayılmakta ve reel üretim araçlarına yapılan eklemeleri içermektedir. Turizm yatırımları özellikleri gereği sabit sermaye yatırımı oldukça fazla olan yatırımlardır. Turizmde sabit sermaye yatırımı, arazi, bina, mikana ve teçhizat ölçüsü oluşturmaktadır. Bu durumda Turizm yatırımı şu şekilde tanımlayabiliriz; “Turistlerin konaklama, yeme-içme, dinlenme ve eğlenme gereksinimlerini karşılamaya yarayan arazi, bina ve teçhizatların (donanımların) bütününe turizm yatırımı” denir. Bu tanımla, özellikle üst yapı yatırımları olarak adlandırılan konaklama işletmeleri (otel, motel, oberj, kamping, tatil köyü, pansiyon, apart otel) ele alınmaktadır. ¹⁰⁴

Yukarıdaki açıklamalara dayanarak Turizm endüstrisinde yatırım kavramı ile öncelikle altyapı, konaklama ve yan hizmet tesislerinin kurulması veya gerçekleştirilmesi ifade edilmektedir. Ancak mevcut turizm yatırımlarının genişletilmesi, iyileştirilmesi ve yenilenmesi amacıyla yapılan yatırım harcamaları ve mevcut turizm ürünlerinin geliştirilmesi amacıyla yapılan harcamalarda turizm yatırımı kapsamı içinde düşünölmelidir. ¹⁰⁵

a. Turizm Yatırımlarının Katma Değer Etkisi ve İstihdam Etkisi

Turizm yatırımlarının, genel ekonomi üzerindeki etkilerini gösteren temel kriterlerden biri katma değerdir. Katma değer turistik yatırımların ortaya koydukları turistik ürünlerin değeri ile diğer üretim birimlerinden turistik üretim için satın alınan

¹⁰³ YILDIRIM, a.g.m., s.35

¹⁰⁴ Nizhet Kahraman, Turizm Yatırım Projeleri Analizi, Ankara, 1997, s.6

¹⁰⁵ M. Zeki Bayar, Turizme Giriş, İstanbul Üni. İşl. Fak. Yay. No:253, İstanbul 1992, s.41

girdilerin arasındaki fark olarak tanımlanır. Diğer bir ifadeyle, bir turizm yatırımı tarafından yaratılan katma değer, turistik üretim değerinden, yatırım dışındaki diğer ünitelerden alınan madde girdileri ve hizmetlerin değeri ile toplam yatırımın değerinin çıkarılmasından sonraki değere eşittir. Katma değer iki şekilde oluşarak milli ekonomiye yansması söz konusudur. Birincisi, gerçekleştirilen turizm yatırımının kendi içindeki yarattığı katma değer (dolaysız katma değer); ikincisi ise, söz konusu turizm yatırımı ile ticari ve ekonomik açıdan bağlantılı olan diğer işletmeler tarafından yaratılan ek katma değerdir. (dolaylı katma değerdir) ¹⁰⁶.

Turizm yatırımları, ek değer yaratırken (katma değer) özellikle gelişmekte olan ülkelerde yeni istihdam imkanları da sağlamaktadır. İstihdam artışı sağlanması sadece, turistlerin sayısının ve harcamalarının artış oranına değil, aynı zamanda turizm sektöründeki işgücünün önemine ve büyüklüğüne bağlı bulunmaktadır. Yaratılan istihdam, hem turizm sektörünü içinde doğrudan olarak, hem de turizm sektörü için üretim yapan kesimlerde yaratılan dolaylı istihdam şeklinde oluşmaktadır. İstihdam üzerine olan etkinin ölçülmesinde, doğrudan istihdamın bulunmasından ziyade, dolaylı istihdam etkisinin ölçülmesi güçlükler yaratmaktadır. ¹⁰⁷

b. Ülkemizde Turizm Yatırımlarının Gelişimi ve Yatırım Finansmanı

1987 yılından itibaren turizm sektörüne yönelik olarak yoğun bir biçimde uygulanan teşvikler turizm yatırımlarının büyük bir hızla artmasını sağlamıştır. Turizm yatırımlarının toplam yatırımlar içindeki payı, birinci plan döneminde %2,3 olarak gerçekleşmiştir. ¹⁰⁸

1998-1991 yılları arasında en etkin teşvik tedbirleri uygulanmıştır. Bunun sonucunda turizm yatırımlarında oldukça etkilenmiş ve toplam teşvik belgeli yatırımlar içinde turizm yatırımlarının payı %16 düzeyine kadar yükselmiştir. Öte yandan 1984 yılında 68266 olan turizm işletme belgeli yatak kapasitemiz de giderek yükselmiş 1996 yılında yaklaşık 322.000'e ulaşmıştır.

¹⁰⁶ Öcal Usta, Turizm, As Matbaacılık ve Ticaret AŞ, İzmir, 1995, s.99

¹⁰⁷ Aynı, s.100

¹⁰⁸ M.K.AYDIN, a.g.e., ss.47-48

Tablo 22

<u>GERÇEKLEŞEN YATIRIMLAR</u>		<u>YATIRIM TEŞVİK BELGELERİ</u>		<u>TEŞVİK BELGESİ TUTARI (MİLYOŞ)</u>	
	<u>1995</u>	<u>1996</u>		<u>1995</u>	<u>1996</u>
<u>Turizm Yatırımları</u>	974	1.021	Teşvik belgesi adet		
(milyon \$)			<u>Turizm</u>	137	186
<u>Toplam Yatırımlar</u>	40.253	43.677	<u>Toplam</u>	4.954	5.023
(milyon \$)			<u>Turizm/Toplam</u>	2.8	3.7
<u>Turizm/Toplam (%)</u>	2.4	2.3			
				<u>Turizm</u>	4.52
				<u>Toplam</u>	47.851
				<u>Turizm/Toplam%</u>	0.9
					2.0

Kaynak: D.P.T ve Hazine Müsteşarlığı-FORUM DERGİSİ, Ağustos 1997, s.39

Bu değere, turizm yatırım belgeli olup, işletmeye geçen tesislere yerel yönetimlerden belgeli 270.000 yatak kapasiteli tesisleri de eklediğimizde, 642.000 yatak kapasitesine ulaşılmıştır. 1980 yılından 1997 tarihine kadar turizm yatırımlarına 2.916 adet teşvik belgesi düzenlenmiş olup, bu teşvik belgelerinin 518 adedi Marmara Bölgesi, 1056 adedi Ege Bölgesi, 819 adedi Akdeniz Bölgesindeki yatırımları kapsamaktadır. Özellikle nakit teşvik tedbirlerinin uygulandığı 1988-1990 döneminde yoğun olarak teşvik belgeleri düzenlenmiştir. Yine 1980 yılından günümüze kadar düzenlenen teşvik belgeleri kapsamında toplam 565.483 yatak teşvik edilmiş, 205.645 kişilik istihdam ve 2.344.858.000 \$ tutarında döviz taahhüdü öngörülmüştür. 1998-1999 yılında ise; işletme belgeli yatak kapasitesi 350.000, belediyeden belgeli yatak kapasitesi 360.000 olacak ve yatırım belgeli olup ta işletmede olan tesisler ve yatırım aşamasındaki 216.000 yatakla birlikte toplam yatak kapasitesi 1.000.000'a yaklaşacaktır.¹⁰⁹

Genel yatırım eğilimleri dışında, turizme dönük faaliyetleri geliştirmek ve devletin bu sektörden elde ettiği gelirleri arttırabilmek için ulaştırma ve haberleşme sektörlerine yapılması gereken yatırımları da göz önünde bulundurmak şarttır. Ülkemizde ulaştırma ve haberleşme yatırımları ile dış aktif turizm gelirleri arasında yüksek bir korelasyon vardır. Birinci plan dönemi ile Altıncı plan dönemi mukayese edildiğinde, ulaştırma ve haberleşme yatırımlarının toplam sabit sermaye yatırımları içindeki payının %14,6'dan %22,9'a yükselirken turizm gelirleri tarafından yaratılan katma değerın gayri safi milli

¹⁰⁹ Ülker Atakan, "Turizm Arzında ve Yatırımlarında Gelişim", 2. Bilkent Turizm Forumu; Aralık, Ankara, s.65

hasıla içindeki payının da benzerlik gösterdiği ve %0.1'den %1.6'ya yükseldiği gözlenmektedir. ¹¹⁰

Tablo 23

SABİT SERMAYE YATIRIMLARININ TURİZM, İMALAT SANAYİİ VE ULAŞTIRMA-HABERLEŞME YATIRIMLARI ARASINDA DAĞILIMI (%) ¹¹¹

	TURİZM	İMALAT SANAYİİ	ULAŞTIRMA HABERLEŞME
1.BYKP (1963-1967)	0.5	30.6	14.6
2.BYKP (1968-1972)	0.8	37.4	14.4
3.BYKP (1973-1977)	0.5	37.8	17.4
1978	0.5	34.8	16.7
4.BYKP (1979-1983)	0.5	30.7	17.1
1984	1.0	24.1	21.0
5.BYKP (1985-1989)	2.8	17.3	22.1
6.BYKP (1990-1994)	3.2	19.4	22.9
1995	2.4	21.9	18.9
1996	2.3	21.7	19.3

Kaynak: M.K. Aydın, a.g.m., s.48

Tabloda görüldüğü gibi 1979 ve 1984 yılları arasında ulaştırma ve haberleşme sektörüne yapılan sabit sermaye yatırımları, ekonominin büyüme ivmesini artırırken dış aktif turizm gelirlerini arttırmış ve üst yapı yatırımlarını da uyarmıştır. ¹¹¹

Turizm sektörüne yoğunlaşan yatırımlarda finansmanında ayrı bir önemi bulunmaktadır. Avrupa Topluluğunun Akdenizli turizm ülkeleri, hibe şeklindeki teşvik araçlarını ulusal ekonomide kullanırken, topluluk kaynaklarından da kredi ve teşvik

¹¹⁰ Aydın, a.g.m., s.48

¹¹¹ Aynı, s.48

imkanı sağlamaktadır. Türkiye'ye gelince; turizm yatırımlarının teşviki için 1980'li yılların başında hazırlanan genel çerçeveye ilişkin düzenleme, 1992 yılında turizm teşvik kanunu ile yaşama geçirilmiş; 2634 sayılı yasa ile bir yandan turizm bölgeleri, turizm alanları ve turizm merkezlerinin saptanması ve geliştirilmesi yapılırken alt yapıya da ağırlık verilmiş; bir yandan da turizm yatırım ve işletmelerinin teşvik edilmesine ilişkin hükümler getirilmiştir. 2634 sayılı yasanın getirdiği teşvikler kamu arazilerinin 49 yıllığına tahsisi ve turizm geliştirme fonundan düşük faizli kredi verilmesinden ibaret kalmıştır. Ancak bu teşvikler 1983-1985 döneminde, sektördeki yatırım eğilimi üzerinde fazla etkili olmamıştır. Nitekim turizm belgeli yatak sayısı 1980 yılında 56.000'den 1984 yılı sonunda sadece 68.300'e çıkabilmiştir. 1986-1992 döneminde turizmin hibe türü teşviklerle desteklenmesi turizm yatırımlarının artması için bir zemin hazırlamış ve 1984 yılındaki 68.300 işletme belgeli yatak, 1992 yılında 219.900'e yükselmiştir. 1992 yılında fon kaynaklı kredi uygulamasına geçilmiştir. İki yılı ödemesiz beş yıl vadeli bu kredi her şeyden önce bu kısa vadesi sebebiyle turizm yatırımlarının gerçekçi oluşmasına aykırıdır. Ayrıca ödemesiz dönemde %10 faiz, takip eden üç yılda %30 faiz uygulanacağı belirtilmesine rağmen, bürokrasi ve kaynak yetersizliği nedeniyle sistem işlememekte ve yatırımcı Türkiye Kalkınma Bankasının %10 faizli Japon yeni kredisine mahkum edilmektedir. Japon yeninin kur farkı %85-90 arasında olduğuna göre, kredi maliyeti %100'ü bulmaktadır. Bu yeni uygulamaya göre 1992 yılının 219.000 olan işletme belgeli yatağı 1993 yılında ancak 231.822'ye ulaşabilmiştir. Bu rakamın içerisinde eski teşviklerle yapımına başlanmış yatırımlar da vardır.

Turizme eski büyüme hızını kazandırmak ve hedef alınan 600.000 turizm işletme belgeli yatağa erişilmek isteniyorsa, turizm sektörü yatırımlarının, özelliklerine uygun koşullarda, Akdeniz ülkelerindeki uygulamalara benzer hibe türü nakdi teşviklerle teşvik edilmesi şarttır. 1985-1990 dönemindeki turizm projelerinde en az %20 tutarında hibe türü nakdi teşviklere ihtiyaç vardır. Önerilen finans modelinde;

%40 öz kaynak, %40 uygun faizli 10-12 yıl vadeli kredi, %20 hibe türü nakdi teşviktir. Alınacak %40 kredinin yurt dışı kredi şartlarına uygun olması şart, 3 yılı ödemesiz, 10-12 yıl vadeli olması şarttır. Yatırımcı ihtiyaç olan bu krediyi, devletin

destek ve garantisine sahip olduğu takdirde, dünya orta ve uzun vadeli para piyasalarından kendisi kolayca bulabilir. Diğer alternatifler olarak %50 öz kaynak, %50 faiz sübvansiyonu sağlamış kredi veyahut bu krediye sağlanacak faiz sübvansiyonu; yatırım döneminde %100, işletme döneminde %50 olmalıdır. ¹¹²

V. TURİZM SEKTÖRÜNDE YABANCI SERMAYE ETKİSİ

Ekonomi politikasında köklü değişimin önemli sayılabilecek boyutlarından biride dış sermaye kaynaklarına başvurunun giderek artmasıdır. Dış sermaye kaynaklarının başlıca alt bölümleri, dış borçlanma, yabancı özel sermaye ve kısa dönemli dış sermaye girişleridir. Bunlardan yabancı özel sermaye “yatırımları” sermaye kaynaklarının kullanımını konu almaktadır. ¹¹³ Diğer anlamlarda özel yabancı sermaye, yabancı ülke menşeli şirketleri, kendilerine verilen müsaade uyarınca ülkemizde yatırım yapmaları ¹¹⁴, tek başlarına yahut yerli ortaklıklarla şirket kurmaları ve üretim faaliyetlerinde bulunmalarıdır. Yabancı ülkelere genellikle çok büyük cematli ve ihtisaslaşmış şirketler yatırım yapar, şube açar, yahut ortak şirket kurarlar. Bu şirketlere çok uluslu şirketler (Multi-National Corporations) yani MNC’de denilmektedir. ¹¹⁵

Yabancı sermaye, bulunduğu ülkede, yurt için tasarruflarının sınırlı olması nedeniyle sermaye ve yatırım imkanı sağladığı gibi, genellikle nüfus artış hızı yüksek seyreden gelişmekte olan ülkelere istihdam artışı da sağlar. Yabancı sermaye yatırımlarının getireceği ek kapasite ve hizmetlerle döviz gelirleri artar, aynı zamanda yatırım ve hizmetler için kendi dış kaynaklarını kullanmış olacaklarından ülkenin döviz çıktıları azalır. ¹¹⁶

Türkiye’de ise: yüksek turizm potansiyeli yabancı sermayeyi turizm alanında yatırım yapmaya itmiştir. Son yıllarda, turizm yatırımları yalnızca yerli yatırımlar için değil aynı zamanda yabancı yatırımlar içinde cazip bir duruma gelmiştir. Gerek sağlanan huzur ve güven ortamı, gerekse ekonomideki liberasyon politikası bu cazibenin artışına

¹¹² Yılmaz Işıklı, *a.g.m.*, s.71

¹¹³ Yakup Kepenek-Nurhan Yentürk, *Türkiye Ekonomisi*, Altıncı Basım, İstanbul, Eylül, 1994, s.287

¹¹⁴ T.Güngör URAS, *Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları*, Formül Matbaası, İstanbul, 1979, s.28

¹¹⁵ Süreyya Hiç, *Türkiye Ekonomisi*, Mentek Kikabevi, İstanbul, 1988, s.103

¹¹⁶ Olalı, TİMUR, s.130

neden olmuştur. Özellikle 1980 yılında 24 Ocak kararları çerçevesinde “Garantisiz Ticari Borçlardan” doğan alacakların karşılığının turizm yatırımlarından kullanılması şartıyla Türk Lirası cinsinden T.C. Merkez Bankasınca ödenmesi ve gerçekleşecek turizm yatırımlarında bu meblağların yabancı sermayeli yatırım sayılacağı hükmünün getirilmesi sonucunda turizm sektöründe yeniden yabancı sermaye ortaklık turizm yatırımları başlamıştır. ¹¹⁷

Türkiye’de turizm kesiminde yabancı sermayeden değişik amaçlarla yararlanmak mümkündür. Finansmana katkısı, eğitim olanaklarının sağlanması, turistik tesislerin pazarlanması, dış talebin yaratılması ve en önemli fayda, ülkeye gelen sermayenin getirdiği ileri teknik bilgi, kalifiye insan gücü tekniği (know-how), modern ve idari işletme yöntemleridir. ¹¹⁸

Ülkemizde 6224 sayılı Yabancı Sermaye Teşvik Yasasına göre, yabancı sermayeye sağlanan teşvikler şunlardır: ¹¹⁹

- Yabancı ve yerli sermaye eşit işlem görmektedir.
- Yabancı kuruluşun kâr transferi Merkez Bankasınca yapılmaktadır.
- Transfer edilebilir kârların sermayeye eklenmesi mümkündür.
- Yabancı sermayenin sonucu elde edilecek gelirin transferi Maliye Bakanlığınca izin verilmektedir.
- Yabancı sermayeli şirketin hisse senetlerinin transferi veya satışı Maliye Bakanlığının izni ile mümkündür.

2634 sayılı Turizm Teşvik Yasası’na göre, yabancı sermayeye tanınan haklar şunlardır;

- Turistik tesislerde belirli oranlarda yabancı personel çalıştırılabilir.

¹¹⁷ Bedriye Tunçsiper, “Yabancı Sermayenin Türkiye Ekonomisi ve Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi”, *Standart Dergisi*, Eylül 1997, s.60

¹¹⁸ Rıdvan Karluk, *Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları*; İstanbul Ticaret Odası Ekonomik Yayınları Dizisi, No:13, İstanbul, 1983, s.216-217

¹¹⁹ TOBB, *a.g.e.*, s.36

- Yabancı uyruklu kişiler turizm, bölge alan ve merkezlerinde taşınmaz mülk edinebilirler.

Türkiye'ye 1980'den bugüne kadar 10 Milyar USD yabancı sermaye girmiş, bunun 0.6 Milyar USD'i turizm sektörüne yatırılmıştır. 1980 yılında turizm sektöründe yalnız 1 adet yabancı sermayeli şirket bulunurken şu anda bu şirket sayısı 500'lere ulaşmıştır. Yabancı sermaye tarafından gerçekleştirilmiş yatak kapasitesi 52.000'dir ve toplam yatak kapasitemizin %15'ini oluşturmaktadır. Ayrıca Türk Turizm Sektöründe 28 adet büyük işletmeciler faaliyet halindedir. Dolayısıyla yeni hamleler yapmak hazırlığında olan Türk turizm sektöründe, direk veya deneyimli yerli girişimcilerle ortak yatırımlara girmeyi arzu eden yabancı firmaların olacağına ve yılda 350 milyar USD'i bulan Dünya yabancı sermaye yatırımları ortamında 10 yılda 2 Milyar USD'nin Türkiye'ye kayması problem teşkil etmez. Güçlü ve bilgili yerli ve yabancı firmaların hazırlayacakları yatırım projelerinin finansmanına yardımcı olmak üzere devletin teminat ve bürokratik işlemler konularında sağlayacağı kolaylıklar dikkate alındığında projelerin %40 oranında 4 Milyar USD'lik dış kaynak yaratacağı bir gerçektir.¹²⁰

Ülkemizde turizm sektörünün mevcut kapasitesini arttırmak ve yabancı sermayeyi turizm sektörüne çekmek için aşağıdaki önlemleri almak şarttır.¹²¹

- Çok liberal olmasına rağmen mevcut yabancı sermayeyi teşvik kanunu bürokratik engellerden arındırılarak, uygulama sistemi basitleştirilmelidir.¹²²
- Ülkemizde siyasal ve ekonomik istikrar ortamı değişmelidir.
- Özel turizm gelişme projesi anlamında bir olan oluşturulmalı ve yatırım ortamının hemen hazırlanması şarttır.
- Aşırı derecede büyük yatırım şartı aramak hevesine kapılmamalıdır.
- Yabancı sermaye ile ilgili yasalarımızın dış ülkelerdeki müteşebbislere tanıtılmasını sağlayacak ciddi girişimlerde bulunmalıdır.
- Gereksiz zorluklar çıkarılmamalıdır.¹²³

¹²⁰ Yılmaz Türkeri, "Turizm Sektörünün Ekonomiye Katkıları, Yeni Hedefler ve Gerçekleşme Şartları", 2.Bilkent Turizm Forumu, Ankara, 1997, s.41

¹²¹ Ülker Atakan, a.g.m., s.65

¹²² Yılmaz Türker, a.g.m., s.41

¹²³ Halil Deraz, Mali Yönden Yabancı Sermaye, Gör-San Matbaacılık Ltd., 2. Baskı, Ankara, 1996

VI. TURİZMİN MONETER ETKİSİ

a. Turizmin Enflasyon Üzerine Etkisi

Enflasyon; para değerinin düşmesi ve fiyatlar genel seviyesinin yükselmesine yol açan dinamik bir olay ise, turizm sektörünün de turistik ihtiyaçları karşılamak için diğer sektörlerden yararlanılmasının enflasyonist baskıyı arttırdığı söylenebilir. Turizm sektörünün taşıdığı özellikler nedeniyle, turistik mal ve hizmetlerin fiyatlarında meydana gelecek bir artış otomatikman bir enflasyon faktörü olacak ve bu fiyat artışları kısmen, kısa süre içinde coğrafik olarak yoğunlaşmış turistik akımlardan daha yüksek bir seviyeye akacaktır.¹²⁴ Dolayısıyla turizm hizmetlerinin fiyatları piyasa koşullarına göre hızla artacaktır. Maliyetlerin yükselmesi, bunu izleyerek fiyatların artması ve bunu takibinde talebin yükseltilmesi ile ortaya çıkan enflasyon, maliyet enflasyonu olarak kabul edilmektedir. Turizm maliyet enflasyonu turistik mal ve hizmet üretiminde etkisini göstermektedir. Maliyet enflasyonu olarak nitelendirilen bu turistik mal ve hizmet üretiminin üzerindeki baskı; ekonomi politikası çerçevesinde devlet üretim girdi fiyatlarını saptarken, konaklama, ulaştırma, seyahat acentaları yatırım yapacakları mallara ilgili maliyetleri saptarken ve bu işletmelerde ücret-reklâm artışları hesaplanırken ortaya çıkar.

Turizm sektöründe karşılaşılan başka bir enflasyon çeşidi de gelirlerin artmasına ve sınırlı arz kapasitesine bağlı olarak gelişir. Başka bir deyişle, toplumun harcamaları toplamı, ekonominin mevcut üretim kapasitesi ile üretildiği toplam mal ve hizmet miktarını aştığı takdirde Talep enflasyonu ortaya çıkar.¹²⁵

Turizm nedeniyle herhangi bir bölgede ortaya çıkan enflasyon ve fiyat yükselmeleri, bu bölgede turistik talebin yoğunlaşması nedeni ile kısa süreli ve bölge sınırları içinde kalıcı şekilde de gerçekleşebilir. Turizm mevsiminin sona ermesi ile birlikte fiyatlarda eski düzeyine inme eğilimi başlar. Genellikle bir ekonomide üretilen mal ve hizmetlerin büyük bir bölümünün turizm sektörü tarafından kullanıldığı kabul edildiğinde, bu mal

¹²⁴ Orhan İçöz, "Enflasyonun Turizm Sektörüne Etkileri" *Anatolia Dergisi*, sayı 13, Şubat 1991, s.19

¹²⁵ Özen Dalli, *Turizm Talep ve Maliyet Enflasyonu*, İktisadi Coğrafya ve Turizm Enstitüsü Konferansları, İli yayınları, İstanbul, 1980, s.35-36

ve hizmet fiyatlarında turizm nedeni ile meydana gelen artışlar bölgesel açıdan dört grupta toplanabilir. Bunlar;

- Tüketimdeki artıştan ileri gelen talep enflasyonu
- Maliyet artışından doğan maliyet enflasyonu
- Hem talep enflasyonunu, hem de maliyet enflasyonunun aynı anda görülmesi
- Yatırım talep dengesizliğinin neden olduğu enflasyondur.

Turizmin fiyat artışlarına neden olduğu mal ve hizmetlerin tamamı bu olaydan aynı derecede etkilenmemektedir. Yabancı turistlere yönelik olarak sunulan mal ve hizmet fiyatlarındaki artışlar iç turizme dönük olmadığı için iç fiyatlara yansımayacaktır. (örn; domuz eti tüketimi gibi) Yine örneğin, vazgeçilmez nitelikteki dayanıksız tüketim malları enflasyonist baskıdan derin bir şekilde etkilenirken, alternatifleri bulunan ulaştırma araçları bu baskıdan fazlaca etkilenmez. Enflasyonist baskı, talep edilen mal ve hizmet ünitelerinde stok bulunmaması, piyasada arz ve talebin dinamik dengesini engelleyen dinamik unsurların bulunması halinde de artar.

a.1 Enflasyonun Turizm Sektörü Üzerine Etkisi

Turizm sektörü fiyat artışlarının yaygın olduğu dönemlerde enflasyondan önemli ölçüde etkilenmektedir. Bu durum, gerçekte fiyatların ve maliyetlerin sürekli artışı ile belirlenen enflasyonun bir sonucu olarak turizm sektörüne yansır. Genellikle turizmin en fazla etkilendiği enflasyon, talep ve maliyet enflasyonlarıdır. Turizmde enflasyonun etkisi şu şekilde görülür;

- İç turizm göz önünde bulundurulduğunda: enflasyonist ortamda, artan fiyatlar turizm talebinin satın alma gücünü üzerinde etki yaparken gelirlerde bir düşme meydana getirecektir.

Dış turizm açısından ise; milli paranın değeri enflasyon oranına paralel olarak düşürüldüğü sürece dış turizm talebinin fazlaca etkileneceği söylenemez. Ancak enflasyon oranı devalüasyon oranından yüksek olursa yada turistik ürünün fiyatı

devalüasyon oranının üzerine çıkarsa, dış turizm talebinde de fiyata bağlı bir gerileme görülür.

- Turisti mal ve hizmet üretiminde kullanılan girdi fiyatlarının maliyet enflasyonundan etkilenerek artması (enerji, hammadde fiyatları, reklam gid., pahalı yatırımlar, yüksek ücretler vb) faktör maliyetlerinin artmasına ve böylece turizm sektörünün etkilenmesine neden olur.
- Kaliteli yüksek konaklama tesislerinin yapılması için gerekli girdilerin ithal edilmesi şarttır. Bu da ithalat yapılan ülkelerdeki enflasyonist etkilerin ekonomiye dolayısıyla turizm sektörüne yansır.
- Talebin belirli dönemlerde düşmesi, konaklama tesislerinin doluş oranlarının düşmesine, yatırımın geri dönme süresinin uzamasına ve kârlılığın azalmasına neden olur.
- Ülkedeki enflasyon, dış turizm açısından güvensiz bir ortamın yaratılmasına ve turizm talebi üzerinde caydırıcı etkiye yol açar.
- Enflasyon ortamında; çalışanların reel ücretlerindeki azalma; hoşnutsuzluğa, iş verimliliğın azalmasına, hizmet kalitesinin düşmesine yol açar.
- Enflasyon, sektörde uzun vadeli yatırımlar yerine, en çok kâr getirecek olan yatırımların artmasına sebep olarak, ekonomide kaynak dağılımının bozulmasına neden olur.
- Enflasyon, ülkenin dış ticaretini bozar. Döviz kurlarının sabit olduğu bir durumda iç fiyatların çok yükselmesi sonucu, dışarıdan gelecek malları daha ucuz olacağından, ithalat eğilimi artar, ihracat azalır. Aynı şekilde dış pasif turizmde de gelişme görülür. Bu durum dövize şiddetle ihtiyaç duyan ülkelerde ciddi sorunlar yaratır. Bu sorunları çözmek içinde devalüasyona başvurulur.¹²⁶

b. Turizm ve Devalüasyon

Devalüasyon, bir ülkenin para biriminin değerini yabancı paralara nazaran düşürmektir veyahut paranın değişim değerinin azalmasını engellemek amacıyla yapılan bir harekettir.¹²⁷

¹²⁶ İçöz, a.g.m., s.20-21

¹²⁷ Olalı-Timur, a.g.e., s.307

Turizm ülkelerarası bir hareket olduğu için devalüasyondan etkilenecektir. Devalüasyon, turizm geliştiren bir nedendir. Turistik hizmetlerin talebi açısından gelirler, gelir dağılımı, döviz kontenjanları, gümrük gibi harcamayı kısıtlayan durumlar ziyaret edilecek ülkenin seçiminde etken olan elemanlardır. Bir turist için, bir ülke devalüasyon nedeniyle ucuz bir ülke haline geldiğinde turistik satın alma gücü kendiliğinden artacak ve bu artıştan yararlanmak için turist devalüasyon yapan ülkeyi tercih edecektir. Çünkü bu durum turist açısından tüketim rantı teşkil edecektir. Turist için diğer alternatifleri şunlar oluşturacaktır. ¹²⁸

- Turist devalüasyon yapan ülkeye gittiğinde tüketimini arttırabilir,
- Daha çok hatıra eşyası alabilir,
- Devalüasyon yapan ülkede, daha yüksek kalitedeki otel, restoran ve konaklama yerlerini tercih eder,
- Turist, devalüasyon yapan ülkede kalma süresini arttırabilir,
- Planladığı diğer ülkeleri seyahat programından çıkararak talilin tamamını devalüasyon yapan ülkede geçirilebilir,
- Kendi ülkesinde satın almayı düşündüğü bazı tüketim ve donatım mallarının alımını daha sonraya bırakabilir,

Devalüasyonla birlikte turistik akımların ülkeye yönelmesi ve turizmin artışı, sektörün iş hacmini arttıracığından uzun dönemde yatırımları da uyarır. Turizmin gelişmesi amaçlanarak yapılan devalüasyonların amacına ulaşabilmesi içinde;

- Zamanlamanın iyi yapılması gereklidir. Devalüasyon için turizm plan ve programlarının kesinleşmediği tarihler göz önünde bulundurulmalıdır.
- Sektörde faaliyet gösteren kuruluşların yabancı seyahat ile anlaşmalarını ülke parası üzerinden yapmaları gerekir.
- Siyasi istikrar, devalüasyon yapan ülke açısından önemli olmalıdır.
- Para değerinin devalüasyon kararları ile düzenlenmesi daha çok, mal ithali ve ihracını etkilediğinden turizm ve diğer görünmeyen kalemler ülkenin telafi edici

prim uygulamaları nedeniyle devalüasyon kararlarına çok hassas değildirlir. Bu nedenle, para operasyonu ile turizm talebi arasındaki ilişkiyi zayıflatan işlemlerin yan etkilerinin ortadan kaldırılması için gerekli tedbirler alınmalıdır.¹²⁹

VII. ÜLKEMİZ AÇISINDAN TURİZM YARARINI VE EKONOMİK ETKİLERİNİ ARTTIRICI POLİTİKALAR

Türkiye'nin uluslararası ilişkiler ve dengeler karşısındaki hassas konumu turizme olabildiğince yansımaktadır. Bu nedenle turizm, bir hizmet sektörü olmakla taşıdığı doğal hassasiyetin yanı sıra, uluslararası siyasal gelişmeler karşısında da hızla incinebilir bir niteliğe sahip ve yine bu nedenlerdir ki, turizmin gelişme dinamiği ne düzeyde olursa olsun, dünyanın pek çok yöresinde olduğu gibi Türkiye'de de turizm sektörü ve turizm hareketlerinin mutlak bir istikrarlılık çizgisi ortaya koyması oldukça güç görünmektedir.

Kriz ve olağandışı olaylara göre endekslenmiş bir turizm politikasının uzun dönemde daha başarılı sonuçlar vereceği söylenebilir ve hatta politikalar, herhangi bir yılı veya zaman dilimini kurtarmaktan öte, turizmin genel eğrisini yukarıya doğru tutabilme çabasında yoğunlaşabilir. Ne var ki krize endekli bir politika ile kriz sonrası koşullara göre belirlenmiş bir politika arasındaki farklılığı baştan netleştirmek gereklidir. Bunlardan birincisi, hazırlılık ve önlemleri kendi içinde taşıyan bir planı içerirken, ikincisi dış koşullara göre belirlenmektedir.

Turizm politikaları eğitim, tanıtım, pazarlama, finansman, sektörel örgütlenme uluslararası ilişkiler ve teşvik gibi stratejik unsurları içinde bulundurmalıdır.

Ülkemizde 1997-1998 döneminde üzerinde politika oluşturulması gerekli sorunlardan belli başlıları şunlardır;

Altyapı: 1997-1998 döneminde Altyapı tümüyle tıkanmış, bu alanda yeni yatırımlara ihtiyaç vardır. Hızlı gelişen kongre turizminden hak ettiğimiz payı alabilmek için

¹²⁸ Olah-Timur, a.g.e., s.309

bilhassa büyük illerimizde kongre merkezlerine ihtiyacımız vardır. Akdeniz’de dolaşan 900 bin yatın ülkemizden de gelir yaratıcı bir etkiye sahip olması için yeni yat limanlarının yapılması şarttır.

Havaalanları: Mevcut havaalanımızın bulunduğu bölgelerdeki kapasitesi artırılmalıdır. Bilhassa yetersiz kalan İstanbul, Antalya ve İzmir gibi gelişen bölgeler içinde yeni havaalanları planlanmalıdır.

Karayolları: Karayollarının tekrar düzenlenmesi, birçok turistik merkezdeki karayollarının ağlarının tekrar gözden geçirilmesi gereklidir.

İç Turizm: Milyar doların üzerinde bir pazar oluşturan yurtiçi seyahat pazarının geliştirilmesi amacıyla bakanlık bünyesinde “iç turizm” birimi oluşturulmalıdır.

Yeni Teşvik Sistemi İhtiyacı: Sektörde kişisel beceri ve başarılarından çok bölgesel gelişmeyi sağlayabilecek büyük yatırımları içeren plan ve programlar geliştirilmeli ve bunlar teşvik edilmelidir. Dünyada ve ülkemizde yaşayan gelişmeler ışığında yeni pazar ve ürün geliştirmeyi özendiren yeni teşvik sistemine ihtiyaç vardır.

Enerji Sorunu: Enerji ihtiyacını, çevreyi bozmadan alternatif yatırımlarda karşılamalıyız. Gökova Termik Santrali bu özelliği ile turizmi ciddi biçimde tehdit etmektedir.

Çevre: Çevre ile ilgili yatırımların yoğunlaştırılması gereklidir. Çünkü Turizmin en büyük alt yapısını çevre oluşturmaktadır. Çevreye karşı olan yatırımlarda ilkönce, çevre kirliliği yaratma ve doğa tahribatının maliyeti yatırımın geliştirmesi, beklenen ekonomik yarardan daha büyük veya daha küçük olduğuna bakılmalı buna göre yatırımlara izin verilmelidir.

Eximbank Kredileri: Kaynaklar çok yetersiz kalmakta, kredilerden daha çok acentanın yararlanabilmesine olanak tanınmalıdır.

¹²⁹ Olalı-Timur, a.g.e., s.309

Yasal Düzenlemeler: Mefaatlar ölçüsünde yeni düzenlemelere gidilmelidir. Bilhassa tüketici hakları konusunda kesin çözüm yolları bulunmalıdır. Türkiye'nin bedava tatil yapılabilecek bir ülke konumundan çıkartılması şarttır.¹³⁰

a. Koordinasyona Dayalı İktisadi Devlet Teşekkülünün Oluşturulması

Oluşturulacak iktisadi devlet teşebbüsü turizm alanında yapılması gereken iş ve faaliyetleri, gittikçe artan ölçüde rasyonel ve ticari bir zihniyetle ele almalı ve başarıya ulaşmalıdır. Başka bir ifadeyle gerek sosyal, gerek kültürel ve gerekse ekonomik açıdan sektörün tüm aksayan taraflarını gidermelidir. Aynı zamanda bu teşekkül özel sektöre de örnek olmalıdır. Bu yönden,

- Plaj alanları açılmalı ve alanlar üzerine insanları bütün ihtiyaçlarına cevap verecek büyük tesisler oluşturulmalıdır.
- Özellikle Kuzey ve Batı Avrupa'dan doğuya ve güneye doğru gelişen uluslararası turistik akımı devamlı olarak Türkiye'ye çekmeli bunun için Dünya pazarında stratejik ve atak planlar oluşturmalıdır.
- Dış turistlerin Türkiye'de kalış sürelerini ve ortalama harcamalarını arttırmanın yol ve çareleri bulunmalıdır.
- Ülkemizin her kesiminde bulunan vatandaşımızı turizme katmalı, turizm bilinci ve olgusunu böylelikle bazı bölgelerde tepki almaktan çıkartıp tüm ülkeye yayılmalıdır.
- Turistik alt yapı ile ilgili konaklama ve ulaştırma tesisleri kurulup verimli olarak işletilmelidir. Örnek turizm yatırımları yapılmalıdır.
- İşbaşında turistik eğitim ve öğretime önem verilmeli, diğer kuruluşlarla koordineli şekilde çalışılmalıdır.
- Tanıtım, reklam ve halkla ilişkiler gibi faaliyetlerin diplomatik bir karakterden daha çok ticari bir karaktere bürünmesi gereklidir.

Ülkemizde ancak yukarıdaki şartlar yerine tam anlamıyla getirilmeye başlandığında reklâm, tanıtma ve propaganda çalışmalarına başlanmalıdır. Bu yüzden koordineli,

¹³⁰ TÜRSAB, Eylül, Sayı 164, 1997, s.8

stratejisi olan, organizasyonu sağlam, uluslararası işbirliği konularında faal bir devlet teşekkülü oluşturulmalıdır. ¹³¹

b. Statik ve Dinamik Mukayeseli Pazarlama Anlayışının Belirlenmesi

Ülkemizde turizm yaklaşık 30 yıl önce başladığı söylene bilinir. Son 20 yılda, turizm planlamasına önem verilmiş, getirilen teşvik politikalarıyla turizm yatırımları önemli ölçüde desteklenmiş, özellikle son 10 yılda turizm, ülke ekonomisi açısından önemli bir sektör haline gelmiştir. ¹³² Bu yüzden turizmin ülke ekonomisi açısından gelir getirici etkisini kaybetmemesi için pazarlama stratejilerinin çok iyi oluşturulması gereklidir. Oluşturulacak pazarlama stratejilerinin ortak özellikleri şu sınırları kapsamalıdır; ¹³³

- Mevcut pazar korunmalı diğer bir ifadeyle işletmeye veya ülkeye yönelik turizm talebi en azından aynı düzeyde tutulmalıdır.
- Pazardaki potansiyel talep fiili talep biçimine dönüştürülmeli, yani turizm olayına katılabilecek olanaklara sahip bulunan ancak bunu henüz gerçekleştirilmemiş kitleleri turizme çekilebilmeli.
- Yeni pazarlar yaratılmalı, önceden bilinmeyen ulaşılmamış veya gereğince değerlendirilmemiş pazarlara girilmeli, başka işletmelere veya ülkelere yönelik turistik talebi çekerek turizm ürünlerinin satış alanları genişletilmelidir.

Yukarıdaki gelişmelere paralel olarak ülkelerin potansiyel turistik cezbedici gayretleri yoğunlaşmakta, benzer turizm ürünlerini pazarlayan ülkeler arasında kıyasıya bir rekabet gözlenmektedir. ¹³⁴ Türkiye'nin böyle bir ortamda dış aktif turizmden beklediği verimi alması ve turizm ürünlerinin pazarlamasında etkinliğin sağlanması için;

- Türkiye, kısa dönemde, bir yandan ürün kalitesini yükseltirken diğer yandan, maliyet-etkinlik yöntemleriyle, mevcut-geleneksel pazarlardaki payını

¹³¹ Kemal Özbilgi, *Turizm ve Mucize*, Ankara, 1970, s.232

¹³² Feyza Sürücü, "Turizm Pazarlarında Gelişmeler ve Tanıtım Uygulamaları" *2.Bilkent Turizm Formu*, 1997, s.49

¹³³ Necdet Hacıoğlu, *Turizm Pazarlaması*, 3.Baskı, Uludağ Üniversitesi Basınevi, Bursa, 1997, s.11

¹³⁴ TOBB, *a.g.e.*, s.47

- yükseltmeye çalışmalıdır. Bu dönemde, incentive turizm, 3. yaş turizmi ve gençlik turizmi başta olmak üzere, pazarlanabilirliği olan ürünler için talep arttırılmalıdır.
- Orta ve uzun vadeli, Japonya, ABD, Kanada, Avustralya, Güney Amerika başta olmak üzere, kıta ötesi pazarlarda imaj geliştirme ve turizm pazarlaması faaliyetleri arttırılmalıdır.¹³⁵
 - Belirli nedenlerden dolayı OECD ve Ortadoğu bölgelerinde yer alan ve öncelikli pazarlar olarak nitelendirilmesi gereken ülkelerde ekonomik, sosyal, politik demografik ve psikolojik faktörler dikkate alınarak, satın alma davranışlarının, gereksinim ve arzuların uygunluk gösterdiği grupların belirlenmesi yoluna gidilmelidir. Esasen Türkiye'nin pazarın tümünü içeren bir promosyon faaliyeti yürütecek finansman ve personele ilişkin kaynaklara yeterince sahip olmamasının yanında, ülkenin arz kapasitesinin tüm turist tiplerine uygun olmaması da böyle bir stratejiyi gerekli kılmaktadır.¹³⁶
 - Yeni ürünlerin satış gücünü arttırmak üzere sektör içindeki işletmelerin işbirliği ve kamunun faaliyetleri koordine edici, destekleyici girişimleri önemli detayları oluşturmalı, aynı zamanda uluslararası kuruluşlara işbirliği geliştirilmeli ve pazarlama potansiyeli arttırılmalıdır.¹³⁷
 - Ülke içinde ulusal rezervasyon ağı kurulmalı, Bakanlık yurtdışı büroları otomasyona tabi tutulmalı ve ürünlerimize ilişkin bilgiler, yabancı sektörel bilgi ağlarına aktarılmalıdır.
 - Pazarlamaya yönelik teşvikler, sadece seyahat acentalarına değil, hava taşımacıları, oteller ve yurt dışındaki Türk kökenli tur operatörleri dahil olmak üzere, tüm kesimlere, ticari işbirliğini arttırıcı yönde uygulanmalıdır.
 - Global ve talep motivasyonlarına dayalı pazarlama yaklaşımlarında, ürünler, pazarlar ve pazar segmenleri açısından farklılaşan tercihler yapılmalıdır.
 - Üst gelir gruplarına sunulacak ürünleri ile alt gelir gruplarına sunulacak ürünler, farklılaştırmalı, bireysel turizm talebinden aldığımız payın arttırılması amacıyla iletişim teknolojisinin sağladığı olanaklardan yararlanılmalıdır.
 - İç turizm geliştirilmeli, gelir dağılımında dengesizliğin giderilerek, orta ve alt gelir grubundaki halkın tatil yapma olanakları arttırılmalıdır.

¹³⁵ Turizm Bakanlığı, Turizm Pazarlama Stratejileri Workshop, 8-9-10 Eylül 1992, Ankara, s.52

¹³⁶ TOBB, a.g.e., s.49

- Yeni yatırımlarda, iç talebin özellikleri de dikkate alınarak, ikinci konutların artmaması için caydırıcı önlemler alınmalıdır.
- Tüketici tatil kredileri uygulanmalı ve yaygınlaştırılmalıdır.
- Bakanlığımızdaki AR-GE birimleri yenilenmeli ve geliştirilmeli; mevcut arzın envanteri, pazar araştırmaları, doğal kaynak ve potansiyelin analizi, mevsimler, bölgeler ve tesis türleri itibarıyla doluluk oranları, mevcut ve potansiyel talep ve değişme eğilimleri dikkatlice analiz edilmelidir.
- Ürün geliştirme stratejileri oluşturulmalı, ürün kalitesinin izlemek ve denetlemek için, kamu, ve özel sektör işbirliğiyle etkin bir sistem kurulmalı, ödüllendirme ve cezalandırma araçlarına işlerlik kazandırılmalıdır.¹³⁸

c. İstikrarlı Bir Programa Dayalı Tanıtma Politikası

Turistik tanıtma; bir ülkenin doğal, kültürel, tarihi çekiciliklerinin, ulaştırma ve konaklama imkanlarının belirli bir plan ve program dahilinde, bir koordinasyon içinde açık, sürekli, yoğun ve sistemli bir şekilde, çeşitli tanıtım teknikleri kullanılarak potansiyel müşteri gruplarının bilgilendirilmesi, ülke veya turistik ürün hakkında olumlu bir imajın yaratılması faaliyetleridir.¹³⁹ Turizm sektöründe tanıtma ve talep yaratma, mevcut ve yeniden meydana getirilecek arz verilerine yeterli müşteri sağlamanın tek yoludur. Bu nedenle, turizmde tanıtma, talep yaratma faaliyetleri turizm planlama sürecinin temel elemanlarından birini oluşturur.¹⁴⁰

Arz kapasitemizi geliştirmek için pazarlama ve tanıtma faaliyetlerini aynı hızla geliştirmemiz gereklidir. Bu yüzden tanıtma politikasının temel unsurları; turizmin tüm yıla yayılması, yabancı ziyaretçilerin ülke içindeki coğrafik dağılımının dengelenmesi, yabancıların ülkemizdeki kalış sürelerinin uzatılması, kişi başına harcamaların arttırılmasından oluşmaktadır. Bu politikaların hedeflerine ulaşabilmesi içinde, turizm arzının çeşitlendirilmesi, yeni turizm alan ve merkezlerinin geliştirilmesi, hizmetlerin

¹³⁷ Turizm Bakanlığı, Tanıtma-Pazarlama Hedef Ülke ve Uygulamalar, Turizm Bakanlığı-Tanıtma Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 1995, ss.4-5

¹³⁸ Turizm Bakanlığı, workshop, a.g.e., s.52

¹³⁹ Necdet Hacıoğlu, Turizm Pazarlaması, a.g.e., s.71

¹⁴⁰ Hasan Olalı, Turizm Politikası ve Planlaması, İstanbul, 1990, s.193

nicelik ve nitelik olarak iyileştirilmesi, üst gelir gurubundaki tüketicilere yönelmesi gibi özellikleri taşımalıdır.

Tanıtma ve pazarlama faaliyetleri bazı ülkelerde tamamen merkezi turizm örgütünün sorumluluğundadır. Bazı ülkelerde ise ülke dışında kurulmuş kamu, yarı kamu veya tamamen özel nitelikteki turizm ofisleri bu görevi üstlenmişlerdir. Son yıllarda izlenen eğilim, tanıtma ve pazarlamanın kamu, özel sektör ve yerel kuruluşlar işbirliği ile yürütülmesidir. Uluslararası düzeyde ülkemizin turizm tanıtımı genellikle bakanlığımızca gerçekleştirilmektedir. Bakanlığımız reklam ve halkla ilişkiler faaliyetleri ile olumlu imajı devam ettirmeye, olumsuz etkenlere karşı korumaya ve geliştirmeye ayrıca turizmi çeşitlendirme ve ülke sathına yayma politikası kapsamında değişik ürünleri ve bölgesel destinasyonları tanıtmaya öncelik vermelidir. Bakanlığımız tarafından 1997 yılında 23 yurtdışı büromuz kanalı ile 33 ülkede yazılı basın, tv, radyo veya açık hava panoları şeklinde reklam faaliyetleri yürütülmüştür. Bilhassa reklam kampanyalarının yüksek maliyetler oluşturmamaları için; öncelikle “hedef ülke” ve bu ülkeler içerisinde de “hedef kitle” belirlenmesi ve bu faaliyetlerin o hedef kitleye yönelik olarak yürütülmesi gerekmektedir.¹⁴¹

Türkiye'nin turizm gelirlerini arttırmak için tanıtma politikaları ve faaliyetleri şu şekilde oluşturulmalıdır;

- Tanıtma faaliyetlerinde belirlenen hedef kitlelere kum, güneş, ve deniz imajlarını yanı sıra tarihi eserlere, kaplıca, dağcılık, av, spor ve golf gibi olanaklara ağırlık verilmelidir.
- Kişisel satış, reklam, satış geliştirme, halkla ilişkilerden oluşan tanıtma yöntemleri arasında bütünlük sağlanarak her birinin kullanma yoluna gidilmelidir.
- Tanıtmanın bir yatırım programı olduğu kabul edilmeli ve bu program kısa, uzun, orta vadeli stratejilerle 3-4 yılda bir değerlendirilmelidir.¹⁴²
- Rekabet halinde bulunduğumuz ülkelerin tanıtım bütçeleri, programları, tanıtım hususunda yaptıkları değişiklikler sürekli göz önünde bulundurulmalıdır.

¹⁴¹ Feyza Sürücü, a.g.m., s.58

¹⁴² TOBB, a.g.e., s.55

- Türkiye'nin imajının ve hedef kitlenin özelliklerinin belirlenmesi amacıyla, profesyonel işletmelere araştırmalar yaptırılması için imkanlar sağlanmalıdır.
- Dış tanıtım programları geliştirilmelidir. Örneğın; Kuzey ülkelerine yönelik tanıtım çalışmalarında deniz, güneş ve kum unsurlarına ağırlık verilirken, Amerikalılara yönelik bir tanıtım programında, kültürel unsunlar ağırlık kazandırılmalıdır.
- Tanıtımda özel sektör ve devlet işbirliğine yönelik modeller oluşturulmalı,
- Yurtdışında lobicilik faaliyetleri yoğunlaşmalıdır.
- Yurtdışı turizm bürolarına ve tanıtma ateşeliklerine, Türkiye'nin değerlerini tanıyan ve tanıtma teknikleri konusunda yeterli bilgiye sahip personel atanmalıdır.
- Turistik tanıtımda kullanılan araçlarda kalite arttırılmalı ve miktar olarak da potansiyel turistlerin hepsine ulaştırılması sağlanmalıdır.
- Tanıtma politikaları tespit edilirken, dünyada meydana gelen değişmeler göz önüne alınmalı, buna göre politikalar geniş kapsamlı ve olabildiğince dinamik olmalıdır.¹⁴³

Ülkemizde Bakanlığımız Tanıtma Genel Müdürlüğünce yapılan 1997 faaliyetlerimiz ise;¹⁴⁴

- 23 Yurtdışı büromuz kanalı ile 33 ülkede reklam faaliyeti gerçekteştirilmiştir.
- Halkla İlişkiler faaliyetleri kapsamında toplam 563 yabancı konuk ülkemizde ağırlanmıştır.
- 1997 yılı içinde 30 ülkede 78 fuara iştirak edilmiştir.
- Ayrıca 11'i yurtdışında, 8'i yurt içinde olmak üzere 19 uluslararası kongreye katılım sağlanmıştır.
- Seyahati Geliştirme çalışmalarını çerçevesinde Karadeniz Yeşil tur ve İnanç Turizmi turu gerçekteştirilmektedir.
- 1.400.000 tirajlı tanıtıcı yayın üretimi,

¹⁴³ Cevdet Avcıkurt, Turizm'de Tanıtma ve Satış Geliştirme, Balıkesir, 1995, s.110

¹⁴⁴ Sürücü., a.g.m., s.59

- Enformasyon hizmetlerinde kullanılmak üzere, 11 ana başlık altında bilgiler güncelleştirilmiş ve “Alo turizm” telefon bilgi hattı tesis edilmiştir. (Türkiye, İngiltere ve Almanya’da)
- 1997 yılı Ağustos ayı sonuna kadar, bir kısım yurt dışı bürolarımız halkla ilişkiler çalışmaları sonucunda, çeşitli ülkelerde Türkiye hakkında 1.6 trilyon TL yayın değeri olan 564 yayın çıkmıştır. Radyo ve TV’de ise 80 Milyar TL reklam değeri olan yayın yapılmıştır.
- Tüm yurtdışı bürolarımız bilgisayar teknolojisi kullanmaktadır. Bakanlığımız merkez teşkilatının bilgisayar altyapısının tamamlanması ve diğer bürolarımızda İnternet kanalı ile tanıtım faaliyetlerinin yürütülmeleri çalışması sürdürülmektedir.

d. Ülkemizde İç Turizmi Geliştirme Politikası:

Turizmi insanların yaşamına dahil etmek en önemli politikayı oluşturmaktadır. Çünkü kendi ülkesi insanının gezmesini ve ilgisini çekmeyen bir ülke uluslararası alanda bu sektörde başarıyı yakalaması oldukça güçtür. Yurtiçi turizm alternatif bir turizm olmadığına göre, Türkiye’de turizmin alt yapısını yurt içi turizm oluşturmalıdır. Yurt içi turizmin istikrarlı bir düzey kapsamında oluşturulması ve gelir yaratıcı etkisini arttırmak için iç talep profillerine ulaşmak ve sürekli ankete dayalı verilerin sağlanması şarttır. Böylelikle ülkemizde yaşayan kişilerin turizme katılma düşünceleri, modeli olanakları daha kapsamlı şekilde belirlenmiş olacaktır. Örneğin 1996 senesinde on sekiz milyon kişi üzerinde yapılan araştırmada ülke vatandaşlarımızın tatile çıkmama nedenleri arasında ilk sırayı, parasızlık ikinci sırayı izin alamamak, üçüncü sırayı tatil alışkanlığının olmaması, dördüncü sırayı aile reisine bağımlılık, beşinci sırayı, aile bireylerine olan bağımlılık almaktadır.¹⁴⁵ Türkiye’de genel olarak gelir düzeyinin düşük olduğu onun için insanların tatile çıkmadığı söylenirse de yapılan bir takım çalışmalarda bunun böyle olmadığını, ancak insanların tatil alışkanlıklarının farklı olduğunu yada paket tatil kavramı ile tanışmadıklarını ortaya koymaktadır. Sağlıklı pazarlama çalışmaları ile aşılabilecek bu soruna “talep yaratılması” da denilebilir.¹⁴⁶

¹⁴⁵ TÜRSAB, “İç Turizm”, Sayı 151, Ağustos, 1996, s.19

¹⁴⁶ Birol Türemiş, “Retailer, Toptancı-Perakendeci Acenta Zamanı” Makale Çalışması, Türsab Dergisi, Sayı 151, Ağustos, 1996, s.21

Ülkemizde yukarıda sayılan sorunların ortadan kaldırılması ve iç turizm talebini yüksek bir düzeyde tutabilmek için;

- İç pazara yönelik yeni satış sistemleri geliştirilmeli.
- İç pazarı yönlendirme acentalar sorumluluğunda olacağından otellerin acetacılık heveslerini oradan kaldırmaları şarttır.
- Tüketici üzerinde acentaların güvenilirliği artırılmalı, “bilinçli tüketici-bilinçli turizm” kavramı oluşturulmalıdır.
- İç turizm bir devlet politikası haline dönüştürülmeli. Acenta ve otel kesiminden yapılan her türlü faaliyetler planlanmalı, iki kesim arasındaki rekabet ortamı derhal ortadan kaldırılmalı, devlet tarafından pazarlama araştırması kavramı yaygınlaştırılmalıdır.
- Otellerin yerli pazara kontenjan ayırıp, bunu tur operatörleri ile detaylı olarak projelendirmeleri ve planlamaları şarttır.
- Acentalar özendirici bir fiyat politikası belirlemelidirler.
- Acentaların hem tur operatörlüğünü hem de perakendeciliği kendileri yapmalarına rağmen “retailer” denilen aracı acenta kavramını geliştirmeleri de gereklidir.
- Yurt içi pazar için yapılacak fiyat ve pazarlama çalışmalarının uzun vadeli araştırmalardan sonra TL üzerinden yapılması gerçekleştirilmelidir.
- Tur operatörü/acent/temsilci acentalar arasında hukuki düzenlemelerin gerçekleştirilmesi şarttır.¹⁴⁷

Turizm hesaplarının, ulusal hesaplar içindeki gerçek yerini saptanmasına yardım edecek uydu hesap sisteminin geliştirilmesi için iç ve dış turizm harcamalarının türleri itibariyle dağılımının bilinmesine ihtiyaç vardır. Bu amaçla Devlet İstatistik Enstitüsü ile koordineli olarak yürütülen çalışmalar sonucunda dış turizm gelirimiz harcama türleri ayrıntısında hesaplanabilmiştir. İç turizm içinde bu hesaplamanın yapılabilmesi amacıyla Ekim 1997’e Hane Halkına yönelik iç turizm anketi gerçekleştirilmiştir. Anket kapsamına, nüfusu 10.000’in üzerinde yerleşim birimlerinden tüm ülkeyi temsil edecek, 21 il ve 100 ilçe alınmıştır. Anket, örnek kapsamında, 18.218 hanede uygulanmıştır. 1997 yılı Hane Halkı Turizm Araştırması sonuçlarına göre; ülkemiz

vatandaşlarının %39.64'ü en az bir geceleme yapmak kaydıyla ikamet ettikleri yerden başka bir yere seyahat etmiştir. Bu oran, 1992 yılı araştırma sonuçlarına göre %10'luk bir artış ifade etmektedir. Türk vatandaşlarının seyahate çıkma gerekçeleri arasında, tatil amaçlı seyahatler %37.1 ile ilk sıradadır. Tatil amaçlı seyahatlerinde, 1992 yılına göre %10 oranında arttığı gözlenmektedir. Seyahatin organize şekli ve konaklama tesislerinin kullanımına ilişkin sonuçlardan çıkarılan küçük ama önemli bir gelişme de iç turizmin geleneksellikten modernleşmeye doğru bir ivme kazandığı şeklindedir. 1992 yılında, seyahat acentasına başvurma yüzdesi %2 iken 1997 %4.27'ye yükselmiştir. Aynı şekilde 1992'de seyahate çıkanların %83.91'i kendilerinin yada yakınlarının evinde kalırken 1997'de bu oran %69.89'a gerilemiştir. Buna karşın, konaklama tesislerinin kullanımını %17.09'dan %30.11'e yükselmiştir.

1997 Hane Halkı İç Turizm Araştırmasının en önemli bulgularından biri 1997 yılı iç turizm harcamalarının 6.2 Milyar USD'a ulaştığıdır. Seyahat edenler için kişi başına ortalama harcama ise 143.91 USD olarak bulunmuştur. Konaklama harcamaları 1 milyar USD, organize turlar ve seyahat acentaları için yapılan harcamalar ise yaklaşık 200 milyon USD civarındadır.

Türkiye nüfusunu oluşturan Hane Halkı fertlerinin %39.64'ü iç turizme katılmaktadır. Yeterince gelişmemiş olmamasına karşın, iç turizm hareketlerinden yaratılan 6.2 milyar ölçeğindeki değer azımsanamaz. Araştırma sonuçlarının ortaya koyduğu gelişme eğilimi, önümüzdeki yıllarda, iç turizm hareketlerinin ve bunun sonucunda iç turizmden yaratılan değer giderek daha büyük oranlarda artacağı yönündedir.¹⁴⁸

e. Mesleki Eğitim ve İstihdam Politikasının Oluşturulması

Uluslararası turizm talebinin ve yatak kapasitesinin hızlı bir gelişim gösterdiği Türkiye'de istihdam ve eğitim politikası amaç ve hedeflerinin belirlenmesi sektördeki

¹⁴⁷ Aynı, s.21

¹⁴⁸ Dilek Dursunay, "Türkiye'de İç Turizm" 2. Bilkent Turizm Forumu 1997, s.62

hizmet kalitesini yükseltebileceği gibi, yeniden tercih edilme ve gelir yaratma etkisini arttıracaktır. Bu yüzden uzun dönem istihdam politikası gereği olarak;¹⁴⁹

- Sektörde, işgücü gereksinmesi envanterinin,
- Yönetim piramidindeki yükselme imkanlarının,
- İşgören devir oranı ve gelişme beklentilerinin tespiti ve
- İşletme organizasyonu içinde her iş ve görevin tanımlarının yapılması ve bu tanımlara uygun personelin temin edilmesi öngörülmektedir.

Turizm sektöründe uluslararası standartlara ulaşmak, hizmet nitelik ve niceliğini yükseltmek üzere yaygın eğitim çalışmalarının da organizasyonu şarttır. Bu çalışmalar mesleki turizm eğitimi, turizm sektöründe meslek standartlarının tespiti, buna uyumlu ders programları geliştirme eğiticilerin eğitimi, profesyonel turist rehberi yetiştirme, toplumu bilinçlendirme ve hizmetçi eğitim konularını kapsamalıdır. 1993'den itibaren 5 yıllık süre içinde sektörün ihtiyaç duyacağı işgücü konusunda tahminlerde bulunan "Turizm Endüstrisi İşgücü Araştırması" sonuçlarına göre 1998 yılında sadece belgeli tesislerde doğrudan istihdam edileceği tahmin edilen personel sayısı 196.500 olduğu belirtilmiştir. Aynı araştırma sonuçlarına göre, sektörde çalışan personelin %87'sinin herhangi bir mesleki eğitim almamış olduğu tespit edilmiştir. Eğitimsiz personel oranının 1998 yılında da konaklama tesisleri, restoranlar ve seyahat acentalarında çalışan 196.500 kişiden (%87'si) yaklaşık 170.000'inin mesleki turizm eğitimi almadığı ortaya çıkmıştır.

Hizmeti, hizmette kaliteyi ve eğitimi daha da ileriye götürebilmek için;

- Eğitim kurumları ve sektör yakın işbirliği içinde olmalıdır.
- Turizm eğitim kurumları çabuk özelleştirilmelidir. Eğitim, kurslar, ön lisans, yüksek lisans kurumları ihtiyaca göre belirlenmelidir. İşletme ve ekonomi eğitimi alanlar turizm sektörüne özendirilmelidir.

¹⁴⁹ Meral Korzay, "Turizmde İstihdam ve Eğitim", 3 İzmir İktisat Kongresi, DPT Yayınları, Haziran 1992, Ankara, s.289

- Nitelikli personel açığının kapatılması amacıyla düzenlenen eğitim programlarının yanı sıra yeni eğitim programları geliştirilmelidir.
- Büyük işletmeler ve zincir işletmeler, kendi bünyelerinde insan kaynağı eğitimi ile ilgili kurumsallaşmayı gerçekleştirmelidir.¹⁵⁰
- Sektörde çalışan ve ihtiyaç duyulan personel sayısının ve niteliğinin tespit edilmelidir,
- Sektörün nitelikli personel açığının, daha büyük oranlarda kapatılmasının sağlanması gereklidir,
- Sektörde çalışan personel ile istihdam edilecek personelin, kendi uzmanlık dallarında edinmiş oldukları deneyim ve becerileri değerlendirerek, sağladıkları başarıyı belgelemek amacıyla sertifikasyon sistemine geçilmesi.
- Halen sektörde çalışmakta olan personel ile ihtiyaç duyulacak personele yönelik tahminlerde bulunmak amacıyla işgücü araştırması yapılması.
- Yaygın eğitim olarak, turizmin ülkemiz için önemini belirtmek amacıyla ve turizm bilincini yaymak için spot filmlerin yaptırılması.
- Özellikle turizmin yoğun olduğu bölgelerde ve yörelerde turistlerle direkt ilişkili olarak çalışanların turizm konularında eğitilmesi.
- Profesyonel olarak turizm aktivitelerinin içinde bulunan kamu ve özel kurum temsilcileri, belediyeler ve turizm sektörü yöneticilerinin bilgilendirilmesi, şarttır.¹⁵¹

f. Yeni Teşvik Sistemi ve Kredilerin Yeniden Düzenlenmesine Olanak Sağlayacak İstikrarlı Bir Kamu Politikasının Oluşturulması

Son yıllarda dönemler itibariyle ekonomi alanında birbirinden farklı kararlar alınmasına karşı, turizm sektörüyle bu kararlar arasında yapıcı bir entegrasyonun kurulmaması hem turizm sektörünü hem de sektörün mali yapısını bozmaktadır.

¹⁵⁰ Teoman Ermete, "Turizm İşletmelerindeki İnsan Kaynakları ve Eğitim", 2. Bilkent Turizm Forumu, 1997, s.82

¹⁵¹ T.C. Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü'nün 1998 Yılı Ana Hedefleri, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğü, 1997, s.17

Turizm sektörü, diğer sektörler ile karşılaştırıldığında ülkeye kazandırdığı net döviz ve yarattığı katma değer ile orantılı herhangi bir finansman desteği sağlanamamıştır. Sektör, kamu yönetiminden ülkeye kazandırdığı ve sektörlerle göre en yüksek oranda net girişi ifade eden döviz miktarı ile orantılı bir kaynak desteği istemektedir. İhtiyaç duyulan finansman kaynağı zamanında tahsis edilirse, sektör bu moralle hem yeni pazarlara açılacak hem de varolduğu pazarlara yeni ürünler sunarak ülkenin turizm gelirini arttırabilecektir.¹⁵² Ayrıca kamu yönetiminin mali konularda yapacağı düzenlemeler de pazarlama boyutu dikkate alınmalı ve yatırımların yarıda bırakılması önlenmelidir.

Türkiye'nin ikinci büyük bir atılımı yapabilmesi ve kapılarını yeni bir döneme açabilmesi için sektörün üzerinde bir dizi önlem ve düzenlemelerin de yapılması gereklidir. Bu yüzden geçmişte yaşanan sorunları bir daha karşımıza çıkartmayacak yeni teşvik sistemi oluşturulmalı ve bu teşvik sistemi pazarlamayı esas almalıdır. Geçmiş dönemlerde izlenen teşvik politikasının pazarlamayı göz ardı ederek yapılması sonucunda ortaya çıkan yatak kapasitesi, ya satış yapılmadığı için atıl kaldı, yada atıl kalmamak için çok düşük fiyatlarla satıldı. Bu yüzden geliştirilecek yeni teşvik politikasının veya politikalarının mutlaka pazarlama merkezli ve yeni ürün, pazarların geliştirilmesini öngören biçimde olması gerekir. Sektöre sağlanabilecek dolaylı bir başka teşvik, bankalar yasanının iştirakler ile ilgili bölümünde yapılacak düzenleme ile bankaların turizm alanında yapabilecekleri iştiraklere katılım ve bu iştiraklerdeki durumların kolaylaştırılmasıdır. Sektörün giderek büyüyen finansman ihtiyacının turizm ile bankacılık sektörünün bir araya gelmesi süreci biraz daha hızlandırılarak kısmen çözümlenebilir.¹⁵³

1997 yılı itibariyle kamu yönetimi, seyahat acentalarının pazarlama faaliyetinde bulunmaları için Eximbank'tan kredi kullanılmasına olanak sağlamıştır. Eximbank'a tahsis edilen kaynak çok yetersizdir. Eximbank verdiği kredilerden yararlanmak isteyen acentalardan önceki yıl en az bir milyon dolar döviz getirmiş olma şartı aramaktadır. Bu politika yerine kredi kullanıcılarına bir önceki yıl gösterdikleri performans göre değil

¹⁵² TÜRSAB, "1996 Yılı Turizm Sektörünün Durumu" Rapor, sayı 146, Mart, 1996, s.6

¹⁵³ Talha Çamaş, "Sektördeki Gelişmeler" Değerlendirme, Sayı 163, Ağustos, 1997, s.8

gelecekte yapacakları iş için ihtiyaç duyacakları finansmanın karşılanması amacıyla kullanılmalıdır. Bunun için kredi kullanılacak şirketlerde geçen yıl getirilen döviz değil o yıl ve sonraki zamanlarda getirecekleri döviz öngören projelere verilmelidir. Eximbank kredilerinin ihtiyaca karşılık verebilir ve sektörün gelişmesine katkı yapabilir olması için oluşturulması gerekli düzenleme budur. Eximbank kredilerinden yararlanmak üzere bugüne kadar başvuran acenta sayısı 44'tür ve bu acentaların tümüne kullandıran kredi miktarı da 500 milyar lira civarındadır.

Bu süreçler ülkemizde belli bir gelişme göstermelidir ve kamu yönetiminin yapması gereken bu gelişme sürecini hızlandırmak, gelişme önündeki engelleri kaldırmaktır.

g. Tüketici Haklarının Ulusal ve Uluslararası Alanda Korumasına Yönelik Politikaların Oluşturulması

Turizm pazarındaki payı arttırmanın yolu, diğer etkenler yanında, öncelikli olarak tüketici beklentilerine yanıt verecek kaliteli hizmet üretmektir. Tüketicinin korunması hakkında kanunun öngördüğü tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını tazmin edici, çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemler yaşama geçirilmelidir. Tüketici haklarının korunması için ülkede bu alanda var olan mevzuat hakkında tüketiciler yanında seyahat ve konaklama sektörünün bilgilendirilmesi için, sektör ve devlet işbirliği ile kampanyalar yürütülmeli, eğitim programları düzenlenmelidir. Tüketici haklarını korumaya yönelik Tüketici Rehberleri hazırlanmalı ve bu rehberler hazırlanırken, tüketicinin endişe duyabileceği hususlarında aydınlatılmasına yer verilmelidir. Yine bu amaçla giriş limanlarında ve özellikle turizm merkezlerinde tüketici danışma bürolarının sayıları ve olanakları arttırılabilir. Seyahat acentaları ve konaklama sektörünün standartları kesin biçimde belirtmeli ve bu standartların belirtilmesinde Avrupa'daki kriterler esas alınmalıdır.¹⁵⁴

¹⁵⁴ Mehmet Altınsoy, "AB Turizm Politikaları ve Tüketicilerin Hakları", Türsab, Sayı 149, Haziran, 1996, s.63

Ülkemizdeki 4077 sayılı kanun turizm sektörü açısından yeterli sonuçlar ortaya çıkarmamaktadır. Bu yüzden bakanlık ve gerekli Turizm örgütleri danışmanlığında 4077 sayılı kanun dahilinde turizmin sağlık, güvenlik ve ekonomik çıkar konularına ağırlık verecek bir yatırım dizisinin harekete geçirilmesi şarttır.

Tüketicinin korunması sadece yasa çıkarmakla çözümlenebilecek bir sorunda değildir. Dünyanın en iyi tüketiciyi koruma yasasını çıkarmanın bile, başlı başına bu karmaşık sorunu çözümlenmeye yeterli olmayacağı açıktır. Esasen, dünyada öyle bir yasa ile çözümünün örneği de yoktur. Kaldı ki, bizde 10 adet tasarı geliştirilmiş olmasına rağmen; rekabeti sınırlayıcı uygulamaları engelleme ve ticarete dürüstlüğü sağlama yoluyla tüketiciyi koruma amacını güden yasayı henüz çıkarabilmişizdir. Fakat yasada bulunan boşluklar; yasaya gerekli önemin verilmemesi ve sürüncemede bırakılmasından kaynaklanabilir. Bu yüzden çıkardığımız bu yasaya işlerlik kazandırmak amacıyla;¹⁵⁵

- Başarılı ülke uygulamalarından yararlanmayı ve toplumumuzun ekonomik ve sosyo kültürel özelliklerine göre adaptasyona gitmeyi,
- Söz konusu yasalarla uyumlu idari/kurumsal örgütlemeleri gerçekleştirmeyi,
- Verilen görevler etkinlikle yapabilecek uzman personel kadrolarını oluşturmamız şarttır.

Turizm de, mevcut yaşamızla ve yönetmeliklerle bir çok sorunlara yanıt vermek uzun zaman sürecek uğraşları ve kimseyi memnun etmeyecek sonuçları ortaya çıkartabilir.

Turizm hizmetlerinde tüketicilerin haklarına ilişkin şikayetlerin değerlendirmesi için 4 hususun belirlenmesi gerekmektedir. Bunlar;

- Hizmetin olması gereken nitelikleri,
- Hizmetin tüketiciye taahhüt edilen nitelikleri,

¹⁵⁵ TÜSİAD, AT'de Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye'de Durum, Lebib Yayınları, İstanbul, Nisan, 1990, s.134

- Sunulan hizmet ile olması gereken ve taahhüt edilen niteliklerin farkı,
- Belirlenen farkın, bir bedele indirgenmesidir.

Yukarıda sayılan işlemler yapılmadan sonuca varmak olanaksızdır. Turizm de tüketici haklarından kaynaklanan sorunların doğru değerlendirilmesi ve çözümlenebilmesi için de;¹⁵⁶

- Hizmetlerde standart sağlanmalı,
- Tüketici talepleri bilinçli anlaşılmalı ve analiz edilmeli,
- Tüketici şikayetleri seri ve sağlıklı olarak incelenmeli,
- Haklılığı kanıtlamış tüketici şikayetinin karşılığı tüketiciye hemen ödenmelidir.
- Tüketici hakları konusunda sigorta çalışmaları yoğunlaştırılmalıdır.

h. Sürekli ve Dengeli Turizm Kapsamında, Çevreyle Bütünleşmiş Alternatif Turizm Olanakları Yaratıcı Projelerin Program ve Politikalar Dahilinde Oluşturulması

Tarihi ve arkeolojik, kültür mirasımız olmak üzere ülkemizin doğal güzelliklerinin; turizm amaçlı olarak kullanılması ve ülkemizin her yöresinde yer alan potansiyel değerlerimizin turizme kazandırılması ve harekete geçirilmesi şarttır. Buda gerek Bakanlığımız kısmen özel sektör dahilinde özel projelerle gerçekleştirilmektedir.¹⁵⁷ Bu projeler temelde; ülke turizminin çeşitlendirilmesini, turizm sezonunun uzatılması bütün yıla ve ülke sathına yaygınlaştırılmasını hedeflemektedir. Klasik tatil anlayışının bittiği bu dönemlerde ise yeni politikalara bağlı olarak oluşan hedefler;

- Uluslararası rekabet gücüne sahip turizm ekonomisinin geliştirilmesi,
- Turistlere, ülkemizin sosyo-kültürel değerleri ile iç içe geçireceği tatil ortamlarının hazırlanması, Türk insanının yaşamına yakınlaşmasının sağlanması,
- Doğal ve kültürel değerlerimizin korunarak kullanılmasına özen gösteren bilince sahip kamuoyu oluşturulması.

¹⁵⁶ Adnan Menderes Üniversitesi, 6. Uluslararası Turizm Kongresi, “Turizm Sektörü Kendi Hukukunu Yaratmalıdır.”

şeklinde özetlenebilir.

Belirlenen bu temel hedeflere ulaşabilmek ve dolayısıyla turizm girdilerinden; ülkemizin batı ve güney sahilleriyle bazı belirli yörelerinin yanı sıra diğer yönlerinin de yeterli düzeyde yararlanmasını sağlamak ve bu yörelerde mevcut potansiyeli harekete geçirmek üzere;

- Turizmin çeşitlendirilmesini,
- Turizm sezonunun uzatılması ve bütün yıla yayılması,
- Turizmin ülkemizin tamamına yaygınlaştırılması,
- Doğaya, çevreye, kültürel, tarihi ve arkeolojik değerlerimize duyarlı turizm olgusunun yerleştirilmesini,
- Turizm hareketlerinin yoğunlaştığı bölgelerde yerel yönetimler ve halkın turizm ile ilgili kararlara katılması sağlanmalı,
- Sektörde fiziki planların amaçlarına yönelik olarak uygulanmasına özen gösterilmesini amaçlayan çalışmalar yapılmalıdır.¹⁵⁸

1. Yatırım Politikası

Bir ülkenin uluslararası alanda başarılı olabilmesi, yatırım planlamasının gelir yaratıcı etkisine bağlıdır. Bu sebeple ülkenin turistik talebe cevap verebilmesi turistik, altyapı ve üstyapı yatırımlarının gerçekleştirilmesine bağlıdır. Altyapı yatırımları genelde, su kaynakları, su şebekesi, elektrik, kanalizasyon, üstyapı yatırımları, karayolları, limanlar, havaalanları, demir yolları, park alanları, oteller, terminaller, eğlence merkezleri vb. ünitelerden oluşmaktadır.¹⁵⁹

Ülkemizde altyapı ve üstyapı yatırımlarının birbirini destekleyici ve turizm talebi ile dengeli gelişim göstermesini sağlayıcı politikaların şu gerçeklerden oluşması şarttır;

¹⁵⁷ İpek Yolu Dergisi, Sayı 9, 1996, s.35

¹⁵⁸ T.C. Turizm Bakanlığı, Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Özel Projeler, 1997, s.5

¹⁵⁹ Stephen Papsen, "Tourism: A Limitless Industry", Economic Impact, No 29, 1980, s.75

- Turistik yatırım politikalarında kamu ve özel sektör arasında işbirliği sağlanmalı.
- Yaşlanmaya başlayan yatırımlarımız mevcuttur. Bunların yenilenmesi ve geliştirilmesi gerekir, yeni yatırımlarında aynı özenle yapılması şarttır.
- İkinci kuşak turizm alanı olarak nitelendirilen, eğlence, spor, gösteri, kongre, barlar ve restoran bölgeleri geliştirilmeli.¹⁶⁰
- Koordinasyon ve karar yetkisi ile sorunlara hızlı ve zaman kaybetmeden çözüm bulunmalıdır. Gerek yatırım, gerek teşvik safhasında kamu kurumları tek bir üst yapı kuruluşuna bağlı olarak çalışmalıdır, ki bürokratik tikanlıklar ve zaman kayıpları ortadan kalkabilsin.
- Konaklama tesisleri zaman içinde yıpranan tesisler olduğu için, beş yıldan sonrada bu yıpranma fazlalaştığından, toplam yatırım maliyetinin %20-30 oranında modernizasyon ve yenileme masrafı kaçınılmaz olur. Bu yüzden 5 yılını doldurmuş tesislere bu gaye için kullanılmak üzere modernizasyon ve yenileme teşviki verilmelidir.¹⁶¹
- Uygun yatırım alanlarının, altyapısı ve özellikle ulaşım sorunları çözülmüş ve kolay çözülecek bölgelerde açılmalıdır.
- Yabancı sermayeyi teşvik kanunu bürokratik engellerden arındırılmalı, uygulama sistemi basitleştirilmelidir.
- Yurt dışından yatırımcıların sağlayacağı finansman kaynakları için maliyeti ucuz teminat mektubu ipotek tesisi gibi destekler verilmelidir.
- Teşvik edici vergi muafiyetleri ve ithalatı ucuzlatma önlemleri alınmalıdır.¹⁶²
- Turizm talebinin belli zaman ve mekanlarda yoğunlaşmasının yarattığı sorunları gidermek üzere turizm çeşitlendirilmesi yatırımlarının hedeflenmesi ve teşvik tedbirlerinin bu tür yatırımlara yönlendirilerek desteklenmesi gereklidir. (Personel tesisleri, kırsal turizm tesisleri, yat limanları, Karadeniz bölgesindeki turizm konaklama yatırımları, kış sporlarına yönelik tesisler, golf turizm tesisleri, sağlık

¹⁶⁰ Teoman Ermete, a.g.m., s.80

¹⁶¹ Işıkçı, a.g.m., s.73

¹⁶² Türkeri, a.g.m., s.41

ve termal turizm tesisleri, kamp ve karavan tesisleri, havaalanlarında oluşturulacak turizm amaçlı terminal hizmetleri tesisleri, vb.)¹⁶³

- İç turizme dönük tamamlayıcı konaklama tesislerinin yatırımları için bir yatırım yayılma alanı ve kapasite kullanım plan hazırlanmalıdır.
- Yatırımların günümüzün standartlarına uygun olarak yapılması şarttır.¹⁶⁴

i. Çevre Politikasının Oluşturulması

Son yıllarda turizm pazarlamasında, çevre duyarlılığı yeni bir prensip olarak ortaya çıkmaktadır. Artan turizm hareketleri beraberinde bir çok sorunlarında getirir. Bu sorunlar;

- Doğal kaynaklara zarar veren insan faaliyetleri, tarım, sanayi ve kentleşme yoluyla olmaktadır. İnsanlar tarım alanlarını, geleneksel bağ ve bahçelerini bozarak turizm amacıyla kullanmaktadırlar.
- Plansız yapılaşma, (özellikle deniz kıyılarında) ormanlık alanları yok etmektedir.
- Deniz suları ve akarsular çeşitli atıklar ve kanalizasyon pislikleriyle kirlenmektedir.

Turizmle gelen bu sorunlar dahilinde belirlenen hedeflerin ve bu hedeflere ulaşmak için uygulanması gerekli politikaların şunlar olması gereklidir;

- Ülke düzeyinde kaynak envanteri yapılmalıdır. Bunlardan yararlanılabilecek alanların üzerinde koruma-kullanma dengesi içinde planlama yapılmalıdır.
- Turizm kuruluşları doğa korumaya yatırım yapmalı, turizm kuruluşları, doğa koruma ile ilgili kamu ve özel kuruluşlara para yönünde destek sağlanmalıdırlar. Bu kuruluşlara yapılacak yardım bir turizm yatırımı olarak göz önüne alınmalıdır.
- Korunan alanlarla, bölge parkları birbirinden ayrılmalı, bu şekilde, oluşturulacak bölge parkları veya kırsal parklar, korunan alanlara talebi azaltarak, korunan

¹⁶³ T.C. Turizm Bakanlığı, Türkiye’de Yatırım Olanakları ve Yatırım Süreci, Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Yatırımları Yönlendirme Dairesi Başkanlığı, Ankara, 1995, s.7

¹⁶⁴ Olalı, a.g.e., s.322

alanların sadece gezilip görülmek, tanınmak ve hatta bazı rekreatif faaliyetler için ideal duruma getirilecektir. ¹⁶⁵

- Altyapıya, büyük sanayi kuruluşlarının arıtma ve arındırma tesislerin öncelik verilmelidir.
- Türkiye'nin sanayileşmesi için gerekli sanayi tesisleri rekreatif alanların dışında kurulmalıdır.
- Yeşil alanların çoğaltılmasını, doğal güzelliklerin, ulusal parkların korunmasını; tarihi eserlerin restore edilmesini; turistik yatırımların doğayla uyum içinde geniş ve uzun bir şeritte düzenli olarak yayılmasını öngören "master plan" ları meydana getirmeli ve bu projeler çerçevesinde projeler sıkı bir şekilde denetlenmelidir.
- Su kaynaklarımızın en faydalı şekilde kullanılması, zehir sanayi atıklarından temizlenmesi, deniz ve göl kıyılarının fiziki planlamasının yapılması gerekir.
- Turistik gelişmenin yarattığı çevresel bozulmayı önlemek için, ortaya atılan "Çevresel Etki Değerlendirme" yaklaşımını harekete geçirmek gereklidir. ¹⁶⁶

Çevre kirlenmesi turizmi etkilemekte; turizmde çevreyi bazı açılardan kirletmektedir. Önlemler alındığı takdirde ve doğal kaynaklar tahrip edilmeden dengeli olarak kullanıp işletildikçe, hem kaynak israfı önlenmiş olur, hem de turizmden gerektiği gibi yararlanmak mümkün olur.

¹⁶⁵ Sümer Gülez, "Doğa Koruma ve Turizm: Uzlaşması Gereken İki Zıt Olgu" T.C. Turizm Bankası A.Ş., Turizm Yıllığı, 1986, s.90

¹⁶⁶ TOBB, a.g.e., s.98

SONUÇ VE ÖNERİLER

Rekabet gücü yüksek ve verimli bir turizm ekonomisinin geliştirilmesi ülke genelinde yaygın turizm potansiyelinin en verimli ve dengeli biçimde kullanılması, kaynak kullanım talebini, istihdam olanaklarını, döviz girdilerini, ülkelerarası kültürel, ekonomik ve ticari ilişkileri olumlu yönde etkilemekte buna bağlı olarak da gayri safi milli hasılayı ve fert başına düşen milli geliri arttırmaktadır. Bu yüzden kamu kesimi şimdiden uygun politikaları üretme zorunluluğuyla karşı karşıyadır. Ancak sektörde meydana gelen yapı değişikliğinin incelenebilmesi ve buna uygun politikaların belirlenebilmesi için kamu yönetiminin halen yaşamakta olan sorunları hassasiyetle çözümlenmesi gereklidir. Bu sorunlar; ekonomik durum ve sektörün mali yapısı, kamu nezdinde temsil, havaalanları, ulaşım, tanıtım, yatırım, yabancı sermaye, entegrasyon ve koordinasyon, kadro yetersizlikleri, turizm trafiği, yasal düzenlemeler, enerji ve haberleşme gibi genel konulardan oluşmaktadır.

Bu yaklaşım içinde yapılması gerekenleri ana başlıklar altında şu şekilde açıklamak mümkündür.

- Pazarlama, promosyon ve tanıtım sorunları acilen giderilmeli, rakip ülke uygulamaları yakından takip edilerek stratejileri gözden geçirilmelidir. Türkiye'yi temsil eden imaj iyice geliştirilip, pazarlama araştırmaları yardımıyla ne tür müşteri profiline hitap edileceği saptanmalıdır.
- Arz ve talep analizleri yapılmadan, alt sektörler, coğrafi bölgeler ve turizm türleri itibariyle ürün geliştirme stratejileri oraya konulmadan sektöre teşvik tahsis edilmemelidir.
- On iki aya yayılan turizm için ülke genelinde proje atılımlarını sürekli takip etmek, atıl kaynakların mobilitesini bir an önce arttırmak gereklidir.
- Altyapı hizmetlerine süreklilik katılarak, değişik eğlence olanak ve faaliyetleri, ulaşım kanalları artırılarak turizmde hayat standardı ve kalitesi yükseltilmelidir.
- Entegrasyon faaliyetleriyle daha çok pazarlar kazanmaya çalışılmalıdır.
- İşletmecilik ve yönetim alanında, haberleşme kanalları düzenli olarak işlemeli, yetki ve sorumluluk dengeli biçimde dağılmalıdır.

- Türk turizminde kamu ve özel sektör nezdinde bir master plan belirlenmeli ve bu plan çerçevesinde hareket edilmelidir.
- Turizmcilerle finans kesmi biran önce bir araya getirilmelidir.
- Kredi olanaklı, iç turizm politikasıyla ülke vatandaşının turizm olayına katılması maddi sorun olmaktan çıkartılıp, kişi açısından manevi bir hobi konumuna getirilmeli, turizm bilinci buna göre geliştirilmelidir.
- Halen turizm eğitim kurumları ve yetiştirilen elemanların niteliği sektörün ihtiyacını karşılamaktan çok uzaktadır. Bu yüzden kamu ve özel sektör dahilinde eğitim üzerine “toplu iştirak” uygulamalarına seçilmelidir.

Turizmden gerek sosyal, gerek ekonomik açıdan beklentilerimizi gerçekleştirebilmek için genel olarak üç hedefe ulaşmak şarttır. Bunlardan birinci olan ekonomik hedef; uluslararası pazarlarda rekabet gücü yüksek ve verimli turizm ekonomisi yaratmak; ikinci olan sosyal hedef; yabancı ve yerli turistler ile yerleşik nüfusun ihtiyacına cevap vermek, üçüncü olarak çevre hedefi; doğal ve kültürel değerlerin sürekliliğini sağlamaktadır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

KİTAPLAR

- Acar, Yıldırım., Turizm Tanıtma-Pazarlama-Ekonomi, Ankara, 1991
- Avcıkurt, Cevdet., Turizm'de Tanıtma ve Satış Geliştirme, Balıkesir, 1995
- Bayer, Zekai M., Turizme Giriş, İst. Üni. İşletme Fakültesi, Yayın no:253 İ
İstanbul, 1992
- Barutçugil, İsmet S. Turizm İşletmeciliği, Gözden Geçirilmiş 2b., Uludağ Üni.
Basımeevi, Mayıs, 1984
- Can, Halil-Güner, Semih., Açıklamalı-İçtihatlı Turizm Hukuku ve Mevzuatı, 1b., Adım
Yayıncılık Ltd. Şti., Ağustos, 1992, Ankara
- Dallı, Özen., Turizm'de Talep ve Maliyet Enflasyonu, İstanbul Üniversitesi
Yayınları, İstanbul, 1980
- Dinçer, Mithat Z., Turizm Ekonomisi ve Türkiye Ekonomisinde Turizm, Ankara,
1991
- Dinçer, Mithat Z-İlkin, Akın., Turizmin Türk Ekonomisindeki Yeri ve Önemi, TOBB
Yayınları, Yayın No:217, Ankara, 1991
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)., Yeni Strateji ve Kalkınma, Yayın No:1273,
Başbakanlık Basımeevi, Ankara, 1983
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)., Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1963-1967),
Başbakanlık Devlet Matbaası, Ocak, Ankara, 1963
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)., İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1968-1972), Ankara,
1968
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)., Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1973-1977), Yayın
No:1272, Başbakanlık Basımeevi, Ankara, 1973
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)., Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı (1979-1983),
Yayın No:1664, Nisan, Ankara, 1979
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)., Beşinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1985-1989),
Ankara, 1985
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)., Altıncı Beş Yıllık Kalkınma Planı (1990-1994), Yayın
No:2174, Ankara, 1989
- Eralp, Ziya., Genel Turizm, Ankara Üniversitesi, Basın Yayın
Yüksekokulu Yayını, Ankara, 1983
- Göksan, Ergun., Turizm Ekonomisi ve İşletmeciliği, Ankara. 1968

- Gürbüz, Ali K.,
Hacettepe Üniversitesi,
Hacıoğlu, Necdet.,
Hiç, Süreyya.,
İçöz, Orhan.,
Jane, Paris.,
Kahraman, Nüzhet.,
Kepenek, Yakup-Yentürk, Nurhan.,
Karluk, Rıdvan.,
Korzay, Meral.,
Kozak, N., ve diğerleri.,
Lipsey, Richard-Steiner, Peter.,
Mcintosh, Robertw-Charles R.,
Olalı, Hasan.,
Olalı, Hasan-Timur, Alp.,
Oral, Saime.,
Öz bilgi, Kemal.,
Özdemir, Mehmet.,
Sessa, Alberto.,
Toskay, Tunca.,
T.C. Turizm Bakanlığı Yatırım
Genel Müdürlüğü.,
- Turizmin Ekonomik Analizi, 1. Baskı, Balıkesir, 1998
İİBF Dergisi, Cilt 1, Sayı 1-2, Ankara, 1989
Turizm Pazarlaması, Uludağ Üniversitesi Basımevi,
2b., Bursa, 1997
Türkiye Ekonomisi, Mentesh Kitabevi, İstanbul, 1988
Turizm İşletmelerinde Pazarlama-İlkeler ve Uygulamalar, Anatolia Yayıncılık, Ankara, Ocak 1996
The Managemet of Tourism, London, 1996
Turizm Yatırım Projeleri Analizi, Ankara, 1997
Türkiye Ekonomisi, 6. Basım, Eylül, İstanbul, 1994
Türkiye'de Yabancı Sermaye Yatırımları, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, No 13, İstanbul, 1983
Turizm'de İstihdam ve Eğitim, 3. İzmir İktisat Kongresi, DPT Yayınları, Haziran, Ankara, 1992
Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar, Anatolia Yayıncılık, Ankara, 1994
Economics, Harper and Row, Publishers, Inc Ninth Edition, New York, 1992
Tourism: Principles, Practices, Philosophies, Edition, Jons Inc, A.B.D, 1990
Turizm Politikası ve Planlaması, 2b., İşletme Fakültesi Yayın No:228, İstanbul, 1990
Turizm Ekonomisi, Ofis Ticaret Matbaacılık San. Ltd. Şti. İzmir, 1989
Türk Turizm Pazarlamasında Dağıtım-Fiyat Politikaları ve Turist Profili Analizi, İstiklal Matbaası, İzmir, 1989
Turizm ve Mucize, Ankara, 1970
Turizm Türkiye'nin Sosyo-Ekonomik Yapısına Etkisi, İstanbul, 1992
Elements of Tourism Economics, Roma, 1983
Turizm: Turizm Olayına Genel Yaklaşım, İstanbul, 1978
Yatırımlar, Ankara, 1997

- T.C. Turizm Bakanlığı Turizm Pazarlama Stratejileri Workshop, 8-9-10 Eylül, Ankara, 1992
- T.C. Turizm Bakanlığı, Turizm Eğitimi Genel Müdürlüğünün 1998 Yılı Ana Hedefleri, Ankara, 1997
- T.C. Turizm Bakanlığı, Özel Projeler, Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Ankara, 1967
- T.C. Turizm Bakanlığı, Türkiye’de Yatırım Olanakları ve Yatırım Süreci, Yatırımlar Genel Müdürlüğü, Yatırımları Yönlendirme Daire Başkanlığı, Ankara, 1995
- T.C. Turizm Bakanlığı, Tanıtma, Pazarlama Hedef İlke ve Uygulamalar, Turizm Bakanlığı Tanıtma Genel Müdürlüğü Yayınları, Ankara, 1995
- T.C. Turizm Bakanlığı, Turizm İstatistikleri Bülteni, Yatırımlar Genel Müdürlüğü Araştırma ve Değerlendirme Dairesi Başkanlığı, Yayın No:1998/1 Mayıs, Ankara, 1998
- TÜSİAD., AT’de Tüketiciyi Koruma Politikaları ve Türkiye’de Durum, Lebib Yayınları, Nisan, İstanbul, 1990
- Usta, Öcal., Turizm, As Matbaacılık ve Ticaret A.Ş., İzmir, 1995
- Uras, Güngör T., Türkiye’de Yabancı Sermaye Yatırımları, Formül Matbaası, İstanbul, 1979
- Var, Turgut., Planlı Dönemde Turizm Politikamız, Milli Prodüktive Merkezi Yayınları, No:70, Ankara, 1970
- WILLIAMS M., Snow Gareth., Tourism and Economic Development, London, 1995
- Yören, İsmail., İktisadi Büyüme ve Milli Gelir, İstanbul, 1993

MAKALELER

- Adnan Menderes Üniversitesi “Turizm Sektörü Kendi Hukukunu Yaratmalıdır”, 6. Uluslararası Turizm Kongresi, 1996
- Altınay, Mehmet., “AB Turizm Politikaları ve Tüketicilerin Hakları” Türsab Sayı 149, Haziran, 1996
- Akoğlu, Tunay., “Turizm Yatırım Projeleri ve Değerlendirme Metodları” DPT Dergisi, Sayı 10, No:943, Eylül, 1970

- Archer, Brian-Şpdler P.G., "The Economic Impact of Tourism in Developing Countries", Annals of Torism Research, Volume III, Number 1, Winconsin-Sout, September, October, 1975
- Archer, Brian., "The Impact of Domestic Tourism" Üniversity of Wales Press, Banger, Oxford, 1973
- Atakan, Ülker., "Turizm Arzı ve Yatırımlarda Gelişmeler" 2. Bilkent Forumu, Ankara, 1997
- Bayer, Zekai M., "Turizm Planlaması ve Eko-Sistem İlişkileri", Anatolia Dergisi, s.2, Ankara, 1991
- Bican, Mert., "Turizmin Sektörel İlişkileri" Vizyon Dergisi, Sayı 8, Aralık, 1995
- Birgan, İbrahim., "Bir Hizmet Sektörü Olarak, Turizm", Anatolia Turizm Dergisi, s.4, Ankara, Aralık, 1994
- Çamaş, Talha., "Sektördeki Gelişmeler", Türsab, Sayı 163, Ağustos, 1997
- Dursunay, Dilek., "Türkiye'de İç Turizm", 2. Bilkent Turizm Forumu, Ankara, 1997
- Eliçin, Gürkan., "Türk Operatörlerinin Fiyat Politikaları Rasyonelmi?", 2. Bilkent turizm Forumu, Aralık, Ankara, 1997
- Ermete, Teoman., "Turizm İşletmelerinde İnsan Kaynakları ve Eğitim", 2. Bilkent Turizm Forumu, Aralık, Ankara, 1997
- Geoffrey, Crouch., "Effect of Income and Prince on Intarnational Tourism" Annals of Tourism Research, Pergamen Press Ltd, Vol:19, number 4, London, 1994
- Güleç, Sümer., "Doğa Koruma ve Turizm: Uzlaşma Gereken İki Zıt Olgı", T.C. Turizm Bankası A.Ş., Turizm Yıllığı, 1986
- Işıkçı, Yılmaz., "Turizm sektörünün Son Yıllardaki Büyüme Hızı ve Plan Hedefleriyle Karşılaştırılması", 2. Bilkent Turizm Forumu, Aralık, Ankara, 1997
- İçöz, Orhan., "Enflasyonun Turizm Sektörüne Etkileri", Anatolia Dergisi, Sayı 13, Şubat, 1991
- İçöz, Orhan., "Gelişmekte Olan Ülkelerde Turizmin Ekonomik Önemi", Turizm Yıllığı, 1986
- İstanbulu, Füsün., "Yabancı Tur Operatörleri ve Türk Turizmi", Türsab, Turizm Araştırmalar Dizisi, 3 Mart, İstanbul, 1991

- Köz, Nihal-Desteci,
Ahmet-Aydın, Yaşar.,
“1998 Sektörel Projeksiyonları” Power Ekonomi Dergisi, Aralık, 1997
- Pepson, Stephen.,
“Tourism: A Limitless Industry”, Economic Impact, No:29, 1980
- Pınar, İge.,
“Turizmin Ekonomik Etkileri”, Amfora Dergisi, Kasım, 1992
- Sürücü, Feyza.,
“Turizm Pazarında Geliştirmeler ve Tanıtım Uygulamaları” 2. Bilkent Turizm Forumu, Aralık, Ankara, 1997
- Tanarbuluç, Gülçin.,
Thomas, D.R.,
“Turistik Ürün Çeşitlendirmesinde Alternatif Kaynaklar”
“Strategy is Different in Service Business”, Harward Business Riview, Temmuz, 1981
- Tunçsiper, Bedriye.,
“Bir Bölgesel Kalkınma Modeli Olan Güneydoğu Anadolu Projesinde, Turizm Yeri”, Turizm Yıllığı, Ankara, 1983
- Tunçsiper, Bedriye.,
“Yabancı Sermayenin Türkiye Ekonomisi ve Turizm Sektörü Açısından Değerlendirilmesi”, Standart Dergisi, Eylül, 1997
- Türkeri, Yılmaz.,
“Turizm Sektörünün Ekonomiye Katkıları, Yeni Hedefler, Gerçekleşme Şartları”, 2. Bilkent Turizm Forumu, Aralık, Ankara, 1997
Türk Ticaret Sanayi, Deniz Ticaret Odaları, Ticaret Borsaları Dergisi, “Turizm ve Ekonomi”, 1990
- Türemiş, Birol.,
“Retailer, Toptancı-Parekendeci Acenta Zamanı”, Türsab Dergisi, Sayı 151, Ağustos, 1996
Türsab Dergisi, “İç Turizm”, Sayı 151, Ağustos 1996
Türsab Dergisi, Sayı 164, Eylül, 1997
Türsab Dergisi, “1996 Yılı Turizm Sektörünün Durumu”, Sayı 146, Mart, 1996
- Uray, Mehmet T.,
“Pazarlardaki Gelişmeler Türkiye'nin Turizm Talebini Nasıl Etkiliyor”, Türsab Dergisi, Sayı 139, Haziran, 1995
- Yenipınar, Uysal.,
“Doğu Akdeniz Mevcut Turizm Talebinin Yapısı ve Talebin Geliştirilmesine İlişkin Model Önerisi”, 1995

Yıldırım, Süreyya.,

“Türkiye’de Turizmin İstihdama Katkısı”, İşletme ve Finans Dergisi, Mart, 1996

TEZLER

Çakır, Pembegül.,

Türkiye’nin Turizm Gelirlerinin Ödemeler dengesine Katsınının Analizi, Anadolu Üniversitesi Sos. Bil. Enst, Doktora Tezi, Eskişehir, 1996

İçöz, Orhan.,

Turiz Talebinin Yapısal Analizi ve Türkiye’ye Yönelik Turizm Talebini Etkileyen Faktörler, Doçentlik Çalışması, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir Meslek Yüksekokulu, İzmir, 1991

Kaya, İsmet.,

Sürdürülebilir Turizm Kalkınması ve Ülkemiz Açısından Bir Değerlendirme, Balıkesir üniversitesi, Sos. Bil. Enst., Doktora Tezi, Balıkesir, 1997

Tutucu, Enver.,

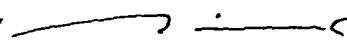
Turizm Ekonomiye Etkileri, Türkiye İçin Bir Değerlendirme, Anadolu Üniversitesi, Sos. Bil. Enst. Y. Lisans Tezi, Eskişehir, 1988

1- Tezimden fotokopi yapılmasına izin vermiyorum.

2- Tezimden dipnot gösterilmek şartıyla bir bölümünün fotokopisi alınabilir.

3- Kaynak gösterilmek şartıyla tezimin tamamının fotokopisi alınabilir.

Yazarın İmzası :



Tarih : 18.03.1999